



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

LIIKETALOUS

OPINNÄYTETYÖRAPORTTI

VISUAALISUUTTA JA SISÄLTÖÄ ETSIMÄSSÄ
Case Tamperelainen

Janica Pekkola

Liiketalouden koulutusohjelma
Marraskuu 2008
Työn ohjaaja: Riitta-Liisa Arpiainen

TAMPERE 2008



Tekijä:	Janica Pekkola	
Koulutusohjelma:	Liiketalous	
Opinnäytetyön nimi:	Visuaalisuutta ja sisältöä etsimässä. Case Tamperelainen.	
Työn valmistumis- kuukausi ja -vuosi:	Marraskuu 2008	
Työn ohjaaja:	Riitta-Liisa Arpiainen	Sivumäärä: 67

TIIVISTELMÄ

Kaupunkilehtien asema mediakentässä on vahvistunut viimeisten kymmenen vuoden aikana, ja paikallisjournalismin merkitys on kasvanut lukijoiden keskuudessa. Kilpailu muiden kaupunkilehtien sekä tilattavien sanomalehtien kanssa on tiivistynyt, ja lehdet joutuvat kiinnittämään yhä enemmän huomiota niin sisältöön kuin ulkoasuunkin.

Työn tarkoituksena oli selvittää millaisia ulkoasuun liittyviä keinoja kaupunkilehdillä on käytettävissään. Työssä nostetaan esiin typografiset valinnat, sivukoon merkitys sekä erilaisten kontrastien luominen taitossa. Visuaalisuuden lisäksi työn tavoitteena oli pohtia millaista toimituksellista sisältöä kaupunkilehdet voivat lukijoilleen tarjota. Mahdollisten sisältöratkaisuiden lisäksi työssä esitellään Tamperelaisen sisällöllinen rakenne.

Samaan aikaan kilpailun kiristymisen kanssa tv-kanavien määrä on lisääntynyt ja kaupunkilehdet ovat joutuneet pohtimaan kaikkien kanavien ohjelmatietojen julkaisun mahdollisuutta. Kaupunkilehti Tamperelainen Oy on miettinyt mahdollisuutta jättää ohjelmatiedot kokonaan pois lehdestä. Osatavoitteena olikin selvittää, kuinka moni Tamperelaisen lukijoista katsoo tv-ohjelmatiedot Tamperelaisesta, ja kuinka he suhtautuisivat, mikäli ohjelmatietoja ei enää julkaistaisi lehdessä. Samalla haluttiin tietää millaista sisältöä lukijat toivoisivat tv-ohjelmatietojen tilalle.

Kysely toteutettiin internetissä olevalla sekä lehdessä julkaistulla kyselylomakkeella. Kyselyn perusteella valtaosa Tamperelaisen lukijoista ei katso tv-ohjelmatietoja Tamperelaisesta eikä lehden lukeminen mahdollisen muutoksen myötä tulisi vähenemään.

Kyselyssä esiin nousseiden toiveiden sekä työssä läpikäytyjen sisältö- ja taittomahdollisuuksien avulla hahmoteltiin Tamperelaiselle muutamia sisältöehdotuksia ohjelmatietojen tilalle. Sisältöehdotuksille hahmoteltiin myös mahdolliset taittopohjat. Näistä ehdotuksista voidaan poimia ideoita tv-ohjelmatietojen tilalle, mikäli niiden julkaisusta luovutaan.

Tamperelainen voi hyödyntää kyselyn tuloksia tehdessään tv-ohjelmatietojen julkaisua koskevia päätöksiä vuodelle 2009. Mikäli Tamperelainen päätyy jättämään ohjelmatiedot pois lehdestä, voi tämä toimia esimerkkinä myös muille kaupunkilehdille.



Author:	Janica Pekkola	
Study programme:	Business Administration	
Title of the thesis	The importance of content and visual appearance for a local newspaper. Case Tamperelainen.	
Month and year of completion:	November 2008	
Supervisor:	Riitta-Liisa Arpiainen	Number of pages: 67

ABSTRACT

The position of local newspapers has strengthened in the past ten years and the importance of local journalism has grown among the readers. Competition between newspapers has tightened up and newspapers must pay ever more attention to their content and layout.

The aim of the thesis was to define what kind of possibilities newspapers have concerning the layout. The thesis emphasis is on the options for typography, page size and creating different contrasts in the page makeup process. Besides dealing with the visual aspects, the aim of the thesis was to find out what kind of journalism newspapers can offer to their readers. The thesis includes also the analysis of content structure of Tamperelainen.

At the same time, the number of TV channels is growing and newspapers must consider whether they can publish every channel's schedules. Tamperelainen has been pondering whether or not to publish TV schedules anymore. One aim of the thesis was therefore to find out how many of Tamperelainen's readers do check the TV schedules from Tamperelainen and how they would react if there were no TV schedules in the paper. Tamperelainen also wanted to know what kind of content readers would want to read in the paper instead of the TV schedules.

The research was accomplished with questionnaire posted on Tamperelainen's website and in the print edition of Tamperelainen. The responses showed that most of the readers of Tamperelainen do not check TV schedules from Tamperelainen and that is why the possible change would not affect their reading habits.

With the help of the wishes from readers and the theory of the thesis, a few recommendations can also be made concerning the layout and the content of Tamperelainen. With these ideas, Tamperelainen can develop the layout and the content if they decide to give up publishing TV schedules.

Tamperelainen can also take advantage of the results of the research when making decisions for the year 2009. If Tamperelainen decides not to publish TV schedules anymore it can be an example for other newspapers.

Key words: TV schedule local newspaper graphic design production of the content

Sisällysluettelo

1 Johdanto	6
1.1 Taustaa.....	6
1.2 Työn tavoite.....	6
1.3 Työn rakenne	7
1.4 Työn menetelmä	8
2 Toimeksiantajan esittely	9
2.1 Markkina-alue.....	11
2.2 Tv-ohjelmatiedot lehdessä.....	11
3 Kaupunkilehti mediakentässä	12
3.1 Kaupunkilehtien historia.....	12
3.2 Sanoma- ja kaupunkilehtien asema ja merkitys	13
3.3 Paikallisjournalismin merkitys ja sisältö	15
3.4 Kaupunkilehtien kohderyhmä.....	17
3.4.1 Tamperelaisen kohderyhmä.....	17
3.5 Sanoma- ja kaupunkilehtien tulevaisuus	17
4 Ulkoasu	19
4.1 Typografia	19
4.1.1 Kirjaintyyppi ja siihen liittyvät valinnat.....	19
4.1.2 Ladontatiheys ja rivitys	22
4.1.3 Kontrastit	23
4.2 Sivumäärä ja sivukoko.....	25
4.3 Otsikot, ingressit ja leipäteksti.....	25
4.4 Taitto.....	26
4.5 Taitollisten tehokeinojen käyttö Tamperelaisessa	27
4.5.1 Tehokeinot otsikoinnissa	27
4.5.2 Kuvitus	28
4.5.3 Graafiset linjat	28
4.5.4 Ingressi	29
4.5.5 Kokonaisuus	29
5 Sisältö	30
5.1 Genret	30
5.2 Tamperelaisen rakenne	31
6 Kysely Tamperelaisen lukijoille	33
6.1 Kyselyn tarkoitus.....	33
6.2 Kyselyn luominen ja tehdyt päätökset.....	33
6.3 Kyselyn toteuttaminen.....	35
6.4 Tulosten analysointi.....	35
6.4.1 Vastaajien rakenne.....	35
6.4.2 Tv-ohjelmatietojen merkitys lukijoille	37
6.4.3 Lukijoiden toivomukset tv-ohjelmatietojen tilalle	41
6.4.4 Eroja mies- ja naislukijoiden kesken	42
6.4.5 Mahdollisia syitä Tamperelaisen lukemattomuuteen	42

6.4.6 Johtopäätökset	43
7 Kehitysehdotukset	45
7.1 Kohderyhmä	45
7.2 Ulkoasu	45
7.2.1 Sivupohja 1	47
7.2.2 Sivupohja 2	49
7.2.3 Sivupohja 3	51
7.2.4 Sivupohja 4	53
7.3 Sisältö	55
7.3.1 Minä ja Tampere – lukijoiden kuvia.....	55
7.3.2 Artikkelisarja Tampereen historiasta.....	56
7.3.3 Viikon tärppi.....	57
7.3.4 Haastattelu	58
8 Yhteenveto	60
Lähteet:.....	62
Liitteet.....	64
Liite 1 Kysely tv-ohjelmatiedoista	64
Liite 2 Kyselyä koskeva taittopala Tamperelaisessa	65
Liite 3 Kyselylomake Tamperelaisessa	66
Liite 4 Kyselyn päättymisestä tiedottava taittopala Tamperelaisessa	67

1 Johdanto

1.1 Taustaa

Idea opinnäytetyön aiheeksi nousi Kaupunkilehti Tamperelaisen toimeksiannosta selvittää lukijoilta heidän suhtautumistaan tv-ohjelmatietojen julkaisuun ja sen tarpeellisuuteen.

Suomessa ilmestyy eri arvioiden mukaan hieman alle 100 kaupunkilehteä. Lehdet ovat historiansa aikana joutuneet kilpailemaan alueensa tilattavan sanomalehden kanssa ja näin ollen vastaamaan niiden asettamiin haasteisiin. Kaupunkilehdet ovat sanomalehtien tapaan julkaisseet lukijoilleen tv-ohjelmatietoja, vaikka kyseessä onkin kilpaileva media, televisio.

Viime aikoina tv-kanavien määrä on kasvanut hurjasti eivätkä lehdet enää pysty julkaisemaan jokaisen kanavan ohjelmatietoja. Lehdet ovat saaneet internetistä ja digibokseista haastajan ohjelmatietojen tarkasteluun. Tämä on johtanut lehdet pohtimaan ohjelmatietojen julkaisun tarpeellisuutta. Kysymys on varmasti ajankohtaisempi kaupunkilehdissä kuin sanomalehdissä, sillä kaupunkilehtien tuotot muodostuvat ilmoitusmyynnistä, ja tv-ohjelmatiedot haukkaavat ison tilan lehdestä. Kyseinen tila voitaisiin käyttää palvelemaan lukijoita yhä monipuolisemalla sisällöllä sekä tilaa voitaisiin tarjota ilmoittajille.

1.2 Työn tavoite

Työn tarkoituksena oli selvittää millaisia ulkoasuun liittyviä keinoja kaupunkilehdillä on käytettävissään herättämään lukijoiden huomiota. Lehden mahdollisia visuaalisia ratkaisuja selvitettiin typografian suhteen, jolloin tärkeimmiksi osiksi muodostuivat kirjasin sekä taitossa käytettävät kontrastit. Työssä nostettiin esiin myös miten Tampereläinen on käyttänyt keinoja hyödykseen.

Visuaalisuuden lisäksi työn tavoitteena oli pohtia millaista toimituksellista sisältöä kaupunkilehdet voivat lukijoilleen tarjota. Sisältöratkaisujen yhteydessä on esitelty Tampereläisen sisällöllinen rakenne.

Osatavoitteena oli selvittää, miten Kaupunkilehti Tampereläinen lukijat suhtautuisivat, mikäli lehti ei enää julkaisisi tv-ohjelmatietoja. Päälimmäisenä kysymyksenä haluttiin selvittää, vähentyisikö

Tamperelaisen lukeminen mahdollisen muutoksen myötä. Samalla lukijoilta haluttiin kysyä millaista sisältöä he toivoisivat ohjelmatietojen tilalle, mikäli niiden julkaisu lopetettaisiin.

Kysely suoritettiin internetissä kyselykaavakkeella, jossa vastaajan oli mahdollisuus valita annetuista vaihtoehdoista sopivin. Lukijoita ohjattiin kyselyyn Tamperelaisen kotisivuilla sekä lehdessä olevilla taittopaloilla.

Kyselyn vastauksia sekä erilaisia taitollisia ja sisällöllisiä keinoja hyödyntäen olen työssäni luonostellut sisältö- ja taittomahdollisuuksia tv-ohjelmatietojen tilalle, jotka tällä hetkellä muodostavat lähes yhden kokonaisen sivun lehdestä. Olen luonut muutaman esimerkin juttutyypeistä, joilla voidaan vastata lukijoiden kiinnostuksen kohteisiin uudella tavalla. Olen tehnyt valmiit sivupohjat näille jutuille, jotta juttutyyppien hyödyntäminen käytännössä olisi mahdollisimman helppoa. Pohjat eivät sinällään ole käyttökelpoisia, mutta niiden antamia ideoita voidaan hyödyntää valmistettaessa oikeita sivupohjia.

Teoriaosuudessa on keskitytty kaupunkilehtien asemaan ja tulevaisuuden näkymiin. Teoriapohjana käytettiin myös kirjoja, jotka opastavat painotuotteen tekemiseen ja erilaisiin taitollisiin mahdollisuuksiin sekä sisällöllisiin ratkaisuihin.

1.3 Työn rakenne

Luvussa kaksi on esitelty Kaupunkilehti Tamperelainen ja markkina-alue, jossa Tamperelainen toimii. Luvussa esitellään myös lehden julkaisemat tv-ohjelmatiedot.

Luvussa kolme tuon esiin kaupunkilehtien asemaa mediakentässä sekä sitä, miten kannattavuutta lukijoiden keskuudessa voidaan mitata. Oleellisena osana on myös paikallisjournalismin sisältö sekä sen merkitys lukijoille. Luvussa käsitelen myös ketkä oikeastaan kuuluvat kaupunkilehtien kohderyhmään. Olen myös sivunnut jonkin verran kaupunkilehtien tulevaisuuden näkymiä.

Luvussa neljä käsitelen erilaisia lehtien ulkoasuun vaikuttavia tekijöitä typografiasta sivumäärään. Tuon myös esille millainen Tamperelainen on ulkoasultaan ja miten erilaisia taitollisia tehokeinoja on lehdessä hyödynnetty. Pohdin samalla näiden vaikutusta lukijaan.

Luvussa viisi kuvaan Tamperelaisen niin sisällöllistä rakennetta kuin itse sisältöäkin. Nämä asiat toimivat tv-ohjelmatietojen tilalle tekemieni ehdotusten pohjana.

Luvussa kuusi kerron kyselyn taustoista, sen luomisesta sekä toteuttamisesta. Kyseisen luvun lopussa ovat myös kyselyn vastaukset ja niiden analysointi.

Luku seitsemän sisältää luonnostelemani sisällölliset ja taitolliset ehdotukset tv-ohjelmatietojen tilalle. Luku etenee tavoitteista varsinaisiin ehdotuksiin.

Luvussa kahdeksan pohdin työn onnistumista ja sitä, miten kyselyn tuloksia voidaan myöhemmin hyödyntää Tamperelaisen päätöksen teossa.

1.4 Työn menetelmä

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää käytetään silloin, kun kyselyn tulokset tulevat olemaan mitattavaa eli numeraalista tietoa. Tällöin kysymyksillä halutaan selvittää esimerkiksi ”missä määrin” ja ”kuinka paljon”. (Vilkkä & Airaksinen 2003: 58).

Kysely tehtiin määrällisellä menetelmällä, koska vastaajamäärän tiedettiin kasvavan kyselyssä melko suureksi. Kyselyn vastauksia analysoitaessa haluttiin tietää, kuinka suuri osa lukijoista ajattelee milläkin tavalla ja miten eri ikäiset lukijat asioihin suhtautuvat. Näin ollen analyysi muodostui hyvin pitkälti prosentuaalisten lukujen esittämiseen ja johtopäätösten tekemiseen niiden perusteella.

Lukijoiden ajatuksia tv-ohjelmatietojen tarpeellisuudesta Tamperelaisessa haluttiin kysyä myös mahdollisimman monelta lukijalta, jotta tulokset olisivat luotettavia. Tämä sulki myös osaltaan pois kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen mahdollisuuden.

2 Toimeksiantajan esittely

Kaupunkilehti Tamperelainen Oy on perustettu vuonna 1957, ja ensimmäinen Tamperelainen ilmestyi saman vuoden syyskuun 19. päivänä. Lehti on perustettu Urpo Lahtisen toimesta, joka sai ideansa kaupunkilehteen Hollannista paikallisesta De Echosta. Tamperelainen on Suomen vanhin vielä toiminnassa oleva kaupunkilehti ja tällä hetkellä Suomen seitsemänneksi suurin kaupunkilehti. Tamperelaista jaetaan Tampereen lisäksi Kangasalla, Lempäälässä, Pirkkalassa, Nokiolla ja Ylöjärvellä.

Tamperelainen kuuluu Suomen Lehtiyhtymä -konserniin. Konserniin kuuluu 31 lehteä. (Suomen Lehtiyhtymä, viitattu 26.10.2008). Tamperelaisen lisäksi samaan konserniin kuuluvia lehtiä ovat muun muassa:

- Helsingin Uutiset
- Länsiväylä
- Vantaan Sanomat
- Nurmijärven Uutiset
- Tuusulanjärven Viikkouutiset
- Mäntsälän Viikkouutiset
- Riihimäen seudun Viikkouutiset
- Hyvinkään Viikkouutiset
- Päijät-Hämeen Viikkouutiset
- Forssan Viikkouutiset
- Iltalohja
- Vihdin Uutiset
- Karkkilalainen
- Turkulainen
- Ilta-Uusimaa
- Kuopion Kaupunkilehti
- Keski-Uusimaa
- Sipoon Sanomat
- Länsi-Uusimaa

Tamperelainen on 145 337 levikillään (Tamperelaisen mediakortti 2008) konsernin kaupunkilehdistä toiseksi suurin lehti heti Helsingin Uutisten jälkeen.

Tamperelainen koki muutamia muutoksia vuoden 2008 alussa: toinen ilmestymispäivä vaihdettiin lauantaista sunnuntaiksi, lehdestä tuli kymmenpalstainen sekä ulkoasu muuttui hieman. Nämä muutokset tekevät Tamperelaisesta yhdenmukaisemman, niin toimintatavoiltaan kuin ulkoasultaan, konsernin muiden kaupunkilehtien kanssa.

Tamperelainen on ollut vuodesta 2001 asti Tampereen kaupungin virallinen ilmoituslehti. Kaupungilla onkin lähes jokaisessa lehdessä vähintään yksi kuulutus tai rekrytointi-ilmoitus.

Tamperelaisen toimitilat sijaitsevat Tampereen keskustassa kävelykadulla osoitteessa Kuninkaankatu 21, neljännessä kerroksessa. Toimipiste on avoinna arkisin kello 8.30–16.30. Yritys työllistää 17 henkilöä. Toimitusjohtajana toimii Mika Niininen ja päätoimittajana Jari Niemelä. Päätoimittajan lisäksi Tamperelaisessa on kaksi toimittajaa. Mediamyynnin puolella myyntipäällikön lisäksi myyntineuvottelijoita on viisi henkilöä. Myynti- ja asiakaspalvelusta vastaa kolme henkilöä. Sivunvalmistuksessa työskentelee kaksi vakituista henkilöä.

Kaupunkilehti Tamperelainen ilmestyy kaksi kertaa viikossa, keski- viikkoisin ja sunnuntaisin. Ilmestymispäivä vaihtui lauantaista sunnuntaiksi vuoden 2008 alussa, mutta lehti jaetaan edelleen lauantaisin. Poikkeuksena ilmestymispäiviin ovat juhannuspäivä sekä joulukuu. Tamperelainen ilmestyy vuoden aikana noin 102 kertaa. Tamperelaisen jakelusta vastaa Tampereen Ykkösjakelut Oy, jolta jakelupalvelu on ostettu. Tamperelaisen mukana kotitalouksiin jaetaan myös muita ilmaislehtiä sekä mainoksia. Näillä ei kuitenkaan ole mitään tekemistä Tamperelaisen kanssa.

Tamperelainen painetaan Lohjalla Länsi-Uusimaa Oy:n toimesta, josta se kuljetetaan Tampereelle Ykkösjakeluiden jaettavaksi.

Tamperelainen painetaan broad sheet -kokoisena, joka on Suomessa tunnettu sanomalehtikoko. Vuoteen 2005 asti Tamperelainen oli tabloid-kokoinen, kuten valtaosa kaupunkilehdistä edelleen on. Tabloid-kokoisena ilmestyy myös esimerkiksi iltapäivälehdet. Tamperelainen muuttui vuoden 2008 alussa yhdeksänpaltaisesta kymmenenpaltaisiksi. Lehden painopinta-ala on 380 mm x 520 mm / sivu.

