

Birgitta Bröms

AIKAKAUSLEHDEN KANNEN
TUTKIMINEN
VISUAALISUUDEN JA TYPOGRAFIAN
NÄKÖKULMASTA

Opinnäytetyö
Viestinnän koulutusohjelma

Maaliskuu 2016

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Birgitta Bröms	Medianomi	Maaliskuu 2016
Opinnäytetyön nimi		
Aikakauslehden kannen tutkiminen visuaalisuuden ja typografian näkökulmasta		46 sivua 6 liitesivua
Toimeksiantaja		
Kauneus ja Terveys –lehti, A-lehdet		
Ohjaaja		
Lehtori Teuvo Liikkanen		
Tiivistelmä		
<p>Tämän opinnäytetyön päätehtävänä on avata kannen ulottuvuuksia, mahdollisuuksia ja problematiikkaa. Päätehtävän asettaminen perustuu kannen tärkeyteen lehden kokonaiskuvaa ajateltaessa. Näyttävän lehden kansi on suuri myyntivaltti lehdelle esimerkiksi uusia lukijoita haettaessa, joten toimivan kannen ominaisuuksia on hyvä kuvailla hieman lisää.</p> <p>Nykypäivänä lehtiala elää vahvassa murroksessa informaation valuessa yhä enemmän digitaaliseen muotoon. Visuaalinen puoli korostuu paljon ja näin ollen lukijoiden huomio lehteen pyritään kiinnittämään näyttävillä, selkeillä ja houkuttelevilla kansilla. Tästä johtuen on paikallaan tutkia syvemmin, mistä eri osista tämä lehden suurin myyntivaltti rakennetaan. Ulkonäkö, värit, asettelu ja sisältö saavat suurimman merkityksen.</p> <p>Aineistona toimii teoreettisten lähteiden lisäksi kvalitatiivisin menetelmin hankittu empiirinen aineisto Kauneus ja Terveys -lehden ulkoasusta vastaavilta tahoilta. Lehti ilmestyi ensimmäisen kerran vuonna 1956 ja on yksi Suomen vanhimmista aikakauslehdistä. Arvostus on säilynyt läpi vuosien ja lehden asema suomalaisilla lehti-markkinoilla on edelleen vahva, koska se on pystynyt uudistumaan ajan vaatimalla tavalla. Tästä syystä Kauneus ja Terveys -lehden kehitys on varsin hyvä tarkastelun kohde, kun tavoitteena on oppia tunnistamaan hyvän lehtikannen erityispiirteet.</p> <p>Kannen rakenteen analyysissä paljastuivat muun muassa paperin laadun muutokset, printtien kehittyminen ja näin myös parempi laatuinen painotuote. Kanteen sisällytetään huomattavasti enemmän informaatiota ja elementtejä rohkeammalla otteella kuin aiemmin. Opinnäytetyön myötä tekijän teoreettinen ymmärrys aikakauslehden kannen rakentumiseen laajeni huomattavasti ja on varmasti avuksi myös muille aiheesta kiinnostuneille.</p>		
Asiasanat		
Aikakauslehti, kansi, väri, typografia		

<p>Author (authors)</p> <p>Birgitta Bröms</p>	<p>Degree</p> <p>Bachelor of Culture and Arts</p>	<p>Time</p> <p>March 2014</p>
<p>Thesis Title</p> <p>Understanding the Visual and Typographical Aspects of a Magazine Cover</p>		<p>46 pages 6 pages of appendices</p>
<p>Commissioned by</p> <p>Kauneus ja Terveys, A-Lehdet</p>		
<p>Supervisor</p> <p>Lecturer Teuvo Liikkanen</p>		
<p>Abstract</p> <p>The object of this thesis was to explore different elements, possibilities and problems of the cover of a magazine. The reason to choose this kind of an object for the thesis is the importance of the cover. The cover is one of the most important features and very efficient way to get new readers. The importance of the cover is so enormous that it needs more descriptive research.</p> <p>The industry of magazine business is going through a big change at this moment. The internet is the main source of information for the young people. The visual aspect gets increasingly important role in our world and magazines are trying to get readers attention with ambitious, clear and inviting covers. That is the main reason why there is need to research more thoroughly how to build a good magazine cover. Appearance, colours, layout, structure and the content of the cover were the main points to examine in this thesis.</p> <p>The material for this thesis was collected from different sources. Theoretical data was from various books and the empirical data was collected with qualitative methods from two interviews. Interviews were made with the editor-in-chief and the art director of Kauneus ja Terveys magazine. The magazine is one of the biggest in Finland so it is a good object to research having in mind the meaning of the cover from the perspective of sales and popularity. The magazine is well known for its looks, reliability and content.</p> <p>First of all, the cover analysis revealed that the changes of the paper quality and the development of the press are huge. It gives deeper and cleaner colour palette for the magazines. There is also much more and bolder information on the cover page than back in the 1960's. The development is clear and this thesis clarified the characteristics of the good cover.</p>		
<p>Keywords</p> <p>Magazine, cover, colour, typography</p>		

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSTEHTÄVÄT	7
2.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusmenetelmät	8
2.2 Toimeksiantaja – Kauneus ja Terveys aikakauslehti	14
3 AIKAKAUSLEHDEN KANSI	14
3.1 Aikakauslehden syntyhistoria	16
3.2 Aikakauslehden kannen eri osa-alueet	18
3.2.1 Typografia	19
3.2.2 Logo	26
3.2.3 Väri	31
3.2.3 Sisältö	34
3.2.4 Kansikuvamalli	37
4 LOPUKSI	42
LÄHTEET	46

LIITTEET

- liite 1. Kauneus ja Terveys –lehti vuodelta 1956.
- liite 2. Kauneus ja Terveys –lehti vuodelta 1969.
- liite 3. Kauneus ja Terveys –lehti vuodelta 1979.
- liite 4. Kauneus ja Terveys –lehti vuodelta 1989.
- liite 5. Kauneus ja Terveys –lehti vuodelta 1999.
- liite 6. Kauneus ja Terveys –lehti vuodelta 2009.
- liite 7. Kauneus ja Terveys –lehti vuodelta 2016.
- liite 8. Teemahaastattelurunko.

1 JOHDANTO

Nykypäivänä lehtiala elää vahvassa murroksessa informaation valuessa yhä suuremmissa määrin digitaaliseen muotoon ja internetin uumeniin. Printtien määrä vähenee huomattavasti ja kestotilaaajien lukumäärät ovat kaukana menneiden kulta-aikojen lukemista. Voidaan sanoa, että arvostus konkreettista painotuotetta kohtaan on myös vähentynyt. Ihmisten hektisten aikataulujen ja jatkuvan kiireen maailmassa helppous on noussut avainasemaan. Internet, puhelinteknologia ja tablettien tulo markkinoille on lisännyt virikkeiden etsimistä aina vain laajemmissa määrin sähköisiä reittejä hyväksikäyttäen.

Lehtiala joutuukin siis keksimään uusia keinoja kuinka myös vanhat uskolliset lukijat pidetään edelleen asiakkaina. Kaupalliselta näkökannalta katsottuna uusien asiakkaiden hankkiminen on myös ensiarvoisen tärkeää ja tämän haasteen kanssa lehtitalot joutuvat jatkuvasti kamppailemaan. Kuinka internet-sukupolvi saadaan kiinnostumaan konkreettisesta aikakauslehdestä ja ymmärtämään sen tuoma lisäarvo lukukokemukseen? Tänä päivänä visuaalinen puoli korostuu paljon ja näin ollen asiakkaiden huomio pyritään kiinnittämään lehteen näyttävillä, selkeillä ja houkuttelevilla kansilla. Tämän vuoksi onkin paikallaan tutkia syvemmin, mistä eri osa-alueista kansi rakentuu ja mikä saa lukijan tarttumaan lehteen. Ulkonäkö, värit, koko, rakenne ja sisältö saavat tässäkin asiassa suurimman merkityksen lopputulemaa tarkastellessa.

Opinnäytetyöni aiheeksi valikoitui siis aikakauslehden kannen rakenne, sen eri osa-alueet ja niiden summa. Tarkastelen myös hieman kansien kehittymistä aina 60 vuoden takaa nykyhetkeen ja sitä, mitkä asiat ovat olleet omiaan muovaamaan kantta sen nykyiseen muotoonsa. Tarkemman tarkastelun kohteeksi valitsin Kauneus ja Terveys -lehden kannen kehittymisen. Kauneus ja Terveys -lehti ilmestyi ensimmäisen kerran vuonna 1956 ja on yksi Suomen vanhimmista aikakauslehdistä. Arvostus on säilynyt läpi vuosien ja asema suomalaisilla lehtimarkkinoilla on edelleen vahva. Tästä syystä Kauneus ja Terveys -lehden kehitys on varsin hyvä tarkastelunkohde, kun tavoitteena on oppia tunnistamaan hyvän lehtikannen erityispiirteet. Lehti on erityisen tunnettu sen ulkoisen visuaalisuutensa ja asiantuntevan sisältönsä puolesta. Opinnäytetyöni aihe selkiytyi viimeisten muutaman kuluneen kuukauden aikana, kun sain mahdollisuuden työskennellä Kauneus ja Terveys -lehden

toimituksessa. Suoritin opintoihini kuuluvan viiden kuukauden harjoittelujakson lehden teon parissa. Minulla oli mahdollisuus nähdä läheltä, kuinka prosessi ajatuksesta, suunnittelun ja toteutuksen kautta aina kaupan lehtihyllyyn asti toteutetaan.

Aikakauslehtien kirjo on Suomessakin hyvin laaja. Kiinnitin erityistä huomiota siihen, mitä lehden teossa erityisesti vaaditaan, jotta kuluttajan lehtivalinta kaupan lehtihyllyllä olisi Kauneus ja Terveys -lehden kannalta suotuisa. Suurin ja selkein oppi oli lehden kannen tärkeys. Kansi toimii lehden myyntivalttina, kanavana ihmisten mieliin. Ihmisten ostopäätöksistä jopa 90 % tehdään tunteella, joten kannen visuaaliseen puoleen rakenteeseen ja sisältöön on annettava erityisen suuri panos. (Lindström 2009.)

Lehden kannen visuaalinen ulkoasu saa kuluttajan joko ostamaan tai ohittamaan lehden. Aikakauslehtien kansi koostuu tekstiotsikoista sekä kuvasta, jonka tehtävänä on kiinnittää kuluttajan huomio. Tehokas ja kommunikoiva tekstiotsikko ja sisältö kannessa saavat katsojan tekemään nopeasti ratkaisun ostamisen suhteen. Kannen täytyy olla helppolukuinen, mielenkiinnon herättävä ja puoleensavetävä, jotta kuluttajan kiinnostus herää ja ostopäätös syntyy. (Koskinen 2005, 53). Mielenkiinnon herättämiseksi kannen aiheotsikoilla on suuri rooli. Lukija ei etsi ostopäätöstä tehdessä pelkästään kauniita kuvia tai näyttävää kantta rakenteellisesti, vaan aiheotsikoiden sisältö on yksi ratkaiseva tekijä. Kuluttaja kaipaa lehdeltä sisältöä ja konkreettista tietoa sekä elämyksiä lukuhetkiin, ja kaikki tämä on pystyttävä välittämään yhden sivun eli kannen välityksellä. Lehden ulkoasu on siis se, mikä herättää lukijan mielenkiinnon ja houkuttelee lähestymään. Lehden kansi on tiivistelmä sen sisällöstä ja otsikoiden lupaamien tarinoiden on oltava helposti löydettävissä lehden aukeamilta. (Rantanen 2007, 21-22)

Tarkastelen lähemmin Kauneus ja Terveys -lehden kansien kehitystä 60 vuoden ajalta. Tutkin millainen muutos logossa, typografiassa, aiheotsikoissa, värimaailmassa ja kansikuvamallissa on tapahtunut vuosien saatossa. Tarkastelun kohteena ovat kannet vuosilta 1956, 1969, 1979, 1989, 1999, 2009 sekä 2016. Ennen lopullista valintaa tutkin kansien ulkoasua vuosi vuodelta ja päädyin lopulta valitsemaan nämä ajanjaksot, koska suurempia näkyviä muutoksia vuosikymmenten sisällä ei ollut tapahtunut tämän enempää. Avaan

opinnäytetyössäni kannen eri osa-alueiden merkitystä ja vaatimuksia yleisesti, mutta tuon mukaan myös ajatuksia Kauneus ja Terveys -lehden kehityksestä ja laajennan näin näkökulmaa tuoden käytännön kokemusta osaksi tutkimukseni sisältöä. Koska haastattelut jäivät määrältään vähäisiksi, opinnäytetyössäni ei ole eriteltyä lukua empiirisen tutkimuksen tuloksille Kauneus ja Terveys -lehden ulkoasusta, vaan pyrin sisällyttämään asiat samojen otsikoiden alle ja luomaan näin mahdollisimman kattavan kuvauksen kannen kokoamisen prosessista. Olen viiden kuukauden harjoittelujakson aikana saanut runsaasti informaatiota lehden kannen tekemisestä ja käytän tätä tietoa hyväksi osana tutkimusta. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on siis kuvailla ja tarkastella lehden kannen rakentumista eri osa-alueista ja luoda kuvaus niiden sisällöstä ja erityispiirteistä.

2 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSTEHTÄVÄT

Tässä tutkimuksessa on tarkoitus kuvata aikakauslehden kannen sisältöä, sen eri osa-alueita ja niiden erityispiirteitä. Asetankin tekstin päätehtäväksi avata kannen ulottuvuuksia ja mahdollisuuksia. Päätehtävän asettaminen perustuu kannen tärkeyteen lehden kokonaiskuvaa ajateltaessa. Lehden kansi on suuri myyntivaltti lehdelle esimerkiksi uusia lukijoita haettaessa. Lehden kannen merkitys on niin suuri, että se vaatii hieman lisää kuvailevaa tutkimusta. Päätehtävää on mahdollista tarkastella seuraavien yleisten ja täsmennettyjen kysymysten avulla:

- Millainen on hyvä aikakauslehden kansi?
- Mitä eri osa-alueita lehden kansi pitää sisällään?
- Mikä on lehden kannen merkitys lehdelle ja lukijalle?
- Millaisia ominaispiirteitä Kauneus ja Terveys -lehden kansi sisältää?

Keskityn opinnäytetyössäni yhdistelemään eri lähteistä löytyvää teoriaa ja tuomaan rinnalle oman harjoitteluni kautta opittua tietoa lisäämään ymmärrystä aiheesta. Suoritan myös aiheen tiimoilta haastatteluja laajentamaan näin näkemystä. Tavoitteenani on 1) oppia ymmärtämään aikakauslehden kannen

merkitys, 2) luoda kuvaus eri kannen osa-alueiden erityispiirteistä ja 3) avata Kauneus ja Terveys –lehden kannessa käytettäviä linjauksia.

2.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusmenetelmät

Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara toteavat tutkimuksen teon olevan niin valintojen kuin päätöstenkin tekoa. Tutkimusta ei voi syntyä, jos sille ei ole asetettu selkeää tavoiteltavaa tarkoitusta tai tehtävää. Hirsjärvi ym. korostavat kaikkein syvimpien ja periaatteellisimpien päätösten rakentuvan tieteenfilosofisellaan tasolla. Perusta tutkimukselle koostuu maailmaa, ihmisiä ja tiedonhankintaa koskevista piilevistä oletuksista, jotka tunnetaan yleisesti myös filosofisina taustaoletuksina. Yhtenä tutkimuksen tavoitteena onkin aina ymmärtää tutkimukseen vaikuttavien filosofisten lähtökohtien merkitys ja selvittää sitä lukijalle. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 129.)

