

TAMPEREEN YLIOPISTO

Arttu Muukkonen

TABLETIN KIELIOPPI

Kuvareportaasien tarinallisuus tablettijulkaisualustalla

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Kesäkuu 2015

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

MUUKKONEN, ARTTU: Tabletin kielioppi. Kuvareportaasien tarinallisuus
tablettijulkaisualustalla.

Pro gradu -tutkielma, 84 sivua.

Tiedotusoppi

Kesäkuu 2015

Tabletit mullistivat kannettavien päätelaitteiden markkinat 2010-luvun alussa. Kahdessa vuodessa ne syrjäyttivät minikannettavat ja neljässä vuodessa tabletteja oli ostettu Suomessa jo yli kaksi miljoonaa kappaletta. Mediatalot innostuivat uudesta julkaisualustasta, sillä se mahdollisesti internet-sivuja paremmin maksullisen sisällön tarjoilemisen kuluttajille. Myös itsenäiset tekijät näkivät uuden julkaisualustan mahdollisuudet, sillä tabletille oman julkaisun tekeminen oli edullista ja sen sai sosiaalisen median syntymisen ansiosta jaettua yleisölle ilman ison mediatalon portinvartijan roolia.

Tämä pro gradu -tutkielma tarkastelee kuvareportaasien kerronnallisia mahdollisuuksia tablettijulkaisualustalla. Tabletti on omanlainen julkaisualustansa, jonka erityispiirteet täytyy ymmärtää, jotta sen tarjoamia kerronnan mahdollisuuksia voi hyödyntää täysimääräisesti. Millä tavoin esimerkiksi kosketusnäytön avulla katsojan saa tarkastelemaan kuvaa? Entä millaisia mahdollisuuksia kiihtyvyyssensorit tarjoama lisätyn todellisuuden tunne tuo kerrontatapoihin? Tutkielman tarkoitus on selvittää, millä tavoin eri julkaisijat käyttävät tabletin tarjoamia kerronnallisia ominaisuuksia.

Tutkielman tausta rakentuu uutisten, kuvareportaasien ja sanomalehden narratiivisiin ominaisuuksiin sekä julkaisualustojen teknologiseen kehittymiseen. Näkökulman tablettien ymmärtämiseen tarjoaa kieliopin käsite. Käytän tutkimusmenetelmänä sovellettua sisällönanalyysia. Analyysin rakennan luokittelurungon varaan. Pyrin selvittämään millä tavoin viisi eri edistyksellistä journalistista julkaisua hyödyntää tabletin tarjoamia tarinallisia ominaisuuksia.

Tutkielman tuloksista selviää, että harvat julkaisut hyödyntävät monipuolisesti tabletin mahdollistamia kerronnallisia ominaisuuksia.

Sisällysluettelo

1. Johdanto	1
1.1. Tabletti on nuori julkaisualusta.....	2
1.2. Taustalla teknologinen kehitys.....	7
1.3. Tutkimusongelma	10
2. Uusi tuotekategoria ja käyttötapa.....	11
2.1. Tabletin tilanne Suomessa.....	14
3. Kuvajournalismin lyhyt historia.....	17
3.1. Kuvareportaasit kertovat kokonaisuuksista.....	17
3.1.1. Kuvareportaasit median murroksessa	18
4. Narratiivisuus journalismissa.....	20
4.1. Narratiivisuus uutisessa.....	21
4.2. Kuvan narratiivisuus.....	22
4.3. Kuvareportaasien kolme rakennetta.....	25
4.4. Desktop-reportaasien narratiiviset keinot.....	29
4.5. Tabletin narratiivisuus.....	31
5. Tabletin kielioppi.....	33
5.1. Tabletille mallia nettivideosta.....	35
5.3. Tablettien kiinnostavat ominaisuudet.....	37
5.4. Tablettien haasteet.....	44
6. Menetelmänä sovellettu sisällönanalyysi.....	45
6.1. Aineistona viisi julkaisua.....	45
6.1.1. Tutkimuksen valitut viisi julkaisua.....	50
7. Tutkimustulokset.....	58
7.1. Tulokset ominaisuuksittain.....	59
7.1.1. Perusominaisuudet.....	59
7.1.2. Kosketuksen aktivointi.....	61
7.1.3. Äänen käyttö.....	62
7.1.4. Kuvien käyttö.....	63
7.1.5. Liikkeentunnistussensorit.....	64
7.2. Tulokset julkaisuittain.....	65
7.2.1. National Geographic Digital.....	65
7.2.2. Time.....	67
7.2.3. Red Bulletin.....	69
7.2.4. Project Week.....	70
8. Päätelmät.....	73
8.1. Yhteenvetoa tuloksista.....	73
8.1.1. Tabletti laajentaa kuvareportaasien esittämistapoja.....	73
8.2. Menetelmä kaipaa tarkennuksia.....	75
9. Pohdintaa ja katse tulevaisuuteen.....	76
9.1. Tablettisukupolvien kehitystahti.....	76
9.2. Optimaalinen tablettijulkaisu?.....	76
10. Lähdeluettelo.....	79

1. Johdanto

Laadukas ammattilaisten tuottama kuvajournalismi on tällä hetkellä vaikeuksissa, vaikka toisin voisi kuvitella. Visuaalisuushan on kaikkialla. Internetin ladataan miljoonia kuvia päivässä, Suomessa useampi kuin joka neljännes aikuisista ilmoittaa harrastukseensa valokuvaamisen (Tilastokeskus 2011) ja Facebook osti Instagram-kuvapalvelun miljardilla dollarilla (Raice ja Ante 2012). Mutta samaan aikaan mediatilat tarjoavat freelancereille juridisesti ja taloudellisesti mahdottomia avustajasopimuksia (Niskasaari 2012), minkä takia varsinkin useilla kuvaajilla työt yksinkertaisesti loppuvat. Paperilehdet kaatuvat tai vähentävät ilmestymiskertoja, eikä verkosta ole löydetty ansaintalogiikkaa niin sanotulle laatujournalismille. Sanomalehdet vähentävät toimituksista henkilöstöä tehostaakseen toimintoja (Kauppinen & Luukka 2014), Yhdysvalloissa kuvapainotteisia julkaisuja on lakkautettu ja muut pohtivat tapoja leikata ja pärjätä: Chicagossa erotettiin yhden lehden koko kuvaosasto ja siirryttiin toimittajien ja lukijoiden lähettämiin kuviin (Channick 2013). Ihmiset eivät halua maksaa sisällöistä, koska internet on alusta asti ollut ilmaisen sisällön jakelukanava.

Vaikka internetin vuoksi maailma on verkottuneempi kuin koskaan ja tiedonvälitys yhä kiihkeämpirytmistä, on kuvajournalisteille kuvareportaaseille tarvetta. Aiemmin länsimaista katsoen kaukana tapahtuvista onnettomuuksista kuultiin vasta päivien kuluttua tapahtuneesta. Nyt älypuhelimien kautta voi katsoa suoraa lähetystä lähes mistä tahansa. Mikroblogipalvelu Twitter täyttyy viesteistä heti, kun maailmalla tapahtuu. Kännyköiden kamerat tallentavat ja lähettävät uutisia suoraan tilanteesta. Tiedämme enemmän maailmasta, mutta tieto on myös kerättävä eri lähteistä. Tiedon pirstaleisuudesta huolimatta – tai ehkä juuri siksi – hyvin ja huolella editoidut julkaisut ovat edelleen tärkeitä. Niitä tarvitaan, jotta ymmärrys maailmasta rakentuu, epäkohtia tuodaan näkyviksi ja ihmiset saavat rakennustarvikkeita maailmankuvansa muodostamiseen. Koulutetut ammattilaiset tuntevat eettisen vastuunsa ja näyttävät ympäröivästä maailmasta tärkeäksi katsomiaan asioita objektiivisuuteen pyrkien. Työ vaatii paneutumista ja usein projektit ovat pitkäkestoisia. Sellaiseen eivät kansalaisjournalistit tai kännykkäkuvaajat yksin pysty.

Älypuhelin ei pienen ruutunsa ja heikon akkunsa vuoksi ole optimaalinen väline taustoittavan tiedon välittämiseen. Sanomalehti taas on aina täynnä eilisen uutisia ja tietokoneen ruutu on parempi työntekoon kuin lukemiseen. Kun iPad eli kosketusnäyttöinen tablettitietokone julkaistiin 2010, näytti se mielestäni hyvältä uudelta julkaisualustalta myös kuvajournalistiselle kerronnalle. Tabletti on käytettävyydeltään verrattavissa sanomalehtiin ja kirjoihin, mutta se yhdistää printin

hyvät puolet, kuten pitkien tarinoiden luettavuuden, verkon parhaisiin puoliin, eli päivitettävyyden, teoriassa loppumattoman tilan ja eri teknisten ratkaisuiden mahdollisuudet yhteen. Lisäksi yhteen tablettiin mahtuu lähes rajaton määrä sisältöä. Sen huomasi myös muun muassa S-ryhmä, joka toi kesällä 2012 iPadit Coffee House -kahviloihinsa kaikkien asiakkaiden ulottuville. ”Luettavissa ovat Helsingin Sanomat, viikkoliite Nyt, Kuukausiliite, Ilta-Sanomat, Taloussanomat, Hufvudstadsbladet sekä Image ja Mondo,” kertoo tiedote (S-ryhmän ravintolat 2012). Tabletit ovat levittäytyneet jo myös tavallisen kansan pariin, eikä kyse ole vain teknisesti orientoituneiden aikaisten omaksujien joukosta.

1.1. Tabletti on nuori julkaisualusta

Olen työskennellyt journalismin alalla kymmenen vuoden aikana, ja nykyinen median murros ja siirtymä verkkoon on ravistellut myös omaa opiskelu- ja työskentelyalaani, eli kuvajournalismia. Tabletit tarjoavat mielestäni yhden oivan ansaintamahdollisuuden, sillä julkaisualustojen kehittymisen ansiosta laadukasta sisältöä voi toteuttaa pienellä ryhmällä ilman merkittäviä painotai jakelukustannuksia. Printtipuolella 52 prosenttia kuluista syntyy painosta ja jakelusta, kertoo Sanomalehtien liitto (2007).

Tablettijulkaisualusta kiinnostaa itseäni myös tekijänä. Olen tehnyt useita kuvajournalistisia julkaisuja suoraan tablettiympäristöön ja olen tutustunut pelkän sisällön lisäksi jonkin verran myös teknisiin vaatimuksiin. Uskon, että tabletit ovat yksi hyvä julkaisuväylä itsenäisille tekijöille. Huomionarvoista on myös tablettien sisältöjen maksullisuus. Eri valmistajat ovat luoneet omia ekosysteemeitään, joihin kuuluvat applikaatio- eli pienoisohjelmakaupat. Ihmiset ovat tottuneet maksamaan alle eurosta useisiin euroihin eri ohjelmista, joita näissä kaupoissa on myynnissä. Niinpä myös lehdistä ja erilaisista julkaisuista ollaan valmiimpia maksamaan kuin netin puolella.

Tabletit ovat henkilökohtaisia laitteita, joihin ladataan erilaisia sisältöjä ja niistä on useilla käyttäjillä suora yhteys sähköpostitileille ja sosiaalisen median käyttäjätileille. Niinpä laitetta käytetään paljon ja useita kertoja päivissä. Sellaisen laitteen sisälle pääseminen on julkaisijalle voitto. Jos ihminen päästää ohjelman tai julkaisun henkilökohtaisen piirinsä sisäpuolelle, on käytön taajuus todennäköisesti tiheämpää kuin laitteella, joka ei kuulu arjen välineisiin.

Tabletit ovat olleet markkinoilla vasta muutaman vuoden ajan. Alkutaipaleella on nähty jo tuskallisiakin yrityksiä saada niihin luoduksi natiivia sisältöä. Esimerkiksi yhdysvaltalainen start up

-yritys Once Magazine julkaisi vuonna 2011 suoraan iPadille suunnatun kuvajournalismijulkaisun. Vain vuoden kuluttua ilmestyi viesti, jossa yritys kiitti kaikkia mukana olleita ja totesi, että rahat loppuivat kesken. Ehkä oireellista, etten edes minä, kuvajournalismin opiskelija ja suurkuluttaja, ollut tilannut lehteä alun pilottinumeron jälkeen. Kiinnostava yksityiskohta syntyy myös Oncen arkistosta: lehteä ei voi enää tilata ollenkaan, koska se toimii vain vanhassa iOS5-käyttöjärjestelmässä. Nyt mennään jo iOS8:ssa. Koska yritys on konkurssissa, eivät he päivitä enää lehden vaatimaa julkaisualustaa, joten lehteä ei voi ostaa eivätkä siis tekijät voi saada siitä enää rahaa. Käytännössä arkisto hävisi samalla. (Once 2012) Näin ei printtimaailmassa käy, ellei tulipalo kohtaa arkistorakennusta. Ipadin julkistamisen kanssa samaan aikaan julkaistiin myös The Daily, Rupert Murdochin News Corp -mediakonsernin yritys luoda paperiton uutislehti suoraan tabletille ja sen käytäntöjä hyödyntäväksi. Vajaan kahden vuoden aikana se kulutti 30 miljoonaa dollaria vuodessa saavuttamatta edes nollatulosta. Tilaajia lehdellä oli reilut 100 000, kun voitolle päästäkseen tilaajia olisi pitänyt olla yli 500 000. (Sweney 2012)



Kuva 1. Once-lehden pilottinumeron kansikuva. Kuvaa edelsi animaatio, jossa Once-logo piirtyi kuvaan pimeästä.



Kuva 2. The Daily -tablettilehden ensimmäisen numeron kansi.

The Dailyn jälkeen uusia tabletille suoraan luotuja julkaisuita ei ole tullut. Huomionarvoista on, että suomalainen Image julkaisi rohkeasti oman iPadille räätälöidyn version jo kesällä 2011. Se oli ensimmäinen kustantajansa A-lehtien tablettiversio (Markkinointi & Mainonta 2011). Tilasin iPad-versiota, jossa joka lehden uuden materiaalin jälkeen julkaistiin joko lehden vanhoja laajoja reportaaseja tai uusia kuvareportaaseja maailmalta. Imagen tablettitaru loppui jo kahdessa vuodessa, kun A-lehdet totesi, ettei lehti kerännyt riittävästi lukijoita tablettiversioon valmistamiskustannuksiin nähden. A-Lehtien digijohtaja Petri Pekki jopa paljasti, että ”iPad-latauksien toteutuneet lukemat jäivät sadan ja kahden sadan välille.” (Hakola 2013) Luku ei ole järin suuri, kun Imagen paperiversiolla on lukijoita 85 000 (A-Lehdet 2014).

Tässä tutkielmassa etsin hyviä tapoja hyödyntää uutta julkaisualustaa. Suomessa esimerkit ovat vielä vähissä, mutta ulkomailla monet kustantajat ovat kehittäneet hyvinkin pitkälle vietyjä kokeiluja tabletin avulla. Toisaalta puhtaasti kuvajournalismiin keskittyviä julkaisuita en löytänyt, vaan joudun laajentamaan kuvareportaaseista vahvasti visuaalisiin elementteihin ja valokuviin luottaviin artikkeleihin. Mutta kuten Mario Garcia (2012) toteaa, tabletit olleet olemassa vasta niin vähän aikaa, että elämme vielä tablettien kannalta kiinnostavassa alkuvaiheessa.

Taustalla on myös pieni epäilyksen siemen. Täysin uuden ja tuoreen julkaisualustan teknisten ominaisuuksien tutkiminen ja soveltaminen kuvajournalismin hyödyntämiseksi ei välttämättä ole järkevää tai resurssien oikeaa allokoitua. Voi olla, että tabletit ovat vain pieni välivaihe tai

harhapolku journalismin ja kuvien esittämisen taipaleella Gutenbergista kohti muita julkaisuvälineitä ja tapoja. Ehkä käsissä pidettävät ja pääosin internet-yhteyttä tarvitsevat kevyet laitteet, jotka saavat ihmisten ryhdin kumaraan, eivät olekaan ihmeentekijöitä, vaan lautanpalasia, joihin kustantajat tarttuvat kuin hukkuva merellä. Mutta ne ovat tällä hetkellä merkittävä julkaisualusta, ja kuten tilastot kertovat, tabletteja myydään jo enemmän kuin näppäimistöillä varustettuja tietokoneita. Niitä löytyy sadoistatuhansista kotitalouksista Suomessa, joten tabletteihin tutustuminen ja niiden mahdollisuuksien kartoittaminen on kiinnostavaa jo ilmiön yleisyyden vuoksi.

Monesti mainosmaailma ottaa haltuun erilaiset teknologiset innovaatiot ennen mediataloja alan luonteesta ja resursseista johtuen. Niin näyttää käyneen myös nyt. Etsin tätä tutkimusta varten kiinnostavia tablettilehtiä. Jouduin laajentamaan valikoimaa myös perinteisten julkaisijoiden ulkopuolelle. Kiinnostavia julkaisuita tekevät nimittäin esimerkiksi virvoitusjuomistaan ja lentoyhtiöistään tunnettu Virgin sekä energijajumajättinä tutumpi Red Bull. Ehkä tulevaisuudessa aiempaa useampi journalisti saa elantonsa muualta kuin mediatalojen kassasta tekemällä samaa työtä kuin aiemmin. Signaaleja tällaisesta on jo nähtävillä, sillä esimerkiksi Suomessa Raha-automaattiyhdistyksen markkinointiviestintäjulkaisu, useasti palkittu Raymond ja sen verkkoversio Raymond.fi, käyttää laajasti suomalaisia kuvajournalisteja ja journalisteja sisällöntuotannossaan. Sisällöt ovat monipuolista journalismia, ja tekijät voivat toteuttaa laajasti erilaisia ideoitaan järkevällä korvauksella työstään. Toisaalta haasteena tällaisessa toimintamallissa on journalismin ja mainonnan sekoittuminen.

Olen seurannut tabletteja erityisellä mielenkiinnolla muutaman vuoden ajan. Keväällä 2014 tein aiheesta kandidaatin tutkielman samasta aiheesta. Tämä opinnäytetyö on laajennettu ja täydennetty versio kandidaatin tutkielmastani. Kandistani on kulunut vasta vuosi, mutta paljon on ehtinyt tapahtua. Muun muassa Helsingin Sanomat on luopunut Kuukausiliitteen räätälöinnistä tablettia varten. Samoin kandidaatin tutkielmassa yhtenä vertailulehtenä käyttämäni Red Bullin julkaisema Red Bulletin on muuttunut tablettilehdestä pikemminkin interaktiiviseksi nettisivuksi. On kiinnostavaa seurata, mihin suuntiin tablettijulkaiseminen alkaa kehittyä ja löytääkö se ylipäänsä vakituisia esitysmuotoja verrattuna vaikkapa sanomalehteen, jonka käyttöliittymä on sinänsä ollut muuttumaton oikeastaan ensimmäisen sanomalehden painamisesta asti.

Keskityn tutkimuksessani eri julkaisuiden muotoon ja rakenteeseen. Rajaan siis sisältöjen ja merkitysten analyysin tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Kuvajournalismissa teknologinen kehitys

on aina mahdollistanut uusia tapoja esittää valokuvia ja visuaalista sisältöä, joten myös teknologista kehitystä on mielestäni tärkeää tutkia. Väitän myös, että tarinankerronnassa myös rakenteella on merkitys tarinan mukaansatempaavuuden ja kiinnostavuuden kannalta, joten on järkevää tutkia myös teknologian mahdollistamia narratiivisuuden ominaisuuksia. Lähestyn tässä tutkimuksessa kuvajournalismia siis vahvasti muoto edellä.

Tutkimukseni tarkoituksena on selvittää mitä uutta tablettien teknisillä ominaisuuksilla voidaan tuoda perinteisen kuvareportaasin kerrontatapoihin ja selvittää tuovatko ne lisäarvoa lukijalle ja katselijalle esimerkiksi helppokäyttöisyyden tai kiinnostavuuden kannalta. Selvitän myös miten tällä hetkellä hyödynnetään tablettien ominaisuuksia eri julkaisuissa. Harva julkaisija on vielä käyttänyt mielestäni täysimääräisesti tablettien potentiaalia, varsinkaan Suomessa. Suomessa tablettijulkaisuita tehdään, mutta julkaisualustat ovat käytännössä suoraan toimitusjärjestelmästä siirrettäviä automatisoituja tekstimassoja ja kuvia ilman tarkempaa taittoa.

Selvitän siis jo toteutuneiden tapojen lisäksi mahdollisuuksia, joita tabletti voi tarjota julkaisijoille - niin mediataloille kuin itsenäisille tekijöille. Tavoitteenani on selvittää minkälaisia yhdistelmiä on jo tehty kuvareportaasin esittämisen ja uuden teknologian innovaatioiden ja ominaisuuksien avulla ja hahmotella tulevaisuuden mahdollisuuksia tablettiympäristön hyödyntämiseksi kuvareportaasin julkaisualustana. Menetelmänä käytän sovellettua sisältonalyysia. Olen kiinnostunut siitä, mitä uusi julkaisualusta voi teknisten ominaisuuksiensa kautta tuoda kuvalliseen kerrontaan. Klassisen kuvareportaasin perusmuoto on säilynyt jo lähes vuosisadan ajan suhteellisen samankaltaisena, eli kuvien ja tekstin lineaarisena yhteispelinä paperilehden sivulta toiselle sekä nettisivulla ylälaidasta alalaitaan.

Olen myös kiinnostunut etsimään tabletille ominaisia kerronnan tapoja, joita hyödyntämällä kerronta voi olla monipuolisempaa kuin printissä.

Sinänsä tabletin uudet ominaisuudet eivät suoranaisesti liity kuvareportaaseihin. Pyyhkäisy, kiihtyvyyssanturien hyödyntäminen ja kuvien jatkuminen näyttöruudun yli ja ympärille, muut liikuttelumahdollisuudet ja gps-sijaintietojen hyödyntäminen toimivat myös missä tahansa visuaalisessa viestinnässä. Kuvareportaaseja pidetään kuvajournalismin kuningaslajina, ja on kiinnostavaa, miten teknologiaa voi hyödyntää, kun kuvareportaaseja siirretään printtimediasta tablettiympäristöön. Uutta on myös kuvareportaasin ja tablettien tarinankerronnallisten ominaisuuksien yhdistäminen. Vaikka kuvareportaaseja on tutkittu paljon ja tablettien

ominaisuksistakin tiedämme jo, ei juuri näiden kahden osatekijän yhdistelmästä ole tuotettu tutkimusta. Kun kuvareportaasissa on kyse tarinankerronnasta ja tabletin ominaisuuksissa lopulta vain teknologian edistymisestä, voisi helposti ajatella, ettei niitä ole mielekästä yhdistää.

Teknologia on kuitenkin aina liittynyt myös kuvareportaasien kehitykseen. 1920-luvun kevyet kinofilmikamerat suorastaan loivat mahdollisuuden kuvareportaaseille. Rasteripainotekniikka taas 1880-luvulla mahdollisti yleisesti ottaen kuvien painamisen tehokkaasti paperille. Tietotekniikan kehitys 1970-luvulta toi multimedian mukaan kuvalliseen kerrontaan, joten nyt uutta julkaisualustaa eli tablettia voidaan pitää mahdollisuutena jollekin uudelle. Journalismiin kuuluu luovuus ja uusien kerrontatapojen kokeilu, joten tabletit ovat nyt luoneet pohjan, jolle journalistit – sekä kuvaajat että kirjoittajat – voivat luoda uusia tapoja tuoda tarinoita julki yleisölle.

1.2. Taustalla teknologinen kehitys

Tabletit, älypuhelimet ja tietokoneet kuuluvat ylipäänsä viestintävälineiden voimakkaaseen muutokseen, jonka ennusti jo 1960-luvulla mediatutkija Marshall McLuhan. McLuhanin mukaan maailmassa on tapahtunut kolme isoa vallankumousta, jotka ovat muuttaneet ihmisten tavan viestiä ja olla yhteydessä toisiinsa. McLuhanin mukaan ensimmäinen muutos oli puheesta kirjoitukseen. Kirjoitettuna tekstit eristivät ihmiset pois heimomaisesta yhteisöllisestä elämästä, jossa asiat tapahtuivat sekavassa järjestyksessä ja eri aikoina. Kirjoitettu sana toi järjestystä ja kiintopisteitä. Seuraava mullistus oli kirjapainotaito, joka mahdollisti painetun sanan aiempaa tehokkaamman levittämisen. Kun aiemmin vähäisiä kirjoja ja tekstejä luettiin ääneen, nyt ihmiset eristäytyivät lukemaan omaa kappalettaan teoksesta, eikä yhteisölliselle tiedonvälitykselle ollut samalla tavalla tilausta kuin aiemmin. Kolmas muutos, lennätin ja sähkö ylipäänsä, muutti jälleen järjestystä siten, että ihmiset pääsivät taas yhteisen tiedon äärelle keskus-periferia-rakenteen sijaan. (Pietilä 2004, 150-151)

McLuhanin tunnetuin iskulause lienee "the medium is the message", eli väline on viesti. Sen tulkitaan tarkoittavan sitä, että itse laite tai väline, jolta viestiä luetaan, on merkityksellinen. Viestinten vaikutuksissa ei siis ole oleellista, mitä sisältöjä ne välittävät, vaan mitä ne teknologioina ovat. McLuhanin ajatus on, että ihmiset eivät viestimiä arjessa käyttäessään välttämättä huomaa niiden merkitystä ja mistä viestimissä on tosiasiaa kysymys. McLuhan lanseerasi myös maailmankylä-käsitteen, jolla hän viittaa siihen, että sähköisen teknologian kehittyessä koko

maailma voi olla yhteydessä toisiinsa. (Emt., 150) Internetin aikakaudella tämä onkin jo tapahtunut.

Tabletti on uusin versio välineestä, jolla välitetään uutisia. Se on nostanut aisteista uutena esiin kosketuksen - tabletti on suoranaisesti kosketuksella ohjattava laite. Tabletille on mahdollista luoda augmented realitya eli lisätodellisuuden ominaisuuksia. Tabletille voidaan luoda sovelluksia ja maisemia, joissa voi kulkea pitämällä tablettia silmien edessä ja käyttää sitä kirjaimellisesti kuin ikkunana vieraaseen maailmaan. Tällaiset ominaisuudet ovat uusia ja vievät eteenpäin jälleen sähköisten viestinten mahdollisuuksia.

McLuhanin mukaan sisällöllä on toki oma roolinsa, mutta se on alisteinen teknologialle (Emt., 150). Siksi onkin kiinnostavaa tutkia juuri teknologian mahdollistamia kerronnan tapoja - tekstin ja valokuvan sisältöä kun on tulkittu jo varsin paljon. Millaisia asioita teknologisilla asioilla voidaan luoda, jotka vaikuttavat tarinankerronnan etenemiseen ja tapoihin tarjoilla se lukijalle tai katsojalle?

Yksi teknologian mahdollistama ulottuvuus on julkaisijan portinvartijaroolin muuttuminen ja suoranainen poistuminen. Nykyisin tekijä voi olla kokija ja sisällöntuottaja ilman, että julkaiseminen vie kustantajansa vararikoon. Kalliita painokoneita ei enää tarvita vaan riittää, kun on yhteys internetiin. Tutkija Mary Panzer toteaa, että teknologinen kehitys on luonut kuvaajille mahdollisuuden julkaista omia tuotantojaan verkkosivuilla tai cd-romeilla ilman julkaisijan hyväksyntää. 2000-luku on muuttanut myös taidekuvan ja journalismin erottelua. Nykyisin kuvajournalistit saattavat kuvata suoraan näyttelyä varten ja kuvat julkaistaan vasta, kun näyttelystä kerrotaan lehdissä taidekriittikkeinä. (Panzer 2005, 33) Näin kävi myös edustamani kuvajournalistisen 11-kollektiivin ensimmäisen näyttelyn kanssa. SUOMI/FINLAND-näyttelyn Meeri Koutaniemen ottama kuva pakolaisnaisesta nousi Vuoden lehtikuvaksi, ja sen ensijulkaisu oli juuri näyttelyssämme.

Panzer sanoo, että rajaton mediamaailma kännykkäkamerakuvineen on pakottanut kuvaajat pohtimaan uudelleen tekijän, julkaisijan ja lukijan suhdetta. Tulevaisuuden julkaisut lupaavat täysin uusia tapoja kommunikoida, jotka ovat yhtä erilaisia kuin nykyiset kuvajournalistiset lehdet verrattuna esi-isiinsä. Internetin aikakautena kuvaajat ja päätoimittajat kehittävät uusia tapoja kertoa asioita kuten ne ovat, ja lukijat, kuvaajat ja kustantajat kehittävät uusia sopimuksia. (emt., 33)

Olen Panzerin kanssa samaa mieltä siten, että digitaalisuus mahdollistaa uusia tapoja luoda ja tuoda journalismia yleisölle. Myös uudet tavat ja väylät kommunikoida ja jakaa ovat tulleet viime vuosina

esimerkiksi Facebookin, Twitterin, Instagrammin, Snapchatin ja tietyssä määrin LinkedInin muodossa esiin. Niiden hyödyntäminen nykyaikaiselle kuvaajalle on järkevää, ja niiden väylien avulla voi myös markkinoida tuotteita, joita on itse luonut – esimerkiksi tablettijulkaisuna.

