

Tussitaikurien tiedeviestintäopas



Sisältö

Johdanto	3
Tiedeviestintää – mistä lähteä liikkeelle?	4
Visuaalisen viestinnän hyödyt ja vaikuttavuus – mitä tutkimus sanoo?	5
Visuaalinen viestintä	5
Dynaaminen visuaalinen viestintä, kuten videot	6
Tussitaikurien tiedeviestintäratkaisut	7
Piirrosvideo ja kuvitusvideo	8
Visualisoinnit	9
Livekuvitukset	9
Julkaisujen kuvitukset	9
Infografiikka	10
Ohjekuvitukset	10
Seminaarimateriaalit	10
Esimerkkihintoja Tussitaikurien tiedeviestintäratkaisuksista	11
Yleisimpiä Tussitaikurien tuotteita	11
Tussitaikurien tiedeviestintäpaketteja vuosille 2024-2025	12
Tiedeviestintäprojekti Tussitaikurien kanssa, miten homma toimii?	13
Piirrosvideoprojekti	13
Kuvitusprojekti	13
Yhteystiedot	14
Liite 1: Linkit ja lähteet	15

Johdanto

Tästä oppaasta löydät Tussitaikurien ratkaisuja tiedeviestinnän ja tieteen yhteiskunnallisen vaikuttavuuden tarpeisiin. Oppaan tarjoamia perustietoja vaikuttavasta viestinnästä voit hyödyntää esimerkiksi rahoitushakemuksen valmistelussa. Tämän lisäksi löydät oppaasta esimerkkejä tiedeviestintäratkaisuksista erikokoisille budjeteille.

Tiedeviestintä jalostaa tieteellisestä tiedosta ymmärrettävää, saavutettavaa ja vaikuttavaa laajoille yleisöille. Tiedeviestinnässä usein haastavinta on saada monimutkainen ja erikoistunut tieteellinen tieto riittävän tiiviiseen, selkeään ja vaikuttavaan muotoon. Parhaimmillaan tiedeviestintä kuitenkin on paitsi informatiivista ja yleistajuista, myös kiinnostavaa ja mukaansatempaavaa.

Onnistunut tiedeviestintä vaatii erikoisosaamista. Tiedeviestijät ovatkin usein erikoistuneita ammattilaisia, jotka kykenevät selittämään monimutkaisia asioita kiinnostavasti ja ymmärrettävästi. Tussitaikureilla on videomuotoisesta tiedeviestinnästä yli kymmenen vuoden kokemus. Olemme tehneet sadoittain videoita eri tieteenaloille ja monenlaisiin viestintätarpeisiin. Asiantuntijamme ovat korkeakoulutettuja ammattilaisia, joista osalla on myös taustaa yliopistotutkijoina.

Videoiden lisäksi tarjoamme myös muita visuaalisia tiedeviestintäratkaisuja, kuten kuvituksia, infografiikkaa ja seminaarimateriaalien tuottamista eri tarpeisiin. Tiedeviestintä on toki tutkijoille tuttua, mutta tarjoamme siihen ammattitaitoista ja asiantuntevaa tukea. Kaikkea ei tarvitse tehdä yksin tai itse.

Asiantuntijuutemme ohella työtämme ohjaa hiottu fasilitoitu prosessi, jonka avulla kiteytämme asioiden ytimen kiinnostavalla tavalla yhteistyössä tutkijoiden ja muiden asiantuntijoiden kanssa. Jokainen asiakas on oman tutkimuksensa paras asiantuntija, ja me autamme nostamaan tutkimusaiheesta esiin olennaisen. Olemme työssämme erikoistuneet monimutkaisten logiikoiden, ilmiöiden ja konseptien havainnollistamiseen ymmärrettävällä ja vaikuttavalla tavalla. Pidämme myös huolta, että sisältö on saavutettavaa sekä sisällöllisesti että visuaalisesti.

Toivottavasti löydät tarvitsemasi tiedon oppaastamme! Halutessasi voit myös olla yhteydessä asiantuntijoihimme osoitteessa

www.tussitaikurit.fi/yhteystiedot/



Tiedeviestintää – mistä lähteä liikkeelle?

Tieteeseen ja tutkimukseen liittyvät viestintätarpeet voivat olla moninaisia. Tarpeena voi olla omasta tutkimusaiheesta ja sen merkityksestä viestiminen tiiviisti ja ymmärrettävästi sidosryhmille tai suuremmalle yleisölle, tutkimustulosten kaupallistaminen, tutkimusta rahoittavan tahon vaatimuksiin vastaaminen tai vaikkapa tutkimukseen osallistuville suunnatut ohjeistukset.



Aihe ja tavoite

Viestinnän suunnittelu kannattaa aloittaa määrittelemällä viestinnän aihe ja tavoite riittävän tarkasti, jotta on mahdollista valita siihen parhaat keinot. Mitä halutaan kertoa – mikä on jutun ydin? Miten uusi tieto tavoittaa oikeat kohderyhmät parhaalla mahdollisella tavalla?