Saksalainen filosofi Jürgen Habermas on kirjoittanut 1950-luvulta lähtien yhteiskuntatutkimuksen teoriasta. Hän on tutkinut myös tietoteorian perusteita. Habermasin laaja tuotanto on yleisesti jaettu karkeasti kolmeen eri paradigmaan, jotka Huttusen (2010) jaotelman mukaan on nimetty julkisuusparadigmaksi, kommunikatiiviseksi paradigmatiksi ja tiedonintressiparadigmatiksi. Viimeisenä mainittu tiedonintressiparadigma voidaan jakaa vielä kolmeen yhteiskunnallista tiedonintressiä kuvaavaan palaseen: tekninen tiedonintressi, emansipatorinen tiedonintressi ja hermeneuttinen tiedonintressi. Tiedon intressin tarve määräytyy erilaisissa tapauksissa ilmenevien piirteiden perusteella. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on oppia ymmärtämään aikaisempaa teoreettista tietoa hyväksikäyttäen lehden kannen merkitys ja sen sisällön rakentaminen osana suurempaa kokonaisuutta, joten tutkimuksessani käytettävä tiedonintressi on ymmärtävä eli hermeneuttinen.

Jokaiselle tutkimukselle asetetaan luonnollisesti jokin tarkoitus ja päämäärä. Selkeästi asetettu tarkoitus edistää strategiakartan luomista, mikä johdattaa läpi opinnäytetyön työskentelyprosessin. Kun opinnäytetyön tarkoitusta pohditaan, nousee esiin kysymyksiä tutkimusongelman luonteesta. Tutkimus voidaan kategorisoida Hirsjärveä ym. (2009) seuraten luonteeltaan

kartoittavaan, kuvailevaan, selittävään tai ennustavaan lokeroon. Kartoittavassa tutkimuksessa tavoitteeksi asetetaan jo ennestään tunnettujen ilmiöiden selventäminen tai vastaavasti kokonaan uusien näkökulmien löytäminen jo olemassaolevien rinnalle. Tavoitteena voi olla myös uusien näkökulmien etsiminen tarkasteltavaan aiheeseen liittyen ja hypoteesien kehittäminen ilmiöstä. Selittävän tutkimuksen tavoitteena on löytää kausaalisten suhteiden muodossa selitys tutkimuskohteeseen sekä tunnistaa todennäköisiä ilmiöiden välisiä syy-seurausketjuja. Kuvailevan tutkimuksen tarkoituksena on kuvailla työskentelytapaa, tekniikoita tai ongelmakohtia mahdollisimman tarkasti. Kuvailevan tutkimuksen tavoitteena on myös ilmiöissä esiintyvien keskeisten ja mielenkiintoisten piirteiden avaaminen. Ennustavassa tutkimuksessa on kyse sananmukaisesti jonkin ilmiön seurauksena syntyvien tapahtumien ennustamisesta. (Hirsjärvi ym. 2009, 137–139.) Tämän tutkimuksen tarkoitus on lähimpänä kuvailevaa Hirsjärven ym. (2009) tekemää jaottelua mukaillen. Tämän opinnäytetyön pääasiallisena pyrkimyksenä on oppia ymmärtämään lehden kannen eri ulottuvuudet ja saavuttaa syvempi kokonaisvaltainen tulkinta, joka on mahdollista välittää eteenpäin kuvaamaan lehden kannen antia ja roolia osana isompaa kokonaisuutta.

Tämä tutkimus on metodologiselta lähtökohdaltaan kvalitatiivinen. Kvalitatiivisen tutkimuksen pääpiirteenä on tiedonhankinnan kokonaisvaltaisuus. Tiedon keräämisen kohteeksi valitaan tarkoituksenmukaisesti ihmisiä, joiden kokemusperäinen tieto tutkittavaan ilmiöön liittyen edesauttaa tutkimuksen suorittamista. Tiedon kerääminen tapahtuu luonnollisissa tilanteissa. Tutkimuksen lähtökohdaksi on asetettu kerätyn aineiston yksityiskohtainen ja moniulotteinen tarkastelu induktiivista analyysiä käyttäen. Induktiivisella analyysillä tarkoitetaan tapaa tehdä yleistyksiä ja päätelmiä aineistosta nousevista seikoista. Kvalitatiivisen tutkimuksen keskeisimpiä piirteitä on ainutlaatuisuuden korostaminen tapausten osalta sekä käsittely ja tulkinta tämä piirre vahvasti huomioiden. (Hirsjärvi ym. 2009, 164.)

Tutkimusstrategia koostuu tutkimuksen menetelmällisten ratkaisujen kokonaisuudesta, mistä voidaan suppeampana käsitteenä erottaa termi metodi. Tutkimustehtävä ja tutkimuksen ongelma määrittelevät valitun

tutkimusstrategian ja yksittäiset tutkimusmenetelmät. Robson (1995, 40) on jaotellut tutkimusstrategiat kolmeen ryhmään: tapaustutkimus, kysely- eli survey-tutkimus ja kokeet. Tapaustutkimuksen erityispiirteinä on sen koostuminen yksittäistä tapausta tai pientä joukkoa koskevasta yksityiskohtaisesta tiedosta. Kun käsillä on pieni joukko tapauksia, on niiden oltava suhteessa toisiinsa jollakin tunnistettavalla tavalla. Tapaustutkimuksen tavoitteena on yleensä jonkin yksittäisen tilanteen tai tapauksen ilmiöiden ymmärrystä lisäävä kuvailu. Kysely- eli survey-tutkimus on tiedon keräämistä tietyin kriteerein valitulta joukolta ihmisiä käyttämällä kaikkiin osallistujiin samoja kysymyksiä. Survey-tutkimus toteutetaan normaalisti kyselylomakkeella. Kokeellinen tutkimusstrategia suoritetaan tavallisimmin mittaamalla kontrolloidulla tavalla yhden käsiteltävän muuttujan suhdetta ja vaikutusta toiseen valittuun muuttajaan. (Hirsjärvi ym. 2009, 132–135.)

Tämä tutkimus on strategista jaottelua seuraten luonteeltaan tapaustutkimus. Teoria tässä tutkimuksessa kohdistuu kannen kokoamisen prosessiin, kannen rakenteessa matkan varrella tapahtuneisiin muutoksiin, sekä tarkasteluun kannen eri osa-alueiden erityispiirteistä. Tutkimuksen empiirinen osa sisällytetään tukemaan löydettyä teoriaa ja avaamaan käytännössä vallitsevia linjauksia erityisesti Kauneus ja Terveys-lehdessä. Tämä opinnäytetyö ei sisällä erikseen teoreettista tai empiiristä osiota vaan sisällös on muotoiltu ensin avaamaan aineistosta löytyvää yleistä suuntausta kannen suunnitteluun. Tämän jälkeen käytännön kokemukset sekä haastatteluista ilmenevät seikat laajentavat näkemystä kannesta kattavana kokonaisuutena. Tällä tavoin kuvailevan tutkimuksen päämäärä on parhaiten saavutettavissa. Kannen suunnittelun ja rakentamisen teoreettinen läpikäynti avaa myös tien tarkastella Kauneus ja Terveys -lehdessä kokemieni keinojen tarkastelua ja kuvailua. Tutkimuksen empiirinen osa pyrkii siis haastatteluiden ja oman työkokemuksen pohjalta selvittämään kattavasti kannen tarkoituksen, tavoitteen, sisällön ja kriteerit.

Tutkimuksen empiirinen aineisto on muodostettu haastattelemalla Kauneus ja Terveys -lehden päätoimittaja Ulla Veirtoa sekä Art Director Hanna Linnamaata sekä tutkimalla Kauneus ja Terveys -lehden kansia eri vuosikymmeniltä. Haastateltavien valinnassa edellytettiin, että he ovat urallaan olleet ratkaisevassa osassa lehden kannen tekemisessä.

Edellytykseksi haastateltavia valittaessa muodostui myös se, että heillä oli vahvaa omakohtaista kokemusta ja aktiivisuutta kannen kokoamisesta.

Aineistonkeruumenetelmäksi tähän tutkimukseen valikoitui teemahaastattelu, sillä sen avulla katsottiin saavutettavan parhaiten juuri tälle tutkimukselle asetetut tavoitteet. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastattelu on usein ominaisin päämenetelmä. Tiedonkeruumenetelmänä haastattelulle on ominaista kielellinen vuorovaikutus suoraan tutkittavan kanssa. Haastattelu voidaan nähdä eräänlaisena keskusteluna, jolle on etukäteen asetettu tarkoitus ja päämäärä. Haastattelu on menetelmänä hyvin joustava, mikä mahdollistaa haastattelutilanteen edetessä aineiston keruun säätelyn riippuen haastateltavan vastauksista. Teemahaastattelu antaa tilaa reagoida haastattelutilanteessa pinnalle nouseviin asioihin ja mahdollisuuden kehittää haastattelurunkoa tulevia vastaavia tilanteita silmällä pitäen. Menetelmän etuna on myös joustavuus kysymystenasettelun järjestyksen suhteen. Järjestystä on mahdollista muuttaa haastattelun edetessä ja näin reagoida tilanteen vaatimalla tavalla. Vastauksia on mahdollista tulkita vapaammin kuin kyselytutkimuksessa. Haastattelijan on myös mahdollista tavoittaa haastateltavat myöhemmin, jos aineisto kaipaa täydentämistä. (Hirsijärvi ym. 2009, 204–206.) Haastattelijalla on mahdollisuus toimia haastattelua tehtäessä eräänlaisen havainnoitsijan roolissa. Havainnoitsijan roolilla tarkoitetaan huomion kiinnittämistä tapaan, jolla asiat tuodaan haastattelijan tietoon. Teemahaastattelu antaa menetelmänä mahdollisuuden valita haastatteluun henkilöitä, joilla on asiantuntemusta ja tietoa tutkinnan kohteena olevasta aihepiiristä. Onnistumista silmällä pitäen tarkkaa huomiota on kiinnitettävä haastateltavien huolelliseen valintaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73-74.)

Haastattelun mukana tulee myös muutamia haasteita ja kompastuskiviä. Usean haastattelun läpivieminen on hyvin paljon aikaa vievä prosessi ja edellyttää haastattelijalta huolellista suunnittelua ja oman roolinsa selkeää omaksumista. Haastatteluun voi sisältyä monia virhelähteitä, jotka aiheutuvat haastattelijan ja haastateltavan lisäksi myös itse haastattelutilanteesta kokonaisuutena. Haastattelun avulla kerätyn materiaalin luotettavuutta onkin aina syytä tarkastella kriittisesti. Haastateltavien taipumus käyttäytyä sosiaalisesti hyväksyttävällä tavalla asioita kaunistellen voi heikentää

aineiston luotettavuutta merkittävästi. Haastattelijalla on oltava kyky tulkita haastateltavien vastauksia kriittisesti ottaen huomioon erilaiset merkitysmaailmat ja ympäröivä konteksti. (Hirsjärvi ym. 2009, 206–207.)

Hirsjärvi ja Hurme (2001, 48) määrittelevät teemahaastattelun puolistrukturoiduksi haastatteluksi. Teemahaastattelu on piirteiltään hyvin lähellä syvähaastattelun mallia, kun tarkastellaan avoimuuden astetta kysymyksissä. Puolistrukturoidun haastattelun teemat on valittu huolella ennen haastattelua ja haastattelutilanne etenee teemoittain hyväksikäyttäen tutkimukselle lisäarvoa tuovia tarkentavia kysymyksiä. Menetelmässä korostuvat ihmisten omat tulkinnat asioista sekä heidän antamat merkityssisällöt asioille. Myös vuorovaikutustilanteissa syntyvät merkitykset on otettava huomioon. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75.) Teemahaastattelun perimmäisenä tarkoituksena on löytää tutkimukselle asetetun tarkoituksen ja ongelmanasettelun kannalta relevantteja vastauksia. Etukäteen valitut teemat haastattelurunkoa rakennettaessa perustuvat tutkimukselle asetettuun viitekehykseen.

Teemahaastattelun toteutus konkreettisesti voidaan järjestää tapauskohtaisesti, jolloin kysymysten asettelu ja esittäminen ovat tarkastelun keskiössä. Kysymysten esittämisjärjestyksestä on hyvä miettiä etukäteen. Tapauskohtaisesti ja tavoitteita palvellen kysymykset voidaan esittää eri järjestyksessä tai samaa kaavaa mukaillen. Teemahaastattelussa voi olla piirteitä niin avoimesta haastattelusta kuin strukturoidustakin haastattelumallista, koska se sallii suuren vaihteluvälin kysymysten asettelun suhteen. Haastattelujen välillä voi olla vaihtelua myös yhdenmukaisuudessa eikä tarkkoja vaatimuksia tämän suhteen ole asetettu. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75.) Tämän tutkimuksen kannalta teemahaastattelun valinta aineistonkeruumenetelmäksi on perustelua, koska se on yhteensopiva valitun tutkimusstrategian eli tapaustutkimuksen kanssa. Tutkimuksen tavoitteena on kerätä tietoa lehden kannen suunnitteluun osallistuvilta tahoilta kannen merkityksestä ja eri osa-alueille luoduista raameista ja niiden syntymisen kriteereistä. Teemahaastattelun luonne mahdollisti kysymysten joustavan esittämisen ja haastattelun suuntaamisen tutkimusta palvelemaan suuntaan. Tämä edellytti haastattelijan jatkuvaa aktiivista reagoitua vastapuolen sanomisiin. Yhtenä haastatteluille asetettuna tavoitteena oli saada

haastateltavat ilmaisemaan omia näkemyksiään mahdollisimman vapaamuotoisesti, mutta kuitenkin valmiiksi asetetun teemahaastattelurungon mukaisesti ja viitekehyksen sisällä. Haastateltavien kokemusperäiset huomiot muun muassa lehden kannen merkityksestä olivat siis tässä tutkimuksessa sallittuja. Haastattelurunkoon valitut teemat nousivat esiin tutkimuksen tavoitteiden kautta.

Haastattelut pidettiin Kauneus ja Terveys -lehden toimituksen tiloissa. Haastattelujen kesto oli 45 minuuttia. Haastateltavat olivat rentoja ja rehellisiä vastauksissaan eivätkä hienostelleet asioiden todellisuutta. Haastatteluihin varattu aika meni hyvin nopeasti ja suunnittelemani 20 minuuttia venyi melkein tunnin mittaiseksi. Toiseen kysymykseen siirtyminen oli välillä haastavaa, koska haastateltavat vastasivat hyvin perusteellisesti kysymyksiin. Tutkimuksen sisällön kannalta se oli positiivinen asia, mutta vei aikaa haastatteluun suunnitelluilta muilta kysymyksiltä. Toinen haastatteluista nauhoitettiin, mikä mahdollisti täysipainoisen keskittymisen itse vuorovaikutustilanteeseen ja aktiiviseen reagoimiseen. Toista haastattelua ei tekniikkaongelmien vuoksi saatu nauhalle. Kummatkin haastattelut kirjoitettiin muistiinpanojen muodossa paperiarkille haastateltavilta saadulla suostumuksella. Haastattelun ohjaaminen ennalta ajateltuun suuntaan ja keskustelun liikkuminen sovittujen teemojen sisällä onnistui suhteellisen hyvin. Haastattelut seurasivat samaa haastattelurunkoa, mutta vastauksista riippuen kysymysten muodossa ja järjestyksessä ilmeni poikkeavuuksia. Tarpeen vaatiessa haastateltavilta kysyttiin tarkentavia kysymyksiä tavoitteena laajentaa näkemystä käsiteltävästä aiheesta. Haastattelun teemoista oli keskusteltu haastateltavien kanssa ennakkoon työharjoittelujakson aikana töiden ohella.