Toinen merkittävä digitaalisuuden mahdollistama kehitys on mahdollisuus saavuttaa yleisö ilman välikäsiä. Globaalilla sosiaalisen median aikakaudella kiinnostuneiden joukon löytäminen on aiempaa helpompaa ja nopeampaa. Oman yleisön ja seuraajakunnan rakentamisesta ja palvelemisesta voi tehdä myös kaupallisesti kannattavaa toimintaa. Esimerkiksi kuvajournalisti Touko Hujanen rakensi kesällä 2014 Uuden Maan Sanomat -teemaisen Facebook-kampanjan. Kesän aikana hän vieraili Uudenmaan alueella erilaisissa paikoissa, tapahtumissa ja ihmisten luona. Näitä tarinoita hän julkaisi lyhyinä teaser-pätkinä avoimella Facebook-sivullaan. Syksyllä näiden kuvatarinoiden pohjalta syntyi artesaanisanomalehti, jolle Hujanen keräsi rahoitusta Mesenaatti.me-joukkorahoituspalvelun kautta. Rahoituskampanja löi aiemmat kotimaiset ennätykset (Sarhimaa 2014), ja Hujanen kokosi neljässä viikossa yli 16 000 euroa ennakkotilauksina ja teosmyyntinä. (Mesenaatti.me 2014)

Hujanen kampanja osoittaa kiinnostavasti digitaalisten väylien ja analogisen printtilehden ennakkoluulottoman yhdistämisen. Samankaltaista strategiaa voi käyttää myös digijulkaisun kanssa.

1.3. Tutkimusongelma

Julkaisualustojen tekninen kehitys ja kuvajournalismin uudet mahdollisuudet ovat aina kulkeneet käsi kädessä eteenpäin. Nyt tabletit näyttävät luoneen uuden väylän julkaista kuvajournalismia, ja se vaikuttaa sekä kuvien käytön mahdollisuuksiin että uudenlaisten julkaisuiden tekemiseen, sekä mahdollisesti ohjaa tapaa ajatella visuaalista sisältöä ylipäätään – esimerkiksi liikkuvan kuvan tarve näyttää yleistyvän jatkuvasti. Tabletit ovat vielä niin nuori julkaisualusta, että emme varmasti ole nähneet vielä niiden koko potentiaalia. Siksi onkin kiinnostavaa selvittää, mitä uusia kerronnan tapoja tabletit ovat tuoneet kuvajournalismiin ja kuvareportaaseihin.

Tutkimusongelmani rakentuu tablettiteknologian ja kuvareportaasien kohtauspisteestä. Millaisilla tavoilla kuvajournalismia esitetään tällä hetkellä eri julkaisuissa ja olisiko niistä löydettävissä uusia tapoja, joita ei ole vielä hyödynnetty? Vaikuttaako esimerkiksi kosketusnäyttö kuvien esittämistapaan ja luoko se uusia tarinankerronnallisia mahdollisuuksia?

Koska kuvajournalismi on yleisen määritelmän mukaan kuvien ja sanojen yhdistämistä, tutkin julkaisuja, joissa käytetään sekä kuvia että tekstiä. Vastatakseni tutkimusongelmaan olen muotoillut yhden tutkimuskysymyksen.

1. Mitä tablettijulkaisualustan kerronnallisia ominaisuuksia hyödynnetään eri julkaisuiden kuvareportaaseissa tai vastaavissa vahvasti kuvallisuuteen luottavissa reportaaseissa?

Tutkimuskysymys luotaa nykyhetken tilannetta. Pyrin tutkimukseni tulosten avulla kartoittamaan paitsi nykyistä julkaisijoiden käyttämää kerrontatapojen laajuutta myös hahmottelemaan mahdollisia tekniikoita ja kerronnan menetelmiä, joiden avulla julkaisuista saisi entistä houkuttelevampia.

2. Uusi tuotekategoria ja käyttötapa

"All of us use laptops and smartphones now. --- And the question has arisen lately. Is there a room for third category of device in the middle?"

- *Steve Jobs iPadin julkaisutilaisuudessa 2010*



Kuva 3. Steve Jobs esitteli iPadin vuonna 2010. Kuvakaappaus Youtube-videosta.

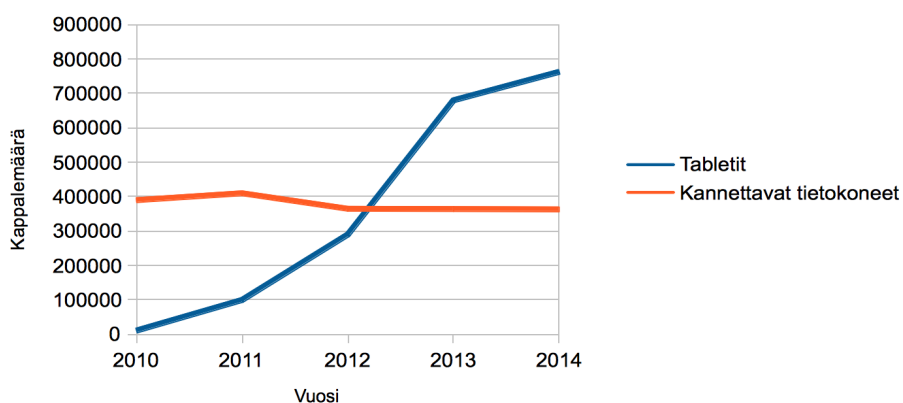
Tablettien merkitystä on mahdotonta vielä arvioida, mutta niiden lanseeraus herätti huomiota. Ensimmäisen tabletin esitteli teknologiayhtiö Applen silloinen pääjohtaja Steve Jobs tammikuussa 2010. Laitteiden toimitukset alkoivat saman vuoden huhtikuussa. (Apple 2010). Tableteissa tekniikka on puristettu hyvin ohueksi kokonaisuudeksi. Akku, keskusmuisti, kovalevy, näytönohjain ja muut tekniset osat on pakattu alle sentin paksuiseen koteloon. Siten on saatu aikaan laite, joka on kuin pieni taulu. Sitä ohjataan kosketuksella, joten laitteen käyttöön ei tarvita näppäimistöä tai hiirtä. Esimerkiksi Applen iPad Mini, eli suosituimman taulutietokoneimerkin pienempi seitsemän tuuman versio painaa keveimmillään alle 310 grammaa. Sellaisen pitäminen kädessä ja ottaminen mukaan on vaivattomampaa kuin perinteisen kannettavan tietokoneen.

Akunkesto on taulutietokoneissa aktiivisen käytön aikana jopa kymmenen tuntia, kun kannettavissa tietokoneissa se on tavallisesti muutaman tunnin verran. Taulutietokoneiden muistiin mahtuu jopa 128 gigatavua dataa, ja nykyisin pilvipalvelut, kuten Dropbox, Google Drive ja iCloud, tekevät itse

laitteen muistin määrästä osittain triviaalin, jos verkkoyhteys vain on käytettävissä. Applen lehdistötiedotteessa Steve Jobs sanoi iPadin ”luovan ja määrittelevän kokonaan uuden laitekategorian, joka yhdistää käyttäjät applikaatioihin ja sisältöihin aiempaa intiimimmin, intuitiivisemmin ja hauskemalla tavalla.” (Apple 2010) Taulutietokoneet ovatkin vallanneet tilaa varsinkin läppäreiltä ja mini-läppäreiltä, joista miniläppärien tuotekategoria on käytännössä kadonnut. Tablettien myyntimäärät osoittavat laitteen suosion ja monikäyttöisyyden. Varsinkin liikennevälineissä, kuten junissa ja lentokoneissa, näkee selkeästi tablettien suosion. Yhä useammalla näyttää olevan käsissään joko Applen tai muun teknologiayhtiön valmistama taulutietokone. Apple sai vahvan alun julkaisemalla tabletin ensimmäisenä teknologiayhtiönä, mutta alun ylivalta 60 prosentin markkinaosuudella on sulanut muutamassa vuodessa kolmannekseen kokonaismarkkinoista. Kilpailijat, kuten Samsung, Asus, ja Microsoft ovat kirineet muutamassa vuodessa rinnalle muun muassa hintakilpailun turvin. Yksittäisenä valmistajana Apple on edelleen merkittävin, sillä vuoden 2014 viimeisellä neljänneksellä Apple toimitti 28,1 prosenttia kaikista tableteista markkinoille, ja toiseksi suurin myyjä Samsung 14,5 prosenttia (IDC 2015).

Suomessa tabletit ovat vaikuttaneet jonkin verran kannettavien tietokoneiden myyntiin sekä täysin miniläppäreiden myyntiin - ne käytännössä katosivat markkinoilta tablettien ilmestyttyä kauppojen hyllyille. Kodintekniikka-alan yhteistyöfoorumi GoTech:n keräämissä tilastoissa näkyy selvä muutos tablettien myyntimäärissä sekä niiden myyntimäärissä suhteessa kannettaviin tietokoneisiin.

Tabletilaitteiden ja kannettavien tietokoneiden kappalemyynti 2010-2014



Kuvio 1. Tabletti- ja kannettavien tietokoneiden myyntimäärät Suomessa 2010-2014. (Kodintekniikka-alan yhteistyöfoorumin tilastot, 2015)

Taulukosta käy ilmi, että kannettavien tietokoneiden kappalekohtainen myyntimäärä on pysynyt

suhteellisen tasaisena. Muutokset pysyvät muutaman prosentin sisällä vuodesta toiseen, tosin pieni notkahdus on havaittavissa vuodesta 2011 vuoteen 2012 – samaan aikaan kun tablettien myyntimäärät nousivat reilusta 100 000 kappaleesta lähes 300 000:een. Merkittävä kiihdytys tapahtui vuonna 2013, kun koko vuoden aikana myytiin yli 680 000 tablettilaitetta. Muutos johtunee siitä, että myös halpatuotantotabletit alkoivat yleistyä hiljalleen markkinoilla, kuten tapahtuu minkä tahansa uuden tuotteen tarjonnan kohdalla. Huomionarvoista on, että tähän lukuun ei ole laskettu älypuhelimia, vaan kyse on käytännössä vain eri valmistajien tablettilaitteista, joiden käyttötarkoitus on lean back -ajattelumallin mukainen sisällön selailu ja nauttiminen. Kolmessa vuodessa Suomessa on myyty yli miljoona kappaletta tablettilaitteita. Tablettien myynti ei ole merkittävästi vähentänyt kannettavien tietokoneiden myyntiä, vaan se on kasvanut omaksi kategoriakseen.

Nähdäkseni ihmiset ovat omaksuneet tabletit arkeensa. Uusi laite tuo myös uusia mahdollisuuksia, sillä ihmiset luovat itse käyttötavat ja -tarpeet uusille välineille, ja ovat valmiita myös kokeilemaan uusia tapoja käyttää niitä. Tabletit luovat uusia mahdollisuuksia rahoittaa journalismia. Yksi tablettien kiehtova piirre on ollut aiemmin mainitsemani applikaatioiden ja muiden sisältöjen maksullisuus. Tällainen ajattelutavan muutos voi mahdollistaa yksittäisille tekijöille – ja miksei isoillekin korporatioille – uuden ansaintamallin: jos julkaisee oman työnsä applikaationa, voi siitä saada rahaa. Olen testannut tätä itse käytännössä. Julkaisimme DocImages-multimediatuotantoyhtiömme kautta kuvareportaasikoosteen Iranin-matkaltani (Muukkonen 2014). Asetimme tuotteelle hinnan, 3,59 euroa, emmekä antaneet ilmaiseksi kuin pienen esikatselun. Kuukausi julkaisun jälkeen Tervetuloa pahan valtakuntaan -julkaisuamme oli myyty satojen eurojen edestä. Yksi kiinnostava ulottuvuus on, että kyseinen materiaali on pääosin kerätty julkisista Facebook-päivityksistäni elokuulta 2013, kun vierailin Iranissa kuvareportaasimatalla.



Kuva 4. Tervetuloa pahan valtakuntaan -tabletijulkaisun kansikuva. (Muukkonen 2014)

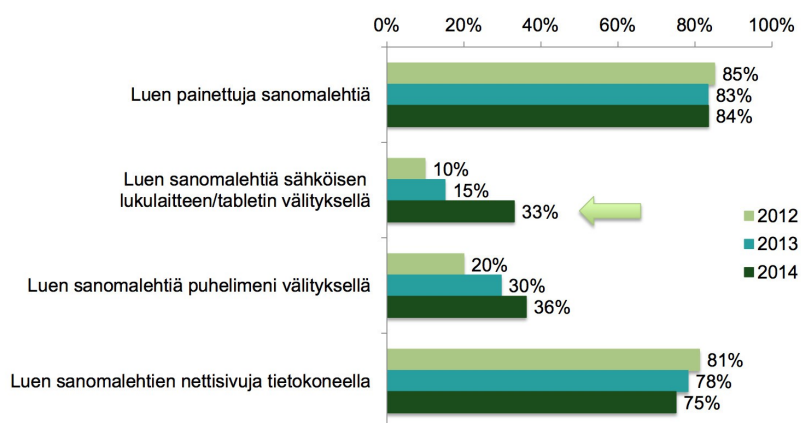
Kun sisältö paketoitiin kokonaisuudeksi ekstramateriaaleilla lisätynä, kokee yleisö ilmeisesti maksamisen paketoinnista ja kokonaisuuden kuratoinnista hyväksi vaihtoehdoksi – unohtamatta miellyttävää lukukokemusta ja sen tuomaa tunnetta. Myös verkkolehdet siirtyvät hiljalleen maksullisiksi. Maailmalla ensimmäisenä maksumuurin taakse siirtyi maailman luetuin sanomalehti The New York Times vuonna 2011 (Sweney 2011). Ensimmäisinä Suomessa maksumuurin pystyttivät Kauppalehti (Markkinointi & Mainonta 2012) ja Helsingin Sanomat etunenässä (Helsingin Sanomat 2012). Myöhemmin myös muun muassa maakuntalehdet, kuten Aamulehti, ovat siirtäneet sisältöjään maksumuurin taakse. Aamulehden päätoimittajan Jouko Jokisen mukaan myös muut Alma Aluemedian tilattavat lehdet siirtyvät maksumuurin taakse vuoden 2015 loppuun mennessä (Autio 2014).

2.1. Tablettien käyttö Suomessa

Tabletit saapuivat Suomeen nopeasti. Reilussa neljässä vuodessa Suomessa on myyty yhteensä lähes kaksi miljoonaa tabletilaitetta. Tabletti on yleistynyt ja sitä käytetään paljon myös lehtien lukemiseen. Kolmannes suomalaisista luki sanomalehtiä tabletilta tai vastaavalta sähköiseltä lukulaitteelta vuonna 2014. Luku on yli kaksinkertaistunut vuodessa (Sanomalehtien liitto 2015). Kiinnostavaa on myös, että tabletti kilpailee puhelimen kanssa lähes rinnakkain sanomalehtien

lukemisesta. Tablettia ja sähköistä lukulaitetta käyttää 33 prosenttia vastaajista, mobiilia 36 prosenttia. Tabletin suosio on kasvanut nopeammin kuin puhelimen (taulukko 2).

Sanomalehtien lukeminen



Lähde: Yhteisöllistyyvä media 2014

Kuvio 2. Sanomalehtien lukemisen välineet vuonna 2014 (Sanomalehtien liitto 2015).

Tabletin käytön yleistymisen ei näy julkaisualustalle ominaisten sovellusten julkaisemisena. Suomessa yksikään mediatalo ei tee tabletille täysin räätälöityä applikaatiota. Lehtibrändit tukeutuvat näköislehteen tai automatisoituun tablettiversioon. Näiden ongelma on, että niissä menetetään valtaosa tabletin erityisominaisuuksista. Toisaalta se on tilastojen valossa osittain ymmärrettävää. Vaikka kolmasosa kansasta lukee sanomalehtiä tabletilla, vierailee yhä 75 prosenttia suomalaisista sanomalehtien nettisivuilla tietokoneella. Luku on pudonnut kolmessa vuodessa kuusi prosenttiyksikköä. Syitä voi olla useita, mutta yksi merkittävimmistä lienee mobiili- ja tablettikäytön suosion kasvu. Suosion nopean kasvun vuoksi olisi nähdäkseni järkevää rakentaa myös tablettiversioita pelkän verkkosivun ja printtiversioon lisäksi, sillä kansa on hiljalleen tottunut käyttämään tablettia.

Vastaväitteen tarjoaa Monocle-luksuslehtikonseptin luonut Tyler Brûlé Nieman Labsin haastattelussa (Liechtermann 2015). Brûlé on onnistunut luomaan Monoclesta menestyvän kokonaiskonseptin medianmurroksen aikakaudella, ja hänen mukaansa tabletille räätälöidyn sisällön tekeminen ei ole järkevää, koska ”yhä useampi ihminen lukee paperilta mieluummin kuin

taustavalaistulta näytöltä”. Brûlé perustelee tabletitonta julkaisua myös sillä, että mainostajat eivät halua maksaa ylimääräistä tablettiversiosta, vaan he kokevat sen lisäarvona. Lisäksi Brûlé katsoo, että eri versioiden tuottaminen tabletille on kallista. Alkuun oli ajatus, että riittää, kun tekee iPadille yhden version, mutta muiden valmistajien syöksyessä tablettimarkkinoille on liikkeellä runsaasti eri resoluutiolla, kuvasuhteella ja käyttöjärjestelmillä varustettuja tabletteja. Luksuslehden, kuten Monoclen, luominen kaikkia formaatteja silmällä pitäen olisi kallista. Brûlé uskoo, että kuukausittain ilmestyvät lehdet vetäytyvät ajan myötä kokonaan tablettien julkaisemisesta, koska sen tuotto ei vastaa odotuksia.

Ymmärrän kustantajan näkökulman: kannattamatonta liiketoimintaa ei kannata tehdä kovin pitkään, ellei horisontissa näy muutosta, joka kannustaa julkaisemaan natiivia tablettisisältöä muutosta odotellessa. Merkittävä rooli on myös mainostajilla. Jos Brûlén julkaisemissa kanavissa mainostavat brändit eivät arvosta teknistä etunojaa ja ole valmiita maksamaan tabletissa näkymisestä, ei ilman rahoitusta voi luoda laadukasta sisältöä. Kyse voi olla myös noidankehästä. Jos ei ole laadukasta tablettinatiivia sisältöä, ei ole myöskään laatua vaativia ja laadusta maksavia lukijoita eikä lopulta mainostajiakaan. Ehkä aika ei ollut heti tablettien ilmestyttyä kypsä tablettilehdille. Palaan tähän tarkemmin viidennessä luvussa, jossa pohdin tabletin kieliopin omaksumista.

3. Kuvajournalismin lyhyt historia

Kuvajournalismi on 1900-luvulla joutunut mukautumaan ja kilpailemaan muiden julkaisualustojen kanssa. Merkittävin uutuus oli television tulo markkinoille 1950-luvun lopulta alkaen. Uusi kuvallinen media vei laajoilta reportaaseilta tilan ja julkaisijoilta mainosrahat, ja aiemmin hyvin menestyneet kuvalehdet joutuivat talousvaikeuksiin, joita seurasi lehtien lakkauttaminen. Kuvajournalismin historian voi jakaa karkeasti kuuteen vaiheeseen Merja Salon (2000) mukaisesti. 1842-1881 elettiin piirroskuvitusten vaihetta, jolloin kuvia ei voitu käyttää sellaisenaan, vaan niistä tehtiin kaiverruksia, joita painettiin sanomalehtiin. Toisessa vaiheessa, 1881-1925, voitiin rasterilaatan keksimisen ansiosta painaa valokuvia lehtiin, ja alkoi kuvalehtibuumi länsimaissa. Vuodet 1925-1945 elettiin kuvajournalismin varhaisvaihetta. Sitä leimasivat uudet pienkamerat, Berliinin olympialaiset sekä sotapropaganda. Neljäs vaihe, tietynlainen kuvajournalismin kulta-aika, kesti vuodesta 1936 vuoteen 1963, eli yhdysvaltalaisen Life-lehden perustamisesta television valtakauden alkuun. Viidettä vaihetta Salo pitää television aikakauden kuvajournalismia 1963-1982, jolloin julkaisijat joutuivat hahmottamaan uudelleen kuvajournalistisen tehtävänsä ja profiilinsa. Syntyi erikoistuneita aikakauslehtiä, kuten urheiluun keskittyvä Sports Illustrated ja Rolling Stone. Silloin myös vanhat matkailulehdet, erityisesti National Geographic, nousivat jatkamaan 1973 lakkautetun Life-lehden kuvareportaasi- ja kuvajournalismiperinnettä.

Vuodesta 1982 on Salon mukaan alkanut tietokoneperustaisen mediakonvergenssin aika kuvajournalismissa. Siihen kuuluu kuvien digitaalinen käsittely sekä uusien julkaisualustojen syntyminen, eli käytännössä internetin yleistyminen.

Internet on vaikuttanut journalismiin varmasti eniten viimeisen 20 vuoden aikana. Se on ollut osaltaan tuottamassa median murrokseksi kutsuttua ilmiötä, jossa aiemmin vakaat lehtitalot ovat kärsimässä mainostulojen karatessa uudenslaisiin yhteyksiin ja uusille yrityksille, kuten Appllelle ja Googlelle sekä Facebookille, samalla kun ihmiset lukevat aiempaa vähemmän paperilehtiä, eikä bisneslogiikkaa ole vielä verkosta löytynyt kattamaan paperilehtimainonnan vähentymistä. Erilaiset multimediateokset ovat olleet viime aikoina avanneet uusia mahdollisuuksia kuvajournalismin kentällä. Kuvaajat eivät enää opettele pelkästään valokuvaamista, vaan myös äänittämistä, videokuvaa sekä taittamista.

3.1. Kuvareportaasit kertovat kokonaisuuksista

Merja Salon (2000) määritelmän mukaan kuvareportaasi on yksittäistä uutiskuvaa laajempi kuvajournalistinen lajityyppi. Se on useamman kuin yhden valokuvan kokonaisuus, jolta odotetaan tulkinnallisuutta ja kokemuksellisuutta. Kuvareportaasin sisälläkin on erilaisia määritelmiä. Sanomalehdistössä kuvareportaasilla voidaan tarkoittaa parin tunnin kuvausta, jota itse pidän pikemminkin tavallista laajempaa uutiskuvauskeikkana. Kuvareportaasilla tarkoitan tässä tutkielmassa laajoja, jopa vuosien mittaisia reportaaseja, joilla on vain vähän tekemistä sanomalehdistön suosimien laajennettujen uutisaiheiden kuvausten kanssa, vaikka niistäkin käytetään termiä kuvareportaasi. Life-lehden määritelmän mukaan tällaisesta voidaan käyttää myös termiä kuvaessee. Valokuvaajat ovat aina järjestäneet kuviaan sarjoiksi. Varhainen esimerkki sarjallisesta kerronnasta on Alexander Gardnerin kuvasarja Abraham Lincolnin salamurhaajien teloituksesta vuodelta 1865. Kuitenkin vasta 1890-luvulla rasterilaattatekniikan keksiminen vei kuvajournalismia eteenpäin siten, että valokuvia pystyttiin painamaan lehteen – 1890-luku oli ensimmäinen valokuvajournalismin huippuvuosikymmen.

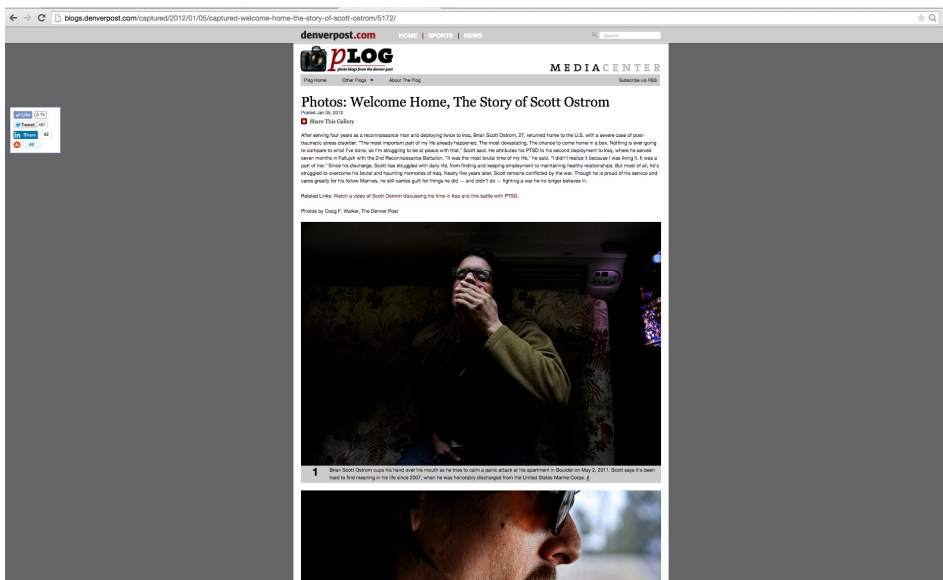
Modernin kuvareportaasin synty ajoitetaan yleensä 1920-luvun Saksaan, kun kevyet kinofilmikamerat tulivat markkinoille ja elokuvakerronnan eurooppalaiset leikkausideat vaikuttivat kuvalehtien taittoon. Yksi merkittävimmistä kameroista oli klassikoksi noussut Leica, joka tuli markkinoille vuonna 1924. 35-milliselle elokuvafilmille pystyi ottamaan kymmeniä kuvia vaihtamatta välillä filmirullaa. Kameran pieni koko antoi mahdollisuuden toimia huomaamattomasti. Niinpä sarjallinen ajattelu yhdistyi uudenlaiseen spontaanisuuteen. Kuvissa alettiin arvostaa niiden tilanneherkkyyttä ja elävyyttä. Aiemmin tekniset rajoitukset filmeissä vaativat kohteiden pitkän paikallaan pysymisen, mutta kinofilmillä ei samanlaisia rajoituksia enää ollut. Kuvareportaasien historiaan on vaikuttanut voimakkaasti jo edellä mainittu Life, joka perustettiin Yhdysvalloissa vuonna 1936. Life alkoi heti alussa tuottaa yhden valokuvaajan kuvaamia valokuvaesseeitä (emt., 95).

3.1.1. Kuvareportaasit median murroksessa

Nykyisin kuvareportaaseja julkaistaan lehdissä, kirjoissa, näyttelyinä ja internetissä muun muassa sanomalehtien verkkosivuilla. Kuvajournalismin julkaisemiseen erikoistuneita lehtiä tai verkkojulkaisuja ei tällä hetkellä Suomessa ole. Kuvajournalismia ja -reportaaseja toki käsitellään Suomessakin esimerkiksi Raw-lehden sivuilla, mutta lehti liippaa myös taidevalokuvan puolelle, sekä keskittyy pitkälti henkilöhaastatteluihin ja pitkäaikaisten projektien esittelyyn. Uutismaista

ajankohtaisuutta lehdessä ei siinä mielessä ole.

Lehdissäkin laajat reportaasit ovat Suomessa vähissä, sillä vain harva lehti tarjoaa kymmenien sivujen tiloja yhdelle reportaasille. Satunnaisesti julkaistaan laajojakin kokonaisuuksia, mutta sellaisia ei voi sanoa säännöllisesti ilmestyväksi osaksi aikakaus- tai sanomalehtiä. Toisaalta lehtien verkkosivut mahdollistavat reportaasien julkaisun juuri niin laajoina kuin on tarpeen. Tästä hyvän esimerkin tarjoaa yhdysvaltalainen Denver Post, joka julkaisi verkkosivuillaan valokuvaajien blogiosiossa kuvareportaasin nuoresta sotaveteraanista, joka kärsii sodan aiheuttamista mielenterveyshäiriöistä. Welcome Home, The Story of Scott Ostrom sisältää 49 kuvaa ja pitkää kuvatekstiä. Kuvat on ladattu sivustolle vain toinen toisensa alle ilman mitään multimediallista ominaisuutta. (Walker 2012) Reportaasi voitti Pulitzer-palkinnon. (Pulitzer 2012)



Kuva 5. Kuvakaappaus Denver Postin kuvablogista, jossa Pulitzer-palkittu kuvareportaasi Welcome Home, The Story of Scott Ostrom julkaistiin.

4. Narratiivisuus journalismissa

Teknologia luo viitekehyksen kerronnan eri tavoille. Se luo mahdollisuuksia ja rajoitteita.

Sanomalehti-julkaisualustalle tavanomaiset välineet välittää viestiä ovat painettu sana sekä erilaiset painetut kuvat ja kuviot. Radio hyödyntää ääntä, televisio ääntä ja kuvaa. Desktop tuo edellisten mukaan hypertekstin ja nonlineaarisen tarinankerronnan mahdollisuudet. Tabletti hyödyntää lisäksi kosketusnäyttöä sekä kiihtyvyyssantureita.