Kohderyhmä

Viestintää suunniteltaessa on tärkeä tunnistaa kohderyhmät, joille viesti halutaan suunnata. Näin viestinnän sisältö ja tyyli voidaan suunnata mahdollisimman hyvin kohderyhmän tarpeita vastaavaksi. Kenen tästä aiheesta pitäisi tietää? Mitä hän tietää aiheesta jo entuudestaan, mikä tulee uutena tietona? Millainen viesti tavoittaa hänet parhaiten? Millä kielellä tai kielillä viesti välittyy parhaiten? Voiko kohderyhmään kuuluvilla olla erityistarpeita, esimerkiksi näkövamma, jotka voidaan huomioida saavutettavuuden tarpeita määriteltäessä?



Jakelukanavat

Kun aihe ja kohderyhmä ovat tiedossa, on hyvä miettiä jakelukanavia, joilla valitut kohderyhmät tavoitetaan parhaiten. Viestintä voi tapahtua esimerkiksi verkkosivujen, sosiaalisen median, sähköpostiviestien, videojakopalvelujen tai vaikkapa erilaisten tilaisuuksien ja seminaarien kautta. On tavallista, että käytössä on useampi kuin yksi kanava. Mitkä kanavat viestintään on valittu? Miten kanavat vaikuttavat viestinnän tyyliin? Jos halutaan viestiä esimerkiksi videolla, niin millaisia rajoituksia kanavat asettavat kuvasuhteen, keston tai saavutettavuusvaatimusten osalta?



Visuaalisen viestinnän hyödyt ja vaikuttavuus – mitä tutkimus sanoo?

Visuaalinen viestintä ja videot ovat tutkitusti vaikuttava keino parantaa viestin ymmärrettävyyttä. Niiden avulla viesti saadaan kohdeyleisölle paremmin perille.

Visuaalinen viestintä

Tutkimukset ovat osoittaneet, että erilaiset visuaaliset viestintätavat helpottavat monimutkaisen ja vaikeasti hahmotettavan tiedon ymmärrettävyyttä. Visuaalisen viestinnän, kuten animaatioiden ja infografiikoiden, kautta monimutkainen tieto saadaan jäsenneltyyn ja helpommin ymmärrettävään muotoon verrattuna pelkkään tekstimuotoiseen tietoon.

Tutkittu tieto voi koostua laajoista data-aineistoista. Niistä tehtyjen havaintojen ja tulkintojen selittämiseen erilaiset visualisoinnit toimivat ilman, että alkuperäinen ajatus unohtuu. Tutkimustulokset ja -konseptit voivat olla myös niin monimutkaisia, että niitä pystytään selittämään ymmärrettävästi ja yksinkertaisesti ainoastaan graafisten esitysten avulla. Tiedon visualisointi tarjoaa myös analyttisemmän lähestymistavan erilaisten uutistapahtumien

ja yhteiskunnallisten kehityskulkujen raportointiin perinteiseen uutismateriaaliin verrattuna¹, visualisointien avulla saadaan usein pelkkiä tekstimuotoisia aineistoja parempia oppimistuloksia², ja ne helpottavat ihmisiä ymmärtämään myös monimutkaisia ohjeita³.

Infograafit esittävät monimutkaisia aineistoja ymmärrettävässä ja selkeässä muodossa. Niiden rooli on kasvanut entisestään tuotetun tiedon määrän kasvaessa. Infograafien kaltaisten visualisointien tavoitteena on hyödyntää ihmisen visuaalista kykyä havaita kuvioita ja malleja, jolloin infograafit parantavat tiedon sisäistämistä⁴. Haasteena infograafeissa ja muissa visualisoinneissa on luoda aineistoon sopivia ja katsojaa kiehtovia visualisointeja.



¹ Esim. Egan et al. (2021), Antichi (2021), Lee & Kim (2015).

² Esim. Sholihah et al (2023), Waddell & Clarizza (2018), Khan (2019).

³ Egan et al. (2021).

⁴ Esim. Heer et al. (2010, Li & Molder (2021).

Dynaaminen visuaalinen viestintä, kuten videot

Tiedeviestinnän näkökulmasta videon kaltaisen dynaamisen viestinnän etuna on, että itse informaatio on usein mielenkiintoisempaa kuin pelkät staattiset kuvat. Katsojan näkökulmasta tiiviit ja informatiiviset videot ovat kiinnostava viestinnän muoto, sillä ne pitävät mielenkiinnon yllä ja auttavat jäsentämään kokonaisuuksia pienempiin osiin ja hahmotamaan asioiden välisiä yhteyksiä.

Haasteena tällaisessa liikkuviin elementteihin perustuvassa dynaamisessa viestinnässä on, että informaatiota tulee liikaa. Tällöin kokonaisuuksien hahmottaminen ja ymmärtäminen saattaa olla hankalaa ja työlästä⁵.

