

Ulkopolitiikka – laatulehdelle lisää lukijoita

Eeva Sani



Journalismin koulutusohjelma

<p>Tekijä tai tekijät Eeva Sani</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2007</p>
<p>Raportin nimi Ulkopolitiikka – laatulehdelle lisää lukijoita Ulkopolitiikka-lehden lukijatutkimus 2013</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 59+ 8</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Raisa Koivusalo</p>	
<p>Ulkopolitiikka-lehti on sitoutumaton, kansainvälisiin suhteisiin erikoistunut lehti. Neljä kertaa vuodessa ilmestyvän lehden tarkoituksena on syventää kansainvälisestä politiikasta, taloudesta ja ilmiöistä käytävää keskustelua Suomessa.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on lukijatutkimus Ulkopoliitiikka-lehdelle. Lukijatutkimuksen avulla arvioitiin lehden nykyistä konseptia ja sisältöä. Tavoitteena oli selvittää kuinka hyvin lehti vastaa tällä hetkellä lukijoiden odotuksiin ja miten sitä kannattaisi tulevaisuudessa kehittää. Tutkimuksella kartoitettiin myös lehden nykyisen lukijakunnan profiilia ja mahdollisia uusia kohderyhmiä.</p> <p>Lukijoiden mielipidettä kaivattiin myös lehden sähköisten julkaisualustojen kehitystyön tarpeellisuudesta. Kyselyn avulla selvitettiin kuinka suuri osa lukijoista hyötyy lehden sähköisestä versiosta tai olisi valmis siirtymään kokonaan siihen printtilehden sijaan.</p> <p>Lukijatutkimukselle oli tarvetta, sillä lehden edellinen kokonaisuudistus tehtiin vuonna 2003 ja ulkonäköä uudistettiin vuonna 2009. Kattavaa, kaikkia lukijoita koskevaa lukijatutkimusta ei ole aikaisemmin tehty. Lukijatutkimus toteutettiin joulukuussa 2012 sähköisellä kyselylomakkeella. Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 214.</p> <p>Tutkimuksen tulokset vahvistivat käsitystä siitä, että Ulkopoliitiikka-lehdellä on aktiivinen ja asiantunteva lukijakunta. Lehti on lukijoilleen hyödyllinen ja sisällöllisesti se pystyy tarjoamaan tietoa, jota he eivät saa muista lähteistä. Tutkimukseen vastanneet lukijat halusivat myös lukea lehden edelleen ensisijaisesti printtiversiona.</p> <p>Tuloksien perusteella lehteen ollaan pääosin tyytyväisiä. Lehden visuaalinen ilme ja sisältö saivat lukijoilta hyvää palautetta, mutta pienelle päivitykselle on tarvetta. Tutkimustuloksissa esitellään lukijoiden kehitysehdotuksia ja toiveita joita on tarkoitus hyödyntää jatkossa lehden kehitystyössä.</p>	
<p>Asiasanat Lukemistutkimus, aikakauslehti, erikoislehti, ulkopoliitiikka, lukijat</p>	

Degree Programme in Journalism

<p>Authors Eeva Sani</p>	<p>Group or year of entry 2007</p>
<p>The title of thesis "Finnish Journal of Foreign Affairs – more readers for quality paper"</p>	<p>Number of pages and appendices 59+8</p>
<p>Supervisor(s) Raisa Koivusalo</p>	
<p>Finnish Journal of Foreign Affairs is an independent publication focused on international relations. The Journal comes out four times a year and its purpose is to deepen the discussion about international politics, economy and phenomena in Finland.</p> <p>This Thesis is a reader survey for Finnish Journal of Foreign Affairs. The primary goal of the Thesis was to determine how well the Journal currently responses to readers expectations, and how it should be developed in the future. The present outline and contents of the paper were also estimated. Another goal was to determine the profile of current readers. The Journal aims to increase the number of readers in the future and with the help of the reader survey an attempt was made to clarify if there were any references of target groups which the marketing has not caught.</p> <p>One aim of the research was to clarify how many of the readers would benefit from the electric version of Journal and how many would be ready to read only electric version instead of print magazine.</p> <p>Previous larger reform of the Journal was made in 2003 and appearance was reformed in 2009. Comprehensive reader research, which covers all the subscribers of the Journal has not been done before this research. Reader survey was carried out in December 2012 by using electronic questionnaire. Responses were received from a total of 214.</p> <p>The results confirmed the notion that the readers of Finnish Journal of Foreign Affairs are active and professional. The magazine is useful for its readers and the content is able to provide information that they can't get from other sources. Survey respondents also wanted to read the magazine still primarily as a print version.</p> <p>Journal received good feedback from the readers. Based on the results of the survey the readers are mostly satisfied with the visual appearance and the content of the Journal but a small upgrade is needed. The research findings present developing proposals and aspirations which will be utilized in the future development of the Journal.</p>	
<p>Key words Reader survey, magazine, special magazine, foreign affairs, readers</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Lukijatutkimuksen tavoite	2
1.2	Tutkimuskysymykset.....	3
2	Ulkopolitiikka-lehden esittely	3
2.1	Lehden historia	4
2.2	Ulkopoliittinen Instituutti	5
3	Ulkopolitiikka-lehti Suomen mediakentässä.....	5
3.1	Lehden sisältö	6
3.2	Nykyinen tilajakanta	7
3.3	Kilpailevat lehdet.....	8
3.4	Miksi lehti ulkopoliitikasta on suomalaisille tärkeä?	10
4	Tutkimuksen keskeisiä käsitteitä	12
4.1	Aikakauslehti ja lukijasuhde	12
4.2	Lehtikonsepti lukijasuhteen perustana	14
4.3	Miten hyvä lukijasuhde muodostuu?	15
5	Tutkimuksen toteutus.....	16
5.1	Kyselytutkimus	17
5.2	Kyselylomakkeen laatiminen.....	17
5.3	Kyselylomakkeen rakenne.....	18
5.4	Taustaa kysymyksien laatimisesta	21
6	Tutkimustulokset.....	24
6.1	Minkälainen on Ulkopoliitiikka-lehden lukija?	25
6.2	Miksi Ulkopoliitiikka-lehteä luetaan?	29
6.3	Lukutottumukset ja tilausmuoto	31
6.3.1	Mistä lähteistä lukijat hakevat tietoa ulkopoliitikasta?	35
6.4	Lehden sisällön arviointi.....	36
6.4.1	Lehden juttutyypit ja vakiopalstat.....	40
6.5	Mitä mieltä lukijat ovat lehden visuaalisesta ilmeestä	44
7	Miten lehteä voisi lukijoiden mielestä kehittää?	48
8	Tutkimuksen arviointi.....	50

8.1 Oman oppimisen arviointi	52
9 Johtopäätökset.....	53
Lähteet.....	56
Liitteet.....	60
Liite 1. Saatekirje kyselylomakkeeseen	60
Liite 2. Kyselylomake.....	61

1 Johdanto

Tein opinnäytetyönäni lukijatutkimuksen Ulkopoliitikka-lehdelle. Lehdellä on 2400 kestotilaaajaa, joiden ajatuksia ja palautetta lehdestä ei ole aiemmin kerätty kattavalla, kaikkia lukijoita koskevalla lukijatutkimuksella. Lehden verkkosivuilla on ollut jatkuva lukijakysely vuosina 2005–2012, joka on tuottanut vain hajanaisia tuloksia. Tilausta lukijakunnan kartoitukselle oli, koska lehden tilaajakanta on kääntynyt viime vuosina hie-noiseen laskuun. Lehden edellinen kokonaisuudistus tehtiin vuonna 2003 ja viimeisin ulkoasu-uudistus vuonna 2009. Lehden sisältöä ja ulkoasua on kehitetty voimakkaasti myös viime vuosina, mutta enemmänkin toimituksen ja lehden ulkopuolisista asiantun-tijoista koostuvan toimitusneuvoston näkemysten varassa.

Ulkopoliitikka-lehti voitti vuonna 2012 Kulttuuri-, mielipide- ja tiedelehtien Kultti ry:n Vuoden laatulehti-palkinnon. Palkintoraati luonnehti lehteä:

Ulkopoliitikka on oman alansa asiantuntemusta uhkuva julkaisu, jossa on painoarvoista tekstiä. Lehti on ottanut haltuunsa oman kulttuurisen nurkkansa ja on paneutunut asi-aansa. Syvällisyys lehdessä tarkoittaa sitä, että se haastaa lukijansa näkemään vaivaa. Lehdessä nähdään myös paljon vaivaa mietittyjen kokonaisuuksien rakentamiseksi. Vaa-tivien juttujen tekeminen vaatii tiukkaa asiantuntemusta. Lisäksi Ulkopoliitikka-lehti on kunnostautunut perusteltujen keskustelunavausten tuomisessa julkiseen keskusteluun. (Kultti ry. 2012)

Tämä arviointi kuvaa hyvin lehteä ja sillä olisi perustellusti mahdollisuuksia tavoittaa laajempi lukijakunta. Lukijatutkimuksen tulokset myös osaltaan tukevat tätä ajatusta.

Lukijatutkimus toteutettiin joulukuussa 2012, kun vuoden viimeisin numero tuli pai-nosta. Tutkimuksella oli tarkoitus kerätä tietoa lukijakunnasta ja heidän ajatuksiaan leh-den nykyisestä sisällöstä ja ulkoasusta. Tutkimuksen avulla kartoitettiin myös lukijoiden näkemyksiä siitä, mihin suuntaan lehteä tulisi jatkossa kehittää. Kysely tehtiin sähköise-nä ja se saavutti mielestäni hyvin sille asetetut tavoitteet.

Työssäni esittelen ensin työn toimeksiantajan, Ulkopoliitikka-lehden. Kerron lehdestä ja sen toimituksesta sekä lehden tavoitteista. Lehdellä on pitkä historia, ja halusin avata myös lehden taustoja tässä työssä, jotta lukijan on helpompaa ymmärtää lehden nykylin-

jaa. Esittelen myös lyhyesti Ulkopoliittisen instituutin, koska se nivoutuu keskeisesti lehden toimintaan. Pohdin myös ulkopoliittikkaan keskittyvän erikoislehden asemaa Suomen mediakentässä.

Seuraavaksi käyn läpi tutkimuksen kannalta keskeisiä käsitteitä. Tarkastelen kestävän lukijasuhteen muodostumista ja merkitystä aikakauslehdelle. Pohdin myös mikä on hyvän lehtikonseptin merkitys pysyvän lukijasuhteen luomisessa.

Tutkimuksesta muodostui lopulta sekä määrällisen, että laadullisen tutkimuksen yhdistelmä. Aineisto kerättiin sähköisen kyselylomakkeen avulla. Tutkimuksen toteutuksessa käyn läpi tutkimuksen eri vaiheet ja taustoitan kysymyslomakkeen laatimista. Perustelen kysymysvalintojani ja mihin niillä tutkimuksen kannalta pyrittiin.

Lopuksi käyn läpi tutkimuksen tulokset ja pohdin niiden pohjalta mihin suuntaan lehteä kannattaisi lähteä tulevaisuudessa kehittämään. Lukijoiden vastausten pohjalta kokosin kehitysehdotuksia, toiveita ja palautetta lehdestä.

Viimeiseksi esittelen johtopäätökset ja arvioin tutkimuksen onnistumista kokonaisuutena. Pohdin myös mikä tutkimuksessa mielestäni onnistui hyvin ja mitä olisi voinut tehdä toisin. Käyn läpi myös niitä tekijöitä, jotka vaikuttivat tuloksien mitattavuuteen.

1.1 Lukijatutkimuksen tavoite

Lukijatutkimuksen keskeisimmiksi tavoitteiksi asetettiin lehden sisällön arviointi ja uudistustarpeiden kartoittaminen, lehden ulkoasun ja taiton arviointi sekä lukijaprofiilin määrittäminen. Lukijaprofiilin lisäksi tavoitteena oli niiden kohderyhmien kartoitus, joista voisi mahdollisesti löytyä lehdelle uutta lukijakuntaa.

Lehden sisällön osalta haluttiin selvittää palveleeko nykyinen pitkien syvällisten ja osin hieman akateemisten artikkeleiden tarjonta lukijoiden tarpeita, vai tulisiko lehden olla entistä helpommin luettava ja juttujen lyhyempiä.

Lukijatutkimusta on tarkoitus jatkossa hyödyntää lehden sähköisen version kehitystyössä ja mahdollisesti sen yhteydessä tehtävässä laajemmassa konseptiuudistuksessa.

1.2 Tutkimuskysymykset

Lukijatutkimuksella haluttiin selvittää pääpiirteissään seuraavia asioita:

- Ketkä lukevat Ulkopoliitikka-lehteä ja olisiko mahdollisia uusia kohderyhmiä tavoitettavissa?
- Kuinka lukijat arvioivat lehden ulkonäköä ja sisältöä? Mistä pidetään ja mitä olisi tarpeellista muuttaa?
- Vastaako lehti nykyisellään lukijoiden tiedon tarpeisiin?
- Miten lehteä voisi kehittää?
- Miten lehteä tulisi jatkossa julkaista? Säilytetäänkö painettu lehti vai siirrytäänkö pelkästään sähköiseen versioon? Olisiko rinnakkaisella sähköisellä lehdellä riittävästi lukijoita?
- Onko lehden nykyinen konsepti toimiva vai kaipaako se joiltain osin muutoksia?

Lehden arvioinnin osalta tutkimuksella haluttiin selvittää tarkemmin lukijoiden lukutottumuksia. Mitkä aihealueet ja juttutyypit heitä kiinnostavat ja miksi lehteä ensisijaisesti luetaan? Konseptin suhteen avainkysymyksiä olivat lehden ilmestymistiheys, sivumäärä sekä lehden yleisilme.

2 Ulkopoliitikka-lehden esittely

Ulkopoliitikka-lehti on Ulkopoliittisen instituutin julkaisema sitoutumaton, kansainvälisiin suhteisiin erikoistunut lehti. Neljä kertaa vuodessa ilmestyvä lehti julkaisee koti- ja ulkomaisten asiantuntijoiden haastatteluja, pitkiä artikkeleita ajankohtaisista ilmiöistä, kolumneja, kommentteja sekä uutisjuttuja. Lehti sisältää myös kirja-arvioita, joissa käsitellään kansainvälisen politiikan uusinta ulkomaista ja kotimaista kirjallisuutta. (Ulkopoliitikka-lehti 2013.)

Lehdellä on toimitus Ulkopoliittisen instituutin tiloissa Katajanokalla. Toimituksessa työskentelee vakituisesti kokoaikainen toimitussihteeri sekä osa-aikainen toimituspäällikkö. Lehden päätoimittajana työskentelee oman toimensa ohella Ulkopoliittisen instituutin johtaja Teija Tiilikainen. Lisäksi lehteä avustavat instituutin julkaisutoimittaja sekä instituutin tutkijat. Toimituksellisessa työssä lehdellä on käytössä myös laaja avus-

tajien verkosto eri puolilla maailmaa. Kotimaassa lehden taustavoimiin kuuluu toimitusneuvosto, jossa on mukana tiedotusvälineiden, elinkeinoelämän ja politiikan tutkimuksen ammattilaisia. (Ulkopolitiikka-lehti 2013.) Lehti painetaan Vammalan kirjapainossa.

Ulkopolitiikka-lehti on alansa ainoa suomenkielinen erikoislehti. Lehden tärkeimpiä tavoitteita on herättää kansainvälistä keskustelua, esitellä uusia näkökulmia ja ennakoita tulevia kansainvälisiä politiikkaan ja talouteen liittyviä ilmiöitä. Lehden kohderyhmiä ovat päätöksentekijät, vaikuttajat, opiskelijat, media sekä kansainvälisissä tehtävissä Suomessa ja ulkomailla toimivat yhteiskunnallisista asioista kiinnostuneet suomalaiset. Lehti kirjoittaa aiheistaan pintaa syvemmältä ja haluaa auttaa lukijoita ymmärtämään hitaita ja laajoja muutoksia sekä syventämään ja tulkitsemaan päivittäismedioiden tarjoamaa pinnallisempaa tietoa. (Pörsti, J. 7.1.2013.)

2.1 Lehden historia

Paasikivi-seura perusti lehden vuonna 1961. Lehti toteutettiin yksityisten lahjoitusten turvin ja sille oli selkeä tilaus. Aikakauden muissa lehdissä ei kirjoitettu juuri mitään arvioivaa kansainvälisistä suhteista. Lehden ensimmäinen päätoimittaja Eino Repo kirjoittikin ensimmäisessä numerossa:

Pienen maan ainoa tehokas maanpuolustuksellinen keino on taitavasti hoidettu ulkopolitiikka. (Ulkopolitiikka-lehti 2013b.)

Lehden alkuaikoina toiminta oli pitkälti improvisoitua. Poliitikkojen kirjoitusten lisäksi lehti luetteloi maailman ulkopolitiikan tapahtumia, kirja-arvosteluja ja Paasikivi-seurassa pidettyjä puheita. Vuonna 1968 lehti lakkasi ilmestymästä varojen puutteesta. (Ulkopolitiikka-lehti 2013b.)

Ulkopoliittinen instituutti herätti lehden uudelleen henkiin 1970-luvun alussa ja ryhtyi kustantamaan sitä. Kirjoittajakuntaan liittyi poliitikkojen ja journalistien lisäksi yhä enemmän politiikan tutkijoita. Kansainväliset kysymykset koskettivat kansalaisia henkilökohtaisemmin, ja artikkeleissa puhuttivat rotuerottelu ja Vietnamin sota. 2000-luvulla lehdelle tehtiin kokonaisuudistus, jossa sekä ulkoasua että sisältöä muokattiin reippaas-

ti. Lehden päätoimittajana työskenteli vuosina 2002–2009 Ulkopoliittisen instituutin johtaja Tapani Vahtovaara. Hänen kaudellaan laajennettiin lehden kirjoittajakuntaa ja aihevalikoimaa. Sen alkuperäinen tehtävä pysyi entisellään, mutta tilaajamäärä lähti uudelleen nousuun. (Ulkopoliitikka-lehti 2013b.)

Lehden toiminta-ajatuksena on edelleen luoda kansainvälistä keskustelua Suomeen seuraamalla ajankohtaista kirjallisuutta ja tutkimusta. Lehden nykyinen päätoimittaja Teija Tiilikainen linjaa lehden tavoitteeksi kehittää sitä jatkossakin ajankohtaisen ja keskustele-
van aikakausjulkaisun suuntaan. (Ulkopoliitikka-lehti 2013b.)

2.2 Ulkopoliittinen Instituutti

Ulkopoliittinen instituutti on tutkimuslaitos, jonka tehtävänä on tuottaa korkeatasoista, ajankohtaista tietoa kansainvälisistä suhteista ja EU-asioista. Instituutti tuottaa aineistoa tieteelliselle yhteisölle, poliittisille päättäjille ja yhteiskunnalliseen keskusteluun. Instituutin tutkijat osallistuvat ajankohtaiseen keskusteluun kirjoittamalla artikkeleita päivä- ja aikakauslehtiin, alan julkaisuihin sekä toimimalla asiantuntijoina eri medioissa. Instituutti julkaisee myös Ulkopoliitikka-lehteä, raportteja tutkimustuloksistaan ja ajankohtaisista kansainvälisistä kysymyksistä sekä järjestää kotimaisia ja kansainvälisiä seminaareja. (Ulkopoliittinen instituutti 2013.)

Ulkopoliittinen Instituutti perustettiin vuonna 1961 Paasikivi-seuran aloitteesta. Se toimi vuoden 2006 loppuun asti Ulkopoliitiikan tutkimuksen säätiön ylläpitämänä itsenäisenä, puolueista ja valtionhallinnosta riippumattomana tutkimuslaitoksena. Ulkopoliitiikan tutkimuksen säätiö sai valtionapua opetusministeriöltä ja hankki lisäksi toimintaansa varten rahoitusta muista lähteistä. Vuonna 2006 eduskunta perustaa alaisuuteensa kansainvälisiä suhteita ja Euroopan unionin asioita tutkivan laitoksen. Tämä uusi instituutti otti vastatakseen myös alkuperäisen Ulkopoliittisen Instituutin tehtävät. (Ulkopoliittinen Instituutti 2013).

3 Ulkopoliitikka-lehti Suomen mediakentässä

Ulkopoliitikka on aikakauslehti, ja se voidaan määritellä yleislehdeksi. Tarkemmin määriteltynä se on erikoislehti. Ulkopoliitikka-lehti ilmestyy neljä kertaa vuodessa aikakaus-

kirjamuotoisena julkaisuna, jossa on 72 sivua/lehti. Se on sisällöltään monipuolinen oman profiilinsa sisällä ja sen voi tilata.

Lehden aihepiireihin kuuluvat ulkopoliittika, kansainväliset ilmiöt, talous, ympäristö ja etenkin näiden kytkennät. Lehdellä on vahva ja omaleimainen yleisilme, joka erottuu selvästi tyypillisistä aikakauslehdistä. Valtavirrasta poiketen lehden kantena on piirretty kuvituskuva ja sisällössä käytetään valokuvien lisäksi piirrettyjä kuvia. Tällä hetkellä kuvituksesta vastaa Antti Valta. Lehti painetaan kirjapainossa, se on sidosasultaan liimasidottu kirjan tavoin kartonkikansiin. Alun perin lehti oli A5-kokoinen aikakauskirja, mutta koko muutettiin vuoden 2003 uudistuksen yhteydessä nykyiseen 210 x 280 mm mittaan. Lehden ulkoasu muuttui samalla värikkäämmäksi ja aikakauslehtimäisemmäksi.

Lehdellä on Internet-sivut, joilla julkaistaan artikkeleita uusimmasta numerosta. Myös vanhojen lehtien julkaistut artikkelit jäävät arkistoon, josta niitä voi käydä lukemassa. Sivustolta löytyy myös tietoa lehdestä ja kirjaesittelyitä. Lehdestä tehtiin ensimmäistä kertaa sähköinen versio Lehtiluukku-palveluun joulukuussa 2012. Lehti tulee olemaan myös jatkossa ostettavissa palvelun kautta.

3.1 Lehden sisältö

Ulkopoliittika-lehden sisältö koostuu pääkirjoituksesta, henkilöhaastatteluista, lyhyistä ajankohtaisista jutuista kolumneista, teema-artikkeleista, laajoista ja perusteellisista usean sivun mittaisista jutuista sekä 1–2-sivun mittaista lyhyemmistä artikkeleista ja kirjallisuuteen liittyvistä artikkeleista.

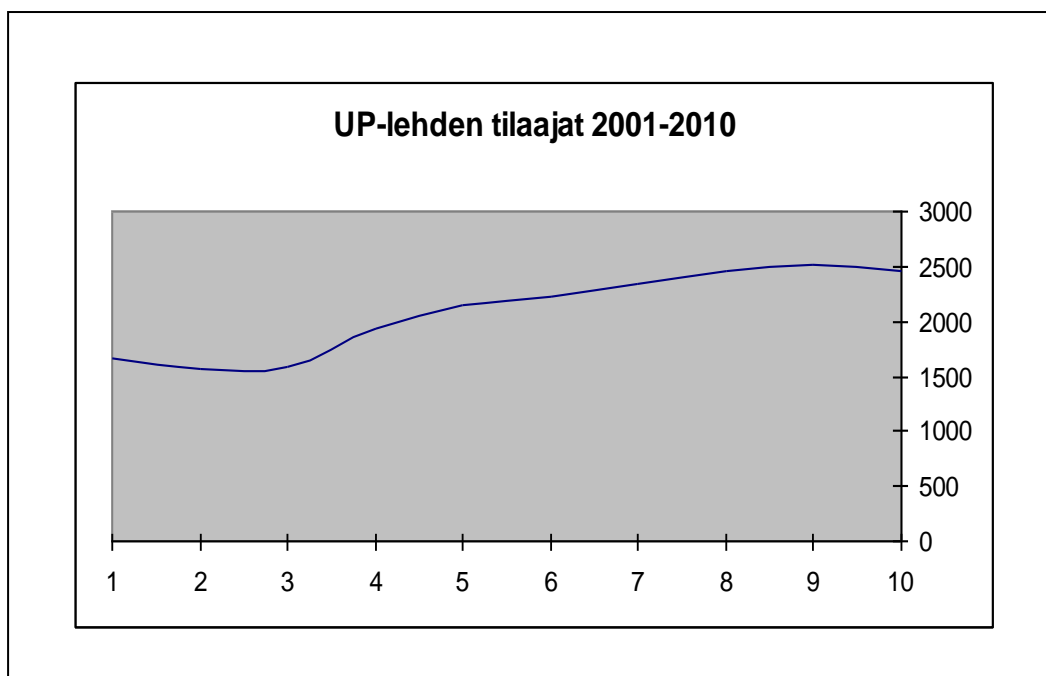
Lehti rakentuu vakiopalstoista, ja sisältö on rytmitetty laajempien juttukokonaisuuksien ympärille. Jokaisessa numerossa on kantava teema, jonka ympärille on rakennettu useamman artikkelin juttukokonaisuus. Viimeisimmissä numeroissa teemana on ollut raha, johtajuus maailmanpolitiikassa, ilmastonmuutos, globaali keskiluokka, Eurooppa ja Kiina. Lehdessä on 2–3 teemaan liittyvää pitkää usean sivun artikkelia sekä lyhyempiä artikkeleita, graafeja ja karttoja. Teema-artikkeleiden lisäksi lehdessä on 2-4 sivun pituisia artikkeleita muista ajankohtaisista poliittisista ilmiöistä ja tapahtumista.