Lehden palstaleveydet:

1 palsta	36 mm
2 palstaa	74 mm
3	112 mm
4	150 mm
5	188 mm
6	226 mm
7	264 mm
8	302 mm
10	380 mm

2.1 Markkina-alue

Pirkanmaalla ilmestyy Tamperelaisen lisäksi neljä kaupunkilehteä, joita ovat:

- Pirkanmaan Sanomat (levikki 180 170 kpl)
- Kaupunkilehti Tori (levikki 144 635 kpl)
- Ideapark Uutiset (levikki 194 050 kpl)
- Hervannan Sanomat (levikki 22 500 kpl)

Suluissa olevat levikkitiedot ovat lehtien itsensä antamia (16.5.2008). Maakunnan tilattavan sanomalehden Aamulehden levikki on 139 165 kpl. (Kustannus Oy Aamulehti, viitattu 17.9.2008)

2.2 Tv-ohjelmatiedot lehdessä

Tamperelainen julkaisee tv-ohjelmatiedot aina lehden toiseksi viimeisellä sivulla. Joka lehdessä on neljän päivän ohjelmatiedot: keskiviikon lehdessä torstaista sunnuntaihin ja sunnuntain lehdessä sunnuntaista keskiviikkoon. Tamperelainen julkaisee seitsemän kanavan ohjelmatiedot: YLE TV1, YLE TV2, MTV3, Nelonen, Sub, Urheilukanava ja YLE Teema.

Tamperelainen on julkaissut tv-ohjelmatietoja 90-luvun alkupuolelta asti ja ne saadaan Suomen Lehtiyhtymältä, joka toimittaa ohjelmatiedot kaikkiin konsernin lehtiin. Tamperelainen haluaa tv-ohjelmatiedoillaan kattaa Suomen pääkanavat, YLE1, YLE2, MTV3 ja Nelonen, sekä lisäksi Sub ja YLE Teema niiden hieman erilaisen sisällön takia. Urheilukanava otettiin mukaan, jotta pystyttäisiin palvelemaan myös urheilusta kiinnostuneita lukijoita. (Niemelä Jari, 19.8.2008).

3 Kaupunkilehti mediakentässä

3.1 Kaupunkilehtien historia

Iso-Britannia on Suomessakin vahvan aseman saaneiden ilmaisjakelulehtien kotimaa. Jo 1800-luvun lopulla perustettiin ensimmäiset maksuttomat lehdet, mutta varsinainen kasvu tapahtui 1970-luvulla. Tällöin laman vaikutukset saivat ilmoittajat siirtymään ilmoitushinnoiltaan edullisimpien ilmaislehtien pariin. Edullisista ilmoitushinnoista huolimatta ilmoittaja tavoitti jakelualueella asuvan kohderyhmänsä kattavasti. (Kaupunkilehtien Liitto, viitattu 17.9.2008).

Nykyään ilmaisjakelulehdeksi määritellään kotitalouksiin säännöllisesti jaettava maksuton julkaisu. Lehden on ilmestyttävä vähintään kaksi kertaa viikossa, jotta se voidaan laskea kuuluvaksi ilmaisjakelulehtiin. (Stenvall 2001: 50).

Ensimmäinen kaupunkilehti ilmestyi Suomessa vuonna 1957, jolloin Urpo Lahtinen perusti Tamperelaisen. Tästä muutaman vuoden kuluttua syntyi Kaupunkilehtien Liitto, johon valtaosa Suomen kaupunkilehdistä nykyisin kuuluu.

Tamperelaisen jalanjäljissä Turkulainen aloitti toimintansa vuotta myöhemmin vuonna 1958. Turkulainen ilmestyy edelleenkin Turun seudulla ja kuuluu Tamperelaisen tavoin Suomen Lehtiyhtymä –konserniin. Vuonna 1958 Turkulaisen jälkeen ilmestyivät ensimmäiset numerot myös Kuopiolaisesta Uutis-Kukosta ja Oululaisesta Oulu-lehdestä. (Kaupunkilehtien Liitto, viitattu 17.9.2008).

Suomessa ilmestyvien kaupunkilehtien määrää on vaikea arvioida, sillä kaupunkilehden määritelmä ei ole kovin tarkka. Arvioiden mukaan Suomessa ilmestyy noin 200 ilmaisjakelulehteä. Kaupunkilehtien Liittoon lehtiä kuuluu tällä hetkellä 60. (Kaupunkilehtien Liitto, viitattu 17.9.2008). Stenvallin (2001: 50) mukaan Suomessa ilmestyi vuonna 1999 136 ilmaisjakelulehteä. Hänen tietonsa perustuvat Mikko Grönlundin vuonna 2000 julkaisemaan teokseen *Suomen ilmaisjakelulehdet 1999*. Tamperelaisen toimitusjohtaja Mika Niininen arvelee Suomessa olevan noin 70-80 kaupunkilehteä. Arvioitu määrä on linjassa Kaupunkilehtien Liittoon kuuluvien lehtien kanssa. Uskoisin, että jokainen säännöllisesti ilmestyvä ja uutisia tuottava lehti kuuluu kyseiseen liittoon jo oman luotettavuutensa takia. Stenvallin (2001: 50) esiintuoma lukumäärä vuodelta 1999 saattaa pitää sisällään sellaisia lehtiä, jotka eivät ole varsinaisesti kaupunkilehtiä eivätkä siten kuulu Kaupunkilehtien Liittoon. Näin ollen olettaisin Suomessa ilmestyvän 60 kaupunkilehteä.

3.2 Sanoma- ja kaupunkilehtien asema ja merkitys

Eri joukkotiedotusvälineet kilpailevat keskenään siitä, kuka pystyy välittämään tietoa nopeimmin. Tässä kilpailussa televisio ja radio ovat tehokkaimmat. Ne pystyvät välittämään tiedon jopa reaaliajassa tai viimeistään 4-6 tunnin viiveellä. Aamuisin ilmestyvät seitsemänpäiväiset sanomalehdet eivät kykene kilpailemaan television ja radion kanssa tehokkuudella sillä niiden uutisviive on 6-12 tuntia. Niiden osaksi jääkin pohtia ja kartoittaa enemmän tapahtumien taustoja ja selvittää asioiden vaikutuksia kuin varsinaisesti uutisoida itse tapahtumasta. Mitä harvemmin lehti ilmestyy, sitä huonommin se pystyy vastaamaan television ja radion tehokkuudelle. Kaupunkilehdet ovat tässä kentässä vieläkin hitaampia. Niiden kyky välittää tietoa nopeasti ei ole mahdollista vähäisten ilmestymispäivien takia. Näin ollen niiden viive on viikosta kuukauteen. (Huovila 1995:1).

Samaa kilpailua käydään myös tietyn välineen sisällä. Televisio- ja radiokanavat sekä sanomalehdet käyvät keskinäistä kilpailua siitä, kuka ennättää saada jutun nopeimmin esille ja ihmisten tietoisuuteen. Kilpailu ei rajoitu ainoastaan nopeuteen vaan myös saatujen tietojen määrällä ja laadulla on vaikutusta kilpailtaessa ihmisten huomiosta.

Sanomalehti, ja yhtäläillä kaupunkilehti, viestii lukijoilleen tekstillä, kuvilla, grafiikoilla ja taitolla. Lehti nostaa mielestään tärkeimmän uutisen ensimmäiseksi ja useasti taustoittaa sitä hyvinkin paljon. Sanomalehden tärkeimpänä tehtävänä onkin taustoittaa ajankohtaisia uutisia sekä kertoa paikalliset uutiset. Sanomalehdet tarjoavat näin ollen lukijalle pohdiskelevaa tekstiä. Tämä tukee ajatusta siitä, ettei sanomalehti ole, tai sen ei kuulukaan olla, nopea tiedonvälittäjä. (Huovila 1995:15).

Lehtien asemaa tiedonvälityksessä on mielestäni parantanut internetsivujen mahdollistama lähes reaaliaikainen uutisointi. Verkon avulla lehdet ovat pystyneet vastaamaan television ja radion asettamiin haasteisiin. Lähes jokaisella välineellä ja kanavalla on omat internetsivunsa, jonne päivitetään tietoa päivän tapahtumista mahdollisimman nopeasti. Sanomalehtien osalta verkon ja printin halutaan täydentävän toisiaan eikä niitä koeta varsinaisiksi kilpailijoiksi. Kaupunkilehdille verkon tuomat mahdollisuudet eivät ole avautuneet yhtä hyvin. Verkkoon uutisointi ja sivujen päivittäminen vie henkilöresursseja, joihin monella kolme kertaa viikossa tai harvemmin ilmestyvällä lehdellä ei ole varaa. Kaupunkilehtien tavoitteet lukijoidensa palvelemisessa liikkuvat hieman erillään seitsemänpäiväisistä sanomalehdistä. Kaupunkilehdet kertovat oman alueensa uutisia enemmänkin alustavasti tai keskittyvät niiden seurauksiin, joten reaaliaikaiselle uutisoinnille verkossa ei ole edes tarvetta. Tamperelainen on uudistanut internetsivunsa syksyn 2008 aikana, ja sivuilta löytyvät nykyisin keskeisimmät uutiset. Näin ollen leh-

ti osoittaa ajassa pysymistä ja muuntautumiskykyä, jotta lukijoita pystyttäisiin palvelemaan yhä paremmin.

Sanoma- ja kaupunkilehtien tavoitavuutta mitataan erilaisilla tutkimuksilla vuosittain. Lähes jokainen lehti teettää tutkimuksen, jonka tuloksiin verrataan asetettuja tavoitteita. Levikintarkastus Oy tekee puolivuositain Kansallisen mediatutkimuksen, joka selvittää eri lehtien lukijamääriä. Tamperelainen kuten muutkaan kaupunkilehdet eivät ole tutkimuksessa mukana, joten kyseisiä lehtiä koskevia tietoja ei tätä kautta saa. Lukijamäärän ja levikin lisäksi lehti seuraa lukijapeittoansa, joka kertoo kuinka suuren osan kohderyhmästään kyseinen lehti tavoittaa. (Levikintarkastus Oy, viitattu 17.9.2008). Taloustutkimuksen tekemän tutkimuksen mukaan (Mediatutkimus 2006) Tamperelaisen lukijapeitto ilmestymisalueellansa on 66,8 %. Vastaavasti alueen tilattava sanomalehti Aamulehti ilmoittaa lukijapeitokseen 71 %. (Aamulehti viitattu 17.9.2008).

Kaupunkilehtien Liiton internetsivuilla on esitettyä TNS Gallupin (TNS Gallup: Intermediat 1-12-2006) tekemä tutkimus vuoden 2006 mediamainonnan osuuksista eri välineiden kesken. Tutkimuksen mukaan sanomalehdet haukkaavat suurimman palan mediamainonnasta 47,8 % osuudella. Seuraavina ovat televisio 19,7 % ja aikakauslehdet 16,2 %. Neljänneksi suurin osuus 5,6 % kuuluu kaupunki- ja noutopis-tehdeille. (Kaupunkilehtien Liitto, viitattu 17.9.2008).

Kyseinen tutkimus osoittaa mainostajien yhä luottavan sanomalehtiin tavoitellessaan omaa kohderyhmäänsä. Sanomalehtien selkeä kaula televisioon ja aikakauslehtiin saattaa mielestäni kuitenkin ruokkia myös kaupunkilehtien asemaa. Sanomalehdessä mainostamalla mainostaja todennäköisesti tavoittaa hyvin tietyn alueen kohderyhmänsä ja saavuttaa näin ollen tavoitteensa mainoskampanjassaan. Kaupunkilehtien tulisi vakuuttaa mainostajia yhä enemmän omasta tavoitavuudestaan ja haastaa paikalliset seitsemänpäiväiset sanomalehdet. Verrattaessa Tamperelaista ja alueen tilattavaa sanomalehteä Aamulehteä Tamperelainen pystyy haastamaan Aamulehden monellakin tapaa. Tamperelaisen levikki 145 337 kpl (Tamperelaisen mediakortti 2008) on jopa isompi kuin Aamulehden kokonaislevikki 139 165 kpl (Kustannus Oy Aamulehti, viitattu 17.9.2008), joten ilmoittamalla Tamperelaisessa mainostaja todennäköisemmin tavoittaa lähes yhtä monta ihmistä kuin Aamulehdenkin kautta. Myös lehtien lukijapeitot, Tamperelaisen 66,8 % ja Aamulehden 71 %, pyörivät lähes samoissa lukemissa. Tosin näitä lukuja verrattaessa täytyy ottaa huomioon, että ne ovat kahdesta eri tutkimuksesta peräisin eivätkä välttämättä sellaisenaan täysin vertailukelpoisia. Tämä ei kuitenkaan muuta sitä, etteivätkö ne antaisi suuntaa tämän hetkisestä tilanteesta.

Aamulehden kuten muidenkin seitsemänpäiväisten sanomalehtien ero kaupunkilehtiin perustuu mielestäni lukijoiden mielikuviin ja ajatuksiin

enemmän kuin varsinaisiin levikki- ja lukijamääriin. Sanomalehteä tilataan kotiin, ja monelle se edustaa jokapäiväistä arkea. Lehteä luetaan, jotta pysytään ajan tasalla siitä, mitä niin omalla paikkakunnalla kuin ulkomaillakin on tapahtunut. Lehti on niin tavallinen osa jokaista päivää, että sen puuttumisen huomaa heti.

Sanomalehdillä on myös monesti paremmat resurssit tehdä paksumpaa ja monipuolisempaa lehteä kuin kaupunkilehdillä. Ilmoitustuottojen lisäksi kustannuksia on kattamassa tilauksista tulevat tuotot. Sanomalehtiin luotetaan myös mielestäni enemmän kuin kaupunkilehtiin. Vaikka paikalliset asiat kiinnostavat yhä useampaa lukijaa, ei muista uutisista olla silti valmiita luopumaan.

Ilmaisjakelulehti huokuu jo nimensä puolesta tietynlaista halpaa tekemistä ja olemista. Ihmisten ajatuksiin ilmaisjakelulehdistä saattaa vaikuttaa myös mielikuva tyrkyttämisestä ilman, että lehteä on itse halunnut. Tamperelaisen mukana kotitalouksiin jaetaan myös mainoksia ja näin ollen toiset saattavat mieltää lehden enemmän mainokseksi kuin varsinaiseksi lehdeksi. Moni ei myöskään halua mainoksia, jolloin lehtikin jätetään jakamatta. Tämä on asia, jonka parissa kaupunkilehdet varmasti joutuvat painimaan. Oleminen osana mainosnippua ei luo eikä ainakaan paranna lehden imagoa luotettavana ja uutisoivana lehtenä.

3.3 Paikallisjournalismin merkitys ja sisältö

Kaupunkilehtien suurin tavoite on tavoittaa lukijansa mahdollisimman hyvin ja palvella heidän tarpeitaan. Ihmiset haluavat tietää, mitä omalla paikkakunnalla tapahtuu ja pitävät tärkeänä, että saavat omasta lehdestään lukea mahdollisista lastentarhan laajennuksista tai jalkapallojoukkueen noususta sarjatasoa ylemmäs. (Kangaspunta toim. 1995: 16). Paikallisjournalismin ansiosta he pystyvät myös paremmin ymmärtämään maailman tapahtumia sekä esimerkiksi EU:n tekemiä heitä koskevia päätöksiä. Paikallislehdet pystyvät nostamaan esiin näiden tapahtumien ja päätösten vaikutuksen lähiympäristöön. Näin lukija saa paremman kuvan siitä, miten asiat oikeasti häneen vaikuttavat.

Paikallisjournalismilla on myös tärkeä tehtävä luoda ihmisten perusturvallisuutta lisäämällä kotiseututunnetta. Ihmiset kokevat kuuluvansa yhteen ja heitä lohduttaa tietää, mitä ympärillä tapahtuu ja tuntee muut samalla alueella asuvat ihmiset. Lehti edesauttaa myös luomaan erilaisia sosiaalisia käytäntöjä, jotka saattavat muodostua erittäin tärkeiksi paikallisille asukkaille. (Kangaspunta toim. 1995: 19).

Kaupunkilehtien valttina on pysyä lukijoidensa näköisenä. Paikallisesti tärkeiden uutisten ja tapahtumien raportoinnin lisäksi lehti voi tiivistää suhdettaan lukijoihinsa käyttämällään kielellä. Kielivalinnat ja tapa ker-

toa ja kuvata asioita voivat joissakin tapauksissa olla jopa lukijalle merkityksellisempiä kuin itse toimituksellinen sisältö. (Kangaspunta toim. 1995: 19).

Paikallisjournalismi ei ainoastaan palvele sisällöllään ja ulkoasullaan lukijoita vaan on myös oiva väline yrityksille, julkisille tahoille sekä järjestöille lähestyä paikallisia ihmisiä. Tämä voi tapahtua ilmoittelun muodossa tai muuten lehden toimituksellisessa sisällössä. Ilmoittamalla paikallisessa lehdessä yritys tai taho osoittaa arvostavansa omaa kotikaupunkiaan tai –kyläänsä ja sen paikallista mediaa. Se osoittaa halua- vansa lähestyä ihmisiä heille läheistä ja tuttua väylää pitkin. Näin ollen se antaa myös itsestään kuvaa entistä ystävällisempänä ja paikallisia asukkaita kunnioittavampana tahona. Osallistumalla paikallisiin tapah- tumiin ja olemalla muutenkin esillä voi esimerkiksi kunnanjohtaja pai- kallislehden myötä luoda ja hoitaa omaa julkisuuskuvaansa. Tilanteesta on hyötyä myös lehdelle, sillä samalla se antaa oivaa tietoa paikallisista päättäjistä lukijoilleen ja vahvistaa näin asemaansa paikallisena tiedon välittäjänä. (Kangaspunta 1995: 19).

Paikallisjournalismi ei ole ainoastaan kaupunkilehdille ominaista vaan myös moni tilattava sanomalehti on luonut oman osionsa alueellisille tapahtumille. Pirkanmaan alueen tilattava sanomalehti Aamulehti jul- kaisee päivittäin ajankohtaisia uutisia ja reportaaseja Pirkanmaan tapah- tumista omassa Tampere ja naapurit –osiossaan. Vastaavasti pääkau- punkiseudun Helsingin Sanomissa on Oma kaupunki –osio. Paikallis- journalismin merkityksestä lukijoille on yhtenä osoituksena myös tä- män opinnäytetyön kysely, jossa suurin osa vastaajista toivoi tv- ohjelmatietojen tilalle nimenomaan kaupunki uutisia.

Paikallisjournalismin merkitys on nousemassa myös nuorten keskuu- dessa. Helsingin Sanomat uutisoi 6.2.2008 Taloustutkimuksen teke- mästä kyselystä, jonka mukaan sanomalehtiä lukevat nuoret lukevat ko- timaan uutisia sekä oman paikkakunnan uutisia lehdestä eniten. Tämän jälkeen tulevat radio- ja tv-ohjelmatiedot sekä sarjakuvat. Taloustutki- muksen kyselyyn vastasi yli 500 12-20 –vuotiasta vuoden 2007 lopul- la. (Helsingin Sanomat 6.2.2008, viitattu 2.10.2008).

3.4 Kaupunkilehtien kohderyhmä

Jokainen kaupunkilehti määrittelee itse oman kohderyhmänsä ja tavoitteensa tämän kohderyhmän saavuttamiseen. Mielestäni jokaisen kaupunkilehden tavoitteena on olla oman alueensa paikallisista asioista tiedottava lehti ja tavoittaa alueen asukkaista mahdollisimman monet. Kaupunkilehdet kuten myös sanomalehdet kohdistavat sisältönsä hyvinkin laajalle kohderyhmälle, jota rajoittaa lähes ainoastaan paikkakunta. Iällä ja ammatilla ei niinkään ole vaikutusta lehden lukemiseen. Sen sijaan lehden eri teemoilla pystytään kohdistamaan sisältöä halutuille kohderyhmille ja siten myös vastaaman mahdollisimman monen kiinnostuksen kohteisiin.

Suomen Lehtiyhtymän Taloustutkimuksella teettämän kyselyn mukaan naiset ovat aktiivisempia kaupunkilehtien lukijoita kuin miehet. 45-64 –vuotiaiden keskuudessa lukeminen on yleisintä. (Mediatutkimus 2006). Tämän opinnäytetyön ohessa tehty kysely osoitti tämän pätevän myös Tamperelaisen kohdalla. Juuri 40-64 –vuotiaat lukevat Tamperelaista eniten. Näistä tuloksista voisi päätellä kyseisen ikäryhmän kuuluvan vahvasti kaupunkilehtien kohderyhmään.

3.4.1 Tamperelaisen kohderyhmä

Tamperelaisen kohderyhmä on jakelualueen yli 15-vuotiaat ihmiset. Pääkohderyhmäkseen Tamperelainen on kuitenkin määritellyt 25-54 –vuotiaat, joiden toiveiden mukaan esimerkiksi lehden eri teemat muotoutuvat. (Niininen Mika, 16.9.2008).

3.5 Sanoma- ja kaupunkilehtien tulevaisuus

Kaupunkilehtien kasvaneen suosion ja hyvien tulevaisuuden näkymien syyksi Kaupunkilehtien Liiton hallituksen puheenjohtaja Martti Turunen sanoo olevan tiivis kilpailu alueen muiden lehtien kanssa. Tämä on kasvattanut lehtiä niin sivumäärältään kuin sisällöltäänkin. Hän mainitsee myös ulkoasun kohennusten olevan yksi tärkeä tekijä kilpailussa menestymiseen. (Kaupunkilehtien Liitto, viitattu 17.8.2008).