Tutkimusten mukaan piirrosvideo poikkeaa tavallisesta videoviestinnästä juuri siltä osin, että siinä yhdistyvät sekä staattisemman että dynaamisemman visuaalisen viestinnän hyödyt. Videoilla olevat kuvat rakentuvat piirtävän käden avulla progressiivisesti pala palalta kerrontaa mukaillen. Tällöin katsoja keskittyy aina kyseisellä hetkellä piirtyvään ja puhuttavaan yksityiskohtaan. Tavallisissa animaatioissa koko kuva-ala on käytössä kerralla ja liikettä voi tapahtua samanaikaisesti monessa kohdassa kuvaa, mikä voi hämmentää katsojaa. Piirrosvideon katsoja kykenee ottamaan haltuun laajoja kokonaisuuksia ja sisäistämään ne aina kuva kerrallaan aivojen työmuistista pitkäkestoisempaan muistiin. Tällä tavoin katsoja pystyy sisäistämään piirrosvideoiden informaatiosta enemmän tietoa kuin tavallisista staattisista kuvista, dynaamisista animaatioista tai pelkästä puheesta tai tekstistä. Aiemmin piirrosvideoiden tehon oppimistilanteissa on ajateltu

liittyvän tiettyyn uutuusarvoon (eng. novelty effect), mutta uudet tutkimukset ovat osoittaneet ettei sillä ole suurta merkitystä.⁶ Piirrosvideon tehokkuus viestin välittäjänä vahvistuu entisestään silloin, kun videossa on koherentti ja selkeä narratiivinen tarina, jossa lauserakenteet ovat yksinkertaisia, mahdollinen tekninen terminologia on selkeytettyä ja videon kuvitus tukee puhuttua tarinaa.⁷

Piirrosvideoille on tiedeviestinnässä monia käyttökohteita. Teknisten ja tieteellisten havaintojen yleistajuistamisen lisäksi niiden on muun muassa havaittu toimivan erilaisten monimutkaisten lääketieteellisten ohjeiden sisäistämisessä⁸, nuorten osallistamisessa⁹ sekä teknisten ja tieteellisten havaintojen yleistajuistamisessa.



⁵ Schneider et al. (2023).

⁶ Esim. Türkay 2016, Schneider et al. (2023).

⁷ Esim. Putorti et al. (2019), Schneider et al. (2023).

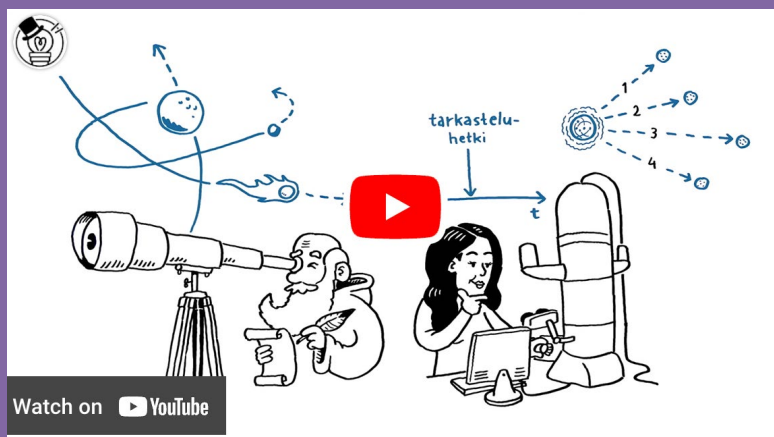
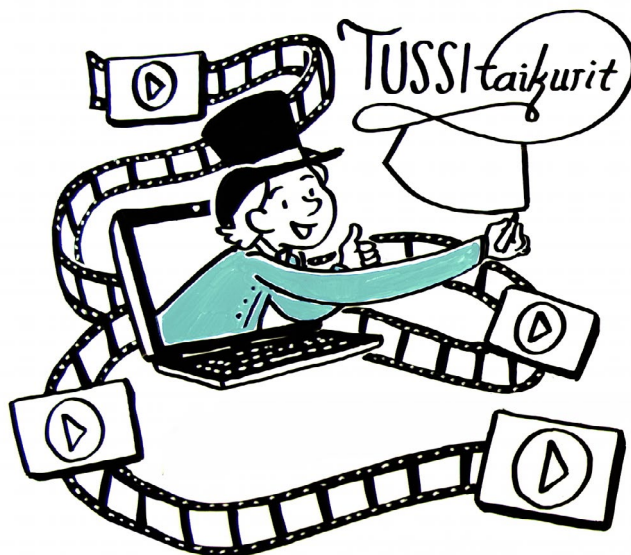
⁸ Esim. Wong et al (2020), Purwaningsih & Anggraeni (2021), Ackman et al. (2021).

⁹ O'Shea (2017).

Tussitaikurien tiedeviestintäratkaisut

Tussitaikureilla on videomuotoisesta tiedeviestinnästä yli kymmenen vuoden kokemus. Olemme tehneet sadoittain videoita eri tieteenaloille ja monenlaisiin viestintätarpeisiin. Kaikki asiantuntijamme ovat korkeakoulutettuja eri alojen osaajia. Tämän lisäksi monella meistä on taustaa yliopistotutkijoina, joten kaikella tieteesen ja tutkimukseen liittyvällä työllä on erityinen paikka sydämissämme.

Videoiden lisäksi teemme muutakin visuaalista tiedeviestintää. Tuotamme kuvituksia ja infografiikkaa esimerkiksi julkaisujen ja materiaalien tueksi, taitamme aineistoja, tarjoamme livekuvituksia konferensseihin ja tapahtumiin, sekä tuotamme erilaisia seminaarimateriaaleja. Olemme myös perehtyneet oppimismuotoiluun ja tehneet esimerkiksi oppimateriaalia lukioihin, ammattikorkeakouluihin ja yliopistoihin.