Lehden vakiopalstoja ovat pääkirjoitus, profiili, puheenvuoro ja loppuviite sekä Maailma palasina -, Kirjavieras-, Kirjatutka- ja Sitä kirjaa en unohda - palstat. Lehti jakautuu selkeästi kahteen osaan. Alkuosassa on teemaan liittyvät sekä muut ajankohtaiset artikkelit ja loppuosassa on alan kirjallisuuteen keskittyviä artikkeleita. Kirja-arvioissa käsitellään kansainvälisen politiikan uusinta ulkomaista ja kotimaista kirjallisuutta. Arvioiden lisäksi Kirjavieras -palstalla käsitellään uutta ajankohtaisiin ilmiöihin liittyvää kirjallisuutta ja keskustellaan kirjoista oman alansa asiantuntijoiden kanssa.

3.2 Nykyinen tilaajakanta

Lehden levikki on 3700, joista 2500 kappaletta lähetetään osoitteellisena jakeluna, 470 kappaletta menee irtonumeromyyntiin ja loput jaetaan erilaisissa seminaareissa ja tapahtumissa. Irtonumeromyynti on lehtipisteissä 100–200 kappaletta numeroa kohti. Lehden suurin tilaaja-ryhmä on Paasikivi-seura, jossa on 960 jäsentä. Paasikivi-seuran jäsenet saavat lehden osana jäsenyyttään. Lehteä tilaavat myös kirjastot, laitokset ja yritykset. Lehteä tilataan ulkomaille ja vuonna 2012 tilaajien määrä oli 77. (Pörsti, J. 4.2.2013b.)

Lehden talous perustuu suurelta osin Ulkopoliittisen instituutin rahoitukseen, jota ilman lehden tekeminen ei olisi taloudellisesti mahdollista. Lehden tuotot olivat vuonna 2012 noin 47 199 euroa, joka koostuu pääosin tilausmaksuista. Mainosmyynnin osuus summasta oli noin 3000 euroa. Lehden tuotantokulut olivat 70 182 euroa, joista suurimmat erät menivät lehden painatukseen ja kirjoittaja- sekä kuvapalkkioihin. Tuotantokulujen lisäksi Ulkopoliittinen instituutti maksaa lehden henkilöstön palkat. (Pörsti, J. 4.2.2013b.)



Kuva1. Lehden tilaajat 2001–2010.

Lehden tilaajakanta oli laskussa 2000-luvun alussa, mutta 2003 suoritetun kokonaisuudistuksen ansiosta tilaajien määrä lähti nousemaan. Tilaajakanta kasvoi hitaasti 1563 kappaleesta vuonna 2003 aina 2516 kappaleeseen vuoteen 2009 asti. Viime vuosina tilaajien määrä on jälleen kääntynyt hienoiseen laskuun ja vuoden 2012 elokuussa tilaajakanta oli tippunut 2462 kappaleeseen. Vuonna 2003 tehdyllä kokonaisuudistuksella on ollut lehden näkyvyyden ja tilaajamäärien lisääntymisen kannalta suuri merkitys. Opiskelijoiden määrä tilaajakannassa kasvoi tänä ajanjaksona 65 prosenttia ja laitosten, yritysten ja Paasikivi-seuran tilaukset kasvoivat 43 prosenttia. (Pörsti, J. 4.2.2013b.)

3.3 Kilpailevat lehdet

Ulkopolitiikka-lehdellä ei ole varsinaisia kilpailijoita suomenkielisten julkaisujen joukossa. Samoja aihepiirejä käsittelee Suomen Kuvalehti, joka on yksi Suomen johtavista viikkolehdistä. Suomen Kuvalehden pääaiheina ovat kansainväliset tapahtumat, politiikka ja kulttuuri. Se käsittelee yhteiskunnallisia kysymyksiä, talouden- ja politiikan taustoja, kulttuuri-ilmiöitä, tieteen ja taiteen vaikutuksia. (Otavamedia 2013.)

Suomen Kuvalehdessä ja päivälehtien sunnuntainnumeroissa on myös artikkeleita ja reportaaseja, jotka poikkeavat tavanomaisesta uutisjournalismista persoonallisemmalla ja kaunokirjallisemmalla, narratiivisella tyylillä. Tyyli on huomattavasti yleisempää esimerkiksi Yhdysvalloissa, jossa tämän journalismin lehtiä edustavat The New York Times

Magazine sekä Harper's. (Uskali, 2007, 78.) Tämän tyyliuunnan lehdet eivät kuitenkaan kilpaile lukijakunnassaan Ulkopoliitikka-lehden kanssa, jolla on selvästi muita lehtiä tutkimuslähtökohtaisempi ote.

Kotimaisista lehdistä samoista teemoista kirjoittaa Ydin-lehti, joka on neljä kertaa vuodessa ilmestyvä yhteiskunnallinen aikakauslehti. Lehden aihepiireihin kuuluvat sodan ja rauhan kysymykset, kansainväliset suhteet, politiikka, demokratia, ihmisoikeudet ja kulttuurin eri alueet. Ydin-lehdellä on vapaaehtoisista henkilöistä muodostuva toimituskunta, jonka jäseniä on ympäri maailmaa. (Ydin-lehti 2013.)

Kanava on kahdeksan kertaa vuodessa ilmestyvä politiikkaan ja kulttuuriin keskittyvä aikakauslehti. Lehti tarjoaa syvällisiä ja punnittuja puheenvuoroja yhteiskunnan, politiikan, talouden ja kulttuurin kysymyksistä. (Otavamedia 2013c.)

Le Monde diplomatique & Novaja Gazeta on suomenkielinen lehti, johon on käännetty ranskankielisen Le Monde diplomatique-lehden kiinnostavimpia artikkeleita ja venäjänkielisen riippumattoman Novaja Gazetan parhaat artikkelit. Le Monde diplomatique on ranskalainen kuukausittain ilmestyvä ajankohtaisjulkaisu, joka on ollut iltapäivälehti Le Monden liite, mutta on viime aikoina itsenäistynyt (Wikipedia 2013a). Lehdessä on artikkeleita myös muista kansainvälisistä julkaisuista kuten Guardianista ja Al Jazeera:sta. Toisin kuin Ulkopoliitikka-lehti, Le Monde diplomatique & Novaja Gazetan artikkelit ovat käännösertikkeleita, eikä niitä ole kirjoitettu Suomen näkökulmasta.

Kansainväliset julkaisut eivät ole Ulkopoliitikka-lehden kanssa kilpailevia lehtiä suomalaisen näkökulman puuttuessa. Muutamia julkaisuja on kuitenkin hyvä nostaa esille, koska suurin osa Ulkopoliitikka-lehden lukijoista seuraa myös niitä. Eurooppalaisista lehdistä ranskalainen Le Monde on vuosikymmeniä kuulunut Euroopan laatulehdistön kärkijoukkoon. Le Monde on päivittäin ilmestyvä maltillinen vasemmistolainen sanomalehti. Lehteä pidetään Ranskan vaikutusvaltaisimpana lehtenä ja se yleisesti arvostettu myös ulkomailla. (Wikipedia 2013b.) The Economist on brittiläinen viikoittain ilmestyvä talouslehti, joka käsittelee politiikkaa, yhteiskuntaa ja tiedettä sekä teknologiaa (Lehtitori 2013b). Ruotsalainen Om Världen-lehti on maan johtava kansainvälisiin ky-

symyksiin keskittyvä julkaisu, jota julkaisee SIDA (Swedish International Development Agency).

Perinteikkäät Yhdysvaltalaiset uutisviikkolehdet Newsweek ja Time kirjoittavat politiikasta, liike-elämästä ja maailman tapahtumista. Newsweek ilmestyi vuodesta alkaen 1933 ja lehden levikki oli parhaillaan yli 4 miljoonaa kappaletta. Paperilehti ilmestyi viimeisen kerran 31. joulukuuta 2012 ja lehti siirtyi pelkästään digitaaliseen julkaisumuotoon vuoden 2013 alussa. Digitaaliversion nimi on Newsweek Global. (Wikipedia 2013c.) Time lehti ilmestyy edelleen paperilehtenä ja sen levikki on 3,28 miljoonaa kappaletta (The New Audit Bureau of Circulations 2013).

Foreign Policy on yhdysvaltalainen maailmanpolitiikkaa käsittelevä lehti, joka vastaa sisällöltään pitkälti Ulkopolitiikka-lehden linjaa. Foreign Policy-lehti käsittelee poliittisesti ja taloudellisesti ajankohtaisia aiheita taustoittaen ja analysoiden pintaa syvemmillä (Lehtitori 2013a). Foreign Affairs-lehti on vastaava kansainvälisiin suhteisiin erikoistunut lehti, joka käsittelee aiheitaan poliittisesta, taloudellisesta ja historiallisesta näkökulmasta (Lehtitori 2013b).

On myös syytä mainita The Washington Post, Los Angeles Times ja The New York Times, jotka ovat oman alansa uranuurtajia. Vuonna 2002 New York Times sai peräti seitsemän Pulitzer-palkintoa ja vuonna 2004 Los Angeles Times viisi palkintoa. (Uskali 2007, 167–168.)

3.4 Miksi lehti ulkopolitiikasta on suomalaisille tärkeä?

Ulkopolitiikkaan kuuluu monia kansainvälisiä kanssakäymisen alueita. Niin kauan kuin on ollut olemassa eri kansoja, on ollut myös kansainvälisiä suhteita. Aina on ollut niin rauhanomaista kuin väkivaltaista kanssakäymistä, kun yhteisöt ja valtiot ovat olleet tekemisissä keskenään kulttuurisesti, taloudellisesti, poliittisesti ja sotilaallisesti. Kansainvälisiä suhteita suunnittelemaan, organisoimaan, koordinoimaan ja valvomaan syntyi ajan mittaan erityinen politiikan ala – ulkopolitiikka, jota on kuvattu myös valtioiden käyttäytymisenä kansainvälisessä järjestelmässä. (Saukkonen 2013.)

Ulkopolitiikka-lehden tarkoitus on syventää kansainvälisestä politiikasta, taloudesta ja ilmiöistä käytävää keskustelua Suomessa. Viimeisen kolmenkymmenen aikana mediakentässä on nähty siirtymä politiikan hallitsemasta journalismista talouden hallitsemiseen journalismiin (Herkman 2010, 23). Ulkopoliittika-lehdessä aiheita tarkastellaan laajemmasta perspektiivistä, ja sen tarkoituksena on tuoda suomalaisten ulottuville maailmalla käytävää keskustelua ja tutkimusta. Lehti pitää esillä suomalaista näkökulmaa kansainvälisiin ilmiöihin ja auttaa lukijoita ymmärtämään maailmanlaajuisten ilmiöiden, muutosliikkeiden ja päätösten taustoja. Tämän ansioista sillä on perusteltu ja tärkeä asema oman alansa julkaisuna.

Suomi on pieni, mutta aktiivinen ulkomaankauppaa ja diplomatiiaa harjoittava maa, joka on aina ollut erittäin riippuvainen ympäröivästä maailmasta (Uskali 2007, 14). Kukaan muu tässä maailmassa ei ole yhtä kiinnostunut suomalaisista ja suomalaisesta näkökulmasta kuin suomalaiset. Sen kannalta on tärkeää, että meillä on riittävän vahva osaaminen ulkomaan uutisointiin ja tapahtumien analysointiin liittyvissä asioissa. Mediatilat tukeutuvat uutisoinnissaan vahvasti halpaan ja runsaaseen kansainväliseen uutis- ja kuvatoimistomateriaaliin, jolloin suomalainen näkökulma uhkaa pudota pois. (Uskali 2007, 13.)

Ulkopolitiikan ytimessä on perinteisesti nähty olevan valtion olemassaolon, koskemattomuuden ja itsenäisyyden säilyttäminen, jota on kutsuttu myös turvallisuuspolitiikaksi. Ulkopoliittikan piiriin on kuitenkin laskettu myös muita kansainvälisen kanssakäymisen alueita kuten talous-, sosiaali-, ympäristö- ja kulttuuripolitiikka. Näiden suhde politiikkaan on vaihdellut eri aikakausina ja erilaisissa poliittisissa tilanteissa. (Saukkonen 2013.) Suomen ulko- ja turvallisuuspolitiikan yleistavoitteeksi on määritelty Suomen turvallisuuden ja kansainvälisen vaikutusvallan vahvistaminen sekä maan etujen edistäminen kasvavan kansainvälisen yhteistyön maailmassa (Ulkoasiainministeriö, 2013a).

Suomen liittyttyä Euroopan Unionin jäseneksi 1995 on maan ulkopoliittika muuttunut yhä eurooppalaisempaan suuntaan. EU-jäsenyyden vaatimukset ovat olleet tärkein konkreettinen tekijä tämän muutoksen taustalla, mutta myös laajemmilla maailmanpoliittisilla muutoksilla, kuten voimistuvalla taloudellisella globalisaatiolla, on ollut suuri merkitys. Suomen ulkopoliittikan eurooppalaistumiseen on vaikuttanut myös, että Eu-

roopan unioni määrittelee Suomen harjoittaman globaalipolitiikan kehykset. Kansainvälinen kauppapolitiikka ja kehityspolitiikka ovat koko integraation keskeisiä osa-alueita. Ympäristöpolitiikassa EU:lla on ollut maailmanlaajuisesti selkeästi johtava rooli viimeisen 20 vuoden aikana. Tällä osa-alueella kansainvälinen yhteistyö on ollut välttämätöntä. (Paakkunainen 2012, 295–298.)

4 Tutkimuksen keskeisiä käsitteitä

Tässä luvussa pyrin selvittämään mistä tekijöistä hyvä aikakauslehti pääpiirteissään muodostuu, ja mikä merkitys toimivalla lukijasuhdeella on lehden pysyvyydelle. Nämä määritteet luovat pohjan tälle tutkimukselle.

Rantanen määrittelee teoksessaan *Mistä on hyvät lehdet tehty?* (2007, 19–22), että lehden pitää olla uskottava persoonallisena viestimenä. Sen pitää vedota lukijan järkeen ja tunteisiin. Hänen mukaansa hyvän aikakauslehden kaavaa on kuitenkin vaikea löytää. Lehden tekeminen ei ole tiedettä vaan valistunutta arvausta siitä mitä ihmiset haluavat lukea ja miten he vastaanottavat toimituksen rakentaman viestin. Vaikka lukija onkin lehden tekijälle kuningas, ei tieto lukijan mieltymyksistä saa yksin sanella toimituksen lehdentekoa. Lukijalle pitää tarjota mitä hän osaa odottaa, mutta vielä tärkeämpää on pyrkiä ylittämään odotukset mahdollisimman usein.

Kotilaisen (2003, 28) mukaan hyvä lehti ottaa lukijat huomioon, eläytyy heidän asemaansa ja palvelee heitä. Hyvä lehti voi palvella lukijoita jopa paremmin kuin he osaat odottaakaan. Lehden täytyy myös kestää aikaa ja pitää lukijoiden kiinnostus yllä vuodesta toiseen. Lehdet heijastavat aikaansa ja ajat muuttuvat. Markkinoille tulee jatkuvasti uusia lehtiä, jotka kilpailevat samojen lukijoiden huomiosta. Jotta lehti vastaisi tarkoitustaan ja olisi lukijalle kiinnostava, on tärkeää päivittää lehteä jatkuvasti sisällöllisesti. Päivityksen pitää olla kuitenkin maltillista, sillä yksi lehden toimivuuden tae on jatkuvuus. (Rantanen 2007, 206.)

4.1 Aikakauslehti ja lukijasuhde

Suomi tunnetaan Euroopan eniten aikakauslehtiä lukevana maana ja tällä hetkellä Suomessa on yli 3400 aikakauslehtinimikettä (Aikakausimedia, 2013). Aikakauslehti on

säännöllisesti ilmestyvä julkaisu, jonka pääsisältönä eivät ole uutiset. Se voidaan määrittellä seuraavien kriteerien perusteella:

- Ilmestyy säännöllisesti ainakin neljä kertaa vuodessa.
- On monipuolinen ja sisältää numeroa kohden useita artikkeleita ja muuta toimituksellista sisältöä, profiilinsa rajoissa.
- On tilattavissa tai jaetaan osoitteiden kera asiakas- tai jäsenyyssuhteen perusteella.
- Sisältö ei koostu pääasiassa tiedonannoista, hinnastoista tai mainonnasta
- Aikakauslehden ulkonäköä tai kokoa ei ole rajoitettu, ja aikakauslehti voikin ilmestyä vaikka pelkkänä verkkoversiona. (Sauri 2012, 73.)

Aikakauslehdet luokitellaan niiden sisällön, kohderyhmän ja julkaisijan mukaan neljään pääluokkaan. Yleisölehtiä ovat yleisaikakauslehdet, perhelehdet, nuortenlehdet, miestenlehdet sekä erikois- ja harrastelehdet. Niitä ilmestyy Suomessa noin 300 kappaletta ja suurin levikki on tällä hetkellä Aku Ankalla. (Sauri 2012, 72–73.) Perhe- ja yleisaikakauslehtiä ovat Seuran ja ET-lehden kaltaiset julkaisut, joiden sisältö ei ole rajattu vaan aihealueita käsitellään laidasta laitaan. Erikoislehden aihealueet ovat rajatumpia ja keskittyvät tietyille sektorille. Ulkopolitiikka on erikoisaikakauslehti, koska sen sisältö on rajattu ja käsittelee pääasiassa ulkopolitiikkaan liittyviä aihealueita. Useiden suurlevikkisten yleisölehtien levikit ovat pudonneet 2000-luvulla, mikä on viimeaikoina vahvistanut osaltaan erikoislehtien aseman voimistumista (Sauri 2012, 74).

Ammatti- ja järjestölehdet ajavat jonkun tietyn yhteisön asiaa, ja ne jaetaan aihealan mukaan useisiin alaryhmiin. Niihin kuuluu yli 2000 nimikettä ja tämä on aikakauslehdistön volyymiltaan laajin (46 prosenttia) ja kirjavin ryhmä. Asiakas- ja yrityslehtien avulla pyritään luomaan yhteisöllisyyttä ja kerrotaan yritysten arvomaailmasta. Suomessa ilmestyy valtava määrä asiakaslehtiä sekä suoraan kuluttajille suunnattuna että yritysasiakkaille kohdennettuina. Levikit ovat suuria verrattuna muihin lehtiryhmiin ja lukijamäärät miljoonaluokkaa. Mielipidelehdet jaetaan pienempiin ryhmiin. Mielipidelehtien volyyymi on hyvin pieni (kaksi prosenttia), vaikka nimikemäärä on suunnilleen yhtä suuri kuin yleisölehtien.

Aikakauslehtien lukijakunnat koostuvat yksittäisistä tilaajista toisin kuin sanomalehtien, joiden tilauspohja perustuu alueelliseen peittoon. Aikakauslehtien aihe- ja levikkialueet

eivät ole yhtä rajattuja ja siksi niiden kulttuurinen rooli on myös erilainen kuin sanomalehdillä. Ne eivät pelkästään pyri pelkästään reagoimaan ja vahvistamaan olemassa olevaa kulttuuria, vaan niillä on mahdollisuus toimia todellisuuden heijastamisen lisäksi sosiokulttuurisen todellisuuden muokkaajina. Aikakauslehtien konseptit luodaan lehti-kohtaisesti jonkin tyylin, aiheen ja näkökulman ympärille. Lukijalähtöisyys on aikakauslehdille tärkeä työkalu kohderyhmän tavoittamiseksi. (Töyry 2009, 129–130.)

4.2 Lehtikonsepti lukijasuhteen perustana

Aikakauslehden konsepti erottaa kunkin lehden muista saman lajityypin edustajista. Konsepti kuvaa kenelle lehteä tehdään, kuinka se eroaa muista saman lajityypin edustajista, mistä lehdessä kerrotaan ja millä tavoin. Tärkeimmät kysymykset, joihin konseptin luoja tai kehittäjä joutuu vastaamaan, ovat: miksi lehteä julkaistaan, kenelle lehteä tehdään ja mitä lukijan tarpeita lehti tyydyttää? (Töyry, Rätty & Kuisma 2008, 26, 33.)

Kaikessa yksinkertaisuudessaan on kyse siitä, että tietyt aiheet kuvineen sijoittuvat tietyille paikoille ja tekstit ovat sopivan mittaisia. Konsepti on työkalu, jonka avulla viesti rakennetaan, viilataan ja lopulta tarjoillaan yleisölle. Konseptointi antaa rakenteen ja raamittaa tekijöille julkaisun suuntaviivat. Lukijalla puolestaan on ”turvallinen” olo, kun aihepiirit ja toteutus noudattavat tunnistettavaa linjaa ja rytmiä. Lukijan täytyy identifioida lehti ja tunnistettavuuden on toistuttava kannen tai aloitussivun lisäksi läpi koko julkaisun. Lukijaan syntyy vähitellen suhde, jota laadukas sisältö pitää yllä. (Otavamedia 2013.) Lukijat sitoutuvat mediaan, jonka he kokevat rakentavan identiteettiään ja sosiaalisuuttaan. Kuitenkin aikakauslehtien lukutottumukset saattavat perustua myös tapaan ja tottumukseen. (Töyry 2009, 133.)

Hyvin määritelty konsepti koostuu yhdestä lyhyestä lauseesta, se on eräänlainen lehden slogan (Losowsky 2010, 11). Ulkopolitiikka-lehden konseptia kuvaa lause: ”UP – Poliitikasta, taloudesta & kansainvälisistä ilmiöistä.” Se kiteyttää hyvin lehden sisällön ja kuvaa tyyllisesti lehden asiallista, mutta ei virkamiesmäistä tyyliä.

4.3 Miten hyvä lukijasuhde muodostuu?

Lukijan sitoutuminen lehteen luo parhaimmillaan kestävästä lukijasuhteesta. Kun lukija haluaa palata lehden ääreen numero toisensa jälkeen, lukijan ja lehden välille syntyy lukijasopimus. Se tarkoittaa lukijan ja lehden välistä sidettä, joka voi olla lehden tilaus tai muu toistuva käyttö. Käytännössä lukijasopimus merkitsee pitkäaikaista sitoutumista ja lehden tilaamista. Lukijasopimuksen syntyminen kuuluu keskeisiin journalistisen työn tavoitteisiin. (Töyry 2008, 35.)

Aikakauslehden tilaajat suhtautuvat usein henkilökohtaisesti kotiin tulevaan lehteen ja siltä odotetaan arvomaailmaa, johon voi samaistua. Lehdet ovat puolestaan riippuvaisia lukijoiden jatkuvasta kiinnostuksesta. Niiden on myytävä itsensä aina uudelleen riippumatta siitä, onko lehti tilattu vai saatu jäsenyyden tai asiakassuhteen perusteella. Lehden jokaisen numeron ja jokaisen jutun on oltava niin houkutteleva, että lukija haluaa käyttää niihin aikaansa. Onnistumisesta lukijasuhdeiden luomisessa kertovat esimerkiksi lukijatutkimuksista saatu positiivinen palaute ja levikin kehitys. Lukijasuhde on syntynyt, kun lehti kiinnostaa lukijaa. (Töyry 2008,35.)

Median digitalisoituminen, lisääntyvä kilpailu mediakäyttäjien ajasta ja rahasta sekä varsinkin nuorten mediakuluttajien siirtyminen yhä enemmän digitaaliseen median, verkon ja pelien, käyttäjiksi, on myös lisännyt tarvetta ymmärtää yleisöjä (Helle 2010, 105).