Teemahaastattelun runkoa kehitettäessä otettiin huomioon useita teoriaosuudesta löytyneitä seikkoja. Kerätyn teorian pohjalta luotiin runko ja tarkemmat haastattelukysymykset, vaikka tavoitteena olikin saada haastateltavat kertomaan vapaasti omia ajatuksiaan aiheesta mahdollisimman monipuolisesti. Aineistoanalyysissä pyrkimyksenä oli luoda haastateltavien vastauksista kokonaiskuvaa läpikäytyjen eri osa-alueiden sisällöstä. Haastatteluiden antia peilataan jo teoriapuolelta esiin nousseisiin piirteisiin kannen kokoamisesta. Teoria-aineisto tämän kaltaisen aiheen tutkimisessa

voi olla usein vuosienkin takaa, joten haastatteluaineistosta pyrittiin nostamaan esiin myös tällä hetkellä vallalla olevia suuntauksia, mitä lehtien kansiin tulee. Itse aikakauslehdistä oli saatavalla verrattain heikosti aineistoa kansien osalta, joten tarve lisätutkimukselle ja -aineistolle on olemassa.

2.2 Toimeksiantaja Kauneus ja Terveys –aikakauslehti

Kauneus ja Terveys -lehti on suomalaisille naisille suunnattu hyvinvointiin keskittyvä aikakauslehti, jolla on Suomen toiseksi suurin lukijamäärä, 231 000, terveyden ja hyvinvoinnin puolella. Lehden julkaisijana toimii A-Lehdet ja kehykset toiminnalle tulevatkin sieltä. Lähtökohtana lehdessä on sisällöllisesti tarkastella aiheita kauneuden, terveyden ja mielen hyvinvoinnin saralta. Lehti on ilmestynyt vuodesta 1956 lähtien ja se on tarjonnut naisille perusteellista ja lääketieteellisesti luotettavaa tietoa, vinkkejä ja ratkaisuja aiemmin mainittujen aihealueiden osalta. Jorma Mäntylää mukaillen todenmukaisuus ja tietojen oikeellisuus ovat journalistin ohjeiden filosofinen perusta. (Mäntylä 2008, 64.) Tätä noudatetaan tarkasti Kauneus ja Terveys -lehden toimituksessa ja onkin korostetussa keskiössä, jotta lukijalla on mahdollisuus saada täysi totuus käsitellyistä aiheista.

Kauneus ja Terveys -lehti on opas jokaiselle naiselle hyvään ja kauniiseen oloon. Lehden arvoihin kuuluvat suorasanaisuus ja totuus. Selkeänä periaatteena on kirjoittaa kattavia ja kiinnostavia juttuja, joista lukijoilla on mahdollisuus saada elämyksellisiä lukukokemuksia. Lehden päätoimittajaa Ulla Veirtoa mukaillen rutiinin ei anneta syödä työn laatua vaan taso pidetään korkeana julkaisusta toiseen ja laadun arviointia tehdään jatkuvasti. (Veirto 2016.)

3 AIKAKAUSLEHDEN KANSI

Aikakauslehden kantta tarkasteltaessa on huomioitava aikakaudella vallalla olevat visuaaliset muotisuuntauksset. Ulkoasun muutos on yleensä mahdollinen kahden eri väylän kautta. Ulkoasu muuttuu ajan myötä liukuvasti ilman tietoista päätöstä. Liukuva muutos on mahdollista huomata vertaamalla ja tutkimalla saman lehden ulkoasua pitkällä aikavälillä. Toinen muutoksen

keino on vastakohtaisesti tietoinen ja suunniteltu uudistus ulkoasuun. Tietoinen muutos tehdään useimmiten lehden kehityksen murroskohdissa ja se kätkeytyy sisällön painotuksen uudistamiseen. Lehden rakenteen uudelleen rytmitys on yksi tietoinen teko, jonka uudistaminen vaikuttaa myös kannen visuaaliseen ulkoasuun. (Henning, Ojala & Pellinen 1968, 7.)

Aikakauslehden kansi on sen suurin myyntivaltti uusien lukijoiden silmissä. Lehden toimituksessa pyritään jatkuvasti vastaamaan lukijoiden odotukseen, toiveisiin, tarpeisiin sekä pelkoihin. Markkinatilanteen jatkuva tutkiminen ja asiakaspalautteeseen reagoiminen ovat elinehto menestyvälle aikakauslehdelle. Lehden oman lukijakunnan innostukseen on kyettävä vastaamaan numero toisensa jälkeen. (Väliverronen 2009, 129) Tämä toimii lähtökohtana kaikille aikakauslehdille ja kiinnostuksen ylläpitämiselle. Nykypäivänä myös mainonnan roolin kasvu on noussut valtavaksi osaksi aikakauslehtien sisältöä. Lehtien suosion kasvu on lisännyt räjähdysmäisesti mainostajien mielenkiintoa tuoda oma tuotteensa lehden sivuille. Myös lehden kansi on saanut tästä aikakauslehden kehittymisen suuntauksesta oman osansa sisältönsä.

Kanteen sisällytetään yhä enemmän sisältöä koskevia aiheotsikoita, joiden katsotaan lisäävän lehden myyntiä. Typografisin keinoin otsikoiden vaikutusta lehden myyntiin pyritään jatkuvasti kehittämään ja houkuttelemaan lukijat lehden pariin. Kanteen lisättävän sisällön kasvaessa myös visuaalisuuden eri elementteihin on keskityttävä tarkemmin. Huomio kohdistuu entistä enemmän värien ja eri elementtien kontrasteihin ja haluttujen osa-alueiden korostamiseen typografisin keinoin. Kannen suunnittelussa on huomioitava sisällön eri elementtien rooli ja kaikkien eri osa-alueiden saama huomion määrä. Tähän voidaan vaikuttaa erilaisilla valinnoilla asettelussa, värimaailmassa ja ylipäätään typografiaa tarkemmin tarkastelemalla. Huomiota on pyritty kiinnittämään yhä enemmän myös paperin laatuun ja painotalojen suuntaan. Kansipaperin ollessa laadukasta ulkoasu on arvokkaamman näköinen, käyttöikä pitenee ja värimaailma pääsee oikeuksiinsa. (Veirto & Linnamaa 2016.)

Tutkimukseni yhteydessä pääsin tutustumaan painotalon toimintaan. Kauneus ja Terveys -lehden kannessa käytetään UV-lakkausta, jota suositetaan etenkin

aikakauslehdille sen väriä kirkastavan vaikutuksen johdosta. UV -lakalla on mahdollista saada lähes laminoinnin veroinen lakkaus tuomaan näyttävyyttä ulkoasuun. Lakkkaus suoritetaan erillisellä koneella, jolla lakkaus on mahdollista kohdistaa tiettyyn kohteeseen tai käsittelemällä sillä koko arkin pinta. Lakkauksen lopputulos riippuu pitkälti myös paperin laatuominaisuuksista. Parhaan mahdollisen lopputuloksen pohjana toimii tasainen ja tiivispintainen paperi. (UP Uniprint.) Painotalolla vieraillessani kuulin Kauneus ja Terveys -lehden käyttävän korkealaatuista paperia. Kannen visuaalisuuden eri elementtien sisällön ymmärtämisen lisäämiseksi on hyvä ymmärtää myös tämän osa-alueen tärkeys lopputulokseen. Kaikki lehden kannen ulkoasun eri tekijät ovat linkittyneet vahvasti toisiinsa ja kokonaisuuden hahmottaminen on ensiarvoisen tärkeää kattavan kuvan saamiseksi. Yhden osa-alueen laiminlyöminen vaikuttaa myös muihin elementteihin.

Helpottaakseni aikakauslehden kannen eri osa-alueiden tutkimista on mielestäni paikallaan myös avata pintapuolisesti aikakauslehden historiaa ja lehden kehittymisen vaiheita. Aikakauslehdet ovat syntyneet ajan saatossa vaiheittain ja niiden kehityksen katsotaan alkaneen samoihin aikoihin kuin paperi keksittiin. Ymmärtääksemme aikakauslehden syntyhistorian on huomioitava muun muassa juuri aiemmin käsitelty paperin laadun vaikutus ja sen huomattava kehittyminen painokoneiden kehittymisen johdosta ja sen mahdollistamat uudet ulottuvuudet ulkoasun muokkaamiselle.

3.1 Aikakauslehden syntyhistoria

Kannen ulkoasuun ovat aina vaikuttaneet suuresti suuntaukset muotimaailmassa, julkisuuden henkilöt, viihdemaailman tapahtumat sekä politiikan myllerrykset. Aikakauslehdet kulkevat usein valtamedian mukana ja maailman tapahtumien vaikutus valtamediaan on huomattava. Asioiden ilmaiseminen visuaalisesti saa siis vivahteita myös globaalista ajan hengestä. Paperipainossa tapahtuneet suuret harppaukset ovat mahdollistaneet aikakauslehtien kannen värimaailman syvenemisen ja kuvan laadun huomattavan paranemisen. Aikakauslehden kannen ulkoasu on siis historian saatossa kokenut muodonmuutoksen niin sisällöllisesti kuin ulkonäöllisestikin. Kehitykseen on ollut vaikuttamassa myös parempi ymmärrys markkinoinnin

puolella. Tutkimusmenetelmien kehittymisen myötä on ollut mahdollista kyselyiden ja erinäisten psykologisten tutkimusten kautta selvittää länsimaalaisten mieltymyksiä myös aikakauslehtien suhteen. Tutkimuksilla on pystytty saamaan parempi ymmärrys siitä, millainen lehti lukijoita kiinnostaa ja mitkä seikat vaikuttavat ostopäätökseen. Näiden tutkimusten tuloksia on pyritty mahdollisimman hyvin tuomaan mukaan myös kannen rakentamisen prosessiin.

Tutkimusten mukaan esimerkiksi lehden logon pitää olla suuri ja helposti luettavissa lehden kannen yläosassa. Logon alla tulee sijaita suuressa koossa ajankohtaisia kauneusihanteita myötäilevä, mielellään hymyilevän naisen, kasvokuva. Tärkeää on myös kansikuvatytön katsekontakti lukijaan jo kaukaa. Aikakauslehden kansikuvassa olevan henkilön tulisi pystyä edustamaan itse lukijaa sekä hänen ihannekuvaansa omasta peilikuvasta. (Zappaterra 2007, 30.) Kyselyiden ja tutkimusten kautta on kyetty siis luomaan selkeämpi kuva hyvän aikakauslehden kannen ominaispiirteistä ja kehittämään kannen sisältöä aikakauden vaatimuksia mukailevaksi. (Töyry 2005, 117.)

Kirjallisuuden kehittyessä huomattavasti 1450-luvulla, myös journalismi nosti päätään. Journalismin katsotaan syntyneen Italian pääkaupungissa Roomassa. Kansan suuri mielenkiinto juoruja kohtaan loi kysynnän journalisteille, jotka vastasivat tähän kysyntään. Tiedon välittämisen merkitys kasvoi ja ihmiset alkoivat kehittää eri painomenetelmiä helpottaakseen tiedon jakamista eteenpäin nopeammin suuremmalla volyymilla. Eurooppa oli painokoneiden kehityksen edelläkävijä maailmassa. Saksassa katsotaan syntyneen ensimmäinen sanomalehti, *Gazette*, Nürnbergin kaupungissa vuonna 1457. (Hudson 1968.)

Myös kirjasintyyppien kehittäminen kasvoi tultaessa 1500-luvulle, kun esimerkiksi *Italic Type* luotiin. Väripainomenetelmä koki myös tasaisesti kehittymistä. Ensimmäisen viikoittain ilmestyvän sanomalehden katsotaan syntyneen vuonna 1605 Strasbourgissa, Ranskassa. Kehitys kiihtyi jatkuvasti ja sanomalehtien teko yleistyi nopeasti. Ensimmäinen aikakauslehti kantoi nimeä *Erbauliche Monaths-Unterredungen*. Se syntyi Saksassa vuonna 1663. Eurooppa johti maailman aikakauslehtimarkkinoita ja vasta 1700-luvun lähes työssä ensimmäiset sanomalehdet perustettiin Yhdysvaltoihin ja Venäjälle. Höyryvoiman synty mahdollisti kirjapainojen kehittymisen ja

tuotannon tehostamisen. Ensimmäinen naisille suunnattu lehti, *The Ladies' Mercury*, ilmestyi Lontoossa vuonna 1693. Lehti käsitteli julkaisuissaan parisuhdeongelmia ja vastasi lukijoidensa esittämiin kysymyksiin.

Ensimmäinen moderni lehti ilmestyi vuonna 1731 Englannissa, nimeltään *The Gentleman's Magazine*. Sen sisältö koostui tiivistelmästä kuukauden uutisia politiikan ja viihteen maailmasta. Sylinterin muotoisen painolevyn kehittäminen 1800 -luvulla synnytti murroksen painotekniikassa. Rotaatiopainokoneen synty mahdollisti painon tuottamien kopioiden valtavan kasvun. Naisten aikakauslehtien maailman voidaan katsoa syntyneen journalismin kehittymisen vanavedessä ja se on kehittynyt omaksi osa-alueekseen ajan kuluessa. (Töyry 2005, 68.) Edellä oli vain hyvin lyhyt kuvaus lehtien synnyn alkuajoilta. Myöhemmin on mahdollista tarkastella kehittymistä lisää, mutta tämän tarkempi tarkastelu tässä opinnäytetyössä ei ole paikallaan.

3.2 Aikakauslehden kannen eri osa-alueet

Aikakauslehden kannen rakentaminen valmiiksi paketiksi tapahtuu monen eri tahon yhteistyön tuloksena. Lehden päätoimittajalla on viime kädessä päätösvalta myös kannen sisällöstä kustantajan kanssa sovittua linjaa mukaillen, mutta myös art director on hyvin vahvasti mukana työskentelyprosessissa. Hyvän aikakauslehden kokoaminen vaatii hyviä vuorovaikutustaitoja niin lehden päätoimittajalta kuin art directoriltakin. Lehdelle on yleensä asetettu selkeä ennalta sovittu visuaalinen linja eikä siitä poiketa ilman uutta virallista linjausta. Jatkuva raportointi ja menekin tarkastelu edesauttaa tunnistamaan ongelma-alueet ja olemassa olevien linjausten toimivuuden. Esimerkiksi lukijoilta tuleva jatkuva palaute tai laskevat lukijamäärät ovat signaaleja, jotka tunnistamalla yleisesti sovittua linjausta on paikallaan pohtia uudelleen mahdollisia muutoksia silmällä pitäen. Hyvässä aikakauslehden kannessa on monia huomionarvoisia asioita, kuten paperin laatu, värimaailma, typografia, aiheotsikoiden sisältö sekä tunnistettava logo.

Aikakauslehden luoma viesti lukijalle lähtee liikkeelle jo kansipaperin laadusta. Lehden pinta ja paperin paksuus antavat jo itsessään monesti tunnistamattomia elämyksiä lukijalle, koska konkreettinen tuntuma lehdestä on tärkeä osan itse lukukokemustakin. Hyvälaatuinen paperi auttaa lehteä

säilyttämään muotonsa ja ulkonäkönsä paremmin ja luettavuus säilyy pidempään paperin pysyessä ehjänä ilman repeämiä. Laadukas paperi luo myös visuaalisesti näyttävämmän tuloksen, koska värit pääsevät paremmin oikeuksiinsa.