Kvanttifysiikka - Nykyisyyden perusta ja astinlauta tulevaisuuteen
[Tiedevideot.fi](https://tiedevideot.fi)

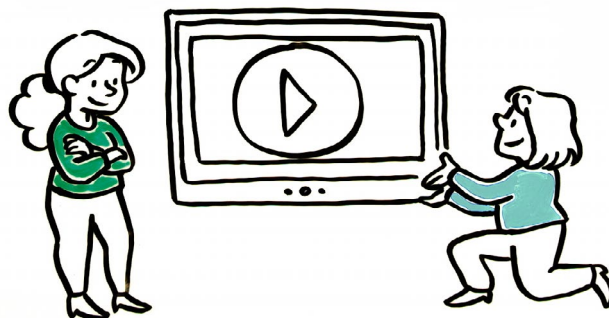
Lisää videoita galleriassa: <https://tussitaikurit.fi/videogalleria/>

Piirrosvideo ja kuvitusvideo

Tussitaikurit ovat valinneet piirrosvideon ensisijaiseksi videotekniikaksi sen ylivoimaisen selkeyttämistehon vuoksi (ks. edellinen luku). Piirrosvideolla piirtäjä kuvittaa puhuttua tekstiä valkotalulle piirtäen. Selkeän ja kerronnan ehdoilla vähitellen rakentuvan kuvituksen ansiosta monimutkainenkin asia on helppo ymmärtää.

Piirrosvideot ovat mieleenpainuvia, helposti lähestyttäviä sekä havainnollistavia. Käsin piirretyt kuvat tarjoavat visuaalisesti kiinnostavan ja ylimääräisistä häiriötekijöistä riisutun tavan viestiä. Tarkkaan suunniteltu, puheen kanssa juuri oikeassa rytmisessä piirrettävä kuvitus auttaa asian sisäistämisessä ja tuottaa mieleenpainuvia oivalluksia katsojalle. Kuvitukseen voi sisällyttää aiheeseen sopivaa huumoria, joka tekee videosta entistä mielekkäämmän seurata. Tiedeviestintä on tärkeää, mutta ei välttämättä ryppyotsaista!

Työnjako asiakkaan kanssa on selvä: asiakas on oman aiheensa asiantuntija, me videoiden. Ydinosaamisemme on asiakkaan viestin kiteyttämisessä. Monialainen tiimimme nappaa kiinni aiheesta kuin aiheesta, kaivaa ytimen esiin ja tiivistää monimutkaisen kokonaisuuden napakaksi ja laadukkaaksi videoksi. Tässä meitä auttaa tarkkaan hiottu prosessi, joka johdattelee meidät askel askelelta viestin ytimeen.

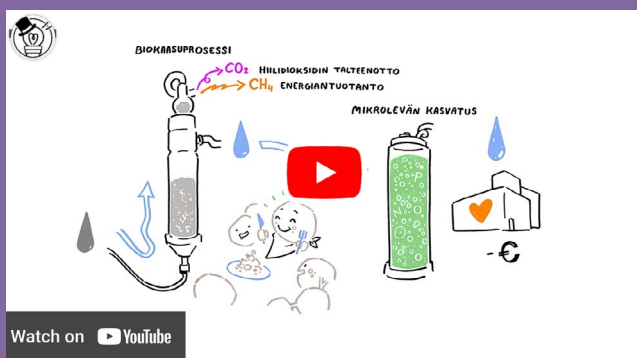


Tussitaikurien piirrosvideot ovat suomalaista käsityötä ja ne tehdään aidoilla tusseilla piirtäen. Tämä takaa lopputuloksen laadun ja erottuvuuden. Jokainen videolla näkyvä kuva piirretään vain kyseistä videota varten, ja pyyhitään sitten pois uusien videoiden tieltä.

Kuvitusvideo eroaa piirrosvideosta siinä, että kuvitusvideossa kuvat ovat digitaalisia ja kuvakokonaisuudet ilmestyvät osissa, sen sijaan, että ne ilmes-tyisivät piirtävän käden toimesta. Kuvitusvideo on teknisesti piirrosvideota hieman yksinkertaisempi, ja tiedeviestinnässä se sopii tiiviimpien kokonaisu-
suuksien viestintään.



Piirrosvideoiden galleria



[Mikrobeissa on valtava potentiaali | Tiedevideot.fi](#)

Kuvitusvideoiden galleria



[Ratkaisuja kestävä liikenteen kehittämiseen
haja-asutusalueilla](#)

Visualisoinnit

Tiedeviestinnässä erilaisista kuvituksista ja muista visuaalisoinneista on usein suuri apu. Niiden kautta selkeytetään aihetta ja pidetään mielenkiintoa yllä. Lisäksi ne auttavat oivaltamaan aiheesta sellaisiakin yksityiskohtia ja asioiden välisiä yhteyksiä, jotka muuten saattaisivat jäädä huomaamatta.