Lukijan tiedontarpeiden tyydyttäminen on tärkeä osa lehden konseptia, mutta ei ainoa eikä riittävä sisällön ohjenuora. Lukijat haluavat myös tulla vaikutetuiksi, saada mielipiteitä ja valmiiksi pohdittuja ajatuksia. Lehdet tyydyttävät myös hiljaisia tarpeita, kuten viihtymisen tarvetta. Viihtyminen ei tarkoita viihteellisyyttä, sillä myös asialehdet pyrkivät viihdyttämään lukijoitaan. Vakava asiajournalismi voi olla oivaltavuudessaan, sujuvuudessaan ja yllättävyydessään viihdyttävää. (Töyry 2009, 35.)

Lukijasuhteen synnyttämisessä on kyse median ja lukijan välisestä neuvottelusta. Neuvotteluja ei käydä vain lukijan identiteetin ja lehden välillä vaan median arvot ja tavoitteet myös ohjaavat lukijaa tiettyyn suuntaan, esimerkiksi kuluttajiksi tai yhteiskunnallisesti aktiivisiksi kansalaisiksi tai molemmiksi. (Helle 2010, 115).

5 Tutkimuksen toteutus

Lukijatutkimuksen suunnittelu alkoi syksyllä 2012. Ulkopoliitikka-lehden toimitus esitti tavoitteet mitä tutkimuksella selvitetään ja osallistui suunnitteluun. Toteutukseen minulla oli vapaat kädet, ja toimitus esitti kehitys- ja korjausehdotuksia projektin edetessä. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä käytetään yleensä perinteistä survey-tutkimusta. Survey-tutkimuksessa kerätään tietoa käyttämällä kyselylomaketta tai strukturoitua haastattelua. Kyselyyn valitut kohdehenkilöt muodostavat otoksen tietystä perusjoukosta. Standardoituvuus tarkoittaa sitä, että asiat kysytään täsmälleen samalla tavalla kaikilta vastaajilta. Kerätyn aineiston avulla pyritään kuvailemaan, vertailemaan ja selittämään ilmiötä. (Hirsjärvi ym. 2005, 125, 182.)

Määrällinen tutkimus palveli tässä tapauksessa parhaiten tavoitteeksi asetettujen tutkimuskysymysten selvittämistä. Määrällinen tutkimusmenetelmä oli selkein väline tutkimusta varten, jotta lukijoista saisi mahdollisimman laajan ja kuvaavan otoksen. Tutkimuksesta muodostui lopulta sekä määrällisen, että laadullisen tutkimuksen yhdistelmä koska aineistossa käytettiin myös avokysymyksiä. Analyysimenetelminä käytin kvantitatiivista eli määrällistä analyysiä monivalintakysymysten kohdalla ja kvalitatiivista eli laadullista menetelmää avokysymyksiä käsitellessä. Raportoin kvalitatiivista aineistoa myös suorina kommentteina, mikä kuvaa vastaajien omaa ”ääntä” parhaiten.

Suunnitteluvaiheessa oli erilaisia vaihtoehtoja toteuttaa kysely. Tavoitteena oli tavoittaa mahdollisimman paljon lukijoita ja saada hyvä vastausprosentti kyselyyn. Päädyimme sähköiseen lomakkeeseen, jonka linkki lähetettiin lukijoille sähköpostin välityksellä. Koska toimituksen osoiterekisteri ei kattanut kaikkia lukijoita, lähetettiin lehden uusimman numeron välissä kirjallinen saatekirje, jossa oli osoitelinkki kyselyyn. Uusimman numeron pääkirjoituksessa oli myös maininta lukijatutkimuksesta. Kannustimena vastaamiseen toimi myös arvonta, jossa yhteystietonsa jättäneiden kesken arvottiin kahden hengen lippupaketteja tulevan kesän Savonlinnan oopperajuhlille sekä kymmenen Gaudeamuksen kirjalahjakorttia.

5.1 Kyselytutkimus

Valitsin kyselytutkimuksen aineiston keräämiseen. Kyselytutkimuksella saadaan kerättyä laaja tutkimusaineisto, joka on analysoitavissa tietokoneen avulla. Myös tutkimuksen aikataulu ja kustannukset voidaan arvioida melko tarkasti. (Hirsjärvi ym. 2005, 184.)

Kyselytutkimuksen heikkouksia ovat aineiston analysointiin liittyvät vaikeudet. Tulosten perusteella on vaikeaa varmistua siitä, miten vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen. Vastauksista ei voi myöskään päätellä ovatko he pyrkineet vastaamaan huolellisesti ja rehellisesti kyselyyn. Ongelmia analysoinnissa aiheuttaa myös kysymyslomakkeen tulkinta. Ei ole selvää, miten onnistuneita annetut vastausvaihtoehdot ovat olleet vastaajan näkökulmasta, ja väärinymmärryksiä on vaikea kontrolloida. (Hirsjärvi ym. 2005, 184.)

Kyselytutkimus oli Ulkopoliitikka-lehden tutkimukselle asettamien tavoitteiden kannalta sopivin vaihtoehto ja paras tapa tavoittaa mahdollisimman laaja otos lukijoista. Tämän kyselyn ensisijainen tavoite oli kerätä toimitukselle konkreettista tietoa siitä, mitä mieltä lukijat ovat lehdestä ja mitä kannattaa ottaa huomioon tulevien uudistusten kohdalla. Tutkimuksella kerättiin myös lukijoiden mielipiteitä lehdestä ja siitä miten lehteä luetaan ja kuinka paljon aikaa lukemiseen käytetään.

5.2 Kyselylomakkeen laatiminen

Kyselytutkimuksen toteuttaminen onnistuneesti ei aina ole itsestäänselvyys ja siihen kannattaa panostaa. Nykyään lomakkeita ja selvityspyyntöjä tulee suomalaisille niin paljon, ettei ole kovin helppo saada ihmisiä suostumaan tutkimushenkilöiksi. Vaikka tutkimuksen aihe on tärkein vastaamiseen vaikuttava seikka, voidaan myös lomakkeen laadinnalla ja kysymysten tarkalla suunnittelulla tehostaa tutkimuksen onnistumista. (Hirsjärvi ym. 2005, 187.)

Kyselylomakkeen laatiminen oli monivaiheinen prosessi. Ennen lomakkeen laatimista käytiin toimituksessa läpi heidän toiveensa lomakkeen sisältöön liittyen. Sovimme myös tutkimuksen toteutuksen aikataulusta ja toteutustavasta. Suunnittelu alkoi lokakuussa ja ajankohdaksi valikoitui joulukuun alku, jolloin lehden uusin numero ilmestyi painosta.

Tällöin kyselylomakkeen avulla oli mahdollista kerätä tietoa lukijoiden ajatuksista koskien lehden uusinta numeroa.

Itse perehdyin aluksi saatavilla oleviin toteutettuihin lukijatutkimuksiin ja niiden yhteydessä laadittuihin kyselylomakkeisiin. Kyselylomakkeita ja lukijatutkimusten tuloksia tarkastelemalla selkeytyi näkemys siitä, minkälaisilla kysymyksillä lukijatutkimukselle asetetut tavoitteet voidaan saavuttaa.

Tutustuin myös Ulkopolitiikka-lehteä vastaaviin ulkomaalaisiin julkaisuihin kuten englanninkielisiin The Economist-, Foreign Policy- ja Foreign Affairs - lehtiin, sekä ruotsinkieliseen Om Världen - lehteen ja ranskalaiseen Le Monde diplomatique - lehteen, josta löytyy myös suomenkielinen versio. Tutustuin myös suomalaisiin Kanava-lehteen ja Suomen kuvalehteen, jotka käsittelevät samaa aihepiiriä. Nämä julkaisut poikkeavat ulkoasultaan ja taitoltaan Ulkopolitiikka-lehdestä ja antavat kuvan miten vastaava julkaisu voitaisiin toteuttaa eri formaatilla. Vertailujen pohjalta sain kokonaiskäsityksen mihin suuntaan lehteä olisi mahdollista kehittää ja minkälaisia vaihtoehtoja on olemassa.

Ennen kysymysten laatimista kirjasin ylös mitä asioita kyselyn avulla haluttiin selvittää, ja mihin kysymyksiin toimitus kaipasi lukijoilta vastauksia. Pohdin myös mikä olisi paras tapa kerätä tietoa lukijoilta, jotta vastausprosentti pysyisi hyvänä ja tulosten analysoiminen olisi selkeää.

5.3 Kyselylomakkeen rakenne

Kysely toteutettiin sähköisessä muodossa Webropol-ohjelmaa. Kyselylomakkeesta lähetettiin lukijoille saatekirje sekä vuoden viimeisen lehden mukana kirjallisesti että sähköpostin välityksellä. Kirjallinen saatekirje tuli tässä tapauksessa kyseeseen, koska kaikilta tilaajilta ei ollut tiedossa sähköpostiosoitetta. Näin voitiin varmistaa, että koko tilaajakannalla on mahdollisuus osallistua kyselyyn ja otos on kattava. Tilaaajakanta on 2400 kappaletta, joten oli myös varmistettava että vastauksia saadaan riittävä määrä. Kyselystä lähetettiin sähköpostitse muistutuskirje viikko sen jälkeen, kun ensimmäinen kysely oli lähtenyt.

Sähköisen kyselyn etuna on, ettei se ole sidottu aikaan tai paikkaan. Kyselyyn voi vastata silloin, kun se sopii, ja vastaaja voi rauhassa ja ilman kiirettä miettiä vastauksiaan. (Aaltola & Valli 2007, 111.) Kyselylomakkeen rakenne ja pituus muotoutuivat sille asetettujen tavoitteiden pohjalta. Lomake oli strukturoitu, ja se sisälsi sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä.

Lomakkeen yleisilme ja pituus vaikuttavat ratkaisevasti kyselyyn vastaajan ensivaikutelmaan. Sen perusteella tehdään päätös vastaamisesta. Lomakkeen maksimipituus vaihtelee kohderyhmän mukaan: täytyy huomioida myös aihealueen merkitys lukijalle. Täytyy myös miettiä kuinka kauan vastaaja jaksaa keskittyä lomakkeeseen siinä vaaditulla tavalla, jotta tutkimuksen luotettavuus ei kärsi. Myös käytetty kieli on merkityksellinen asia kyselyn onnistumisen kannalta. (Aaltola & Valli 2007, 104–105.)

Valli (2001, 29) tähdentää, että lomakkeen tulisi houkutella vastaamaan myös ulkonäöllisesti: selkeys ja ulkoasu ovat tärkeä osa lomakkeen toimivuuden kannalta. Lomakkeen ulkonäkö oli neutraali ja mukaili lehden tyyliä värityksessään. Pyrin myös tekemään lomakkeesta ilmavan näköisen, jotta vastaajalle ei välity kuva siitä että kysely on pitkä ja raskas. Kuvia käytin harkiten, ja niitä oli ainoastaan lehden kansien arviointia koskevassa kysymyksessä. Kyselyn alussa oli lehden logo ja saateteksti kyselyyn vastaajalle. Lomakkeen alkuun lisättiin myös linkki lehden uusimpaan numeroon, joka oli ensimmäistä kertaa luettavana sähköisenä versiona Lehtiluukku-palvelun kautta.

Kysely oli melko pitkä, mutta koska lehdestä ei ole aikaisemmin tehty lukijatutkimusta, katsoin tarpeelliseksi kerätä mahdollisimman paljon tietoa lukijakunnasta. Pituus saattoi vähentää vastaajien määrää ja kyselyn sivuilla olikin käynyt 157 vierailijaa vastaamatta itse kyselyyn. Pidän kuitenkin merkittävänä, että vähintään 95 prosenttia oli vastannut kaikkiin monivalintakysymyksiin ja avokysymyksiin tuli vastauksia 47–80 prosentin väliltä.

Yleensä kyselylomakkeissa käytetään joitakin seuraavista muodoista: avoimet kysymykset, monivalintakysymykset ja asteikkoihin perustuvat kysymykset. Asteikkokysymyksissä esitetään erilaisia väittämiä, ja vastaajien tehtävä on valita niistä se, miten voimakkaasti hän on samaa mieltä tai eri mieltä esitetyn väittämän kanssa. Eräs asteikkokysy-

myksiä esittävä muoto on Likertin mielipideasteikko. Asteikot ovat tavallisimmin 5- tai 7-portaisia ja muodostavat nousevan tai laskevan skaalan. (Hirsjärvi ym. 2005, 187–189.) Kysymysten muoto aiheuttaa eniten virheitä tutkimustuloksiin. Jos vastaaja ei ajattele samalla tavalla kuin kysymysten laatija tarkoittaa, tulokset vääristyvät. Näin ollen kysymysten tulee olla yksiselitteisiä, eivätkä ne saa olla johdattelevia. (Valli 2007, 102.) Kysymyksiä laatiessani on muutamia perussääntöjä, joita pyrin noudattamaan laatiessani lomaketta. Kanasen (2008, 35) mukaan hyvän kysymyksen voi määritellä seuraavasti:

- Kysymys on lyhyt.
- Kysymys on yksiselitteinen ja selkeä.
- Kysymys ei sisällä sivistystermejä tai outoja sanoja.

Lomake sisälsi 32 kysymystä, joista 19 oli monivalintakysymyksiä, viisi asteikkoihin perustuvia kysymyksiä ja kahdeksan avokysymystä. Kaikki monivalinta- ja asteikkokysymykset olivat suljettuja kysymyksiä. Niissä vastaaja saa valita ainoastaan yhden vastausvaihtoehdon. Asteikkoihin perustuvissa kysymyksissä oli valmiiksi strukturoidut vastausvaihtoehdot 3 – 5-portaisella asteikolla. Kysymyksistä yhtään ei määritely pakolliseksi, vaan vastaaja sai oman valintansa mukaan päättää vastaako kaikkiin kysymyksiin. Kyselyn pituus oli mielestäni sopiva ottaen huomioon sen kohderyhmän.

Laadin kysymykset mahdollisimman selkeiksi, jotta vastaajan on helppo keskittyä kyselyn sisältöön. Käytin kysymyksissä sinä-muotoa, jotta kysely puhuttelisi enemmän vastaajaa ja tuntuisi henkilökohtaisemmalta. Esimerkiksi ”Kuinka kauan olet ollut Ulkopoliittika-lehden tilaaja?” ja ”Kuinka paljon aikaa käytät lehden lukemiseen?”. Tyyli oli asiallinen, mutta pyrin pitämään kokonaisuuden kevyenä sijoittamalla alkuun helpot yleiskysymykset ja siirtymällä pikkuhiljaa enemmän ajatusta vaativiin kysymyspattereihin. Avokysymykset sijoitin osittain kyselyn puoliväliin ja loppuun. Näin vastaaja ei koe avokysymyksiin kirjoittamista uuvuttavana ja jätä vastaamatta niihin. Halusin pitää lomakkeen rakenteen mahdollisimman monipuolisena, jotta lukija jaksaisi keskittyä hyvin läpi koko kyselyn.

5.4 Taustaa kysymyksien laatimisesta

Lomake rakentui taustakysymyksistä, lukutottumuksiin liittyvistä kysymyksistä, lehden konseptiin liittyvistä kysymyksistä, lehden ulkoasuun ja sisältöön liittyvistä kysymyksistä ja vapaamuotoisesta lukijapalautteesta.

Kyselyn alussa oli taustakysymyksiä, joilla selvitettiin perustietoa vastaajista. Nämä taustakysymykset toimivat yleensä lämmittelykysymyksinä varsinaiseen aiheeseen, jolloin vastaaja pääsee vähitellen mukaan. Niistä saatua tietoa käytetään tulosten analysoinnissa selittävinä muuttujina, joiden suhteen tutkittavaa ominaisuutta käsitellään. Esimerkiksi voidaan verrata iän ja sukupuolen vaikutusta lukutottumuksiin tai mielipiteeseen lehden ulkonäöstä. (Aaltola & Valli 2007, 103.)

Lomakkeessa kysyttiin sukupuolen, iän ja asuinpaikkakunnan lisäksi lukijoiden koulutustaustaa, ammattiasemaa, vuosituloja ja millä toimialalla vastaaja työskentelee. Nämä kysymykset lisättiin taustatietoihin, koska lukijakunnasta ei ole kerätty aiemmin tietoa. Tutkimuksen yhtenä tavoitteena oli selvittää olisiko lehdelle mahdollista löytää uusia potentiaalisia kohderyhmiä, joten oli perusteltua saada mahdollisimman tarkka profiili nykyisestä lukijakunnasta ja tarkastella miten erilaiset taustat vaikuttavat vastauksiin. Taustakysymykset toimivat hyvin vastausten analysointivaiheessa, ja olin tyytyväinen, että kysymyksiin otettiin mukaan myös kysymys vastaajien tuloista. Alun perin epäilin, että vastaajat eivät olisi kovin halukkaita ilmoittamaan tulojaan, mutta vastausprosentti oli yhtä hyvä kuin muissa kysymyksissä. Sen sijaan kysymys ammattiasemasta oli kenties epäselvästi muotoiltu, koska siihen tuli vastauksia selvästi keskiarvoa vähemmän. Vastaajat eivät olleet osanneet määritellä mihin ryhmään ammattinsa puolesta kuuluvat ja monet olivatkin ilmoittaneet ammattinsa kohdassa ”Muu vaihtoehto”. Taustakysymysten perusteella tarkoitukseni oli selvittää löytyisikö vastausten perusteella selkeitä eroja mielipiteissä esimerkiksi eri ikä- tai ammattiryhmien välillä.

Taustakysymysten jälkeen tulevat helpot kysymykset. Näissä kysymyksissä ei käydä vielä arkoja aiheita, vaan vasta johdatellaan niihin. Lomakkeessa täytyy pystyä osoittamaan kyselyn tärkeys ja mielekkyys ennen kuin mennään tutkimuksen kannalta oleellisiin kysymyksiin ja aihealueisiin. (Aaltola & Valli 2007, 103–104)

Helpot kysymykset koskivat vastaajien lukutottumuksia, ja niihin vastaaminen ei vaatinut vastaajalta suuria pohdintoja. Laadin kysymykset niin, että tuloksista voisi tarkastella lukijoiden sitoutumista lehteen ja aihealueeseen yleensä. Kysymyksissä pyrin myös selvittämään mitä muita lähteitä lukijat käyttävät ulkopoliitikan seuraamiseen. Lukutottumuksia selvitin kysymällä, kauanko lukija on tilannut lehteä ja kuinka paljon aikaa lukija käyttää lehden lukemiseen, ja miten lehteä luetaan. Tutkimuskysymyksen kannalta oleellista oli kysymys siitä miten lehteä luetaan. Toimitus halusi tutkimuksen avulla selvittää palveleeko lehti painettuna versiona lukijakuntaa vai olisiko sähköinen versio kannattavampi ratkaisu. Katsoin tarpeelliseksi sijoittaa tämän kysymyksen mahdollisimman alkupuolelle kyselyä, jotta vastausprosentti pysyisi hyvänä.

Tämän osion lopussa oli kolme avokysymystä lukutottumuksista. Kysymyksissä selvitin miksi lehteä ensisijaisesti luetaan, mitä muita julkaisuja lukijat lukevat ja minkä lehden he voisivat ostaa tai tilata Ulkopoliitikka-lehden sijaan. Halusin lukijoiden perustelevan tarkemmin miten he hyötyvät lehdestä enkä usko, että valmiiksi muotoiltu kysymys olisi toiminut tähän tarkoitukseen. Sillä, mitä muita kansainvälisen politiikan alan julkaisuja lukijat lukevat tai voisivat tilata, pyrin kartoittamaan minkä tyyllisiä julkaisuja vastaajat lukevat, ja voisiko sen perusteella kenties päätellä mihin suuntaan lehteä voisi jatkossa kehittää.

Helppojen kysymysten jälkeen tulivat haastavammat kysymykset lehden konseptista. Sisältöä koskevissa kysymyksissä vastaajaa pyydettiin arvioimaan lehden eri juttutyyppejä ja palstoja. Ensimmäisessä osiossa selvitin minkä tyyppisiä juttuja lehteen toivotaan lisää ja voisiko jotain juttuja olla nykyistä vähemmän. Neutraali vastausvaihtoehto oli kohta, jossa juttutyyppeiden määrän sai arvioida sopivaksi. Seuraavassa osiossa käytiin läpi kaikki lehden eri palstat ja pyydettiin vastaajaa arvioimaan kuinka usein lukee kyseisen palstan jutut. Tämä kysymys oli tottumattomalle lukijalle vaikeampi, koska uudet lukijat eivät välttämättä hahmota pelkän otsikon perusteella mistä jutuista on kyse ja joutuvat selaamaan lehden numeroa läpi arvioidessaan lukutottumuksia. Tämän osion tuottama tieto tarjosi toimitukselle tärkeää tietoa siitä, mitä lehdestä tarkalleen luetaan ja miten paljon tiettyihin palstoihin kannattaa tulevaisuudessa painottaa.

Viimeisessä osiossa oli niin sanottuja jäähdyttelykysymyksiä. Ne koskivat lehden ulkoasun ja sisällön arviointia. Kysymykset koskivat yleisellä tasolla lehteä, eikä niihin vastaaminen vaatinut vastaajalta juttujen analysointia. Näihin kysymyksiin laadin viisiporaisen asteikon, jossa vastaaja sai määritellä mielipiteensä. Neutraalina vaihtoehtona oli kohta ”en osaa sanoa”. Kysymykset olivat väittämiä liittyen lehden kanteen ja ulkoasuun sekä sisältöön. Kysymyksillä oli tarkoitus kartoittaa mitä mieltä lukijat ovat ulkoasusta ja sisällöstä ja mitä muutoksia he mahdollisesti kaipaavat. Lehden kantta arviointiin erikseen, ja esimerkkinä olivat neljän viimeisimmän numeron kuvat. Kansi on lehden tärkein sivu. Sen tehtävä on myydä lehti ja sen toimituksellinen sisältö lukijalle. Se on samalla tyylinäyte, jonka avulla lukija saa maistiaisia niin lehden sisällöstä kuin ulkoasustakin. Pienikin omaleimainen ratkaisu kannessa auttaa erottumaan kilpailijoista (Rantanen 2007, 85–86). Ulkopoliitikka-lehti lukeutuu kansi-ideoissaan älyyn vetoaviin ratkaisuihin ja poikkeuksena valtavirrasta se on päätynyt käyttämään kansikuvissaan piirrettyjä kuvia. Lehden kansi ja taitto poikkeavat tavallisen aikakauslehden tyyppillisestä tyylistä, ja halusin kyselyn avulla selvittää, kuinka suuri merkitys tällä panostuksella on lukijoille.

Lukijoiden mielipiteitä juttujen aihealueista kysyttiin viimeisessä kohdassa, jossa vastaaja sai valita kolme aihealuetta joista mieluiten lukisi lehdestä. Avoimet kysymykset sijoitettiin pääasiassa kyselyn loppuosaan, jolloin vastaaja on ehtinyt jo etukäteen pohtia mielipidettään lehdestä. Viimeisessä avokysymyksessä vastaajalle annettiin mahdollisuus jättää yhteystietonsa ja osallistua arvontaan. Kyselyyn sai vastata myös anonyymisti. Avokysymyksiä suositellaan käytettävän harkitusti, koska vastaukset vaihtelevat usein suurestikin, ja niiden analysoiminen on hankalaa. Jos vastaajajoukko tiedetään aktiiviseksi ja helposti myös kirjallisesti kantaottavaksi, on avokysymysten käyttö perusteltua. (KvantiMOTV 2013.)

Tässä tapauksessa avokysymysten käyttö sopi vastaajajoukkoon, ja niihin myös vastattiin aktiivisesti. Avokysymysten avulla halusin tarjota vastaajille perustelumahdollisuuden, jotta he voivat tuoda esille myös ne ajatukset jotka jäävät piiloon suljettuja vastauksia käytettäessä. Avokysymyksillä vastauksista saadaan esille myös sellaisia tietoa, mitä itse kyselyssä ei välttämättä ole osattu kysyä. Uskon, että verkko myös rohkaisee vastaajia kommentoimaan kriittisemmin ja avoimemmin kuin haastattelutilanne. Vastauk-

set tarjosivat hyviä kehitysehdotuksia lehdelle, eikä niiden kerääminen olisi ollut mahdollista pelkillä monivalintakysymyksillä.