Kaikki edellä mainitut ominaisuudet liittyvät narratiivisuuteen, eli tarinankerronnan muotoihin, joka on keskeinen aihe myös tablettijulkaisualustan mahdollisuuksia tarkasteltaessa. Pelkkä tekninen laite ilman sisältöä on merkityksetön, mutta se, miten sisältö saadaan eloon ja tarjoiltua lukijalle, on olennainen tekijä, kun pohditaan uusien teknologisten innovaatioiden merkitystä journalismissa.

Kertomukset suhteuttavat tapahtumia toisiinsa ja käsittelevät niiden kausaalisia suhteita tavalla tai toisella. Toisaalta myös ristiriidat, jännitteet, odottamattomat asiat ja yllätys kuuluvat kertomuksen ja kertomisen ytimeen (Hyvärinen 2006, 3). Tarinoilla on etenevä luonne. Kun tarina on luotu taitavasti, se tempaa mukaansa ja luo katsojalle tai lukijalle mahdollisuuden päästä ikään kuin tilanteen keskelle läsnäolevaksi ja kokijaksi.

Ensimmäinen määritelmä tarinan rakenteelle löytyy jo ennen ajanlaskun alkua kirjoitetusta Aristoteleen Runousopista, jossa hän kuvailee teoreettisesti hyvän tragedian rakennetta. Kokonaisuus muodostuu siitä, millä on alku ja keskikohta ja loppu (Aristoteles, 1450b).

Onnistuneessa näytelmässä tai tarinassa on siis useita tapahtumia, jotka seuraavat toisiaan. Jostakin aloitetaan, sitten seuraa seuraava tapahtuma ja lopulta tilanne päättyy. Niin alku, keskikohta kuin loppukin voivat koostua useista episoideista ja tapahtumista, mutta niiden täytyy liittyä kausaalisesti toisiinsa. Yksittäiset tarinat vailla yhteyttä eivät ole tarina. Aristoteles määrittelee ehkä edellistä tunnettua lainaustaan kiinnostavammin muita tarinan olennaisia ominaisuuksia. Niihin kuuluvat nähtävä esitys, luonne, juoni, tyyli, lyyrinen runous ja ajatus (emt., 1450a). Tärkeimpänä tekijänä Aristoteles pitää tapahtumien yhdistämistä, sillä tragedia ei ole ihmisten, vaan toiminnan ja elämän jäljittelyä sekä onnellisuutta ja onnetonta kohtaloa. Juonen hallitseminen on ensiarvoisen tärkeää, sillä ilman toimintaa ei synny tragediaa, mutta ilman luonteita taas tragedia voi Aristoteleen mukaan syntyä. Siksi tärkeimpiä ominaisuuksia ovat juoni ja tapahtumien rakenne. Jo niillä saa rakennetuksia kiinnostavan tragedian, mutta pelkillä luonteen kuvauksilla tai tyyliiltään ja ajatuksiltaan hyvin muotoillulla puheilla ei saa aikaan samaa vaikutusta.

Aristoteles listaa tarinan kannalta olennaisiksi tekijöiksi edelleen juonen osat, eli käännekohtat, tunnistamiset ja kärsimyksen. Aristoteleen ajatukset ovat tarinankerronnan peruskiviä. Nähtävää esitystä voi tulkita julkaisualustaksi, luonteiden kuvaus tuo syvyyttä tarinaan ja ottaa lukijan tai katsojan mukaansa. Juoni eli tapahtumien rakenne ja käännekohtat ovat osa tarinankerronnan peruspilareita. Lyyrisen runouden liitän ylipäänsä huolelliseen ilmaisuun, ajatuksen taas kokonaisuuden selkeyteen ja ymmärrettävyyteen.

Aristoteleen esittelemää tragedian perusrakennetta kutsutaan amerikkalaisen elokuvan puolella kolmen näytöksen malliksi. Elokuvasta voi erottaa kolme osaa: virityksen, kehittelyn ja ratkaisun. Ensimmäisessä osassa päähenkilö päättää toimia, toisessa hän toimii ja kolmannessa osassa toteutuvat toiminnan seuraukset. Toiminnan käännekohtat sijoittuvat kahden ensimmäisen näytöksen loppuun ja kliimaksi viimeisten näytöksen loppuun. (Aaltonen 2007, 67)

Entä miten tarinoita voi kertoa? Kuvalla, tekstillä, äänellä, liikkuvalla kuvalla ja niiden yhdistelmillä.

4.1. Narratiivisuus uutisessa

Myös tavallinen uutinen on eräänlainen kertomus, vaikka tarinallisuus liitetään tavallisesti kaunokirjalliseen journalismiin. Uutisessa on aloitus, keskikohta ja loppu. Tosin uutisessa tarinan kertomisjärjestys käännetään usein pääläelleen. Ensin esitellään lopputulos, jonka jälkeen siirrytään siihen, miten lopputulokseen oli päädytty, ja loppuosa tuo lisätietoa, mutta se ei ole välttämätöntä, sillä uutisen periaatteisiin on kuulunut, että lopusta voi poistaa rivejä kokonaisuuden kärsimättä.

Sivuhuomiona mainittakoon, että tällainen perinteisen uutisen tarinallisuus ei siten täytä Aristoteleen määritelmää hyvästä ja tiivistä kerronnasta. Osien tulee koostua tapahtumista sillä tavoin, että jos joku niistä siirretään toiseen paikkaan tai otetaan pois, kokonaisuus muuttuu ja hajoaa. Jos näet osan mukanaolo tai puuttuminen ei saa aikaan mitään vaikutusta, se ei ole kokonaisuuden olennainen osa. (Aristoteles 1541a)

Uutinen on narratiivi. Se ei noudata perinteisen tarinankerronnan rakenteita, vaan sitä on kuvattu kärjellään seisovaksi kolmioksi tai pyramidiksi. Muodolla viitataan siihen, että uutistekstissä tärkein ja painavin asia kerrotaan ensin, ja sitten merkitys vähenee, kun uutisteksti jatkuu loppua kohti. Uutisessa kerrontatapaan on rakennettu sisään objektiivisuuden tavoittelun ihanne.

Myös itse sanomalehti noudattaa kerronnallisuuden peruseriaatteita useilla tasoilla. Hannu Pulkkinen (Pulkkinen 2008, 31–32) soveltaa graafinen suunnittelija Saku Heinäsen esittelemää ulottuvuusmallia, jota Pulkkinen soveltaa sanomalehteen. Mallissa lehden rakenteet nähdään neljän ulottuvuuden muodostaman jatkumona. Kaikki tasot sisältyvät laajempiin tasoihinsa. Ensimmäinen taso muodostuu graafisista perusosista, kuten kirjainmerkeistä, väreistä, linjoista, pisteistä ja symboleista, joista kaikki ulkoasut rakentuvat. Seuraavalla tasolla käytetään tekstiä ja kuvia ja niiden keskinäistä sommittelua, jolloin yhdellä sivulla sekä aukeamalla on oma rytminsä, jossa juttujen koot ja merkitykset vaihtelevat, mutta luovat yhtenäisen kokonaisuuden.

Aukeamien peräkkäisyys luo kolmannen ulottuvuuden, jonka avulla voidaan hahmottaa lehden osastot tai koko numero. Peräkkäin ilmestyvät numerot luovat neljännen ulottuvuuden. Ajan kuluessa hahmottuu lehden historia, olemus ja rooli ympäristössään.

Jaottelua voi nähdäkseni pilkkoa pienempiin kokonaisuuksiin. Alku, keskikohta ja loppu ovat tärkeitä ominaisuuksia niin yhden artikkelin, sivun, aukeaman, osaston ja koko lehden tarjoilun ja rytmin kannalta. Tarinankerronnan peruselementtejä käytetään paljon rakenteellisesti hyödyksi. Eri osastojen aloitukset ovat varsinkin viikonloppuliitteissä ja -numeroissa näyttäviä aloituksia. Kokonaisen lehden rakenteen voi nähdä klassisen narratiivisuuden edustajana. Alkupuolelle lehteä kerätään tavallisesti tärkein aineisto (Pulkkinen 2008, 109), joten lehti alkaa merkittävillä uutisilla. Myös lehden keskelle on tärkeää saada kiinnostavaa sisältöä. Merkittävyyttä voidaan nostattaa sijoittamalla lehden keskiosaan myös niin sanottuja lähtöuutisia talousosastolle tai ulkomaille. Lopulta lehdet siirtyvät tv-uutisiin ja sarjakuviin, jotta lehden loppupuolella lukija saa kevennetyksi mielensä päivän uutistapahtumist ja orientoiduttua esimerkiksi illan televisioviihteen aikatauluihin. Kun lukija tuntee lehden rakenteen, osaa hän jo odottaa mukavaa lopetusta – sanomalehti ei jätä lukijaansa ikäviin tunteisiin, vaan sallii myönteisen lopetuksen kuin Hollywood-elokuvissa.

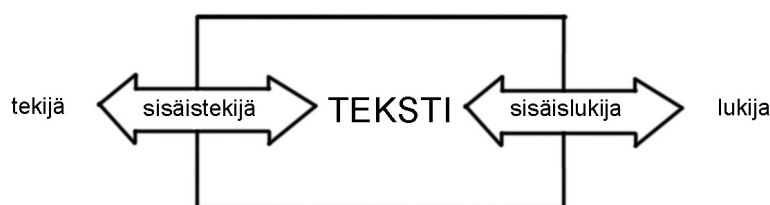
4.2. Kuvan narratiivisuus

Sanonnan mukaan kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa, mutta sen voi tulkita myös kertovan kuvan narratiivisuuden sanallistamisen vaikeudesta. Keskityn tässä pääasiassa lehtikuvan ja kuvareportaasin narratiivisiin ominaisuuksiin.

Valokuvia ja tekstiä on hankalaa erottaa artikkelikokonaisuudessa toisistaan. Kuvareportaaseissa on elementteinä usein vähintäänkin otsikko, ingressi, lyhyt tai pitkä teksti sekä kuvatekstit. Puhtaasti vain kuvista rakentua tarinoita ei juuri julkaista kuin taidekirjoissa, koska kuvan ja tekstin liitolla saadaan journalistisesti vaikuttavampia kokonaisuuksia. Yksittäinen valokuva on tarina. Kuvaa on edeltänyt ja sitä seuraa joukko tapahtumia. Mutta voimmeko yksittäisestä valokuvasta päätellä mitään varmaa tapahtumista ennen tai jälkeen kuvan oton? Janne Seppänen toteaa, että on luontevaa ajatella, että valokuvan kerronnallinen ketju voi täydentyä vain mikäli saamme sen itsensä ulkopuolista informaatiota, joka antaa vihjeitä tapahtumista ennen tai jälkeen valotuksen (Seppänen 2001, 102). Tarinallisuuden perusolemukseseen kuuluu kausaalisuus, joten yksittäisestä kuvasta ei lopulta paljontakaan saa kaivettua tietoa ilman sitä kehystävää tekstiä tai muuta lisäinformaatiota.

Mitkä ovat uutiskuvan ja kuvareportaasin kerronnan mahdollisuudet, tavat ja väylät? Valokuvan narratiivisista ominaisuuksista kirjoittaminen on vaikeampaa kuin tekstin tutkiminen, sillä kuva ei operoi samalla kielellä kuin teksti. Kuten Seppänen (emt., 105) pohtii, tuntuu luontevalta ajatella, että monet narratologisen tutkimuksen käsitteet, esimerkiksi fokalisaatio ja kirjallisen esityksen muodot (suora, epäsuora tai vapaa epäsuora esitys) eivät sovellu valokuvan tutkimiseen.

Miten päästä käsiksi kuvan kerronnallisuuteen? Seppänen soveltaa Seija Ridelliltä lainaamaansa narratologisen tutkimuksen sisäistekijä/sisäislukija -erottelua avaamaan lehtivalokuvan merkitystä.



Kuvio 3. Sisäistekijän/Sisäislukijan geneerinen malli. (Ridell 1994, 28)

Ridell esittelee mallin havainnollistamaan kirjallista kerrontaa. Sisäistekijä kuvaa aktuaalisen tekijän ja tekstin väliin sijoittuvia kirjoittamisen geneerisiä konventioita, sisäislukija taas aktuaalisen lukijana ja tekstin väliin sijoittuviksi lukemisen geneerisiksi konventioiksi ja odotuksiksi. (Ridell 1994, 28.) Käsitteenä sisäistekijä ja -lukija voivat olla haastavia hahmottaa, koska kyse ei ole inhimillisistä tekijöistä tai rooleista, vaan erinäisistä asioista, jotka on pakattu ikään kuin nuolien sisään. Kuvio auttaa hahmottamaan sitä, että sekä tekijän että kohteen kuin kohteen ja lukijan välillä on erilaisia odotuksia ja koodeja, jotka tekijä olettaa lukijan ymmärtävän.

Näiden odotusten ja koodien avulla voidaan myös leikitellä konventioilla.

Seppänen käyttää sisäistekijää hahmottamaan kuvaamisen geneerisiä konventioita kuvaajan ja kuvan välillä, sisäislukijaa taas kuvan ja kuvan katsojan välille hahmottamaan katsomisen geneerisiä konventioita ja odotuksia. Ne ovat siis kuin suotimet, joiden avulla voi määritellä mitä kuvaaja on mahdollisesti kuvallaan tarkoittanut sekä mitä katsoja voi mahdollisesti kuvasta "lukea". Seppänen käyttää sisäistekijä/sisäislukija -erottelua työkaluna analysoidessaan Kuukausiliitteen reportaasia "Matkalle baarien maahan!" analysoidessaan. Kuvat antavat tietenkin vaikutelman paikallaolosta ja ne rakentavat näkökulman kohteensa eli Pohjois-Karjalan nykyisyyteen. Valokuvaaja on ottanut tarkkailijan roolin, joka ei tee itseään näkyväksi, vaan antaa katsojalle mahdollisuuden muodostaa ajatuksia tilanteista.

Seppänen sanoo, ettei tässä tapauksessa kuvauksen kohteet eivät ole vähempiarvoisia, kuten dokumentarismissa kohteiden voidaan ajatella olevan - hehän eivät pääse vaikuttamaan kuvien käyttöön tai aiheeseen, johon heidät liitetään periaatteessa lupaa kysymättä. Olen tässä eri mieltä. Nähdäkseni modernin kuvareportaasin ilmaisukeinoja käyttävä Markus Jokela joko tietoisesti tai tiedostamattaan osoittaa kuvillaan juuri toiseutta. Jokelan kuvaustyyli ei estetisoi vaan oikeastaan paljastaa arkea. Kun Helsingin Sanomien kaksikko lähtee maakuntaan tekemään reportaasia siitä, millaista siellä maaseudulla on, esitetään kuvissa lähiöbaareja, joissa juodaan keskikaljaa pipot päässä. Kuvissa esiintyvien henkilöiden elekieli huokuu vaivaantuneita hymyjä ja tilanteen keskeneräisyyttä. Kuukausiliitteen reportaasin seitsemästä kuvasta vain kahdessa on esillä enemmän kuin yksi ihminen. Maaseudun baarien hiljaisuus on alleviivattua kuvakerrontaa. Seppänen toki toteaa, ettei hänen näkemyksensä samanarvoisuudesta ja tasapuolisuudesta esimerkiksi pääkuvan kuvakulman valinnan perustaalla tarkoita, ettei katsoja voisi skooppisesti hallita dokumentoinnin kohteina olleita ihmisiä. Seppäsen mukaan kuvat kertovat myös eri tarinaa kuin teksti, jonka tarkoituksena ei ole edes antaa todenmukaista kuvaa otsikon mukaisesta baarien maasta. Ristiriita syntyy, kun kuvat kertovat dokumentaristisesti suoraan siitä, mitä matkalla on nähty.

Sisäistekijän käyttö valokuvan narratiivisessa tarkastelussa osoittautuu ongelmalliseksi, sillä pelkästään tekstuaaliseen tai kuvalliseen informaatioon paneutumalla ei päästä kovin syvälle. Seppäsen mukaan sisäistekijän analyysi vaatisi konkreettista paneutumista reportaasin tuotantoon ja sen parissa vaikuttaviin kulttuurisiin jäsenyyksiin. Mistä joukosta ja miten kuvat on valikoitu, mitkä normit ja valtakurssit ovat prosessia tuottaneet, miten jutun profiilia on toimituksessa rakennettu, millaisten reunaehtojen vallitessa kuvitus on syntynyt? Valokuvan narratologiaa tarkasteltaessa on

siis keskityttävä tuotannon, kierron ja kulutuksen instituutioiden tarkasteluun. Tällainen analysointi on vaativa ja laaja tapa etsiä merkityksiä kuvista ja kuvareportaaseista, mutta se osoittaa toki sen, että valokuvaa ei saa haltuun kovin helposti, vaan sen tarinan taustalla vaikuttaa laaja joukko muuttujia, jotka eivät tule valokuvasta näkyviin. Tällaista analyysia kuitenkin tarvitaan, jotta kuva-analyysin käsitteet voidaan asttaa samalle operationaaliselle tasolle verbaalitekstin narratologian kanssa.

4.3. Kuvareportaasien kolme rakennetta

Kuvareportaasit ovat useiden kuvien kokonaisuuksia, joiden välillä on tarinankerronnalle välttämätön kausaliteetti. Miten ne esitetään paperilehdessä? Entä miten ne voisi esittää tabletilla? Hannu Vanhanen (2002) erittelee kuvareportaaseja rakenteen perusteella kolmeen eri kategoriaan. Ne ovat klassinen, moderni ja galleriarakenne. Kertaan lyhyesti eri kuvareportaasimallien rakenteet ja vertaan niitä tabletin narratiivisiin mahdollisuuksiin.

Klassinen kuvareportaasi

Klassinen kuvareportaasirakenne ilmentyy esimerkiksi Lifen julkaisemissa W. Eugen Smithin kuvareportaaseissa, kuten Vanhasen storyboard-analysoimassa Country Doctorissa ja A Man of Mercyssa. Klassinen kuvareportaasi paikantuu kuvareportaasien kulta-aikaan 1930-1950-luvuille, mustavalkokuvaan ja vallitsevan valon käyttöön. Valokuvaaja kuvaa kohdettaan humanistisesti ja empaattisen esteettisesti, jopa heroistisesti. Life kutsui näitä reportaaseja kuvaesseiksi, ja kuvaaja saattoi käyttää reportaasin koostamiseen useita kuukausia. Life loi kuvaesseilleen tarkkaan määritellyt rakenteet ja käsikirjoituskehyksen, jonka sisällön täyttäminen jäi valokuvaajan tehtäväksi, jotta taittajalla on riittävästi vaihtoehtoja tehdä kuvaessee. Life käytti kerrontastrategianaan klassista tarinankerronnan rakennetta, jossa on selkeä aloitus, keskiosa ja loppu. Kuvaajat saivat myös kahdeksan kuvatyypin ohjeistuksen, jonka mukaisesti heidän odotettiin ainakin jollakin tasolla tuottavan kuvia. Mukana oli niin yleisnäkymä tarinan näyttämöstä, puolikuvia toiminnasta ja ihmisryhmistä, lähikuvia, henkilökuvia, toimintaa, kaiken toiminnan ja reportaasin koostava avainkuva sekä sekvenssi, eli vaihe vaiheelta etenevän kuvasarjan sekä viimeisen sanan antavan päätöskuvan.

Kuvaesseeet saivat runsaasti palstatilaa lehdestä, ja ne täyttivät useita aukeamia. Miten tarina eteni aukeamalta aukeamalle? Vanhasen storyboard-menetelmästä lainaten Life-lehden reportaaseissa

kuvien samuus ja yhteenkuuluvuus toimivat sitovina tekijöinä tarinan edetessä. Kuvat olivat elokuvallisia, esteettisiä, ja aukeamat avasivat uusia laajoja näkymiä katsojalle. Lifen toimintamalli on jossain määrin noussut niin korkealle jalustalle, että se on lähes arvostelun yläpuolella. Mutta täytyy muistaa, että ennen televisiota Lifen kaltaiset julkaisut olivat ikkuna maailmaan. Nykyisin tällaisten kuvaessteiden tekeminen toimeksiantona on käytännössä mahdotonta. Kuvaajille ei anneta satunnaisten apurahojen lisäksi taloudellista mahdollisuutta luoda pitkiä kuvareportaaseja, vaan laajat projektit täytyy tehdä omalla riskillä. Lifen perintönä on jäänyt myös kuvajournalistinen ihanne tehdä laajoja kuvareportaaseja, ja monet kuvaajat pyrkivätkin luomaan laajoja kokonaisuuksia, joita voi myydä joko agentuureille, julkaisijoille tai julkaista itsenäisesti eri julkaisukanavissa.

Miten klassisen kuvareportaasin voisi rikastaa tabletilla aikakauslehteen verrattuna? Esimerkiksi Country Doctorin avauskuva voisi olla panoraama, joko video tai still-kuvasta rakennettu, ja maiseman aidot äänet voisivat kuulua taustalla. Jos avauskuvan ideana on näyttää tapahtumapaikka ja lähtö tarinalle, toisi ympäristön äänimaisema lukijan heti syvemmälle tilanteeseen ilman sen laajempaa tekstitunnelmointia. Country Doctorissa valituista kuvista seitsemän 28:sta on pystykuvia. Vaikka määrällisesti niitä on vähän, on ne taitettu pääosin kokosivun kuviksi. On makuasia, pitääkö pysty- vai vaakakuvaa näyttävämpänä. Tabletilla molemmat voivat täyttää koko ruudun, joten itse käyttäisin pääasiassa vaakakuvia ja ehkä vaihtelun vuoksi pystykuvia esimerkiksi rinnakkain taitettuna vertailutarkoituksessa. Sekvenssikuvat voisi esittää joko gif-animaationa tai kuvakarusellina, jossa yhdessä kehyksessä näytetään kaikki kuvat animoiduilla vaihdoilla.

Tekstin osuus Country Doctorissa on pieni. Leipätekstin voisi taittaa yhdelle ruudulliselle tai sitten astella pitkinä kuvateksteinä kohteena olevien kuvien luokse kosketuksen taakse. Kuvateksti voisi rullata esiin jollakin pyyhkäisyyleellä jokaisen kuvan kohdalla.

Kiihtyvyyssanturilla voisi rakentaa esimerkiksi reitin, jota lääkäri käyttää kävellessään kylässä talosta toiseen. Jos kuvaus olisi tehty pallopanoraamana, voisi katsoja nähdä ympärilleen ja tarkkailla tapahtumapaikkaa kaikessa rauhassa. Myös kaukokuva kaupungista ja vuorista voisi toimia animaationa The New York Timesin Snowfall-multimediateoksessa (Branch 2012) esitellyn kartta-animoinnin tapaan.

Moderni kuvareportaasi

Tarina, joka ei ole välttämättä tarina. Vanhanen (2002, 120) määrittelee modernin kuvareportaasin rakenteen klassisen ja galleriarakenteen välimaastoon, joka lainaa molemmilta. Jos klassinen kuvareportaasi on tarina, jossa on selkeät alku, keskikohta ja loppu, voi moderni tarina jakautua temaattisesti kahdeksi tai useammaksi alateemaksi. Kuvaklusterit eivät rakennu perinteisten jatkumoiden tapaan samuus-, aika- ja kausaalisuusjatkumoille, vaan niitä rakennetaan abstrakteista ja jotakin ilmiötä valottavista teemoista. Esimerkkinä modernin tyylin edustajasta Vanhanen nostaa analysoimansa Martin Parrin ja Markus Jokelan, jotka kuvaavat teemoja, aiheita, mutta kuvat eivät välttämättä ole kronologisia tai kausaalisia, vaan lähestyvät teemaa eri puolilta. Modernissa rakenteessa ei tähdätä teknisesti myöskään mustavalkoiseen ja elokuvalliseen kerrontaan, vaan värikuvat ja täytesalama tuovat välillä jopa kiusallisesti kuvaajan ja kohteen katsojan tietoisuuteen.

Yhtenäisyys syntyy erilaisuudesta. Kun kuvaa kaikkea kiinnostavaa mutta ironisoivalla asenteella, syntyy kuvista yhtenäinen tarina. Helsingin Sanomien valokuvaaja Markus Jokela ja nuoremmasta kuvaajien sukupolvesta Aamulehden Ossi Ahola edustavat Suomessa tällaista arkiselta näyttävää mutta tarkkailevaa kuvaustyyliä. Markus Jokelan kuvakirja Jotain on tapahtunut (Jokela 2009) kertoo jo otsikollaan, mikä yhdistää Jokelan kuvaustyyliä. Jotain on tapahtunut, mutta mitä, ja mihin se johtaa. Ajattelumalli sopii myös kuvan narratiivin pohdintaan. Mitä kaikkea yksittäinen kuva voi kertoa, ja millä tavoin Seppäsen mainitsema sisäistekijä tarjoaa välineitä luoda ymmärrystä Jokelan arjen huumoria huokuviin kuviin sekä yksittäin että sarjallisuutena kuvasta toiseen. Nähdäkseni moderni rakenne on tarkoituksella ironista vastavetona klassisen kuvareportaasin rakenteen vakavuudelle ja ehkä jopa naivistiselle maailmanparannusmissiolle. Modernit kuvaajat eivät tuputa näkemystään, vaan se löytyy tarkkailemalla kuvia pidempään ja etsimällä niistä syvempiä kerroksia vain pintarakenteiden tarkastelun sijaan.

On haastavaa ajatella modernia kuvareportaasirakennetta tabletille. Modernit kuvat toimivat itsenäisinä, niiden äärelle on tarkoitus pysähtyä yksitellen, ei katsoa elokuvallisena sarjana. Kuvien kertominen videomuodossa ei palvelisi tarkoitustaan. Tabletilla kuvista voisi rakentaa kuva-albumeita imitoivia rakenteita ja kehyksiä. Kuvat kaipaisivat ehkä taidegalleriamaista esillepanoa, joten reunukset kuuluisivat ruudun reunustalle erottamaan valokuvan reunat näytön laidasta.

Kuvat voisivat näkyä yhdessä kehyksessä, josta niitä voisi rullata painamalla kuvaa uudelleen ja uudelleen. Pyyhkäisy ei välttämättä olisi oikea liike, vaan juuri ”täppäys”. Mikään hidas tai animoitu näyttämöllinen kerrontatapa ei sovi moderniin rakenteeseen, vaan pikemminkin

salamavalomaiset välähdykset. Kaikki elokuvallinen ja klassinen täytyisi riisua myös julkaisualustan puolelta. Ei mitään tummaa, vaan valkoista ja yksinkertaista taustaa. Kuvatekstitkin saattaisivat olla liian osoittelevia. Yksinkertaiset tekstiruudut toimisivat varmasti tarkoituksenmukaisesti ilman ylimääräisiä graafisia elementtejä.

Galleriarakenne

Galleriarakenne eroaa Vanhasen mukaan selkästi klassisesta ja modernista kuvareportaasin rakenteesta (emt., 128). Galleriassa kuvat eivät rakenna lineaarista jatkumoa, vaan kuvat voivat olla esimerkiksi saman kuvaajan kuvakokoelmia tai saman teeman alle kuratoituja useiden kuvaajien kuvia. Kuvissa ei ole yhtä tapahtumapaikkaa tai tarinaa, vaan yhteenkuuluvuutta tuodaan rinnastuksilla sekä tarjoamalla lukijalle assosiatiivisia aineksia aiheeseen liittyen. Kuvat eivät noudata reportaasien estetiikkaa tai journalismin eettisiä ohjeistuksia, vaan ne viittaavat pikemminkin taidekuvaston puolelle. Reportaasi voi koostua pelkistä henkilökuvista tai tietyn konseptin noudattamisesta. Klassisessa ja modernissa rakenteessa tähdätään jonkinlaiseen kokonaisuuteen, galleriamaisessa taas kuvat voivat olla vain hetkiä ajan virrasta, kuten vaikkapa henkilökuvia venäläisistä ostosmatkailijoista Suomessa, jolloin katsojan vastuulle jää dramaturgian rakentaminen.

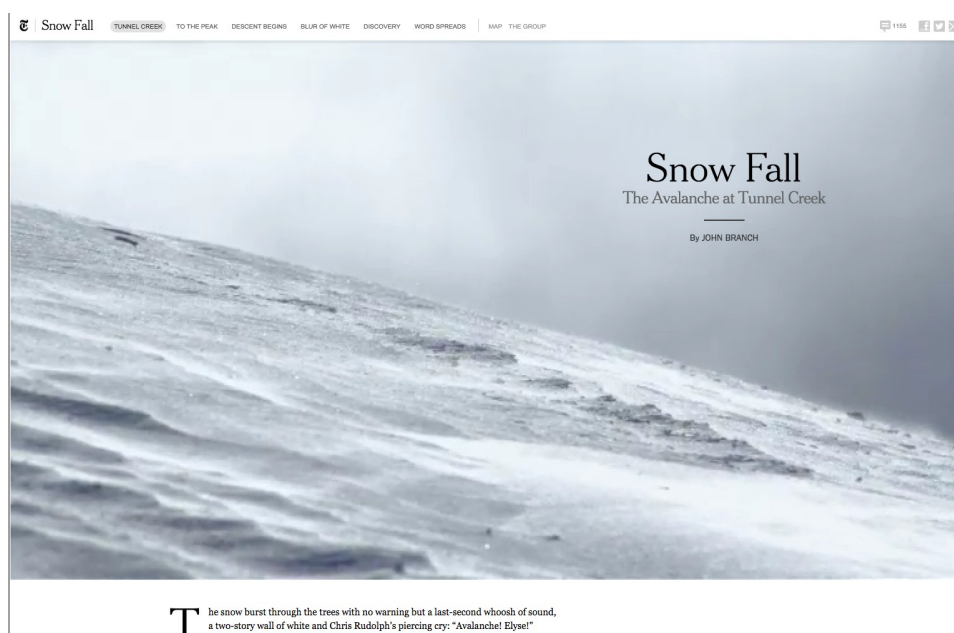
Vanhanen on analysoinut Jouko Lehtolan Imagessa julkaistun kuvasalkun, jossa rakenne on runsas, mutta tukkoinen. Kolmelle aukeamalle on taitettu 17 kuvaa, jolloin yksittäisten kuvien ainutkertaisuus ja tarinallisuus eivät pääse Vanhasen mukaan esille. Vanhanen löytää kaltaisuusjatkumoa, ja sekä visuaalisia että temaattisia yhteenkuuluvaisuuksia läpi aukeamien.