Tutustu visualisointeihin:

<https://www.kuvitustaikurit.fi/referenssit/>



Tutustu livekuvitukseen:

<https://tussitaikurit.fi/tuotteet/livekuvitukset/>

Livekuvitukset

Livekuvitus on näyttävä tapa lisätä informatiivinen ohjelmanumero tapahtumaan etäyhteydellä tai paikan päällä. Livekuvituksessa kuvitetaan esitelmää, puhetta tai tapahtumaa reaaliaikaisesti. Tähän käytetään digitaalisia välineitä tai perinteistä valkotaulua tusseineen. Edeltävää visuaalista suunnittelua ei tarvita, sillä osaamme kiteyttää puheesta tärkeimmät pointit kuvituksen muotoon.

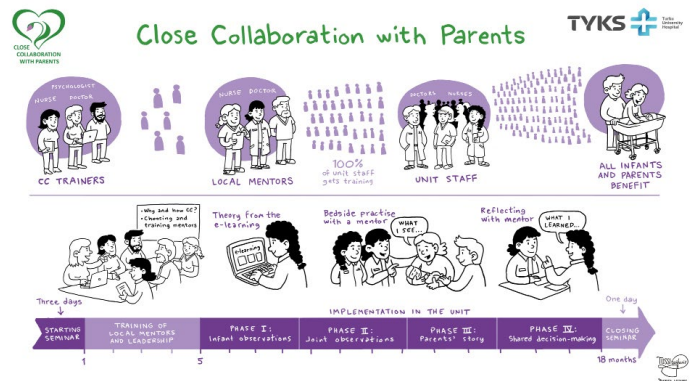
Livekuvittajan tuotos on mieleenpainuva ja helposti levitettävä visuaalinen yhteenveto päivän puheenvuoroista tai vaikka työpajatyöskentelyn tuotoksista. Se on helppo lisätä raportin materiaaleihin tai jakaa sosiaalisessa mediassa. Livekuvittajan tekemä visuaalinen koonti kertoo ydinkohdat tilaisuudesta myös heille, jotka eivät päässeet osallistumaan itse tapahtumaan.

Julkaisujen kuvitukset

Kuvitukset auttavat selkeyttämään tutkimusjulkaisujen viestiä ja rytmittävät kokonaisuutta niin, että sitä on miellyttävä ja kiinnostava lukea. Monimutkaisemmissa aiheissa asiaan liittyvä kuvitus auttaa lukijaa oivaltamaan julkaisun sisällön ytimen.

Julkaisujen kuvitukset voivat olla hyvin monipuolisia. Niihin voi sisältyä esimerkiksi infografiikkaa, faktalaatikoita, kasvokuvia tai esimerkiksi sarjakuvia. Valitsemme aina asiakkaan kanssa tarpeisiin sopivat kuvitusratkaisut kutakin julkaisua varten. Teemme myös julkaisujen ammattitaitoista taittoa riippumatta siitä, onko kyseessä painettu julkaisu tai esimerkiksi diasarja. Julkaisujen tarkoituksenmukainen ja viimeistelty taitto tekee kokonaisuudesta helpommin lähestyttävän. Värit, kuvitukset ja selkeä asettelu auttavat kiinnittämään huomion olennaiseen sekä pitävät mielenkiintoa yllä.

4. USE OF WORLDCLASS GREEN SUPERCOMPUTERS



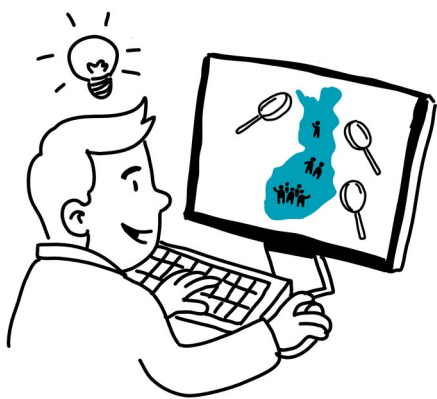
Infografiikka

Tiedeviestinnässä infografiikka on hyödyllinen työkalu työn tuloksista ja merkityksestä viestimiseen. Infografiikka auttaa selkeyttämään monimutkaista tieteellistä dataa ja tekemään sitä ymmärrettäväksi myös heille, jotka eivät ole tottuneita tulkitsemaan tieteellistä tekstiä. Tämä tekee viestinnästä saavutettavampaa. Infografiikka jää myös paremmin mieleen kuin pelkkä teksti. Käymme aina yhdessä asiakkaamme kanssa läpi, mitä infografiikalla haluttaisiin viestiä sekä millainen toteutustapa toimisi parhaiten kyseiseen tarpeeseen.



Ohjekuvitukset

Tutkimushankkeissa tarvitaan usein ohjekuvituksia esimerkiksi selkeyttämään kyselylomakkeiden tai näytteenoton ohjeita. Ohjekuvitus tekee osallistumisesta helpompaa ja vähentää virheiden määrää, eli parantaa aineiston laatua. Ohjekuvitusten laadinnassa vaaditaan kykyä havainnollistaa laajoja kokonaisuuksia johdonmukaisella ja selkeällä tavalla. Huomioimme suunnittelussa kenelle ohjeet on tarkoitettu, millaisia kohderyhmän erityispiirteitä on tiedossa, mitkä ovat ohjeiden vaiheet ja miten niitä olisi paras kuvittaa. Tällä tavoin varmistamme lopputuloksen joka tukee kirjallista ohjeistusta parhaalla mahdollisella tavalla.