6 Tutkimustulokset

Kysely toteutettiin 5.12 – 16.12.2012 ja vastauksia kertyi yhteensä 214. Vastauksia kyselyyn tuli nopeasti saatekirjeen lähettämisen jälkeen ja 12.12.2012 mennessä niitä oli tullut jo 112 kappaletta. 13.12.2012 lähetettiin sähköpostitse vielä muistutus niille lukijoille joiden sähköpostiosoite oli toimituksella tiedossa. Tämän jälkeen vastauksia tuli vielä 102 kappaletta. Kyselyn vastausprosentti oli 9, mikä on mielestäni hyvä saavutus.

Vastausten analysoinnin pohjana käytin Webropol-ohjelman avulla laadittua perusraporttia ja laadin lisäksi erikseen ristiintaulukointeja. Ristiintaulukointeja tein selvittääkseni taustatekijöiden merkityksiä lukutottumuksiin ja mielipiteisiin lehdestä. Kyselyyn vastasivat ainoastaan Ulkopolitiikka-lehden tilaajat, joten ryhmä antaa konkreettisen kuvan lukijakunnasta. Kyselyyn sai vastata vain kerran, joten vastauksiin ei tullut sitä kautta väärentymää.

Kysymyslomakkeen kysymyksiä ei määritelty pakollisiksi, joten vastausten määrät vaihtelivat jonkun verran eri kysymysten välillä. Vastaajat olivat pääosin aktiivisia ja vastaajamäärien vaihtelu oli pientä. Monivalintakysymyksissä sekä asteikkoihin perustuvissa kysymyksissä vaihtelu oli 203–214 vastauksen välillä. Yleisin vastaajamäärä eli moodi kysymyksiin oli 212 ja vastaajamäärien keskiarvo 211. Avokysymyksissä vastaajamäärien välillä oli suurta vaihtelua ja niihin tuli vastauksia 100–171. Käsitellessäni prosenttilukuja tekstissä, olen pyöristänyt luvut lähimpään kokonaislukuun.

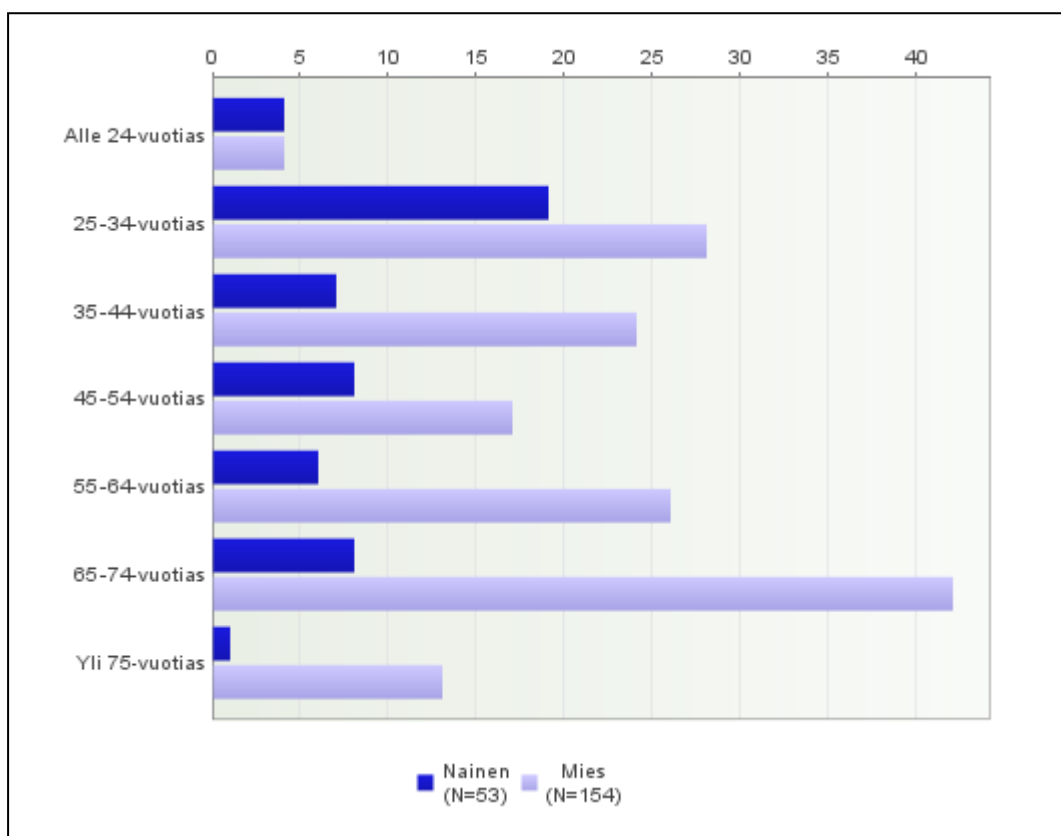
Arvioinneissa eri ikäluokkien välillä on huomioitava, että 31 prosenttia vastaajista oli yli 65-vuotiaita. Tähän ryhmään kuului yhteensä 66 vastaajaa 214 vastaajasta. Muita ikäluokkia edustavat otokset olivat 25–44 vastaajan suuruisia ryhmiä. Alle 24-vuotiaat jätin kokonaan pois vertailusta, koska ryhmään kuului ainoastaan 8 vastaajaa, eikä otos edustanut hyvin koko ikäluokan mielipidettä. Ammattiryhmissä myös muita huomattavasti suurempi ryhmä oli eläkeläiset, joita oli lähes 30 prosenttia vastaajista. Vertailuissa en huomioinut ryhmiä, joihin kuului alle 10 vastaajaa. Niihin kuuluivat työttömät (2 vas-

taajaa) ja muut kuin vaihtoehtoissa mainitut (4 vastaajaa). Yli puolet vastaajista asui pääkaupunkiseudulla, joten en ottanut huomioon asuinpaikkakuntaa analysoidessani taustatietojen merkityksiä mielipiteisiin lehdestä. Naisten ja miesten mielipiteitä verrattaessa huomioitavaa on myös, että valtaosa vastaajista (75 prosenttia) oli miehiä.

6.1 Minkälainen on Ulkopoliitika-lehden lukija?

Suurin osa kyselyyn vastanneista oli miehiä. Miesten osuus vastaajista oli jopa 75 prosenttia (N=156). Naisia vastaajista oli 25 prosenttia (N=53). Ikäjakauman perusteella lehteä lukevat eniten eläkeikäiset ja nuoret aikuiset.

N=212



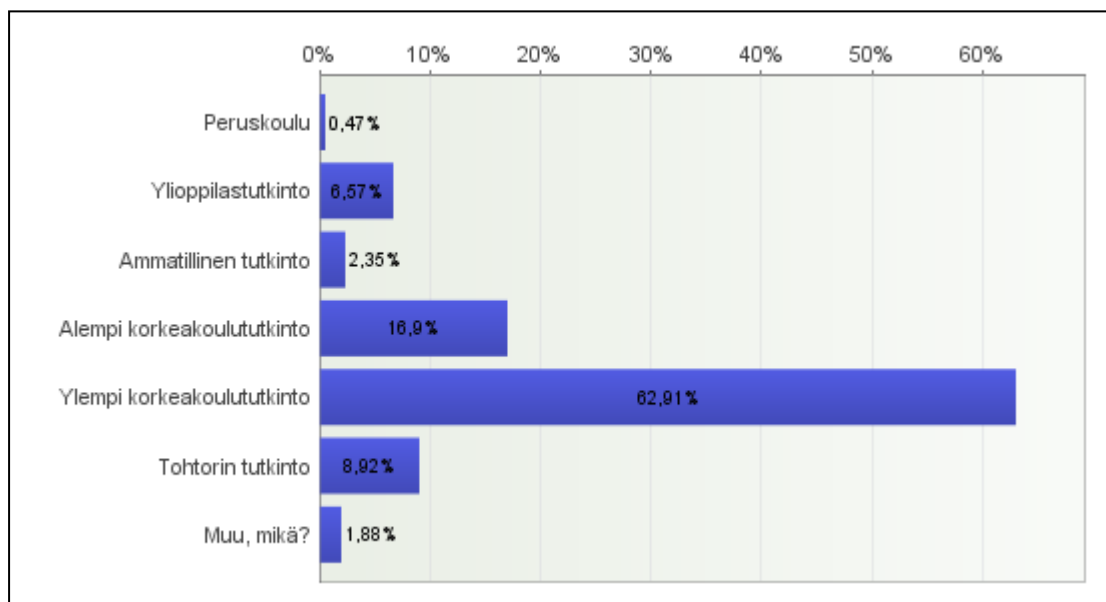
Kuvio2. Lukijatutkimukseen vastanneet ikäryhmien ja sukupuolen mukaan.

Suurimpia vastaajaryhmiä olivat 25–34-vuotiaat ja 65–74-vuotiaat. Nuoremmista tilaajista yli puolet oli tilannut lehteä alle kolme vuotta. Lehteä markkinoidaan opiskelijoille, mikä selittää osaltaan nuorien tilaajien määrän. Vanhemmat tilaajat muodostuvat pääosin vakiintuneista jo pidempään lehteä tilanneista lukijoista. Vastaajien ikäjakauman mukaan lehden lukijakunnassa on vaihtelevuutta, mutta tuloksissa on otettava huomi-

oon myös, että tietyt ikäryhmät eivät välttämättä ole ajan puitteissa päätyneet vastaamaan kyselyyn. Vastanneiden ikäjakauman perusteella ei siis voida määrittää koko lehden lukijakunnan rakennetta, ja joukko edustaakin vain niitä lukijoita, joilla on ollut aikaa ja mahdollisuus vastata kyselyyn toteutushetkellä.

Vastaajista suurin osa oli koulutustasoltaan ylemmän – tai alemman korkeakouluasteen suorittaneita. 72 prosenttia vastaajista (N= 153) oli suorittanut korkeakoulututkinnon ja 17 prosenttia (N=36) alemman korkeakoulututkinnon. Lehden kohderyhmiä ovat päätoksentekijät ja vaikuttajat sekä opiskelijat, mikä näkyy myös lukijakunnan rakenteen koulutuksessa.

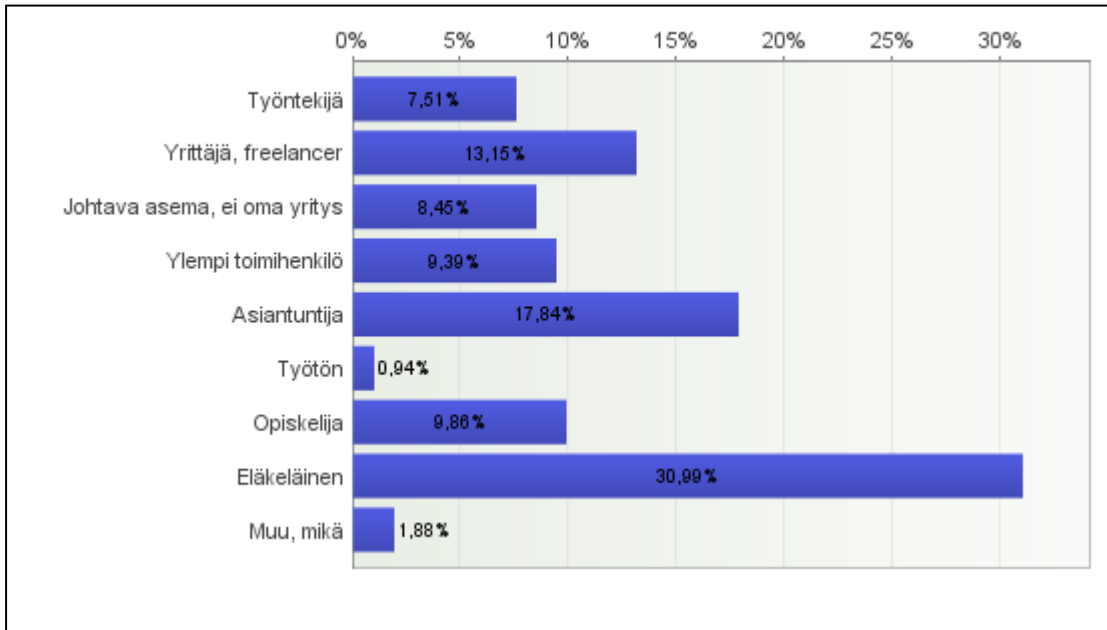
N=213



Kuvio 3. Vastaajien koulutustaso

Vastaajista suurin osa oli eläkeläisiä. Eläkeläisten määrä korreloi myös ikäjakauman kanssa. Eläkeläisvastaajista valtaosa oli miehiä. 18 prosenttia vastaajista ilmoitti olevansa asiantuntijatehtävissä. Tässä ryhmässä naisia oli verrattain paljon ottaen huomioon, että naisvastaajien määrä kyselyssä oli huomattavasti pienempi kuin miesten. Opiskelijoissa oli saman verran mies- ja naisvastaajia.

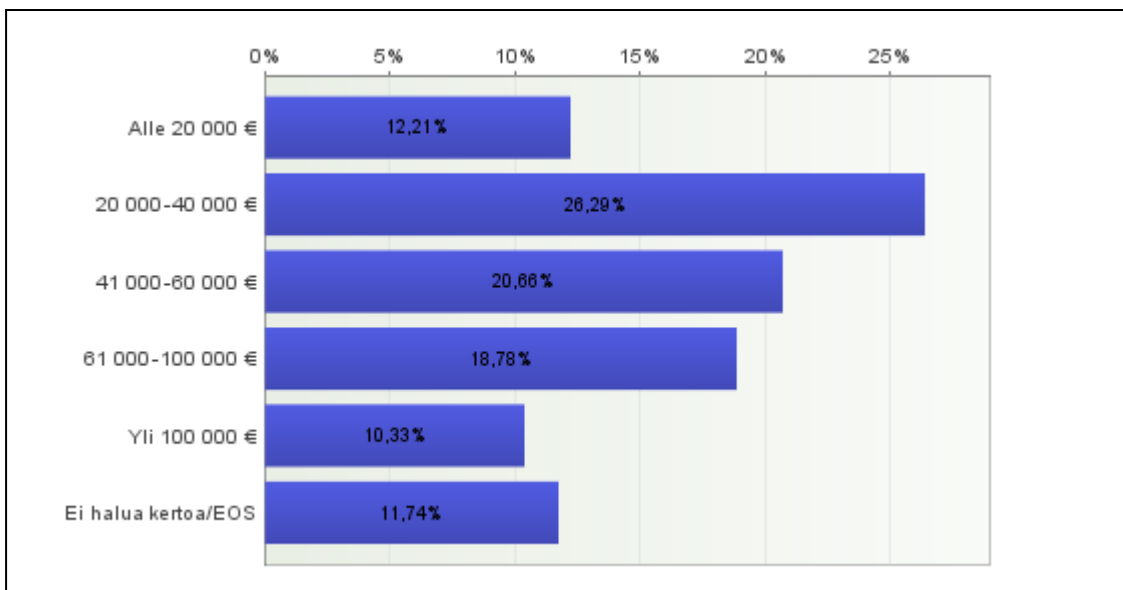
N=213



Kuvio 4. Vastaajien ammattiasema

Vastaajien vuositulot jakaantuivat tasaisesti eri tuloluokkiin, mutta tulojen keskiarvo oli verrattain korkea. 19 prosenttia vastaajista tienasi 60 000€ – 100 000€ (N= 40) ja 10 prosenttia yli 100 000€ vuodessa (N=22). Näissä ryhmissä oli eniten 55–74-vuotiaita vastaajia.

N=213

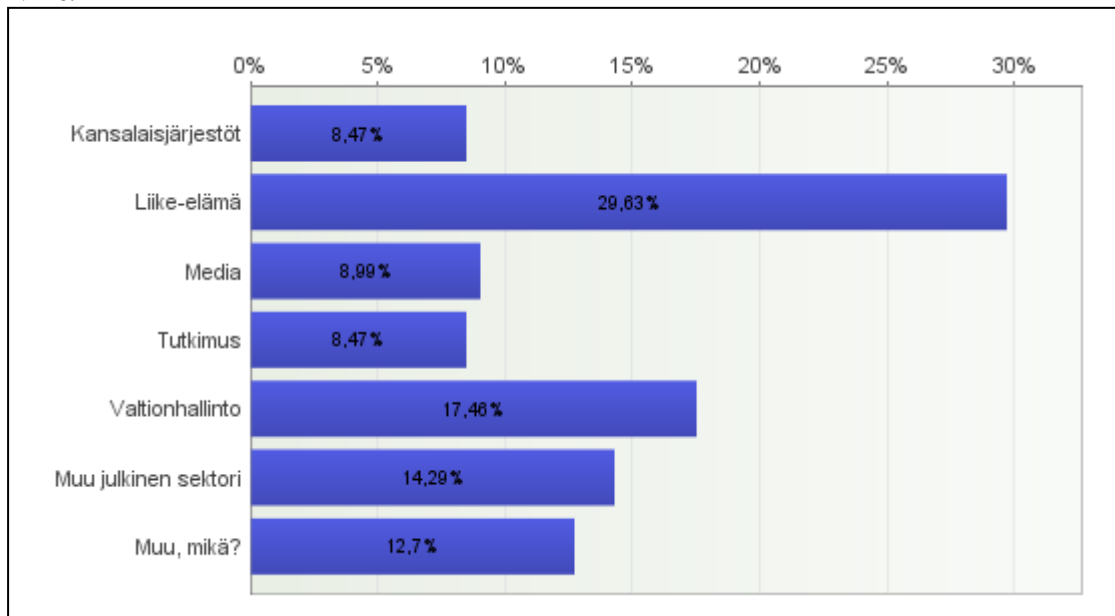


Kuvio 5. Vastaajien tulot.

Tilastokeskuksen mukaan vuoden 2011 akateemisesti koulutettujen henkilöiden kuukausipalkkojen keskiarvo eri ikäryhmien välillä oli 2844€ – 4925€. Pienimmät palkkaluokat olivat 20–24-vuotiailla ja suurimmat 60–69-vuotiailla. (Tilastokeskus 2013.) Vuosituloiksi muutettuina ne ovat 34 128€ – 59 100€ välillä.

Vastaajista suurin osa ilmoitti työskentelevänsä liike-elämän tehtävissä. Näistä vastaajista valtaosa oli miehiä. Media-alalla oli saman verran sekä mies- että naisvastaajia. Muualla kuin kysymyksessä mainituilla toimialoilla ilmoitti työskentelevänsä 13 prosenttia vastaajista. Näitä aloja olivat muun muassa merenkulku ja uskonnollinen sektori.

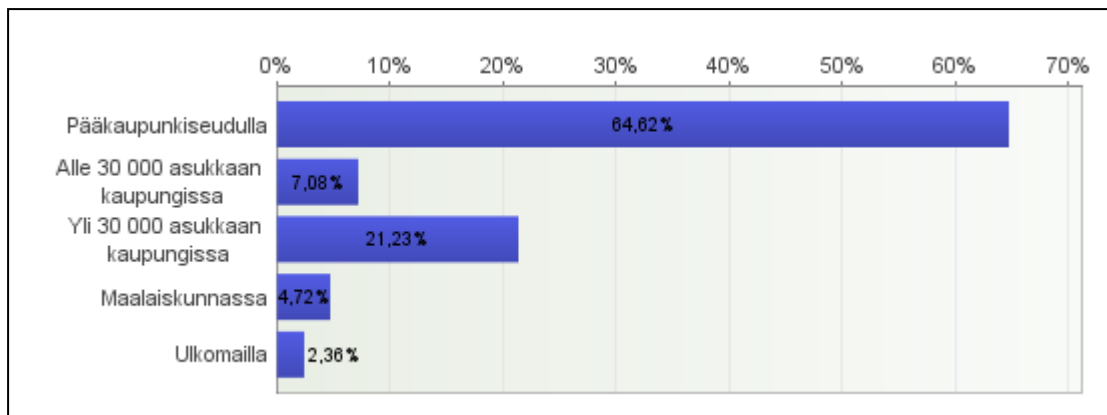
N=189



Kuvio 6. Millä toimialoilla vastaajat työskentelevät

Vastaajista 65 prosenttia ilmoitti asuinpaikkakunnakseen pääkaupunkiseudun ja 21 prosenttia jonkin muun yli 30 000 asukkaan kaupungin. Ulkomailla asui vähän yli kaksi prosenttia.

N=212



Kuvio 7. Missä vastaajat asuvat

Taustatietojen perusteella tyypillinen Ulkopoliitikka-lehden lukija on kaupungissa asuva, eläkeläinen tai liike-elämän tehtävissä työskentelevä 25–34 tai 65–74-vuotias mies, jolla on korkeakoulututkinto.

6.2 Miksi Ulkopoliitikka-lehteä luetaan?

Lukijoilla oli melko yhtenevä mielipide siitä, miksi he lukevat Ulkopoliitikka-lehteä. Vastaajat kokivat, että lehti auttaa heitä pysymään ajan tasalla ja ymmärtämään kansainväliseen politiikkaan liittyviä tapahtumia. Monet vastaajat pitivät positiivisena, että lehti käsittelee aiheita suomalaisesta näkökulmasta. Hieman yli 60 prosenttia vastaajista ilmoitti lukevansa lehteä yleissivistyksen vuoksi ja mielenkiinnosta kansainväliseen politiikkaan ja talouteen.

Yksinkertaisesti: Suomen ulkopoliitikka kiinnostaa, koska kansainväliset suhteemme ovat koko maan kannalta ratkaisevan tärkeitä, erityisesti suhteemme Venäjään.

Lehti on helppo tapa syventyä erilaisiin teemoihin, joita ei muuten, esim. työn kautta tule seurattua tai ei ennätä seurata.

Lehteä kiiteltiin myös hyvän taustatiedon tuottamisesta ja analyyseistä.

Luen lehteä pysyäkseni ajan tasalla kansainvälisen politiikan tapahtumista ja saadakseni analyysejä ja taustatietoja.

Lehden näkökulmaa ja lähestymistapaa asioihin pidettiin myös kiinnostavana.

Olen kiinnostunut lehden erilaisesta katsontakannasta Suomen muun median yhden "totuuden" välittämiseen verrattuna.

Lehden konseptia pidettiin myös onnistuneena ja lehteä kuvailtiin asialliseksi, ajankoh-
taiseksi ja tiiviiksi. Viisi prosenttia vastaajista kertoi lukevansa lehteä, koska lehti on
laadittu hyvin ja sen tuottamaa tietoa pidettiin tärkeänä.

Aikakauslehti sisältää analysoidumpaa tietoa kuin päivittäismediat.

Lehti syventää muusta mediasta lukemaani.

Olen kiinnostunut aihepiiristä ja koen lehden laadukkaaksi kirjoittajien tutkijataustan
vuoksi.

Lehteä luettiin myös politiikkaan liittyvän harrastuneisuuden perusteella. Noin kahdek-
san prosenttia vastaajista kertoi harrastavansa ulkopoliitiikan seuraamista.

Harrastan ulkopoliitiikan seuraamista. Osittain sivuaa myös nykyisiä työtehtäviä
tutkijana.

Suuri osa vastaajista hyötyy lehden tuottamasta sisällöstä työssään tai opinnoissaan. 20
prosenttia ilmoitti lukevansa lehteä työn vuoksi ja 11 prosenttia opiskelujen vuoksi.

Pörssi-yhtiöitten hallituksen jäsenenä on seurattava myös ulkopoliitiikkaa.

A loin tilata lehteä jo opiskeluaikana. Nykyään hyödynnän juttuja tilanteen mukaan
myös opetustyössä, vähintään omien tietojen parantamiseksi, kuvioita ja joitain juttuja
myös opiskelijoiden kanssa.

Olen poliitikko, ja ulkopoliitiikka kiinnostaa. Haluan lukea oikeaa ja monipuolista tietoa
ulkopoliitiikasta.

Monet työn ja opiskelujen vuoksi lehteä lukevat vastaajat ilmoittivat lukevansa lehteä myös henkilökohtaisen kiinnostuksen vuoksi. Usealle vastaajalle oli tärkeää, että lehti on suomenkielinen.