Tabletille galleriamainen taitto sopii hyvin. Vanhasen kritisoima tukkoisuus ja runsaus voisi poistua tabletilla esimerkiksi siten, että ruudukkopohjaisella taitolla yhdelle näytölliselle taitetaan esimerkiksi 8 tai 16 kuvaa. Yhdellä katsauksella ne näyttävät runsaille ja luovat tietyn visuaalisen yhteneväisyyden, mutta yksittäisen kuvan saa ponnahtamaan ruudukosta täyttämään koko ruudun kerrallaan. Silloin yksittäisen kuvan teoksellisuus ja tarinallisuus saisi näkyvyyttä eri tavalla kuin printtiin taitettu mosaiikki.

4.4. Desktop-reportaasien narratiiviset keinot

Käytän desktop-termiä kuvaamaan www-sivuilla julkaistuja reportaaseja, jotka vielä jokin aika sitten kuuluivat multimedia-yleiskäsityksen alle. Aikana, jolloin mediatalat tekevät sisältöjä sujuvasti printtiin ja eri sähköisiin kanaviin en näe olennaisena erotella erityisiä multimediareportaaseja, vaan katson tilannetta eri julkaisukanavien ominaisuuksien hyödyntämisen kannalta. Desktopilla tarkoitan siis reportaaseja, joissa on hyödynnetty pöytätietokoneiden ja kannettavien tietokoneiden isoja näyttöjä sekä mahdollisesti tehokkaita näytönohjaimia luomaan visuaalisesti näyttävästi eteneviä kokonaisuuksia. Niistä puuttuu kuitenkin ominaisuuksia, jotka liittyvät tablettijulkaisualustaan, kuten kosketuksella ohjaaminen, laitteen fyysinen läheisyys, ja kiihtyvyyssanturien hyödyntäminen. Lisäksi ne ovat visuaalisesti näyttävämpiä kuin mobiiliversiot, jotka ovat usein riisuttuja ja yksinkertaistettuja taittomalleja desktopille tai tabletille suunnatusta versiosta.

Vielä 1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa verkkoreportaasit olivat yksinkertaisia sovelluksia nettisivuilla tai erillisiä cd-rom-paketteja (Vanhanen 2002, 133). Tarinankerronta eteni lineaarisesti, kuvien ja tekstin ohella reportaaseissa käytettiin lähinnä ääntä.



Kuva 6. *Snow Fall* -multimediallisen artikkelin avauskuva. Lumipinta on videota, jossa lumihiutaleet tuiskuavat.

Vuonna 2012 The New York Times loi käytännössä uuden reportaasijulkaisutavan ja -kulttuurin *Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek* -reportaasillaan. Reportaasi keräsi yli kolme ja puoli

miljoonaa lukukertaa ja voitti Pulitzer-palkinnon vuonna 2013. Kyse oli laajasta artikkelista, joka käsitteli sitä, miksi edellisenä talvena Yhdysvalloissa kokenut laskettelijaryhmä hautautui lumivyöryyn. Teknisesti artikkelin julkaisussa muun muassa hyödynnettiin parallax scrolling -rullausta, koko ruudun täyttävää taittoa, jättivideoita, taittoruudukon ulkopuolelle taitettuja artikkeliosioita, videoanimointeja ja muita keinoja, joita ei aiemmin ollut käytetty verkkoreportaaseissa. (Jacobson 2015, 2)

Snowfallista alkoi uusi aika, sillä muutkin mediatalot halusivat luoda omista pitkistä tarinoistaan multimedian avulla netin räjäyttäviä kokonaisuuksia. Olennaista näissä uusissa artikkelikokonaisuuksissa on julkaisumuoto. Artikkelit luodaan yhdelle tai useammalle pitkälle sivulle, joita rullataan alaspäin (emt., 4). Rullauksen avulla sivulle ilmestyy uusia kokonaisuuksia, kuten koko ruudun täyttäviä kuvia, videoita, animaatioita, äänimaailmoja ja vastaavia journalistisia tarinankerronnan välineitä. Sivut ovat siis kuin pitkiä julisteita, joille on luotu sisältöä. Ero on suuri esimerkiksi tabletille räätälöityihin lehtiin, joissa edetään yleensä näytöllinen kerrallaan, vaikka artikkelin navigaatio sinänsä tapahtuisikin pystysuunnassa.

Susan Jacobsen selvitti tutkimusryhmänsä kanssa 50 tällaisen pitkän artikkelin hyödyntämiä ominaisuuksia. Tutkimuksessa selvisi, että kaikki käyttivät tarinankerronnassaan valokuvaa ja tekstiä, valtaosa videota ja paralleelin rullaamisen mahdollistamia nostolainauksia (pull quotes). Lähes puolet artikkeleista hyödynsivät infografiikkaa, karttoja, animaatioita ja ääntä. Joka kolmas hyödynsi myös kuvituksia, valokuvaesityksiä (photo slideshow). Lisäksi alle kolmanneksessa käytettiin myös interaktiivisia infografiikoita sekä muita interaktiivisia toimintoja. (emt., 9)

Tuloksissa (emt., 14) Jacobsen toteaa, että tekniset ominaisuudet paitsi osoittavat journalistien taitoja käyttää teknologiaa, ne myös osoittavat, että tekniset ominaisuudet mahdollistavat tarinankerronnan, joka peittää laajemman alueen kuin fragmentoitunut ja hajautunut hyperlinkitetty verkkomaailma ylipäänsä, ja laajentaa ymmärrystä siitä, millainen potentiaali verkolla on dramaattisen ja mukaansatempaavan journalismin luomisessa.

4.5. Tabletin narratiivisuus

Millaisia ovat tabletin narratiiviset ominaisuudet, tai ylipäänsä sen ominaisuudet, jotka vaikuttavat erottavasti esimerkiksi printtilehden käyttämiseen? Ensinnäkin, tabletit ovat vasta aivan kehityksensä alkuvaiheessa, ja uudenlaisia ominaisuuksia ja käyttötapoja syntyy, kun tekniikka kehittyy. Esimerkiksi nyt tabletin näyttö tarjoaa vain rajatusti erilaisia kosketusmahdollisuuksia, mutta näyttömateriaalien kehittyessä voi syntyä uudenlaisia tapoja vaikuttaa siihen, mitä näytöllä tapahtuu. Lehtikonsepteja ja -uudistuksia vuosikymmenet tehnyt Mario Garcia toteaa (2012), että kaikkea tabletteihin liittyviä ominaisuuksia ei ole vielä edes nähty, mutta merkittäviä eroja on useita.

Uutta on kontakti lukijan ja laitteen sisällön välillä, joka syntyy tabletin lean back -käyttötavasta ja kosketusnäytöllisyydestä. Tablettia käytetään pääasiassa rentoutumiseen, osoittavat tutkimukset. Sen kanssa siis nojataan taaksepäin ja rentoudutaan samaan tapaan kuin aikakauslehtien kanssa. Se eroaa lean in -medioista, joita ovat esimerkiksi tietokone ja älypuhelin. Niiden äärelle kumarrutaan tekemään asioita, olemaan aktiivisia, mutta tablettia käytetään enemmän päätteenä. (emt., 22)

Valtaosa, 77 prosenttia, tabletin käyttäjistä käyttää laitettaan päivittäin. Sitä ei käytetä kuitenkaan samalla tavalla kuin älypuhelimta, joka toimii ajankulutuslaitteena väliaikoina, kun ihmiset matkustavat paikasta toiseen tai odottavat jotain. Tablettia käytetään iltaisin, kun halutaan syventyä laitteen ääreen. (emt., 44) Tabletille voi siis luoda aikaa vaativia sisältöjä ja kokonaisuuksia, sillä lukijat käyttävät tablettia pitkään. Samaa havaintoa tukee BBC:n/Starcom Media Vestin tutkimus, johon vastanneista tabletin käyttäjistä 85 prosenttia halusi enemmän erityisesti tabletille suunniteltua sisältöä, joka mahdollistaa interaktiivisuuden. (emt., 48)

Vaikka tabletti ei ole sanomalehti, tv eikä nettiselain, sitä voi käyttää vaihtelevasti kaikkina niinä. Mutta tabletti tarjoaa koskettamisen ja valikoimisen mahdollisuuden, toisin kuin edelliset. Toki sanomalehteäkin liikutellaan sormella, mutta sanomalehden kanssa sormi on vain mekaaninen siirrin. Tabletilla sormi taas on aktiivinen toimija, jota halutaan käyttää ja sille halutaan erikseen suunniteltuja aktiviteetteja. Kun tablettiapplikaatiota suunnitellaan, täytyy hahmottelussa ottaa huomioon, että samaan aikaan täytyy palvella, aivoja, silmää, korvia ja kosketusta - vieläpä samaan aikaan. (emt., 34) Samanlaisia mahdollisuuksia eivät aiemmat mediajulkaisualustat tarjoa.

Tabletin näytön koko tukee Garcian mukaan pitkien tarinoiden julkaisemista. Koska ruudulle mahtuu useita rivejä, mutta ei koko artikkelia, ei lukija tiedä artikkelin pituutta etukäteen. Hyvä tarina vetää mukanaan loppuun asti. Tässä on selkeä ero sanoma- tai aikakauslehteen, jonka muoto

ja paksuus antaa jo vihjeen sen vaatimasta kokonaisajasta (emt., 337). Pitkien tarinoiden tehostaminen äänellä, kuvituksen vaihtoehtoilla (kuten videolla, animaatioilla, erilaisilla kuvasarjoilla) ja erilaisilla havainnoimista helpottavilla tavoilla kuuluvat tabletin ominaisuuksiin. Tabletti vaatii myös uudenlaista osaamista ja ajattelua tekijöiltään. Siinä missä Twitter paljastaa nykyisin uutistapahtumat heti niiden tapahtuessa, on tabletilla ja printillä samanlainen mahdollisuus taustoittamiseen ja asioiden suhteuttamiseen.

Syventävästä oivalluttamisesta esimerkkinä toimivat interaktiiviset animaatiot. Monet tablettilehdet ovat ottaneet käyttöön animoidun kannen. Kansi voi esitellä lehden pääartikkelin innovatiivisella tavalla, muotilehdessä kannen päähenkilöä voi pyörittää ympäri esimerkiksi vaatteiden tarkastelua varten, outdoor-lehdessä pääkuvan henkilö voi maastopyörällään kaukaa maisemasta kohti katsojaa. Huhtikuun 2015 printti-Imagesissa oli kolme erilaista kantta, ja oli sattumasta kiinni, minkä kannen sai. Tabletilla voi väläyttää näitä kaikkia esimerkiksi animaatioiden avulla, kun kerran kaikki kolme on tuotettu ja niiden näyttämässä kaikille lukijoille ei ole estettä. Erilaisia 3D-animaatioita voi hyödyntää myös lehtien sisäsivuilla esimerkiksi tiedeartikkelien liitteenä. Käden liikkeillä kuvaa voi pyöritellä, tai kiihtyvyyssanturin avulla käänellä katseltavaa kohdetta tai mennä vaikkapa erilaisten asioiden sisälle. Läsäolo ja lukijalle ohjasten antaminen on tabletille ominainen kerronnan tapa.

Ylipäänsä narratiivisuuden kuvailulle olisi tarpeen tehdä uusia ilmaisuja. Miten teknologia ja tarina liittyvät toisiinsa? Mitkä ovat artikkelissa - tai tarinassa - sellaisia pääasioita, jotka voisi kertoa muuten kuin tekstillä tai valokuvalla? Kuten Marshall McLuhan toteaa, teknologinen alusta vaikuttaa myös siten, mitkä aistit nousevat toisten edelle. (Pietilä 2004, 151) Tabletin lukijan täytyy olla jossakin määrin valveutunut erilaisista teknologisista mahdollisuuksista, jotta hän voi ymmärtää odottaa ja vaatia tablettijulkaisuilta yllätyksiä ja tuoreita ideoita samalla tavalla kuin sanomalehdeltä, vaikkakin nämä odotukset täyttyvät eri muodoissa, koska tabletilla voi käyttää laajempaa valikoimaa erilaisia keinoja luoda aistiärsykeitä alkaen siitä, että tabletilla voi hyödyntää non-lineaarista tarinankerrontaa luontevammin kuin esimerkiksi paperilehdessä.

5. Tabletin kielioppi

Miksi jotkut lehdet ylipäänsä onnistuvat vakiinnuttamaan asemansa ja toiset eivät? Miksi sähköinen paperi ei lähtenyt leviämään, mutta ihmiset ottivat tabletin omakseen? Miksi tabletille julkaistut journalistiset julkaisut sätkivät Suomessa? Syy voi löytyä kieliopista, jota emme vielä osaa, ja jota lehdet eivät ole kunnolla opiskelleet. Tässä tapauksessa en tarkoita kieliopilla kielen oikeakielisyyttä, vaan pikemminkin yhteisesti sovittua ja noudatettavaa koodia. Kielioppi ja säännöt selittävät journalismin sisällön ja muodon keskinäissuhdetta, ja se voi olla avain myös, kun pohditaan miksi uudet julkaisualustat eivät saavuta suurta menestystä sisällöllisesti. Veikko Pietilä katsoo, että journalismia voi ajatella sääntöjen noudattamisena. Kun journalistista työtä ja sen vastaanottamista lukijoiden puolelta hahmottelee etäältä, alkaa kokonaisuus vaikuttaa peliltä, jossa on säännöt. Nämä säännöt ovat kuin kieliopin sääntöjä: ne jäsentävät toiminnan kuten kieliopin säännöt jäsentävät kielenkäytön. Sitä paitsi toimija noudattaa toimintasääntöjä lähes yhtä automaattisesti ja itsestäänselvästi kuin kielenpuhuja kieliopin sääntöjä. (Pietilä 1995, 33)

Uutistyössä toimittaja siis muokkaa keräämäänsä tietoa journalististen kieliopin sääntöjen mukaisesti ja paketoi sen totutulla tavalla uutiseksi, joka painetaan lehteen ja lähetetään vastaanottajalle. Myös journalistisen tuotteen vastaanottaminen on sääntöjä noudattavaa toimintaa, koska vastaanottajalla on tilanteeseen asettuessaan tietoisempia ja tiedottomampia ennakkoodotuksia ja -käsityksiä, jotka kohdistuvat vastaanotettavaan journalistiseen tuotteeseen (emt., 34). Nämä odotukset ja käsitykset muodostavat siis kieliopin, mikä johtaa siihen, että lukija osaa ajatella paperille painettua paperinidettä sanomalehtenä ja osaa käsitellä sitä oikein. Pietilä testaa ajatustaan varsin suoraviivaisella vertauksella. Ennako-odotusten sääntöluonne on helposti osoitettavissa. Ajatellaanpa lehden numeroa, jossa kaikki kuvat olisivat nurinpäin. Sitä lukiessamme kokoisimme varmasti, että jokin siinä on väärin – siis että kuvien nurinpäinolo on virhe. Se, että ajattelisimme näin, osoittaa juuri, että journalististen tuotteen vastaanottaminen on säännöille perustuvaa toimintaa. Nimittäin ellei meillä olisi odotusta, joka on ilmaistavissa sääntönä: "Kuvien tulee olla lehdessä oikein päin", emme voisi kokea kuvien nurinpäinoloa miksikään virheeksi." (emt., 34)

Näin siis kokemuksemme, jonka perusteella koemme jonkin asian olevan väärin, osoittaa että suhtaudumme asiaan jonkin säännön tai tavan pohjalta. Ja silloin jonkin asian väärin oleminen loukkaa tätä sääntöä. Pietilä jatkaa säännöistä toiseen oikeastaan hyvin itsestäänselvältä vaikuttavaan ajatukseen arkiajattelusta ja arkitietoisuudesta. Arkiajattelulla hän viittaa ajatteluun, joka pitää itsestäänselvyytensä siitä, että yhteiskunnalliset instituutiot ja maailma ylipäänsä on sitä mitä sen voi odottaakin olevan, ja vain sitä. Niinpä journalismikin kiinnittyy arkiajattelun rytmiin.

Arjessa on totuttu odottamaan, että journalismi kertoo esimerkiksi instituutioista tietyllä tavalla. Jos niistä kerrottaisiinkin eri tavalla, ei noudatettaisi kielioppia, ja viesti olisi vaikea ymmärtää. Näin päästään yksinkertaiseen lopputulokseen. Journalismin sisällön ja muodon uudistamisen viimekätisenä tuomarina on vastakaiku yleisön taholta. (emt., 36.)

Entä miltä valtaosa tablettijulkaisuista näyttää? Joko näköislehdiltä tai kevyesti tabletille räätälöidyiltä versioilta. Helsingin Sanomien tablettijulkaisu näyttää olevan kehittynein päivälehdien tablettiversio. Artikkelien esillepanossa on jonkin verran vaihtelevuutta ja esimerkiksi mielipidekirjoitukset eroavat uutistekstistä palstajaon perusteella. Sinänsä artikkelit ja kuvat ovat sanomalehdestä tuttua materiaalia, eikä tablettiversiota varten ole tehty omia sisältöjä. Puutteita ja teknisiä lapsuksia on jonkin verran. Esimerkiksi videot ja animaatiot ponnahtavat play-napista uuteen ikkunaan, eivätkä ne lähde pyörimään suoraan ruudulta, kuten voisi odottaa Facebookin ja Instagramin automaattisten videostarttien aikakaudella.

Sanomalehden juuret ovat kirjojen visuaalisessa estetiikassa, joten tekstierämaa kumartaa edeltäjänsä. Se on kuitenkin paperilehden kielioppia ja sääntöjä noudattava julkaisu, ei natiivisti tabletille ajateltu tapa esittää journalismia. Kiinnostavampia sisältöjä julkaisualustan näkökulmasta ovat mainokset, joita klikkaamalla saa esiin esimerkiksi päivän ruokareseptin visualisoituna. Mainos on taitettu tabletille erikseen, ja ruudun mittasuhteet on otettu huomioon muun muassa tekemällä painikkeista sormelle sopivan kokoisia.

Yksitoikkoinen esitystapa saa aikaan kierteen. Kun julkaisun kielioppia ei opetella, ei lukijakaan osaa sitä lukea. Niinpä lukijalle näköislehti edustaa lehteä, vaikka näköislehti pelaa paperilehden pelisäännöillä. Tabletin ominaisuudet jäävät hyödyntämättä, koska niitä ei osata tehdä eikä lukija siten myöskään vaatia. Tabletin hyödyntäminen etsii vielä muotoaan.

Ongelma on tuttu ylipäänsä uusien teknologioiden kohdalla. Monet uudet innovaatiot eivät löydä paikkaansa ihmisten arkikäytössä, koska suunnittelijan sofistikoituneeksi kokema ja suunnittelema ominaisuus ei olekaan välttämättä sellainen, jonka lukija kokee hyväksi tavaksi. (Luomanen & Peteri 2013) Samalla tavalla voi olla, että tablettilehdet eivät olekaan juuri nyt sellaisia, joita ihmiset haluavat lukea. Ehkä muodot, sisällöt, toimitusprosessit tai julkaisurytmi ei toimi. Onko niin, ettei erillinen applikaatio ole optimaalinen lukijan kannalta? Voi olla, että lehtien Spotify - siis yhteen virtaan yhdistetyt artikkelit, joita voisi lukea kuukausimaksulla - olisi parempi tapa tuoda luettava lukijalle kuin jokaisen lehden omaa dna:ta noudattava julkaisualusta ja navigaatiojärjestelmä. Paljon

on kiinni siitä, pohditaanko julkaisuja tekijöiden vai lukijoiden näkökulmasta. Tällä hetkellä väitän, että julkaisuja tehdään kopioimalla taittomallit ja lehtien sisältörakenteet emojulkaisusta, ei välttämättä purkamalla paperin tai verkkojulkaisun kokonaisuutta osiin ja miettimällä, mikä olisi paras tapa julkaista tabletilla.

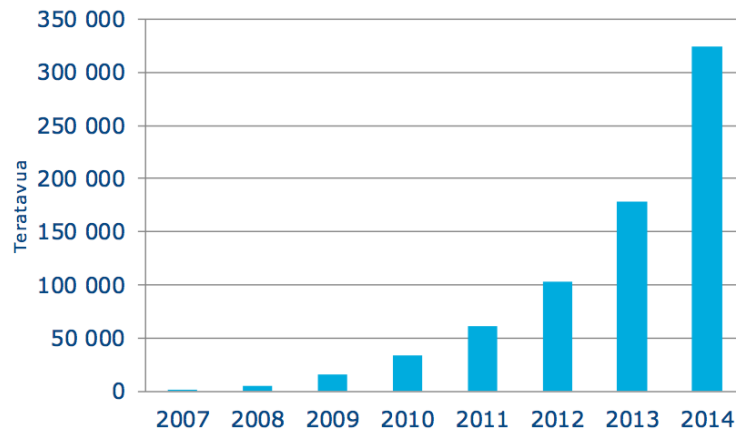
5.1. Tabletille mallia nettivideosta

Myös aikahorisontti on tärkeää ottaa huomioon. Tabletti luo mahdollisuuksia itsenäisille julkaisijoille, sillä tablettijulkaisusta puuttuvat paperilehden kulurakenteessa raskaat jakelu- ja painokustannukset. Toisaalta tabletille taittaminen ja julkaiseminen ei ole vielä kovin edullista.

Toisinaan tekniikan kehitys ei yksin riitä, vaan muutoksen täytyy olla laajempi ja muutoksen täytyy lähteä ihmisten tarpeista. Tekniikka perustelee sijansa vasta, kun sosiaaliset ja kulttuuriset prosessit näyttävät, mitkä teknisistä keksinnöistä muuttuvat teknologiseksi käytännöiksi, kuten Mikko Lehtonen kuvailee (1996, 90-92). Lehtonen käyttää esimerkkinä lennätintä, jonka ensimmäisiä versioita ehdotettiin käytettäväksi jo vuonna 1753. Tarvetta tällaiselle tiedonvälitykselle ei ollut vielä vuosikymmeniin, ja 1816 Iso-Britannian meriministeriö ilmoitti eräälle keksijälle, että keksintö on aivan turha. Vasta rautateiden kehitys 1830-luvulla teki selväksi, että lennätintä olisi syytä kehittää, ja 1860-luvulle tultaessa oli lennätinkaapeli jo yhdistämässä Pohjois-Amerikkaa ja Eurooppaa. Vasta muut muutokset siis synnyttivät sosiaalisen tilauksen lennättimelle. Ehkä vielä 1700-luvulla ei koettu, että viestiä olisi tarpeen lähettää sähköisesti, se tuntui epäolennaiselta. Teknologiat eivät määritä käyttötapojaan, vaan ihmiset tekevät sen yhdessä muun kehityksen kanssa. Ei 1950-luvun mustavalkotelevision aikaan osattu ajatella, että jossakin vaiheessa televisio olisi lituskainen kotiteatteri, jonka kautta voi pelata erilaisilla pelikonsoleilla realistisia pelejä ja katsella elokuvia internetin kautta suoratoistopalvelulla – tavallisen korkearesoluutioisen värikuvalähetyksen katsomisen lisäksi.

Haen vertausta nettivideoiden maailmasta. Teknisesti videoita on voitu julkaista internetin alkuajoista asti, yli 20 vuoden ajan. Silti vasta aivan viime vuosina videot ovat nousseet yhdeksi netin pääviestintäkanavista. Syitä nousuun on monia, mutta merkittävää tekijää esittää koko yhteiskunnan infrastruktuurin kehittyminen. Laajakaistayhteydet ovat esimerkiksi Suomessa jo osa kansalaisoikeuksia ja mobiililaitteiden yhteydet ovat parantuneet harppauksittain aivan viime vuosina, mikä näkyy myös mobiiliviestinnän datamäärän suorastaan räjähdysmäisenä kasvuna.

Suomessa siirretyn datan kasvu on ollut vuosittain 150-200 prosenttia, mutta kasvuvauhti hidastui 2014, jolloin se kasvoi vain 82 prosenttia edellisvuoteen nähden (Viestintävirasto 2015).



Kuvio 4. Matkaviestinverkossa siirretyn datan määrän kehittyminen 2007-2014. (Viestintävirasto 2015)

Datasiirron kasvu näkyy kaikkialla netissä. Otan esimerkin urheilun maailmasta. Urbaaneissa urheilulajeissa, kuten tempulaskettelussa visuaalisuus ja videot ovat kuuluneet lajikulttuuriin niin sanotusti aina. Näiden lajien perinteisiin kuuluu, että vuoden suorituksista kootaan yhteinen elokuva. Talvilajeissa on tavallista, että talvi ja kevät kuvataan elokuvaa, joka editoidaan kesän aikana ja julkaistaan syksyllä. Tämä tapa on kestänyt aikaa, mutta massiivisten tuotantojen rinnalle on tullut joustavampia ja jo kesken kauden julkaistavia lyhytelokuvia, eli webisodeja.

Webisodikulttuuri käynnistyi vasta vuonna 2009. Silloin ensimmäiset talven aikana ilmestyvät lyhytelokuvat tulivat erilaisten päiväkirja- ja kuvausprojektien kautta julkaisukanaviin, kuten Youtubeen ja Vimeoon. Silloin oli mullistavaa, että jo talven aikana nähtiin, mitä huippulaskijat olivat opetelleet ja kuvanneet. Webisodit olivat myös näppäriä katsoa, sillä niiden kesto oli ja on yleensä alle kymmenen minuuttia, kun taas pitkät elokuvat varsinkin Yhdysvalloissa kestävät yleensä tunnin tai reilusti yli.

Osansa on myös edullisissa leikkausohjelmissa. Laadukkaiden editointiohjelmien, kuten Final Cutin ja Premieren hinnat putosivat murto-osaan 2010-luvulle tultaessa. Myös edulliset hd-videokamerat ilmestyivät teknologisen kehityksen seurauksena markkinoille samoihin aikoihin – aiemmin kännyköillä ei voinut kuvata laadukasta videota, ja laadukkaat videokamerat olivat ammattilaiskäyttöön tarkoitettuja kalliita laitteita. Vuonna 2004 lanseerattu elokuva-alan

ammattilaisten jakopalvelu Vimeo ja vuonna 2005 perustettu kaupallisempi videonjakopalvelu Youtube mahdollistivat kenen tahansa ladata videonsa palveluihinsa ja muiden katsojien saataville. Entisestään näiden palveluiden suosio kasvoi muutama vuosi myöhemmin, kun Vimeo vuonna 2007 ja Youtube vuonna 2008 lanseerasi 1280x720-hd-laatuiseen videon lataamisen palveluihinsa (PR Newswire 2007, Bell 2008, 5). Samoihin aikoihin nettiyhteydet olivat parantuneet niin merkittävästi, että isojen videotiedostojen siirto alkoi onnistua langattomasti. Aiemmin omien videoiden saaminen nettilevitykseen vaati vhs-nauhan lähettämisen julkaisukanavan omistajalle, joka digitoi videon ja julkaisi sen sd-laatusena julkaisukanavassaan. Nyt oman videon voi kuvata vaikka älypuhelimella, editoida mukana tulevalla editointisovelluksella ja ladata suoraan mobiilisti 4G-yhteydellä lajiyhteisön seuraamalle nettifoorumille. Muutos on dramaattinen.

Samansuuntainen muutos liikkuvan kuvan suosioon on tapahtunut suomalaisissa verkkolehdistä. Lähes kaikki mediatalot julkaisevat omaa videokanavaa, johon luodaan autenttisia sisältöjä. Yksi työntävä tekijä on ollut mainostajien halu saada videomuotoisia mainoksia eteenpäin. Syyt tähän löytyvät muun muassa verkkomainonnan suosion kasvusta ja siitä, ettei videota voi ohittaa esimerkiksi ennen televisio-ohjelman tai videopätkän alkua.

Tabletilla voi olla edessään samanlainen polku. Kunhan tablettitaitto-ohjelmat löytävät tiensä joko avoimen lähdekoodin ohjelmiksi tai ne tulevat suoraan esimerkiksi Word-ohjelmaan käytettäväksi, kynnys luoda tablettijulkaisu madaltuu. Ajan kuluessa myös tabletin vaatima kielioppi tulee varmasti tutummaksi, ja kun aikaiset innostujat vievät kehitystä eteenpäin, voi edessä olla tablettijournalismin kehittyminen omaksi lajikseen.