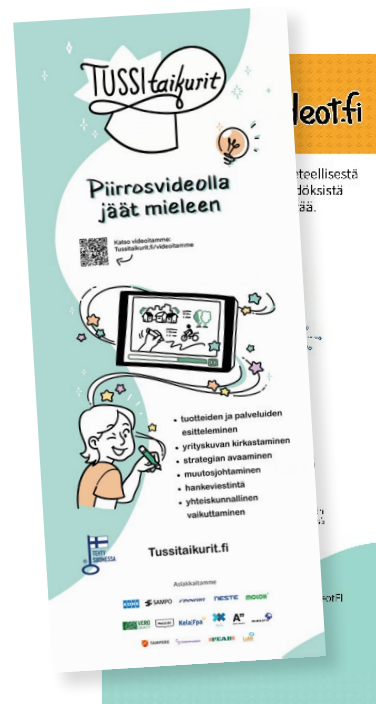


Seminaarimateriaalit

Seminaareissa erilaiset viestiä visualisoivat materiaalit ovat suureksi hyödyksi. Autamme jalostamaan sisällöt erilaisiksi seminaareissa käytettäviksi materiaaleiksi.

Roll up tuo aiheen esiin tiiviisti ja selkeästi. Roll upit ovat suuria ja näyttäviä, joten ne huomataan kaukaakin. Toteutamme roll upin, joka antaa ammattimaisen kuvan tutkimushankkeesta tai esiteltävästä tutkimusryhmästä. Katsoja on helppo ohjata lisätietojen pariin esimerkiksi QR-koodin avulla, ja haluttaessa tuotamme myös kyseisen lisämateriaalin. Kokoontaittavat roll upit ovat helposti liikuteltavia, eivätkä ne vaadi paljoa tilaa.

Posterit on tieteellisissä seminaareissa tuttu keino kiteyttää tutkimuksen tärkeimmät kohdat yhdelle kuva-alalle. Posterin muotoilussa on kuitenkin hyvä kiinnittää huomiota tekstin ja kuvituksen tasapainoon. Selkeys ja ymmärrettävyys tekee kokonaisuudesta kiinnostavan ja kutsuvan. Toteutamme posterin, jossa asiat kiteytyvät kiinnostavaksi, aseteltultaan ja sisällöltään harmoniseksi kokonaisuudeksi. Tuotamme haluttaessa posterin oheen myös ns. "hand out" -tulosteet, joita voi jakaa kiinnostuneille.



Esimerkkihintoja tiedeviestinnän ratkaisuihin



Tyypillinen kustannus tiedeviestintään tehdylle 1–2 minuutin piirrosvideolle on 6 000–10 000€ (ei sis. alv.), sisältäen videon, saavutettavan tekstityksen ja videon kuvitukset erillisinä kuvatiedostoina. Usein videon lisäksi tehdään esimerkiksi kieliversioita tai lyhyitä versioita videoista.

Tyypillinen kustannus tiedeviestintään tehdylle kuvitus-työlle on 500–3 000€ (ei sis. alv.), alkaen yksittäisistä kuvituksista päätyen laajempiin, useita kuvituksia tai suuria kokonaisuuksia avaaviin töihin.



Tyypillinen kustannus tiedeviestintäaiheisen tilaisuuden livekuvitukselle on 1 000–2 000€ (ei sis. alv.), riippuen tilaisuuden kestosta. Tavallisesti livekuvitettavan tilaisuuden kesto on 1–6 tuntia, sisältäen esimerkiksi kuvitettavia puheenvuoroja tai paneelikeskusteluja.

Tyypillinen kustannus tiedeviestinnän tueksi hankittaville asiantuntijapalveluille, kuten visuaalisen viestinnän koulutukselle tai aiheen työpajamuotoiselle kiteyttämiseksi, on 1 500–3 100€ (ei sis. alv.).



katso esimerkipaketit seuraavalta sivulta

Esimerkkipaketteja tiedeviestintään

Viestintäbudjetti 3 000€ (alv 0%)

Tällä viestintäbudjetilla voidaan tehdä laadukkaita kuvituksia ja livekuvituksia. Budjettiin sopii esimerkiksi seuraava paketti:

- 3 tunnin livekuvitus seminaarista
- Laaja kuvitus jäsentämään hankkeen tai tutkimuksen keskeiset tulokset

Käyttöön saadaan visuaalinen muistiinpano seminaarin tuloksista ja kuvitus esimerkiksi julkaisuun tai verkkoviestintään tai somejakoja varten.