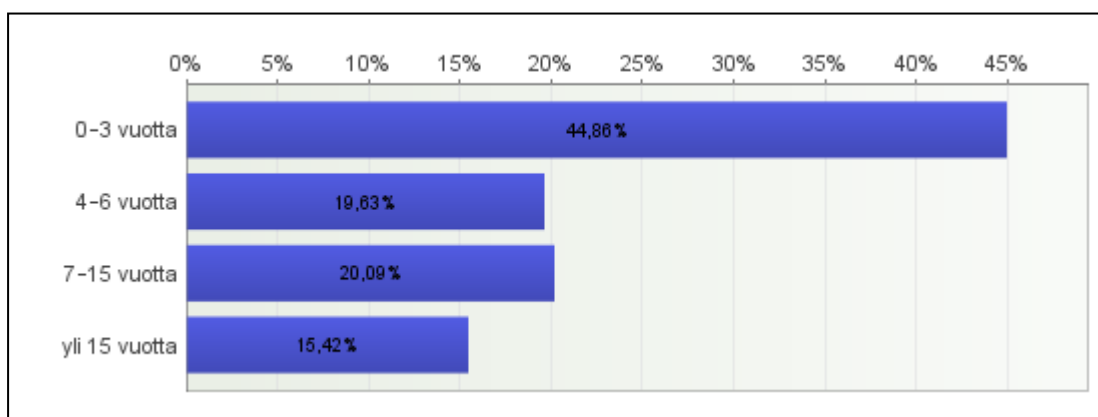
Monipuolinen julkaisu opintoalaan liittyvistä teemoista. Hienoa, että voi lukea korkea tasoisia artikkeleita oman alan asioita vaihteeksi myös suomeksi.

Paras, ja ehkä ainoa tapa seurata tässä iässä maailmanmenoa suomeksi

6.3 Lukutottumukset ja tilausmuoto

Kyselyn toinen osio käsitteli lehden tilaajien lukutottumuksia. Lehden ja lukijoiden suhde vaikuttaa toimivalta ja suurin osa lukijoista paneutuu hyvin lehden sisältöön. Lehteä luetaan pääasiassa vapaa-ajalla ja yli puolet vastaajista lukee puolet lehden jutuis-ta tai koko lehden. Loput vastaajista ilmoittivat lukevansa ainakin muutaman artikkelin. Pinnallisesti, vain lehden selailemalla, lukevia oli vastaajista vain murto-osa. Lehdellä on osittain hyvin vakiintunut tilaajakanta, ja tutkimukseen osallistuneista vas-taajista 15 prosenttia on tilannut lehteä jo yli 15 vuotta. Uusimmat tilaajat ovat tilanneet lehteä 0–3-vuotta, ja heidän määränsä vastaajista oli lähes puolet. Tämä antaa viitettä, että lehdellä on kysyntää myös vakiintuneen tilaajakannan ulkopuolella ja uutta lukija-kuntaa syntyy jatkuvasti.

N=214



Kuvio 8. Kuinka kauan vastaajat ovat tilanneet lehteä.

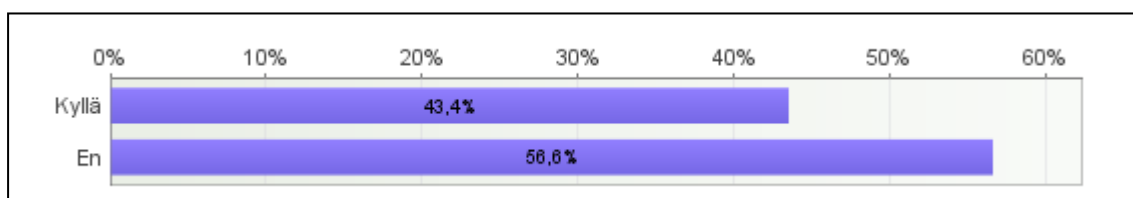
Vastaajien ikäjakauman mukaan lehteä 0–3-vuotta tilanneiden lukijoiden joukkoon kuuluu suurin osa lehden nuoremmista lukijoista. Tässä ryhmässä olivat kaikki alle 24-vuotiaat vastaajat ja valtaosa 25–44-vuotiaista vastaajista sekä puolet 45–54-vuotiaista.

Yli puolet kyselyyn vastanneista naisista kuului myös tähän ryhmään, samoin suurin osa opiskelijoista. Lehteä markkinoidaan opiskelijoille, mikä selittää lyhyen tilausajan. He aloittavat lehden tilauksen opiskeluaikoina ja tilaus saattaa jatkua työelämään siirryttyessä. 7–15-vuotta tai pidempään lehteä tilanneista lukijoista suurin osa oli 55–74-vuotiaita.

Vastaajien mielipiteet lehden ilmestymistiheydestä jakoi mielipiteet. 43 prosenttia oli tyytyväisiä nykyiseen määrään ja yli puolet toivoisi lehden ilmestyvän kuusi kertaa vuodessa. Lopuista 6,1 prosentista 5 toivoi lehden ilmestyvän 12 kertaa vuodessa ja kuusi toivoi lehden ilmestyvän vähintään 8 kertaa vuodessa. Myös erikoisnumeroita toivottiin normaalin 4 lehden lisäksi.

Alle puolet vastaajista olisi valmis maksamaan enemmän, jos lehti ilmestyisi useammin. Hieman yli puolet vastaajista ei maksaisi ilmestymiskertojen lisäämisestä. Vastaajan tulotaso ei vaikuttanut mielipiteeseen, ja vastaukset jakaantuivat tasaisesti eri tulotasojen suhteen. Merkillepantavaa oli ainoastaan, että kolmanneksi suurimmasta tuloryhmästä jonka arvioidut vuositulot olivat 61 000 – 100 000€, jopa 80 prosenttia ei ollut halukas maksamaan enempää ilmestymiskertojen lisäämisestä.

N=212



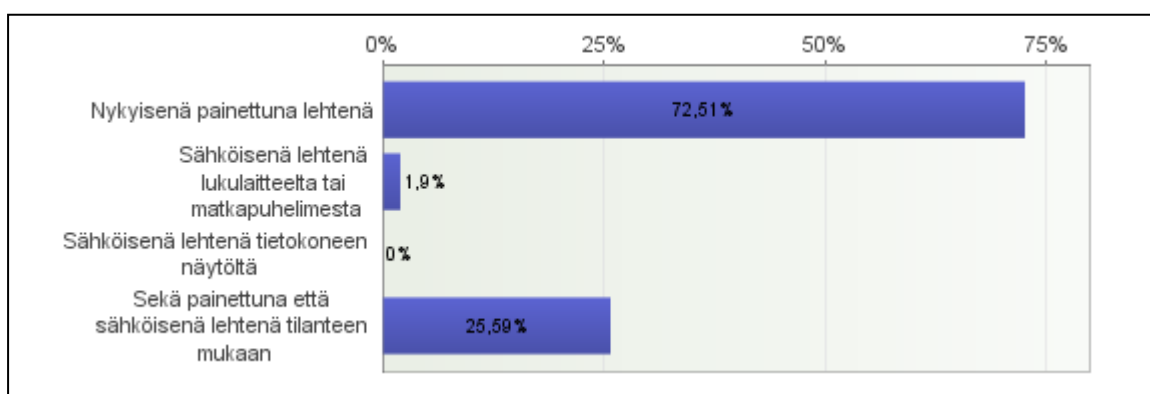
Kuvio 9. Olisitko valmis maksamaan lehdestä enemmän?

Vastaajista 88 prosenttia oli sitä mieltä, että lehden sivumäärä on nykyisellään sopiva. 9 prosenttia piti sivumäärää liian pienenä ja 3 prosenttia liian suurena. Lehteä luetaan enimmäkseen vapaa-ajalla ja vastaajista 94 prosenttia ilmoitti lukevansa lehteä muualla kuin töissä. Internetissä julkaistavaa Ulkopoliitikka-lehden aineistoa seuraa vastaajista 22 prosenttia. Innokkaimmin verkkosivuja seuraavat 35–44-vuotiaat, joista peräti 42 prosenttia luki sivustoja. Vähiten verkkosivuja seurasivat 55–64-vuotiaat ja yli 75-vuotiaat.

Valtaosa lukijoista ei kaivannut lehden printtiversioiden rinnalle muita sovelluksia. Vastaajista 73 prosenttia haluaisi lukea ainoastaan nykyistä painettua lehteä. 26 prosenttia luki-

si lehden sekä painettuna että sähköisenä lehtenä tilanteen mukaan. Mielipiteet jakautuivat kaikkien ikäryhmien kesken melko tasaisesti, mutta myös pientä hajontaa löytyi. Alle 64-vuotiaiden vastaajien keskuudessa toivottiin enemmän sekä painetun lehden että sähköisen lehden yhdistelmää tilanteen mukaan. Vanhimmat lukijat tyytyisivät mieluiten pelkkään printtiversioon.

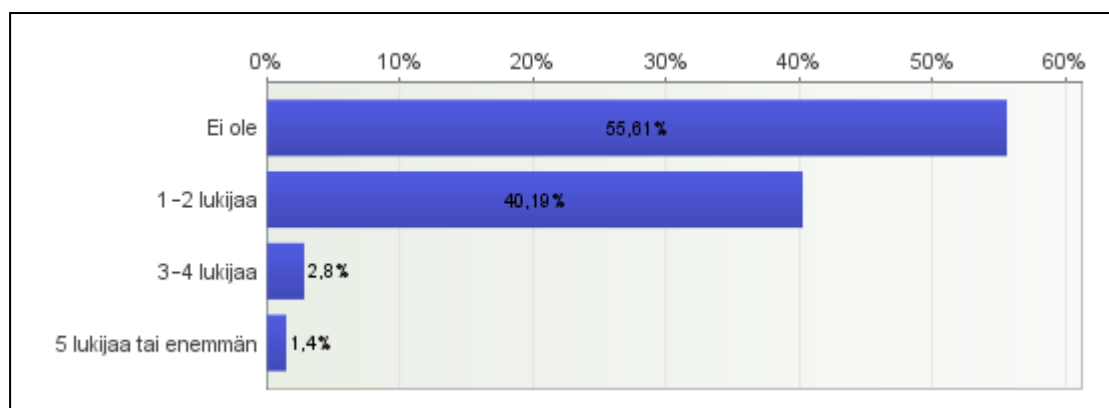
N=211



Kuvio 10. Miten lehteä halutaan lukea?

Talouteen tai työpaikalle tulevaa lehteä luki keskimäärin yksi henkilö, mutta myös 40 prosenttia vastaajista ilmoitti, että lukijoita on 1–2 henkilöä.

N=214

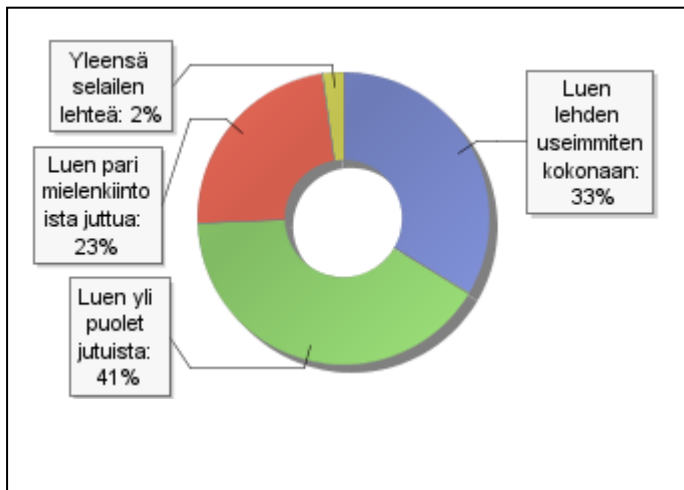


Kuvio 11. Kuinka moni henkilö lukee talouteen tai työpaikalle tulevaa Ulkopoliitiikka-lehteä?

Vastaajat lukevat lehteä melko tunnollisesti. Lehdestä luetaan useimmiten yli puolet jutuista, mutta jopa 33 prosenttia (N=87) kaikista vastaajista ilmoitti lukevansa lehden kokonaan. Aktiivisimmin lehteä lukivat nuoremmat vastaajat. Lähes puolet 25–34-

vuotiaista vastaajista lukee lehden useimmiten kokonaan, kun taas vastaava luku 65–74-vuotiaiden vastaajien keskuudessa oli vain 25 prosenttia. Yli 45 vuotta vanhemmista lukijoista kolmannes luki lehdestä vain pari mielenkiintoista juttua.

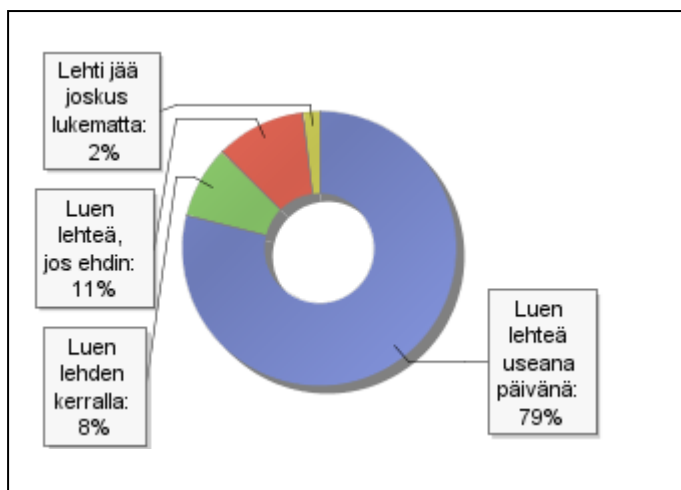
N=212



Kuvio 12. Miten lehteä luetaan.

Lehden lukemiseen käytetään verrattain paljon aikaa, ja lähes 80 prosenttia (N=169) vastaajista ilmoitti lukevansa lehteä useampana päivänä. Lähes kaikki niistä lukijoista, jotka lukevat yli puolet lehden jutuista, käyttävät lehden lukemiseen useamman päivän. Naiset ilmoittivat miehiä useammin lukevansa lehteä vain jos ehtivät.

N=214

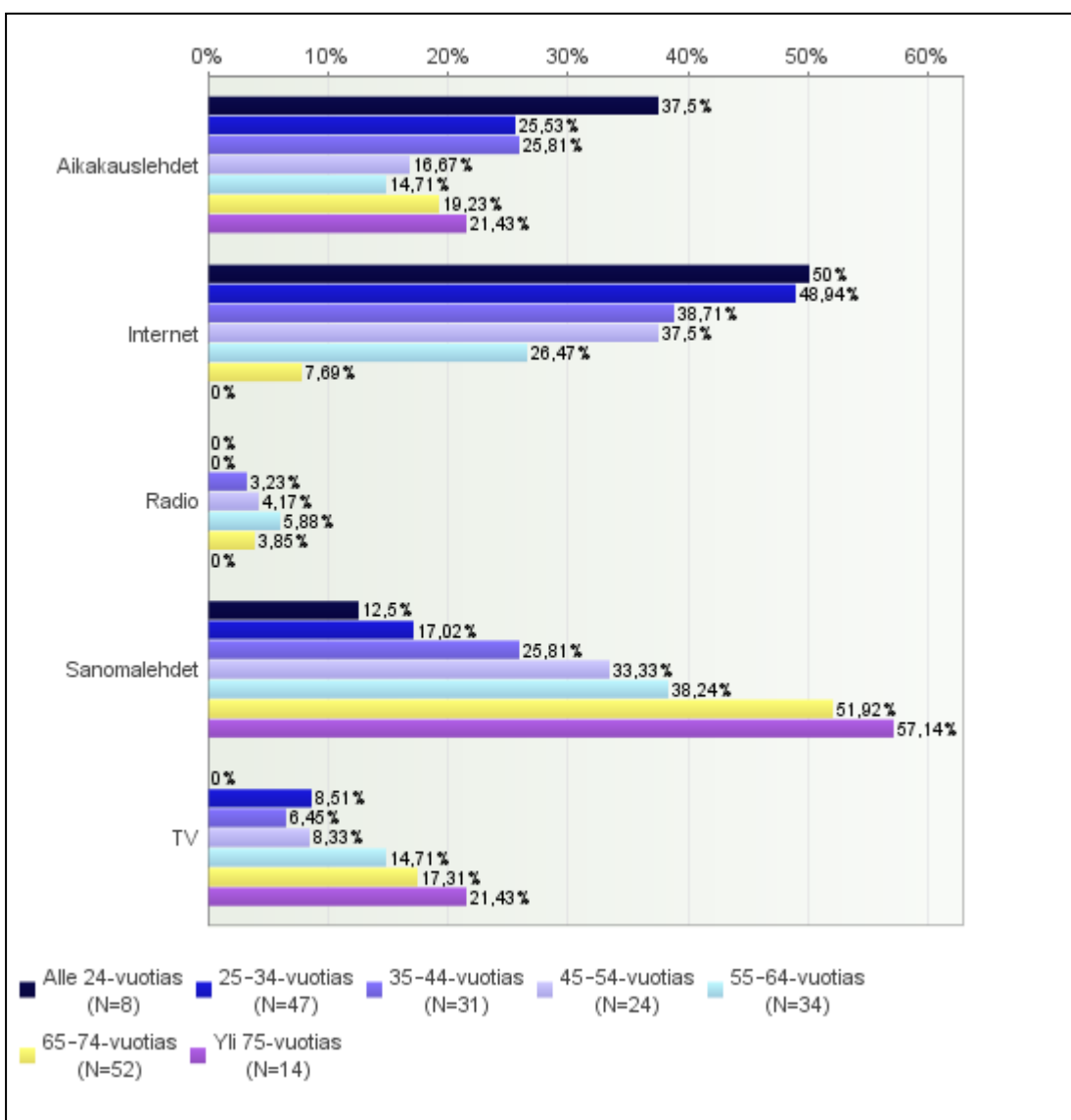


Kuvio 13. Kuinka paljon aikaa lehden lukemiseen käytetään.

6.3.1 Mistä lähteistä lukijat hakevat tietoa ulkopoliitikasta?

Lukijoilta kysyttiin mistä muista lähteistä he saavat parhaiten tietoa kansainväliseen politiikkaan liittyvistä aiheista. Suurin osa ilmoitti sanomalehdet ensisijaiseksi lähteeksi. Niitä seurasi ahkerimmin yli 45-vuotiaat vastaajat. Yli puolet 65 vuotta täyttäneistä tai vanhemmista piti sanomalehtiä parhaana tietolähteenä kansainvälisen politiikan seuraamiseen. Internetistä tietoa haki 29 prosenttia vastaajista, joista lähes puolet oli alle 35-vuotiaita lukijoita. Vastaava luku yli 65-vuotiaiden lukijoiden keskuudessa oli vain 8 prosenttia. Aikakauslehdistä kansainvälisen politiikan tapahtumia seurasi 22 prosenttia, joista aktiivisimpia oli 25–44-vuotiaat ja nuoremmat. TV:stä aiheita seurasi 12 prosenttia vastaajista, joista suurin osa oli yli 55-vuotiaita.

N=212



Kuvio 14. Mistä lähteistä saat parhaiten tietoa kansainväliseen politiikkaan liittyvistä aiheista?

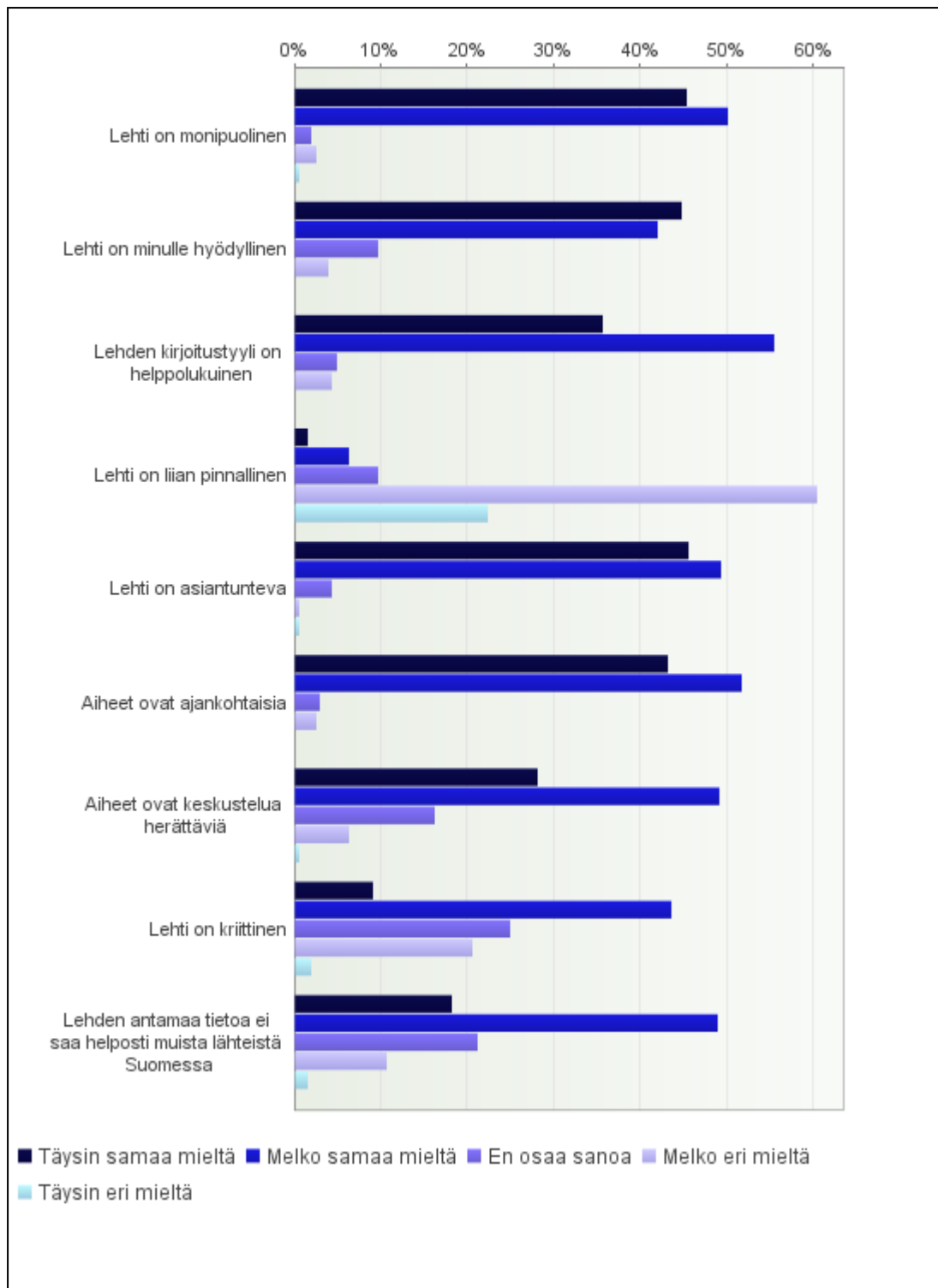
Lukijoilta kysyttiin myös mitä muita kansainvälisen politiikan alan julkaisuja he lukevat ja minkä lehden he saattaisivat ostaa tai tilata Ulkopoliitikka-lehden sijaan. Tämän kysymyksen avulla lehden toimitus sai tietoa siitä, minkätyylliset lehdet kiinnostavat lukijoita. Vastaajista suurin osa ilmoitti lukevansa enemmän kuin yhtä muuta julkaisua Ulkopoliitikka-lehden lisäksi. Suosituinta The Economist-lehteä ilmoitti lukevansa 20 prosenttia vastaajista. 12 prosenttia luki Le Monde diplomatique & Novaja Gazeta-lehteä ja kuusi prosenttia Suomen Kuvalehteä sekä Time-lehteä. Muita luettuja julkaisuja olivat muun muassa Financial Times, Kanava, Foreign Affairs, Der Spiegel, Kehitys/Utvecling, Maanpuolustus ja Ydin.

Ulkopoliitikka-lehden sijaan lukijat ostaisivat tai tilaisivat mieluiten The Economist lehden (12 prosenttia), Suomen Kuvalehden (11 prosenttia), LeMonde diplomatique & Novaja Gazeta-lehden (7 prosenttia), Kanava-lehden (6 prosenttia) tai Foreign Policy-lehden (4 prosenttia).

6.4 Lehden sisällön arviointi

Lehden nykyiseen sisältöön oltiin pääasiassa tyytyväisiä. Vastaajista lähes puolet piti lehteä monipuolisena itselleen hyödyllisenä ja asiantuntevana. Noin puolet vastaajista oli myös melko samaa mieltä, että lehden kirjoitustyyli on helppolukuinen, aiheet ovat ajankohtaisia ja keskustelua herättäviä eikä lehden antamaa tietoa saa helposti muista lähteistä.