Tällä hetkellä tablettijulkaisun tekeminen onnistuu suoraan verkkoon, mutta maksaminen vaatii vielä erillisiä ohjelmia. Kunhan sähköinen tunnistautumisen helpottuu, voi verkosta ostaa tabletille suunniteltuja julkaisuja aiempaa helpommin. Toisaalta jo nyt ostaminen on helppoa verrattuna printtilehden ostamiseen. Melkein minkä tahansa lehden ympäri maailman voi ladata tabletilleen luottokortilla ja muutamalla napinpainalluksella.

5.3. Tablettien kiinnostavat ominaisuudet

Tietokoneisiin ja internetjulkaisemiseen nähden tabletit tarjoavat uutena teknisenä ominaisuutena vain kosketusnäytön. Sinänsä tekstiä, kuvia ja liikkuvaa kuvaa on voitu ladata internetin kautta jo 1990-luvulta alkaen (Heinonen 1997). Toisaalta nykymuotoinen internet mahdollistaa esimerkiksi

kuvien, videon, äänen ja tekstin huomattavasti tehokkaamman siirtämisen paikasta toiseen verrattuna Heinosen tutkimaan 1990-luvun tilanteeseen. Muistan, kun kotitalouksissa käytettiin lankapuhelinta modeemina. Silloin tiedonsiirtonopeus oli alle 100 kilotavua sekunnissa. Kuvaavaa on, että jo viisi vuotta sitten valtioneuvosto teki periaatepäätöksen valtakunnallisesta laajakaistahankkeesta, jonka tarkoituksena on tuoda vuoteen 2015 mennessä lähes kaikki (yli 99 prosenttia väestöstä) vakinaiset asunnot sekä yritysten ja julkishallinnon organisaatioiden vakinaiset toimipaikat enintään kahden kilometrin etäisyydelle 100 megatavua sekunnissa toimivan yhteyden mahdollistavasta valokuitu- tai kaapeliverkosta (Liikenne- ja viestintäministeriö 2014).

Reilussa kymmenessä vuodessa tiedonsiirtonopeudet ovat siis tuhatkertaistuneet. Se vaikuttaa hyvin laajasti. Nykyisin on mahdollista esimerkiksi lähettää suoraa videokuvaa vaikkapa laskettelurinteestä siten, että samaa lähetystä voi seurata ilmaisen suoratoistopalvelun kautta samaan aikaan sadat ihmiset – ja tämä kaikki onnistuu ilmaiseksi. Tällainen reaaliaikaisuus ei ollut nähdäkseni 1990-luvun lopulla vielä realistista ilman isoja investointeja tekniikkaan. Tällaisen videolähetyksen tein itse vuoden 2014 tammikuussa Syötteen laskettelukeskuksen takamaastosta. Välineenä tavallinen älypuhelin, joka lähetti korkealaatuista hd-kuvaa internetin välityksellä (Relaa.com 2014).

Poynterin tutkimuslaitos on tehnyt useita tutkimuksia silmänliikkeiden pohjalta liittyen tablettijournalismiin, kuvagallerioiden selaamiseen tabletilla sekä siihen, miten käyttäjät lukevat uutisia tabletilla. Sara Dickenson Quinn (2012) toteaa, että tableteilta luettaessa tärkeää on kosketus. Kun ihmiset lukevat uutisia tai katsovat kuvia tabletilla, on tärkeää, että näyttöä voi koskettaa. Sitä myös kosketetaan ja laitetta halutaan pitää hallussa. Lukijat ovat myös keskittyneitä, kun he voivat kontrolloida näkemäänsä. Tutkimuksessa selvisi myös, että lukijat haluavat käyttää laitetta vaakatasossa, ei pystyssä. 70 prosenttia lukijoista valitsi vaakatason, ja esimerkiksi kuvagallerioita lukijat selasivat vaakatasossa riippumatta siitä, onko kuva pysty- vai vaakakuva. (Dickenson Quinn 2012).

Mihin tablettia kannattaa siis käyttää? Näyttää siltä, että lukijat viihtyvät tabletin äärellä myös pitkien julkaisuiden äärellä. Kuvissa kannattaa suosia vaakakuvaa, koska se on luonteva tapa lukijoille selata tabletin sisältöjä.

Kosketusnäyttö ja taulutietokoneiden tekninen kehitys mahdollistavat journalismin ja kuvareportaasien esittämistä tavoilla, joita ei perinteisen tietokoneen käyttöliittymällä pysty

tekemään (Pekonen 2012). Olen perehtynyt iPad-tablettitietokoneen mahdollisuuksiin laajasti viimeisten kahden vuoden aikana. Arvioin ja esittelen seuraavaksi aiemman perehtymisen perusteella ominaisuuksia, jotka nähdäkseni ovat vaikuttaneet tablettien suosion kasvuun sekä ominaisuuksia, joita kannattaa mielestäni hyödyntää, kun suunnittelee kuvapainotteisen julkaisun rakentamista. Olen huomionut erityisesti ominaisuudet, jotka vaikuttavat juuri kuvajournalistisen esittämisen ja uuden julkaisualustan risteyskohtaan. Toki tableteissa on muitakin ominaisuuksia, Osittain näiden ominaisuuksien ja lisäksi muiden havaintojen perusteella rakennan luokittelurungon, johon kerään neljässä eri tabletille räätälöidyssä julkaisussa käytettyjä tekniikoita ja tapoja esittää kuvia. Luokittelurungon avulla voin päätellä, millä tasolla tällä hetkellä tablettien ominaisuuksia käytetään hyväksi sekä näen, miten pitkälle vertailuun valitsemani julkaisut ovat vieneet eri teknologisten mahdollisuuksien hyödyntämisen.

Tässä ominaisuudet, jotka käyn läpi seuraavissa kappaleissa

1. Laadukkaat näytöt
2. Värien toistuvuus
3. Tabletit ovat kevyitä
4. Pitkä akunkesto
5. Iso muisti
6. Käyttötarkoitus
7. Kosketusnäyttö
8. Yllätyksellisyys
9. Interaktiivisuus
10. Liikkeentunnistussensorit
11. Kuvien määrän hallinta
12. Zoomaus

1. Laadukkaat näytöt

Sanomalehtiin tai tavallisiin kannettaviin tietokoneisiin nähden tableteissa on laadukkaat näytöt. Markkinajohtajan eli Applen iPadit ovat näytöiltään laadukkaita. Retina-näytön tarkkuus ylittää hd-kuvavaatimuksen (2048 x 1536 pikseliä ja mallista riippuen jopa 326 pikseliä tuumalla) ja kuvan pikselitiheys on korkeampi kuin laadukkaassa aikakauslehdessä. Kuvia ja tekstiä on siis miellyttävää katsella näillä laitteilla, koska kuvat ovat teräviä ja värikylläisiä. Tabletit ovat käytännössä taustavalaistuja näyttöjä. Ne toistavat sävyjä rgb-väriavaruudessa, joka on

laajuudeltaan 16,7 miljoonaa värisävyä, kun sanomalehtien CMYK-printtaus toistaa selvästi vähemmän eri värien sävyjä (Tech-Express.com 2014). Lisäksi paperista heijastetut kuvat eivät voi teknisesti olla yhtä kirkkaita kuin sähköisessä esitysmuodossa näytetyt kuvat juuri taustavalaistuksen vuoksi – ainakaan nykypainokonetekniikalla.

Tarinallisuuteen liittyy myös taustavalaistun näytön hyödyntämismahdollisuudet. Tabletin eri kohtia voi ainakin teoriassa valaista eri tehoilla. Valon voimakkuuden vaihtelua paikallisesti voi hyödyntää monella tavalla, kuten esimerkiksi luomalla tilan, jossa voi edetä painamalla tiettyä kohtaa näytöstä, tai vaikkapa huoneen, josta pääsee valaistuja ovia tai muita väyliä pitkin etenemään kohti seuraavaa kuvaa tai artikkelia.

2. Värien toistuvuus

Tabletilla ei tarvitse huolehtia painojäljen heittelystä, sillä värit toistuvat aina kuten suunnittelija on ne ajatellut ja halunnut. Moni kuvaaja joutuu miettimään printtiä varten kuvatessaan painokoneen kykeneväisyyttä toistaa tiettyjä sävyjä, jolloin kuvaaja joutuu etukäteen rajoittamaan ilmaisukeinojaan teknisten syiden vuoksi. Esimerkiksi erityisen hämärässä kuvatut kuvat tai runsaasti punaista tai muuta yksittäistä voimakasta väriä sisältävät kuvat toistuvat paremmin tabletilla kuin paperilla.

3. Tabletit ovat kevyitä

Tabletit ovat kevyitä ne painavat vain joitakin satoja grammoja (Apple 2014). Niitä on helppoa pitää mukana matkustaessa sekä kotona eri huoneissa liikuttaessa. Pienikokoiset tabletit mahtuvat jopa takin taskuun, joten tabletin käyttö on arkista ja se on käyttövalmis käytännössä saman tien, kun sen aktivoi päälle – toisin kuin esimerkiksi kannettava tietokone, jonka käynnistymistä täytyy odottaa pitkään. Tablettia jaksaa kannatella pitkään, eikä se ole epämiellyttävää laskea rinnalle esimerkiksi sohvalle tai sängyllä lukiessaan. Tabletti ei ylikuumene samalla tavalla kuin kannettava tietokone.

4. Akunkesto ja 5. muistin koko

Akunkesto on noin 10 tuntia, joten yhdellä latauksella voi viettää mannertenvälisen lentomatkan, toisin kuin kannettavalla tietokoneella, joiden akunkesto liikkuu muutamassa tunnissa. Lisäksi tietokone on kookkaampi kuin tabletti sekä painoltaan että fyysisiltä ulottuvuuksiltaan. Kirjoihin verrattuna tabletit ovat kevyitä ja pienimuistiseenkin (16 gigabittiä) tablettiin mahtuu satoja ellei tuhansia kuva- ja tekstikirjoja. Vaikka pilvipalvelut korvaavat fyysisen muistin nykyisin laajasti, on

esimerkiksi matkustaessa usein tilanteita, joissa ei saa yhteyttä verkkoon tai yhteys on kallis. Silloin laitteen oma muisti on hyödyksi.

6. Käyttötarkoitus

Tekniikan lisäksi kiinnostavia ovat käytettävyyteen liittyvät ulottuvuudet. Yksi tabletin merkittävä ominaisuus on sen käyttötarkoitus. Tabletteja käytetään pääosin viihtymiseen, ei työntekoon. Tabletit ovat niin sanottua lean back -laitteistoa, eli niiden avulla on tarkoitus heittäytyä sohvalle, nojata taakse ja keskittyä tarjottuun sisältöön, kun taas tietokoneet ja mobiililaitteet ovat lean forward -laitteistoa: niiden äärellä tehdään jotain, yleensä tuottavaa toimintaa. (García 2012, 110). Tabletti voi mielikuvissa liittyä siten pikemminkin rentoutumiseen ja vapaa-ajan viettoon, johon ihmiset ovat valmiita panostamaan sekä aikaansa että rahojaan.

7. Kosketusnäyttö

Tabletin kosketusnäyttö on ehkä mullistavin ero sekä teknisesti että kokemuksellisesti. Koskettaminen ja sivun ”kääntäminen” pyyhkäisemällä on ihmiselle tuttu tapa selata mitä tahansa lehteä. Tabletti imitoi siinä parhaiten kirjaa tai lehteä, joita on pidetty hyvinä käyttöliittyminä erilaisten sisältöjen selaamiseen. Tabletille voidaan luoda myös erilaisia kosketusaistimuksia, vaikka näyttö sinänsä on lasia. Ihminen kokee myös silmillään, joten silmiä huijaamalla voidaan luoda harhoja erilaisten pintojen koskettamisesta. Se on uudenlainen kerronnan tapa, jonka luominen paperilla on kallista.

8. Yllätyksellisyys

Mutta tabletilla on etu, johon eivät muut lukualustat – paperi ja näyttöpäätteen ruutu – pysty. Se voi yllättää erilaisilla ominaisuuksilla kuin pelkästään taitollisilla ratkaisuilla, kuten paperilehti. Animointi tuottaa mahdollisuuksia sekä suunnittelijoille että kuvaajille. Kun lukija lukee lehteä, hän voi ensisilmäyksellä nähdä kaiken, mitä sivu sisältää. Tietokoneelle voi toki luoda linkkejä ja kohtia, joita pitää hiirellä klikata, mutta niitä ei voi käyttää sormin. Kun sanomalehteä suunnitellaan aivoille ja silmille, ajatellaan tabletteja aivojen ja silmien lisäksi myös kosketus- ja kuuloaistille. (García 2012, 36). Sormella koskeminen ja yllätetyksi tuleminen on yksi merkittävistä lisäarvoista tablettiympäristössä.

9. Interaktiivisuus

Tarinankertojalle nämä pop upit eli esiin tulevat ominaisuudet antavat tarinalle ääntä, syvyyttä ja se luo ulottuvuuden, johon pelkät sanat ja kuvat eivät pysty (emt., 88). Tällaisia esimerkkejä on lukuisia. Esimerkiksi Fast Company -aikakauslehden kansi maaliskuussa 2012 esitti kansihenkilöä (kuva 5), joka piteli käsissään huurrettua lasia. Lukijan tehtävänä oli sormea edestakaisin liikuttamalla raaputtaa esiin kyseinen henkilö. Interaktiivisuus ja tunne siitä, että käyttäjää on ajateltu, luo lisäarvoa tuotteelle.



Kuva 7. Fast Company -aikakauslehden interaktiivinen kansi maaliskuussa 2012.

Samanlaista tekniikkaa hyödynsi toukokuun 2015 National Geographic, jossa artikkeli aurinkorasvan joutumisesta mereen oli kuorutettu aurinkorasvalla. Pyyhkimällä rasvan pääsi katsomaan artikkelin kuvitusta.

10. Liikkeentunnistussensorit

Tableteissa on liikkeentunnistussensorit, eli kiihtyvyysanturi ja gyroskooppi. Niiden avulla tabletti tunnistaa miten päin käyttäjä käsittelee laitetta ja osaa esimerkiksi kääntää tabletin lukusuunnan oikein. Myös peleissä laitteen liikuttaminen eri suuntiin voi toimia ohjaimena. Sensorien avulla esimerkiksi pallopanoraamakuvat ja pelillistäminen ja laitteen "ohjaaminen" mahdollistuvat.

Kiihtyvyysanturi ja gyroskooppi ovat antureita, jotka mittaavat tabletin liikkumista.

Kiihtyvyysanturi mittaa nimensä mukaisesti laitteen kiihtyvyyttä painovoimaan nähden kolmella

akselilla. Gyroskooppi tunnistaa laitteen tasapainon muuttumisen ilman kiihtymisen mittaamista, joten pienieleisempien liikkeiden, värinän ja vastaavien liikkeiden hyödyntäminen onnistuu gyroskoopin ansiosta.

Sensorien avulla on mahdollista luoda esimerkiksi huoneisto, jossa voi liikkua tilasta toiseen kääntelemällä tablettia haluttuun suuntaan. Nämä ominaisuudet voi valjastaa myös kuljettamaan tarinaa eteenpäin. Miltä tuntuisi, jos esimerkiksi eri kaupunkien kaduilla voisi ”ajaa” käyttämällä tablettia rattina ja katsella ruudun välittämää kuvaa? Esimerkiksi aikakauslehti National Geographic käyttää tablettijulkaisussaan 360 asteen pallopanoraama-kuvia, joita voi zoomata ja joissa voi navigoida liikuttelemalla tablettitietokonetta eri suuntiin, jolloin myös kuvan katselusuunta vaihtuu reaaliaikaisesti.

Tällainen läsnäolon tuntu on uudenlainen mahdollisuus kuvajournalismille. Tällainen ihmisen aistien yhdistäminen teknologiseen sovellukseen, mikä liittyy myös lisätyn todellisuuden käsitteeseen, on kiinnostava ilmiö, joka liittyy erityisesti tabletin parhaisiin ominaisuuksiin, eli isoon näyttöön. Samat sensorit ovat käytössä myös älypuhelimissa, mutta kuvaruudun pieni koko asettaa puhelimissa rajoitteita visuaalisille elämyksille.

11. Kuvien määrän hallinta

Kuvien määrää voi rajata tarpeen, ei käytettävän tilan mukaan. Kuvien käytöstä voidaan päättää sen mukaan, mikä parhaiten palvelee lukijaa. Tekniset rajoitteet ovat vähäiset. Kuvia voi esittää yksittäisinä koko ruudun kokoisina kuvina, gif-animaatioina esimerkiksi siten, että tausta pysyy samana mutta vaikkapa kadun ihmisvirta liikkuu, tai kuvakaruselleina, megakokoisina maisemina tai esimerkiksi videona.

Kuvien päälle voi animoida kuvatekstit joko näkymään automaattisesti tai sormella avattaviksi vetolaatikoiksi, jolloin kuvat voivat olla koko näytön peittäviä teoksia, joita teksti ei häiritse, mutta tarvittavan informaation voi silti tuoda helposti esiin. Kuviin voi liittää äänitiedostoja, jotka luovat esimerkiksi tunnelmaa katukuvasta tai maisemasta, josta kuva on, tai kuvaaja voi kertoa kuvasta enemmän omin sanoin, jolloin kuviin syntyy vahvempi tarina ja syvempi sisältö kuin pelkästään valokuvaa katselemalla. Tällainen kuvan laaja käyttömahdollisuus vaatii ennakkosuunnittelua myös reportaasia tehdessä, sekä ajatustyötä ja nopeaa reagointia paikan päällä. Laajemmat sisältövaihtoehdot vaativat ylipäänsä paljon aikaa ja resursseja, jotta laatu ei kärsi.

12. Zoomaus

Kuvia voi zoomata kameran tiedostokoon sallimissa rajoissa, jolloin kuvaan voi lisätä tietoa eri kohtiin kuvaa joka tulee esiin sitä mukaa kun käyttäjä zoomaa lähemmäs sormillaan, jolloin kuviin rakentuu useita tarinoita yhden sijaan.

5.4. Tablettien haasteet

Yksi suurimmista haasteista on tablettien pieni koko verrattuna esimerkiksi broadsheet-lehteen tai isoon aikakauslehteen. Tabletin kuvapinta-ala on tavallisissa 9,7 tuuman iPadeissa noin viisitoista kertaa pienempi kuin broadsheet-aukeamalla. Siksi kuvien pinta-alalla tehtävä vaikuttavuus, kuvien hierarkia aukeamataitossa sekä poikkeuksellisten taittoratkaisuiden tekeminen ovat tableteilla vaikeita, ellei mahdottomia. Niinpä kuvareportaaseille ominaisia vaihteluita reportaasien sisällä täytyy tehdä ja osoittaa muilla keinoilla. Myös sähköön ja verkkoyhteyden tarve ovat luonnollisesti haasteita verrattuna paperilehteen. Ilman latausta tabletti ei toimi, joten laitteeseen ladattua sisältöä ei voi lukea tai selata. Ilman verkkoyhteyttä taas sisältöä ei voi ladata tabletilaitteeseen.

Ongelmaksi voi muodostua myös näytön tuijottamisen epämiellyttävyyden. Jos työkseen istuu tietokoneen ääressä, ei välttämättä vapaa-ajalla halua tuijottaa enää näyttöä, olkoonkin sisältö erilaista kuin työpöydän ääressä rakenneltavat excel-taulukot. Myös tablettien hinnat voivat olla este hankkia laite, varsinkin kun sisällöt maksavat itse laitteen lisäksi. Laadukkaat tabletit maksavat edelleen satoja euroja, ja voi olla, että tällaisten laatutuotteiden hinnat jäävät myös useisiin satoihin euroihin, koska hyvät näytöt, muistit ja materiaalit ovat kalliita myös valmistajalle.

6. Menetelmänä sovellettu sisällönanalyysi

Tutkin miten tabletin eri teknologisia ominaisuuksia on käytetty tarinankerronnan kannalta hyödyksi neljässä tabletilla julkaistussa aikakauslehdessä. Käytän menetelmänä sovellettua sisältöanalyysia. Janne Seppänen (2005, 144) määrittelee visuaalisen sisällönanalyysin kuvien ja tekstien järjestelmällistä muuttamista numeroiksi, aineiston määrällisiksi piirteiksi. Tutkin aineistostani muodollisia ja teknisiä ominaisuuksia, jotka ilmentävät erilaisia tarinankerronnan ominaisuuksia. Sisällönanalyysi tarjoaa lähinnä periaatteen, jonka mukaan voi muuttaa erilaisia ominaisuuksia määrälliseen muotoon.

Olen kehittänyt työkaluksi ja analyysin tueksi havaintorungon, johon olen ryhmitellyt erilaiset kerronnalliset ominaisuudet omiksi kokonaisuusikseen. Lisäksi olen erotellut eri ominaisuuksia omiksi kohteikseen. Seppäsen alkuperäinen ajatus on, että yksittäisestä kuvasta voi etsiä ominaisuuksia, joita voi esittää numeraalisessa muodossa. Sovellan tätä ajatusta koskemaan kokonaista julkaisua, eli havaintoyksikkönä on yksi lehden numero. Etsin kuvareportaaseista yksittäisiä ominaisuuksia, joita voi tutkia kappaleittain. Onko julkaisussa käytetty kosketettavaa kuvatekstilaatikkoa, onko julkaisussa yhtään liikkuvaa kuvaa? Onko julkaisussa käytetty ääntä? Haastattelu- vai taustaaänenä? Millä tavoin animointeja ja kosketusominaisuuksia on yhdistetty? Merkitsen kunkin ominaisuuden yksinkertaisesti kyllä/ei-akselilla sen mukaan, onko kyseistä ominaisuutta hyödynnetty vai. Tämänkaltaisilla jaotteluilla jäsenän julkaisuiden sisältöä ja monipuolisuutta.

Näiden ominaisuuksien käytön laajuuden avulla pyrin muodostamaan kuvan eri tablettijulkaisuiden käyttämistä tarinankerronnallisista elementeistä. Mitä useampi elementti on ollut käytössä, sitä edistyksellisempi julkaisu nähdäkseni on. Sisällöt ovat artikkeleita eri julkaisuissa, kaksi kustakin julkaisusta. Seppäsen mukaan visuaalisen aineiston sisällönanalyysissa ei kannata rakentaa kovin monimutkaisia tutkimusasetelmia (Seppänen 2005, 147) – noudatan tätä ohjetta myös omassa tutkimuksessani.

6.1. Aineistona viisi julkaisua

Käytän analyysissa apuna luokittelurunkoa. Luokittelurungon olen koonnut kohdassa 1.5. esittelemieni ominaisuuksien perusteella ja niitä yhdistelemällä. Aineistoa varten olen käynyt läpi 30 erilaista tablettijulkaisua, sekä kaupallisten kustantajien lehtiä että erilaisten yritysten asiakaslehtiä. Oman käyttökokemukseni perusteella olen määritellyt seuraavat ominaisuudet

olennaisiksi visuaalisen sisällön esittämisessä tabletilla. Olen ryhmitellyt ominaisuudet järjestykseen, jolla ne tulevat vastaan, kun lukija avaa julkaisun. Ryhmittelyyn on vaikuttanut myös eri ominaisuuksien samankaltaisuus. Ominaisuudet on järjestely kunkin ryhmittelyn alle vaativuusjärjestykseen. Ensimmäisenä mainitut ominaisuudet ovat niin sanottuja perusominaisuuksia, joita voi odottaa löytävänsä mistä tahansa tablettijulkaisusta. Vaativimmat ja enemmän teknistä osaamista ja ennakkosuunnittelua työnkulussa vaativat ominaisuudet ovat kunkin ryhmän viimeisiä ominaisuuksia.

Ryhmittely on seuraavanlainen:

1. Perusominaisuudet
2. Kosketusta aktivoivat ominaisuudet
3. Ääni
4. Kuviin liittyvät ominaisuudet
5. Liikkeentunnistussensori

1. Perusominaisuudet

Ensimmäiseen ryhmään eli perusominaisuuksiin (1) kuuluvat animoitu kansi, pyyhkäisy, nipistys navigoinnissa, pysty- ja vaakataitto sekä artikkelin navigointisuunta. Animoitu kansi on ensimmäinen, jonka lukija huomaa. Animointia ei voi tehdä tavalliseen paperiseen lehteen, eikä sitä käytetä kovin usein tietokoneen ruudulta luettuun verkkolehteen, jossa harvoin on edes kantta, vaan valtaosa verkkojulkaisuista näyttää alkavan juttulinkkipohjaisena etusivuna. Animoinnilla voi käyttää hyödyksi esimerkiksi henkilön ilmeitä tai sitten luoda oman minidokumentin, joka alkaa kansikuvan lähtöasetelmasta. Liikkuvalla kannella on myös yksinkertaista esittää välähdyksenomaisesti eri otsikoita tai herättää muilla videomaisilla liikkeillä katsojan huomio ja uteliaisuus.

Pyyhkäisy on tavallinen ominaisuus kosketusnäyttöiselle lukualustalle, joka on oletusarvoinen ominaisuus. Sivujen liikuttelu pyyhkäisemällä on tavallinen tapa liikkua julkaisussa - toinen vaihtoehto olisi heilauttaa tablettia, jolloin laitteen sensorit tunnistaisivat liikkeen ja "kääntäisivät sivua" eteen- tai taaksepäin.

Nipistys navigoinnissa tarkoittaa navigointitapaa lehden sisällä, jossa sormia yhteen vetämällä eli nipistämällä avautuu näkymä lehden jokaiseen sivuun. Tämä toimii varsinkin sivuttaisnavigaatiota käyttävissä julkaisuissa, joissa jokainen sivu on kuin oma kuva. Nipistämällä voi nopeasti saada

yleiskuvan sisällöstä, julkaisun laajuudesta sekä visuaalisesta tunnelmasta. Pysty- ja vaakataitto on lisäetu, jota sanomalehti tai kannettava tietokone eivät pysty tarjoamaan. Kyse on myös makuasiasta, sillä molempia taittoja käytetään edelleen. Tosin tutkimus osoittaa, että vaakataittoa käyttää mieluummin 70 prosenttia käyttäjistä (Dickenson Quinn, 2012).

Molempien taittojen tekeminen kertoo myös resursseista ja viitseliäisyydestä, sillä itsekin tablettijulkaisua taittaneena toisen taittomuodon tehtyään toisen tekeminen ei vie aikaa kuin murtoosan alkuperäiseen nähden. Kuvien kokoa säätämällä sama sisältö mahtuu sekä pystyyn että vaakaan. Artikkelin navigointisuunta kertoo liikkuko avattu artikkeli ylhäältä alas kuten tietokoneen näytöllä vai vaakana sivulta sivulle, kuten printtilehti. Vaakanavigaatio on nähdäkseni luontevampi muun muassa pyyhkäisemisen vuoksi. Myös ihmisen silmät ovat rinnakkain, joten näemme kaiken lähtökohtaisesti vaakakuvana. Toisaalta kirjan ja sanomalehden sivu ovat opettaneet lukemaan ylhäältä alas, joten molemmat taitot ovat perusteltavissa.

Sivun zoomaus on ominaisuus, jolla tuplapainalluksella sivun saa zoomattua suuremmaksi. Monet julkaisut käyttävät staattista sivua, jota ei voi zoomata tuplapainalluksella tai sormilla kuvaa "levittämällä". Ominaisuus luo vapauden tunteen, kun käyttäjä voi itse vaikuttaa kuinka suurena hän tekstin haluaa lukea tai kuvia katsoa.

2. Kosketusta aktivoivat ominaisuudet

Toiseksi ryhmäksi olen luonut kosketuksen aktivoivat ominaisuudet (2) eli veto- tai painalluslaatikot sekä yleiset kosketuksen aktivoivat ominaisuudet. Nämä ovat olennaisia juuri tablettien kosketuksen mahdollistamisen vuoksi. Koskettaminen sitouttaa lukijaa, kun ruutu tarjoaa aktiiviset tekemistä. Esimerkiksi kuvatekstit on järkevää piilottaa jonkin symbolin taakse, koska silloin kuva itsessään saa oman tilansa, ja kuvateksti tulee esiin juuri sen mittaisena kuin on tarpeen, eikä kumpikaan kärsi toisesta. Myös sivun reunasta haettavat vetolaatikot aktivoivat lukijaa ja toimivat hyvin esimerkiksi visuaalisina elementteinä rikastuttamaan sisällön lisäksi taittoa.

Aktivoiva väri tai animaatio on pieni merkki, joka rohkaisee ja ohjaa lukijaa painamaan kuvaketta - alta voi paljastua lisää sisältöä tai muu palkinto.

Yleiset kosketuksen aktivoivat ominaisuudet voivat olla monenlaisia eri ominaisuuksia, joilla saadaan lukija koskettamaan näyttöä ja siten löytämään lisätietoa. Esimerkiksi vaihtokuvat, joissa sormella vetämällä voi vertailla kahta identtistä kuvaa samasta paikasta tai ihmisestä, joka on otettu

eri aikoina, on tällaista aktivointia, tai kartta, jota koskettamalla pääsee lähemmäs tai kauemmas. Ajatuksena on etsiä symboleita ja tapoja, jotka rohkaisevat lukijaa koskettamaan näyttöä ja saamaan aikaan palkinnon, eli lisätietoa tai elämyksen.

