

**Tanja Rautiainen**

## **TIEDOTUSLEHDEN TOTEUTTAMINEN**

**Esimerkkinä Nivalan kaupungin Ruuan matkassa –hankkeen  
tiedotuslehti**

**Opinnäytetyö  
KESKI-POHJANMAAN AMMATTIKORKEAKOULU  
Mediatekniikka  
Huhtikuu 2011**

## TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

<b>Yksikkö</b> Ylivieskan yksikkö	<b>Aika</b> Huhtikuu 2011	<b>Tekijä/tekijät</b> Tanja Rautiainen
<b>Koulutusohjelma</b> Mediatekniikan koulutusohjelma, sisällöntuotanto		
<b>Työn nimi</b> TIEDOTUSLEHDEN TOTEUTTAMINEN. Esimerkkinä Nivalan kaupungin Ruuan matkassa –hankkeen tiedotuslehti		
<b>Työn ohjaaja</b> Fil.lis. Maarit Tammisto	<b>Sivumäärä</b> 28 + 5 liitettä	
<b>Työelämäohjaaja</b> Nivalan kaupungin maaseutujohtaja Hannu Tölli		
<p>Opinnäytetyön aiheena oli Ruuan matkassa –hankkeen tiedotuslehden suunnittelu ja toteutus. Tiedotuslehden päätarkoituksena oli lisätä tietoutta ruuantuotannosta ja lähiruusta erityisesti nuorten keskuudessa, sillä he ovat yhä enenevässä määrin jäämässä ruuantuotantoon liittyvän yleissivistyksen ulkopuolelle.</p> <p>Tiedotuslehden suunnittelu ja toteutus vaati kokonaisvaltaista lehdentekoprosessiin tutustumista. Prosessi mahdollisti haastatteluiden tekemisen, juttujen kirjoittamisen ja kuvittamisen, visuaalisen ilmeen suunnittelun ja toteuttamisen teorioiden ja käytäntöjen opettelemisen erilaisia lähteitä apuna käyttäen.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa käydään yksityiskohtaisemmin läpi lehdentekoprosessin eri vaiheet sekä onnistuneeseen lopputulokseen johtaneet tekijät.</p>		
<b>Asiasanat</b> kirjoittaminen, kuvittaminen, suunnittelu, taitto, teksti, tiedotuslehti, typografia, värit		

**ABSTRACT**

<b>CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</b> Department of Ylivieska	<b>Date</b> April 2011	<b>Author</b> Tanja Rautiainen
<b>Degree programme</b> Bachelor of engineering in media technology		
<b>Name of thesis</b> REALIZATION OF A NEWSLETTER. Using a newsletter of Ruuan matkassa – project in example.		
<b>Instructor</b> Lic.Phil. Maarit Tammisto		<b>Pages</b> 28 + 5 appendices
<b>Supervisor</b> Hannu Tölli, director of farmland in Nivala civic		
<p>The subject of this thesis was to design and create a newsletter for Nivala civic's Ruuan matkassa –project. The main goal of the newsletter was to increase the knowledge of food production and local food. The paper was targeted at especially for young people because they have dropped out of common knowledge of food production.</p> <p>Design and realization of the newsletter required comprehensively to get to know the process of making a newsletter. Using various sources during the process, it was possible to study how to interview people, how to write a story, and what kind of pictures to take and how to design and build a layout of a newsletter.</p> <p>This thesis includes more detailed chapters of the entire process.</p>		

<p><b>Key words</b> colors, designing, desktop publishing, illustrating, newsletter, text, typography, writing</p>
--

## KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELYT

**Anfangi** = kappaleen aloittava ylisuuri kirjain, usein käytetty luostareissa ja kirkollisissa teksteissä (Suhola, Turunen, Varis, 2005, 137).

**Deadline** = takaraja, esimerkiksi aineiston luovuttamispäivä (Mykkänen, 1998, 44).

**Dramaturgia** = lehden materiaalin muodostamista yhdeksi eteneväksi kokonaisuudeksi (Rantanen, 2007, 21).

**Dynaaminen** = eloisa, kehittyvä ja muuttuva (Mykkänen, 1998, 158).

**Elementtitekniikka** = tekniikka, jonka ansiosta jutun kappaleita voidaan poistaa tai kappaleiden järjestystä vaihtaa ilman, että juttua täytyy kirjoittaa uudelleen (Mykkänen, 1998, 109).

**Ingressi** = johdantokappale, usein tiivistelmä jutun olennaisista asioista (Mykkänen, 1998, 111).

**Konsepti** = lehden perussuunnittelu (Mykkänen, 1998, 30).

**Kursiivi** = kirjoituksen suuntaan kaatuva ladonta (Rantanen, 2007, 218).

**Leipäteksti** = jutun varsinainen teksti, joka on kautta lehden samankokoista ja samaa kirjaintyyppiä (Mykkänen, 1998, 148).

**PDF-tiedosto** = Portable Document Format, Adoben kehittämä Post Script-kieleen pohjautuva tiedostomuoto (Rantanen, 2007, 219).