Hyvistä tulevaisuuden näkymistä kertoo myös syyskuun 2008 alussa toimintansa aloittanut Jyväskylän Kaupunkilehti, jonka taustalta löytyy myös Suomen Lehtiyhtymä. (Kaupunkilehtien Liitto, viitattu 17.8.2008). Tämä osoittaa mielestäni osaltaan kaupunkilehtien positiivisia tulevaisuuden näkymiä. Uusien lehtien perustaminen ja lukijoiden

löytäminen on haastavaa eikä uutta lehteä perusteta, mikäli sille ei näy olevan kysyntää.

Myös Tampereen alueella ilmestyyvä kaupunkilehti Tori on melko uusi vuonna 2006 perustettu lehti. Tämä osoittaa myös Tampereella olevan kiinnostusta kaupunkilehtiä kohtaan.

4 Ulkoasu

Lehden ulkoasulla viestitään lukijoille lehdestä ja sen sisällöstä huomattavan paljon. Käytetty typografia, värit, otsikointi, ingressi, kuvatekstit, graafiset esitykset, sivukoko ja sivumäärä muodostavat kokonaisuuden, joka viestii lukijalle lehden tarkoituksesta, lähestyttävyydestä ja kiinnostavuudesta. Ulkoasullaan lehti myös kertoo omista motiiveistaan ja kohderyhmästään. Ulkoasun avulla pyritään herättämään halutun lukijan kiinnostus sekä vahvistamaan toimituksellista sisällön viestiä.

4.1 Typografia

Typografia tarkoittaa lehden graafista ulkoasua eli tekstin, kuvien ja tyhjän pinnan välistä suhdetta. (Ikävalko 1995: 132). Typografisiin valintoihin lukeutuvat kirjainten valinta, ladelman muotoilu, vierusten määrittely, paperin väri sekä kuvituksen valinta. Typografisilla valinnoilla pyritään aikaansaamaan tekstin ja kuvien muodostama kokonaisuus, joka edesauttaa lehden helppolukuisuutta. Typografian avulla itse tekstin sanomaa yritetään vahvistaa niin, että viesti tavoittaa lukijan. (Loiri & Juholin 1998: 32). Kuten Brusila toteaa ”*Hyvä typografia tukee ja pukee viestejä näkyvällä, mutta usein huomaamattomalla tavalla.*” (Brusila toim. 2002: 83).

Typografian on tarkoitus herättää myös kiinnostusta lukijassa, jolloin tämä perehtyy asiaan tarkemmin. Typografian onnistumisella on suuri merkitys lehden menestymisen kannalta: onnistuneen typografian myötä lehteä on helppo ja miellyttävä lukea ja näin ollen lukijat viihtyvät sen parissa pidempään. (Loiri & Juholin 1998: 32).

4.1.1 Kirjaintyyppi ja siihen liittyvät valinnat

Typografisia valintoja tehtäessä tärkeintä on löytää sopiva kirjasin. Kirjasimia voi olla käytössä useampiakin, mutta monesti liian monen kirjasimen samanaikainen käyttö sekoittaa jutun rakennetta ja vaikeuttaa lukemista. Lehti ei tällöin myöskään ole selkeälinjainen. Valintoja tehtäessä luotetaan useasti kirjasimen luomiin mielikuviin sekä tarkoitukseen sopivaan ulkomuotoon. (Loiri & Juholin 1998: 34). Sanomalehdessä kirjasimen selkeys ja helppolukuisuus korostuu, sillä sanomalehtipaperi on painomateriaalina melko haastava. Kirjaimet eivät saa sekoittua keskenään. Sanomalehdissä onkin useasti käytössä ulkoasultaan hieman vaatimaton kirjasin, koska lehdet pyrkivät viestinnässään asialliseen uutisointiin. Sanomalehdet suosivat kirjasimissaan antiikvoja eli päätteellisiä kaksivahvoja kirjaimia varsinkin leipätekstissä. Antiikva

miellyttää useasti lukijoita, koska se on tutun näköinen ja yhdistetään useasti sanomalehteen. (Huovila ym. 1998: 15). Groteskit eli päätteettömät kirjaimet soveltuvat lyhyisiin kokonaisuuksiin, jolloin niillä saadaan tehokkuutta aikaan. Ne sopivat hyvin käytettäväksi taulukoissa ja muissa graafisissa esityksissä. (Loiri & Juholin 1998: 35).

Kirjasimen lisäksi eri tekstinosille: leipätekstille, otsikoille, ingresseille ja kuvateksteille valitaan myös kirjaimen koko sekä ladontatavat eli riviväli ja palstoitus. Valintoja noudattamalla lehdestä muodostuu hallitun oloinen kokonaisuus ja lukijan on helppo lukea sitä eteenpäin. Määriteltäessä kirjaimen kokoa käytössä ovat amerikkalainen Pica- ja eurooppalainen Didot-järjestelmä. Didot-järjestelmä on metripohjainen ja sen perusyksikkö on piste. Kirjainten mittoja ilmaistaankin pisteinä ja muita mittoja millimetreinä. (Loiri & Juholin 1998: 36). Sanomalehdessä leipätekstin pistekoon tulisi olla vähintään yhdeksän tai enemmän, jotta luettavuus säilyisi. (Huovila ym. 1998: 19). Tamperelainen käyttää leipätekstissään juuri pistekokoa yhdeksän.

Tamperelaisen käyttämä kirjasin valtaosissa otsikoista on ITC Symbol Black. Pääotsikoissa sen pistekoko on 55-75 pistettä ja kainalojutuissa 18 pistettä. Iso pistekoko takaa otsikon erottuvuuden ja mahdollistaa erilaiset kontrastit, jotka nostan esiin seuraavissa kappaleissa. Joissakin tapauksissa, lähinnä pienissä ja keskisuurissa jutuissa, otsikot saatetaan tehdä kirjaksimella ITC Slimbach Black, jolloin pistekoko liikkuu 35-50 välillä. Näiden lisäksi Tamperelainen käyttää myös ns. teemaotsikkoa, jolloin kirjasin on ITC Symbol Medium-leikkauksella. Teemaotsikkoa käytetään esimerkiksi Rock City –osion pääotsikossa. Lukijat eivät välttämättä huomaa erillisen teemaotsikon käyttöä, koska kirjaimet ovat äkkiseltään katsottuna niin samanlaisia. Lähinnä silmiini osuu teemaotsikon hieman kapeammat kirjaimet, jotka näyttävät jopa paremmilta kuin muut lehden pääotsikot ja niissä käytettävä kirjasin. Teemaotsikko on sirompi ja siten helpommin luettavissa. Kirjaimet erottuvat toisistaan paremmin. Kirjasin sopii mielestäni hyvin Rock City –osioon sen hieman nykyaikaisemman ja nuorekkaamman ulkonäön takia. Näin ollen otsikon ulkonäöllä pystytään myös houkuttelemaan lukijoita Rock Cityn pariin.

Alaotsikoissa on käytössä ITC Symbol Bold, jonka koko on pääotsikkoa selvästi pienempi, 18 pistettä. Kirjasin on linjassa ulkonäöllisesti pääotsikoiden kirjaimen kanssa ja saa jutun näyttämään hallitulta kokonaisuudelta.

Leipätekstin kirjasin on normaali ITC Slimbach Book pistekokoa 9. Poikkeuksena kainalojen ITC Stone Sans Medium, joka on kooltaan 8,5 pistettä. Kuvateksteissä vastaavat ovat ITC Stone Sans Semibold ja 8,5 pistettä. (Niva Samuli, 2.10.2008).

Näytteet Tamperelaisen käyttämistä kirjaksimista. (Fontit.com ja Fonts.com, viitattu 13.10.2008).

Pääotsikot:

ITC Symbol Black

Pääotsikko

ITC Slimbach Black

Pääotsikko

Teemaotsikko:

ITC Symbol Medium

Teemaotsikko

Alaotsikko:

ITC Symbol Bold

Alaotsikko

Leipäteksti:

ITC Slimbach Book

Leipäteksti

Kainalot:

ITC Stone Sans Medium

Kainalo

Kuvatekstit:

ITC Stone Sans Semibold

Kuvateksti

4.1.2 Ladontatiheys ja rivitys

Luettavuutta mietittäessä täytyy ottaa huomioon ladontatiheys eli kirjainten ja sanojen etäisyys toisistaan. Valittu kirjaintyyppi luo myös omat vaatimuksensa ladontatiheydelle. Toiset kirjaintyyppit ovat selkeämpiä jo valmiiksi, eivätkä siksi vaadi suurta väliä kirjainten ja sanojen välille. (Loiri & Juholin 1998: 38).

Rivien pituus vaikuttaa tekstin luettavuuteen sekä kirjainkoon valintaan. Sanomalehdet ovat lähes aina kahdeksan palstaisia, jolloin niiden palstaleveys on 43-44 mm. Tämä tarkoittaa noin 28-33 merkkiä yhdellä rivillä. (Loiri & Juholin 1998: 41).

Tamperelainen on poikennut yleisestä kahdeksanpalstaisuudesta. Lehti on nykyisin kymmenpalstainen, ja yhden palstan leveys on 36 mm. Yhdelle riville mahtuu noin 26 merkkiä. Tämä on huomattavasti vähemmän kuin yleinen suositus 32-36 merkkiä (Huovila ym. 1995: 21). Itkosen (2007: 85) mukaan rivin minimipituus tulisi olla 35-40 merkkiä ja parhaimmassa tapauksessa rivillä on 55-60 merkkiä. Hän kuitenkin toteaa näiden ohjeiden olevan sovellettavissa kulloiseenkin tapaukseen. Huovila ym. ovat tehneet oman arvionsa koskien ainoastaan sanomalehtiä ja ovat siten merkkimäärissään lähempänä Tamperelaisen tilannetta.

Toimituksellisen sisällön kohdalla Tamperelaisessa ei kaikissa jutuissa pysytä kymmenpalstaisen lehden palstaleveyksissä. Lehden pääjutut eli sivut kolme ja neljä sekä lukijalta-palsta taitetaan leveämmille palstoille. Tällöin palstaleveys on 46 mm, pääkirjoituksessa jopa vielä leveämpi. Samalla sivulla saattaa olla juttuja useammalla palstaleveydellä ja tämä toimii oivana visuaalisena tehokeinona.

Yksi sanomalehden visuaalisista valinnoista liittyy rivien suljentaan. Yleensä rivit ladotaan yhtä pitkiksi niin, että palsta on suora molemmilta reunoiltaan. Tasaus on käytössä pääasiallisesti myös Tamperelaisessa. Yksi poikkeuksista on tv-sivulla oleva Juorukello, jossa on oikeanpuoleinen liehuladelma. Nämä molemmat ladontatavat eivät vaikuta luettavuuden huonontumiseen vaan lukeminen on helppoa ja vaivatonta. (Loiri & Juholin 1998: 42). Tasatut reunat ovat visuaalisesti mielestäni kuitenkin hallitumman näköisiä ja siksi varmasti yleisesti käytössä sanomalehdissä.

4.1.3 Kontrastit

Lehdessä julkaistavien juttujen viestiä voidaan korostaa monilla tehokeinoilla kuten lihavoinnilla, kursivoinnilla, ylimääräisellä kirjainkoolla, laatikoilla ja linjoilla. Erilaiset kontrastit ovat myös suosittu keino tehostaa viestiä ja houkuttaa lukijaa tutustumaan juttuun paremmin. Joissakin tapauksissa kontrastit syntyvät vahingossa, mutta taittovaiheessa niiden käyttöä kannattaa miettiä tietoisestikin. Tällaisia kontrasteja ovat:

- kokokontrasti
- vahvuuskontrasti
- pintakontrasti
- värikontrasti
- muotokontrasti
- tyhjän ja täyden tilan välinen kontrasti.

Kokokontrasti

Yleisin käytetty keino on kokokontrasti, jolloin taitossa hyödynnetään tekstin tai kuvien välisiä kokoeroja. Vahvin kontrasti syntyy, kun iso ja pieni kuva sijoitetaan lähekkäin, jolloin ne korostavat toisiaan ja synnyttävät mielenkiintoisen asetelman. Koolla voidaan myös leikkiä yhdessä kuvan ja tekstin kanssa sijoittamalla ison otsikon läheisyyteen pieni kuva, jolloin kuva näyttää entistäkin pienemmältä. (Loiri & Juholin 1998: 47). Itkonen (2007: 77) nostaa kokokontrastin yhteydessä esille vielä mahdollisuuden luoda jännitteitä kirjainten pistekoon avulla. Tällöin on kuitenkin tärkeää muistaa, että koko ei saa olla niin pieni, että se vaikuttaa vahingolta.

Vahvuuskontrasti

Otsikoiden ja muiden lyhyiden tekstien muotoilussa voidaan käyttää lihavoitua ja normaalia tekstiä rinnakkain. Tällöin saadaan aikaan vahvuuskontrasti. Itkonen (2007: 78) tuo Loiria ja Juholinia selkeämmin esille kontrastin käyttöä; groteskin eri lihavuudet luovat vahvuuseroa paremmin kuin antiikvojen. Jotta kontrasti on toimiva, tulee rinnastettavien kirjainten vahvuusero olla huomattava. Eron tulisi näyttää harkitusti tehdyltä eikä vain vahingolta. (Loiri & Juholin 1998: 47). Liiallista käyttöä tulee myös välttää eikä esimerkiksi otsikon yhtä sanaa kannata lihavoida ilman perustetta. (Itkonen 2007: 78).

Pintakontrasti

Loiri & Juholin (1998: 47) näkevät kontrastin syntyvän myös erilaisten tummien ja vaaleiden pintojen yhdistelyssä. Parhaiten tämä toimii sanomalehdessä käytettäessä tummaa otsikkoa ja vaaleampaa leipätekstiä. Pintakontrasti syntyy kuin itsestään tekstipinnan ja pohjapinnan välille.

Kuvat ja tekstipinnat saavat aikaan myös kontrastin, jota on vaikea tietoisesti havaita.

Värikontrasti

Vaalean painopinnan ja tummemman tekstipinnan välille syntyy myös värikontrasti. Sanomalehdissä tämä kontrasti ei ole yhtä voimakas kuin esimerkiksi aikakauslehdissä, mutta se on yksi käytettävissä olevista tehokeinoista. Väreihin liittyvä kontrasti syntyy myös värikkäiden elementtien tai kuvien käytön yhteydessä. Voimakkaimmin tämä toteutuu esimerkiksi sijoittamalla värikäs kuva mustavalkoiseen ympäristöön.

Muotokontrasti

Kokokontrasti on helppo synnyttää erikokoisilla kuvilla, teksteillä ja muilla muodoilla. Tekstin osalta kokokontrasti on lähellä muotokontrastia. Erilaisia yhdistelmiä ovat esimerkiksi antiikva ja groteski sekä normaaliteksti ja kursiivi. (Loiri & Juholin 1998: 48). Yleisin tapa on käyttää antiikvan rinnalla kursiivia. Pahin virhe syntyy, kun kahta eri antiikvaa käytetään rinnakkain. Tällöin kontrastin sijasta syntyy tyyli-ristiriita. (Itkonen 2007: 77).

Yhdistelmien avulla sivulle tai juttukokonaisuuteen voidaan luoda jännitteitä. Muotokontrastit voidaan liittää myös kuvien ja tekstin välisiin suhteisiin. Suorakaiteen muotoinen kuva ja liehureunateksti, tai vastavasti syvätytty kuva ja tasattu teksti, muodostavat omat kontrastinsa. Tamperelaisessa muotokontrasteja käytetään jonkin verran. Yleensä ne liittyvät syvätyttyyn kuvaan.

Tyhjän tilan kontrasti

Tyhjän ja täyden tilan kontrasti syntyy, kun lehdessä jätetään sivuista joitakin osioita kokonaan tyhjiksi. Tyhjän tilan tulee kuitenkin olla tarkasti suunniteltua, jolloin se toimii parhaiten osana taittoa. (Loiri & Juholin 1998: 48). Tamperelaisessa, kuten kaupunkilehdissä yleensä, tyhjän ja täyden tilan kontrastia ei juuri voida käyttää kustannussyistä. Lehden koko painopinta-ala tulee olla käytettynä, jotta lehden tekeminen yleensä on kannattavaa. Ilmoitusten määrä lehdessä tulee olla tietyn suuruinen, koska ilmoitukset ovat ilmaisjakelulehden ainoa tuottoa. Niiden lisäksi lehteen halutaan sovittaa mahdollisimman paljon toimituksellista sisältöä lukijoita palvelemaan, joten tyhjän tilan käyttö on mahdotonta. Koska sanomalehdissä harvemmin muutenkaan leikitellään tyhjällä tilalla samalla tavoin kuin aikakauslehdissä, eivät lukijat varmasti ole tottuneita siihen. Tällöin tyhjän tilan käyttö aiheuttaisi kenties vain hämmennystä siitä, mitä jutusta on jäänyt puuttumaan eikä haluttua vaikutelmaa saataisi aikaiseksi. Sanomalehtipaperi ei myöskään mielestäni painomateriaalina tue tyhjän tilan käyttöä, sillä riski tyhjän tilan suttaantumisesta painoväriin jossain vaiheessa lehden kiertoa on liian suuri.

4.2 Sivumäärä ja sivukoko

Tamperelainen painetaan broad sheet –kokoisena kuten valtaosa Suomen sanomalehdistä (painopinta-ala noin 380 x 520 mm). Sen sijaan useimmat kaupunkilehdet ilmestyvät tabloid-kokoisina (painopinta-ala noin 260 x 380 mm), joten omassa ryhmässään Tamperelainen edustaa vähemmistöä. Broad sheet –kokoon Tamperelainen päätyi hakiessaan imagoa lähempää sanomalehtiä. (Niininen Mika, 16.9.2008). Sanomalehtien myötä broad sheet –koko on kenties mielletty asiallisemmaksi ja uutisläheisemmäksi kuin tabloid, jonka kokoisena esimerkiksi ilta-päivälehdet ilmestyvät.

Tamperelaisen minimisivumäärä on 10 sivua. Tätä pienempää sivumäärää lehdessä ei voi olla. (Niininen Mika, 16.9.2008). Yleisesti ottaen Tamperelaisen sivumäärä liikkuu 10-16 sivun välillä.

4.3 Otsikot, ingressit ja leipäteksti

Monet lehdet ovat pysytelleet pitkän aikaa tietyssä kirjaintyyppissä otsikoinnissaan. Huovila ym. (1998: 17) kehottavatkin miettimään, mitä käytössä olevalla kirjaintyyppillä halutaan kertoa lehdestä, ja voisiko joku kauniimpi antiikva tai tyylikäs groteski kuvata lehden imagoa vielä paremmin. Otsikko yksinään tai esi- ja alarivien kanssa tulisi pitää mahdollisimman selkeänä, ja niiden pituus tulisi olla hallittu. Itkonen (2007: 96) on asiassa samoilla linjoilla korostaessaan, että rivien tulisi olla samanpituiset. Myös riviväliin tulisi kiinnittää huomiota. Otsikossa käytetäänkin yleensä pienempää riviväliä kuin leipäteksteissä. Tällä halutaan lisätä otsikon eri rivien yhtenäisyyttä, jolloin otsikko on oma kokonaisuutensa. (Itkonen 2007: 97). Otsikkokoot tulisi porrastaa sivulla tai aukeamalla niin, että varsinainen pääjuttu erottuu muista. Myös kakkos- ja kolmostason jutut tulisi olla selvästi porrastettuna. (Huovila ym. 1998: 17).

Päädyttäessä käyttämään ingressejä täytyy olla selvillä, mikä on niiden tehtävä. Toimivatko ne johdatuksena, tuovatko esiin jonkin oleellisen yksityiskohdan vai tiivistävätkö ne koko jutun. Ingressi ei saa olla liian pitkä ja toimii parhaimmillaan hyvän otsikon jatkeena. (Suhola ym. 2005: 132). Dagens Nyheter on lihavoinut ingressinsä alkuosan, jossa yhdellä sanalla on kuvattu, mistä asiasta on kyse. Tällöin lukija pääsee juttuun sisään nopeammin ja pystyy paremmin löytämään juttujen seasta itseään kiinnostavat aiheet. (Huovila ym. 1998: 17). Ingressi on yksi taiton keino tehostaa viestiä ja luoda sivusta tai jutusta visuaalisempi. Näin ollen ingressi saatetaankin latoa useamman palstan levyiseksi. Toisaalta joissakin tapauksissa ingressi kannattaa jättää pois nimenomaan visuaalisuuden takia: sivu saattaa olla levollisemman ja yhtenäisemmän näköinen.

semmän näköinen ilman useita erilaisia elementtejä. (Suhola ym. 2005: 132).