Kannen täytyy olla ensisijaisesti kaunis. Kauneus saavutetaan ensinnäkin kansitytön lämpimän hymyn kautta. Kanteen valittavan fontin on oltavat selkeä, mutta visuaalisesti silmää virittävä. Lehden logon ja ulkoasun on luotava lukijalle kuva hyvistä arvoista ja edistää positiivisten ajatusten syntymistä lehden ulkoasua tarkasteltaessa. Kanteen valituilla otsikoilla ja symboleilla on tarkoitus luoda lukijalle selkeä kuva lehden sisällöstä ja filosofiasta. Lukijan mielenkiinto pyritään kahlitsemaan suorasanailla, kärkkäillä ja mieltä stimuloivilla fraaseilla ja lainauksilla suoraan lehden sivuilta. Tämä on yksi suurimmista tekijöistä ostopäätöstä tehtäessä. Lukijan on pystyttävä samaistumaan tai saamaan jotain lisäarvoa lehden hankittuaan ja tämän tavoitteen saavuttamiseksi on tärkeää rakentaa visuaalisesti ja sisällöllisesti vahva kansi herättämään tunteita.

Seuraavaksi tarkastelussa on jokainen kannen osa-alueista erikseen omana kokonaisuutenaan. Aluksi avaan hieman osa-alueiden tarkoitusta, merkitystä ja sisältöä, minkä jälkeen keskityn erityisesti Kauneus ja Terveys -lehden kannen sisältöön. Tarkastelussa on Kauneus ja Terveys -lehden kansia kuudelta eri vuosikymmeneltä ja pyrin tutkimaan jokaiselle vuosikymmenelle ominaisia kannen ulkoasun piirteitä.

3.2.1 Typografia

Typografia on käsitteenä laaja. Typografialla tarkoitetaan yleisesti tarkasteltavan kohteen ulkoista ilmettä ja sen suunnittelua. Typografia pitää sisällään muun muassa erilaiset valinnat kirjasintyypeistä. Siihen kuuluu myös kirjainkoko, erilaiset välien valinnat, korostukset, rivin pituudet ja tasaukset sekä tekstin väri. (Juselius 2004.) Typografian avulla luodaan siis kannen visuaalinen ulkomuoto. Se on osallisena miltei kaikessa mitä kannen ulkoasua tarkastellessa voi havaita. Typografian työkaluja käyttäen kansi saa ilmeen, jonka lukijat näkevät. Typografian avulla tekstille on mahdollista luoda

lisääarvoa ja sen keinoja hyödyntäen kansiosikot on mahdollista erottaa selkeämmin toisistaan.

Lehden kannen osalta visuaalinen yhtenäisyys on erityisen tärkeää ja selkeällä typografisella linjauksella ilme on mahdollista toistaa kerta toisensa jälkeen. Toistuva ilme opitaan tuntemaan, mikä on osa vahvan brändin rakentamisen prosessia. Usein brändin ulkoasun yhtenäisyyden varmistamiseksi luodaan sisäinen typografinen ohjeistus, joka kertoo mistä visuaalisista osasista lehden brändi rakentuu ja näin kaikki lehdentekoprosessissa mukana olevat osaavat pitää ulkoasun yhtenäisenä. (Huovila 2006, 85-86.)

Kauneus ja Terveys -lehden kannen rakentamisessa suositaan typografisesti selkeyttä, reippautta ja uskottavuutta. Fonttien valintaan on vaikuttanut niiden visuaalisuus ja nykyaikaisuus. Fontteina toimivat Abril Display, Relay Comp sekä French Kiss. Fonttivalinnassa on otettu huomioon myös niiden selkeä ulkomuoto ja uskottavuus, joiden avulla lehden asiasisällön esittely kannessa on luontevinta.

Useimmin käytetty fontti Kauneus ja Terveys -lehdessä on Abril Display. Sitä käytetään niin lehden logossa kuin myös tehosteena aiheotsikoissa. Fonttina Abril Display on huomiota herättävä sen päätteellisten väkästen johdosta ja se eroaa muista etenkin eroavaisuuksilla viivojen paksuudessa. Fontin suunnittelivat Veronika Burian and José Scaglione vuonna 2007. Fontti tuo yleiseen ilmeeseen glamouria ja näyttävyyttä. Abril Display on suunniteltu juuri sanomalehtiä, aikakauslehtiä ja digitaalista painoa silmällä pitäen. ("Abril Display". Adobe Typekit [www-sivusto](http://www.adobe.com/typekit).) Kauneus ja Terveys -lehden kanteen se tuo mielestäni oikeanlaista kauneutta ja naisellisuutta herättäen näin lukijakunnan huomion.

Toinen kannessa käytettävä fontti on selkeä Relay Comp, jonka suunnitteli Cyrus Highsmith vuonna 2001. Se antaa kanteen ryhdikkyyttä ja luo asiallisuutta vakavampaan sisältöön. Relay Comp on ulkoisesti hyvin neutraali ja rauhallinen fontti. Groteski-kirjainperheeseen kuuluva fontti on päätteetön. Kauneus ja Terveys -lehden kannen pyrkimyksenä on olla selkeä ja luettava ja mielestäni juuri tämän tavoitteen Relay Comp täyttää hyvin. Se tuo

uskottavuutta ulkonäköön raikkaudellaan ja ryhdikkäällä olemuksellaan. Fonttina se ei kuitenkaan hyppää silmille kannesta yhtä voimakkaasti kuin Abril Display tai French Kiss vaan toimii taitavasti arkojen kansiotikoiden avaamisessa. Relay Comp on myös luotu alunperin juuri printtituotteiden käyttöön.

Kannen maustefonttina toimii eläväinen French Kiss. Tämän kalligrafisen fontin suunnitteli Robert Arnow vuonna 2013. Fontti tuo tekstiin vauhtia ja elämää kaunokirjoituksenomaisella tyyllillään. Tämä fontti on omiaan keräämään huomion muiden tekstien joukosta. Fonttia ei tulisi käyttää versaalina eikä liian pitkinä sanoina tai lauseina. Luettavuus heikkenee, jos fonttia käyttää liian pitkinä lauseina tai sanoina, joten sitä on käytettävä harkinnanvaraisesti.(Hallberg 1977, 93.)

Erilaiset fontit pyrkivät selkeyttämään ja erottamaan kansiotikot toisistaan. Ne havainnollistavat kansiotikoiden merkitystä visuaalisesti ja näin ollen lukijan on helpompi erottaa kannesta mielenkiintoisena pitämänsä aiheet. Kuten mainitsin, Kauneus ja Terveys -lehden kannessa käytetään useampaa eri fonttityyliä. (Linnamaa 2016.) Käytössä on muun muassa kursiivi, lihavoitu ja laiha fonttityyli. Lehden kanteen sisällytettävän asian määrä on kasvanut huomattavasti vuosien saatossa, mikä ilmeni myös Kauneus ja Terveys -lehden kansia tutkittaessa aina 1950 -luvulta lähtien. Kansiotikoiden lisääntyttä on jouduttu ottamaan huomioon, kuinka otsikot on mahdollista erottaa toisistaan parhaalla mahdollisella tavalla. Erilaiset fonttityylit ja -koot ovat hyvä keino luoda selkeyttä kanteen informaation paljoudesta huolimatta. Typografisia työkaluja ovat myös kansissa usein käytettävät erilaiset symbolit, kuten pallot ja viivat. Kauneus ja Terveys -lehden art directoria, Hanna Linnamaata, mukailen niiden tavoitteena on lukijan katseen vangitseminen. Vastaavanlaista vaikutusta etsitään myös ”maustefonttien” käytöstä. Edellä mainitut symbolit vaikuttavat lehden ulkoasun kokonaisuuteen kuvien ja piirrosten ohella. (Henning, Ojala & Pellinen 1988,19.)

Kauneus ja Terveys -lehden typografiaa ja sen kehitystä tarkasteltaessa löytyy muutamia mainitsemisen arvoisia rajapyykkeitä. Seuraavassa käydään jälleen läpi tarkastelun kohteena olevien lehtikansien erityispiirteet, tällä kertaa typografian näkökulmasta. Vuoden 1956 lehdessä typografinen linjaus on

hyvin selkeä. (liite 1.) Kannessa on käytetty kahta eri fonttia. Opinnäytetyössä aiemmin mainitusti logon fontti on lähellä antiikva kirjainperheeseen kuuluvia fontteja ja tyylliltään vahvasti Arsis fonttia mukaileva. Fontti itsessään ei ole paljoa Kauneus ja Terveys -lehteä vanhempi. Tämän tuloksen sain fontin hiusviivoja, muotoja ja päätteitä vertailemalla. Fontin ulkoisella olemuksella on myös huonot puolensa. Tiettyjen kiiltäväpintaisten papereiden vaikutuksesta näkyvyys voi muuttua huonoksi. Kiiltäväpintaaisella kannella fontin hiusviivojen paksuuserot hyppäävät vahvasti silmille, mikä on osasyynä näiden fonttien katoamiseen suosiosta nykypäivän ulkoasuja mietittäessä.

Kanteen lisätyt aiheotsikot on kirjoitettu groteskilla fontilla, mikä tuo tasapainoa logon päätteellisyydelle. Fontti on varsin selkeälukuinen ja tyylliltään tasapaksu. Tehosteeksi on valittu tekstin alle asetettu kontrastia luova värilaatikko. Typografisesta näkökulmasta katsottuna lehden kansi on varsin pelkistetty, mikä mukailee hyvin 1950 -luvun lehtien linjaa yleisesti.

Lehden kannessa vuonna 1969 tekstien asettelu on hyvin keskitettyä ja järjestelmällistä. (Liite 2.) Tarkastelussa olleen lehtikannen herättävin otsikko ”Seksuaalinen kylmyys” on tuotu esille suurin valkoisin versaalikirjaimin herättämään lukijan huomio. Kärkäs otsikko on mielestäni pyritty tekemään neutraalimmaksi ja lukijaystävällisemmäksi valkoisella värivalinnalla. Valittu fontti on otsikon sisältöön nähden mielestäni hieman liian pirteä. Sen visuaalinen ulkomuoto ei mielestäni vastaa itse otsikon sisältöä. Fontin pyöreys ja lihavoidut kirjaimet eivät luo vakavasti otettavaa mielikuvaa aiheesta. Fontin linjat tekevät aiheen kepeäksi ja supistavat vakavuuden astetta. Tässä tapauksessa fonttivalintaan on varmasti vaikuttanut myös aiheiden sisällöllinen tyyli yleisesti. Tavoitteena on voinut olla juuri typografisin keinoin tuoda vakavaa aihetta helpommin lähestyttävämmäksi. Tämä on kuitenkin oiva esimerkki kuvaamaan fontin, ulkoasun ja muotoilun luomat mahdollisuudet asioiden esittämisessä. Kannessa esiintyvä toinen aiheotsikko ”kuolinilmoitusten musta huumori” on kirjoitettu mustalla ja keskitetty kanteen linjassa muiden otsikoiden kanssa. Kolmas aiheotsikko kulkee kannen alalaidassa ja saa vähiten näkyvyyttä muun muassa fontin pienen pistekoon vuoksi. Kaikki aiheotsikot ovat antiikva kirjainperheeseen kuuluvia. Typografista kokeilua löytyy enemmän kuin edellisen vuosikymmenen kansissa. Myös lehden numero on lihavoitu ja suurennettu huomion

kiinnittämiseksi. Mielestäni vuoden 1969 lehden kannessa on pyritty kirjasimen koon ja tyylin vaihteluilla luomaan lukijan silmille enemmän kiinnekohtia. Värien tuomilla mielikuvilla on myös pyritty tekemään kannesta puhuttelevampi ja otettu aiheotsikoiden sisältö huomioon.

Tultaessa 1970-luvulle fonttien värimaailma muuttui selkeästi pistävämmäksi. Vuoden 1979 lehdessä aiheotsikoiden fontti on hyvin selkeä verrattuna logon fonttiin. (liite 3.) Kontrastia käytetään voimakkaasti hyväksi yhdistellen kirkkaan keltaista, punaista ja valkoista väriä kannen taustan murrettuihin sävyihin. Logon fonttityyppi muuttui viime vuosikymmeneen verrattaessa lihavoiduksi ja kirjainten välit supistettiin pienemmäksi. Antiikva fontin luettavuus on kaukaa katsottuna epäselvä sen olemattomien kirjainvälien vuoksi. Mielestäni logo muuttui raskaaksi ja puuromaiseksi. Leveämmät kirjainvälit toisivat kirjainten muodot paremmin esille. Tässä tapauksessa fontin pistekokoa olisi jouduttu kuitenkin pienentämään tai fontin tyyliä keventämään, jotta kauneus-sana mahtuisi järkevästi kanteen. Asettelussa logon paikka on suoraan keskellä kansimallin yläpuolella. Pohjalle on asetettu vielä punainen laatikko korostamaan tekstisisältöä. Laatikon ylhäällä olevat tähtisakarot tekevät laatikosta mielestäni hieman sirkusmaisena. Logon yläpuolelle on merkitty numero ilmaisemaan lehden numeroa ja julkaisuvuotta. Myös lehden hinta löytyy samasta kohdasta. Kansi on asettelultaan selkeä, mitä edesauttaa aiheotsikoiden kirjainten pistekoko. Pääotsikkona toimiva ”40 sivua nuorille!” nousee hyvin esille selkeän ja suuren groteski fontin avulla. Kanteen on saatu vangittua hyvin 1970 -luvulle ominainen tunnelma. Tämäkin on oiva esimerkki typografian mahdollisuuksista luoda miellelyhtymiä eri aikakausien ominaispiirteisiin ja viedä lukija aikakaudelta toiselle.

Nykypäivän lehtikanteen verrattuna värimaailmaa voisi kuvailla tunkkaiseksi. Kannen värimaailma ei kuvastaisi nykypäivän mielikuvia kauneudesta ja terveydestä. Tyyllillisesti kansi kuvaa hyvin vuosikymmenen typografisia elementtejä ja värejä, mutta tämän päivän markkinoilla kansi ei luultavasti vetäisi lukijoita puoleensa. Mielestäni se ei myöskään luo visuaalisesti kuvaa kauneudesta ja terveydestä, vaan sisältö ja ideologia on kaivettava esiin otsikot lukemalla. Kun tarkastelussa siirrytään 1980-luvun loppuun, värimaailma muuttuu niin typografian kuin kannen taustankin suhteen.

Pinnalla ollut business orientoitunut ajattelutapa näkyy myös lehden kannen ulkoasussa 1980-luvun loppupuolella. Vuosikymmenen loppua kohden typografinen tyyli rauhoittui ja yksinkertaistui verrattuna 1970 -luvun tyyliin. Kirjaimet ovat asiallisen ryhdikkäitä ja värimaailmaltaan hyvin neutraaleja. Silmiä ärsyttäviä kontrasteja ja kirkkaita värejä pyrittiin välttämään lehtien kansissa. Kokonaiskuva on rauhallinen ja helppoa katseltavaa. Aiheotsikoissa ei ole paljon vaihtelua. Kaikki tekstit on kirjoitettu groteskilla kirjainmuodolla versaalikirjaimin. Kannen aiheotsikoiden määrässä alkoi näkyä jo aikaisemmin muutosta ja vuonna 1989 niiden lukumäärä oli yleensä 5. (liite 4.) Otsikot eivät pääse erottumaan toisistaan, koska kaikissa on sama lihavoitu fonttityyli. Kannessa ei ole käytetty vastakkain asettelua tai kirjainkoko erottelua. Mielestäni lukija ottaa otsikot vastaan tasa-arvoisina ja yhtä huomaamattomina. Ainoat erottuvat otsikot ovat oikealle jätetty ”Iho heleäksi hivenainevoitein” ja kannen keskellä oleva ”Hiuspohja terveeksi uusin keinoin”. Jälkimmäinen otsikko erottuu edukseen mustan värinsä vuoksi ja myös pienellä fonttityylin vaihtelulla. Vuoden 1989 kansi muistuttaa jo selkeästi nykyisen kannen asettelua.