3. Ääni

Kolmas ryhmä on ääni (3), jonka jaan taustääniin ja haastatteluääniin. Äänen käyttäminen luo uuden ulottuvuuden printtilehtiin verrattuna, mutta ei internet-julkaisuihin nähden. Äänen käyttäminen esimerkiksi kuvan taustalla rikastuttaa kuvaa. Tavallinen kaupunkikuva, jonka taustalla kuuluukin liikenteen ja ihmisten ääniä tuo heti mielikuvan vahvemmaksi ja vie lukijan tavallaan paikan päälle.

Myös esimerkiksi kansikuvat sekä artikkelien "kannet" saavat lisää tehoa, kun niiden taustalla on ääntä. Tarinoita voi kertoa myös siten, että auki kirjoitetun haastattelun sijaan haastateltava puhuu vastaukset kuvien päälle.

4. Kuvankäyttötavat

Neljänteen ryhmään kuuluvat eri kuvankäyttötavat (4), eli liikkuva kuva tai video, koko ruudun kuva, kuvan zoomaus, 360 asteen kuvien käyttö sekä kuvakaruselli yhdellä ruudulla. Liikkuva kuva tai video hyödyntää kuvajournalistin arsenaalia pelkkiä still-kuvia laajemmin. Nykyisillä tiedonsiirtonopeuksilla videon voi upottaa julkaisuun siten, että se latautuukin internetin videopalveluista suoraan, jolloin itse julkaisu ei vie megakaupalla tilaa tabletilta. Koko ruudun kuva hyödyntää tabletin reunoja kehyksenä. Pelkkä kuva ilman ylimääräistä hälyä on nähdäkseni aina tehokas julkaisupaikastaan ja -koostaan riippumatta. Kuvan zoomaus tarkoittaa, että kuvaa voi tarkastella lähempää vetämällä sitä sormilla suuremmaksi. Tabletilla voi ladata kuvan isompana kuin se näyttöön mahtuu, jolloin kuvaa sormilla suurentamalla lukija pääsee tarkastelemaan kuvan yksityiskohtia tarkemmin. Se on ominaisuus, johon printtilehti ei pysty.

360 asteen kuvien käytöllä tarkoitan pallopanoraamakuvia, joissa jokin kiinnostava tila tai maisema on kuvattu erikoislinsillä niin, että katsoja voi joko sormin tai muilla tavoin liikuttaa maisemaa ympäriinsä ja katsoa joko virtuaalisiin jalkoihinsa tai suoraan taivaalle, eteensä, sivuilleen tai taakseen. Tällainen kuvankäyttö esimerkiksi matkareportaaseissa on kiinnostava ja tuo lukijan jälleen paikalle vahvemmin kuin pelkkä tavallinen valokuva. Kuvakarusellissa kuvat ovat päällekkäin, eli ne tulevat esiin kun sormella pyyhkäisee sivulle ilman, että sivu itsessään vaihtuu.

Se on vaihtelua tuova tapa verrattuna kuvien esitykseen niin, että jokainen sivu vaihtuu kun kuvakin vaihtuu. Kuvakaruselli on hyvä vaihtoehto esittää laajasti kuvia esimerkiksi artikkelissa, jonka taitto on rakennettu yhdeksi kokonaisuudeksi ja navigaatio ylhäältä alaspäin kulkevaksi. Silloin kuvakaruselli ei riko rytmiä, mutta mahdollistaa silti useamman kuin yhden kuvan käyttämisen ja näyttämisen.

5. Kiihtyvyyssanturin hyödyntäminen

Viides ja viimeinen ominaisuusryhmä on kiihtyvyyssanturien hyödyntäminen (5) liiketunnistuksen, asentotunnistuksen ja kiihtyvyyssanturiosominaisuuksien kautta. Varsinkin muut kuin halpatuotantotablettitietokoneet tunnistavat miten päin laite on niiden sisään rakennetun kiihtyvyyssanturin ja gyroskoopin ansiosta.

Kiihtyvyyssanturi ja gyroskooppi ovat antureita, jotka mittaavat tabletin liikkumista.

Kiihtyvyyssanturi mittaa nimensä mukaisesti laitteen kiihtyvyyttä painovoimaan nähden kolmella akselilla. Gyroskooppi tunnistaa laitteen tasapainon muuttumisen ilman kiihtymisen mittaamista, joten pienieleisempien liikkeiden, tärinän ja vastaavien liikkeiden hyödyntäminen onnistuu gyroskoopin ansiosta.

Näiden ominaisuuksien hyödyntäminen vaatii ennakkosuunnittelua, mutta hyviä esimerkkejä ovat esimerkiksi edellä mainittujen pallopanoraamakuvien tarkastelu siten, että tablettia liikuttamalla liikkuu myös maisema. Eli kun lukija kääntää tablettia vasemmalle, siirtyy kuva tabletissa myös vasemmalle. Tämä ominaisuus on erittäin elämyksellinen, koska se tarjoaa ikään kuin tabletin ruudun kokoisen näkymän paikkaan, jossa on ollut. Tablettia liikuttelemalla lukija saa nähdäkseni myös vaikuttaa pelkkää sormityöskentelyä vahvemmin siihen, mitä hän näkee ja minne katsoo. Myös videoita voi tehdä niin, että videokuvassa voi liikkua tablettia liikuttelemalla. Nähdäkseni nämä ominaisuudet ovat olennaisia, kun rakennetaan laadukasta visuaalista journalismia hyödyntävää tablettijulkaisua.

Ominaisuudet on taulukoitu seuraavasti:

Tarinallisten ominaisuuksien hyödyntäminen tablettijulkaisuissa

		NG DIGITAL	Time	Red Bulletin	Project Week	Once
1	Perusominaisuudet					
1.1	Animoitu kansi					
1.2	Pyyhkäisy					
1.3	Nipistys navigoinnissa					
1.4	Pysty- ja vaakataitto					
1.5	Artikkelin navigointisuunta: vaaka					
1.6	Artikkelin navigointisuunta: pysty					
1.7	Sivun zoomaus					
2	Kosketusta aktivoivat ominaisuudet					
2.1	Painalluslaatikot					
2.2	Vetolaatikot					
2.3	Aktivoiva väri tai animaatio					
2.4	Muu kosketuksen aktivoiva ominaisuus					
3	Äänen käyttö					
3.1	Taustaaäni					
3.2	Haastatteluääni					
3.3	Muu ääni					
4	Kuvankäyttöön liittyvät ominaisuudet					
4.1	Valokuva					
4.2	Video					
4.3	Liikkuva valokuva					
4.4	Koko ruudun kuva					
4.5	Muu vaihteleva kuvankäyttö					
4.6	Kuvan zoomaus					
4.7	Kuvakaruselli yhdellä ruudulla					
4.8	Animoidun infografiikan käyttö					
4.9	360 asteen kuvien käyttö					
5	Liikkeen tunnistussensorit					
5.1	Kiihtyvyyssanturin hyödyntäminen kuvissa					
5.2	Kiihtyvyyssanturin hyödyntäminen videossa					
5.3	Kiihtyvyyssanturin muu hyödyntäminen					

Yhteensä 26 mitattavaa ominaisuutta

Kuvio 5. Tutkimuksen työkaluna käytettävä havaintotaulukko.

6.1.1. Tutkimuksen valitut viisi julkaisua

Olen valinnut mukaan vertailuun viisi kuvareportaaseja tai vahvasti visuaalista journalismia ja visuaalisia kerrontatapoja hyödyntävää tablettijulkaisua. Puhtaasti kuvareportaaseja julkaisevia tablettilehtiä en löytänyt, joten jouduin laajentamaan katsantokantaa julkaisuihin, jotka hyödyntävät tablettijulkaisualustan mahdollisuuksia vahvasti kuvallisissa artikkelikokonaisuuksissa. Valitsin ne etsimällä ylipäänsä erilaisia tabletille räätälöityjä julkaisuja Applen AppStore-sovelluskaupasta. Yhtään suomalaista julkaisua en ottanut mukaan, koska suomalaisten lehtien tablettiversiot ovat pääosin automatisoituja versioita printtilehdestä. Niitä ei ole nimenomaisesti räätälöity tabletille. Olen seurannut tablettijulkaisuiden kehittymistä jo pitkään, joten oletan tuntevani kenttää tällä hetkellä riittävän hyvin. Viiden julkaisun otos ei ole laaja, mutta se on riittävä esittelemään esimerkkien kautta havainnoiden, millaisia ominaisuuksia julkaisut tällä hetkellä hyödyntävät tarinankerronnassaan ja miltä yleisesti ottaen kuvakokonaisuuksia julkaisevien julkaisuiden tablettiversiot näyttävät tällä hetkellä. Näistä julkaisuista olen valinnut numeron, joka

on ilmestynyt loppukeväänä 2015. Näin nopeasti kehittyvän teknologian kanssa toimiessa voin olettaa, että tuoreimmissa numeroissa on noudatettu parhaiksi havaittuja käytäntöjä.

Esimerkiksi vuonna 2012 julkaistu tabletille räätälöity kuvajournalistinen Via Pan Am -julkaisu (Lohuizen, 2012) on jo nyt auttamatta hieman vanhanaikaisen oloinen navigoinnin monimutkaisuuden, painettavien nappien kapeuden ja kuvakerronnan joustamattomuuden vuoksi. Vaikka julkaisu oli ilmestyessään yksi hienoimmista, ei se enää vastaa vaatimuksia helppokäyttöisestä kuvapainotteisesta julkaisusta.

Vertailussa ovat mukana ovat yhdysvaltalaiset National Geographic, Time, Project WEEK, Once sekä itävaltalainen itävaltalainen Red Bulletin. Kaikki julkaisut ovat omalta osaltaan edelläkävijöitä omalla osa-alueellaan. National Geographic on hyödyntänyt jo pitkään uusia julkaisutapoja. Time on viikottain ilmestyvä yleisaikakauslehti, joka tiiviistä julkaisutahdista huolimatta hyödyntää tabletin ominaisuuksia laajemmin kuin monet muut kustannustalot. Project WEEK on suoraan tabletille luotu aikakauslehti, jota julkaisee perinteisen kustannustalon sijaan monialayhtiö Virgin. Red Bulletinia julkaisee ennakkoluuloton energijuomayhtiö Red Bull.

Kun mediatalot eivät taantuman aikaan investoi uusiin kokeiluihin vaan keskittyvät maksamaan vähistä tuotoistaan osinkoja (Hertsi 2014), ei voida mielestäni odottaa, että ne välttämättä toimisivat kehityksen keihäänkärkinä. Silloin uusia toimintatapoja ovat usein luoneet muiden alojen yritykset. Siksi vertailussa on mukana kolme muuta kuin perinteisesti julkaisijaksi miellettyä julkaisijatahoa.

Red Bulletinin ja Project Weekin lisäksi kolmas näistä on kuvajournalismiin keskittynyt ja jo lakkautettu yhdysvaltalainen Once, jonka näytenumeron otan mukaan vertailuun tietynlaiseksi tasomittariksi. On kiinnostavaa nähdä, millä tavoin vuonna 2011 julkaistu start up -yrityksen perustama kuvajournalistinen tablettijulkaisu pärjää kilpailussa neljä vuotta tuorempien julkaisuiden kanssa. Teoriassa samanlaiset kerronnalliset mahdollisuudet ovat olleet olemassa jo vuonna 2011, joten uudenlaisen ajattelun avulla Once voi hyvinkin olla edelleen relevantti kuvajournalistinen julkaisu. Lisäksi Once oli yksi harvoista kuvajournalismiin keskittyvistä lehdistä, jotka olivat vieneet sisältönsä natiivisti tablettijulkaisualustalle.

Käytän aineistona jokaisen lehden yhden numeron kahta eri artikkelia. Kaksi siksi, että saan paremman kuvan kyseisen julkaisijan tavoista käyttää teknologiaa hyväkseen. Jokaiseen artikkeliin ei kannata välttämättä tehdä kaikkia tablettien mahdollistamia ominaisuuksia, vaan rytmin ja

vaihtelun vuoksi on tärkeää katsoa, mikä on olennaista juuri kyseiselle kokonaisuudelle. Jos ottaisın aineistoon vain yhden artikkelin, voi olla, ettei julkaisijan käyttämät toiminnallisuudet tulisi kirjatuksi täysimääräisinä ylös. Vaikka havaintorunkoon kerään vain kahden artikkelin kerronnalliset toiminnallisuudet, silmäilen kunkin julkaisun läpi ja teen havaintoja yleisistä ominaisuuksista ja julkaisun yleistuntumasta. Nämä havainnot kirjaan kunkin lehden erilliseen analyysiosioon.

Käytän tutkimuksessa laitteena iPad 2 -tablettia, jossa on päivitetty uusın käyttöjärjestelmä iOS 8. Ipad hallitsee edelleen tablettimarkkinoita, ja voidaan olettaa tämän takia, että iPadille on räätälöity myös eri julkaisut ensimmäisenä verrattuna Android- tai Windows -käyttöjärjestelmiä käyttäviin tabletteihin.

National Geographic Digital



Kuva 8. National Geographic Digitalin 5/2015 -numeron kansi. Kansi on video, jossa on äänet ja kuvassa näkyvät delfiinit uivat katsojaa kohti.

National Geographic (NG) on kansainvälinen aikakauslehti, jota julkaisee National Geographic Society (NGS). NGS yksi maailman laajimmista voittoa tavoittelemattomista tieteellisistä yhdistyksistä, jonka tehtävänä on rahoittaa tutkimuksia luonnontieteellisistä aiheista ja tutkimusmatkoja ympäri maapallon. Sekä NGS että NG on perustettu vuonna 1888, ensin NGS

tammikuussa ja NG lokakuussa. Ensimmäiset valokuvalliset reportaasit NG julkaisi jo vuonna 1905. (National Geographic, 2014)

NG julkaisi applikaationsa National Geographic Digitalin (NGD) iPadille marraskuussa 2010. Tilaajia digijulkaisulla on 330 000 ja se tuottaa 10 prosenttia koko julkaisutalon voitosta. NG voitti vuonna 2013 National Magazine Award -kilpailussa vuoden parhaan tablettijulkaisun palkinnon, joten NGD on tunnustetusti maailman kärkitasoa (Indvik, 2013).

Tässä analyysissä käytän toukokuun 2015 numeroa ja sen kahta artikkelia. Ensimmäinen artikkeli on laajasti kuvitettu ja animoitu artikkeli *It's Time for a Conversion*, joka käsittelee delfinien älykkyyttä. Toinen artikkeli *Taking Back Detroit* kertoo konkurssin tehneen kaupungin tulevaisuudesta ja asukkaiden identiteetistä.

Time



Kuva 9. Time-lehden kansi. Oikealla näkyvä teksti ilmestyy kuvaan animoituna, samoin lehden nimiö vahvistuu tummanpunaiseksi.

Time on yhdysvaltalainen viikottain ilmestyvä yleisaikakauslehti. Se on maailman luetuin

yksittäinen aikakauslehti: sillä on 25 miljoonaa lukijaa, joista valtaosa Yhdysvalloissa. Time julkaisee myös neljää eri versiota lehdestään eri mantereilla. Lehti on tunnettu laadukkaasta sisällöstään, vuoden tärkein henkilö -juttukonseptistaan sekä laadukkaasta nettisivustostaan, jossa julkaistaan myös LightBox-nimistä kuvajournalismiin keskittyvää blogia. Arvioimassani lehdessä Nepalin maanjäristyksen tuhoja on raportoinut tunnettu kuvajournalisti James Nachtwey.

Time julkaisi tablettiversionsa heti vuonna 2010, kun ensimmäinen iPad julkistettiin. Analysoin lehden yhdysvaltalaisversiota, joka julkaistiin 25. toukokuuta 2015. Ensimmäinen artikkeli on *After the Quake*, joka käsittelee Nepalin maanjäristyksen aiheuttamaa inhimillistä kärsimystä. Toinen artikkeli, *The Great Pot Experiment*, käsittelee marihuanan laillistamista ja sen etuja ja haittoja.

Project Week



Kuva 10. Project Weekin kansi toukokuussa 2015. Huomaa musta animoitu otsikkopalkki, joka on juuri kääntymässä.

Project on Richard Bransonin monialayritys Virgin Groupin julkaisema suoraan iPadille räätälöity lehti. Sen ensimmäinen numero julkaistiin marraskuussa 2010 ja se ilmestyy kerran kuukaudessa. Lehti käsittelee tyyliä, lifestyleä, viihdettä ja teknologiaa. Virgin on tunnettu lentoyhtiöstään ja

kolajuomastaan, mutta myös rohkeudesta astua eri aloille. Projectissa analysoin viimeisintä toukokuussa 2015 ilmestyneen numeron kahta artikkelia. *Streaming Is Winning* kertoo musiikkiteollisuuden muutoksesta, ja *America's Best National Parks* esittelee Yhdysvaltojen parhaita kansallispuistoja matkakohteina.

Red Bulletin



Kuva 11. Red Bulletin -applikaation kansi 5/2015. Taustalla pyörii rauhallinen timelapse-video vuoristosta niin kauan, kun sisältö latautuu näkyviin.

Red Bulletin on energiajuomajätti Red Bullin oma aikakauslehti. Tabletille lehteä on tehty huhtikuusta 2011 (Red Bull, 2011). Kuukausittain ilmestyvä aikakauslehti sisältää tarinoita Red Bullin sponsoroimista ääriurheilulajeista sekä muun muassa dj-musiikkitapahtumista. Vaikka Red Bull mielletään ensisijaisesti energiajuomayhtiöksi, on sen tarjoama valikoima media-alalla poikkeuksellisen laaja. Kuukausittainen visuaalisesti houkutteleva aikakauslehti, jota julkaistaan viidellä eri kielellä ja jonka levikki on 2,5 miljoonaa, on nähdäkseni merkittävä kilpailija monelle erikoisurheilulehdelle. (Red Bull Media House, 2014) Red Bulletinia julkaisee yhtiön oma Red Bull Media House, jota Matti Lintulahti (2013) kuvailee blogissaan osuvasti.

”Red Bullin kansainvälisen mediayhtiön nimi on Red Bull Media House, jonka valikoimiin kuuluu muun muassa viisi aikakauslehteä, kolme tv-kanavaa, online-palveluita, mobiilioperaattori, elokuva- tv-studio, musiikkistudioita, levy-yhtiö ja radiokanava sekä 25 erilaista mobiili- ja tablettisovellusta. Red Bullin sisällöntuotanto ei ole vain energiajuomien markkinointia ja kuluera vaan Red Bullin vuonna 2007 perustetusta mediayhtiöstä rakennetaan kansainvälistä voitollisesti toimivaa mediayhtiöiden verkostoa, jonka peruseriaatteena on tuottaa erinomaisia sisältöjä yleisölle ja antaa heidän kuluttaa niitä haluamallaan tavoilla ja välineillä.”

Red Bull on luonut useita uudenlaisia lajeja ja tapahtumia, kun Crashed Ice -alamäkiluistelulajin (Newswire, 2010) ja useita muita kilpailumuotoja, kuten erilaisia laskettelukilpailuita. Red Bullilla on nähdäkseni siis varaa ja kiinnostusta olla osoittamassa kehityksen suuntaa etujoukoissa urheilun lisäksi myös media-alalla. Analysoin näkymää. Ensimmäinen artikkeli *Behind the Scenes With Surfing's Boisterous Brothers* on ryhmähaastattelu kolmesta veljeksestä. Toinen artikkeli, *Capturing Ibiza*, on kuvapainotteinen artikkeli Ibizan dj- ja juhlakulttuurista.

ONCE



Kuva 12. Once-lehden pilottinumeron kansi.

Vuonna 2011 yhdysvaltalainen start up -yritys Once Magazine julkaisi suoraan iPadille suunnatun

kuvajournalismijulkaisun. Lehti ilmestyi noin vuoden ajan, kunnes yritykseltä loppuivat rahat kesken. Lehti oli kiinnostava projekti ja kokeilu tablettien aikakauden alkuvaiheessa. Otin Oncen mukaan vertailukohdaksi sekä kuvaamaan ajan kulumista. Olen kiinnostunut siitä, ovatko kuvareportaasien esittämiseen ja kertomiseen käytetyt tavat ja ominaisuudet kehittyneet neljässä vuodessa ja jos, mihin suuntaan. Oncesta on käytettävissä enää vain heidän pilottijulkaisunsa.

Käytän lehden esittelynumeron kahta artikkelia. *Between Enemy Lines* käsittelee Venäjän ja Georgian rajakiistaa. *The Hunt* kertoo inuiittien arjesta ja hylkeenmetsästämisestä.

7. Tutkimustulokset

Esittelen tutkimustulokset seuraavan havaintotaulukon perusteella.

		NG DIGITAL	Time	Red Bulletin	Project Week	Once	
1 Perusominaisuudet							Yhteensä
1.1	Animoitu kanssi	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	5/5
1.2	Pyyhkäisy	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	5/5
1.3	Nipistys navigoinnissa	ei	ei	ei	ei	ei	0/5
1.4	Pysty- ja vaakataitto	ei	ei	kyllä	ei	ei	1/5
1.5	Artikkelin navigointisuunta: vaaka	kyllä	ei	ei	ei	kyllä	2/5
1.6	Artikkelin navigointisuunta: pysty	ei	kyllä	kyllä	kyllä	ei	3/5
1.7	Sivun zoomaus	ei	kyllä	ei	ei	ei	1/5
2 Kosketusta aktivoivat ominaisuudet							
2.1	Painalluslaatikot	kyllä	kyllä	ei	kyllä	kyllä	4/5
2.2	Vetolaatikot	ei	ei	ei	ei	kyllä	1/5
2.3	Aktivoiva väri tai animaatio	kyllä	ei	ei	ei	ei	1/5
2.4	Muu kosketuksen aktivoiva ominaisuus	kyllä	ei	ei	kyllä	ei	2/5
3 Äänen käyttö							
3.1	Taustaaäni	kyllä	ei	ei	ei	ei	1/5
3.2	Haastatteluaäni	kyllä	ei	ei	ei	kyllä	2/5
3.3	Muu ääni	ei	kyllä	ei	ei	ei	1/5
4 Kuvankäyttöön liittyvät ominaisuudet							
4.1	Valokuva	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	5/5
4.2	Video	kyllä	ei	kyllä	ei	ei	2/5
4.3	Liikkuva valokuva	kyllä	ei	ei	ei	ei	1/5
4.4	Koko ruudun kuva	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	5/5
4.5	Muu vaihteleva kuvankäyttö	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	5/5
4.6	Kuvan zoomaus	kyllä	kyllä	ei	ei	ei	2/5
4.7	Kuvakarussella yhdellä ruudulla	kyllä	kyllä	kyllä	ei	ei	3/5
4.8	Animoidun infografiikan käyttö	kyllä	kyllä	ei	ei	ei	2/5
4.9	360 asteen kuvien käyttö	ei	ei	ei	ei	ei	0/5
5 Liikkeenanturien hyödyntäminen							
5.1	Kiihtyvyyssanturin hyödyntäminen kuvissa	ei	ei	ei	ei	ei	0/5
5.2	Kiihtyvyyssanturin hyödyntäminen videossa	ei	ei	ei	ei	ei	0/5
5.3	Kiihtyvyyssanturin muu hyödyntäminen	ei	ei	ei	ei	ei	0/5
Yhteensä 24 mitattavaa ominaisuutta		14/24	11/24	8/24	7/24	8/24	

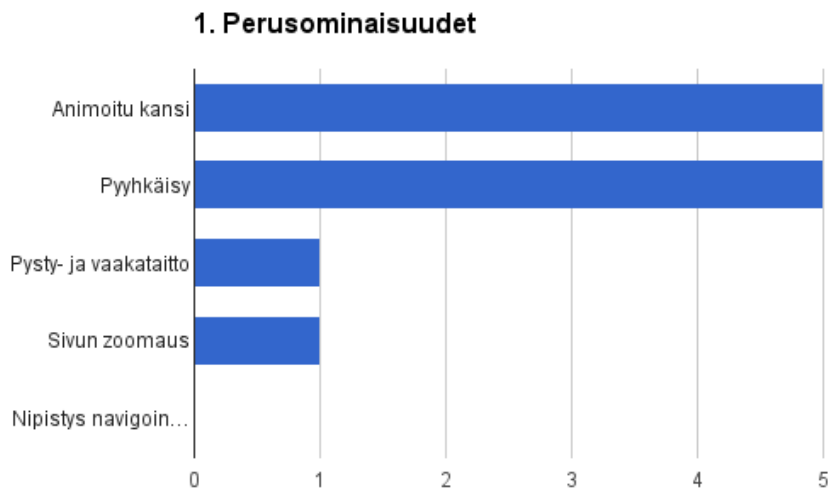
Kuvio 6. Havaintotaulukon tulokset.

Ennen tarkempia tutkimustuloksia luonnehdin tuloksia yleisemmin. Kaikki tutkitut julkaisut näyttävät käyttävän tabletin perusominaisuuksia hyödykseen. Eroja syntyy kaikissa muissa ominaisuuksissa paitsi kannen animoinnissa, pyyhkäisemisessä ja tietyissä kuvankäytön tavoissa. Toisaalta pyyhkäiseminen sivulle on tabletissa käytännössä pakollinen ominaisuus, joten sen merkittävyys ei ole uutinen. Pyyhkäisemisen yleisyys paljastaa tosin sen, ettei muunlaisia navigointitapoja ole käytössä.

7.1. Tulokset ominaisuuksittain

Käyn seuraavassa läpi tulokset viiden eri kategorian jaolla. Olen taulukoinut ominaisuudet niiden yleisyyden perusteella: ensin suosituimmat ominaisuudet, lopussa vähiten tai ei ollenkaan käytetyt.

7.1.1. Perusominaisuudet



Kuvio 7. Perusominaisuuksien hyödyntäminen viidessä eri lehdessä yhteensä.

Käyn tulokset läpi ensin ominaisuus kerrallaan ja sitten yleisemmin julkaisu kerrallaan. Animoitua kantta (1.1) käyttivät kaikki lehdet. Animointi kannattaa, sillä se luo viimeistellyn tunteen heti, kun julkaisun avaa. Kannen ulkoasun voi pitää lähtökohtaisesti hyvin yksinkertaisena ja rauhallisena, mutta animoinnilla sivulle voidaan tuoda paljonkin sisältöä. Animointi on olennaista aloittaa suhteellisen pian kannen avautumisen jälkeen, ettei se jää lukijalta huomiotta, kun hän siirtyy kohti sisältöä. Siksi animoinnit ovat pääosin keveähköjä, mutta myös laajoja kansivideoita oli käytössä. Kannen animointi luo nähdäkseni itsessään laadukkaan tuntuman. Animointi vaatii aina suunnittelua, joten julkaisun ääreen syventyminen sekä tekijöiden että lukijan näkökulmasta alkaa jo heti kannesta. Kannen äärelle päästyään lukija tavallaan katkaisee yhteyden muuhun maailmaan, ja alkaa keskittyä siihen, mitä julkaisulla on tarjottavanaan.

Pyyhkäisyä (1.2) käyttävät hyödykseen kaikki viisi julkaisua. Se lienee pakollista, kun kyse on kosketusnäytöllisestä julkaisualustasta. Toisaalta yksikään julkaisu ei käytä uusia selailutapoja, jotka eivät vaatisi kosketusta. Ehkä sellainen olisi erikoisuudentavoittelua ja menisi käytettävyyden ohi, mutta on silti mahdollinen ominaisuus, jota ei tällä hetkellä käytetä kuin tablettipeleissä.

Yhdistettyä vaaka- ja pystytaittoa käytti vain yksi julkaisu, Red Bulletin. Se oli myös käytettävyydeltään ainoa verkkojulkaisun kaltainen lehti, kun muut edustivat perinteisempää aikakauslehtimäistä asettelua, joka on omaksuttu printtimaailmasta. Julkaisussa ei myöskään ollut juurikaan räätälöityjä animaatioita, joten molempien taittoversioiden tekeminen on kohtuullisen nopeaa, ellei automatisoitua.

Sivujen zoomaus oli mahdollista ainoastaan Time-lehdessä. Se, ettei kuvia voi zoomata, tekee lehdestä staattisen oloisen, ja silloin jätetään hyödyntämättä digitaalisen kuvankäytön mahdollisuudet perinteiseen printtiin verrattuna.

Nipistysnavigaatio on läheinen pdf-näköislehdille. Yksikään näistä julkaisuista ei ole sellainen, joten navigaatorakenteena käytettiin painalluksella esiin nousevaa navigaatiopalkkia joko sivunäkymän ylä- tai alalaidassa.

Perusominaisuuksiin kuului myös artikkelin navigointisuunnan havainnointi. Se ei ole sinänsä kyllä /ei-tason valinta, vaan molemmat ovat yhtä toimivia. Siksi en laskenut tätä vaihtoehtoa myöskään havaintotaulukon pisteytykseen.