Yhtenä tavanomaisimmista visuaalisista tehokeinoista toimivat väliotsikot. Ne rytmittävät tekstiä, tiivistävät seuraavan jakson sisällön ja helpottavat näin lukemista (Suhola ym. 2005: 137). Lukija pystyy niiden avulla halutessaan siirtymään jutussa häntä kiinnostavimpiin kohtiin. Näin ollen väliotsikoiden tulee olla leipätekstin seassa näkyviä, mutta ei kuitenkaan liian hallitsevia osia. Mikäli juttu on kovin lyhyt, väliotsikot saattavat nousta liian isoon osaan visuaalisesti ja taitto vaikeutuu yleensäkin. Tällöin käyttöön voidaan ottaa anfangit. (Huovila ym. 1998: 18).

Anfangilla tarkoitetaan tekstiosion ensimmäisen kirjaimen korostamista muusta tekstistä. Yleisesti ottaen kirjain on noin neljän rivin korkuinen. Anfangilla on helppo korvata väliotsikot sillä se rytmittää lukemista väliotsikon tapaan, mutta ei vie yhtä paljon tilaa. Se myös auttaa lukijaa huomaamaan, mistä lukeminen tulee aloittaa. Liiallinen käyttö voi kuitenkin saada sivun tai jutun näyttämään sekaiselta. On myös tärkeää, että anfangi osuu juuri oikeaan kohtaan suhteessa tekstiin. (Huovila ym. 1998: 18). Tamperelainen ei käytä jutuissaan anfangia ollenkaan. Eri kappaleet erotetaan lehdessä toisistaan väliotsikoilla, joten anfangin käytölle ei ole perusteita.

Taitto ja visuaalinen ulkoasu eivät aseta leipätekstille kuin muutaman vaatimuksen. Ensinnäkin tekstin on mahdollista sille varattuun tilaan ja sen kirjainkoon tulee olla tarvittavan kokoista. Sanomalehtien kohdalla leipätekstien pistekoko tulisi olla vähintään yhdeksän. Tällöin luettavuus ei vielä kärsi. (Huovila ym. 1998: 18).

4.4 Taitto

Taittovaiheessa toimituksellinen teksti, kuvat ja muut lehden visuaaliset tekijät (typografiset valinnat) yhdistetään yhdeksi kokonaisuudeksi. Taiton tavoitteena on saada lehti näyttämään hallitulta kokonaisuudelta ja erottuvan muista kilpailijoista edukseen. (Loiri & Juholin 1998: 70).

Taitto- ja sivupohjat auttavat säilyttämään lehden yhtenäisen sille määritellyn graafisen asun. Pohjaan tehdään valmiiksi palstalevydet ja niiden välille jätetään palstavälit, jotka yleensä ovat 4 tai 5 mm. Ruudukko eli grid auttaa sivusuunnittelussa samoissa matemaattisissa mittasuhteissa pysymisen. (Huovila ym. 1995: 22).

Sommitelulla tarkoitetaan tekstin sijoittelua sekä kuvien ja tekstin välisen suhteen luomista. Sommittelu on taitossa tärkeää hyvän ja selkeän lopputuloksen aikaansaamiseksi. Se onkin keino herättää mielenkiintoa,

välittää tunnelmia sekä ohjata lukijan katsetta. Ulkoasu saadaan pidettyä yhtenäisenä johdonmukaisella sommittelulla. Mielenkiintoa saadaan luotua tekemällä muutamia hallittuja poikkeamia. Näitä mietittäessä tulee kuitenkin pitää mielessä tarkoitus ja kohderyhmä. (Pesonen 2007: 62).

Sanomalehdissä ilmoitukset taitetaan yleensä aukeaman reunoille alhaalta ylöspäin muodostuviksi puolikkaiksi kolmioiksi ja toimituksellinen sisältö niiden väliin. Sommittelussa ei voida aina toteuttaa haluttua linjaa. Esimerkiksi juuri broad sheet –kokoisessa sanomalehdessä aukeama on liian suuri, jotta se voitaisiin sommitella kokonaisuutena. (Loiri & Juholin 1998: 64).

4.5 Taitolisten tehokeinojen käyttö Tamperelaisessa

Kaupunkilehtien kannattavuus perustuu pääosin ilmoitusmäärään ja lähes aina lehdessä onkin ilmoituksia enemmän kuin toimituksellista sisältöä. Tämä aiheuttaa omat haasteensa taitolle, koska on haastavaa sijoittaa ilmoitukset ja toimituksellinen sisältö tasapainoisesti lehden sivuille.

Tamperelainen käyttää erilaisia tehokeinoja visuaalisessa ulkoasussaan. Kymmenen lehden seuranta aikavälillä 20.8.-10.9.2008 paljasti useita erilaisia keinoja herättää lukijan mielenkiintoa juttuja kohtaan. Käsittelemme näitä keinoja seuraavaksi.

4.5.1 Tehokeinot otsikoinnissa

Juttujen otsikot on taitettu pääosin yhdelle riville. Joissakin tapauksissa otsikko on niin pitkä, että käyttöön on otettu kaksikin riviä. Tällöin otsikko luo kokonsa puolesta kontrastia muuhun tekstiin. Tamperelaisessa pääjuttujen otsikot ovat muutenkin suuria ja helposti huomattavia sekä luettavia. Selkeät otsikot auttavat lukijaa erottamaan helposti jutun alkamisen muista jutuista sekä ilmoituksista. Otsikot on pääasiassa kirjoitettu pienillä kirjaimilla. Ainoana poikkeuksena ovat pienet yhden palstan levyiset jutut, joiden otsikot on kirjoitettu isoilla kirjaimilla. Tämä saattaa ryhdittää pieniä juttuja, mutta luo mielestäni tarpeetonta sekavuutta sivuille.

Otsikoinnissa yhtenä tehokeinona ovat myös värit. Kenties kirjasimien takia pääotsikko on väriltään musta, mutta sen sijaan alaotsikot näyttäisivät olevan sävyltään harmaita. Tämä tuo kivan lisämausteen otsikointiin ja erottelee pääotsikon alaotsikosta muutenkin kuin vain kokonsa puolesta. Yhtenäinen linja alaotsikoiden käytössä jatkuu läpi koko leh-

den ja on näin eheä. Jutun väritys tietyllä tapaa vaalenee jutun loppua kohden pääotsikon mustasta väristä alaotsikon harmaaseen sävyyn ja siitä edelleen leipätekstiin, joka näyttää pienen kokonsa puolesta vielä tätäkin vaaleammalta. Osassa jutuista joko alaotsikko tai jutusta nostettu sitaatti on oranssi ja tuo raikkautta muuten harmaan sävyiseen juttuun. Kun oranssia väriä on käytetty hillitysti, se tehoaa parhaiten. Luulen, että lukija ei välttämättä edes huomaa värin olevan juuri oranssi. Huomio kiinnittyy enemmän raikkaaseen kokonaisuuteen ja nostetun sitaatin sisältöön.

4.5.2 Kuvitus

Juttujen kuvituksessa on jonkin verran käytetty isoja ja pieniä valokuvia vierekkäin kokonontrastia luomaan. Tämä toimii mielestäni parhaiten lehden sivuilla kolme ja neljä sekä muilla sellaisilla sivuilla, joilla ilmoituksia ei ole paljoa. Ilmoitusten määrä vaikuttaa luonnollisesti sivun ulkoasuun, ja siksi esimerkiksi erikokoisten valokuvien käyttö samalla sivulla tai samassa jutussa saattaa aiheuttaa enemmänkin sekavuutta kuin hallittua kontrastien käyttöä.

Kuvien käytössä on myös suosittu melko usein syvätyjä kuvia. Tämä tarkoittaa, että kuvasta on leikattu tausta pois esimerkiksi henkilön ympäriltä. Läpikäydyistä seitsemästä lehdestä peräti kuudessa oli käytetty syvätyä kuvaa. Tosin kahdessa tapauksessa kuva oli pieni eikä sijoitettu lehden pääjuttuihin. Syväty kuva on lähes poikkeuksetta sijoitettu jutun keskelle, jolloin teksti kiertää kuvaa. Tyhjää tilaa ei syvätyjenkään kuvien kohdalla ole hyödynnetty.

Syväty kuva tuo mielestäni kaivattua vaihtelua suorakulmaisten kuvien keskelle. Tosin liiallinen syvätyjen kuvien käyttö vähentää niiden tehokkuutta.

4.5.3 Graafiset linjat

Jokaisessa lehdessä on juttujen yhteydessä lähes aina käytössä faktalaatikko tai kainalojuttu, johon on koottu lyhyesti keskeisimmät kohdat jutusta tai haastateltavasta henkilöstä. Faktalaatikoiden ilmettä korostamaan on lisätty varjo laatikon vasemmalle puolelle. Näin on luotu sivulle syvyyden vaikutelmaa. Kainalojuttu on eroteltu muusta tekstistä pienellä otsikolla sekä oranssilla neliöllä leipätekstin alussa.

Faktalaatikon otsikko on joissakin tapauksissa väriltään oranssi ja erottaa laatikon muusta tekstistä myös tällä tavoin. Laatikko on helppo

huomata ja tarvittaessa lukija voi lukea vain sen ja saada helposti selville, mistä on kyse.

4.5.4 Ingressi

Tamperelainen ei käytä juttujensa yhteydessä ingressejä ollenkaan. Mielestäni ingressit auttaisivat lukijaa pääsemään juttuun sisälle paremmin kuin käytössä olevat alaotsikot. Toisaalta nykyiset alaotsikot sisältävät informaatiota varmasti yhtä paljon kuin ingressiin saataisiin, joten tavallaan ne toimivat samalla tavoin. Ingressien käyttämättömyyttä saattaa perustella myös se, että lehden jutut ovat melko lyhyitä. Kenties on ajateltu ingressin vievän tarpeettoman paljon tilaa lehdessä. Alaotsikoiden käytöllä ja niiden eri värisävyillä on saatu vaihtuvuutta juttujen tekstipuolen visuaalisuuteen.

Mikäli ingressit otettaisiin käyttöön, tulisi alaotsikoiden käytöstä mielestäni silloin luopua. Muuten jutusta tulisi visuaalisesti jopa kaottinen. Ingressit tarjoaisivat mielestäni kuitenkin alaotsikoita enemmän mahdollisuuksia taitollisiin tehokeinoin. Alaotsikot joudutaan aina taittamaan yhdelle tai kahdelle pitkälle riville pääotsikon kanssa samaan linjaan. Ingressit sen sijaan voidaan taittaa useammalle riville ja niiden palstaleveydellä voitaisiin vaikuttaa jutun visuaalisuuteen hyvinkin paljon.

4.5.5 Kokonaisuus

Monet Tamperelaisen jutuista on taitettu saman linjan mukaan. Otsikko on ylhäällä yhdellä tai kahdella rivillä ja alaotsikko sijoitettuna pääotsikon alle samaan linjaan. Kuva on sijoitettu joko jutun vasempaan reunaan tai keskelle riippuen kuvan koosta. Isommat kuvat vievät enemmän tilaa, jolloin tekstiä ei saada mahtumaan kuvan molemmille puolille. Pienempi kuva antaa tekstin sijoittelulle enemmän mahdollisuuksia.

Tekstin alku ja kuvan yläreuna ovat myös poikkeuksetta samalla korkeudella. Näin ollen otsikko on myös kuvan välittömässä läheisyydessä. Samantapainen käytäntö jokaisessa jutussa jaksottaa koko lehteä yhtäläillä kuin yksittäistä juttua. Kuvan ja otsikoinnin yhteys lisää juttuun muodostuvia kontrasteja ja luo jännittäviä rajapintoja ison kuvan ja tekstin välille.

5 Sisältö

Työn tarkoituksena on nostaa esiin erilaisia toimituksellisia sisältömahdollisuuksia ja luoda osaksi niiden pohjalta ideoita Tamperelaisen mahdollisesti tv-ohjelmatiedoista vapautuvalle sivulle. Käyn seuraavaksi läpi millaisia juttutyyppejä on olemassa sekä millainen Tampere-laisen sisällöllinen rakenne on tällä hetkellä.

5.1 Genret

Tamperelainen julkaisee erilaisia juttutyyppejä uutisista kolumneihin ja gallupeihin. Uutinen on vanhin käytössä olevista juttutyypeistä ja sitä käytetään yhä eniten. Suhola ym. siteeraavat (2005: 100) Heikki Kuuttia ja Jukka-Pekka Puroa määritellesään uutiselle tyypillistä olevan ”uuden, yllättävän ja merkittävän tiedon kertominen äskettäin tapahtuneesta tai tietoon saadusta, yleisesti kiinnostavasta asiasta”. Uutiselle tyypillistä on siis kertominen, ei niinkään pohtiminen.

Taustajuttua lehdet käyttävät kertoakseen asioista tarkemmin. Taustajuttu voidaan julkaista ennen uutista, uutisen välittömässä yhteydessä tai vasta uutisen jälkeen. (Suhola ym. 2005: 105). Kaupunkilehdille sopii mielestäni taustajutut, jotka tehdään esimerkiksi tilanteessa, jossa kaupungin valtuusto tulee päättämään jostakin aiheesta tai kaupungissa tullaan järjestämään jokin tapahtuma. Koska kaupunkilehtien viive on useampia päiviä, ei varsinainen uutisointi ole aina edes mahdollista.

Artikkeli sekoitetaan useasti lehdessä julkaistavaan aivan tavalliseen juttuun. Artikkeliksi voidaan Suholan ym. mukaan (2005: 110) kutsua tietoa jakavaa asiantuntijatekstiä. Tällöin artikkeli sisältää vähemmän mielipiteitä kuin esimerkiksi kolumni.

Monien pääkirjoitusten alla julkaistaan kolumnia. (Suhola ym. 2005: 116). Myös Tamperelaisen sivulla neljä pääkirjoituksen alla on aina kolumni. Lehdissä julkaistavien kolumnien aihe on monesti ajankohtainen ja se saattaa olla jopa ironinen. Se pitäytyy kuitenkin todellisuudessa ja olemassa olevissa faktoissa. (Suhola ym. 2005: 116).

Poikkeuksetta jokaisessa sanoma- ja kaupunkilehdessä on pääkirjoitus. Sen aiheena on yleensä jokin ajankohtainen ja yhteiskunnallinen kysymys. (Suhola ym. 2005: 122). Tamperelaisessa pääkirjoitus on henkilöitynyt päätoimittajaan, joka on selvästi osoitettu pääkirjoituksen kirjoittajaksi. Tamperelaisen, kuten muidenkin kaupunkilehtien tapauksessa, pääkirjoitus käsittelee jotakin paikallista kysymystä, eikä niinkään valtakunnallista aihetta.

Kainalojutuksi kutsutaan pääjutun yhteyteen eli ”kainaloon” taitettua pienempää juttua, joka koskee niin ikään pääjutun aihetta. (Journalis-

mi.fi, viitattu 4.10.2008). Kainaloita on Tamperelaisessa käytetty silloin tällöin joidenkin juttujen yhteydessä.

Haastatteluja on kahdenlaisia: henkilöhaastattelut ja asiahaastattelut. Henkilöhaastatteluissa haastattelu tehdään, koska haastateltava on lukijoille tuttu tai merkittävä. Tällöin monet haastatelluista ovat julkisuuden henkilöitä. Asiahaastattelun lähtökohtana sen sijaan on, että haastateltava tietää jostakin lukijoita kiinnostavasta aiheesta. Tällaiset haastattelut ovat enimmäkseen asiantuntijahaastatteluja. (Suhola ym. 2005: 67).

5.2 Tamperelaisen rakenne

Tamperelainen julkaistaan usein 10-16 –sivuisena ja lehti noudattelee jokaisella kerralla tiettyä kaavaa. Sivujen rakenne riippuu hieman siitä, kuinka monta sivua lehdessä kulloinkin on. Tarkastelen seuraavaksi 12-sivuisen Tamperelaisen sisällöllistä rakennetta sekä keskiviikon että sunnuntain lehden osalta.

Etusivu on varattu yläosan otsikkopimintoja lukuun ottamatta kokonaan ilmoituksille. Tämä onkin luonnollisesti ilmoittajien eniten suosima paikka.

Ensimmäinen aukeama eli sivut kaksi ja kolme ovat tasapainossa toimituksellisen sisällön ja ilmoitusten suhteen. Kakkosivulle taitetaan ilmoituksia niin paljon kuin mahdollista. Kolmosivu sen sijaan on varattu lähes kokonaan toimitukselliselle sisällölle. Sivua hallitsee useimmiten yläosan isompi juttu, jonka yhteyteen on myös valittu melko iso kuva. Sivun sisäreunassa on yhdelle palstalle taitettu lyhyempiä uutisia kaupungista sekä neljän päivän sääennuste. Löytyypä sivun alalaidasta myös noin 50 mm korkeat ”Tulipa sanottua” ja ”Viikolla tapahtuu” – osiot. Kyseisen sivun oikeasta reunasta kaksi ulommaista palstaa on varattu ilmoituksille. Ilmoitukset sijoittuvat siis kahdelle palstalle ja täyttävät koko sivun korkeuden. Kolmosivulle myydään ilmoitustilaa määräpaikkana ja se on haluttu paikka pääuutisten rinnalla.

Lehden toinen aukeama eli sivut neljä ja viisi noudattavat lehdestä toiseen täysin samaa kaavaa. Sivua kolme hallitsee keskelle taitetut kaksi isoa juttua. Näiden alla on myös Päivän kysymys –osio, jossa neljältä satunnaiselta ihmiseltä on kysytty jokin ajankohtainen kysymys. Vasemmassa laidassa on kahden palstan leveydellä pääkirjoitus ja tämän alla kolumni, jonka kirjoittaja vaihtelee. Sivun sisäreunan ulommaisella palstalla on lyhyitä uutisia. Sivulla kolme ei siis koskaan ole ilmoituksia vaan aukeaman ilmoitustila on kokonaan neljännellä sivulla. Kyseinen sivu onkin aina täytetty kokonaan ilmoituksilla.

Kolmosaukeamasta eteenpäin eri lehden numeroihin tulee vaihtelua ilmoitusten ja toimituksellisen sisällön suhteen. Yhteistä on kuitenkin sivua kuusi melko usein hallitseva iso juttu, jonka ympärille puolikkaan kolmion muotoon ilmoitukset on sijoitettu. Sivulle seitsemän on useimmiten taitettu melko paljon ilmoituksia, toisinaan koko sivu on ilmoitusten käytössä.

Lehden neljänneltä aukeamalta sivu kahdeksan vaihtelee sisältönsä puolesta riippuen siitä onko kyseessä keskiviikon vai sunnuntain lehti. Sunnuntain lehdissä sivulla kahdeksan on Lukijan sana –palsta. Keski- viikkoisin se saattaa olla kokonaan ilmoitustilana, toisinaan sille on taitettu Minne Mennä –palsta, jossa ilmoitustilaa on sivun ulkoreunoilla kehystettyjä ilmoituksia varten. Sivun sisäreunaan on taitettu eri otsikoiden alle (mm. kurssit, kulttuuritapahtumat, näyttelyt ja hengelliset yhteisöt) rivi-ilmoituksina erilaisia menovinkkejä. Nämä rivi-ilmoitukset saattavat jatkua seuraavalle sivulle riippuen niiden määräs- tä. Väliin jäävä tila on käytetty jutulle, jossa nostetaan esiin jokin tapahtuma tarkemmin. Kyseinen tapahtuma ei kuitenkaan ole yhteydessä sivulla oleviin ilmoituksiin vaan on täysin toimituksellista sisältöä. Minne Mennä –palsta on sunnuntain lehdissä sivulla yhdeksän.

Ilmoitusten määrä ja niiden koot, varsinkin koko sivun ilmoitukset, vaikuttavat siis lehden loppuosan taittoon. Keskiviikon lehdissä oleva Tampere Rock City –osio on taitettuna Minne Mennä –palstan jälkeen ja ilmoituksista riippuen on siis lehden sivuilla yhdeksän tai kymmenen.

Luokiteltujen rivi-ilmoitusten palsta on yleisesti ottaen samalla aukeamalla kuin tv-ohjelmatiedot, monesti sivulla 10. Tällä sivulla on myös muita ilmoituksia ja tarvittaessa myös toimituksellista sisältöä. Tällä hetkellä lehden toiseksi viimeisellä sivulla eli 12-sivuisen lehden 11. sivulla on tv-ohjelmatiedot. Lehden takakansi on etusivun tapaan varattu ilmoituksille.

6 Kysely Tamperelaisen lukijoille

6.1 Kyselyn tarkoitus

Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, kuinka tärkeänä Tamperelaisen lukijat pitävät tv-ohjelmatietojen julkaisua lehdessä, ja kuinka useasti he katsovat ohjelmatiedot Tamperelaisesta. Kyselyn avulla selvitettiin myös, miten lukijat suhtautuisivat, jos ohjelmatiedot jätettäisiin lehdestä pois: vähentyisikö lukeminen ja menettäisikö Tamperelainen lukijoitaan muutoksen myötä. Näiden asioiden lisäksi kyselyllä kerättiin tietoa siitä, millaista sisältöä lukijat haluaisivat tv-ohjelmatietojen tilalle.