Lähestyttäessä 2000-lukua Kauneus ja Terveys -lehden kannet selkiytyvät ja lähestyvät tekstiä modernilla otteella. Vuoden 1999 kannessa on huomattavissa erilaisia fonttityylejä. (liite 5.) Otsikoissa on käytetty useampaa väriä säilyttäen sävyjen harmonia. Asettelultaan kansi on hyvin raikas ja ilmava. Aiheotsikoissa käytetään tyylinä vaihdellen sekä versaalia että gemenaa. Logon fonttiakin on kevennetty. Tässä nimenomaisessa kannessa tämä piirre erottuu selkeimmin verrattuna muihin tässä opinnäytetyössä mukana olleisiin lehtikansiin. Fontti on hyvin riisuttu muutamaa lihavoitua lukuunottamatta. Aiheotsikoita on rinnastettu toisiinsa värivalinnoilla ja kirjasimen pistekokoa hyväksikäyttäen. Gemenoin on pystytty luomaan selkeän raikas ulkoasu. Kansi on mielestäni hyvin toimiva ja tuo lehden sisällön kattavasti esiin. Valinnat mukailevat myös 1990 -luvun linjaa, mikä näkyy fonttien keveydessä ja ilmavuudessa.

Modernin ulkomuodon saamiseksi vuoden 2009 logoon oli tehty yksi silmin nähtävä muutos. (liite 6.) Logoon oli lisätty modernin ajan mukaisesti &-merkki. Tämä antoi myös typografisesti mahdollisuuden uudelleenlaisille kokeiluille. Taustaa rauhoitettiin karsimalla kirkkaat värit pois ja otsikoissa

fonttityylejä käytettiin enemmän. Aiheotsikkojen määrä kannessa kasvoi lähelle nykyistä määrää. Kirjasimien hiusviivojen eri paksuuksia on käytetty hyvin hyväksi erotettaessa otsikot lukijoille helpommin luettaviksi kokonaisuuksiksi. Typografiaa on käytetty hyväksi priorisoidessa otsikoita. Tämä piirre korostui voimakkaammin kuin aiemmilla vuosikymmenillä. Tekstin luettavuus on saatu kannessa hyvälle tasolle, vaikka otsikoiden määrä onkin suuri. Priorisointi on selkeästi havaittavissa. Aiheotsikoissa on käytetty päätteellistä antiikvaa sekä groteskia. Kanteen on tuotu lisäilmettä myös symboleilla, kuten palloilla. Lehden ulkoasu kokonaisuudessa muistuttaa hyvin paljon nykypäivän kansilehteä.

Tämän päivän Kauneus ja Terveys -lehden kansi herättää huomion erityisesti hymyilevän kansikuvamallin välityksellä. (liite 7.) Kansi luottaa taustan vahvaan harmoniaan, joka tuo tekstille selkeää näkyvyyttä. Kansi on raikas ja värikylläinen. Lehden logon fonttina toimiva Abril Display on hyvin koukeroinen ja naisellisuutta huokuva. Aiheotsikot on muotoiltu asiantuntevuutta ilmentäväksi ja selkeiksi lehden sisällön lukijalle avaaviksi lauseiksi. Vuonna 2016 Kauneus ja Terveys -lehteä myydään mielenkiintoisilla asiasisällöillä, kauniilla ja ajankohtaisesti puhuttavilla kansimalleilla. Tämän välittämässä lukijalle typografian työkalujen tarkka tunnistaminen ja käyttö ovat tärkeässä asemassa. Typografiaan kuuluu siis karkeasti sanottuna kaikki, mitä kansi pitää sisällään. Sen vuoksi valitsinkin sen tarkastelun ensimmäiseksi osaksi kannen eri elementtejä tutkittaessa. Jokainen tätä seuraava osa-alue on joltain osin osa typografiaa. Kokonaisuudessaan kaikki lehden kannen eri elementit ovat yhteydessä toisiinsa ja niiden harmonia on toimivan kansilehden ydin. Lehtien tilaajamäärät ovat laskeneet ja tämän tilanteen korjaamiseksi kannen selkeys ja mielenkiintoisuus ovat avainasemassa, etulinjassa kohdattaessa potentiaalinen uusi lukija. Lehden menekki on riippuvainen siitä, onko kannen otsikot helposti lähestyttäviä ja ymmärrettäviä. Tämän mahdollistamiseksi typografian keinot on hallittava aikakauden vaatimukset huomioon ottaen. Menestyvä aikakauslehti ja visuaalisesti kaunis kansi ovat tulosta typografian työkalujen oikeaoppisesta käytöstä osana mielenkiintoisen asiasisällön esittelyä. Ilman mielenkiintoista asiasisältöä hyväkään typografinen taiteilu ei riitä raivaamaan riittävää alaa markkinoilta. Ilman taitavaa typografista toimeenpanoa mielenkiintoinen ja myyvä asiasisältö voi myös jättää lehden koko potentiaalin hyödyntämättä ja viestin välittämättä niistä mahdollisesti

kiinnostuneille. (Hallberg 1977, 85)

3.2.1 Logo

Logo on lehden nimen tarkoin määrätty graafinen esitystapa. Logon merkitys lehdelle on suuri ja sitä käytetäänkin kaikissa lehteen liittyvissä papereissa ja mainosmateriaaleissa. Logo on lehden tärkein tunnus. (Logo 2016.) Brändin rakentumisen kannalta logon kirjainlajilla ja -muodolla on huomattava merkitys. Logon on oltava helposti tunnistettavissa ja yhdistettävissä brändiin. Mielikuvien syntyminen itse tuotteesta lähtee liikkeelle logon tuomien signaalien kautta. Kirjainmuodon luonteeseen on mahdollista vaikuttaa esimerkiksi fonttien päätteellisyyttä tai viivojen vahvuutta muokkaamalla. Jo pienilläkin yksityiskohdilla ja mittasuhteiden vaihtamisella on mahdollista saada kirjainmuodon luonne muuttumaan ja niiden välittämän signaalin muuntamisen haluttuun suuntaan lukijoiden näkökulmasta katsottuna. Logon välittämää viestiä on siis mahdollista muokata hyvin pienillä muutoksilla yksityiskohdissa. (Eriksson 1974, 12.) Lehden kannessa olevan logon kuuluu olla mahdollisimman vähistä sanoista koostuva yhdistelmä. Hyvä lehden logo on lyhyt ja suoraan lehden sisältöä kuvaava. Logon lausumisen helppous on myös tärkeää brändin kehittymisen kannalta. Muistettava ja ajaton logo on helppo pitää lehden kehityksessä mukana eri aikakausien mukana tuomista muutoksista riippumatta. (Johnson & Prijatelj 2007, 136-137.)

Fontin tavoitteena logossa on tuoda aikakauslehti ja sen brändi helpommin lähestyttäväksi lukijalle. Logon tulisi heti luoda lukijalle mielikuvia, jotka yhdistävät sen brändiin positiivisella tavalla. Logon graafinen muotoilu on kriittinen ominaisuus, kun lukija luo yleiskuvaa lehdestä. (Koskinen 2000, 43.)

Tarkastellessani Kauneus ja Terveys -lehden logoa ja sen muutoksia vuosien saatossa, esiin nousi muutamia selkeitä muutoksia graafisessa esitystavassa. Visuaalisesti logo on kokenut paljon kehitystä vuosien saatossa. Ulkomuoto on kuitenkin säilynyt kokeiluista huolimatta suhteellisen ennallaan ja palauttanut ilmettään lähemmäksi sen alkuperäistä muotoaan. Yleinen ilme on nykyisin hieman pehmeämpi ja pyöreämpi. Logon väritys vaihtelee edelleen riippuen numerosta ja julkaisuaajasta. Logon värityksellä pyritään kuvaamaan sisällön

luonnetta mahdollisimman hyvin. Yleisesti Kauneus- ja Terveys -lehden logossa kuitenkin suositaan paljon punaisen eri sävyjä, oransseja ja sinisiä.

Kauneus ja Terveys -lehden logon katseleminen luo miellyttävän tunteen. Logon värejä ja fonttia kuvaavia sanoja ovat ainakin pehmeys, naisellisuus, soljuvuus, rentous, iloisuus, pirteys, leikkisyys, raikkaus ja reippaus. Samat piirteet kuvaavat hyvin myös Kauneus ja Terveys -lehden syvempää arvomaailmaa.

Seuraavassa tarkastelen hieman yksityiskohtaisemmin Kauneus ja Terveys -lehden logon rakennetta. Kauneus ja Terveys -lehden logo päivitettiin syksyllä vuonna 2012 pehmeämpään ja naisellisempaan muotoonsa. Logon fontiksi valittiin fontti Abril Display, minkä tekstityylin inspiraationa on toiminut kirjainperheet egyptienne ja antiikva. Antiikva tarkoittaa päätteellisiä kirjainmuotoja. Egyptienne kuvaa tasaviivaista ja pääteviivallista kirjasinlajia. Fonttityypille Abril Display on ominaista sen yksityiskohtaisuus, huomattava ero paksujen ja ohuiden linjojen välillä sekä päätteellisyys. (Type-Together 2011.)

Selkeyden ja huomattavuuden vuoksi logo on kirjoitettu suurella pistekoolla. Suuri koko on hyvä myös fontin päätteellisyyttä ja lihavoitua huomioon ottaen. Päätteellisten fonttien perimmäisenä tarkoituksena on ohjata lukijan katsetta haluttuun suuntaan. Mikäli kirjasinvälit jäävät hyvin pieniksi, voi teksti muuttua sekavaksi ja vaikealukaiseksi. Lihavoinnilla on pyritty tuomaan logoon pehmeyttä ja naisellisuutta. Logon fonttivalinnassa on otettu huomioon brändi, lehden lukijakunta ja tulkinnat heihin vetoavasta fonttityylistä. Tässäkin tulee hyvin esiin vuosien saatossa korostunut mielipidekyselyiden, asiakaspalautteen ja tutkimusten merkitys kannen rakentamisen yhtenä tärkeänä taustaelementtinä. (Lehtinen 2012.)

Kauneus ja Terveys -lehden ilmestyttyä ensimmäistä kertaa vuonna 1956, logon ulkomuoto (liite 1.) pyrittiin pitämään samassa muodossa hyvin pitkän ajan. Tällä linjauksella pyrittiin luomaan pohjaa uutena brändinä lukijoiden mielissä ja saavuttamaan yhä suurempi lukijakunta. Jatkuvat muutokset lehden alkutaipaleella olisivat voineet sekoittaa lukijoita ja hidastaa suosion kasvua. Kun kyseessä on aikakauslehti sen konseptin harmonisuus on

tärkeää. Logon tunnistettavuus ja lehden yhtenäinen linja tekevät sen tutuksi lukijalle ja helpottaa lukijaa löytämään jutut. (Johnson & Prijatel 2007, 13-14.)

Alkuaikoina 1960 -luvulla sana kauneus oli kirjoitettu logoon versaalikirjaimin ja fontin värinä toimi valkoinen. (liite 1.) Versaali tarkoittaa isoja kirjaimia, joita käytetään yleensä erilaisiin erikoistarkoituksiin kuten virkkeen ja erisnimen alussa. Tässä tapauksessa tarkoituksena oli luoda visuaalista ilmettä ja näkyvyyttä kannelle. Sana terveys oli puolestaan aseteltu mustalle laatikkopohjalle keltaisin gemenakirjaimin. Gemena tarkoittaa pieniä kirjaimia, joita nykyisin käytetään tavallisen tekstin kirjoittamiseen. Tutkimukseni yhteydessä ilmeni, että Kauneus ja Terveys -lehdestä ei ollut arkistoituna vanhojen lehtien graafista ohjeistusta tai dokumentteja vuosien takaisista linjauksista typografian osalta. Tästä johtuen typografinen osuus jäi pitkälti oman pohdintani varaan.

Tarkasteltuani fonttia tarkemmin, kuuluu se mielestäni antiikva-kirjainperheeseen. Fontin päätteellisyys ja hiusviivan jyrkkä vaihtelu ohuesta paksuun on tämän kirjainperheen fonttien ominaispiirteitä. (Hallberg 1977, 91.) Kauneus ja Terveys -lehden logo olisi voinut saada hyvin vivahteita myös Arsis fontilta niiden yhdennäköisyyden vuoksi. Päätteiden ja hiusviivojen paksuudet ovat hyvin samankaltaisia. Gerry Powell kehitti fontin vuonna 1937. Suuren yleisön tietoisuuteen fontti tuli Seventeen-nuortenlehden otettua se käyttöön 1944. Lehti on yhä yksi luetuimmista lehdistä nuorten keskuudessa. Pohdintaa voisikin kohdistaa siihen, onko Kauneus ja Terveys -lehti ottanut inspiraatiota Seventeen -lehden tyylistä ja halunnut samaa luonnetta omaan logoonsa. Kauneus ja Terveys -lehden logo oli kaunis ja keveä erottuen muiden lehtien logoista juuri näiden ominaisuuksien vuoksi. Logossa kauneus oli kirjoitettu laihalla fonttityylillä, minkä tarkoituksena oli keventää visuaalisesti muuten voimakkaan logon yleisilmettä. Sana terveys puolestaan oli kirjoitettu pienemmillä ja lihavoiduilla kirjaimilla terveyden alle. Logo oli mielestäni onnistunut, aikaansa mukaileva, muodikas sekä herätti kiinnostusta 1950-luvulla.

Logon ulkoasu pidettiin muuttumattomana aina vuoteen 1969 saakka. (liite 2.) Lehden lukijakunta oli vakiintunut ja hienosäätöä logon yleisilmeeseen kyettiin tekemään aiheuttamatta hämmennystä lukijoissa. Ensimmäinen muutoksen

kohde oli mustan laatikon poistaminen logosta. Värimaailmalla uskallettiin leikitellä enemmän ja rohkeammin. Logossa käytettiin värinä sinistä. Kauneus -sana oli edelleen päätteellinen antiikva kirjainperheeseen kuuluva, mutta terveys -sana vaihtui groteskiin. Logon ulkomuodon muutos teki aikakauslehden ilmeestä modernin ja keveän. Fonttiin tehtiin ensimmäiset näkyvät muutokset juuri 1970-luvulle mentäessä.

Muutoksia syntyi useita 1970 -luvun kuluessa. Tarkasteltaessa lehteä vuodelta 1979, fontin pyöreys logossa kiinnittää huomion ensimmäisenä (liite 3). Logon yleisilmettä muutettiin naisellisemmaksi juuri pyöreiden muotojen avulla. Fontti oli sama koko logossa. Kirjaimet lihavoitiin ja kirjaisin välit jätettiin hyvin tiiviiksi, mikä antoi hyvin raskaan vaikutelman ja teki logosta vaikealukuisen etenkin kaukaa katsottuna. Logon värimaailma aisti räväkkyyttä, keltaisen ja valkoisen kombinaatiolla. Logo oli myös aseteltu aiempaa huomattavasti alemmaksi. Se keskitettiin kannen keskelle. Logossa kauneus sana oli yläpuolella ja terveys sen alla myös keskitettynä. Logon olemus oli nuorekas, kokeileva ja leikkisä. Verrattuna vanhempiin aikakausien lehtiin, tämä logo poikkeaa eniten muista. Lähestyttäessä 1980-lukua myös logojen tyyli muuttui enemmän huomiota herättäväksi, ilmiömäiseksi ja miltei liioitteluksi. Aikakauslehdet ottivat ajan muutokset vastaan rauhallisemmin. Lehtien logoissa ei lähdetty liioittelemaan vaan pikemminkin linjaa pelkistettiin. Etenkin kauneuteen, muotiin ja terveyteen erikoistuneet lehdet pitivät linjansa yksinkertaisena. Fontit muuttuivat enemmän vakavasti otettaviksi leikkisyyden hälvetessä.