**Referointi** = lyhentäminen. Uuden, itsenäisen teoksen tuottamista käyttäen apuna jotakin jo olemassa olevaa julkaisua (Mykkänen, 1998, 95–96).

**Tabloidi** = sivukoko, joka on puolet tavallisesta sanomalehtikoosta eli noin 40 cm korkea ja 28 cm leveä (Rantanen, 2007, 220).

**Typografia** = tekstin, kuvien ja tyhjän tilan yhdessä muodostama kokonaisuus (Mykkänen, 1998, 147).

**Versaali** = isot kirjaimet (Mykkänen, 1998, 149).

## ESIPUHE

Tämä opinnäytetyö on tehty Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun Ylivieskan yksikön mediatekniikan koulutusohjelmassa. Aiheena oli tiedotuslehden toteuttaminen ja esimerkkinä toimi Ruuan matkassa –tiedotuslehti Nivalan kaupungin maaseututoimen Ruuan matkassa –hankkeelle. Haluan esittää suuret kiitokset ohjaajalleni fil.lis. Maarit Tammistolle, jolta sain tukea, kannustusta ja onnistumisen kannalta merkittäviä vinkkejä työn kasaan saamiseksi. Kiitokset myös Nivalan kaupungin maaseutujohtaja Hannu Töllille, joka luotti lehden toteuttamisen minun käsiini sekä hankkeen projektipäällikkö Sirpa Vuolteenaholle aktiivisesta ja onnistuneesta yhteistyöstä. Erityiskiitokset haluan esittää opiskelutovereilleni Emmi Makkoselle, Konsta Mäkikankaalle ja Jaakko Uusitalolle, jotka neuvoivat käytännön osuudessa vastaan tulleissa ongelmissa sekä lopullisen lehden oikolukemisessa. Rakkaimmat kiitokset omistan avopuolisolleni ja äidilleni, jotka valoivat minuun uskoa ja kannustusta silloinkin, kun omani eivät olleet riittäviä.

Ylivieskassa 4.4.2011

Tanja Rautiainen

**TIIVISTELMÄ  
ABSTRACT  
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELYT  
ESIPUHE  
SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2 LEHTI KÄYTTÖLIITTYMÄNÄ</b>	<b>3</b>
2.1 Tiedotuslehden ja henkilöstölehden erot	3
2.2 Asiakaslehti	4
2.3 Lehden strategiset, laadulliset ja tekniset tavoitteet	4
2.3.1 Yhteistyö avainasemassa lehtityössä	5
2.3.2 Lehdenteko: jatkuva prosessi	6
2.4 Mediakulutus: sanomalehden kulutus- ja käyttötilastot	8
2.5 Mitä ihmiset lukevat	9
2.6 Painettu, sähköinen vai molemmat	9
<b>3 JUTUNTEKO JA KIRJOITTAMINEN</b>	<b>11</b>
3.1 Haastattelun tekeminen	11
3.2 Kiinnostavan tekstin tuottaminen	12
3.2.1 Tekstistä selkeää ja ymmärrettävää	14
3.2.2 Iskevät pääotsikot ja ingressit	15
3.2.3 Väliotsikoista rytmiä leipätekstiin	16
<b>4 TAITON PÄÄPERIAATTEET</b>	<b>18</b>
4.1 Tekstin luettavuus	19
4.2 Kuva havainnollistaa tekstiä	20
4.2.1 Kuvan tehtävä	21
4.2.2 Kuvan sisäinen sommittelu	21
4.2.3 Kuvaaminen teknisesti	22
4.3 Taittajan tehtävät	22
4.4 Värien valinta	23
4.4.1 Väri ja teksti	23
4.4.2 Värien määrittely painotyössä	24
<b>5 YHTEENVETO</b>	<b>26</b>
<b>6 TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT</b>	<b>27</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>28</b>
<b>LIITTEET</b>	

## 1 JOHDANTO

Kesällä 2010 eräänä hiostavana päivänä istuin Nivala-lehden toimituksessa kirjoittamassa pakinaa, kun keksin aiheeksi tulevaisuudessa siintävän valmistumisen. Naputtelin jäljellä olevasta työtaakasta ja ennen kaikkea toiveistani opinnäytetyön suhteen. Mainitsin olevani kiinnostunut toteuttamaan millaisen lehden tahansa aiheeseen katsomatta. Lopuksi pyysin pilke silmäkulmassa ottamaan yhteyttä toimitukseen, jos sopiva aihe olisi tarjolla.

Lehden ilmestymisen jälkeen ei kulunut aikaakaan, kun toimituksen puhelin soi ja Nivalan kaupungin maaseutujohtaja Hannu Tölli pyysi kesätoimittajatyttöä puhelimeen. Hän tarjosi minulle opinnäytetyön aihetta maatalouden parista, ja minä suostuin oitis.

Tehtäväksi muotoutui suunnitella ja toteuttaa kahdeksansivuinen ja tabloidi-kokoinen tiedotuslehti maaseututoimen Ruuan matkassa –hankkeelle. Lehden perimmäisenä tarkoituksena oli lisätä tietoutta ruuantuotannosta ja lähiruuasta erityisesti nuorten keskuudessa, sillä he ovat mitä enenevässä määrin jäämässä ruuantuotantoon liittyvän yleissivistyksen ulkopuolelle.