Kyselystä saatujen tietojen perusteella Tamperelainen pystyy arvioimaan tv-ohjelmatietojen julkaisun tarpeellisuutta sekä sitä, miten mahdollinen muutos vaikuttaisi lukijoihin. Kysely auttaa myös kehittämään sisältöä yhä enemmän lukijoiden toiveiden suuntaan.

6.2 Kyselyn luominen ja tehdyt päätökset

Kysely tehtiin, koska Tamperelainen oli pohtinut mahdollisuutta jättää tv-ohjelmatiedot pois lehdestä. Vapautunut tila toisi lisää tilaa ilmoitusmyynnille sekä mahdollistaisi lisätilan myös toimitukselliselle sisällölle. Ennen päätöstä tv-ohjelmatietojen poisjätöstä Tamperelainen halusi selvittää, miten lukijat suhtautuisivat asiaan. Tärkeää kyselyn kannalta oli selvittää, vähenisikö Tamperelaisen lukeminen, mikäli tv-ohjelmatietoja ei enää olisi lehdessä.

Kyselystä haluttiin tehdä mahdollisimman yksinkertainen ja lyhyt, jolloin siihen vastaaminen olisi mahdollisimman helppoa. Kyselyssä selvitettiin ainoastaan ne seikat, joilla on todellista merkitystä tv-ohjelmatietojen julkaisua ajatellen.

Kyselyn taustatiedoiksi riittivät vastaajan sukupuoli, ikä sekä se, kuinka useasti vastaaja Tamperelaista lukee. Myöhemmin vastauksia analysoidessa oli mahdollisuus tarkastella ovatko ohjelmatiedot tärkeämpiä iäkkäille lukijoille kuin nuorille. Vastausvaihtoehdot ikäryhmiin sovittiin yhdessä Tamperelaisen kanssa heidän kiinnostustensa mukaan alle 39-vuotiaista, 40-65 -vuotiaista sekä yli 65-vuotiaista. Yleisenä oletuksena pidettiin alle 39-vuotiaiden ottavan uuden digiajan vastaan ennakkoluulottomimmin ja käyttävän hyväkseen digibokseissa olevaa ohjelmatarjontavalikkoa. Tämän ikäryhmän oletettiin olevan myös tottunut internetin käyttäjä, joten he saattaisivat katsoa tv-ohjelmatiedot myös sitä kautta. 40- 65 -vuotiaiden ei oletettu olevan yhtä ennakkoluulottomia ja heille tv-ohjelmatietojen merkitys lehdessä saattaisi olla suurempi. Yli 65-vuotiaiden kohdalla oletettiin, etteivät he välttämättä

ole kovinkaan kiinnostuneita käyttämään tv-ohjelmatietojen selvittämiseen uusia välineitä.

Kyselyn vastausten kannalta oli myös tärkeää, kuinka usein vastaajat lukevat Tamperelaista. Säännöllisesti lehteä lukevien vastaukset ovat tärkeimpiä päätöksiä tehtäessä. Internetissä olevaan kyselyyn yhdeksi vastausmahdollisuudeksi laitettiin ”en lainkaan ” -vaihtoehto, koska nettisivuille saattaa eksyä myös ihmisiä, jotka eivät lue lehteä. Sen sijaan lehteen sijoitettu lomake ei sisältänyt tätä vaihtoehtoa.

Kolmannen kysymyksen kohdalla selvitettiin, kuinka usein vastaajat katsovat tv-ohjelmatiedot lehdestä. Vastausvaihtoehtoiksi määriteltiin päivittäin, lähes päivittäin, harvemmin ja en lainkaan. Tämä kysymys toi vastauksen siitä, kuinka usein lukijat todella tarvitsevat ohjelmatietoja.

Neljäs kysymys käsitteli lukemisen mahdollista vähentymistä, mikäli ohjelmatietoja ei olisi lehdessä. Kysymyksen vastausvaihtoehdot haluttiin mahdollisimman selviksi ja näin ollen päädyttiin kolmeen vaihtoehtoon: vähentyisi selvästi, vähentyisi jonkin verran ja ei vaikutusta.

Viimeisen kysymyksen kohdalla selvitettiin, millaista toimituksellista sisältöä lukijat tv-ohjelmatietojen tilalle haluaisivat. Kyselyn kannalta oli helpompi määrittellä valmiit vaihtoehdot kuin jättää kysymys avoimeksi. Määritellyt vaihtoehdot antavat osviittaa siitä, mitkä asiat lukijoita kiinnostavat. Kysymyksestä on erityisen paljon hyötyä toimitukselle, joka pystyy vastausten avulla kehittämään kenties koko lehden sisältöä lukijoita paremmin palvelevaksi. Kysymysasettelussa haluttiin tietoisesti korostaa millaista sisältöä haluttaisiin, jos ohjelmatietoja ei enää julkaistaisi lehdessä. Kuusi annettua vaihtoehtoa olivat:

- henkilöhaastatteluja
- kaupunkiutisia
- kolumneja, pakinoita
- laajemman yleisönosaston
- Tampereen historiaa käsitteleviä artikkeleita
- tv- ja elokuva-arvosteluja

Tässä kysymyksessä vastaaja sai valita useamman vaihtoehdon, mikä myös mainittiin kysymyksen yhteydessä.

Kyselyn yhteydessä järjestettiin arvonta vastaajien kesken. Palkintona oli kaksi kappaletta Pirkanmaan osuuskaupan 50 euron arvoisia lahjakortteja. Arvontaa varten vastaajilla oli mahdollisuus jättää yhteystietonsa: nimen, puhelinnumeron ja sähköpostiosoitteen.

6.3 Kyselyn toteuttaminen

Kysely oli avoinna 19.3.-18.4.2008 internetissä. Linkki kyselyyn löytyi Tamperelaisen kotisivuilta heti etusivulta. Tänä aikana ilmestyneisiin lehtiin laitettiin taittopaloina tietoa kyselystä ja mahdollisuudesta vastata siihen internetissä. Tällainen 2x35 mm:n taittopala oli lehdessä

- su 23.3.
- ke 26.3.
- su 30.3.
- su 6.4.,
- ke 9.4.
- su 13.4.

Näiden lisäksi kahdessa lehdessä oli 3x150 pmm kokoinen kyselylomake, jonka pystyi täytettynä joko tuomaan Tamperelaisen konttoriin tai postittamaan sen. Kyselylomake oli lehdessä keskiviikkona 2.4. ja sunnuntaina 13.4.

Sähköinen kysely toteutettiin Webropol-ohjelmalla. Lehdessä olleen kyselylomakkeen vastaukset syötettiin ohjelmaan analysointia varten käsin kyselyn päättymisen jälkeen. Kyselyn tulokset analysoitiin myös kyseistä ohjelmaa käyttäen.

6.4 Tulosten analysointi

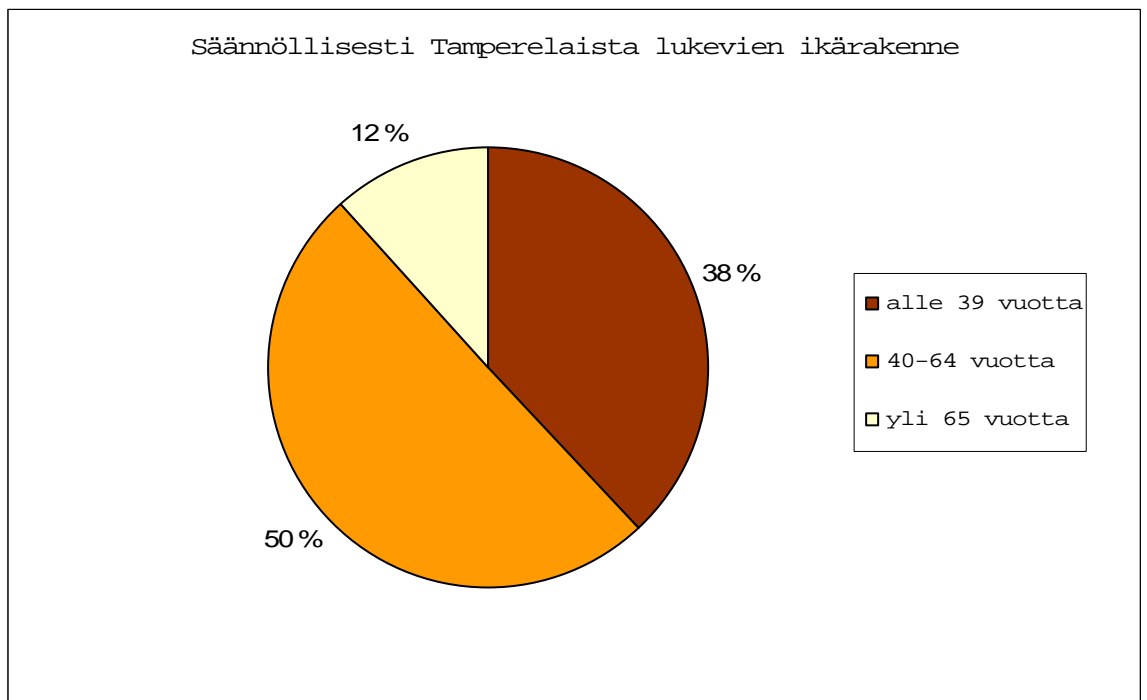
Kyselyyn vastasi 1117 henkilöä. Analyysiä varten poistettiin niiden vastaajien vastaukset, jotka ilmoittivat, etteivät lue Tamperelaista lainkaan. Näin ollen kokonaisvastaajamääräksi muodostui 970 henkilöä. Lehdessä olleen lomakkeen palautti 110 lukijaa. Vaikka lomakkeen palauttajia ei ollut kokonaisvastaajamäärästä kuin pieni osa, mahdollisuus vastata lomakkeen avulla lisäsi selvästi vastaajien määrää.

6.4.1 Vastaajien rakenne

Vastaajista suurin osa 62 % on alle 39-vuotiaita. Tämä selittyy varmasti osaksi ikäryhmän kiinnostuksella vastata kyselyyn helposti internetissä. 40-65 -vuotiaita oli 32 % vastaajista. Yli 65-vuotiaiden vastaajien määrä suhteessa kokonaisvastaajamäärään jäi melko pieneksi. Vain 6 % vastaajista oli yli 65-vuotiaita. Tämä tarkoittaa kuitenkin 62 vastaajaa. Lehdessä olleen lomakkeen oli tarkoitus nimenomaan palvella iäkkäämpiä lukijoita.

Sukupuolijakauma muodostui kyselyssä tasapainoiseksi. Vastaajista 48 % on miehiä ja 52 % naisia. Näin ollen sukupuoleen mahdollisesti liittyvät erot mielipiteissä eivät vaikuta kokonaistuloksiin.

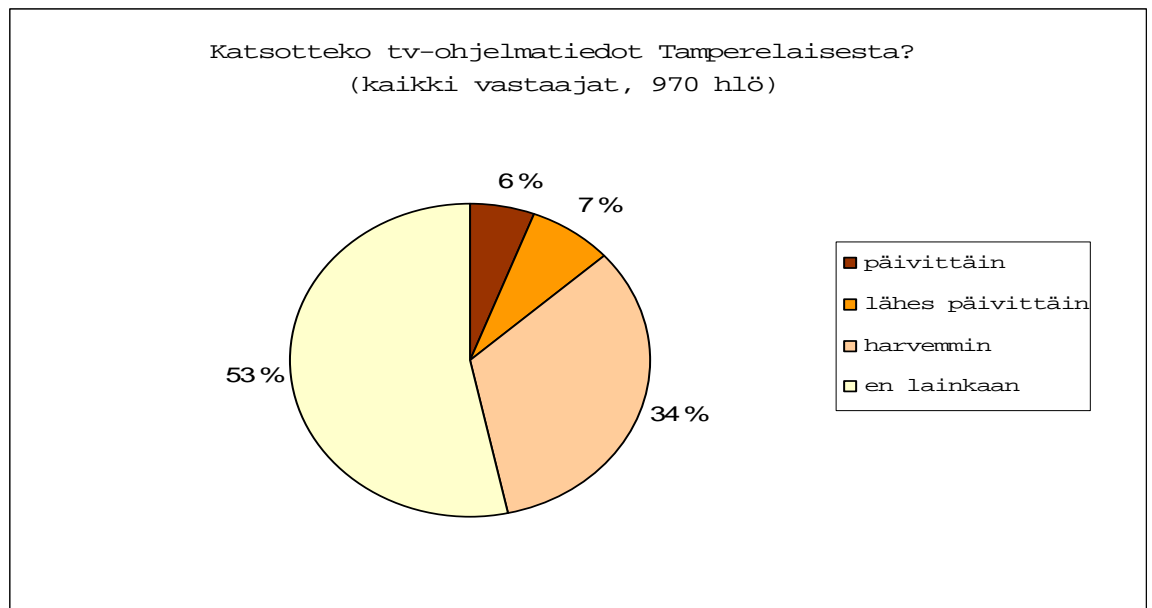
Vastaajista 51 % lukee lehteä säännöllisesti. Tämä on kyselyn kannalta hyvin positiivista, sillä lehteä säännöllisesti lukevien mielipide on erityisen tärkeä johtopäätöksiä tehtäessä. Kun vastaajamäärästä reilu puolet kuuluu säännöllisesti lehteä lukeviin, ovat tuloksetkin luotettavia. Säännöllisesti Tamperelaista lukevista puolet eli 50 % oli 40-64 –vuotiaita. Alle 39-vuotiaita on 38 % ja yli 65-vuotiaita 12 %. (Kuvio 1).



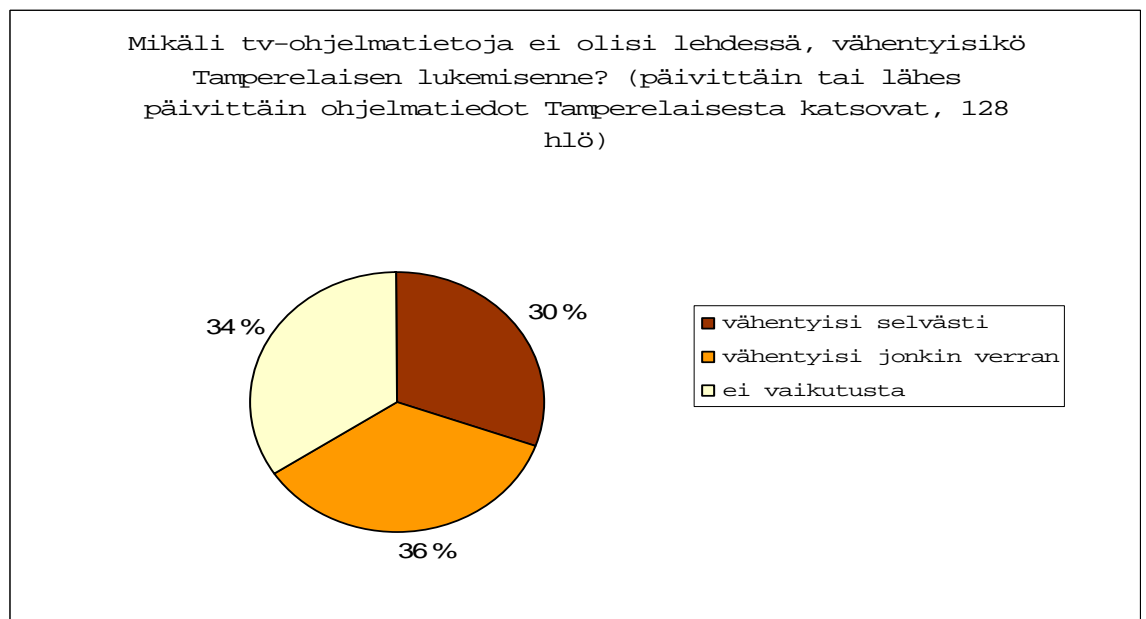
Kuvio 1. Säännöllisesti Tamperelaista lukevien ikärakenne.

6.4.2 Tv-ohjelmatietojen merkitys lukijoille

Kyselyllä selvitettiin, kuinka useasti lukijat katsovat ohjelmatiedot Tamperelaisesta. (Kuvio 2). Vastaajista jopa 53 % ei käytä lainkaan lehteä ohjelmatietojen tarkasteluun. Vain 13 % vastaajista katsoo ohjelmatiedot Tamperelaisesta päivittäin tai lähes päivittäin. Juuri nämä henkilöt ilmoittivat lukemisen vähentyvän, mikäli tietoja ei enää julkaista. Heistä 66 % ilmoitti lukemisen vähentyvän joko selvästi tai jonkin verran. (Kuvio 3).

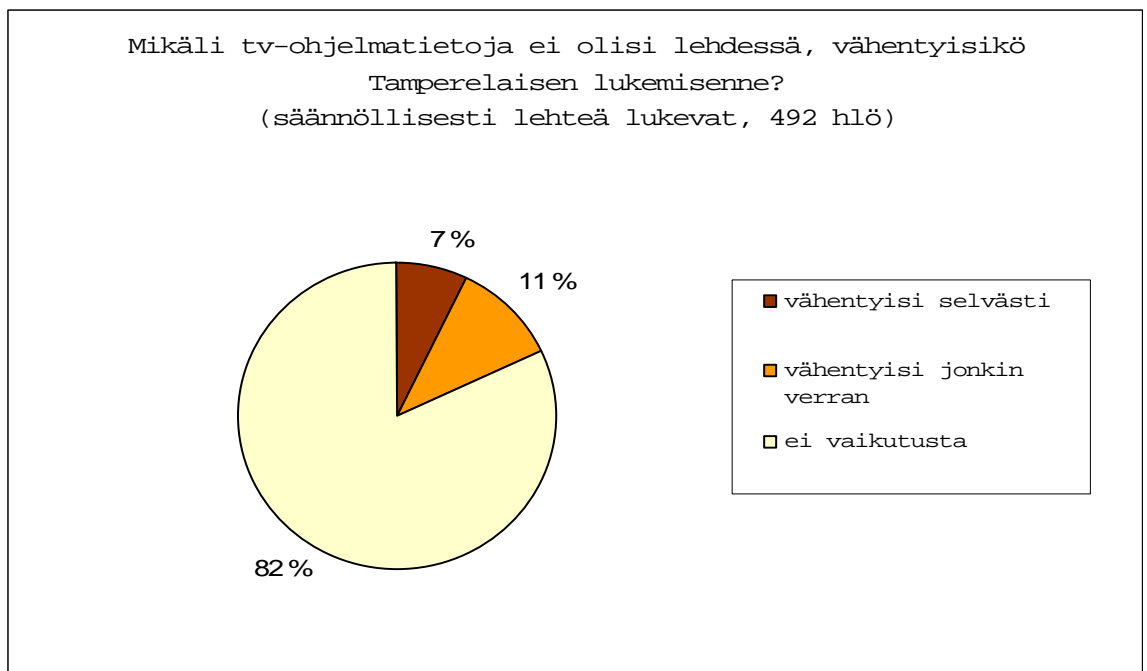


Kuvio 2. Tamperelaisen tv-ohjelmatietojen käyttäminen.



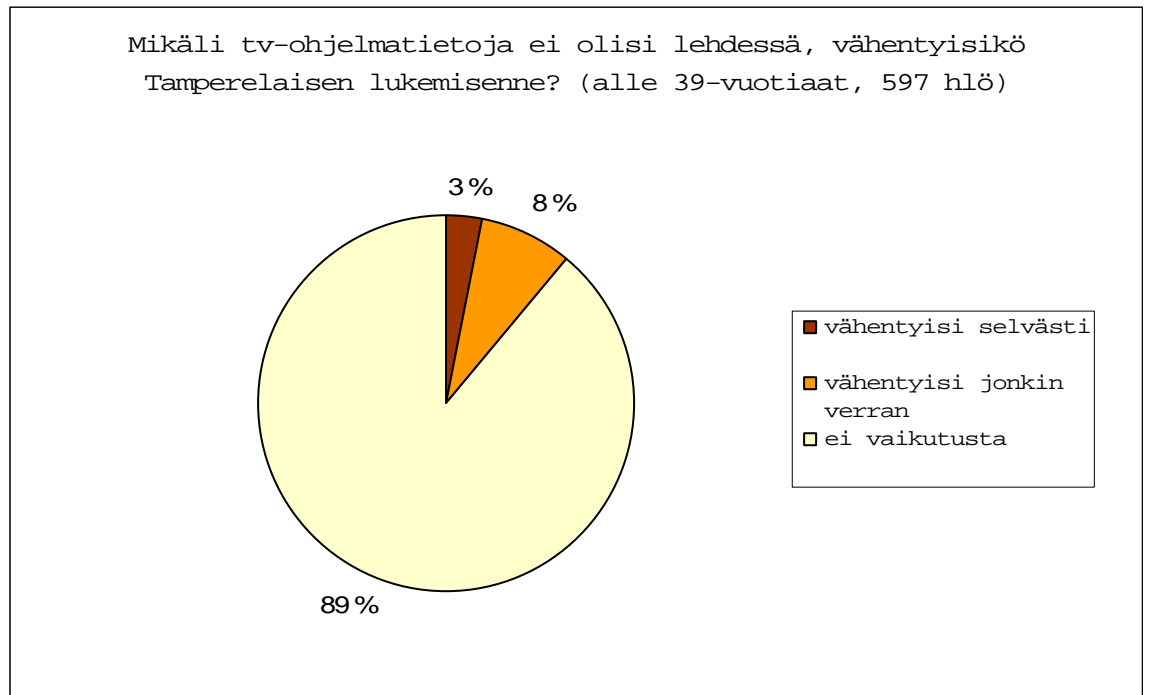
Kuvio 3. Lukemisen mahdollinen vähentyminen.