Vuoden 1989 kannesta on hyvin aistittavissa ajan henki. (liite 4.) Suosioon nousivat vähäeleiset päätteettömät fontit. Kirjaimet olivat selkeitä ja helposti luettavissa. Logon fontti muuttui kokonaan groteskiksi. Fonttityyli oli muutettu kursiiviksi ja sisältö kirjoitettu kokonaan gemenalla. Selkeyden korostaminen näkyi myös logon väreissä koko logon ollessa samalla värillä painettu. Muutos on siis huomattava verratessa sitä edeltävän ja tulevan vuosikymmenen tyyliin. (liite 5.) Yksinkertaisuuden ihanne jatkui 1999 -luvulla ja logon muutos kohti minimalistisuutta jatkui. Logossa ei ollut käytössä enää kursiivia eikä kirjoitus ole kokonaan gemenalla tehty. Logo koostui pelkistä versaalikirjaimista, mikä näkyi kannessa viedyssä tilassa. Kauneus -sana kulki koko kannen pituudelta. Sana kauneus kirjoitettiin suuremmilla laihoilla

kirjaimilla, kun taas sana terveys sen alla oli kirjoitettu lihavoidulla fonttityylillä.

Lähipuosien suurin muutos tapahtui vuonna 2009, kun lehden logon visuaalisuutta muutettiin nykyaikaisemmaksi korvaamalla ja -sana. (liite 6) Tilalle tuotiin &-merkki. Kauneus ja Terveys muuttui siis logossa muotoon Kauneus & Terveys. Ulkoinen tyyli muuttui modernimmaksi ja lehden kannen muulle sisällölle saatiin myös enemmän tilaa. Logon fontti pysyi groteskina. Kauneus -sanana kirjaimet lihavoitiin ja pidettiin versaalina. Terveys -sanana muotona oli gemena. Vuonna 2012 logoa palautettiin hieman takaisin päin alkuperäistä tyyliä mukailevaksi.

Tarkasteltaessa vuoden 2016 lehteä voi sanoa naisellisuuden ja tyttömäisyyden palautuneen osaksi logoa vanhalla retro vivahteella. (liite 7.) Logon fontin päätteet, pienet pyöreät pallot, tuovat vanhan vuoden 1959 logon mieleen. Tämän päivän fontti, Abril Display, on alkuperäisiltä käyttötarkoituksiltaan suunniteltu juuri toimitukselliseen käyttöön. Sen korumainen elekieli toimii hyvänä houkuttimena lukijan silmälle ja on omiaan herättämään mielenkiinnon.

Nykyisin logon fonttityyli on lihavoitu ja gemenoilla kirjoitettu. Logo näkyy aina suurena ja sana kauneus paistaa ensimmäisenä lehtihyllystä lukijan silmään. Jokaisella vuosikymmenellä on ollut omat suuntauksensa ja muoti-ilmionsä, joiden vaikutus näkyy myös logojen fonttivalinnoissa. Kauneus ja Terveys -lehden logo on muuntautunut 60 vuoden aikana arvokkaasti ja maltillisesti. Sen helppolukuisuus on säilynyt eikä tunnistettavuuskaan ole päässyt kärsimään. Logon kehitys on onnistunut pysymään ajan hermolla menettämättä kuitenkaan brändin tunnistettavuutta. Mielestäni Kauneus ja Terveys -lehden logo on onnistunut kokonaisuus ja mahdollistaa lukijalle mielikuvien kehittymisen lehden sisällöstä pelkästään logoa katsomalla. Ostopäätökset syntyvät nopeasti ja viiden ensimmäisen sekunnin merkitystä ei voi korostaa liikaa. Logo on epäonnistunut, jos sen näkeminen ei yhdistä katsojaa brändiin, sen ideaan ja ajatusmaailmaan. (Vapaasalo 2000, 53.) Kauneus ja Terveys -lehti on osaltaan onnistunut tällä osa-alueella hyvin luoden selkeän, muistettavan ja identiteettiään kuvaavan logon.

Värillä on psykologinen vaikutus ihmisen mieleen. Riippuen kulttuuritaustasta sen merkitys on vaihtelee. Usein värille kehittyy oma symboliikkansa, joka viestittää värin merkitystä katsojalle jopa hänen huomaamattaan. Värit voivat aiheuttaa monenlaisia tunnetiloja. Ne voivat olla luontaansa työntäviä eli negatiivisia tai energiaa katsojalle tuovia eli positiivisia tunnetiloja. Värit ovat eräänlaisia viestejä itsessään. Lehden kannessa värit ovat ilmentämässä lehden imagoa. Lehden tyyli käyttää värimaailman luomia mahdollisuuksia jää usein lukijan mieleen. (Henning, Ojala & Pellinen 1988, 45-47)

Kauneus ja Terveys -lehti on aina suosinut väreissään punaista ja sinistä. Nykyisin oranssin sävyt ovat vahvassa osassa otsikoinnissa ja lehden logon väritystä mietittäessä. Kannessa on pyrkimyksenä kiinnittää lukijan huomio värien kontrasteja hyväksikäyttämällä. Värit pyritään pitämään puhtaina ja raikkaina kirkkaiden sävyjen avulla. Kannen värivalintoihin vaikuttavat suuresti lehdessä olevat asiasisällöt, lehden julkaisuajankohta sekä kansimallin persoona ja ulkoiset piirteet. Kansikuvamallista riippuu myös moni muu kannen rakennuksessa huomioon otettava seikka. Esimerkiksi lehden kannen taustaväriyksen valinnassa otetaan huomioon kansikuvamallin ihonsävy. Tausta ei saa poistaa ihon kuulautta eikä tehdä kasvojen väritystä likaiseksi. Huomioon otettavia seikkoja ovat myös mallin vaatteiden väriyksen suhteessa ihon sävyyn ja taustaan.

Värien harmonia on aina ollut taiteelle merkittävä käsite. Kannen värivalintoja tarkastellessa on huomioitava värien keskinäinen vaikutus toisiinsa. Värien valinnassa on otettava vahvasti huomioon myös kohderyhmä ja lukijakunnan luonne. (Arnkil 2008, 121.) Kannessa on vallittava värien yleinen harmonia, mutta lukijoiden huomion saaminen vaatii myös erilaisten vivahteiden tuomista mukaan keskelle harmoniaa. Liiallinen väriharmonia ei herätä tarpeeksi mielenkiintoa sen katsojassa. Kauneus ja Terveys -lehden kannessa värien harmonia on mielestäni kokonaisuudessaan onnistuneen harmoninen ja sointuva. Kansilehden väriyksen typografian osalta on pidetty tarkoituksella muutamassa värissä, mutta tehostettu eri sävyillä kontrastin keinoin.

Värit ovat myös ärsykeitä ihmisen silmille. Kannen värimaailman poiketessa paljon lehtihyllyssä olevista muista julkaisuista, se myös mitä todennäköisimmin huomioidaan massan keskeltä. Mitä suuremmalla väri on esitetty, sitä

helpommin se huomioidaan. Näkyvyyttä lisäävät myös väreille kontrastia luovat kuviot tai taustat. Värien vaikutusta mieleen on tutkittu paljon ja niillä on todettu olevan suuri vaikutus syntyviin mielikuviin. Tämän vuoksi värivalinnat saavat erityisen huomion kansia rakennettaessa. Värivalinnoilla on mahdollista viestiä myös lehden arvoja, kun ne yhdistetään oikein johonkin hahmoon tai muotoon. (Arnkil 2008, 143, 146.)

Tarkasteltaessa Kauneus ja Terveys -lehtiä vuosilta 1956 (liite 1.) ja 1969 (liite 2.), voi huomata vahvan eron värimaailmassa ja lämmössä. Värimaailmat ovat toistensa vastakohtia. Vuoden 1956 kannen pohjana on hyvin kirkas pinkki. Kansikuvamalli on tarkoituksella jätetty mustavalkoiseksi luomaan kontrastia kirkkaalle taustalle. Värimaailma on luonteeltaan naisellinen ja luo miellyttävän kokonaiskuvan sen katsojalle. Kontrastin keinoja on käytetty vahvasti hyväksi, mikä välittyy myös kirkkaan keltaisesta terveys -sanasta logossa. Myös oikeassa alalaidassa sivuttain asetettu keltainen tekstilaatikko luo kontrastillaan efektiä kanteen. Sävyjen kirkkaus ja kontrasti ärsyttävät vahvuudellaan katsojan silmää, mutta luovat silti positiivisia mielikuvia. Tekstilaatikon sävy antaa sen typografialle näkyvyyttä ja tuo aiheotsikon sisällön selkeästi esiin.

Vuoden 1969 kansi on vastaavasti luonteeltaan kylmä sininen. (liite 2.) Kylmyyttä on tuotu kuvaamaan myös sisällöllisesti mustalla huumorilla sävytetty väriltään musta otsikkoaihe. Kansi on kokonaisuudessaan kylmän kolea ja mielestäni luontaansa työntävä. Mallinukke on asetettu makaamaan kuolleen näköisenä folioon vuorattuna lisäämään jo ennestään kalseaa tunnelmaa. Tumman kiiltävä pinta tuo mieleen jäisen veden ja kylmyyden. Aiheotsikon sisältö on selvästi huomioitu kannen kuvaa ja värimaailmaa valittaessa. Kokonaisuus on onnistuneen melankolinen ja välittää tunnelman värimaailman keinoin. Kansi ei ole Kauneus ja Terveys -lehdelle ominaisen positiivinen vaan kaikinensa negatiivissävytteinen. Kannen kylmään luonteeseen vaikuttaa myös mallin elekieli ja sininen meikki. Värimaailmalla on pystytty kannessa välittämään katsojalle erilaisia tunteita ja symbolisia ulottuvuuksia, mitkä saavat katsojan ajattelemaan kannen merkitystä. Tämä on varsin hyvä esimerkki värien luomista mahdollisuuksista ja vaikutuksista.

Vuoden 1979 kantta tarkastellessa värimaailma palautuu taas Kauneus ja Terveys -lehdelle ominaisiin raameihin. (liite 3.) Kannessa on jälleen eloa ja

positiivisia lämpimän sävyjä. Värien väliltä löytyy vahva kontrasti ja etenkin logon typografian värit sekä pohjalla olevan taustalaatikon olemus antavat vahvan ilmaisullisen viestin visuaalisesti. Kannessa ilmenevät rajakontrastit tekevät kannen eri osien hahmottamisesta selkeää. Katsojan silmä löytää vaivattomasti aiheotsikot. (Arnkil 2008, 94.) Kannen värimaailmaa tarkastellessa on huomattava myös värien kehityksen itse painotuotteessa ja -jäljessä. Kansikuvan mallin ihonsävy ja silkkipuseron väriheijastukset ovat varsin luonnolliset. Kannen värimaailmaa mukailee kansikuvamallin olemusta olemalla iloinen ja pirteä. Värimaailma on hyvässä harmoniassa myös tämän kansikuvan osalta.

Vuoden 1989 kannen värimaailma on oiva esimerkki elegantista ja klassisesta tyylistä värien osalta. (liite 4.) Sävy maailma on luonteeltaan pehmeän naisellinen ja herkkä. Vaalea roosan värinen vaatetus mallin päällä tuo katsojalle mielikuvia vanhanajan naisihanteista. Herkät ja hengevät sävyt ovat aikojen kuluessa kuuluneet aina naisille, kun taas maskuliiniset tummat sävyt taipuvat miesten puolelle. Kannen värit ovat jälleen aikaansa mukaileva, mutta tämän päivän muottiin se voisi olla hieman liian hengevä ja tyttömainen. Kannen aiheotsikoiden värit ovat yksilöllisen valkoiset, mikä luo niiden värimaailmasta neutraalin ja kantaa ottamattoman. Kannen ilme jää mielestäni varsin tasapaksuksi. Tämä toimii hyvänä esimerkkinä liiallisen väriharmonian vaikutuksesta mielenkiintoon. Liiallinen värien harmonia voi tehdä kansilehdestä tylsän.

Vuoden 1999 kansilehti ei värimaailmaltaan poikkea paljoa edellisestä. (liite 5.) Kansikuvatyttö on hyvin vähäeleinen ja vaatetukseltaan rauhallinen. Taustaksi on asetettu sävyiltään harmahtavan utuinen pilvinen maisema, johon kansikuvatyttö sulautuu väritään hyvin. Tunnelma on värien osalta hienoa. Fonttien väritukseen on tuotu mukaan enemmän vaihtelua ja erottelua. Aiheotsikoiden kylmän punaiset ja siniset sävyt saavat ne erottumaan toisistaan onnistuneesti. Yleisesti kannen tunnelma on kuitenkin raikas ja viestittää terveyttä sen katsojalle.

Vuoden 2009 kannesta löytyy edeltäjänsä enemmän heleyttä. (liite 6.) Kannessa käytettävät sävyt ovat kuulaita. Mallin ihon ja hiuksien hehkua korostaa taustalle valittu värimaailma. Kannen värit ovat luonteeltaan lämpimiä

ja muistuttavat katsojaa hieman auringonlaskusta. Taustan liukuva väritys luo kuitenkin myös rajoituksia kannen rakennetta mietittäessä. Liukuväriytyksen myötä aiheotsikoiden paikka on mietittävä tarkasti hyvän näkyvyyden takaamiseksi. Väriltään tasainen tausta on luettavuuden kannalta parempi vaihtoehto. Aiheotsikoiden värityksessä on käytetty kahta tehosteväriä, oranssi ja vaaleanpunainen. Kansi on sävyiltään myös tämän päivän kriteereillä kaunis ja moderni.

Nykyinen Kauneus ja Terveys -lehti on väritykseltään hyvin raikas. (liite 7.) Sen kevyt pastellinomainen mintunvihreä tausta pysyy ei vie huomiota miltään kannen muulta osalta vaan pysyy omalla paikallaan taustalla. Värit sointuvat taitavasti yhteen. Taustalle asetettu vihreä ja tekstistä esiin nouseva niin ikään pastellimainen neonoranssi tukevat hyvin toisiaan ja luovat huomiota herättävää kontrastia itse sisällön esiin tuomiseksi. Kansi tuo värien osalta mieleen kesäisen tunnelman ja kutsuvat kirkkaat värit vetävät katsojaa puoleensa. Kannen värit ovat kirkastuneet huomattavasti viime vuosikymmeniin verrattuna, mihin suurimpana syynä on aiemmin lyhyesti käsiteltyjen painokoneiden jatkuva kehittyminen. Harmausasteen väheneminen väreissä on huomattavaa, mikä johtuu suurelta osin kansipaperin lakkauksen laadusta. Kokonaisuudessaan kansilehti on onnistunut kokonaisuus ja heijastaa Kauneus ja Terveys -lehden sanomaa positiivisuudesta, raikkaudesta ja energisyydestä valitun värimaailman avulla. Onnistuneella värimaailmalla kyetään luomaan katsojalle selkeitä mielleyhtymiä ja mielikuvia. Tämän johdosta värien harkittu käyttö voi viedä kansilehden näyttävyyden osalta aivan uudelle tasolle.