Viestintäbudjetti 6 000€ (alv 0%)

Tällä viestintäbudjetilla voidaan tehdä laajasti kuvituksia ja livekuvituksia tai lyhyt piirrosvideo. Budjettiin sopii esimerkiksi seuraava paketti:

- 2 kpl 3 tunnin livekuvituksia hankkeen aikana
- Roll-up-kuvitus tilaisuuksia varten
- Laaja kuvitus avaamaan prosessi tai kokonaisuus

Käyttöön saadaan visuaaliset muistiinpanot tilaisuuksista, pysäyttävä roll-up tilaisuuksia varten ja laajempi kuvitus jäsentämään kokonaisuutta.

Viestintäbudjetti 10 000€ (alv 0%)

Tällä viestintäbudjetilla voidaan tehdä napakka piirrosvideo ja livekuvitus tai kuvitustyö. Budjettiin sopii esimerkiksi seuraava paketti:

- 1:30 minuutin piirrosvideo jäsentämään keskeiset tulokset
- 3 tunnin livekuvitus tilaisuudesta
- Sarja (3-5 kpl) pieniä kuvituksia verkkoviestintään tai julkaisun osaksi

Käyttöön saadaan kiteyttävä video, visuaaliset muistiinpanot tilaisuudesta ja kuvituksia rikastuttamaan julkaisua tai verkkoviestintää.

Viestintäbudjetti 15 000€ (alv 0%)

Tällä viestintäbudjetilla voidaan tehdä laaja piirrosvideo kahdella kielellä ja livekuvitus tai kuvitustyö. Budjettiin sopii esimerkiksi seuraava paketti:

- 2:00 minuutin piirrosvideo johdattelemaan oivallukseen
- Täydellinen kieliversio videosta toiselle kielelle
- 2 kpl 3 tunnin livekuvituksia tilaisuuksista
- Keskikokoinen kuvitus jäsentämään esimerkiksi etenemispolku tai prosessi

Käyttöön saadaan kiteyttävä video, visuaaliset muistiinpanot tilaisuudesta ja kuvituksia rikastuttamaan julkaisua tai verkkoviestintää.

Tiedeviestintäprojekti Tussitaikurien kanssa, miten homma toimii?

Piirrosvideoprojekti

Piirrosvideoprojektin tavoitteena on aina tehdä asiakkaan näköinen, ymmärrettävä ja katsojaa kiehtova video. Projekti on asiakkaan suuntaan avoin, eli näette kaikki ideat ja pääsette kommentoimaan niitä kaikissa vaiheissa.

Projektin aikana työstämme videota yhdessä kolmessa tapaamisessa. Tapaamisten välissä pääsette kommentoimaan useita erilaisia luonnoksia, joiden avulla etsitään paras ja ymmärrettävin tapa kertoa asia.

Ensimmäisessä tapaamisessa ideoimme yhdessä videon asiasisältöä. Ideoinnin pohjalta kirjoitamme teille useita erilaisia käsikirjoituksia kommentoitavaksi.

Toisessa tapaamisessa käymme yhdessä läpi kommenttien pohjalta hiotun käsikirjoituksen. Lisäksi ideoimme yhdessä sitä, miten videon aihetta voitaisiin havainnollistaa piirroksin.

Kolmannessa tapaamisessa katsomme yhdessä videomuotoisen kuvakäsikirjoituksen. Tarkistamme kuvituksen sisällön yhdessä ja teemme tarvittavat muutokset kuvitukseen.

Kaikissa vaiheissa ideointiin osallistuu useita eri alojen asiantuntijoita aina kuvataiteilijasta luokanopettajaan ja yhteiskuntatieteilijästä diplomi-insinööriin. Monialaisen tiimin ja useiden luonnosten sekä versioiden avulla varmistamme, että videosta tulee helposti ymmärrettävä ja mahdollisimman ytimekäs.

Tehtävänänne tilaajana on osallistua ideointiin ja tehdä valintoja. Käytännössä osallistutte kolmeen noin kahden tunnin palaveriin ja niiden välillä käytäviin kevyisiin kommenttikierroksiin.

Monet, jotka ovat tehneet videon kanssamme, ovat sanoneet, että videon tekeminen vaati heiltä tilaajina yllättävän vähän työaika. Samaan aikaan heillä oli kuitenkin jatkuvasti selkeä käsitys projektin etenemisestä ja mahdollisuus vaikuttaa videon sisältöön.



Videoprojektin tavallinen kesto on kuusi viikkoa. Tarvittaessa video voidaan tehdä tästä poikkeavalla aikataululla.

Kuvitusprojekti

Kuvitusprojekti käynnistyy etätapaamisella, jossa käydään kuvittajan kanssa läpi kuvitukseen liittyviä asioita sekä sovitaan samalla projektille aikataulu. Tapaamisessa keskustellaan kuvien sisällöistä ja visualisointiin liittyvistä valinnoista.

Tapaamisen jälkeen kuvittaja laatii ensimmäiset luonnoskuvat ja lähettää ne sovitusti kommenteille. Palautteen perusteella kuvittaja tekee kuviin korjaukset, jonka jälkeen hän piirtää kuvat puhtaaksi. Valmista kuvitusta on vielä mahdollista kommentoida ennen lopullisten tiedostojen toimittamista.



Haluatko lisätietoa tai tarjouksen?

Harkitsetko visuaalisia työkaluja osaksi tiedeviestintää? Olemme täällä sinua varten.