Tutkimuksella haluttiin ennen kaikkea selvittää, vähentyisikö Tampere-laisen lukijamäärä, mikäli tv-ohjelmatietoja ei enää julkaistaisi lehdes-sä. Kyselyyn vastanneista 44 henkilöä ilmoitti lukemisen vähentyvän selvästi, ellei ohjelmatietoja ole enää lehdessä. Tämä vastaa 5 % koko-naisvastaajamäärästä. 10 % vastaajista ilmoitti lukemisen vähentyvän jonkin verran. Valtaosa eli 85 % vastaajista ei kokenut asialla olevan vaikutusta lukemiseensa. Tulos ei oleellisesti muutu tarkasteltaessa tar-kemmin lehteä säännöllisesti lukevien ajatuksia ohjelmatietojen poisjä-töstä. Säännöllisesti lehteä lukevista 82 % ei koe asialla olevan vaiku-tusta lukemiseensa. (Kuvio 4).

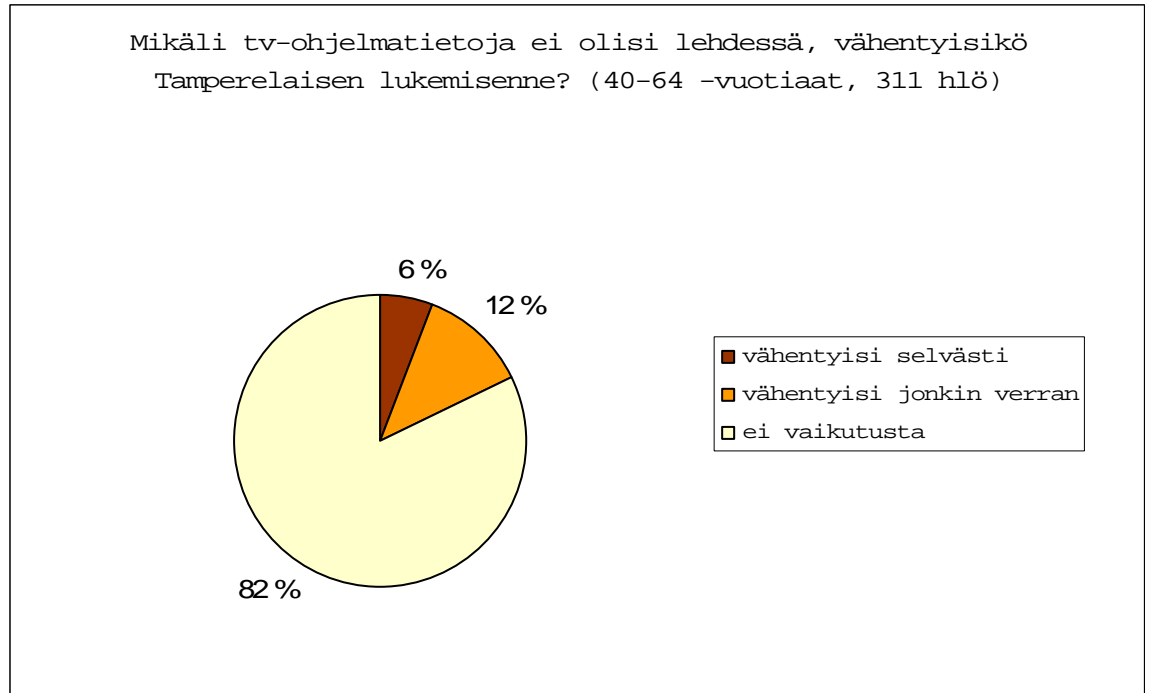


Kuvio 4. Tv-ohjelmatietojen poisjätön vaikutus lukemiseen.

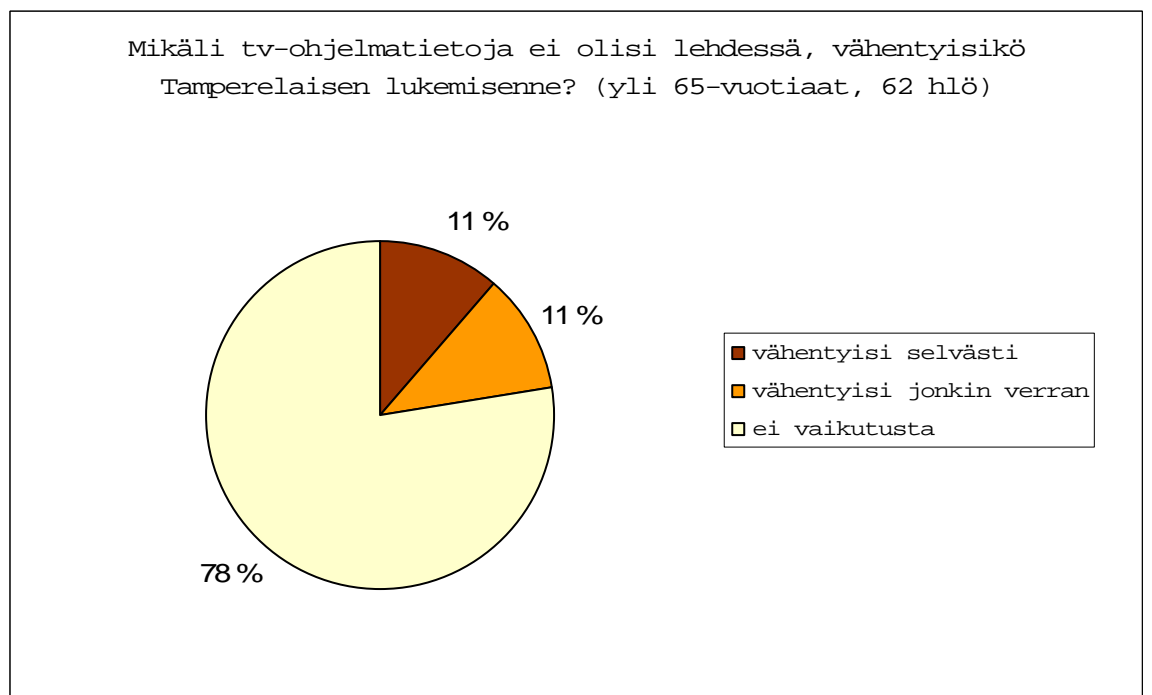
Isoja eroja ei syntynyt lukemisen mahdollisessa vähentymisessä myöskään eri ikäryhmissä. Yli 65-vuotiaista 78 % koki, ettei ohjelmatietojen poisjätöllä ole vaikutusta lukemiseen. Vastaava luku oli 82 % 40-64 –vuotiaiden keskuudessa ja 89 % alle 39-vuotiaiden keskuudessa. (Kuviot 5-7). Tämä kumoaa oletuksen, että tv-ohjelmatiedot olisivat iäkkäämmille lukijoille erityisen tärkeitä tai jopa pääsyytä Tamperelaisen lukemiseen.



Kuvio 5. Tv-ohjelmatietojen poisjätön vaikutus alle 39-vuotiaiden lukemiseen.



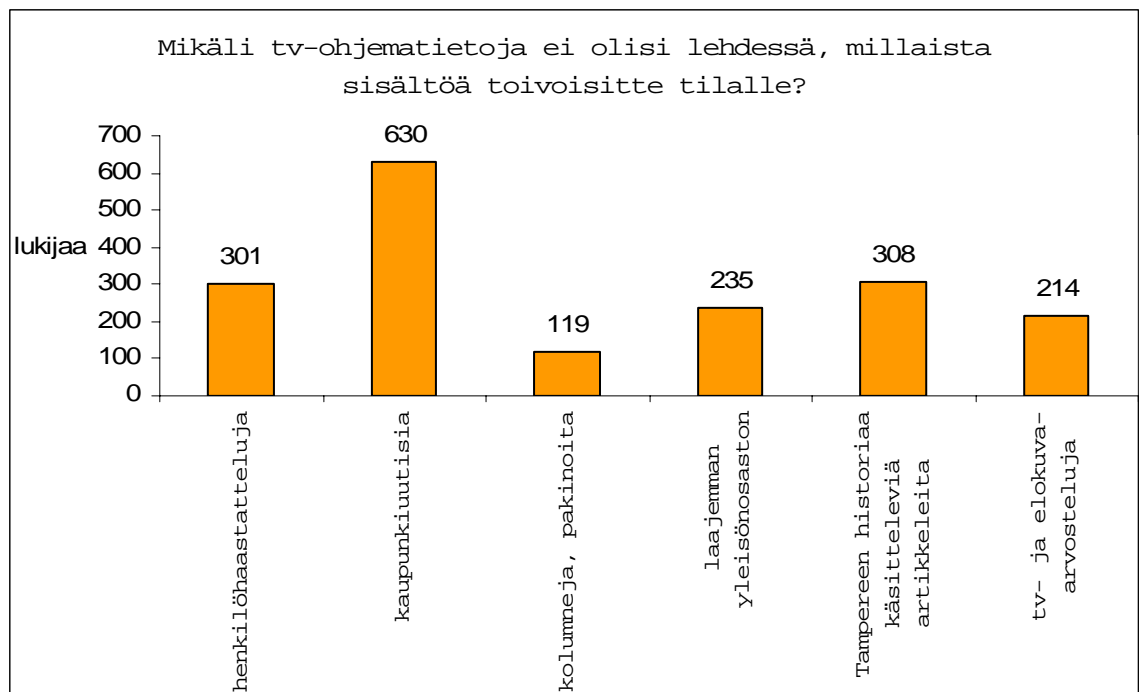
Kuvio 6. Tv-ohjelmatietojen poisjätön vaikutus 40-64 -vuotiaiden lukemiseen.



Kuvio 7. Tv-ohjelmatietojen poisjätön vaikutus yli 65-vuotiaiden lukemiseen.

6.4.3 Lukijoiden toivomukset tv-ohjelmatietojen tilalle

Kyselyssä selvitettiin myös lukijoiden toiveita toimituksellisesta sisällöstä, mikäli tv-ohjelmatietoja ei enää julkaistaisi. (Kuvio 8). Lukijoille annettiin kuusi valmista vaihtoehtoa, joista he saivat valita mieluisimmat. Tässä kysymyksessä he pystyivät siis valitsemaan useamman vaihtoehdon. Eniten kiinnostusta lukijoilla on kaupunki uutisia kohtaan. 630 lukijaa ilmoitti haluavansa tv-ohjelmatietojen tilalle kaupunkia koskevia uutisia. Hieman yli 300 lukijaa haluaisi lukea lehdestä myös henkilöhaastatteluja sekä Tampereen historiaa käsitteleviä artikkeleita. Tv- ja elokuva-arvosteluja sekä laajemman yleisönosaston toivovia oli hieman reilu 200 lukijaa. Kolumneja ja pakinoita lehdestä halusi lukea 119 vastaajaa.



Kuvio 8. Lukijoiden toivomukset tv-ohjelmatietojen tilalle.

Muutama lomakkeella kyselyyn vastannut lukija oli myös omaaloitteisesti kirjannut lisäkommentteja palauttamaansa lomakkeeseen. Yksi lukija ihmetteli, miksi Tamperelainen julkaisisi tv- ja elokuva-arvosteluja, jos itse ohjelmatietoja ei olisi lehdessä. Yhden lukijan toive ohjelmatietojen tilalle oli kuvaristikot. Eräs lukija toivoi henkilöhaastatteluiden kertovan erityisesti syntymäpäiviään viettävistä henkilöistä. Yhdessä lomakkeessa toivottiin Tamperelaisen julkaisevan myös radio-ohjelmatietoja. Kaksi päivittäin ohjelmatiedot Tamperelaisesta lukevaa

vastaajaa toivoi nykyisiä tv-ohjelmatietoja laajennettavan niin, että TV7:n ohjelmatietoja julkaistaisiin myös.

Muutama vastaaja kiitteli digiboksien ja -televisioiden tarjoamaa mahdollisuutta nähdä ohjelmatiedot niiden kautta. He kokivat, että Tamperelaisen on enää turha julkaista ohjelmatietoja, koska ohjelmista ei pystytä kertomaan kuitenkaan tarkemmin. Pelkän nimen perusteella on toisinaan vaikea tietää, mistä ohjelma kertoo.

Nelisen lukijaa mainitsi, etteivät he tilaa Aamulehteä ja siksi Tampere-laisen tv-ohjelmatiedot ovat heille tärkeitä. Yksi lukija kertoi, ettei ole lukenut Tori-lehteä sen jälkeen kun tv-ohjelmatietojen julkaisu siinä lopetettiin ja mainitsi näin käyvän myös Tamperelaisen lukemiselle mahdollisen muutoksen myötä. Yksi lukija kertoi lukevansa Tampere-laista ainoastaan tv-ohjelmatietojen takia.

6.4.4 Eroja mies- ja naislukijoiden kesken

Kyselyn mukaan naiset lukevat Tamperelaista useammin kuin miehet. Naisvastaajista 59 % ilmoitti lukevansa lehteä säännöllisesti. Vastaa-vasti miesvastaajista näin tekee 45 %.

Mies- ja naisvastaajien välillä on hienoinen ero siinä katsovatko he ohjelmatiedot Tamperelaisesta. Miehistä 10 % katsoo tiedot lehdestä päivittäin tai lähes päivittäin, kun vastaavasti naisista näin tekee 16 %. Naislukijat käyttävät siis Tamperelaista ohjelmatietojen tarkasteluun miehiä enemmän.

Naislukijoille ohjelmatietojen julkaisu on muutenkin hieman tärkeämpää. Heistä 16 % ilmoitti lukemisen vähentyvän, mikäli ohjelmatietoja ei enää julkaista. Miehistä lukemistaan ilmoitti vähentävänsä 13 % vastaajista.

Miesvastaajia oli naisia enemmän alle 39-vuotiaiden keskuudessa. Tästä ikäryhmästä 58 % oli miehiä. Muissa ikäryhmissä naisvastaajia oli selvästi enemmän. 40-64 -vuotiaista naisia oli 69 % ja yli 65-vuotiaista 65 %.

6.4.5 Mahdollisia syitä Tamperelaisen lukemattomuuteen

Kyselyn analyysiin ei siis otettu mukaan niiden vastaajien vastauksia, jotka ilmoittivat, etteivät lue Tamperelaista ollenkaan. Tämä on perusteltua siksi, että kyselyn tarkoituksena oli selvittää lukijoiden suhtautumista tv-ohjelmatietoihin. Näin ollen lehteä lukemattomien mielipi-

teellä ei ole vaikutusta mahdolliseen päätöksen tekoon. Kysely mahdollisesti kuitenkin tarkastelun lehteä lukemattomien toiveista toimituksellista sisältöä ajatellen. Kyselyä laadittaessa tätä tarkoitusta ei otettu huomioon eikä kyselyssä selvitetty, miksi vastaajat Tamperelaista lukevat. Epäsuorasti voidaan silti tehdä päätelmiä toivotusta sisällöstä. Lehteä lukemattomat vastaajat toivoivat eniten kaupunki uutisia (56 vastaajaa) sekä tv- ja elokuva-arvosteluja (50 vastaajaa). Myös kolumneja ja pakoita nämä vastaajat lukisivat lehdestä mielellään (43 vastaajaa). Koska Tamperelaisen nykyinen toimituksellinen sisältö on hyvin pitkälti kaupunki uutisia, ei nykyisillä mahdollisilla sisällön puutteilla voida selittää näiden vastaajien lukemattomuutta. Näin ollen sisältöä kehittämällä ei silti välttämättä houkutella näitä vastaajia lukijoiksi. Lukemattomuuden syyt liittyvät muihin tekijöihin kuin itse sisältöön.

6.4.6 Johtopäätökset

Kyselyn tulokset muodostuivat melko selkeiksi heti kyselyn alettua. Koska 53 % vastanneista ei katso tv-ohjelmatietoja Tamperelaisesta ollenkaan ja 34 % harvemmin, ei ohjelmatiedoilla ole kovinkaan suurta merkitystä lukijoiden keskuudessa. Tamperelaista luetaan muiden syiden takia, ja tiedot päivän tv-ohjelmista hankitaan muista välineistä. Säännöllisesti lehteä lukevistakaan 43 % ei katso Tamperelaisesta ohjelmatietoja, ja 34 % katsoo ne vain harvoin. Näin ollen ohjelmatiedot eivät ole kovin tärkeitä lehteä säännöllisestikään lukevien keskuudessa. Tulokset osoittavat, että kaupunkilehti ei ole se kanava, josta ohjelmatiedot katsottaisiin yleensäkkään.

Koska ohjelmatietoja ei juuri katsota Tamperelaisesta, ei lehden lukeminen vähentyisi merkittävästi niiden poisjättämisen takia. Johtopäätöksiä tehtäessä tärkeimpinä pidetään luonnollisesti säännöllisesti lehteä lukevien mielipiteitä. Heistä ainoastaan 13 % ilmoitti lukevansa Tamperelaista harvemmin, mikäli ohjelmatiedot jätettäisiin pois. Näiden lukijoiden määrä on kuitenkin niin pieni, että kyselyn perusteella Tamperelainen voisi jättää ohjelmatiedot pois lehdestä ilman sen suurempia vaikutuksia. Ainakaan lukijamäärän pientymistä ei asiassa tarvitse pelätä. Pohdintaa saattaa ainoastaan aiheuttaa iäkkäämmät lukijat, joiden keskuudessa lukeminen saattaisi vähentyä eniten. Tosin heistäkin vain 22 % ilmoitti lukemisen vähentyvän, joten kovin suuresta määrästä ei ole tällöinkään kyse. Iäkkäämmät lukijat ovat kenties olleet muutenkin Tamperelaisen lukijoita jo pidemmän aikaa ja tottuneet lehteen. Näin ollen ohjelmatietojen poisjättäminen ei välttämättä vähennä lukemista edes niin paljon kuin kysely osoittaa. Päätöksiä tehtäessä tulee pitää myös mielessä Tamperelaisen pääkohderyhmä, johon yli 65-vuotiaat eivät lukeudu.

Kysymyksen vastauksista päätellen Tamperelaisen lukijoille on tärkeää lukea paikallisista uutisista. He haluavat tietää mitä kotipaikkakunnalla on tapahtunut ja mitä on kenties tapahtumassa. Tämän takia oma tuttu kaupunkilehti on tärkeä osa jokaviikkoista elämää. Se kertoo tuoreena kuulumisia eri puolilta kaupunkia ja nostaa esille asioita, jotka kiinnostavat tamperelaisia. Henkilöhaastatteluita kohtaan osoitettu kiinnostus tukee tätä syntynyttä mielikuvaa. Varsinaisten kaupunki uutisten lisäksi halutaan lehden nostavan esille todennäköisimmin juuri paikallisia kasvoja. Henkilöhaastattelut tuovat samalla lehteä entistä lähemmäs lukijoita varsinkin tapauksissa, joissa haastateltu on tamperelainen. Useita lukijoita kiinnostaa myös Tampereen historia ja he toivoivat lehden historiaa käsitteleviä artikkeleita. Nykypäivän lisäksi halutaan tietää, millaista elämä Tampereella on ollut aiemmin. Kenties nämä artikkelit voitaisiin liittää nykypäivään kertomalla, mitä kyseisellä paikalla tai yrityksessä nykyisin tehdään. Näin ollen nuorempikin lukija pystyisi samaistumaan artikkeliin paremmin eikä lehti menettäisi ideaansa kertoa uutisia nimenomaan nykyajan Tampereesta.

Kyselyn tulos ei mielestäni ollut kovin yllättävä. Vaikka osittain ajattelinkin, että tv-ohjelmatiedot kuuluvat sanomalehteen ja niitä julkaisemalla kaupunkilehti luo luotettavuutta ja sanomalehtimäisyyttä, ymmärrän niiden vievän tietyllä tavalla liikaa tilaa lehdestä. Luulen, että syy miksi ohjelmatiedot mielestäni kuuluvat sanomalehteen juontuu lapsuudestani, jolloin lehdestä katsottiin ja tarkastettiin päivän ohjelmatiedot. Perheessäni ei silloin ollut tapana katsoa ohjelmatietoja edes teksti-tv:stä, joten lehti muodostui tärkeimmäksi välineeksi. Saattaa olla, että monilla muillakin on samantapaisia kokemuksia. Näiden kokemusten takia tv-ohjelmatietojen poisjättäminen lehdestä tuntuu epäilyttävältä ja jopa väärältä. Yksi olennaisimmista asioista jäisi puuttumaan.