3.2.4 Sisältö

Käsittelen seuraavassa hieman kriteerejä lehden kanteen valittaville aiheotsikoille sekä asettelun pääpiirteitä aikakauslehden kannessa. Käsittelen aihetta Kauneus ja Terveys -lehden kansien avustuksella ja tutkin lehden pääpiirteitä tästä näkökulmasta. Kauneus ja Terveys -lehden kannen sisällön valinnassa painotetaan asiantuntevaa otetta. Lukijoille tarjotaan konkreettista tietoa ajankohtaisista aiheista. Aiheotsikot muotoillaan tuomaan lukijoille ratkaisuja mahdollisiin arjen ongelmiin ja todellisiin kysymyksiin, joihin lukijan on mahdollista samaistua. Aiheotsikoiden sisältö on ratkaisevassa osassa

ostopäätöstä tehtäessä. Sisällön on luotava lukijalle mielikuvia ja samaistumispintaa kannen sisällä käsiteltäviin aiheisiin. Kerrontatavan on oltava ytimekäs ja houkutteleva.

Lehden kanteen valittavat aiheotsikot on muotoiltava asiallisiksi ja hienotunteisiksi, mutta todenmukaisuuden tuntua ei saa poistaa. Esimerkiksi seksuaalisuutta käsittelevät aiheet eivät saa vallata koko kannen pintaa, vaan niiden käyttöä on harkittava ja usein myös vältetään. Eri sukupuolten näkökulmasta lehti on suunnattu pääosin naisille. Miehet otetaan huomioon sisällössä vain parisuhteista käsittelevissä osioissa.

Asettelu on erityisen tärkeää kannen selkeyden ja tunnistettavuuden kannalta. Kannessa olevan valokuvan merkitys on suuri lehden asettelussa ja kokonaisuuden rakentamisessa. Kansikuva toimii katseenvangitsijana ja sen tehtävänä on tuoda lehden tyyli esiin kuvan välityksellä. Kansikuvan on houkuteltava lukijat puoleensa, mutta samalla kyettävä heijastamaan lehden sisältö ja tyyli sen katsojalle. Kannen kuvaajan merkitys on näin ollen varsin suuri lehden ulkoasua tarkastellessa. Valokuvan kautta on nähtävissä aina myös sen tekijän näkökulma ja ote. Lehden kansikuvaa luotaessa valokuvaajan on omaksuttava lehden linja ja sisällytettävä se kuvalla välitettävään viestiin. (Erävaara & Taskanen 2009, 131-132.) Kauneus ja Terveys -lehden kanteen asetettava kuva on aina suoraan edestäpäin otettu lähikuva mallista. Mallin kasvot katsovat usein hieman viistosti vasemmalle. Tällä pyritään ohjaamaan katsojan katsetta lehden kannalta tärkeisiin aiheotsikoihin. Lähikuva on omiaan erottamaan lehden muista tämän päivän aikakauslehdistä kaupan lehtihyllystä.

Lehden kannen rakennetta mietittäessä logon paikka on aina sama. Logo asetetaan lehden kannen yläreunaan. Se näkyy katsojalle, vaikka lehden eteen asetettaisiin muitakin lehtiä. Lehden sisällön kannalta rohkein ja monesti mielipiteitä jakavin otsikko asetetaan logon yläpuolelle. Tämä aiheotsikko viittaa sisältönsä puolesta lehdessä käsiteltävään selviytyjätarinaan. Tämä aiheotsikko on sisällöltään suora lainaus lehden sivuilla käsiteltävästä tosielämän tarinasta. Ihmisen tarina kerrotaan kaunistelematta juuri sellaisena kuin hän on sen itse kuvaillut. Kauneus ja Terveys -lehden kanteen sisällytetään myös A-lehtien logo oikeaan alareunaan. Lehden oma logo sekä kustantajan logo sisällytetään

jokaiseen lehden kanteen.

Kanteen valittavat otsikot priorisoidaan keskenään. Aiheotsikoiden tärkeys kannessa kulkee käänteisessä järjestyksessä suhteessa kelloon. Merkittävät ja sisällöltään ajankohtaisesti puhuttavat aiheet korostetaan suuremmalla pistekoolla tai erottuvilla fonttityyleillä. Aiheotsikoiden valintaan vaikuttaa muun muassa ajankohtaisuus ja kohderyhmä. Otsikon on puhuteltava mahdollisimman laajaa skaalaa sen lukijoista ja herätettävä tunteita puolesta tai vastaan. Esimerkiksi alkuvuodesta 2016 smoothiet olivat suurena puheenaiheena. Kauneus ja Terveys -lehden numerossa 3/2016 käsiteltiin smoothien vaikutusta ihmisen hampaille ja varoiteltiin purukalustolle aiheutuvista haitoista. (liite 7.) Aiheotsikko sisällytettiin kanteen puhuttelemaan lukijaa ja herättämään mielenkiintoa. Kauneus ja Terveys -lehden päätoimittajaa mukaillen otsikot eivät saa olla missään nimessä tylsiä vaan niiden on kyettävä yllättämään lukijansa.

Lehden kannen tarkastelussa on huomiota kiinnitettävä siihen, kuinka sisältö on kyetty tuomaan esiin lukijalle. Typografian muotokielen selkeys ja erottuvuus asiasisällön esittelyssä on kannen ulkoasun kannalta tärkeää. Kannen rakentamisessa on jatkuvasti muistettava, että sen päätehtävänä on toimia näyteikkunana kansilehtien välissä olevalle sisällölle. Kansilehti on kyettävä pitämään mielenkiintoisena, mutta kuitenkin neutraalina, jotta jokainen kanteen sisällytettävä aihe saa kerättyä halutun huomion. (Arnkil 2008, 148). Fonttien valinta jokaisen aiheotsikon kohdalla riippuu sen sisällöstä. Pääteellinen Abril Display ja kalligrafinen French Kiss toimivat enemmän koristeen roolissa. Abril Display:llä kirjoitettavat aiheotsikot ovat sisällöltään kepeitä ja helppolukuisia. Kalligrafinen tyyli sopii korostamaan sisällöltään huudahduksen omaisia kohtia kannessa korostamaan jotain positiivista tunnetilaa.

Lehden kannen asettelussa loogisuus ja järjestelmällisyys ovat avainasemassa. Lehden lukija ajattelee lehtikannen usein eri tavalla kuin sen suunnitellut graafisen alan ammattilainen. Tämä piirre on otettava huomioon rakennetta, asettelua ja sisältöä mietittäessä. Aiheotsikoiden priorisointi vasemmalta oikealle palvelee kyselyiden mukaan lukijaa parhaalla mahdollisella tavalla. Kannen rakenteellinen yleisilme on hyvä pitää muutenkin yhtenäisenä numerosta toiseen, jotta brändi on helpommin tunnistettavissa jo pelkän

asettelun ja ulkoasun kautta. (Henning ym. 1988.) Lehden kannen asetteleuun tehtävät pienet visuaaliset muutokset palvelevat lehden tavoitetta pysyä ajanhermolla, mutta muutokset on toteutettava hienovaraisesti ylläpitäen tunnistettavissa oleva oma tyylinsä.

Lehden kannen taitto on myös yksi hyvin tärkeä elementti viestin välittämisen onnistumisen kannalta. Mielenkiintoinen, tarkasti toteutettu ja selkeä taitto palvelee koko lehden etua. Taitossa kerätyt juttuaineistot muokataan lukijaa puhuttelevaan ja selkeään muotoon, jotka välitetään kannen kautta aiheotsikoiden välityksellä lukijalle. Sisällölliset painotukset ja valinnat tulevat lopullisesti esiin vasta taittovaiheessa. Ammattitaitoisen taiton avulla lehti kykenee tuomaan brändin halutulla tavalla lukijan käsiin ja luomaan visuaalisesti kauniin lopputuloksen miellyttämään niin lehden kuin lukijankin intressejä. (Henning ym. 1988, 51)

3.2.5 Kansikuvamalli

Käsittelen seuraavaksi hieman kansikuvatytön roolia lehden kannessa yleisesti ja peilaan sitä jälleen Kauneus ja Terveys -lehden tyyliin valita oma mallinsa. Kansikuvatytön rooli lehden myynnin kannalta on suhteellisen suuri. Kansikuvatyttö kärjistetysti joko myy lehden tai jättää sen roikkumaan lehtihyllyyn erityisesti irtonumeroiden osalta. Kansikuvatytönä olevan mallin on oltava kaupallinen ja lukijoille helposti lähestyttävä. Kauneus ja Terveys -lehden kansikuvatytön on oltava klassisen kaunis ja hyvät mittasuhteet omaava nainen. Mallia valittaessa tarkastellaan muun muassa luontevaa hymyä ja kasvonpiirteiden säännöllisyyttä. Kannessa suositaan perinteisiä vaaleahiuksisia naisia. Mallilla on oltava myös hyvä iho, koska Kauneus ja Terveys -lehden kuva otetaan erityisen läheltä. Kuvia pyritään käsittelemään hyvin vähän toisin kuin monissa muissa alan julkaisuissa. Kuvankäsittelyohjelmien käyttö on hienovaraista ja se pyritään pitämään vähäisenä, jotta mallin oma luonne säilyisi välittämässä lehden haluamaa viestiä en haluamaa viestiä.

Hyvä kansikuva koostuu monesta eri elementistä. Huomioon on otettava muun muassa malli, kuvaaja, meikki, valotus, tausta ja vaatetus. Tutkimusten mukaan naiset toimivat miehiä paremmin kansikuvassa, kun tavoitteena on

lehden myynnin edistäminen. (Niskanen 1996,106.) Kansikuvamalleina käytetään myös paljon julkisuudesta tuttuja henkilöitä, kuten laulajia, näyttelijöitä, taiteilijoita, urheilijoita ja poliitikkoja. Ihmisten mielenkiinto tutustua lähemmin julkisuuden henkilöihin on ymmärretty myös lehtibisneksessä. Puhutteleva ja ajankohtainen kansikuvatyttö on oiva keino edistää lehden myyntiä ja vaikuttamaan lukijan ostopäätökseen. (Crowley 2003, 95.)

Julkisuudesta tuttu henkilö ei ole kuitenkaan aina toimiva ratkaisu. Huomioon otettavia seikkoja on useita. Mikäli sama henkilö on ollut jo useiden muiden lehtien kannessa, on varmasti paikallaan miettiä, onko hänellä enää mitään uutta annettavaa lehden lukijoille. Tärkeimpänä seikkana on aina muistaa lehden kohderyhmä ja heidän mieltymysten täyttäminen.

Lehtimarkkinoilla, kuten kaikessa muussakin yritystoiminnassa, etsitään jatkuvasti keinoja erottautua massasta ja saada kilpailuetua muihin toimijoihin. Lehden päätoimittaja ja art director pyrkivät etsimään niin sanottuja heikkoja signaaleja saadakseen edellä mainitun pienen edun suhteessa kilpailijoihin. Heikkona signaalina voi toimia esimerkiksi jokin uusi raikas ja mielenkiintoinen kasvo, johon lukijoilla on mielenkiintoa tutustua tarkemmin ja mahdollisuus kenties samaistua. Lehtikannen ja yleisesti lehden tekeminen on erilaisten ilmiöiden metsästämistä ja seuraavien suurien puheenaiheiden löytämistä ennen muita.(Kauhanen, Kaivo-oja & Hautamäki 2007, 57.)

Kansikuvatytön ulkoinen olemus on muuttunut ajan myötä voimakkaasti modernimpaan ja raikkaampaan suuntaan, jossa positiivinen asenne on selvästi aistittavissa. Tarkasteltaessa Kauneus ja Terveys -lehden kantta vuodelta 1956 voi heti huomata, kuinka kuva on otettu selvästi kauempaa. (liite 1.) Kansikuvatytön asuksi on valittu arkinen kylpytakki ja huivi, jotka kuvaavat hyvin 1950-luvun henkeä kotipukeutumisen saralla. Kuva on verratessa eläväinen ja siihen on sisällytetty myös jotain aktiviteettia. Nykypäivänä kuvat on otettu niin läheltä, että suurimman roolin saavat mallin kasvot. Kansikuvassa malli katsoo peiliin ja puhdistaa liinalla kasvojaan. Peiliin katsominen liitetään usein kaunistautumiseen, mutta joskus myös turhamaisuuteen. Kuvassa mallin hieman ylpeilevä elekieli tekee hänestä nenäkkään oloisen, mutta kuvasta on yhä aistittavissa ajanjakson hienovaraisuus ja eleganttius. Tarkastelussa oleva Kauneus ja Terveys -lehden julkaisu vuodelta 1956 on vasta toinen julkaistu numero, joten lehden

sisältöä on pyritty kuvaamaan myös kansikuvan välityksellä. Kansikuva välittää mielestäni hyvin lehden sisällön ja on hyvä esimerkki siitä, kuinka kuvan rajauksella on suuri vaikutus syntyviin mielikuviin.

Vuoden 1969 kansikuvassa malliksi on valittu ulkoiselta olemukseen nuken näköinen hahmo. (liite 2.) Kansikuvan nukke on asetettu makaamaan ruumiin tavoin. Kannessa olevat aiheotsikot ”Kuolinilmoitusten musta huumori” ja ”Seksuaalinen kylmyys” on pyritty symbolisoimaan hyisellä merellä ja kylmällä tunnelmalla. Mielestäni folioon kääritty nukke jäätävässä vedessä tehostaa aiheotsikoiden sisältöä hyvin ja sama henki jatkuu koko lehden kannen osalta. Kansikuvamallin elekieli, vaatetus ja ympäristö vangitsevat hyvin halutun tunnelman. Taitavasti rakennetuilla kuvilla on mahdollista saada katsojan ajatusmaailma haluttuun suuntaan ja luomaan lisäarvoa aiheotsikoiden tekstisisällöille. Verrattaessa muihin Kauneus ja Terveys -lehden kansiin tämä on kuitenkin hyvin outo ja erilainen. Mieleen tulee jopa James Bond -elokuvien taiteelliset aloituskohtaukset. Tänä päivänä vastaavanlainen kansi olisi hyvin radikaali ja normaalista Kauneus ja Terveys -lehden linjasta poikkeava.

Vuoden 1979 kansimalliksi oli valittu edellisen vuoden Miss Suomi Armi Aavikko. (liite 3.) Kannen sisältöä ja aiheotsikoita tutkimalla pystyi päättämään tämän numeron olevan suunnattu enemmän nuoremmille naisille. Tähän viittaa myös julkisuuden henkilön käyttäminen kansikuvassa. Kansikuvatyttö on hyvin raikas ja positiivisuutta huokuva kasvo, mikä on myös tämän päivän yksi tärkeimmistä kriteereistä mallia valittaessa. Nykyajan lehteen verrattuna eroavaisuus löytyy mallin asennosta. Malli on kuvassa sivuttain, mitä pyritään nykypäivänä välttämään. Vuoden 1979 kansikuvatyttö kuitenkin kokonaisuudessaan kuvaa hyvin sitä, millainen kansimallin tulisi olla. Mallilta löytyvät Kauneus ja Terveys -lehden arvostamat lämmin katsekontakti, heleä iho ja kaunis hymy viittaavat myös tähän.

Seuraavassa tarkastelun kohteena olevassa lehtikannessa kansikuvatytön hymy muuttui jälleen hieman pidättyväisemmäksi. Vuoden 1989 ilmeet jäivät hienovaraisiksi ja asento varsin poseeraavaksi luonnollisuuden hieman kärsiessä. (liite 4.) Kansikuvasta syntyy mielestäni miellelyhtymiä vaatekatalogien mainoksiin. Kansikuvatytön kasvot eivät ole myöskään symmetriset ja mielestäni se hieman häiritsee harmonisen lopputuloksen

syntymistä. Tämä on voinut olla myös tavoitteena kansikuvaa rakennettaessa. Kansikuvia tarkastellessa voi hyvin huomata monet eri tulkinnalliset mahdollisuudet kuvien suhteen. Kuvat ovat oivia keinoja luoda lisää mielikuvia katsojille ja saada tunteita aikaan. Kuvien välittämä viesti voi helposti vääristyä tai muuttua katsojasta riippuen.