Ristiintaulukoinnin avulla selvitin eri ammattiryhmien ja ikäluokkien asenteita lehden sisältöön. Ammattiaseman mukaan vertailtaessa lehden sisällöstä oltiin kaikissa ryhmissä pääasiallisesti samaa mieltä. Erojakin löytyi. Ne liittyivät lehden kriittisyyteen sekä siihen herättävätkö aiheet keskustelua, ja löytyykö lehden antamaa tietoa muista lähteistä. Eroavia mielipiteitä oli kussakin ryhmässä, mutta koska eri ryhmien vastaajamäärissä oli suuriakin eroja, on tuloksien tarkastelussa otettava huomioon, että vastaukset ovat suuntaa antavia, eikä niiden perusteella ei voi määritellä tarkalleen todellista mielipidettä.



Kuvio 15. Mitä mieltä olet lehden sisällöstä?

Lehteä ei pidetty pinnallisena, mutta 18 prosenttia johtavassa asemassa olevista vastaajista oli melko eri mieltä tästä väittämästä. Ikäluokkien mielipiteitä vertailtaessa olivat mielipiteet yhtenäisiä. Aiheita piti keskustelua herättävinä kaikista ammattiryhmistä yli 59 prosenttia vastaajista. Melko eri mieltä oli 15 prosenttia ylemmistä toimihenkilöistä.

Melko samaa mieltä lehden kriittisyydestä oli kaikkien ammattiryhmien kohdalla yli 35 prosenttia vastaajista. Ammattiryhmien välillä lehden kriittisyydestä olivat melko eri mieltä 30 prosenttia ylemmistä toimihenkilöistä, 29 prosenttia yrittäjistä ja freelancereista, 24 prosenttia johtavassa asemassa olevista henkilöistä ja 19 prosenttia eläkeläisistä ja 16 prosenttia asiantuntijoista. Täysin kriitikittömänä lehteä piti ainoastaan 8 prosenttia eläkeläisistä ja 5 prosenttia opiskelijoista.

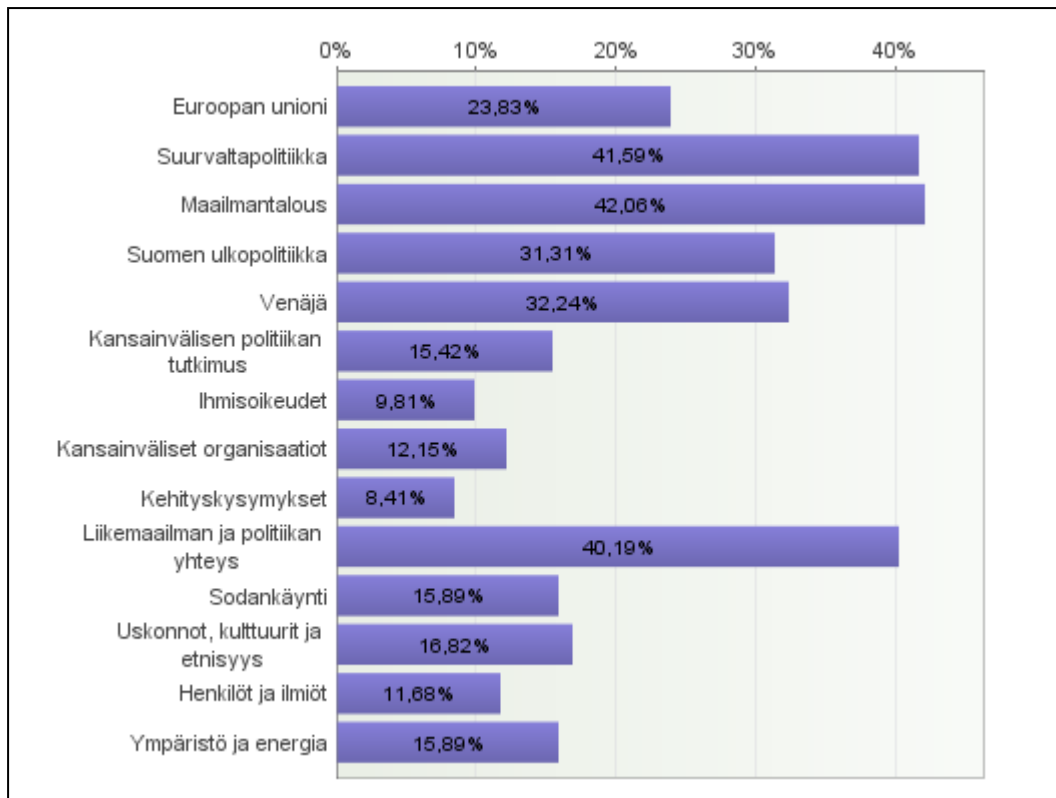
Ikäryhmien välisessä vertailussa valtaosa vastaajista piti lehteä kriittisenä, mutta vastaajaryhmistä 55–64-vuotiaista 32 prosenttia oli asiasta melko eri mieltä. Myös yli 20 prosenttia 25–54-vuotiaista ja yli 75-vuotiaista toivoivat enemmän kriittisyyttä lehden artikkeleihin. Avoimien kysymysten kohdalla toivottiin myös lehteen kriittisyyttä:

Suomen ulkopoliittikkaa pitäisi käsitellä laajemmin ja kriittisemmin. Muun muassa pitäisi vaatia selkeitä perusteluja sille, miksi Suomen ulkopoliittikan keskiössä ei ole suomalaisten etujen ja oikeuksien puolustaminen.

Lehdessä voisi olla kansainvälisiä suhteita käsitteleviä kriittisiä analyysejä, joissa käsiteltäisiin perusteellisesti taloudellisia suhteita ja perimmäisiä edunsaajia kansainvälisissä taloustoimissa.

Kaikista ammattiryhmistä vähintään 58 prosenttia oli melko samaa mieltä, että lehden antamaa tietoa ei saa helposti muista lähteistä Suomessa. Melko eri mieltä väittämästä oli 22 prosenttia johtavassa asemassa olevista vastaajista, 11 prosenttia opiskelijoista ja 14 prosenttia eläkkeellä olevista vastaajista. Ikäryhmittäin vertailtaessa eri mieltä väittämästä oli 13 prosenttia 24–44-vuotiaista.

Lukijoita pyydettiin valitsemaan alla olevista vaihtoehdoista kolme, joista he lukisivat mieluiten lehdessä. Vastaajat kaipasivat lehteen eniten juttuja suurvaltapoliitikasta, maailmantaloudesta ja liikemaailman ja politiikan yhteyksistä.



Kuvio 16. Mistä aihealueista haluaisit lukea lehdestä?

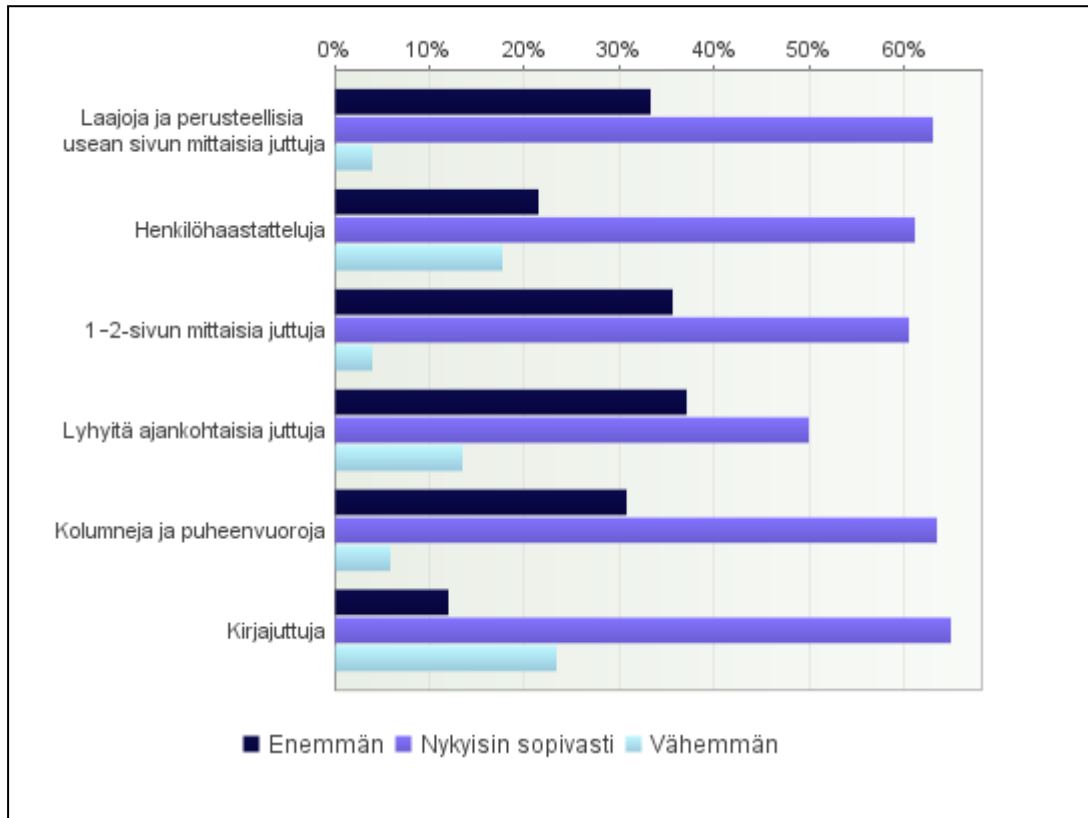
Kun vastauksia vertailtiin eri ikäryhmien välillä, tuli esille eroja kiinnostuksen kohteissa. Alle 24-vuotiaita kiinnostivat eniten suurvaltapoliitikka, liikemaailman ja politiikan yhteydet ja sodankäynti. 25–34-vuotiaita kiinnostivat muita ikäryhmiä selvästi enemmän ihmisoikeudet, kansainväliset organisaatiot, kehityskysymykset, liikemaailman ja politiikan yhteys sekä ympäristö ja energia. 35–44-vuotiaita kiinnostivat suurvaltapoliitikka, liikemaailman ja politiikan yhteydet, sodankäynti ja maailmantalous. 55–64-vuotiaita kiinnostivat muita ikäryhmiä enemmän suurvaltapoliitikka, maailmantalous, Venäjä, liikemaailman ja politiikan yhteydet ja Suomen ulkopoliitikka. 65–74-vuotiaiden ryhmässä muita ikäluokkia enemmän kiinnostivat suurvaltapoliitikka, Venäjä ja Suomen ulkopoliitikka.

Naisten ja miesten välillä oli pieniä eroja vastauksissa. Miehiä kiinnostivat jutut suurvaltapoliitikasta, Suomen ulkopoliitikasta ja Venäjistä. Naiset toivoivat selvästi miehiä enemmän juttuja ihmisoikeuksista, kansainvälisistä organisaatioista, kehityskysymyksistä, henkilöistä ja ilmiöistä, uskonnoista, kulttuurista ja etnisyydestä sekä ympäristöstä ja energiasta. Muut aiheet kiinnostivat tasapuolisesti, tosin miehet toivoivat vähän enemmän juttuja sodankäynnistä ja naiset kansainvälisen politiikan tutkimuksesta.

6.4.1 Lehden juttutyypit ja vakiopalstat

Lehteen toivottiin nykyistä enemmän lyhyitä ajankohtaisia juttuja, laajoja ja perusteellisia usean sivun mittaisia juttuja, 1-2 sivun mittaisia juttuja sekä kolumneja ja puheenvuoroja.

N=212



Kuvio 17. miten arvioisit lehden sisältöä?

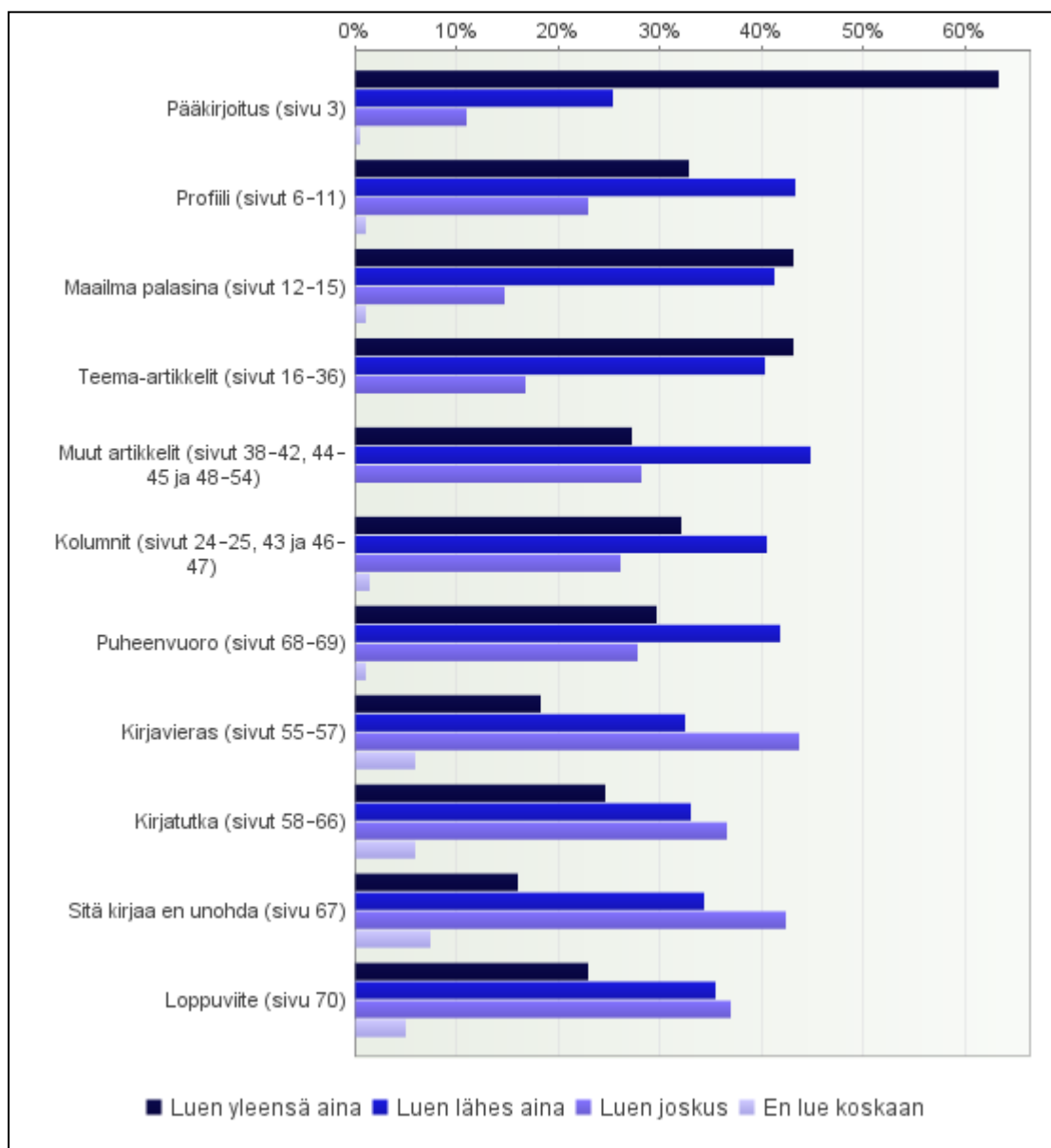
Alle 44-vuotiaat lukijat toivoivat lehteen enemmän laajoja ja perusteellisia usean sivun mittaisia juttuja. Näitä toivoivat eri ammattiryhmiä vertailtaessa myös muita enemmän asiantuntijat. Vanhemmat, yli 45-vuotiaat, lukijat toivoivat puolestaan lehteen enemmän lyhyempiä 1–2-sivun mittaisia juttuja. Myös naiset toivoivat niitä enemmän kuin miehet. Lyhyitä ajankohtaisia juttuja toivottiin lisää melko tasapuolisesti kaikissa ikäryhmissä. Naiset toivoivat niitä miehiä enemmän.

Kolumneja ja puheenvuoroja halusivat lehteen erityisesti 55–77-vuotiaat. Kirjajuttujen määrää piti liian suurena 23 prosenttia lukijoista. Erityisesti nuoret ja 55–64-vuotiaat

lukijat vähentäisivät kirjajuttujen määrää. Enemmän kirjajuttuja toivoivat lehteen työntekijät ja eläkeläiset.

Lukijoilta pyydettiin arvioimaan erikseen miten he lukevat lehden eri palstoja. Palstat olivat lueteltuna sivujärjestyksen mukaan ja lukijoilla oli mahdollisuus katsella kyselyn yhteydessä lehteä sähköisen linkin avulla. Palstojen arviointi antoi toimitukselle tärkeää tietoa palstojen tarpeellisuudesta ja lukijoiden kiinnostuksesta.

N=211



Kuvio 18. Mitä luen lehdestä?

Kaikkia palstoja lukee lähes aina puolet vastanneista. Lehden palstoista pääkirjoitus oli selvästi tärkeä suurimmalle osalle lukijoista. Se on lehden ensimmäinen juttu, jossa päätoimittaja esittelee numeron tema-aiheen. 63 prosenttia vastaajista lukee pääkirjoituksen aina ja 25 prosenttia lähes aina.

Pääkirjoituksen jälkeen tulevassa profiilissa haastatellaan kiinnostavia oman alansa asiantuntijoita. Tätä palstaa lukee lähes aina 76 prosenttia vastaajista. Useimmin se jää lukematta 45–54-vuotiailta vastaajilta.

Lehden alussa olevan lyhyitä, ajankohtaisia juttuja sisältävän Maailma palasian-osion luki aina 40 prosenttia vastaajista. Palsta kiinnosti nuorempia lukijoita, ja 25–44-vuotiaista yli 50 prosenttia ilmoitti lukevansa sen aina. Vanhemmilla lukijoilla vastaava luku oli hieman yli tai alle 30 prosenttia. Ammattiryhmien mukaan palsta kiinnosti eniten opiskelijoita, ylempiä toimihenkilöitä ja asiantuntijoita, joista yli puolet lukee palstan aina.

Teema-artikkeleita lukee ahkerimmin 25—34-vuotiaat, mutta myös muista ikäryhmistä 70 prosenttia ilmoitti lukevansa artikkelit lähes aina. Ainoastaan yli 75-vuotiaista jopa 36 prosenttia luki teema-artikkelit vain joskus. Ammattiryhmän mukaan tarkasteltuna innokkaimpia lukijoita ovat työntekijät, opiskelijat ja asiantuntijat. Eläkeläisistä 28 prosenttia ja yrittäjistä 22 prosenttia lukee teema-artikkelit vain joskus.

Muita kuin teema-artikkeleita lukee 71 prosenttia vastaajista ja puolet 45–64-vuotiaista ilmoitti lukevansa niitä vain joskus. Kolumneja lukee lähes aina 72 prosenttia vastaajista, ja 35–54-vuotiaita vastaajia ja ne kiinnostivat vähiten. Suurin ammattiryhmä, joka ilmoitti lukevansa kolumneja vain joskus, oli ylemmät toimihenkilöt (40 prosenttia) ja eläkeläiset (31 prosenttia).

Puheenvuoro on lehden lopussa oleva aukeaman mittainen asiantuntija-artikkeli, jossa pohditaan ulkopoliittikan tutkimukseen liittyviä aiheita. Palstaa lukee aina tai lähes aina 70 prosenttia vastaajista. Innokkaimpia seuraajia ovat 25–34-vuotiaat. Yli 40 prosenttia 35–54-vuotiaista ilmoitti lukevansa palstaa joskus. Ammattiryhmän mukaan vertailtaes-

sa vähiten palstaa lukevat asiantuntijat, joista 59 prosenttia ilmoitti lukevansa palstaa joskus.

Lehden loppuosassa on kattava kirjakatsaus, johon kuuluvat palstat Kirjavieras, Kirjatutka ja Sitä kirjaa en unohda. Kirjavieras- palstaa ilmoitti seuraavansa aina tai lähes aina puolet vastaajista. 44 prosenttia seurasi palstaa joskus, ja 6 prosenttia ilmoitti, että ei lue palstaa koskaan. Aktiivisimmin palstaa lukivat 55–64-vuotiaat ja yli 75-vuotiaat. 15 prosenttia ylemmistä toimihenkilöistä ei lue koskaan palstaa.

Kirjatutkaa seurasi aina tai lähes aina 58 prosenttia lukijoista. Joskus palstaa luki 37 prosenttia vastaajista. Kuusi prosenttia vastaajista ei lue koskaan tätä palstaa. Eniten Kirjatutkaa seurasivat 35–44-vuotiaat, joista 75 prosenttia ilmoitti lukevansa sitä aina tai lähes aina. Palstaa lukivat myös yli puolet ylemmistä toimihenkilöistä, asiantuntijoista ja opiskelijoista.

Sitä kirjaa en unohda-palstaa lukee aina tai lähes aina 50 prosenttia lukijoista ja joskus 42 prosenttia. Kahdeksan prosenttia vastaajista ei lue koskaan palstaa. Tähän ryhmään kuului eniten 55–64-vuotiaita vastaajia. Innokkaimpia palsta lukijoita olivat 25–44-vuotiaat ja 65–74-vuotiaat, joista hieman yli puolet seurasi palstaa aina tai lähes aina. Ammattiryhmien mukaan eniten kiinnostuneita palstan jutuista olivat opiskelijat ja eläkeläiset. Ylemmistä toimihenkilöistä 25 prosenttia ei lue palstaa koskaan.

Lehden viimeisellä sivulla olevaan loppuviitteeseen on kerätty mielenkiintoista faktatietoa lehden teemaan liittyen. Tätä palstaa luki aina tai lähes aina 68 prosenttia vastaajista. Viisi prosenttia vastaajista ei lue sitä koskaan. Eniten palsta kiinnosti nuorempia lukijoita. 40 prosenttia yli 55-vuotiaista lukee palstaa vain joskus tai koskaan. Naisten ja miesten lukumieltyksien välillä ei ollut suuria eroja. Kirja-osion palstoja lukivat jonkun verran enemmän naiset.

Konseptia käsittelevässä osiossa kysyttiin lukijoilta, mikä on heidän mielestään uusimman numeron kiinnostavin juttu. Kysymykseen vastasi 152 lukijaa. Vastaukset antoivat hyvän kuvan mitä lehdestä yleensä luetaan ja mikä kiinnittää lukijan huomion. Mielenkiintoista vastauksissa oli, että ne kattoivat lähes koko lehden jutut. Eniten lukijoita

kiinnostivat teema-kokonaisuus rahasta, erityisesti Juha Tarkan artikkeli ”Pitkä tie kul-
lasta paperirahaan”.

Ajankohtainen teema, joka oli sidottu mielenkiintoisesti pidempään historialliseen kehi-
tykseen.

Myös juttu kyberasekilpailusta puhutteli lukijoita.

Juttu kyberasekilvasta oli kiinnostava. Maailmassa helposti ajatellaan, että vakoilu ja
asevarustelu vähenevät. Se ei pidä paikkaansa, muodot vain muuttuvat esimerkiksi
valtioninstituutioiden vakoilusta teollisuusvakoiluun, ja perinteisestä asevarustelusta
vaikkapa kyberaseisiin. Siksi on tärkeää tuoda tällaisia näkökulmia esiin, että
ymmärrämme muuttuvaa maailmaa ja sen ilmiöitä.