Ota yhteyttä, niin suunnitellaan yhdessä sopivat ratkaisut tutkimuksesi tai hankkeesi viestimiseen oivalluttavalla tavalla. Yhteydenotto ei sido sinua mihinkään, neuvomme veloitusetta.



Joni Pohjankettu

Kaupallinen johtaja

tiedustelut@tussitaikurit.fi

050 371 2767

[varaa etätapaaminen](#)



Aki Luoto

Tiedeviestinnän asiantuntija

Väitöskirjatutkija

tiedustelut@tussitaikurit.fi

...ja lisää tiedeviestinnästä

www.tussitaikurit.fi

Liite 1

Linkit ja lähteet

Tiedeviestinnästä yleisesti

Vastuullinen tiede: Tiedeviestintää eri yleisöille (<https://vastuullinentiede.fi/fi/julkaiseminen/tiedeviestintaa-eri-yleisöille>)

Tiedonjulkistamisen neuvottelukunta: Viesti rohkeasti, vaikuta vastuullisesti. Tiedeviestinnän suositukset (https://www.tjnk.fi/sites/tjnk.fi/files/tiedeviestinnan_suosituks_2018.pdf)

Visuaalinen viestintä

Antichi, Samuel. "Visualizing the Virus: The Use of Data Visualizations in COVID-19 Documentaries." *Cinéma & Cie* 22, no. 39 (2022): 115-122. <https://doi.org/10.54103/2036-461X/17772>

Egan, Mark, Acharya, Amish, Sounderajah, Viknesh, Xu, Yihan, Mottershaw, Abigail, Phillips, Rosie, Ashrafian, Hutan, and Darzi, Ara. "Evaluating the Effect of Infographics on Public Recall, Sentiment and Willingness to Use Face Masks During the COVID-19 Pandemic: A Randomised Internet-based Questionnaire Study." *BMC Public Health* 21, no. 367 (2021). <https://doi.org/10.1186/s12889-021-10356-0>

Heer, Jeffrey, Bostock, Michael, and Ogievetsky, Vadim. "A Tour Through the Visualization Zoo." *Communications of the ACM* 53, no. 6 (June 2010): 59-67. <https://doi.org/10.1145/1743546.1743567>

Lee, Eun-Ju, and Kim, Ye Weon. "Effects of Infographics on News Elaboration, Acquisition, and Evaluation: Prior Knowledge and Issue Involvement as Moderators." *New Media & Society* 18, no. 8 (2016): 1579-1598. <https://doi.org/10.1177/1461444814567982>

Li, Shanshan, and Molder, Hans. "Can Scientists Use Simple Infographics to Convince? Effects of the 'Flatten the Curve' Charts on Persuasive Messaging During the COVID-19 Pandemic." *Public Relations Review* 47, no. 3 (2021): 102013. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102013>

Sholihah, Ratih Nur, Kusnadi, and Supriatno, Bambang. "Implementation of Personal Digital Inquiry Assisted by Infographics to Increase Science Literacy in Ecosystem Materials." *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA* 9, no. 8 (2023): 5927-5934. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v9i8.3917>

Waddell, Myra, and Clariza, Elena. "Critical Digital Pedagogy and Cultural Sensitivity in the Library Classroom: Infographics and Digital Storytelling." *College & Research Libraries News* 79, no. 5 (2018): 228-232.

Piirrosvideot

Ackman, Margaret L., Koshman, Sheri, Pearson, Glen J., Semchuk, William, Shamiss, Yana, Thompson, Ann, and Warner, Travis. "Lipid Therapy: A New Whiteboard Video for Patient Education." Canadian Pharmacists Journal/Revue des Pharmaciens du Canada 154, no. 3 (2021): 175-177. <https://doi.org/10.1177/17151635211006166>

O'Shea, Miles. "Engage Students' Creativity Through Animated Whiteboard Video Project." The Education Digest 82, no. 7 (2017): 61-64.

Purwaningsih S., Anggraeni A A, 2021. J. Phys.: Conf. Ser. 2111 012025 DOI <https://doi.org/10.1088/1742-6596/2111/1/012025>

Putortì, E.S., Sciara, S., Larocca, N.U., Crippa, M.P., & Pantaleo, G., 2019. Communicating Science Effectively: When an Optimised Video Communication Enhances Comprehension, Pleasantness, and People's Interest in Knowing More About Scientific Findings. Applied Psychology: An International Review, 69(3), pp.1072-1091. <http://dx.doi.org/10.1111/apps.12193>

Schneider, S., Krieglstein, F., Beege, M., & Rey, G.D., 2023. Successful learning with whiteboard animations – A question of their procedural character or narrative embedding? Heliyon, 9, e13229. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13229>

Türkay, S., 2016. The effects of whiteboard animations on retention and subjective experiences when learning advanced physics topics. Computers & Education, 98, pp.102-114. <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2016.03.004>

Wong, Kealin, Beno, Suzanne, and Ackery, Alun. "Development of a Whiteboard Video for Managing Trauma Patients Outside a Tertiary Trauma Centre." Canadian Journal of Emergency Medicine 22, no. 6 (2020): 825-828. <https://doi.org/10.1017/cem.2020.427>