Vuoden 1999 kansimalli muuttuu sporttisemmaksi lyhyine hiuksineen. (liite 5.) Mallin vaatetus on varsin yksinkertainen ja vähäeleinen. Ilmeiltään mallia voi luonnehtia muotilehtityyppiseksi suun ollessa hieman raollaan vahvan katsekontaktin kera. Mielestäni katse on kuitenkin hieman tyhjä ja mitääänsanomaton, mikä tekee kokonaiskuvasta tylsän ja huomaamattoman. Aiheotsikot ottavat suuremman roolin verrattuna kansikuvatyttöön, koska asettele mallin kohdalla on normaalia enemmän vasemmassa laidassa. Huomiota on kiinnitettävä juuri mallin kasvojen sijaintiin kannessa. Sijainti on suoraan kultaisessa leikkauksessa. Kultainen leikkaus tarkoittaa janan jakoa suhteessa 2:3. ("Kultainen leikkaus" 2016) Kansikuva olisi ollut todella onnistunut, jos kansimallin katse olisi saatu vangittua houkuttelevammaksi.

Vuoden 2009 kannen linjaus jatkui samalla tyyllillä kuin aiempikin. (liite 6.) Kantta katsoessa tunnelma jää hieman etäiseksi ja kylmäksi. Kuva on kuitenkin hyvin perinteinen tuon ajan kansikuvaksi. Kuva on otettu suoraan edestä mallin katsoessa hieman alaviistoon vasemmalle. Malli on ulkoisesti jälleen kaunis, mutta mielestäni selkeää tarttumapintaa ja henkeä kansikuva ei välitä. Suurin eroavaisuus vuoden 2016 verrattuna on juuri mallin välittämän viestin hengessä. (liite 7.) Mallit jättävät nykypäivänä positiivisen ja lämpimän kuvan. Heidän olemuksestaan voi aistia tilanteen mielekkyyden ja itse kuvaustilanteen rentouden. Näyttelijä Pamela Tola on hyvä esimerkki lämpöä huokuvasta kansikuvatytöstä Kauneus ja Terveys -lehden kannessa 3/2016. Kansi antaa helposti lähestyttävän ja mielekkään kuvan lehdestä ja kuvaa taitavasti lehden välittämiä perusarvoja.

Kansikuvien rooli lehden myynnissä on suuri. Kuvien taitava käyttö mahdollistaa viestien ja mielikuvien välittämisen katsojalle tehokkaammin kuin pelkät aiheotsikoiden sisällöt. Kansikuvan mahdollistamaa potentiaalia tulisi käyttää hyödyksi ja panostaa sen rakentamiseen. Kauneus ja Terveys -lehti on onnistunut kehittämään kansikuvatytön roolia lehden kannessa ja saanut

usein vangittua halutun viestin kuvan sisälle.

4 LOPUKSI

Tämän opinnäytetyön ideana oli avata hieman syvemmin aikakauslehden kansilehdessä esiintyviä osa-alueita. Sain itse mahdollisuuden työskennellä Kauneus ja Terveys -lehdessä viiden kuukauden ajan ja mahdollisuuden opiskella lehden syntymisen prosessia käytännössä. Ennen kuin lehti asetetaan myyntiin lähikauppamme lehtihyllyyn, käy se läpi hyvin useita eri vaiheita. Keskityin tässä opinnäytetyössä yksinkertaisesti vain käsittelemään lehden yhtä suurimmista myyntivalteista eli kansilehteä.

Lehden kannen on edustettava visuaaliselta ulkomuodoltaan lehden arvomaailmaa. Lukijan on pystyttävä aistimaan lehden kannen perusteella myös kansilehtien välissä olevan sisällön luonne. Brändiä kehitettäessä pysyvä linja sisällössä ja ulkoasussa on erityisen tärkeää jatkuvuuden varmistamiseksi. Kannen visuaalisuus ja ulkoasu houkuttelevat lukijat ostamaan lehden. Lukijan perusolettamuksena on sisällön vastaavuus kansilehden antamiin lupauksiin. Kansi on toisin sanoen lupaus sisällöstä. (Rantanen 2007, 21-22.) Tämän lupauksen pitäminen nostaa kannen arvoa lukijan silmissä huomattavasti myös tulevaisuuden ostopäätöksiä tehtäessä. Lukijalla on mahdollisuus lupaukset täyttävän kannen avulla tietää, millaisia lukukokemuksia lehden kautta on mahdollista saada.

Aikakauslehdet poistavat harmautta lukijan arjesta ja tuovat hieman ylellisyyttä arjen keskelle. Aikakauslehdet eivät ole välttämättömiä niiden lukijoille, kuten eivät manikyyrit tai kampaamo käynnitkään vaan ilman niitä on mahdollista elää. (Johnson & Prijatel 2007, 31.) Kyse on yksinkertaisuudessaan lehden piristävästä vaikutuksesta ja lupaus tämän tavoitteen saavuttamisesta kannen välityksellä vaikuttaa myös lukijan ostopäätökseen. Lukuelämys, kuten kampaamokäyntikin on hetken irtiotto arjen hektisyydestä, mikä tekee siitä erityisen tapahtuman. Tämä tunneside saa lukijan koukuttumaan lehteen ja hankkimaan sen myös jatkossa, jos hän kokee sen tuovan lisäarvoa arkeen positiivisessa mielessä.

Aikakauslehden kansi on siis lehden myyntiin vaikuttava tehokas väline. Kannen tulee kertoa mahdollisimman laajasti ja ytimekkäästi lehden sisällöstä ja sen edustamasta arvomaailmasta. Kansi muodostetaan yhteistyössä lehden

toimituksen välittämän aineiston ja graafisesta ulkoasusta vastaavien tahojen kesken. Onnistuneen yhteistyön tuloksena saadaan aikaan visuaalisesti näyttävä ja selkeä kansilehti, jolla kyetään hetkessä välittämään lukijalle lehden perimmäinen olemus ja arvot. Lehti merkitsee sen tekijöille heidän työnsä näytettä ja kansi on siitä eräänlainen tiivistelmä. Ensimmäinen viikko lehden julkaisun jälkeen kertoo ratkaisevasti onko lehti ollut onnistunut vai ei. Yksinkertaisuudessaan onnistunut kansi myy ja antaa näin suoran palautteen sen tekijöille. Myyntiin voivat tietysti vaikuttaa monet muutkin ulkoiset tekijät, mutta ilman näiden muuttujien huomiointia asian voisi asetella kärjistetyksi näin. Jatkuva markkinoiden tarkkailu, asiakaspalautteen analysointi ja heikkojen signaalien etsiminen pitävät aikakauslehden ajan hermolla. Kannen merkitys on siis varsin suuri ja tämän lehden niin sanotun näyteikkunan kehittäminen on ensiarvoisen tärkeää menestymisen kannalta. Täytyy kuitenkin muistaa, että sisällön on vastattava kannen lupauksia ja linjan pysyttävä yhtenäisenä brändin menestymisen takaamiseksi ja tunnistettavuuden säilyttämiseksi.

LÄHTEET

- Arnkil, H. 2008. Värit havaintojen maailmassa. Jyväskylä, Suomi: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Crowley, D. 2003. Magazine Covers. London, Great Britain: Octopus Publishing Group Ltd.
- Eriksson, O. 1974. Graafisen tyylin perusteet. Keuruu, Suomi: Kustannusosakeyhtiö Otavan painolaitokset.
- Erävaara, T. & Taskanen, I. 2009. Välissä valokuvat ymmärtämisen välineinä. Saarijärvi, Suomi: Saarijärven Offset Oy.
- Hallberg, Å. 1979. Valmis painettavaksi. Helsinki, Suomi: KK laakapaino.
- Henning, C., Ojala, E & Pellinen, J. 1988. Sanomalehden ulkoasuopas. Forssa, Suomi: Forssan Kirjapaino Oy.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki, Suomi: Yliopistopaino
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki, Suomi: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Huovila, T. 2006. "Look" -visualisoi viestisi. Hämeenlinna, Suomi: Karisto Oy:n kirjapaino.
- Huttunen, R. 2009. Habermas, Honneth and education: The significance of Jürgen Habermas's and Axel Honneth's Critical Theories of Education. Köln: Lambert Academic Publishing.
- Johnson, S. & Prijatelj, P. 2007. The magazine from cover to cover. New York, United States: Oxford University Press, Inc.
- Kauhanen, E., Kaivo-oja, J. & Hautamäki, A. 2007. Innovaatiomedia. Helsinki, Suomi: Yliopistopaino.
- Koskinen, J. 2000. Visuaalinen viestintä – monialainen tulevaisuus. Juva, Suomi: WS Bookwell Oy.
- Koskinen, J. 2005. Visuaalinen viestintä – monialainen tulevaisuus Helsinki, Suomi: Werner Söderström Osakeyhtiö
- Lindström, M. 2008. Truth and lies about why we buy. United States: Doubleday.
- Mäntylä, J. 2008. Journalistin etiikka. Helsinki, Suomi: Yliopistopaino.
- Niskanen, R. 1996. Ihmiskuva 1950-luvun suomalaisissa julisteissa. Tampere, Suomi: Tammer-paino Oy.

Rantanen, L. 2007. Mistä on hyvät lehdet tehty. Helsinki, Suomi: Hill and Knowlton Finland Oy.

Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki, Suomi: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Töyry, M. 2005. Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat. Saariselkä, Suomi: Gummerus Kirjapaino Oy.

Väliverronen, E. 2009. Journalismi murroksessa. Helsinki, Suomi: Oy yliopistokustannus, HYY Yhtymä, Hakapaino.

Zappaterra, Y. 2007. Editorial design. London, United Kingdom: Laurence King Publishing Ltd.

Adobe Typekit. Abril Display. Viitattu 14.2.2016.
<https://typekit.com/fonts/abril-display>

Font Meme. Seventeen Font. Viitattu 14.2.2016.
<http://fontmeme.com/seventeen-font/>

Hudson, F. 1968. Journalism in the United States. New York, United States: Haskell House Publisher. Viitattu 2.2.2016
<https://books.google.fi/books?id=plTaM5KGG5YC&pg=PR40&lpg=PR40&dq=gazette+the+first+newspaper+1457&source=bl&ots=ixPH82awF9&sig=5j7A3M4GFBg9gzBr3rlvOZJlVrM&hl=fi&sa=X&ved=0ahUKEwi7svvp7NTLAhVFiiwKHaTPBwYQ6AEIGTAA#v=onepage&q=gazette%20the%20first%20newspaper%201457&f=false>

Hughes, K. 2008. Zeal and Softness. The Guardian. Viitattu 2.2.2016.
<http://www.theguardian.com/books/2008/dec/20/women-pressandpublishing>

Huttunen, R. Habermas, Jurgen. Filosofia.fi 20.6.2010, muokattu 13.9.2014. Viitattu 4.2.2016. <http://www.filosofia.fi/node/5305>

Internetix.fi. Mistä mediat ovat tulleet?. Viitattu 16.3.2016.
http://oppimateriaalit.internetix.fi/fi/avoimet/0viestinta/tiedotusoppi/p1_johdatus_tiedotusoppiin/1_mista_mediat

Juselius, U. 2004. Typografia. Viitattu 20.2.2016.
<http://www.phpoint.fi/ulrikaj/www/typo.htm>

Kauneus ja Terveys, Wikipedia.fi 17.5.2013. Viitattu 15.2.2016.
https://fi.wikipedia.org/wiki/Kauneus_ja_terveys

Lehtinen, E. 2012. Apuviivoja. Jyväskylän Ammattikorkeakoulu. Viitattu 20.3.2016. <https://oppimateriaalit.jamk.fi/apuviivoja/tag/fontti/>

MyFonts. 2005. Relay. Viitattu 14.2.2016.
<https://www.myfonts.com/fonts/fontbureau/relay>

Serlachius. Kultainen Leikkaus. Viitattu 20.3.2016.
(<http://www.serlachius.fi/fi/kouluille/taidekoulu/kultainen-leikkaus/>)

Sidun, R. 2011. Abril. Type-Together.com. Viitattu 14.2.2016.
<http://www.type-together.com/Abril>

UP Uniprint. Lakkaus ja Laminointi. Viitattu 20.3.2016.
<http://uniprint.eu/fi/ohjeet/lakkaus-ja-laminointi/>

LIITTEET



Liite 1



Liite 2



Liite 3



Liite 4



Liite 5



Liite 6



Liite 7

Liite 8

ULLA VEIRTO

- Kerro itsestäsi? Millainen historia lehdessä?
- Kenelle lehti on suunnattu?
- Mitkä ovat Kauneus ja Terveys -lehden arvot?
- Mikä on kannen tehtävä/merkitys?
- Mitä kannessa pyritään välttämään? Entä korostamaan?
- Minkälaisia värejä Kauneus ja Terveys -lehden kannessa suositaan?
- Mikä on suurin muutos mitä työskentelysi aikana on tapahtunut Kauneus ja Terveys -lehdelle?
- Minkälaisia keinoja käytetään lehden ulkonäön suhteen?
- Millä tavoin Kauneus ja Terveys -lehti eroaa muista naistenlehdistä?
- Onko kannen aiheotsikoilla tärkeysjärjestystä?
- Millainen toimivan aiheotsikon tulee olla? Millainen aiheotsikko ei toimi?
- Miten kannessa oleva teksti on muuttunut sisällöllisesti?
- Millä perusteella nykyiset fontit on valittu kanteen?
- Mistä johtui logon "ja" muutos & -merkiksi?
- Minkälainen on Kauneus ja Terveys -lehden kansityttö yleisesti?
- Miten lehtien kilpailu näkyy kansien kehittämisessä?
- Millä keinoin Kauneus ja Terveys -lehti erottuu lehtihyllystä?
- Pysyykö lehti jatkossakin vain naisille suunnattuna?
- Miten näet kansien kehittyvän tulevaisuudessa?

HANNA LINNAMAA

- Kerro itsestäsi? Millainen historia lehdessä?
- Kenelle lehti on suunnattu?
- Mikä on kannen tehtävä/merkitys?
- Mitä kannessa pyritään välttämään? Entä korostamaan?
- Minkälainen on hyvä lehden kansi?
- Mistä eri osa-alueista kansi koostuu?
- Mikä merkitys on asettelulla kannen ulkoasussa?
- Kuinka usein Kauneus ja Terveys -lehden logoa uudistetaan?
- Mikä merkitys logolla on lehden kannessa?
- Miten ja millä perusteella lehden kanteen valitut fontit päätettiin?
- Mikä on typografian merkitys kannessa?
- Kuinka monta fonttia hyvässä kannessa saa mielestäsi olla?
- Mikä on värien merkitys kannen typografiassa?
- Mitä värejä Kauneus ja Terveys -lehden kannessa suositaan?
- Mikä merkitys aiheotsikoilla on lehden kannessa?
- Onko kannessa aina yhtä paljon aiheotsikoita?
- Minkälainen on Kauneus ja Terveys -lehden kansikuvatyttö?
- Minkälainen on mielestäsi hyvä kansi paperi? Miksi nykyinen UV-lakkaus on valittu?
- Kansipaperin merkitys kannen ulkoasulle?
- Miten lehtien kannet ovat muuttuneet urasi alkua ajoilta nykypäivään?
- Kannen merkitys lukijalle? Entä lehdelle?
- Miten näet kannen kehittyvän tulevaisuudessa?