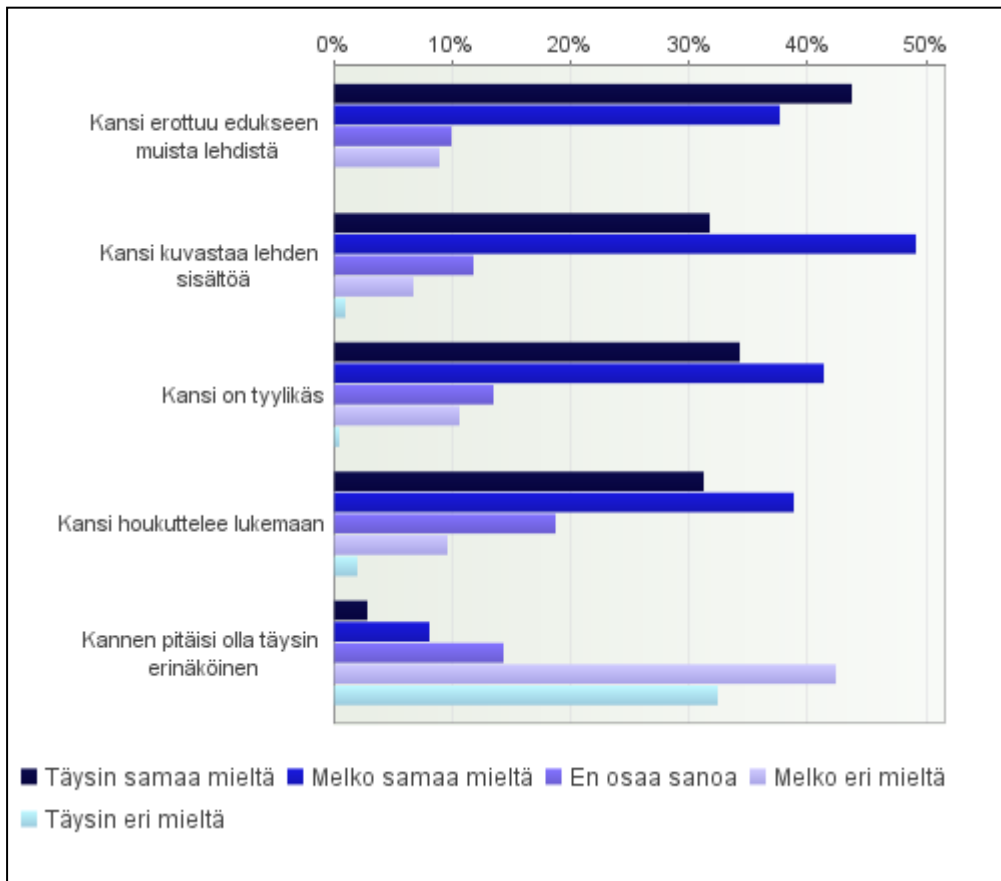
Profilissa Sirkka Hämäläinen kertoi näkemyksiään euron luomisesta ja sen kaatamisen
riskeistä. ”Sitkeästi euron puolesta ” kiinnosti lukijoita kolmanneksi eniten. Lehden
jutut luetaan huolellisesti, ja vastauksissa oli perusteltu miksi juuri tietty artikkeli tai
palsta kiinnosti eniten.

Sirkka Hämäläisen haastattelu oli yhtä aikaa kompakti ja kattava juttu, jossa käsiteltiin
laajoja eurokriisikysymyksiä ymmärrettävästi henkilöaspektia unohtamatta.

6.5 Mitä mieltä lukijat ovat lehden visuaalisesta ilmeestä

Lukijoiden mielipidettä lehden ulkoasusta arvioitiin viisiportaisella asteikolla. Ulkoasus-
ta arvioitiin erikseen kansi ja sisäsivujen visuaalinen ilme. Kannen neljä uusinta nume-
roa oli lisätty kuvina havainnollistamaan kuvitusta.

Vastauksista voisi päätellä, että lukijat ovat melko tyytyväisiä kannen omaleimaiseen
tyyliin. Myönteisesti erottuminen on kilpailutilanteessa aina eduksi, eikä samanlaisuus
ole kilpailuvaltti. Pienikin omaleimainen ratkaisu kannessa auttaa erottumaan kilpaili-
joista. (Rantanen 2007, 86.)



Kuva 19. Mitä mieltä olet lehden kannesta?

Kannen todettiin erottuvan edukseen muista lehdistä melko yksimielisesti ja 81 prosenttia vastaajista oli täysin tai melko samaa mieltä siitä. Kantta ei tosin pitänyt kovin edustavana neljäsosa 25–34-vuotiaista, jotka olivat melko eri mieltä väittämästä. Vastajat olivat myös suhteellisen yksimielisiä, että kansi kuvastaa lehden sisältöä ja 81 prosenttia vastaajista oli vähintään melko samaa tai samaa mieltä väittämästä.

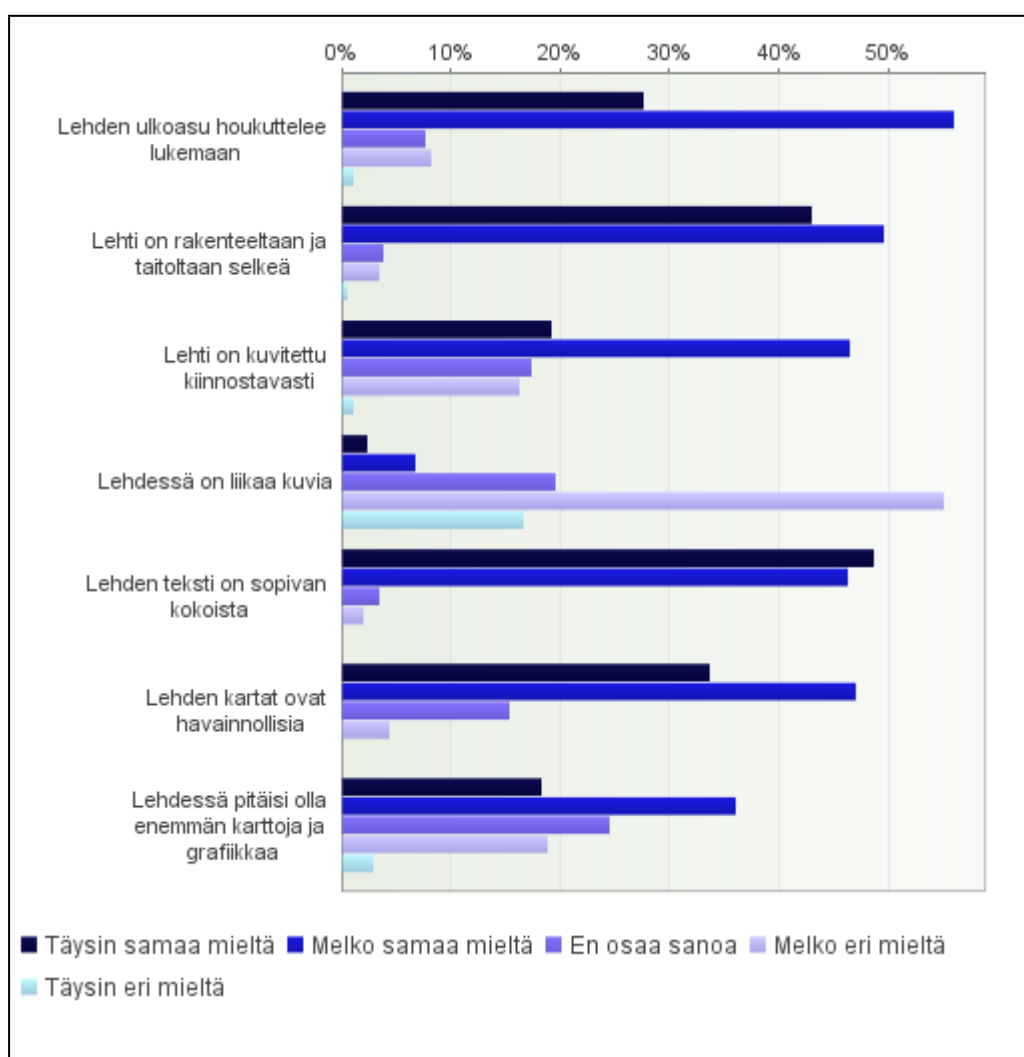
Kantta piti tyylikkäänä 75 prosenttia vastaajista ja 70 prosentin mielestä se myös houkuttelee lukemaan. Tyylikkyydestä eivät olleet täysin samaa mieltä muiden kanssa ja 45–54-vuotiaat, joista vain puolet yhtyi väittämään ja 12 prosenttia oli melko eri mieltä. Nuorimmat vastaajat eivät myöskään olleet yksimielisiä tyylikkyydestä ja lähes viidesosa oli väittämästä melko eri mieltä.

Kannatusta houkuttelevuudelle tuli hieman vähemmän kuin muille väittämille. Etenkin nuoremmilta vastaajilta tuli soraääniä houkuttelevuudesta. Myös kymmenen prosenttia vastaajista oli melko samaa mieltä, että kannen pitäisi olla täysin erinäköinen. Kansi ei

ehkä herätä lukijoissa tarpeeksi tunteita, ja jotain pientä ”koukkuu” kaivattaisiin houkuttelevuuden lisäämiseksi. Muutamat vastaajat toivoivat avoimessa vastauskentässä ohuempaa paperia kanteen, valokuvia piirrosten sijaan ja hillitympää ilmettä.

Visuaalinen perussuunnittelu, muotoilu luo lehdelle tunnistettavan linjan, jota numero-kohtainen suunnittelu, taitto, toteuttaa ja muuntelee sovituisissa rajoissa (Rantanen 2007, 26). Lehden ulkoasuun oltiin pääasiallisesti tyytyväisiä ja lehden taittoa pidettiin selkeänä. Ulkoasua pidettiin myös houkuttelevana, mutta 35–44-vuotiaat olivat väittämästä vahvimmin eri kannalla. Jopa 16 prosenttia toivoi jotain muutosta ulkonäköön.

N=214



Kuvio 20. Mitä mieltä olet lehden ulkoasusta yleensä?

Lehden kuvitusta piti kiinnostavana vain 66 prosenttia vastaajista, mikä viittaa siihen, että kuvitukseen panostaminen voisi olla yksi kehityskohde visuaalisen ilmeen suhteen

tulevaisuudessa. Erityisesti nuoremmat vastaajat toivoivat kuvitukseen lisää kiinnostavuutta. Kuvia toivottiin myös yksimielisesti lisää lehteen, ja vain 9 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että niitä on liikaa. Kuva huomioidaan sivulta ensimmäisenä, ja siksi se on elementtinä vahva sisällön myyjä. Nopeana elementtinä se aiheuttaa välittömän tunnereaktion ja sanotaankin, että tekstiä ajatellaan ja kuva tunnetaan. (Rantanen 2007, 135.) Avokysymysten vastauskentässä toivottiin myös lisää kuvitusta lehteen.

Kuvituksen lisääminen tekisi lehden ulkoasusta ilmavamman ja raikkaamman.

Lehden tekstin kokoon oltiin tyytyväisiä ja karttoja pidettiin havainnollisina. Karttoja ja grafiikkaa toivoi lisää 54 prosenttia lukijoista. Avoimissa vastauskentissä oli myös 8 mainintaa, joissa vastaajat toivoivat lehteen lisää infografiikoita. Lukijat toivoivat tiivistettyjä taulukoita, karttoja ja pidemmälle mietittyä grafiikkaa.

Avoimien vastausten joukosta nousi esille myös kysymys lehden paperilaadun toimivuudesta. Nykyinen rakenne, jossa lehti on liimasidottu kansiin, koettiin vaikealukiseksi ja paperilaatua moitittiin vanhahtavaksi ja kartonkimaiseksi. Kymmenen lukijaa kirjoitti toivovansa kevyempää paperilaatua ohuemmaksi.

Paperi, jolle lehti on painettu, ei ole mielestäni kovinkaan miellyttävä. Kevyempi ja pehmeämpi versio olisi kiva kuljettaa käsilaukussa tai povitaskussa.

Sidonnan voisi muuttaa aikakauslehtimäisemmäksi. Nyt lehti ei taitu niin, että voisi lukea yhtä sivua kerralla. Se olisi monesti tarpeen kun lehteä lukee esim. liikennevälineissä.

Myös lehden taitosta oli mainintoja avoimissa kysymyksissä ja niissä toivottiin juttutyyprien selkeämpää erottelua taiton avulla.

7 Miten lehteä voisi lukijoiden mielestä kehittää?

Tässä luvussa esittelen kehitysehdotuksia, jotka nousivat esille lukijoiden vastauksista. Kehitysehdotuksia on kerätty tulosten analysoinnin yhteydessä nousseista huomioista ja kyselylomakkeen vapaamuotoisesta lukijapalautteesta. Avoimissa kysymyksissä vastaajat saivat kertoa mielipiteensä siitä miten lehteä voisi kehittää jatkossa, minkälaisia juttuja he toivoisivat lehteen ja mitä heidän mielestään lehdessä voisi muuttaa.

Lehti sai lukijoilta kouluasteikolla (4=huono, 10=erinomainen) yleisarvosanaksi 8.6. Tulos on hyvä ja kertoo lukijoiden olevan pääosin tyytyväisiä lehteen kokonaisuudessaan. Yli puolet lukijoista toivoi lehden ilmestyvän useammin kuin neljä kertaa vuodessa. Myös 43 prosenttia vastaajista olisi valmis maksamaan enemmän lehdestä, jos se ilmestyisi useammin. Ilmestymistiheyden lisääminen vaatisi enemmän rahoitusta ja olisi pienelle toimitukselle myös suuri ponnistus. Se toisi kuitenkin enemmän näkyvyyttä ja ajankohtaisuutta lehdelle. Yksi mahdollisuus ilmestymistiheyden lisäämiseen olisi tinkiä sivumäärästä tai aikakauskirjamallisesta taitosta ja näin pienentää kustannuksia lehteä kohden. Lukijat esittivät myös, että neljän numeron lisäksi voisi ilmestyä vuosittain teema-numeroita.

Lehden lukijat eivät toivoneet suurempia muutoksia lehteen kokonaisuutena. Päälinjoiltaan lehteen oltiin tyytyväisiä ja toiveet koskivat enimmäkseen konseptin hienosäätöä. Lukijat pitivät positiivisena lehden helposti lähestyttävää tyyliä ja luotettavuutta.

Pysyvyyskin on tässä maailmassa itse asiassa positiivinen asia, samoin kuin luotettavuus ja kestävyys.

Lehden toimitukselliseen linjaan oltiin myös pääasiassa tyytyväisiä ja lehti on onnistunut rakentamaan sisällön niin, että se palvelee lukijoidensa tarpeita. Lehdeltä toivottiin laajoja juttuja, joita ei voi lukea uutisvirrasta vaan ne menevät pintaa syvemmälle. Tässä on onnistuttu ja sisällöllisesti kehitysehdotukset koskivat lähinnä eri aihealueiden esiin nostamista.

Useassa kommentissa toivottiin myös lisää kriittisyyttä juttuihin. Vastauksista erottui selkeästi yhtenäinen linja, että lukijat toivovat lehdeltä laajoja, analyttisiä juttuja, joissa

pureudutaan ilmiöiden taustoihin. Lukijat toivoivat myös juttuja, jotka haastavat ajattelemaan ja nostavat esiin yllättäviä näkökulmia.

Maailmantalouden ja globalisaation syvävirroista: kuinka kaikki vaikuttavat toisiinsa ja miten ne vaikuttavat meihin ja muihin. Lisäksi taustoittavaa ja monipuolista tietoa maailman poliittisista ja taloudellisista tapahtumista ja muutoksista.

Lukijoiden toivomista aihealueista nousivat esille ympäristökysymykset, talouden ilmiöt, uskonnot, ydinasekysymykset, Euroopan Unioniin liittyvät aiheet, Nato, Venäjä, suurvaltapolitiikka, kansainväliset kriisit ja finanssimaailma. Jonkun verran toivottiin myös reportaaseja ja henkilöjuttuja.

Avoimien kysymysten vastauksissa nousi esille lehden ulkoasuun liittyviä toiveita, jotka toistuivat vastauksissa muita toiveita enemmän. Lukijoiden mielipiteen mukaan lehteen toivottiin enemmän aikakauslehtimäisyyttä. Useat vastaajat kokivat, että lehdessä käytetty paksu painopaperi on hankalaa lehden selailun kannalta. Myös kuvitusta ja infografiikkaa toivottiin lisää.

Kanteen oltiin pääosin tyytyväisiä, mutta myös soraääniä tuli. Ne kertovat jonkinasteisesta muutostarpeesta ulkonäön suhteen. Ulkopoliitikka-lehden kansi on tunnistettava ja lukijoiden mielestä kansi erottui edukseen. Lehden kansi on selkeä ja linja yhtenäinen, mutta otsikoiden sijoittelulla ja kirjainkoon muutoksilla saisi enemmän näkyvyyttä myös muille kuin pääteeman jutuille. Nykyisessä kannessa on isoimmalla kirjainkokoalla otsikko teemasta ja se hallitsee kannen kokonaisuutta. Myös kuvitus tukee tätä teemaa. Näin ollen lehden muut aiheet jäävät vähän sen varjoon. Lukijat, jotka olisivat kiinnostuneita muista kuin pääteeman aiheita saattavat ohittaa jutut, koska ne eivät erotu selkeästi kannen kokonaisuudesta.

Sisältöön liittyviä muutostarpeita nousi esille myös tutkimuksen yhteydessä. Kyselyn vastausten perusteella kirja-osiosta jätetään herkimmin lukematta juttuja. Lähes neljäsosa lukijoista piti kirjajuttujen määrää liian suurena. Kirjaosio saattaa jäädä lukematta, koska se on lehden loppupuolella ja taitoltaan melko yhtenäinen. Eri osiot eivät erotu kovin selkeästi toisistaan. Lukijatutkimuksen palautetta käytiin läpi myös yhdessä toimituksen kanssa, ja lehden sisällön osalta toimitus pohti voisiko kirja-osiota muuttaa esi-

merkiksi jättämällä jonkun osion pois. Kirja-palstoja oli uusimmassa numerossa yhteensä 13 sivua, joten osiota oli varaa tiivistää ja yhdistellä palstoja.

Muutamit lukijat toivoivat, että otsikointiin kiinnitettäisiin jatkossa huomiota ja otsikot voisivat olla rohkeampia. Toiveissa oli myös, että juttujen kirjoittajat esiteltäisiin lyhyesti. Mielestäni se olisi hyvä kehitysehdotus, koska lehden kirjoittajat ovat usein ulkopuolisia. Useampi vastaaja toivoi juttuihin lisää ajankohtaisuutta.

8 Tutkimuksen arviointi

Tässä luvussa käyn läpi tutkimuksen onnistumista ja tulosten luotettavuutta. Pääosin olen tyytyväinen keräämääni aineistoon ja tuloksiin mutta tutkimuksen aikana tuli vastaan myös monia tekijöitä, jotka aiheuttivat hankaluuksia tulosten arvioinnissa.

Tutkimuksen tekijänä minulla ei ollut aikaisempaa kokemusta Ulkopolitiikka-lehdestä, joten pystyin analysoimaan tuloksia puolueettomasti ilman ennakoasenteita. Mielestäni se oli hyvä lähtökohta ja toi uusia näkökantoja kyselyn laatimiseen ja tulosten arviointiin.

Tutkimuksessa käytetty menetelmä ei itsessään johda tietoon, vaan menetelmä on valittava sen mukaan millaista tietoa halutaan (Hiltunen, L 2009). Käyttämäni tutkimusmenetelmä sopi hyvin asetettuihin tavoitteisiin ja määrällisen ja laadullisen tutkimuksen yhdistelmä oli mielestäni oikea valinta tutkimuksen toteuttamiseen.

Reliabiliteetti kuvaa miten luotettavasti ja toistettavasti käytetty mittari mittaa haluttua ilmiötä. Reliabiliteettia voidaan mitata toistomittauksilla ja sitä voi heikentää satunnaisvirheet. Esimerkiksi jos vastaaja ymmärtää kysymyksen väärin (Tilastokeskus 2013a). Mielestäni tutkimuksella oli hyvä reliabiliteetti, koska vastaukset olivat yhteneviä. Lisäsin myös monivalintakysymyksiin ”en osaa sanoa”-kohdan, vastaamisen helpottamiseksi. Tutkimuksen luotettavuutta lisäsi se, että kyselyn vastaajamäärä oli hyvä (214 kappaletta) koko tilauskantaan suhteutettuna ja kuvasi lukijakuntaa. Vastaajien ikäjakaumassa oli vaihtelua, jotta kaikkien ikäryhmien mielipiteitä pystyi vertailemaan.

Jäin kaipaamaan enemmän vastauksia nuoremmilta lukijoilta, sillä alle 24-vuotiaiden vastauksia tuli yhteensä vain 8 kappaletta. Tuloksissa vertailtavuutta heikensi myös se, että vastaajien keski-ikä oli melko korkea, ja 31 prosenttia vastaajista oli yli 65-vuotiaita. Tutkimukseen vastanneiden keski-ikä vastasi hyvin Ulkopoliitikka-lehden omaa mielikuvaa lukijoista

Vastanneista 75 prosenttia oli miehiä, ja olisinkin toivonut enemmän naisilta, koska uskon että lehdellä on myös melko paljon naislukijoita. Vaikka tuloksien analysoinnissa kävin lukijoiden vastauksia melko tarkasti läpi, ei kyselytutkimuksen tuloksia voida pitää yleispätevinä ja kattavina kuvauksina kaikkien Ulkopoliitikka-lehden lukijoiden mielipiteistä. Vastausryhmän ulkopuolelle on jäänyt niitä aktiivisia lukijoita, joilla ei ole ollut aikaa vastata kyselyyn. Näiden ryhmien mielipide ei näy tuloksissa.

Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa voidaan käyttää monia erilaisia mittaus- ja tutkimustapoja. Validiteetti eli pätevyys ilmaisee sen, miten hyvin tutkimuksessa käytetty mittausmenetelmä mittaa juuri sitä tutkittavan ilmiön ominaisuutta, mitä on tarkoituskin mitata (Tilastokeskus 2013b). Validiteetti on heikko, kun kysymyslomakkeen kysymykset eivät mittaa sitä, mitä niillä on tarkoitus mitata (Taanila, 2013). Mielestäni tutkimuksen validiteetti oli hyvä. Pystyin vastausten perusteella tekemään perusteltuja päätelmiä asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Kyselyyn vastanneet lukijat olivat vastanneet hyvin lähes kaikkiin kysymyksiin, enkä näe syytä sille, että osallistuneet olisivat olleet epärehellisiä vastauksissaan tai vastanneet huolimattomasti. Avokysymyksiin tulleiden vastausten kohtuullisen suuri määrä perustelee myös tätä näkemystä.

Omalla kohdallani vaikeuksia tutkimuksen toteutukselle aiheutti se, että koko lukijakunnan kattavaa tutkimusta ei ole aikaisemmin tehty. Näin ollen ei ollut myöskään mitään selkeää vertailukohtaa tuloksiin. Pohdin pitkään mihin seikkoihin kannattaa perehtyä, jotta tutkimusaineisto ei kasva liian suureksi. Pääsin mielestäni hyvään kompromissiin, ja tutkimusaineisto oli laajuudestaan huolimatta kohtuullisen hyvin käsiteltävissä. Jatkossa rajaisin kysymysten määrää ja avokysymyksiä käyttäisin vähemmän.

Monivalintakysymysten suhteen ongelmia aiheutti tulosten samankaltaisuus. Sekin on toki tulos, mutta tekemällä selkeämpiä vastakkainasetteluja ja tarkennuksia kysymyksiin

olisi ollut helpompaa tehdä johtopäätöksiä.

Tulosten analysoinnissa ongelmia aiheuttivat avoimet kysymykset, joista oli hankalampaa löytää tutkimuksen kannalta oleellisia yhteneväisyyksiä ja erimielisyyksiä. Niitä käsitellessä katosi välillä ”punainen lanka” ja päädyinkin käyttämään lopputulosten analysoinnissa melko runsaasti sitaatteja vastaajien mielipiteistä. Pidin tärkeänä sitä, että tuloksissa kuuluu myös vastaajien ”oma ääni”, joka antaa myös kuvauksen lukijakunnasta. Ulkopoliitikka-lehden lukijat olivat aktiivisia ja asiantuntevia tässä suhteessa ja esittivät hyviä perusteltuja kommentteja.

8.1 Oman oppimisen arviointi

Projekti oli kokonaisuudessaan kiinnostava ja opettavainen. Oli mielenkiintoista nähdä, kuinka suunnitelma pikkuhiljaa konkretisoitui loppuraportiksi. Hankalin osa projektia oli mielestäni kysymyslomakkeen laatiminen, koska se oli ensimmäinen vaihe ja en täysin hahmottanut mitä kaikkea lomakkeessa kannattaa kysyä. Positiivista oli vastaajien aktiivinen asenne ja sujuva yhteistyö toimituksen kanssa.

Tein itsenäisesti johtopäätöksiä tuloksista vertailujeni pohjalta, ja kävimme niitä myöhemmin yhdessä läpi toimituksen kanssa. Se helpotti päätelmien tekemistä, koska he tuntevat lukijakuntaa jo entuudestaan ja kertoivat omia näkemyksiään asiasta. Näin sain vahvistuksen omille päätelmille, eivätkä ne jääneet vain oman arviointikykyäni varaan.