Kun asiaa kuitenkin tarkastelee enemmän ja pohtii kuinka usein tv-ohjelmatietoja lehdestä oikeastaan katsoo, huomaa ettei niiden poisjääminen olekaan niin kamalaa kuin aluksi tuntui. En edes muista, koska viimeksi olen pysähtynyt lukemaan tv-ohjelmatietoja mistään lehdestä. Niin kätevää on nykyisin tarkastaa ohjelmatiedot digiboksista tai internetistä.

Vaikka en varsinaisesti kaipaa ohjelmien alkamisaikoja, haluaisin lehden nostavan esiin joitakin katsomisen arvoisia elokuvia, sarjoja tai dokumentteja. Monesti näitä kyllä mainostetaan televisiossa niin paljon, että niin uutuussarjoista kuin tulevista elokuvistakin on tietoinen. Silti perinteisten arvostelujen lukeminen on mukavaa ja niiden avulla saattaa löytää esimerkiksi sellaisen elokuvan, jota ei muuten olisi tullut katsottua. Tämän kaltainen eri ohjelmien esiin nostaminen palvelee mielestäni lukijoita hyvin ja tuo lehden viihteellisemmän, mutta silti asiallisen osan.

7 Kehitysehdotukset

Koska kyselyn perusteella näyttäisi siltä, että tv-ohjelmatietojen julkaisulle ei ole enää tarvetta Tamperelaisessa, kyseinen tila vapautuu muunlaiseen käyttöön. Tv-ohjelmatiedot vievät sivulta melko suuren tilan ja muutoksen myötä sivulle muodostuu myös oivia ja toimivia paikkoja ilmoittajille. Toimituksellisen sisällön rinnalla ne kiinnittävät lukijoiden huomion hyvin.

Olen pohtinut erilaisia sisällöllisiä ja taitollisia mahdollisuuksia kyseiselle sivulle. Sivua suunnitellessani olen pitänyt mielessä sanomalehden lainalaisuudet, jolloin suunnitelmissa olen yrittänyt saada sivun tilasta puolet tai lähes puolet ilmoitusten käyttöön. Ilmoitukset on myös sijoitettu sivun ala- ja ulkoreunoille kolmiomuotoon kuten sanomalehdissä on tapana.

Sivupohjissa olen ottanut huomioon ilmoittajien lehdessä käyttämät yleisimmät ilmoituskoot ja rakentanut ilmoitustilat näiden mukaan. Osa ilmoituksille jätetyistä tiloista voidaan käyttää joko yhteen isompaan ilmoitukseen tai vaihtoehtoisesti useampaan pienempään riippuen ilmoitusten määrästä.

7.1 Kohderyhmä

Eri teemoilla on omat kohderyhmänsä. Koska jokaisesta lehdestä löytyy koko kohderyhmää koskevaa sisältöä, voisi kyseinen sivu hieman leikitellä ja kerätä kohderyhmänsä teemojen mukaan.

Sivun aiheiden olisi kuitenkin hyvä noudattaa jonkinlaista rytmiä esimerkiksi niin, että keskiviikkoisin sivulta löytyisivät tietyt jutut. Näin ollen lukijat tottuisivat ja löytäisivät uuden sivun sisältöineen helpommin ja muutos koettaisiin lukijoiden keskuudessa positiivisena.

7.2 Ulkoasu

Jotta uusi sivu tukisi Tamperelaisen jo valittua linjaa, tulee sen noudattaa tietynlaisia lainalaisuuksia. Helpoimman tavan teemojen vaihtelulle antaa valmiit taittopohjat, jolloin jutut voidaan vaivattomasti taittaa sivulle. Tämä vähentää ylimääräistä pohdiskelua ja kokeilua tehtäessä ns. perusjuttuja. Koska kyseessä on lehden toiseksi viimeinen sivu eikä sen tarkoitus sijaintinsakaan puolesta ole tuoda esiin tärkeimpiä asioita Tampereen seudulta, taittovaiheessa sen tekeminen ei saa viedä liikaa

aikaa. Näin ollen valmiiden taittopohjien myötä huomiota pystytäänkin kiinnittämään enemmän tärkeimpiin ja haastavampiin sivuihin.

Sivun typografiset valinnat noudattavat luonnollisesti myös Tampere-laisen jo tekemiä valintoja. Tekstin kirjasin ja pistekoko, otsikointi sekä graafiset linjat, kuten faktalaatikot, täytyvät olla juuri Tamperelaisen asetusten mukaiset. Sen sijaan hieman erilaisuutta voidaan hakea kuvi-en käytöllä. Tämä ei kuitenkaan saa poiketa asetetusta linjasta paljoa, jotta lehden sisäinen hallittavuus ei kärsi.

Luonnostelin sivupohjat käyttäen Adobe InDesign –ohjelmaa ja ne noudattavat suurin piirtein Tamperelaisen mittasuhteita. Tarkoituksena oli hahmotella sisältöehdotuksille taittomahdollisuuksia, joista ideoita voidaan poimia varsinaiseen käyttöön ja luoda varsinaiset sivupohjat myöhemmin täysin oikeilla mitoilla.

Luonnostelemieni sivupohjien marginaalit muotoutuivat seuraaviksi:

- ylä 30 mm
- ala 15 mm
- vasen 15 mm
- oikea 10 mm

Sivun kokonaismitat ovat: leveys 410 mm ja korkeus 580 mm.

Koska Tamperelainen saa tuottonsa ilmoitusmyynnistä, ilmoitukset nousevat lehdessä isoon osaan. Toimituksellinen sisältö elää ilmoitusmyynnin mukaan, eikä mielestäni kaikista lehden sivuista välttämättä saada luotua eheitä ja visuaalisesti rauhallisia kokonaisuuksia. Tamperelainen, kuten muutkin kaupunkilehdet, vaikuttavat osaltaan sekavilta ja vaikeasti luettavilta. Tämän aiheuttaa mielestäni ilmoitusten kirjavuus. Ilmoitusten vaihteleva koko ja värytys saavat sivut helposti näyttämään sekavilta ja ehkä hieman kaoottisiltakin. Asiaa pahentaa omalta osaltaan se, että ilmoituksia täytyy sivua kohden yleensä olla useita ja pieniä syntyneitä aukkoja peitellään taittopaloilla.

Jotta lukijan katse ei harhailisi sivulla päämäärättömästi, tulisi sivun toimituksellisen sisällön olla eheä. Jutut eivät saa kilpailla huomiosta ilmoitusten kanssa vaan niiden täytyy yhdessä muodostaa kokonaisuus. Tämän vuoksi kaksipalstaiset ilmoitukset sivun ulkoreunalla toimivat mielestäni hyvin. Ne kehystävät sivua, ovat helposti havaittavissa, eivät silti vie huomiota pois jutusta. Kaksipalstaisten ilmoitustilojen ostajia on myös selvästi enemmän kuin esimerkiksi neljäpalstaisten, joten tämäkin tukee kyseisten ilmoitustilojen käyttöä.

Toisena hyvänä vaihtoehtona näen sivun jakamisen puoliksi sivun pituussuunnassa. Puolen sivun mainostila toimii tosin mielestäni vain silloin, kun sen täyttää enimmillään neljä ilmoitusta. Tätä useampi ilmoi-

tus kyseisessä tilassa aiheuttaa jälleen tilkkutäkkimäisyyden. Tässä tapauksessa useampi pieni ilmoitus ei häiritse ylhäällä olevaa juttua ja sen visuaalisuutta, mutta ilmoitukset syövät tällöin toistensa huomion eikä se palvele ilmoittajia.

Sivupohjia luonnostellessani olen tukeutunut näihin mielikuviini. Seuraavaksi esittelen mallit sivupohjista. Sivupohjissa kuvien paikka on merkitty erikseen kuva-tekstillä. Juorukello on myös nimetty jokaisen pohjan vasempaan reunaan. Tyhjät laatikot on tarkoitettu leipätekstiä varten. Ne ovat jokaisessa pohjassa hieman leveämpiä kuin lehden yksi palsta aivan kuten muuallakin lehdessä. Kommentteja ja faktalaatikoita varten on merkitty tila erikseen.

7.2.1 Sivupohja 1

Tamperelainen voisi mielestäni hyödyntää vielä enemmän isojen otsikoiden tehoa. Nykyisellään isot otsikot tarkoittavat useasti myös useita sanoja, koska otsikoinnilla halutaan luoda heti kuvaa mistä on kyse. Lehden toiseksi viimeisellä sivulla näin ei välttämättä tarvitse olla, sillä kyseessä ei ole uutinen. Otsikoinnilla voitaisiin luoda mielikuvia ja houkutella lukemaan erilailla kuin muualla lehdessä. Lehden linja ei mielestäni tällöin kärsi, mikäli samaa tyyliä käytetään aina saman juttutyypin kohdalla. Päinvastoin, se toisi vaihtelua lehteen.

Sivujen ulkoreunojen ollessa yleisesti ilmoitusten käytössä lehdessä harvemmin on kuvaa taitettuna sivun ulkoreunaan. Tämä loisi kuitenkin kehyksen sivulle ja ison kuvan ja ison otsikon välinen vuoropuhelu olisi jännittävä lisä sivulle. Ilmoituksille on varattuna tilaa puolen sivun verran sivun alaosassa ja sivu olisi tässäkin tapauksessa tasapainotettu.

Juorukello

OTSIKKO, OTSIKKO

Alaotsikko

Kuva

Ilmoitus
10x260 mm

7.2.2 Sivupohja 2

Tamperelaisessa on harvemmin käytössä juttujen yhteydessä pienempiä kuvia sisältävä kuvasarja, eikä pienempiä kuvia muutoinkaan käytetä rinnakkain. Yleensä jutut on rakennettu yhden kuvan varaan. Yhden kuvan käytössä on etunsa ajatellen yksinkertaisuutta, selkeyttä ja tietynlaista uutismaisuutta, mutta saman kaavan toistaminen läpi lehden on mielestäni myös melko tylsää ja mielikuvituksetonta. Koska lehti on kuvien käytön suhteen hyvin tavallinen, eikä lukijoille tarjota kovinkaan paljon vaihtuvuutta, koko lehden yleisilme on melko paikallaanpysyvä ja harmaa. Lehti ei puhuttele lukijaa, eikä osoita olevansa innovatiivinen, vaan toistaa samaa kaavaa viikosta toiseen. Lehden jutut eivät jää lukijoiden mieleen, eivätkä herätä keskustelua kuin ainoastaan sisältönsä takia. Ulkoasullisesti juttuja ei erota toisistaan ollenkaan. Tämän vuoksi lehden toiseksi viimeisellä sivulla voitaisiin kuvien suhteen kokeilla toisenlaista lähestymistapaa.

Jutun kuvitus voisi olla joko yksi isompi kuva tai sarja pieniä kuvia. Pienet kuvat lisäävät sivun sekavuuden mahdollisuutta, joten ilmoituksen sijoittaminen kauemmas pienistä kuvista ehkäisee osaltaan sekavuuden syntyä. Pohjaan sijoitettujen kolmen kuvan paikalle voidaan taittaa myös ainoastaan yksi leveä kuva tai vaihtoehtoisesti kaksi kuvaa, jolloin kyseisten juttujen ulkoasuun saadaan tarvittavaa vaihtelua.

Jutun alle jää tilaa 2x100-kokoiselle ilmoitukselle vasempaan alakulmaan Juorukellon välittömään läheisyyteen. Lisäksi tilaa on ilmoituksille käytettävissä 8x260 mm, joka voidaan täyttää yhdellä isolla tai useammilla pienemmillä ilmoituksilla. Korkeudeltaan 260 mm on puoli sivua, joten tilan täyttäminen ilmoituksilla on tilan korkeuden takia helppoa. Sivun jakautuminen pystysuunnassa puoliksi rauhoittaa myös mielestäni sivua ja antaa siten enemmän tilaa ja visuaalisia mahdollisuuksia itse jutulle.

Juorukello	Kuva	Kuva	Kuva		
	OTSIKKO, OTSIKKO Alaotsikko				
					Faktalaatikko
					Kuva
	Ilmoitus 8x260 mm				
Ilmoitus 2x100 mm					

7.2.3 Sivupohja 3

Pohjassa ylimmäisen kuvan ja leipätekstin reuna ovat samalla kohdalla, kuten Tamperelaisen monissa jutuissa. Rytmikkyyttä sivuun tuo kaksi täysin samankokoista kuvaa, jotka on sijoitettu päällekkäin leipätekstin oikealle puolelle.

Pohjasta puolet on varattu tässäkin hahmotelmassa ilmoituksille. Sivun alaosa on hyvä paikka joko puolensivun kokoiselle ilmoitukselle tai useammalle pienemmälle ilmoitukselle. Tämä ei kuitenkaan tee sivusta ahtaan näköistä, sillä sivulle ei ole Juorukellon lisäksi sijoitettu kuin yksi juttu.

Kuvien alla on tilaa toimittajan omille kommenteille. Kommenteille varatut laatikot ovat samassa linjassa kuvien kanssa ja leipäteksti muodostaa oman kokonaisuutensa niiden viereen. Juttutila on ikään kuin jaettu puoliksi. Tilan pitää kuitenkin koossa iso, koko juttutilan levyinen otsikko.

Juorukello	OTSIKKO, OTSIKKO, OTSIKKO Alaotsikko		
			Kuva
			Kuva
		Kommentti	Kommentti
Ilmoitus 10x260 mm			

7.2.4 Sivupohja 4

Neljännän sivupohjaehdotuksen pohja-ajatukseksi on tasapainoisuus. Juorukellolle on tässäkin mallissa varattu oma tilansa sivun vasemmas- ta reunasta. Tila on tässäkin mallissa leveydeltään kaksi palstaa ja kor- keudeltaan puoli sivua eli 260 mm.

Jutun otsikko on taitettu ikään kuin koko juttutilan päälle, ja otsikko hallitsee juttua muutenkin kokonsa puolesta. Koska sivulle ei taiteta kuin yksi juttu, ja tämä lukeutuu Tamperelaisen mittakaavassa lehden isoimpiin juttuihin, alaotsikolle on myös varattu oma tilansa. Mikäli alaotsikkoa ei käytetä, voidaan vapautunut tila käyttää joko isontamalla pääotsikkoa entisestään tai taittaa leipäteksti ja kuva isompaan tilaan.

Kuva on sijoitettu jutun keskelle ja sen molemmin puolin on yhden hieman tavallista leveämmän palstan verran tekstiä. Kuva on kuitenkin otsikon läheisyydessä ja yhdessä ne muodostavat myös oman kokonai- suutensa. Kuva ei ole kovin suuri, jotta otsikolle jäisi tilaa.

Tasapainoa sivulle luo sivun jakaminen puoliksi. Yläpuolella oleva puolikas sivu on myös tasapainossa vasemman reunan Juorukellon ja oikean reunan ilmoitustilan takia. Nämä molemmat vievät sivuilta le- veydessä kaksi palstaa, joten keskelle itse juttua varten jää kuusi pals- taa.

Sivun alaosa on varattu yläosan oikean reunan tavoin ilmoituksille. Näin ollen yli puoleen sivun tilasta voidaan taittaa ilmoituksia ilman, että sivu välttämättä on kovin risainen.

Juorukello	OTSIKKO, OTSIKKO Alaotsikko			Ilmoitus 2x260 mm
		Kuva		
Ilmoitus 10x260 mm				

7.3 Sisältö

Sivun sisällössä voitaisiin mahdollisuuksien mukaan toteuttaa lukijoiden toivomia asioita. Näin pystyttäisiin paremmin vastaamaan heidän odotuksiinsa ja tarjoamaan uusia näkökulmia. Koska valtaosa vastaajista haluaisi lehteen yhä enemmän paikallisuutta, tulee tämä toive huomioida jollakin tavalla uuden sisällön määrittelyssä. Sisältö voidaan kuitenkin toteuttaa hieman erilaisemmalla konseptilla kuin lehden alkuvuosan perinteiset kaupunkiutiset.

Uudenlaiset ideat voisivat luoda lukijoille kuvaa Tamperelaisesta kehittyvästä ja innovatiivisena lehtenä. Toki lehden on pysyttävä tietyssä sille muodostuneissa rajoissa ja huomioitava koko kohderyhmänsä.

Tv-ohjelmatietojen vieressä on julkaistu Juorukello-palstaa, joka Tamperelaisen mukaan on lukijoiden keskuudessa saavuttanut suosiota. Juorukello on edustanut myös Tamperelaisen viihteellisempää puolta. Tämän takia en näe järkeväksi lähteä muuttamaan Juorukellon konseptia tai paikkaa vaan suunnitelmissani sille on varattu edelleen sama paikka kuin aikaisemminkin lehdessä.

Seuraavassa esittelen juttutyypit sekä sen, mille taittopohjalle ne mielestäni parhaiten sopisivat.

7.3.1 Minä ja Tampere – lukijoiden kuvia

Yksi juttusarjoista voisi tuoda esiin Tamperetta lukijoiden näkökulmasta. Lukija lähettäisi Tamperelaisen toimitukseen ottamansa valokuvan itselleen tärkeästä paikasta ja kuvan yhteyteen toimitus kirjoittaisi lyhyehkön jutun siitä, miksi kyseinen paikka lukijalle on tärkeä ja mitä se lukijalle edustaa. Juttu voitaisiin toteuttaa joko lukijaa haastattelemalla tai hänen kirjeensä perusteella.

Tämän kaltainen juttu ei välttämättä muodostuisi tiettyyn aikaan sidotuksi ja sen takia juttuja voisi olla varastossa kerralla useampiakin. Näin ollen kiireisenä viikkona toimituksen ei tarvitsisi muun työn ohella valmistaa juttua ainakaan kokonaan. Koska sisältö juttuun tulisi lukijalta, tämä kuormittaisi muutenkin toimitusta vähemmän kuin koko jutun teko itse.

Lehti saisi tämän kaltaisen jutun myötä myös mukaan lukijoiden näköisiä juttuja unohtamatta kuitenkaan paikallisuutta. Juttu ilmestyisi viikonlopun lehdessä. Tarpeen mukaan tämä juttu voitaisiin myös jättää pois, mikäli tilaa tarvitaan ajankohtaisemmalle jutulle.

Juttu vahvistaisi lehden suhdetta lukijoihin ja lukijoita pystyttäisiin aktivoimaan. Samaan aikaan lukijat kokisivat, että lehdelle on tärkeää heidän näkemyksensä ja kokemuksensa. He pääsisivät olemaan osa paikallista lehteä yhä konkreettisemmin. Tämä ruokkisi myös heidän uskollisuuttaan lehteä kohtaan. Luulen, että jo pelkkä mahdollisuus päästä vaikuttamaan lehden sisältöön saa monet lukijat tyytyväisiksi.

7.3.2 Artikkelisarja Tampereen historiasta

Kyselyyn vastanneet olivat innokkaita lukemaan Tampereen historiaa käsitteleviä artikkeleita. Lukijat eivät välttämättä kyselyyn vastatessaan ajatelleet artikkelin eroavaisuuksia tavallisen juttuun nähden eikä niin varmaan ollut tarpeenkaan. Silti mahdollisia juttuaiheita pohdittaessa artikkelin asiantuntevuus ja vähemmän mielipiteitä sisältävä kokonaisuus voidaan pitää toimituksessa mielessä. Siltikin varsinaista juttutyyppejä tärkeämpää oli saada selville lukijoiden kiinnostus yleensä historiaa kohtaan.

Mielestäni pelkän historian esiintuominen kaupunkilehdessä ei ole järkevää, vaikka artikkeli koskisi esimerkiksi Tampereen kannalta tärkeää tapahtumaa. Tämän vuoksi historian oheen voitaisiin tuoda yhteys nykypäivään. Tällöin artikkeli käsitelisi kaupunkia voimakkaammin ja yhä useampi lukija saattaisi kiinnostua artikkelista.

Artikkeleissa voitaisiin nostaa esiin jonkin tamperelaisen paikan menneisyyttä ja viitata samalla nykyhetkeen ja siihen, mitä kyseisellä paikalla tällä hetkellä tehdään tai miltä paikka nykyisin näyttää.

Paikan sijasta artikkeli voisi myös esitellä Tampereella pitkään asuneen henkilön ja Tampereen muutoksen hänen näkökulmiensa mukaan. Lukijoiden toiveena olivat myös henkilöhaastattelut ja tämänkaltaisella artikkelilla vastattaisiin osaltaan myös näihin odotuksiin. Samalla artikkeli nostaisi esiin varmasti myös yhden lukijoista, mikä tukisi lehden lukijalähtöisyyttä.