Kuvio 8. Lehdissä navigoidaan eteenpäin joko pysty- tai vaakasuunnassa.

Vaakasuntaa käyttivät National Geographic Digital ja Once. Suositumpaa eli pystynavigaatiota hyödynsivät Time, Red Bulletin ja Project Week. Sivuttaisliike imitoi enemmän paperisia lehtiä, pystysuuntainen rullaus taas verkkosivuja. Vaikutuksensa voi olla myös sillä, että Time, Red Bulletin ja Project Week on myös taitettu pystysuuntaan. Tietyllä tavalla silloin ylhäältä alas

rullaaminen on loogista, koska myös teksti juoksutetaan korkeussuunnassa ylhäältä alas. Vastaavasti vaakataitossa katse liikkuu sivun yli vasemmalta oikealle, joten sivusuuntaan liikkuminen on loogista.

7.1.2. Kosketuksen aktivointi

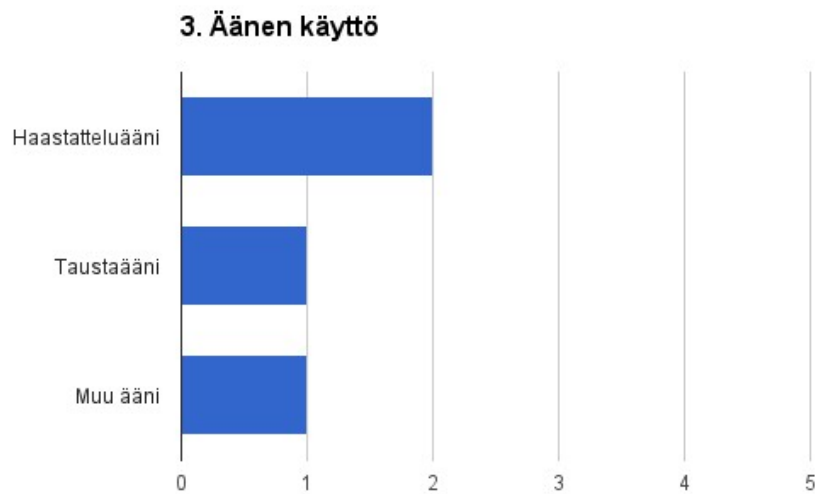


Kuvio 9. Kosketusta aktivoivien ominaisuuksien käyttö.

Kosketusta aktivoivista ominaisuuksista painalluslaatikoita ja -symboleja käyttivät kaikki lukuun ottamatta Red Bulletinia. Se esitteli kuvatekstit kuvien alla, samoin muut koskettamista aktivoivat ominaisuudet olivat vaatimattomia. Myös Time näyttää luottavan pääasiassa staattiseen sisältöön. Laajimmin erilaisia kosketushalua aktivoivia ominaisuuksia (2.2) käytti National Geographic, jonka tekijät näyttävät omaksuneen tabletille ominaisen tavan luoda sisältöä. Esimerkiksi delfiinien kokoverailu oli tehty liikutettavana kuvana, jossa pohjalla näkyi isoimman delfiinilajin koko ja sen päälle pystyi vetämään pienempien lajien edustajia havainnollistamaan kokoeroa.

Ylimääräisiä koskettamaan aktivoivia värejä, liikettä tai muita kikkoja käyttävät vain yksi, eli National Geographic. Sekin oli vähäeleinen nappi - pääosin koskettamista rohkaistaan yksinkertaisella "tap this icon" -tekstillä painettavan alueen lähellä.

7.1.3. Äänen käyttö



Kuvio 10. Äänen käyttö julkaisussa.

Ääntä (3.1) käytti hyödykseen vain National Geographic ja Once. National Geographic hyödynsi ääntä kannessaan ja haastatteluissa. Time-lehdestä sai päälle lukupalvelun, mutta en laskenut sitä äänien joukkoon, koska artikkelin automaattilukija ei liity kuvallisen ilmaisun tehostamiseen.

En huomionut äänen havainnoinnissa erillisiä videoita, koska videoihin kuuluu lähtökohtaisesti äänimaisema. Ääni on tässä omana osionaan, koska pelkästään äänen ja esimerkiksi taustakuvan yhdistelmällä voi saada aikaan ilmaisutapoja, joihin video ei ole tarkoituksenmukainen.

7.1.4. Kuvien käyttö



Kuvio 11. Kuvankäyttöön liittyvien ominaisuuksien käyttö eri julkaisuissa.

Kaikki julkaisut käyttävät monipuolisesti valokuvia. Koko ruudun täyttävä kuva on käytössä kaikissa julkaisuissa. Time-lehti hyödyntää kiinnostavasti myös pystytaittoa. Monet kuvat on jaettu kahtia, eli sama kuva jatkuu, kun sivua pyyhkäisee eteenpäin. Ele on yksinkertainen, mutta vaikutelma tehokas. Gif-henkisiä tai muita liikkuvia valokuvia käytti vain National Geographic, vaikka liikkuva valokuva on kiinnostava still- ja videokuvan välimuoto.

Eniten erilaisia kuvankäytöllisiä ominaisuuksia hyödyntää National Geographic, joka käyttää lähes kaikki taulukkoon merkityjä ominaisuuksia. Sen sijaan Project Week ja Once käyttivät lopulta niukahkosti erilaisia tekniikoita, joilla kuvallista kerrontaa voi edistää. Videon merkitsin käytetyksi vain, jos se oli applikaation tai julkaisun sisällä oleva video. Esimerkiksi Red Bulletin ja Time käyttävät paljon Youtube-videopalvelun kautta toistettavia videoita, mutta tabletti ei toista videota suoraan upotettuna, vaan siirtää käyttäjän Youtubeen. Loikka ulos lehden sisäisestä maailmasta rikkoo käyttäjän rauhan ja hidastaa luku- ja katselukokemusta.

Yhden ruudun kuvakarusellia käyttivät uusista lehdistä kolme neljästä. Kuvakarusellin käyttö yhdellä sivulla on hyvä tapa esittää paljon kuvia ilman, että artikkelikokonaisuuden rakenne leviää. Toki kuvat voivat olla yksittäisillä ruuduillakin, mutta silloin lukija voi säikähtää kokonaisuuden laajuutta. Kun karuselli pyörittää vain yhden ruudun päällä ilman, että lukija joutuu liikkumaan julkaisun sisällä sinänsä mihinkään, voi sellaisessa ympäristössä kuvasarja vaikuttaa harkitummalta,

koska tapahtumapaikka on yksi ruutu, ei useita eri sivuja tai ruutuja.

Edistyneimpiä ominaisuuksia, kuten 360 asteen pallopanoraamoja ei näkynyt yhdessäkään lehdessä. Pallopanoraamat ovat kohtuullisen harvoin käytettynä hyvä lisäominaisuus tuomaan katsojan tapahtumapaikalle. Sillä mahdollistetaan myös kuvan ja ympäristön tarkastelu rauhassa omaan tahtiin. Lukija voi tehdä löytöjä ja keskittyä valitsemiinsa yksityiskohtiin.

7.1.5. Liikkeentunnistussensorit



Kuvio 12. Liikkeentunnistussensorien hyödyntäminen julkaisuissa.

Pisimmälle kehittyneitä ominaisuuksia ei käyttänyt yksikään tutkimukseen valittu julkaisu. Aiemmin sitä on käyttänyt pallopanoraamien ohjaamiseen National Geographic, mutta jostakin syystä tässä numerossa sille ei ollut käyttöä.

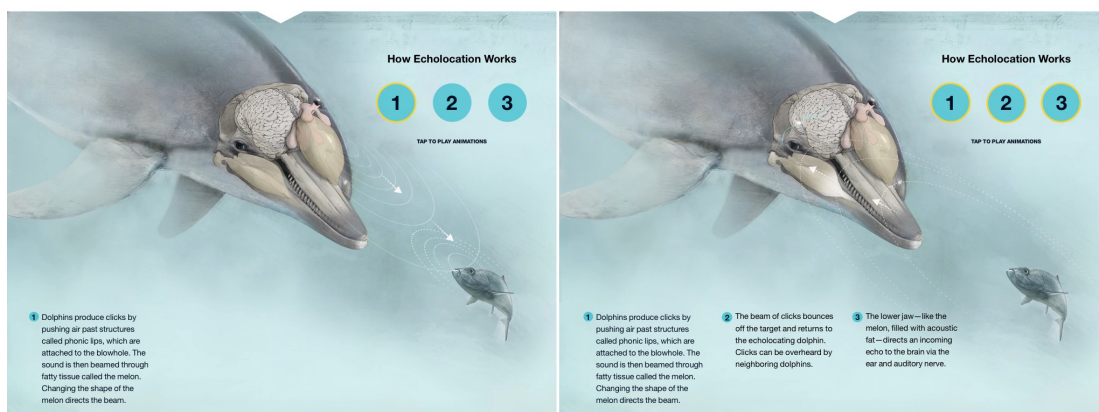
Kiihtyvyyssensorien avulla tabletille avautuvaa näkymää pystyi ohjaamaan liikuttamalla tablettia fyysisesti ympäriinsä. Ominaisuus on kiinnostava ja tuo uuden ulottuvuuden tabletin käyttöön. Lisäksi tässä ominaisuudessa on myös leikillisyyttä ja vielä uutuudenviehätystä, etten sanoisi wow-faktoria. Kiihtyvyyssanturia ei hyödyntänyt videoissa (5.2) yksikään julkaisu. Sellaisen toiminnallisuuden rakentaminen vaatii tavallista enemmän suunnittelua, eikä hyöty-panossuhde ole välttämättä tasapainossa. Se on silti kiinnostava osallistava ja edelleen lukijaa tapahtumapaikalle entistä enemmän tuova ominaisuus. Myöskään muita kiihtyvyyssensoreihin perustuvia ominaisuuksia, kuten julkaisussa etenemistä tablettia heiluttamalla ei ollut yhdelläkään julkaisulla käytössä.

7.2. Tulokset julkaisuittain

Käyn seuraavaksi tulokset läpi julkaisu kerrallaan. Muodostan samalla yleisemmän kuvan julkaisun tavoista hyödyntää tabletin kerronallisia ominaisuuksia.

7.2.1. National Geographic Digital

National Geographic Digital (NG) käytti julkaisussaan lähes kaikki tablettialustan mahdollistamia tarinallisia ominaisuuksia. Kokonaisvaikutelma on laadukas, huoliteltu ja viimeistelty. NG käyttää laajasti animointeja, sivun sisällä tapahtuvia tekstinrullauksia. Voisi sanoa, että NG on opetellut tabletin kieliopin ja hyödyntää sitä täysin tarinankerronnassaan. Esimerkiksi arvioimassani delfiini-artikkelissa erilaiset animaatiot käynnistyivät ja jatkuivat sormenpainalluksella. Animoinneissa hyödynnettiin myös ääniä kuvaamaan delfiinien äänenmuodostusta. Havainnoillistaminen oli huomattavasti tehokkaampaa kuin samanlaisen infografiikan tekeminen staattisesti printtilehdessä.



Kuva 13. Kolme eri nappia esittelevät eri vaiheita delfiinien äänenkäytöstä. Kuviin liittyy myös ääntä sekä animointeja.

NG käyttää vain vaakataittoa. Se lienee ymmärrettävää, sillä animaatiot ja muut täytyy voida rakentaa tiettyyn muotoon - pystytaitossa samat animaatiot ja kuvitukset täytyisi taittaa eri kokoon, joten kyseessä voi olla resurssikysymys. Vaakataitto tuo mieleen myös elokuvan sekä aikakauslehtien näyttävät aukeamataitot, joten visuaalisesti vaakataitto on perusteltu.

Tässä numerossa ei ollut ollenkaan käytössä pallopanoraama-ajaja. Aiemmissa numeroissa sitä on käytetty runsaastikin, ja NG:n ohjesivulla on oma symboli näille panoraama-ajajille. Toisaalta tässä numerossa uitiin videolla monipuolisesti delfiinien kanssa meressä, joten mahdollisesti panostus oli tapahtunut jo siellä. Toisessa artikkelissa käsiteltiin Detroitin asukkaiden tilannetta, ja se oli

rakennettu laajasti henkilökuvien ja -haastatteluiden varaan. Panoraamakuvat olisivat nähdäkseen olleet oiva lisä esimerkiksi kuvaamaan Detroitin maisemia, koska nyt artikkeli ripustautuu suhteellisen tiiviiden henkilökuvien varaan. Toisaalta tässä yhdistelmässä näkyy myös lehden rytmitys: laajan delfiinispektaakkelin jälkeen yksinkertaistetumpi taitto rauhoittaa rytmiä ja antaa lukijalle tilaa katsella kuvia samalla, kun haastateltavien ääninauhoitukset tuovat haastateltavia lähemmäs.



“I think that once they get everything together as far as the finances, Detroit will be back on the map, bigger and better than ever.”

SHERETTE MICHELLE STANFORD
01:16



SHERETTE MICHELLE STANFORD celebrated her 46th birthday at Bert's Market Place, a jazz club in the Eastern Market neighborhood, by singing karaoke selections from Gladys Knight and Whitney Houston. She moved to Detroit as a child when her family home was lost in the 1971 southern California earthquake. She insists that Detroit doesn't deserve its bad rap. "It's my city. You can enjoy yourself. Detroit is beautiful."

Kuva 14. Vasemmanpuoleisen kuvan oikeassa alanurkassa on neliö, jota painamalla lainauksen ja haastattelun tilalle kuvaan tulee henkilön esittely. Ylimääräistä sivunvaihtoa ei tarvita, vaan sisältö vaihtuu painamalla alalaidan neliötä.

7.2.2. Time

Time eroaa muista lehdistä siten, että se ilmestyy joka viikko - vertailun muut lehdet ilmestyvät noin kerran kuukaudessa. Siihen nähden Timessä on paljon tabletin ominaisuuksia hyödyntäviä ominaisuuksia. Kannen animointi tarkoittaa otsikon ja alaotsikon sekä Time-nimiön ilmestymistä kansikuvan päälle rauhallisesti. Yksinkertainen animointi ilman kikkoja luo laadukkaan ensivaikutelma. Time julkaistaan vain pystytaittona, eikä sitä pysty kääntämään vaakasuuntaan. Sivuja pystyy zoomaamaan, jolloin sekä tekstiä että kuvia voi tarkastella lähempää.

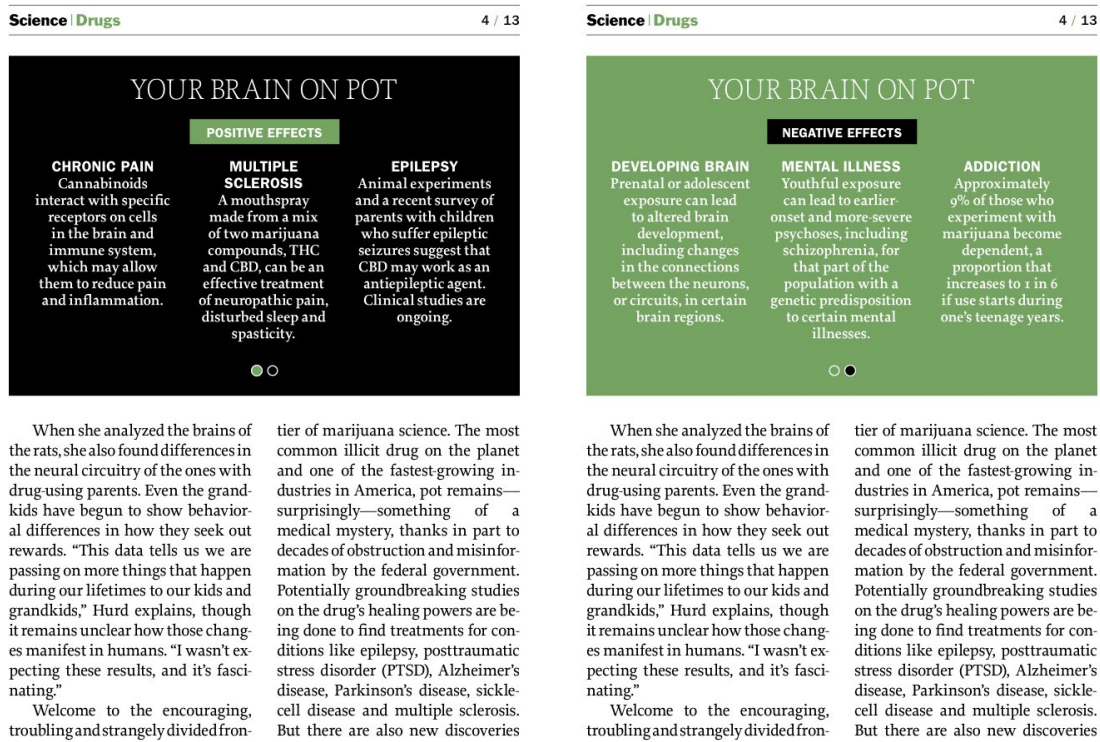
Sormea aktivoivia ominaisuuksia Timessa on vain vähän. Käytännössä vain kuvatekstit tuodaan esiin painallusta vaativan symbolin takaa. Ääniä julkaisussa ei ole, mutta artikkelit on muutettu audiomuotoon ilmeisesti oikeita lukijoita käyttämällä - niin ilmeikkäiltä ja aidoilta artikkelien lukijat kuulostavat.

Timessä kuvat saavat paljon tilaa. Videot ovat youtube-pätkinä varsinaisen lehden loppupuolella, joten niitä en laskenut tähän vertailuun. Kuvissa koko ruudun peittävä kuvaelementti on Timessä jaettu usein kahtia. Oletettavasti samaa kuvaa on voitu käyttää lehden aukeamana. Tabletilla aukeaman ikään kuin vasemmalle sivulle ilmestyy jokaisen jutun alussa otsikko, ja oikealle sivulle kuvateksti. Kuva on samaa vaakakuvaa, mutta kahtia jaettuna.



Kuva 15. Timen pystytaitto mahdollistaa vaakakuvas jakamisen kahdelle sivulle.

Time hyödyntää myös animoitua infografiikkaa ja kuvakaruselli-ominaisuutta kiinnostavasti. Asiantuntijakommentit voivat liikkua pienessä karusellissa siten, että pyyhkäisemällä sivulle tulee esiin uusi asiantuntija. Täten yhdellekin pystysivulle on voitu taittaa paljon sisältöä, enemmän kuin kerralla näkyy.



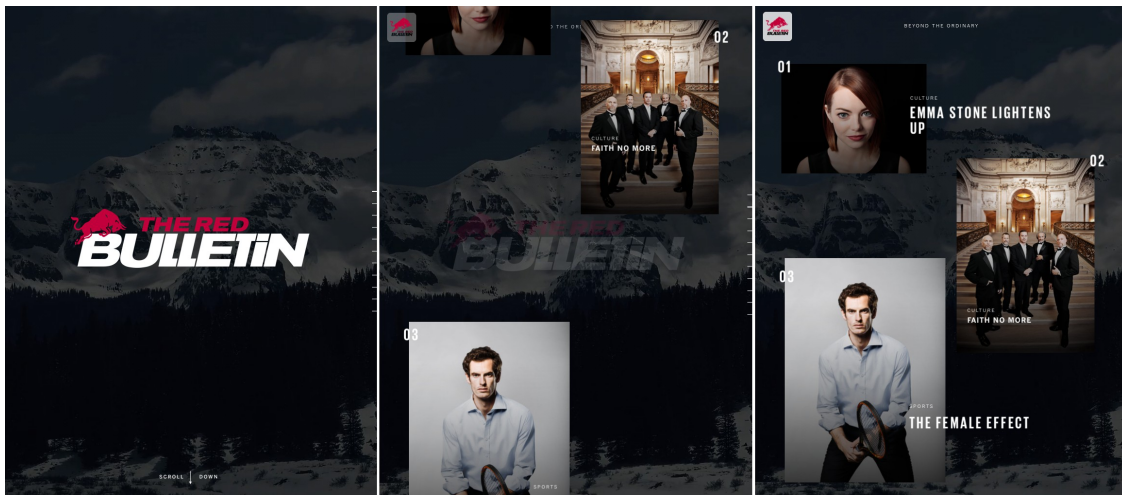
Kuva 16. Yläosan artikkeli vaihtuu sivulle pyyhkäisemällä. Tällaisella karusellilla samalle näkymälle saa enemmän sisältöä. Myös vertailevan aineiston esittely on tällä tavoin havainnollistavaa.

360 asteen kuvia tai kiihtyvyyssensoreita Timessa ei hyödynnetä.

7.2.3. Red Bulletin

Red Bulletin (RB) on lehdistä ainoa, joka käyttää verkkomaista julkaisualustaa ja -taittotekniikkaa. RB hyödyntää myös oivallisesti parallax scrollingia eli kahdensuuntausta vieritystä - ruudulla näkyvä kuva ikään kuin liikkuu vastakkaiseen suuntaan kuin sitä rullataan, ja esiin ilmestyy uutta sisältöä aivan kuin se olisi ollut pitkän matkan takana piilossa. Tätä tekniikkaa hyödynnetään paljon verkkojournalismissa, mutta tabletilla se on harvinaisempaa.

Tällaisten ominaisuuksien hyödyntäminen saa julkaisun näyttämään kevyeltä ja uudenaikaiselta. RB oli vielä reilu vuosi sitten aikakauslehtimäinen julkaisu, mutta nyt se tuntuu ottaneet itse asiassa askeleita eteenpäin julkaisualustatekniikassa ja verkon ja tabletin parhaiden puolien yhdistämisessä. RB:n look ja tuntuma on yksi päänaavaus varmasti siihen, miltä tulevaisuuden tablettijulkaisut voivat näyttää.



Kuva 17. Alaspäin vetämällä artikkelit tulevat esiin ikään kuin piilosta. Efekti on tehokas ja huomiota herättävä.

Tablettien ominaisuuksia RB käyttää sen sijaan vain vähän. Kansi on animoitu, taitto kääntyy sekä pystyyn että vaakaan ja pyyhkäisemällä liikutaan julkaisun sisällä, mutta mitään kosketusta aktivoivia ominaisuuksia ei RB:stä kumma kyllä löydy. Sivuja ei voi zoomata. Kuvankäytössä RB parantaa. Videoita on Youtube-klippien lisäksi upotettu omina klippeinä itse julkaisuun. Koko ruudun kuvia käytetään paljon, samoin muunlaisia kuvakokoja. Myös kuvagalleria pyörii kuvakarusellina. Animoitua infografiikkaa tai liikkeentunnistussensoreita ei hyödynnetä mitenkään.

RB on keskittynyt julkaisemaan lyhyehköjä artikkeleja ja kysymys-vastaus-muotoisia haastatteluja.

Yksi syy räälöinnin vähäisyyteen voi olla lehden ilmaisuus. Jos sisällöt on kopioitu printti- ja nettiversiosta, on tabletille räätälöinti Koska lehden voi tilata ilmaiseksi, on räätälöinti tabletin ominaisuuksia hyödyntäen jäänyt vähäiseksi.

7.2.4. Project Week

Project Weekin (PW) kansianimaatioissa on kiinnostava ominaisuus. Pieni otsikkopalkki pyörii ympäri, ja uuden sivun tullessa esiin tulee myös uusi otsikko. Tilaa se vie vain yhden otsikon verran, mutta liikkuva elementti kiinnittää huomion tehokkaasti. Samalla pääkuva säilyy rauhoitettuna.

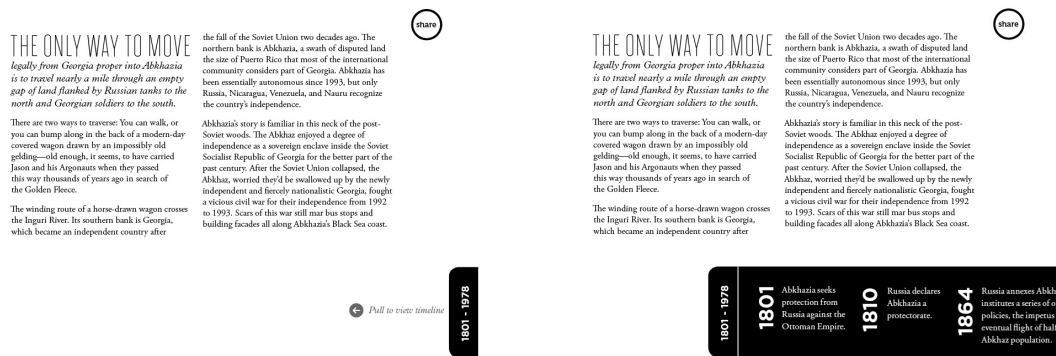
PW hyödyntää vertailun lehdistä vähiten tabletin ominaisuuksia, vaikka lehti on tehty suoraan tabletille näennäisesti ilman printtimaailman konventioiden painolastia. Käytännössä kosketusta aktivoivat ominaisuudet rajoittuvat risti-symboliin, josta painamalla kunkin artikkelin kirjoittajan nimi tulee esiin. Ääniä ei hyödynnetä ollenkaan, eikä kuvallisessa ilmaisussakaan käytetä mitään vaativampia ominaisuuksia koko ruudun kuvaa ja erikokoisia kuvia lukuunottamatta. Sisältö on staattista ja aikakauslehtimäistä.



Kuva 18. Lisätietoja-risti tuo lisätiedoksi vain kuvaajan nimen.

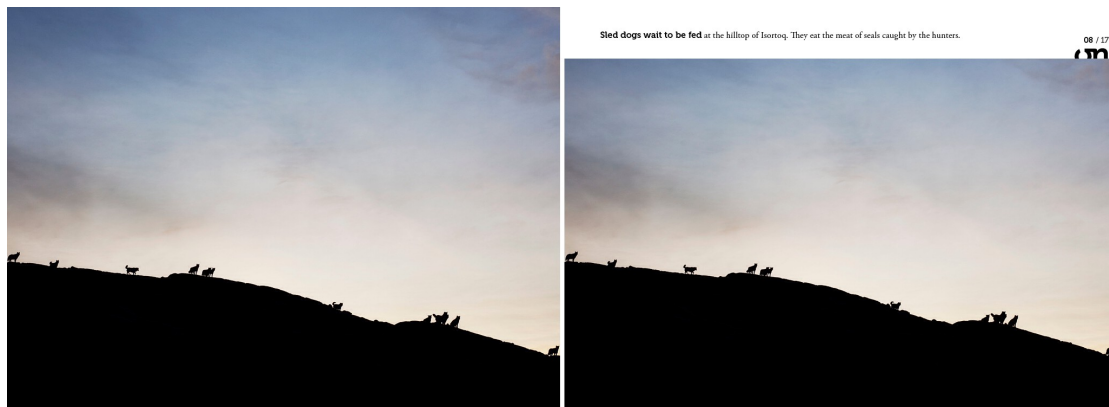
7.2.5. Once

Once-lehti on pilottinumero vuodelta 2011. Otin Oncen vertailukohtaksi nykyaikaisille tablettijulkaisuille. On selvää, ettei se pysty kilpailemana laadukkaimpien julkaisuiden kanssa, mutta Once ei silti vaikuta vanhanaikaiselta. Lehden kansi on animoitu, käyttöliittymä on yksinkertainen ja kuville on annettu paljon tilaa. Lehteä selataan vain vaakasunnassa. Kuvatekstit tulevat esiin symbolin takaa, ja lehdessä on käytetty aikajanaa vetolaatikkona.



Kuva 19. Aikajanan saa näkyviin vetämällä laatikkoa sormella vasemmalle.

Oncessa on haastatteluja, jotka rikastuttavat sisältöä. Kuvien käyttö on Oncessa rajoittunutta. Valikoimassa on vain koko ruudun kuva ja erilaiset vaihtelevat kuvankäyttötavat. Infografiikkaa on karttojen muodossa, mutta ne eivät ole interaktiivisia, kuten nykyvaatimukset edellyttävät. Liikkeentunnistussensoreita ei ole hyödynnetty Oncessakaan.



Kuva 20. Sivua painamalla kuvatekstilaatikko ilmestyy kuvan yläreunaan.

Oncen kuvat ovat silmiinpistävän laadukkaita. Ne ovat värikylläisiä, mutta myös yökuvia ja kapean

kontrastin kuvia on uskallettu käyttää runsaasti. Juuri tällaisten kuvien julkaisemiseen tabletti on omiaan, kun taustavalaistulla ruudulla voidaan esittää painokoneille hankalia kuvia juuri siten, kuin kuvaaja on ne tarkoittanut nähtäväksi.

8. Päätelmät

8.1. Yhteenvetoa tuloksista

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää miten eri julkaisut hyödyntävät tablettijulkaisualustan kerronnallisia ominaisuuksia kuvareportaaseissa. (Tutkimuskysymys 1).

Tähän kysymykseen sain tutkimuksessani myös vastauksia.

1) Tablettijulkaisuiden kuvareportaaseissa ja visuaalisuuteen luottavissa artikkeleissa käytetään laajasti tavallisimpia tabletille ominaisia kerronnallisia ominaisuuksia ja taitollisia ratkaisuja. Tabletille räätälöidyt lehdet eivät ole vain verkkosivujen tai taitetun paperilehden kopioita, vaan tablettijulkaisussa hyödynnetään tarinankerronnallisesti laitteen tarjoamia teknisiä mahdollisuuksia. Sen sijaan teknisesti vaativampia ominaisuuksia ei käytetä merkittävästi kuin yhdessä tutkimuksen viidestä julkaisusta.