Aikataulu venyi alkuperäisestä suunnitelmastani vähän, koska lomake lähti matkaan vasta joulukuussa. Se oli loppujen lopuksi hyvä ratkaisu, koska vastaajamäärä olisi saattanut muuten jäädä huomattavasti pienemmäksi.

Työssä haastavaa mutta samalla erittäin mielenkiintoista oli se, että lehden kattamat aihealueet ovat laajoja ja kansainvälisiä sekä lukijakunta hyvin perillä asioista. Mietin osaisinko kysyä juuri oikeita asioita, jotta lehdelle oli suurin hyöty tutkimuksesta. Toimitus auttoi tässä suhteessa myös paljon ja kommentoi kysymyslomakettani.

9 Johtopäätökset

Lehti on tällä hetkellä toimiva kokonaisuus, mutta koska edellisestä mittavasta uudistuksesta on kulunut aikaa, oli uudistustarpeiden kartoittaminen ajankohtaista. Lukijat ovat usein herkkiä suuremmille muutoksille, joten lukijatutkimus oli hyvä tapa ottaa selvää mihin suuntaan lehteä kannattaa tulevaisuudessa lähteä viemään.

Tutkimus antoi hyvän yleiskuvan lehden lukijakunnasta ja heidän mielipiteitä ja toiveista lehden suhteen. Tutkimuksen perusteella lehteä lukevat eniten nuoret aikuiset ja eläkeikäiset. Lukijakunnan ikärakenteessa on kuitenkin vaihtelevuutta, joten se tavoittaa hyvin myös muut ikäryhmät. Lukijat ovat hyvin koulutettuja ja asuvat kaupungissa, valtaosa pääkaupunkiseudulla. Lukijakunnassa on paljon eläkeläisiä, ja työelämässä olevista lukijoista suuri osa työskentelee asiantuntijatehtävissä. Lukijat sijoittuvat työelämässä pääosin liike-elämän, valtionhallinnon ja muun julkisen sektorin aloille.

Lukijatutkimuksella haluttiin myös kartoittaa olisiko mahdollisia uusia kohderyhmiä tavoitettavissa. Tutkimus antoi viitteitä nuoremman lukijapolven kiinnostuksesta lehteä kohtaan, ja mielestäni markkinoinnissa kannattaisi huomioida erityisesti tätä ryhmää. Nuoremmat lukijat olivat tilanneet lehteä pääosin 0–3-vuotta, ja heistä voisi tulla pidempiaikaisia tilaajia, jos mielenkiinto lehteä kohtaan saadaan säilymään.

Lehden sisältöön lukijat olivat pääosin tyytyväisiä. Lukijat pitivät hyvänä lehden tapaa käsitellä aiheitaan ja erityisesti perusteelliset, pitkät artikkelit saivat kiitosta. Juttuihin kaivattiin lisää kriittisyyttä ja ajankohtaisuutta. Tutkimuksessa kävi ilmi, että vähiten lukijoita kerää lehden kirja-palstat. Kirjapalstojen osuudessa olisi tiivistämisen varaa. Palstojen sijoittelua voisi harkita uudelleen tai jättää osan kokonaan pois.

Lehden ulkonäköön oltiin vastausten perusteella pääosin tyytyväisiä, mutta muutamia selkeitä kehityskohteita nousi esille. Lehden kansi erottui lukijoiden mielestä edukseen muista lehdistä, mutta se voisi olla enemmän tunteita herättävä houkutelukseen lukemaan sisältöä. Kannen otsikoiden sijoittelulla voisi saada myös enemmän näkyvyyttä muille, kuin teema-artikkeleille.

Kuvitusta toivottiin lisää niin monivalintakysymysten kohdalla, kuin avokysymysten vastauksissa. Se piristäisi lehden yleisilmettä ja toisi vaihtelevuutta sisältöön. Taittoa voisi myös miettiä uudestaan, jotta lehden luettavuus paranisi.

Yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että lehti voisi ilmestyä nykyisen neljän kerran sijaan kuusi kertaa vuodessa. Lehden siis kannattaisi harkita myös ilmestymiskertojen lisäämistä, jos siihen on mahdollisuuksia. Taitollisilla ratkaisuilla ja sivumäärän pienentämällä olisi myös mahdollista keventää lehden kustannuksia yhtä numeroa kohden, jolloin ilmestymiskertoja voisi lisätä.

Yhtenä tavoitteena oli tutkia sähköisten julkaisualustojen kehitystyön tarvetta. Tutkimuksella haluttiin selvittää kuinka suuri osa lukijoista hyötyisi lehden sähköisestä versiosta tai olisi valmis siirtymään pelkästään sähköisen version käyttöön. Toimitus halusi myös taustoittaa riittäkö lukijakunnalle pelkkä näköisversio lehdestä, vai pitäisikö lehti olla luettavissa sujuvasti erilaisilla mobiililaitteilla. Tähän siirtyminen on tulevaisuudessa melko varmaa, mutta sähköisen version kehittäminen on pienelle lehdelle taloudellisesti haastavaa. Siksi oli tarpeen haarukoida mahdollisimman tarkoin lukijoiden toiveita tältä osin. Tutkimuksen vastanneet lukijat olivat tällä hetkellä tyytyväisiä lehden printtiversioon, eikä uudistuksella siltä osin näytä olevan vielä kiirettä.

Lukijakunnan vaihtuessa ajan myötä tulee muutospaine sähköisen version kehittämislle kasvamaan. Tämä käy ilmi myös kyselyn muiden tulosten perusteella. Kyselyyn vastanneista nuoremmista lukijoista puolet ilmoitti seuraavansa ulkopoliittikkaan liittyvää uutisointia Internetistä, kun taas vastaava luku vanhempien lukijoiden joukossa oli vain neljännes. Mielestäni tällä hetkellä voisi olla hyödyllistä panostaa lehden verkkosivuihin ja tuottaa sinne myös enemmän sisältöä, joka ei ilmesty printtilehdessä. Esimerkiksi uusia palstoja ajankohtaisia asioita käsittelevistä aiheista ja blogin. Myös kirjajuttuja voisi siirtää verkkoon. Verkkosivuilla ei ole nykyisellään paljon kuvitusta, ja sitä lisäämällä tulisivat sivut myös houkuttelevamman näköisiksi. Verkkosivujen kehittämisellä voisi kompensoida myös printtilehden ilmestymiskertoja.

Kommenttien perusteella lukijat ovat sitoutuneita lehteen ja pitävät sitä itselleen hyödyllisenä. Se on tärkeää hyvän lukijasuhteen muodostumisen kannalta. Tuloksien perus-

teella on myös syytä uskoa Ulkopolitiikka-lehden löytäneen paikkansa suomalaisessa mediakentässä. Suurille muutostarpeille ei lukijakyselyn vastaukset anna aihetta, mutta päivityksiä ulkoasun ja sisällön suhteen olisi tarpeen tehdä.

Lähteet

Aikakausmedia 2013. Mikä on aikakauslehti? Luettavissa:

<http://www.aikakauslehdet.fi/Etusivu/Mediakasvatus/Oppimateriaalit/Asiaa-aikakauslehdesta/>. Luettu:15.1.2013.

Grönlund, M., Toivonen, T. E., Antikainen, H., Bäck, A., Harju, A., Sirkkunen, E. 2003. Aikakauslehdet ja uusi teknologia. Liikenne- ja viestintäministeriö. Helsinki.

Helle, M. 2010. Toimitustyö muutoksessa – toiminnan teoria ja mediakonseptin käsite tutkimuksen ja kehittämisen kehyksenä. Väitöskirja. Tampere. Tampereen yliopisto.

Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Luentomateriaali. Jyväskylän Yliopisto.

Luettavissa:

http://www.mit.jyu.fi/OPE/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ ja _reliabiliteetti.pdf.

Luettu: 1.3.2013.

Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. 11. painos. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Kananen, J. 2008. Kvantti – kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kotilainen, L. 2003. Parempi lehtijuttu. Infoviestintä. Jyväskylä.

Kultti ry. 2012. Vuoden laatulehtipalkinto 2012 Bassolle ja Ulkopoliitikalle. Luettavissa:

<http://www.kultti.net/uutiset/245/>. Luettu: 1.3.2013.

KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto 2013. Verkojulkaisu. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Tampere. Postikyselyaineiston kokoaminen. Luettavissa:

<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/postikysely/postikysely.html>.

Luettu: 20.1.2013.

Lehtitori 2013. Foreign Policy. Luettavissa:

<http://www.lehtitori.fi/Ammattilehdet/Foreign-policy/?id=11709>. Luettu: 25.2.2013.

Lehtitori 2013b. Foreign Affairs. Luettavissa:

<http://www.lehtitori.fi/Ammattilehdet/Foreign+Affairs/?id=11545>. Luettu: 25.2.2013.

Lehtitori 2013c. The Economist. Luettavissa:

<http://www.lehtitori.fi/Ammattilehdet/Economist/?id=9900>. Luettu: 25.2.2013.

Losowsky, A. 2010. Turning Pages. Editorial Design for Print Media. Berlin: Gestalten.

Nordestreng, K. & Wiio, O. A. 2003. Suomen Mediamaisema. WSOY. Vantaa.

Oikeusministeriö 2013. Perustuslaki. Presidentti ja valtioneuvosto johtavat Suomen ulkopoliittikkaa. Luettavissa:

<http://www.om.fi/Etusivu/Julkaisut/Esitteet/Perustuslaki/Presidenttijavaltioneuvost>
ojohtavatulkopoliittikkaa. Luettu 16.1.2013.

Otavamedia 2013. Suomen Kuvalehti. Luettavissa:

<http://www.otavamedia.fi/web/guest/suomenkuvalehti>. Luettu: 28.4.2013.

Otavamedia 2013b. Asiakasviestintä. Konseptin määritelmä. Luettavissa:

<http://asiakasviestinta.otavamedia.fi/artikkelit/konseptointi-saastaa-aikaa-ja-vaivaa/>.
Luettu: 27.11.2013.

Otavamedia 2013c. Kanava – Yhteiskuntaa pintaa syvemältä. Luettavissa:

<http://www.otavamedia.fi/web/guest/kanava>. Luettu: 25.2.2013.

Pörsti, J. 7.1. 2013a. Toimituspäällikkö. Ulkopoliittikka-lehti. Ulkopoliittikka-lehden esitys. PowerPoint-esitys.

Pörsti, J. 4.2.2013b. Toimituspäällikkö. Ulkopoliitikka-lehti. Lehden tilaajakannan muutokset 2003–2012. Sähköposti.

Saukkonen, P. Helsingin Yliopisto 2013. Johdanto. Mitä ovat kansainväliset suhteet ja ulkopoliitikka? Suomen poliittinen järjestelmä – verkkokirja. Luettavissa: <http://blogs.helsinki.fi/vol-spj/ulkopoliitikka/>. Luettu 16.1.2013.

Sauri, T. 2012. Joukkoviestimet 2011 – Finnish Mass Media. Helsinki: Tilastokeskus, Kulttuuri ja Viestintä.

Suomen lehdistö. Lehtiharava blogi 2010. Mediakonseptin kehittämisen vaiheet. Luettavissa: <http://www.suomenlehdisto.fi/blog/2010/03/17/konsepti-toimituksen-tyokalu-ja-lupaus-lukijalle/>. Luettu 27.2.2012.

Taanila, A. 2013. Akin menetelmäblogi. Kyselytutkimuksen luotettavuus. Luettavissa: <http://tilastoapu.wordpress.com/2012/03/13/kyselytutkimuksen-luotettavuus/>. Luettu: 3.3.2013.

The New Audit Bureau of Circulations 2013. Top 25 U.S. Consumer Magazines for the Second Half of 2012. Luettavissa: <http://www.auditedmedia.com/news/blog/top-25-us-consumer-magazines-by-total-paid-and-verified-circulation.aspx>. Luettu: 26.4.2013.

Tilastokeskus 2013a. Reliabiliteetti. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/reliabiliteetti.html>. Luettu: 21.1.2013.

Tilastokeskus 2013b. Validiteetti. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/validiteetti.html>. Luettu. 21.1.2013.

Töyry, M., Rätty, P. & Kuisma, K. 2008. Editointi aikakauslehdessä. IADE Suomen taideyliopistojen koulutus- ja kehittämisinstituutti. Helsinki.

Töyry, M. 2009. Lukijälähtöisyys aikakauslehtijournalismissa. Teoksessa Väliverronen, E. (toim.) Journalismi murroksessa. Gaudeamus. Helsinki.

Ulkoasiainministeriö 2013. Suomen ulko- ja turvallisuuspolitiikka.

Luettavissa:

<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=32280&contentlan=1&culture=fi-fi>. Luettu 16.1.2013.

Ulkopolitiikka-lehti 2013. Keitä me olemme. Luettavissa:

<http://www.ulkopoliikka.fi/lehti/>. Luettu 18.1.2013.

Ulkopolitiikka-lehti 2013b. Lehden historia. Luettavissa:

<http://www.ulkopoliikka.fi/info/12/>. Luettu 18.1.2013.

Ulkopoliittinen Instituutti 2013. Esittely. Luettavissa:

<http://www.fia.fi/fi/info/>. Luettu 14.1.2013.

Uskali, T. 2007. Ulkomaanuutisten uusi maailma. Osuuskunta vastapaino. Tampere.

Valli, R. 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. PS-kustannus. Jyväskylä

Wikipedia 2013a. Le Monde diplomatique. Luettavissa:

http://fi.wikipedia.org/wiki/Le_Monde_diplomatique. Luettu: 6.5.2013

Wikipedia 2013b. Le Monde. Luettavissa: http://fi.wikipedia.org/wiki/Le_Monde.

Luettu: 28.4.2013.

Wikipedia 2013c. Newsweek. Luettavissa:

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Newsweek>. Luettu: 26.4.2013

Ydin-lehti 2013. Mikä Ydin?. Luettavissa: <http://www.ydinlehti.fi/mik%C3%A4-ydin>.

Luettu 25.2.2013.

Liitteet

Liite 1. Saatekirje kyselylomakkeeseen



Mitä mieltä olet UP-lehdestä?

Hyvä Ulkopoliitikka-lehden tilaaja,

UP-lehti palkittiin keväällä Vuoden 2012 laatulehtenä. Kehitämme lehteä edelleen ja haluamme kuunnella tässä työssä näkemyksiäsi. Vastaamalla sähköiseen lukija-kyselyymme autat meitä tekemään UP-lehdestä entistä paremman ja kiinnostavamman.

Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa, kuinka hyvin Ulkopoliitikka-lehti vastaa lukijoiden odotuksia. Kerro meille, minkälaisen lehden sinä haluaisit. Mistä olet pitänyt tai missä on parantamisen varaa?

Vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisina. Vastaustietoja käytetään ainoastaan lehden kehittämiseen. Lomakkeen täyttäminen vie noin kymmenen minuuttia.

Kyselyyn voit osallistua täyttämällä kyselylomakkeen viimeistään sunnuntaina 16.12. osoitteessa: www.ulkopoliitikka.fi/lukijatutkimus

Jättämällä yhteystietosi osallistut arvontaan, jossa palkintoina on kahden hengen lippupaketteja ensi kesän Savonlinnan Oopperajuhlille (arvo 270–304 e/kpl) ja kymmenen Gaudeamuksen kirjalahjakorttia (arvo 35 e/kpl). Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti ja tammikuussa lehden klubisivulla: www.ulkopoliitikka.fi/club

Kiitos vastauksistasi jo etukäteen!

Ystävällisin terveisin
Ulkopoliitikka-lehden toimitus

Lukijatutkimus toteutetaan HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun opinnäytetyönä. Lisätietoja tutkimuksesta antaa toimittaja-opiskelija Eeva Sani: eeva.sani@myy.haaga-helia.fi; 040 567 6950

Liite 2. Kyselylomake

ULKOPOLITIIKKA-LEHDEN LUKIJATUTKIMUS 2012



Politiikasta, taloudesta & kansainvälisistä ilmiöistä

Tämän kyselyn avulla on tarkoitus selvittää, kuinka hyvin Ulkopolitiikka-lehti vastaa lukijoiden odotuksia ja miten lehteä voisi jatkossa kehittää. Vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisia. Jättämällä yhteystietosi voit osallistua arvontaan. Kiitos avustasi, mielipiteesi on meille tärkeä!

Voit avata UP-lehden sähköisen version [tästä](#) ja selata lehteä samalla kun vastaat kysymyksiin.

1. Oletko

- Nainen Mies

2. Minkä ikäinen olet?

- Alle 24-vuotias
 25-34-vuotias
 35-44-vuotias
 45-54-vuotias
 55-64-vuotias
 65-74-vuotias
 Yli 75-vuotias

3. Koulutuksesi

- Peruskoulu
 Ylioppilastutkinto
 Ammatillinen tutkinto
 Alempi korkeakoulututkinto
 Ylempi korkeakoulututkinto
 Tohtorin tutkinto
 Muu, mikä?

4. Mikä on ammattiasemasi?

- Työntekijä
- Yrittäjä, freelancer
- Johtava asema, ei oma yritys
- Ylempi toimihenkilö
- Asiantuntija
- Työtön
- Opiskelija
- Eläkeläinen
- Muu, mikä

5. Millä toimialalla työskentelet?

- Kansalaisjärjestöt
- Liike-elämä
- Media
- Tutkimus
- Valtionhallinto
- Muu julkinen sektori
- Muu, mikä?

6. Vuositulosi

- Alle 20 000 €
- 20 000-40 000 €
- 41 000-60 000 €
- 61 000-100 000 €
- Yli 100 000 €
- Ei halua kertoa/EOS

7. Asutko

- Pääkaupunkiseudulla
- Alle 30 000 asukkaan kaupungissa
- Yli 30 000 asukkaan kaupungissa
- Maalaiskunnassa
- Ulkomailla

LUKUTOTTUMUKSET

8. Kuinka kauan olet ollut Ulkopolitiikka-lehden tilaaja?

- 0-3 vuotta
- 4-6 vuotta
- 7-15 vuotta
- yli 15 vuotta

9. Luetko lehteä

- Töissä
- Vapaa-ajalla

10. Seuraatko tällä hetkellä Internetissä julkaistavaa Ulkopoliitikka-lehden aineistoa?

- Kyllä En

11. Onko tilaamallasi Ulkopoliitikka-lehdellä samassa taloudessa tai työpaikalla muita lukijoita?

- Ei ole
 1-2 lukijaa
 3-4 lukijaa
 5 lukijaa tai enemmän

12. Mikä vaihtoehto kuvaa parhaiten tapaasi lukea Ulkopoliitikka-lehteä?

- Luen lehden useimmiten kokonaan
 Luen yli puolet jutuista
 Luen pari mielenkiintoista juttua
 Yhteensä selailen lehteä

13. Kuinka paljon aikaa käytät lehden lukemiseen?

- Luen lehteä useana päivänä
 Luen lehden kerralla
 Luen lehteä, jos ehdin
 Lehti jää joskus lukematta

14. Miten lukisit Ulkopoliitikka-lehteä mieluiten?

- Nykyisenä painettuna lehtenä
 Sähköisenä lehtenä lukulaitteelta tai matkapuhelimesta
 Sähköisenä lehtenä tietokoneen näytöltä
 Sekä painettuna että sähköisenä lehtenä tilanteen mukaan

15. Mistä medioista saat parhaiten tietoa kansainväliseen politiikkaan liittyvistä aiheista?

- Aikakauslehdet
 Internet
 Radio
 Sanomalehdet
 TV

16. Miksi ensisijaisesti luet Ulkopoliitikka-lehteä? (esim. työn, opintojen tai jonkin muun vuoksi)

17. Mitä muita kansainvälisen politiikan alan julkaisuja luet?

18. Minkä lehden saattaisit tilata/ostaa Ulkopoliitikka-lehden sijaan?

19. Onko lehden sivumäärä

- Sopiva
 Liian pieni, lukisin enemmänkin
 Liian suuri, en ehdi lukea lehteä

20. Olisitko valmis maksamaan lehdestä nykyistä enemmän, jos se ilmestyisi useammin?

- Kyllä En

LEHDEN KONSEPTIIN LIITTYVIÄ KYSYMYKSIÄ

21. Mikä olisi sinusta lehden paras ilmestymistiheys?

- Neljä kertaa vuodessa
 Kuusi kertaa vuodessa
 Muu, mikä?

LEHDEN KONSEPTIIN LIITTYVIÄ KYSYMYKSIÄ

21. Mikä olisi sinusta lehden paras ilmestymistiheys?

- Neljä kertaa vuodessa
 Kuusi kertaa vuodessa
 Muu, mikä?

22. Mielestäni lehden tulisi sisältää

	Enemmän	Nykyisin sopivasti	Vähemmän
Laajoja ja perusteellisia usean sivun mittaisia juttuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilöhaastatteluja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1-2-sivun mittaisia juttuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lyhyitä ajankohdaisia juttuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kolumneja ja puheenvuoroja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjajuttuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**23. Luen lehdestä yleensä
(Sivunumerot viittaavat lehden uusimpaan numeroon)**

	Luen yleensä aina	Luen lähes aina	Luen joskus	En lue koskaan
Pääkirjoitus (sivu 3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profiili (sivut 6-11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maailma palasina (sivut 12-15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teema-artikkelit (sivut 16-36)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muut artikkelit (sivut 38-42, 44-45 ja 48-54)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kolumnit (sivut 24-25, 43 ja 46-47)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puheenvuoro (sivut 68-69)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjavieras (sivut 55-57)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjatutka (sivut 58-66)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sitä kirjaa en unohda (sivu 67)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Loppuviite (sivu 70)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Mikä oli mielestäsi Ulkopoliitika-lehden uusimman numeron kiinnostavin juttu? Miksi?

LEHDEN ULKOASU

25. Mitä ajattelet Ulkopoliitika-lehden kansista?



	Täysin samaa mieltä	Melko samaa mieltä	En osaa sanoa	Melko eri mieltä	Täysin eri mieltä
Kansi erottuu edukseen muista lehdistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kansi kuvastaa lehden sisältöä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kansi on tyylikäs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kansi houkuttelee lukemaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kannen pitäisi olla täysin erinäköinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. Mitä mieltä olet Ulkopoliitikka-lehden ulkoasusta yleensä?

	Täysin samaa mieltä	Melko samaa mieltä	En osaa sanoa	Melko eri mieltä	Täysin eri mieltä
Lehden ulkoasu houkuttelee lukemaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehti on rakenteeltaan ja taitoltaan selkeä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehti on kuvitettu kiinnostavasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehdessä on liikaa kuvia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehden teksti on sopivan kokoista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehden kartat ovat havainnollisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehdessä pitäisi olla enemmän karttoja ja grafiikkaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

LEHDEN SISÄLTÖ

27. Mitä mieltä olet Ulkopoliitikka-lehden sisällöstä?

	Täysin samaa mieltä	Melko samaa mieltä	En osaa sanoa	Melko eri mieltä	Täysin eri mieltä
Lehti on monipuolinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehti on minulle hyödyllinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehden kirjoitustyyli on helppolukuinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehti on liian pinnallinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehti on asiantunteva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aiheet ovat ajankohtaisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aiheet ovat keskustelua herättäviä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehti on kriittinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehden antamaa tietoa ei saa helposti muista lähteistä Suomessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. Valitse kolme aihealuetta, joista haluaisit lukea enemmän Ulkopoliitikka-lehdessä

- Euroopan unioni
- Suurvaltapoliitikka
- Maailmantalous
- Suomen ulkopoliitikka
- Venäjä
- Kansainvälisen politiikan tutkimus
- Ihmisoikeudet
- Kansainväliset organisaatiot
- Kehityskysymykset
- Liikemaailman ja politiikan yhteys
- Sodankäynti
- Uskonnot, kulttuurit ja etnisyys
- Henkilöt ja ilmiöt
- Ympäristö ja energia

29. Miten lehden sisältöä voisi mielestäsi kehittää?

VAPAAMUOTOINEN LUKIJAPALAUTE

30. Minkä kouluarvosanan (4-10) antaisit Ulkopoliitika-lehdelle kokonaisuudessaan? (4=huono, 10=erinomainen)

31. Minkälaisia juttuja haluaisit lukea lehdestä jatkossa?

32. Mitä Ulkopoliitika-lehdessä pitäisi mielestäsi muuttaa?

Kiitos, että vastasit kyselyyn!

33. Jättämällä yhteystietosi voit osallistua arvontaan:

Etunimi

Sukunimi

Matkapuhelin

Sähköposti

Osoite

Postinumero

Postitoimipaikka