Juttutyyppi soveltuisi parhaiten sivupohjaan 3 ja näin ollen artikkelin yhteyteen voitaisiin sijoittaa kaksi kuvaa. Kuvista toinen voisi esimerkiksi olla menneisyydestä ja toinen kuvata nykyhetkeä kyseisellä alueella. Mikäli artikkeli käsittelee henkilöä, kuvamahdollisuudet toimivat samalla tavoin. Tilanteessa, jossa ei ole mahdollista saada kuvaa menneeltä ajalta, tilaan voidaan sovittaa yksi nykyhetkeä kuvaava kuva suurempana. Tällöin kuvan merkitys ei jutussa pienene. Kuvan alle on sijoitettuna tila, johon toimittaja voi kirjoittaa omia näkemyksiään tai oman mielipiteensä asiasta. Tällä tavoin toimittajaa itseään tuodaan myös lähemmäs lukijoita ja lukijasuhde voimistuu.

Historiaa käsittelevä artikkeli ei mielestäni saa olla tilaltaan liian pieni tai ahdas. Kuvalla tai kuvilla on iso merkitys luotaessa mielikuvaa menneestä ja sen suhteesta nykyhetkeen.

Historiaa käsittelevä artikkelisarja toimisi mielestäni parhaiten viikonlopun lehdessä, jolloin ihmisillä on kenties enemmän aikaa lukea lehteä. Artikkelit sopii viikonlopun lehteen myös tietynlaisen rauhallisuutensa ansiosta paremmin kuin kiireiseen viikkoon. Luulen, että viikolla ihmiset etsivät ja lukevat lehdestä enemmän uutisia ja tärpejä siitä, mitä voisi tehdä. Viikonloppuisin paneudutaan kenties enemmän vain olemiseen ja kyseinen artikkeli vahvistaisi hiljaista lukuhetkeä. Samalla se saattaisi saada aikaan maanantaina keskustelua lukijoiden kesken esimerkiksi työpaikoilla. Siksi historiaa käsittelevä artikkeli ei tarvitsisi olla jokaisessa viikonlopun lehdessä vaan sen ottaminen lehteen mukaan mukailisi ilmoitustilannetta. Suurin osa näistä artikkeleista ei varmaankaan aiheensa puolesta ole sidottuna tiettyyn ajankohtaan ja siksi artikkeleiden julkaisu voisi elää lehden muun tilanteen mukaan.

Sivupohjassa 3 on ilmoituksille tilaa puolensivun verran. Tämä voidaan käyttää joko yhdelle isolle tai useammalle pienelle ilmoitukselle. Puolensivun ilmoituksen saaminen lehteen ei koskaan ole itsestäänselvyys ilmoitusmyynnissä. Lehdessä on myös muita sivuja, joille saatetaan taitollisista syistä tarvita tämän kokoista ilmoitusta. Historiaa käsittelevä artikkeli saattaisi kuitenkin ilmoittajien keskuudessa herättää mielenkiintoa kyseistä ilmoituspaikkaa ajatellen. Varsinkin, jos artikkeleita ei julkaista viikoittain, kiinnostus saattaa lisääntyä. Ilmoituksen huomionarvo kasvaa laadukkaan artikkelin rinnalla. Tätä voidaan myös käyttää hyvänä myyntiargumenttina ilmoitusmyynnissä.

7.3.3 Viikon tärppi

Tamperelainen julkaisee jokaisessa lehdessä Minne Mennä –palstaa, jossa toimituksellisen sisällön lisäksi on rivi-ilmoituksina erilaisia menovinkkejä kuluvalle ja seuraaville viikoille. Näiden rivi-ilmoitusten keskelle on taitettu pieni kuvallinen juttu, jossa nostetaan esiin jokin tapahtuma, näyttely tai muu paikka.

Koska tv-ohjelmatiedot ovat mielestäni edustaneet osaa lehden viihteellisemmästä puolesta, ei uuden sisällön suhteen voida eikä kannata harpata kovin kauas tästä temasta ainakaan kaikissa uusissa jutuissa. Tämän vuoksi yksi juttuteemoista voisi nostaa esiin kaupungista tärpejä. Koska lehdestä löytyy jo Minne Mennä –palsta näyttelyineen ja tapahtumineen, ei toista samankaltaista kannata sijoittaa samaan lehteen. Tämän juttutyypin ideana olisikin painottua enemmän ruokaan ja juomaan. Jutussa esiteltäisiin ja arvosteltaisiin kaupungin ravintoloita, kahviloita ja pubeja. Ruoka- ja juoma-annosten arvostelua unohtamatta

huomiota kiinnitettäisiin enemmän tunnelmaan, ihmisiin, viihtyvyyteen, siisteyteen ja muihin paikan ulkoasullisiin tekijöihin. Juttu voitaisiin kirjoittaa hyvinkin lukijalähtöisesti kiinnittäen huomiota aivan tavallisiin asioihin kuten tarjoilijoiden ystävällisyyteen tai wc:n siisteyteen. Pääpaino olisi toimittajan persoonassa ja tavassa kirjoittaa.

Tämän kaltainen juttu toimisi mielestäni parhaiten keskiviikon lehdes- sä, jossa muutenkin on jo Tampere Rock City –osio. Kohderyhmänä olisivat tämän osion lukijat. Nämä yhdessä toisivat lehteen enemmän särmää ja lähestyisivät nuorempia lukijoita entisestään.

Tämän jutun yhteyteen ilmoitusmyynti voisi houkutella ilmoittajiksi ravintoloita, kahviloita ja pubeja. Rock City –osiossa ilmoittajina ovat enimmäkseen yökerhot, joten varsinaiset ruokaravintolat ja istuskelupaikat eivät ole kohdentaneet mainostansa tiettyyn osioon lehdessä. Ilmoitusmyynnissä näitä molempia osioita voitaisiin myös hyödyntää yhdessä.

Tämän kaltainen juttutyyppeä voitaisiin taittaa esimerkiksi sivupohjaan 2, jolloin ravintolasta tai kahvilasta ja siellä vietetystä ajasta saataisiin mahdollisimman monta kuvaa jutun yhteyteen. Useamman kuvan käyttö tukisi mielestäni jutun ideaa hieman särmikkäämmästä ja nuoremmille lukijoille suunnatusta juttutyypistä. Kuvien avulla jutun visuaalisuus on lähempänä kohderyhmäänsä kuin käyttämällä vain yhtä lähes neliön mallista kuvaa.

7.3.4 Haastattelu

Kyselyn mukaan Tampereläisten lukijat haluaisivat lukea henkilöhaastatteluja lehdestä. Tällä hetkellä varsinaisia haastatteluja on kuitenkin melko vähän, ja toiveeseen voitaisiin vastata julkaisemalla esimerkiksi joka toinen viikko jonkun pirkanmaalaisen henkilön haastattelu. Henkilö voisi olla tuttu julkisuudesta, hän voisi olla yrittäjä, kaupunkilaisille jollakin tavalla näkyvä työntekijä kuten kahvilan tarjoilija tai hän voisi olla politiikassa mukana oleva henkilö. Mielestäni henkilön tulisi kuitenkin jollakin tapaa olla tuttu tai näkyvä lehden lukijoille. Haastattelu olisikin enemmän henkilöhaastattelu, jolloin itse henkilö tai hänen työnsä on lukijoita kiinnostava.

Juttutyyppeä voitaisiin rakentaa niin, että jokaiselta henkilöltä kysyttäisiin samat kysymykset. Näitä kysymyksiä voisivat olla esimerkiksi:

- Kuka olet ja miten asut?
- Mitä teet työkseesi?
- Onko tulevaisuudessa tapahtumassa jotakin merkittävää?
- Millaisena näet tämän hetken Tampereen?

- Mitä Tampere tarvitsisi lisää?
- Jos muuttaisit pois Tampereelta, miksi tekisit sen?

Kysymysten ei välttämättä tarvitsisi edes olla kovin yksiselitteisiä, jotta haastateltavien vastaukset toisivat jokaiseen juttuun yksilöllisyyttä.

Juttutyyppejä voitaisiin taittaa sivupohjaan 1, jolloin haastateltavasta saataisiin iso kuva varsinaisen haastattelun yhteyteen. Isolle kuvalle löytyisi haastattelun yhteydestä myös tilaa, sillä kysymyksistä ja vastauksista ei välttämättä muodostu kovinkaan pitkää juttua. Näin ollen tilaa voidaan täyttää isolla kuvalla.

8 Yhteenveto

Kaupunkilehtien asema mediakentässä on vahvistunut viimeisen kymmenen vuoden aikana ja monilla paikkakunnilla ne kilpailevat aktiivisesti alueen tilattavan sanomalehden kanssa. Vaikka kaupunkilehdet pystyvät välittämään tietoa useiden päivien tai jopa viikon viiveellä, niiden rooli paikallisjournalismissa on merkittävä. Ihmiset ovat kiinnostuneita lukemaan paikallisista asioista ja tapahtumista, ja tiedon välittäminen näistä aiheista on kaupunkilehtien merkittävin tehtävä.

Työn tavoitteena oli tarkastella erilaisia keinoja, joita kaupunkilehdet voivat käyttää parantaakseen ulkoasuaan sekä houkutellakseen lukijoita lehden pariin. Lehden visuaalisuuden luomista käytiin läpi ottaen huomioon typografia, otsikointi, sivukoko sekä taitossa käytettävät kontrastit. Työssä selvitettiin myös kuinka nämä taitolliset tehokeinot on toteutettu tällä hetkellä Tamperelaisessa.

Visuaalisuuden lisäksi työssä nostettiin esiin toimituksellista sisältöä sekä Tamperelaisen sisällöllistä rakennetta. Erilaisia sisällöllisiä ratkaisuja ovat esimerkiksi uutiset, reportaasit, haastattelut ja kolumnit, jotka muodostavat monesti kaupunkilehtien pääsisällön. Ne tuovat lukijoille tietoa ajankohtaisista aiheista hieman eri tavoin ja niiden käyttö lehdes- sä tekee lehdestä monipuolisen kokonaisuuden. Tamperelaisen sisältö- ratkaisut noudattavat jokaisen lehden kohdalla tiettyä lukijoille tuttua kaavaa. Käytössä ovat niin kaupunkiuutiset ja -reportaasit, kolumnit kuin pääkirjoituskin. Haastattelut on melko useasti sisällytetty uutiseen tai reportaasiin sisään.

Osana työtä tehtiin kysely, jonka tarkoituksena oli selvittää, miten Tamperelaisen lukijat suhtautuisivat, mikäli tv-ohjelmätietoja ei julkaistaisi lehdessä. Kysely toteutettiin internetissä, jonne ohjattiin lukijoita niin Tamperelaisen kotisivuilta kuin itse lehdestäkin. Jotta pystyttiin takaamaan lukijoiden tasapuolinen vastausmahdollisuus, lehdessä julkaistiin kyselylomake, jonka pystyi palauttamaan lehden konttoriin ja osallistumaan näin kyselyyn.

Kyselyä voidaan pitää luotettavana vastaajamäärän kasvettua lähes tuhanteen lukijaan. Ilahduttavaa oli myös yli 65-vuotiaiden vastaajien määrän nousu 62 lukijaan, vaikkakin he eivät edusta kokonaisvastaajamäärästä kuin 6 %:ia.

Kyselyssä selvitettiin kuinka usein lukijat yleensä lukevat Tamperelais- ta sekä kuinka usein he katsovat tv-ohjelmätiedot Tamperelaisesta. Suurimpana huolena Tamperelaisen kannalta oli lukemisen mahdollinen vähentyminen muutoksen myötä ja siksi lukijoilta tiedusteltiin myös, vähentäisivätkö he lukemistaan, mikäli ohjelmätietoja ei enää julkaistaisi lehdessä. Kysely kuitenkin osoitti, että Tamperelaisen lu- keminen ei vähenny, mikäli tv-ohjelmätietoja ei enää julkaistaisikaan

lehdessä. Monet säännöllisesti Tamperelaista lukevat eivät katso ohjelmatietoja lehdestä, eivätkä siten vähentäisi myöskään lukemistaan muutoksen myötä.

Koska Tamperelainen oli jo aiemmin pohtinut mahdollisuutta jättää tv-ohjelmatiedot lehdestä pois ja suunnitellut vaihtoehtoja niiden tilalle, kyselyllä haluttiin myös selvittää lukijoiden toivomuksia toimituksellista sisältöä kohtaan. Valmiiden vastausvaihtoehtojen perusteella lukijat haluavat lukea eniten kaupunkiuutisia, historiaa käsitteleviä artikkeleita sekä henkilöhaastatteluja.

Työn tarkoituksena oli myös hahmotella erilaisia vaihtoehtoja tv-ohjelmatietojen tilalle, mikäli niiden poisjättäminen tulisi ajankohtaiseksi. Tässä apuna käytettiin kyselyyn vastanneiden toiveita ohjelmatietojen tilalle sekä teoriassa läpikäytyjä vaihtoehtoja sisällöllisille ratkaisuille. Koska paikallisuus, historia ja henkilöhaastattelut nousivat suosituimmiksi aiheiksi, pyrittiin ehdotuksissa ottamaan nämä toiveet huomioon. Näitä aiheita yhdistelemällä saatiin luotua ehdotuksia mahdollisista juttutyypeistä.

Sisällöllisten ehdotusten rinnalle luotiin muutamia sivumalleja, joista voidaan poimia taitollisia ideoita. Näiden, kuten juttuesimerkkienkin, lähtökohtana olivat lukijoiden toiveiden ohella juttujen vaivaton rakentaminen sekä tarpeellinen ilmoitustila.

Jatkossa Tamperelainen voi tehdä kyselyn vastausten avulla päätelmiä tv-ohjelmatietojen tarpeellisuudesta lehdessä ja käyttää tulosta päätöksenteossa koskien vuotta 2009 ja tämän jälkeenkin. Mikäli Tamperelainen päätyy jättämään tv-ohjelmatiedot pois lehdestä, saattaa tämä toimia esimerkkinä myös muille kaupunkilehdille sekä kenties myös sanomalehdille.

Lähteet:**Kirjallisuus:**

Brusila, Riitta toim. 2002. Typografia Kieltä vai visuaalisuutta. Porvoo: WSOY.

Huovila, Tapani 1995. Uutisvuorokausi. Tutkimus medioiden eroista. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Huovila, Tapani, Pulkkinen, Hannu & Taipale, Matti 1998. Sanomalehden ulkoasuopas. Helsinki: Sanomalehtien Liitto.

Ikävalko, Elisa 1995. Painotuotteen tekijän käsikirja. Helsinki: Tietopaketti Oy.

Itkonen, Markus 2007. Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Kangaspunta, Seppo toim. 1995. Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere: Moniviestintä Oy.

Loiri, Pekka & Juholin, Elisa 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Pesonen, Elisa 2007. Julkaisijan käsikirja. Porvoo: WSOY.

Stenvall, Sari 2001. Sisältötuotantoalan osaamistarveskenaario 2005-2010. Turku: Mediaryhmä, Turun kauppakorkeakoulu.

Tamperelaisen mediakortti 2008.

Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Verkkomateriaali:

Fontit.com. [online] [viitattu 13.10.2008]. www.fontit.com

Fonts.com. [online] [viitattu 13.10.2008]. www.fonts.com

Helsingin Sanomat 6.2.2008. [online] [viitattu 2.10.2008].

www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/Kotimaan+uutisista+nuorten+lukijoiden+suosikki/1135233863614

Hervannan Sanomat. [online] [viitattu 16.5.2008]. www.hervannansanomat.fi/

Ideapark Uutiset. [online] [viitattu 16.5.2008]. www.ideaparkuutiset.fi/ideaparkuutiset/7439/

Journalismi.fi. [online] [viitattu 4.10.2008]. [journal-
mi.uta.fi/index.php?page=jsanasto&type=jsanasto&kieli=fin&kirjain=k](http://journalismi.uta.fi/index.php?page=jsanasto&type=jsanasto&kieli=fin&kirjain=k)

Kaupunkilehtien Liitto Ry. [online] [viitattu 17.9.2008].
www.kaupunkilehdet.fi/showpage.php?id=26

Kustannus Oy Aamulehti. [online] [viitattu 17.9.2008].
www2.aamulehti.fi/mediapalvelu/tutkimus/alasivu.shtml/lukijamaarat_ja_tavoittavuus/aamulehti?100059

Levikintarkastus Oy. [online] [viitattu 17.9.2008].
www.levikintarkastus.fi/mediasanasto/index.php

Pirkanmaan Sanomat. [online] [viitattu 16.5.2008]. www.pirkanmaansanomat.fi/

Suomen Lehtiyhtymä Oy. [online] [viitattu 26.10.2008]. www.lehtiyhtyma.fi

Tori Tampereen kaupunkilehti. [online] [viitattu 16.5.2008]. www.torilehti.fi/

Tutkimukset:

Mediatutkimus 2006, Suomen Lehtiyhtymä Oy. Taloustutkimus Oy 2006/T1673/EL, MAL, HKA

Haastattelut:

Niemelä, Jari. Kaupunkilehti Tamperelainen Oy, päätoimittaja. Haastattelu 19.8.2008. Tampere.

Niinen, Mika. Kaupunkilehti Tamperelainen Oy, toimitusjohtaja. Haastattelu 16.9.2008. Tampere

Niva, Samuli. Kaupunkilehti Tamperelainen Oy, sivunvalmistus. Haastattelu 2.10.2008. Tampere.

Liitteet

Liite 1 Kysely tv-ohjelmatiedoista

Sukupuoli mies
 nainen

Ikä alle 39 vuotta
 40-64 –vuotta
 yli 65 vuotta

Kuinka usein luette Tamperelaista?

säännöllisesti
silloin tällöin

Katsotteko tv-ohjelmatiedot Tamperelaisesta?

päivittäin
lähes päivittäin
harvemmin
en lainkaan

Mikäli tv-ohjelmatietoja ei olisi lehdessä, vähentyisikö Tamperelaisen lukemiseen?

vähentyisi selvästi
vähentyisi jonkin verran
ei vaikutusta

Mikäli tv-ohjelmatiedot jätettäisiin lehdestä pois, millaista sisältöä toivoisitte tilalle?

Voitte valita useamman vaihtoehdon.

henkilöhaastatteluja
kaupunkiutisia
kolumneja, pakinoita
laajemman yleisönosaston
Tampereen historiaa käsitteleviä artikkeleita
tv- ja elokuva-arvosteluja

Yhteystietojen antaminen ei ole pakollista. Antamalla yhteystietonne osallistutte arvontaan, jossa palkintona on 2 kpl Pirkanmaan osuuskaupan 50 euron lahjakortteja. Yhteystietoja käytetään ainoastaan arvonnassa. Voittajille ilmoitamme henkilökohtaisesti.

Yhteystietolomake

nimi:

puhelin:

sähköposti:

Liite 2 Kyselyä koskeva taittopala Tamperelaisessa

osallistu kyselyyn

TV-ohjelmätiedoista

www.tamperelainen.fi

...ja voita 50 euron lahjakortti!

Liite 3 Kyselylomake Tamperelaisessa

osallistu kyselyyn ...ja VOITA!

TV-ohjelmätiedoista

Tutkimuksella haluamme selvittää kuinka tärkeänä lukijamme pitävät TV-ohjelmätietojen julkaisua lehdessä.

Kyselyyn voitte vastata täyttämällä ohaisen lomakkeen ja tuomalla tai postittamalla sen osoitteeseen:

Kaupunkilehti Tamperelainen Oy
Kuninkaankatu 21, 4. krs.
33210 Tampere

Voitte vastata kyselyyn myös internetissä osoitteessa www.tamperelainen.fi

Antamalla yhteystietonne osallistutte arvontaan, jossa **palkintona on 2 kpl Pirkanmaan osuuskaupan 50 euron lahjakortteja.**

Sukupuoli:

Mies
 Nainen

Ikä:

alle 39 vuotta
 40-64 vuotta
 yli 65 vuotta

Kuinka usein luette Tamperelaisista?

säännöllisesti
 silloin tällöin

Katsotteko tv-ohjelmätiedot Tamperelaisesta?

päivittäin
 lähes päivittäin
 harvemmin
 en lainkaan

Mikäli tv-ohjelmätietoja ei olisi lehdessä, vähentyisikö Tamperelaisen lukemisenne?

vähentyisi, selvästi
 vähentyisi jonkin verran
 ei vaikutusta

Mikäli tv-ohjelmätiedot jätettäisiin lehdestä pois, millaista sisältöä toivoisitte tilalle?
Voitte valita useamman vaihtoehdon.

henkilöhaastatteluja
 kaupunkiutisia
 kolumneja, pakinoita
 laajemman yleisönosaston
 Tampereen historiaa käsitteleviä artikkeleita
 tv- ja elokuva-arvosteluja

Yhteystietolomake

nimi

puhelin

sähköposti

Yhteystietojen antaminen ei ole pakollista. Yhteystietoja käytetään ainoastaan arvonnassa. Voittajille ilmoitamme henkilökohtaisesti.

Liite 4 Kyselyn päättymisestä tiedottava taittopala Tamperelaisessa

TV-ohjelmätietoja

koskevaan kyselyyn tuli runsaasti vastauksia.

Kiitokset lukijoillemme mielipiteistä. Kyselyyn

liittyvä arvonta on suoritettu ja voittajille

ilmoitettu henkilökohtaisesti. **TAMPERELAINEN**