Lisäksi etsin hyviä ja hyödyllisiä ominaisuuksia lukijan kannalta.

1) Hyviä tapoja käyttää hyödyksi tablettiominaisuuksia ovat ainakin koko ruudun kokoiset kuvat, kuvagalleria karusellissa, pallopanoraama-kuvien ohjaaminen kiihtyvyyssantureiden avulla. Kuvat ovat koko ruudun kokoisina näyttäviä sekä väreiltään että terävyydeltään, kun katseluetäisyys on sopiva, eli käden mitta.

2) Eri ominaisuuksien hyödyntäminen luo uudenlaisia kerronnan tapoja, joilla voi yllättää lukijan positiivisesti ja saada hänet syventymään ja kiinnostumaan aiheesta.

8.1.1. Tabletti laajentaa kuvareportaasien esittämistapoja

Kolme viidestä tutkitusta julkaisusta tyytyi suhteellisen tavanomaisiin esittämisen tapoihin, joissa peruspohjana oli tavallinen staattinen kuva ja staattinen teksti, kun taas palkittu National Geographic oli vienyt tablettijulkaisunsa aivan omalle tasolleen. NG:n julkaisussa ennakkosuunnittelu näkyi selvästi: laajat videot yhdistettynä animaatioihin, infografiikoihin, valokuvalliset videot ja oivaltava äänenkäyttö ovat keinoja kertoa tarinoita tabletille ominaisessa muodossa.

Tutkimuksen perusteella tablettien ominaisuudet tuovat kuvareportaasien tarinankerronnan esittämiseen paljon uusia mahdollisuuksia. Tablettijulkaisuun mahtuu paljon kuvia. Kuvien määrä ei

ole tietenkään itseisarvo, mutta tabletti tarjoaa laajemman julkaisualustan kuin perinteinen printtilehti. Kuviin voi upottaa lisäominaisuuksia, kuten kuvatekstien animoinnin joko sormella koskettaen tai automaattisesti ilmestyen. Kuviin saa upotettua liikettä. Videon voi upottaa suoraan sivulle ilman, että käyttäjän tarvitsee mennä erilliseen soittimeen sitä varten. Tarina säilyy ehjänä, kun kuvista voi rakentaa karusellin, jota voi koskettamalla liikuttaa. Kuvia voi zoomata luontevasti sormilla lähemmäs, jos haluaa tarkastella jotakin yksityiskohtaa lähempää. Merkittävä etu ja uusi tapa on kiihtyvyyssanturin hyödyntäminen, jota ei voi tehdä kannettavilla tietokoneilla eikä paperilehdellä. Kiinnostavan maiseman katselu fyysisesti kääntymällä luo vahvemman läsnäolon tunteen kuin hiirellä tietokoneen näyttöä käskemällä ja siten kuvaa liikuttelemalla.

Kuvareportaasien yhtenä tehtävänä on nähdäkseni näyttää kuvaajan kautta lukijoille maailmaa ja näkymiä, joita lukijat eivät ole nähneet – silloin kiihtyvyyssanturien hyödyntäminen tuo uuden ulottuvuuden kuvajournalismiin. Siirrytään jo lisätyn todellisuuden mahdollisuuksien puolelle. Myös kuvien laatu, joka johtuu näytön laadusta sekä taustavalosta, on merkittävä parannus printtiin ja tavallisten tietokoneiden ruutuihin verrattuna. Kuvat näyttävät laadukkaammilta, toistavat värejä hyvin ja pienen näytön koko on jopa etu, kun kuvan voi nähdä kokonaisuudessa yhdellä silmäyksellä, toisin kuin 15-tuumaiselta tietokoneen näytöltä katsellen.

Vaikka tablettien perusominaisuudet ovat samankaltaisia kuin internetjulkaisuissa muutenkin, on tabletin pyyhkäisy- eli sivunvaihto-ominaisuus erottava tekijä. Nettiä selataan tavallisesti ylhäältä alas, mutta tablettia kelataan sivulle. Silloin jokainen näkymä eli uusi kuva voi luoda uuden yllätyksen lukijalle. National Geographic ja Time käyttävät animoitua kansikuvaa myös artikkeleille.

Siirryttäessä artikkelista toiseen voi kansi olla liikkuva, siitä voi kuulua ääniä ja se voi avata aihetta aivan uudella tavalla. Sivut ovat myös aina piilossa samalla tavalla kuin paperilehdessä, joten yllätyksen tarjoaminen onnistuu paremmin kuin alaspäin rullattavassa verkkolehdessä.

Tosin verkossakin näyttää siltä, että koko ruudun peittäviä kokonaisuuksia tehdään enemmän ja enemmän, joten multimediallisuus tuntuu siirtyvän myös tietokoneen ruudulle (Valji 2014). Ehkä tulevaisuudessa lehtien omat applikaatiot alkavat poistua ja kaikki sähköinen julkaisu on samalla HTML5-koodilla luotua sisältöä, joka skaalautuu vain näytön koon mukaisesti riippumatta julkaisualustasta. Tästä antoi tietynlaisia esimakua jo Red Bulletinin kevyeltä tuntuva taitto- ja esitystapa. Toisaalta National Geographic Digitalin tiukka taittotapa – joka on vakuuttava – voi

kestää hyvinkin aikaa.

8.2. Menetelmä kaipaa tarkennuksia

Tutkimuksessani käytin sovellettua sisällönanalyysia asetelmassa, jossa yhdistelin teknisiä ominaisuuksia sisällön esittämiseen. Tutkimuksen aineistoksi muodostui harkinnanvarainen otanta, joten laajoja johtopäätelmiä ei tulosten perusteella voi tehdä. Arvioin kuitenkin, että tämä aineisto edustaa kattavasti tämän hetken kärkeä julkaisuissa, joilla tähdätään myös kaupalliseen kannattavuuteen, eli niissä on käytetty ominaisuuksia tehokkaasti, ei pelkästään kokeilun vuoksi. Koska tutkimani aihealue on uusi ja tuore, ei aihetta ole aiemmin juuri tästä näkökulmasta tutkittu.

Tutkimuksen menetelmänä havaintotaulukointi ja sovellettu sisällönanalyysi toimivat mielestäni kohtalaisen hyvin. Niiden avulla pääsee kiinni ominaisuuksiin ja ulottuvuuksiin, joita tablettijulkaiseminen tarjoaa erityisesti visuaalisen sisällön esittämisessä. Kiinnostavaa oli julkaisuiden taiton, navigaation ja nyanssien laajahko määrä, joita kaikkia ei ollut järkevää ottaa mukaan havaintotaulukoon erilaisten käytäntöjen määrän vuoksi. Tablettijulkaisuiden tavat eivät ole vielä vakiintuneet samalla tavalla kuin aikakauslehtien tai verkkomedioiden tavanomaiset esittämismuodot, vaan eroja on edelleen ja varianssi on laajaa. Siksi aihealue on kiinnostava ja hakee muotoa edelleen. Eroja syntyi erityisesti vaativampien teknisten ominaisuuksien hyödyntämisen määrässä.

Havaintotaulukko ei vastaa käytettävyyden tunnepuoleen. Mielestäni kokenut lehtialan ammattilainen pystyy arvioimaan eri julkaisuiden käytettävyyttä sekä hyviä ja huonoja puolia oman perehtyneisyytensä perusteella. Tällaisia asioita on vaikea sanallistaa tai rakentaa taulukoksi. Laadun määrittely journalismissa on vaikeaa ja aina kontekstisidonnaista, joten kokonaiskuvan hahmottaminen siitä, millainen tablettijulkaisu on laadukkain tai paras, on hankalaa. Siihen en tämän tutkimuksen avulla pysty vastaamaan.

9. Pohdintaa ja katse tulevaisuuteen

Tässä osiossa keskityn pohtimaan tutkimieni tablettijulkaisuiden eroja ja ajatuksia, jotka nousivat esiin tutkimuksen aikana. Hahmottelen myös optimaalisen kuvareportaasijulkaisun ominaisuuksia.

9.1. Tablettisukupolvien kehitystahti

National Geographicin ja Red Bulletin olivat ainoita julkaisuita, jotka tuntuivat moderneilta. Toki Time, Project Week ja Once ovat luettavia ja sinänsä toimivat moitteetta, mutta varsinkin Project Week ja Time tuntuvat jääneen julkaisuajankohtansa maailmaan. Ne tuntuivat hieman vanhahtavilta: kosketuspainikkeet ovat pieniä, kuvien zoomaus ja tarkastelu oli hankalaa. Siinä missä sanomalehden visuaalista ilmettä ja toimituksellisia sisältöjä ja työtapoja uudistetaan kolmen tai viiden vuoden välein, olisi tablettimaailmassakin järkevää katsoa kriittisesti omaa julkaisua ja sen muotoa vaikkapa vuoden välein.

Jos tablettilehteen ei ole osoitettu riittävästi resursseja, voi tällaisten kehityssuuntien hahmottelu jäädä tavallisen arkisen työn jalkoihin. Silloin julkaisut putoavat auttamatta kehityksen tahdistä. Tableteista syntyy jatkuvasti uutta tutkimusta ja kun myös mobiiliskaalautuvuus on viime vuosina kasvanut tarpeelliseksi useille nettisivuille, on käytettävyyden puolella alettu pohtia aiempaa tarkemmin esimerkiksi sen alueen kokoa, johon sormen pitää voida osua saadakseen painettua aiottua linkkiä tai laatikkoa. Tällaisten ominaisuuksien ja jopa fontin koon muutokset – nykyisin suositaan verkossa ja tableteilla aiempaa isompaa fonttia – vieminen julkaisualustalle ja lukijoille asti vaatii nähdäkseni aktiivista kehitystyötä, jota ilman riittävää aikaa ja innostuneisuutta voi olla vaikea tehdä.

9.2. Optimaalinen tablettijulkaisu?

Tutkimuksen aineistosta voi yhdistelemällä hahmotella julkaisun, joka hyödyntäisi laajasti tablettijulkaisualustan eri teknisiä mahdollisuuksia kuvajournalismin tarpeisiin.

Ensin täytyy ratkaista, käytetäänkö tablettia pystyssä vai vaakassa. Monipuolisinta olisi taittaa molemmat version, mutta päädyn vaakaan, koska Poynterin tutkimuksissa valtaosa käyttäjistä suosi vaakaa. Vaakakuva tuntuu tutummalta: katson maailmaa vaakakuvana, joten myös sivun lukeminen tuntuu vaakana miellyttävämmältä. Kansikuva on animoitu, ja animaatio alkaisi applikaation tai lehden aloituskuvan eli latauskuvan jälkeen noin sekunnin kuluttua siitä, kun itse kansi on tullut esiin. Nopea aloitus tulee siksi, ettei lukija selaa eteenpäin kuin vahingossa.

Navigaatio tapahtuu nipistämällä näyttöä, koska silloin koko julkaisusta saa hyvän näkymän ja selailu lehden alaosaan tapahtuu luontevasti navigaationäkymää ylös ja alas pyyhkäisemällä.

Sisällysluettelo tulee vasemmalle näkyviin tässä nipistyskohdassa, josta voi hyppiä myös otsikoiden

perusteella jutusta toiseen. Käyttäisin yleisesti navigaationa selkeästi ohjeistettua mallia, jota National Geographic Digital käyttää: kuvat liikkuvat sivuttain, teksti ylhäältä alas. Tekstiä on luontevaa rullata alaspäin, koska se lukusuunta on luonteva jo nettisivujen perinteestä. Isoilla selkeillä symboleilla liikutaan sitten sivuttain kohti kuvia, jotka rullaavat sivulle pyyhkäisemällä.

Itse kuvareportaasit aloitetaan isolla kuvasivulla, jossa on otsikko. Aloituskuva voi olla koko julkaisun rytmityksestä riippuen joko staattinen, animoitu, video tai näiden yhdistelmä taustaanellä lisätynä. Ääni tuo lukijan paikan päälle tehokkaasti. Reportaasista pitää löytyä ainakin laadukkaiden kuvien lisäksi kuvagalleria, joka toimii joko yhden sivun päällä karusellina tai pelkästään erillisinä ruutuina, joita selataan edestakaisin pyyhkäisemällä sivulle. Kuvatestit tulevat esiin riittävän isoa läpinäkyvää kuvateksti-symbolia painamalla. Kuvat ovat siis lähtökohtaisesti koko ruudun kokoisia. Myös videoidut maisemat tai lyhyet reportaasit sopivat silloin, kun liikkuva kuva kertoo enemmän kuin pelkkä yksittäinen ruutu. Myös animoituja kuvia esimerkiksi gif-tekniikalla voi käyttää.

Kuvagallerioiden lisäksi lähes joka aiheesta voi tehdä 360 asteen pallopanoraamakuvan, jota voi ohjata liikkeentunnistussensoreilla. Samasta kohdasta kuvattuna voi olla esimerkiksi päivä- että yökuva, mikäli se on aiheen kannalta olennaista. Myös äänimaisema on mahdollisesti kuunneltavana näissä panoraamateoksissa. Ääntä voisi muutenkin käyttää aina kun mahdollista. Itse artikkelit olisi tekstin lisäksi mahdollista kuunnella kirjoittajan lukemana. Samalla artikkelin kuvat voivat pyöriä multimediateoksena samassa rytmissä puheen kanssa. Kuvissa olisi laaja zoomausmahdollisuus. Ei pelkästään tekninen zoomi, vaan kuva pitäisi ladata niin isona järjestelmään, että sitä voi zoomata sormilla siten, että kuva pysyy terävänä. Kuviin voi myös upottaa lisäinfoa, joita saa koskettamalla auki. Esimerkiksi jokin yksityiskohta, joka kuvatekstissä rikkoisi turhaan rytmiä, voisi tulla esiin tiettyä kohtaa kuvassa koskettamalla. Myös muita visuaalisia tekniikoita on käytössä tarpeen mukaan. Ennen-jälkeen-kuvat sormea kuvan päällä liikuttamalla havainnollistavat esimerkiksi kriisialueiden kehitystä.

Artikkelin lopussa on oma sivunsa tekijöille, jossa he kertovat videolla ja kuvallaan ja tekstillä lisätietoa jutusta hieman kulissien takaa -henkisesti. Tekijöiden esiin tuominen lisää tuttuutta – monet tunnetut toimittajat ja kuvaajat keräävät nykyisin sosiaalisen median kanavien kautta seuraajia, ja yleisö on oppinut tunnistamaan seuraamansa tekijän kädenjälkeä. Lisäksi tällaiset sivut lisäävät läpinäkyvyyttä, kun tekijän taustat ovat selvillä. Silloin lukija voi suhteuttaa artikkelin näkemyksiä paremmin kuin pelkästään nimen perusteella. Onko tekijällä esimerkiksi pitkä kokemus

jostakin tietystä alasta, josta hän tekee journalismia, jolloin voisi ajatella, että hänen julkaisunsa on aloittelevaa tekijää luotettavampia.

Jatkotutkimuksen aiheita

Tablettijulkaisuiden narratiiviset mahdollisuudet kuvareportaasien esittämisessä on mielestäni kiinnostava aihe, jota kannattaisi tutkia enemmän. Jatkotutkimuksessa olisi kiinnostavaa selvittää vielä tarkemmin eri ominaisuuksia, jotka erottavat tablettijulkaisualustan esimerkiksi kannettavasta tietokoneesta tai printtilehdestä. Yleisesti ottaen jatkotutkimuksessa olisi järkevää laajentaa otantaa mahdollisimman laajaksi ja yksilöidä vielä tarkemmin eri ominaisuuksia eri julkaisuista. Siten voisi syntyä laajempi yleiskatsaus tablettijulkaisuiden nykytilasta. Mahdollisuuksien mukaan julkaisuita voisi etsiä vielä laajemmin ei-journalististen julkaisuiden puolelta. Yleensä mainosmaailmassa mennään useita askelia mediaa edellä, joten monet yritykset lienevät rakentaneet jo omia applikaatiomaisia kokonaisuuksiaan, joissa tablettijulkaisualustan ominaisuudet on otettu käyttöön vielä laajemmin.

Myös itse kuvareportaasien mahdollisuuksien tutkiminen olisi paikallaan. Nykyään kuvat voivat olla kymmenientuhansien pikselien kokoisia koosteita, mutta tabletin pikselikoot liikkuvat vain pitkän sivun kannalta reilussa 2000 pikselissä – megakuvien hyödyntämistä sekä rakenteellisena kokonaisuutena esimerkiksi siten, että kuvassa voisi liikkua vapaasti ja itse katseltavat kuvat olisivat ruudun kokoisina kuvina osana kuvan pintaa tai vain kuvajournalistisessa käytössä reportaasin osana.

Tutkittavaa siis riittää useisiin akateemisiin tutkielmiin ja raportteihin.

10. Lähdeluettelo

Aristoteles (1997) *Retoriikka Runousoppi*. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Aaltonen, Jouko (2007) *Käsikirjoittajan työkalut. Audiovisuaalisen käsikirjoituksen tekijän opas*. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Fast Company (2012) *March Issue*. Epub.

García, Mario R. (2012) *Ipad Design Lab – Storytelling in the Age of the Tablet*. Epub.

Heinonen, Ari (1998) *Raportteja verkkojournalismista*. Vammala: Vammalan kirjapaino

Gutsche JR, Robert E; Jacobsen, Susan; Marino, Jacqueline (2015) *The digital animation of literary journalism*. Sage.

Jokela, Markus (2009) *Jotain on tapahtunut*. Musta taide.

Lehtonen, Mikko (1996) *Merkitysten maailma*. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Niskasaari, Mikko (2012) *Tekijänoikeuskonkari tyrmää Sanoman freesopimuksen*. Seinäjoki: Suomen Journalistiliitto.

Panzer, Mary (2005) *Things As They Are. Phojournalism in Context Since 1955*. Italia: World Press Photo.

Pekonen, Juho-Pekka (2012) *Klassisen lehden kaikuja. Päätoimittajien näkemyksiä tablettilehtien merkityksestä*. Tampere.

Pietilä, Veikko (2004) *Kaiken takana on teknologia: Harold Innis ja Marshall McLuhan tekivät välineistä viestintäteoriaa*. Mörä, Salovaara-Moring & Valtonen (toim.) *Mediatutkimuksen vaeltava teoria*. Tampere: Tammer-Paino.

Pulkkinen, Hannu (2008) *Uutisten arkkitehtuuri. Sanomalehden ulkoasun rakenteiden järjestys ja jousto*. Jyväskylän yliopisto.

Salo, Merja (2000) *Imageware – kuvajournalismi mediafuusiossa*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapainot Oy.

Seppänen, Janne (2001) *Valokuvaa ei ole*. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Sinkkonen, Irma, Kuoppala, Hannu, Parkkinen, Jarmo, Vastamäki Raino (2012) *Käytettävyyden psykologia*. Helsinki: Edita Prima.

Vanhanen, Hannu (2002) *Kuvareportaasin (r)evoluutio*. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy Juvenes Print.

Virkkunen, Janne (2009) *Toimituksellisen kulttuurin muutos. Voidaanko journalismin yhteiskunnallinen tehtävä pelastaa?*

10.1. Elektroniset lähteet:

A-Lehdet (2014) *Image A-Lehtien mediaoppaassa*. Helsinki: A-Lehdet Oy.

<http://www.a-lehdet.fi/mediaopas/image> Luettu 18.2.2014.

Apple (2010) *Apple Launches iPad*. San Francisco: Apple Inc.

<https://www.apple.com/pr/library/2010/01/27Apple-Launches-iPad.html> Luettu 21.2.2014.

Apple (2014) *Ipadien ominaisuuksien vertailua Applen verkkosivuilla*

<http://www.apple.com/ipad/compare>) Luettu 4.2.2014.

Autio, Noora (2014) *AL:n maksumalli ei karsinut kävijöitä*. Suomen Lehdistö.

<http://www.suomenlehdisto.fi/blog/2014/01/22/aln-maksumalli-ei-karsinut-kavijoita/> Luettu 21.2.2014.

Bell, Dan (2012) *The YouTube Handbook - THE How To on YouTube, Complete Expert's hints and tips Guide by the leading experts, everything you need to know about YouTube*. Epub.

Branch, John (2012) *Snowfall*.

<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek> Luettu 7.4.2015

Channik, Robert (2013) *Chicago Sun Times Lays Off All Photographers*

http://articles.chicagotribune.com/2013-05-31/business/ct-biz-0531-sun-times-photographer-layoffs-20130531_1_sun-times-media-group-chicago-sun-times-timothy-knight Luettu 10.2.2014.

ComScore (2013) *Share of Device Page Traffic on a Typical Work Day*. ComScore Device Essentials.

<http://www.comscoredata.com/2013/02/an-average-monday-in-the-uk-pcs-for-lunch-tablets-for-dinner/> Luettu 24.2.2014.

Donovan, Mark (2011) *The Rise of Digital Omnivores*.

<http://www.comscore.com/Insights/Blog/The-Rise-of-Digital-Omnivores> Luettu 16.3.2015.

Hertsi, Anneli (2014) *Sanomalta kehno tulos, osinko laskemassa kuudesosaan*. Helsinki: Kauppalehti Oy.

<http://www.kauppalehti.fi/etusivu/sanomalta+kehno+tulos+osinko+laskemassa+kuudesosaan/201402624553> Luettu 21.2.2014.

Helsingin Sanomat (2012) *HS.fi:n maksumuuri sallii viisi ilmaista artikkelia viikossa*

<http://www.hs.fi/kotimaa/a1305607329923> Kirjoittajaa ei tiedossa. Luettu 7.2.2014.

Hyvärinen, Matti (2006) *Kerronnallinen tutkimus*.

http://www.hyvarinen.info/material/Hyvarinen-Kerronnallinen_tutkimus.pdf Luettu 15.3.2015.

IDC (2014) *A Strong Holiday Quarter for the Worldwide Tablet Market, But Signs of Slower Growth Are Clear, According to IDC*.

<http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS24650614> Luettu 24.2.2014.

IDC (2015) *Worldwide Tablet Shipments Experience First Year-Over-Year Decline in the Fourth Quarter While Full Year Shipments Show Modest Growth, According to IDC*.

<http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS25409815> Luettu 7.4.2015.

Indvik, Lauren (2013) *'National Geographic' Named Best Tablet Magazine of 2013*.

<http://mashable.com/2013/05/02/national-geographic-named-best-tablet-magazine-of-2013/>

Luettu 24.2.2014.

Kauppinen, Perttu, Luukka, Teemu (2014) *Helsingin Sanomat vähentää yli 50 työpaikkaa*

<http://www.hs.fi/talous/a1389061551027> Luettu 10.2.2014

Kodintekniikka-alan yhteistyöfoorumi (2013) *Kodintekniikkaindeksi -tilastot*

<http://www.kotek.fi/assets/Uploads/tilastot/Kodintekniikkaindeksi2010.pdf>

<http://www.kotek.fi/assets/Uploads/tilastot/KOTEK-TILASTO1-12-2011kokonais.pdf>

<http://www.kotek.fi/assets/Uploads/tilastot/KOTEK-TILASTO1-12-2012kokonaistilasto2.pdf>

Luettu 21.2.2014.

Lichterman, Joseph (2015) *How Tyler Brûlé has extended Monocle beyond simply a magazine for the jet set.*

<http://www.niemanlab.org/2015/03/how-tyler-brule-has-extended-monocle-beyond-simply-a-magazine-for-the-jet-set/> Luettu 16.3.2015.

Liikenne- ja viestintäministeriö (2014) *Laajakaista kaikille -hanke.* Liikenne- ja viestintäministeriö.

<http://www.lvm.fi/web/hanke/laajakaista-kaikille> Luettu 24.2.2014.

Lohuizen van, Kadir (2012) *Via Pan Am.* Hollanti: Paradox, YdocPublishing.

www.ydocfoundation.org/?p=title&id=53 Luettu 18.2.2014.

Luomanen, Jari & Peteri, Virve (2013) *iDeal machines and iDeal users: Domesticating iPad as a cultural object.*

<http://widerscreen.fi/numerot/2013-1/domesticating-ipad/> Luettu 26.5.2015.

Markkinointi & Mainonta (2012) *Kauppalehdeltä saa ilmaiseksi enää 25 uutista*

<http://www.marmai.fi/uutiset/kauppalehdelta+saa+ilmaiseksi+enaa+25+uutista/a2123175>

Kirjoittajaa ei ole mainittu. Luettu 7.2.2014.

Muukkonen, Arttu (2014) *Tervetuloa pahan valtakuntaan.* Suomi: DocImages Oy.

www.docimages.fi/publications/iran Luettu 21.2.2014.

Mesenaatti.me (2014) *Uuden Maan Sanomat.*

<http://mesenaatti.me/uudenmaansanomat/> Luettu 23.5.2015.

National Geographic (2014) *National Geographic Magazine History.*

<http://press.nationalgeographic.com/files/2014/01/NGM-overview-1-14.pdf> Luettu 12.2.2014.

Once (2012) *About*. San Francisco: Once.

www.oncemagazine.com/about Luettu 18.2.2014

Ooyala (2011) *Videomind Video Index Report 2011*

<http://go.ooyala.com/wf-video-index-q3-2011.html> Luettu 7.2.2014

PR Newswire (2007) *Vimeo Launches High Definition ('HD') Video Sharing*.

<http://www.prnewswire.com/news-releases/vimeo-launches-high-definition-hd-video-sharing-58697827.html> Luettu 7.4.2015

Pulitzer (2012) *The 2012 Pulitzer Prize Winners – Feature Photography*.

<http://www.pulitzer.org/works/2012-Feature-Photography> Luettu 18.2.2014

Relaa.com (2014) *Iso-Syöte Freaking Ride 2014*.

<http://www.relaa.com/freakinglive> Luettu 20.2.2014

Sanomalehtien liitto (2007) *Sanomalehtien jakelu Suomessa*

http://www.sanomalehdet.fi/files/204/sanomalehtien_jakelu_suomessa_2007_v2.pdf Luettu 7.2.2014.

Sanomalehtien liitto (2015) *Yhteisöllistyvä media -tutkimus*

http://www.sanomalehdet.fi/files/4597/20150126_yhteisollistyva_media_2014.pdf Luettu 16.3.2015.

Sarhimaa, Jutta (2014) *"Jumaleissön!" Kuvajournalisti Touko Hujasen joukkorahoituskampanja teki Suomen ennätyksen.*

<http://nyt.fi/a1305899525224>. Luettu 23.5.2015.

Sweney, Mark (2011) *New York Times to charge for global website access from 28 March*. Englanti: The Guardian.

<http://www.theguardian.com/media/2011/mar/17/new-york-times-charging> Luettu 21.2.2014.

Sweney, Mark (2012) *News Corp to close iPad newspaper The Daily*.

- <http://www.theguardian.com/media/2012/dec/03/news-corp-close-ipad-the-daily> Luettu 18.2.2014.
- Tech-Express.com (2014) *CMYK:n ja RGB-värisävyjen vertailua*
<http://www.tech-express.com/Support/images-color-resolution.html> Luettu 4.2.2014.
- Tilastokeskus (2011) *Ajankäyttötutkimus – Kulttuuriharrastukset 1981-2009*
http://www.stat.fi/til/akay/2009/01/akay_2009_01_2011-01-27_tau_010_fi.html Luettu 9.2.2014.
- Twitter (2015) *About*.
<https://about.twitter.com/company> Luettu 16.3.2015
- Quinn Dickenson, Sara (2012) *New Poynter Eyetrack research reveals how people read news on tablets*.
<http://www.poynter.org/how-tos/newsgathering-storytelling/visual-voice/191875/new-poynter-eyetrack-research-reveals-how-people-read-news-on-tablets/> Luettu 25.2.2014.
- Raice, Shayndi ja Ante, Spencer E. (2012) *Facebook to Buy Instagram for 1 Billion*
<http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702303815404577333840377381670>
Luettu 10.2.2014.
- Valji, Slim (2014) *Digital Storytelling a natural fit for Olympic Winter Games*.
<http://blog.wan-ifra.org/2014/02/11/digital-storytelling-a-natural-fit-for-olympic-winter-games>
Luettu 28.2.2014.
- Viestintävirasto (2015) *Toimialakatsaus 1/2015*.
https://www.viestintavirasto.fi/attachments/toimialatieto/Toimialakatsaus_1_2015_paivitetty.pdf
Luettu 6.2.2015.
- Virrantä, Riikka (2014) *Kaius Niemi: Aika ajoi ohi ”kaikki tekevät kaikkea” -mallista*.
<http://www.suomenlehdisto.fi/blog/2014/01/24/kaius-niemi-aika-ajoi-ohi-kaikki-tekevät-kaikkea-mallista/> Luettu 18.2.2014.
- Walker, Craig J. (2012) *Welcome Home, The Story of Scott Ostrom*
<http://blogs.denverpost.com/captured/2012/01/05/captured-welcome-home-the-story-of-scott-ostrom/5172/> Luettu 18.2.2014.