Suurimmaksi ongelmaksi muodostui lehden sisällön muovaaminen innostavaan ja mielenkiintoiseen muotoon. Koska lukijoita oli tarkoitus valistaa ilman saarnaa, täytyi sisältö ja sen muodostama kokonaisuus suunnitella tarkkaan.

Opinnäytetyön ensimmäisessä pääluvussa käsitellään lehteä käyttöliittymän näkökulmasta. Siinä pohditaan, mitä ihmiset lukevat ja kuinka lehtiä käytetään. Toisessa pääluvussa käsitellään jutuntekoa niin haastattelun kuin kirjoittamisenkin näkökulmasta. Kolmannessa pääluvussa perehdytään taiton pääperiaatteisiin käyttäen esimerkkeinä tekstiä, kuvaa, värejä ja typografiaa. Viidennessä pääluvussa tehdään yhteenveto ja kuudennessa pohditaan hankkeen tulevaisuuden näkymiä.

Lähteinä käytin muun muassa Päivi Mykkäsen Yhteisölehti tekijän opasta vuodelta 1998 sekä Aino Suholan, Seppo Turusen ja Markku Variksen Journalistisen kirjoittamisen perusteet –kirjaa vuodelta 2005.



## 2 LEHTI KÄYTTÖLIITTYMÄNÄ

Lehti on lukijalleen konkreettinen esine. Rantanen kuvailee sen muodostuvan kansilehtien väliin sidotuista sivuista ja niiden muodostamista aukeamista, joista taas rakentuu kokonainen lehti. Sitä on helppo lukea missä tahansa ja sen voi ottaa mukaan minne ikinä meneekin. Lisäksi lukija voi itse määrittellä vastaanottamansa tiedon tahdin. Lehden kolmiulotteisuus merkitsee lukijalle toimintaa: miten hän pitää lehteä, selaa sitä tai näkee sen. Yksittäisten sivujen sijaan eteen avautuu näkymä sopivista aukeamien muodotamista kokonaisuuksista. Lehden sivuille järjestetyn sisällön kaksiulotteinen asettelu taas vaikuttaa lukijan ajatteluun: kuinka hän kokee, ymmärtää ja sisäistää näkemäänsä. Nähdyt asiat yhdistyvät aikaisempiin ja herättävät uteliaisuutta tulevien sivujen suhteen. Toiminta ja ajattelu yhdessä, koko lukutapahtuma, vaikuttaa siihen, kuinka lehden tekijän tulee huomioida esitys-, järjestys- ja muotoilutapoja, jotta lehti palvelisi lukijaa mahdollisimman hyvin. (Rantanen, 2007, 18.)

### 2.1 Tiedotuslehden ja henkilöstölehden erot

Mykkänen kirjoittaa teoksessaan, että vaikka sähköinen viestintä hallitsee nykypäivänä monen yhteisön sisäistä tiedonkulkua, erityisesti painettu henkilöstölehti on säilyttänyt asemansa yhteishenkeä lujittavana välineenä (Rantanen, 1998, 19).

Henkilöstölehden ensisijainen tarkoitus on luoda ja lujittaa me-henkeä yhteisössä, kun taas tiedotuslehti informoi asiallisesti ja puolueettomasti ajankohtaisista asioista. Henkilöstölehden ilmestymistiheys on tiedotuslehteä harvempi, sillä se ilmestyy vähintään 3-4 kertaa vuodessa, tiheimmillään joka kuukausi, kun tiedotuslehti ilmestyy kerran viikossa tai kuukaudessa tai vain tarpeen mukaan. (Mykkänen, 1998, 20–22.)

Vaikka Mykkänen kirjoittaakin teoksessaan sisäisten viestintäkanavien eroista, lehtityyppien erot ovat samankaltaiset myös yhteisön ulkopuolisessa viestinnässä.

Nivalan kaupungin maaseututoimen Ruuan matkassa –hankkeen tiedotuslehti ilmestyy tarpeen mukaan, joka on tällä hetkellä kaksi lehteä vuodessa. Lehti sisältää puolueetonta ja ajankohtaista asiaa ruuan tuottajille, kuluttajille ja muille asiasta kiinnostuneille.

## **2.2 Asiakaslehti**

Asiakaslehden tavoitteena on vahvistaa yrityskuvaa, pitää nykyiset asiakkaat ja hankkia uusia. Sisällössä voidaan yhdistää markkinointia ja tietoa luontevasti. Lehti tehdään yhteisön ehdoilla, mutta lukijaa kuunnellen, sillä se antaa asiakkaalle tietynlaisen kuvan yhteisöstä ja vaikuttaa siten myös tämän käyttäytymiseen. Kysymys on siis siitä, valitseeko asiakas yhteisön ja sen mitä yhteisöllä on tarjottavana, vai kääntyykö se jonkin toisen yhteisön puoleen. (Mykkänen, 1998, 25–26.)

Tekemäni tiedotuslehti ei sopinut asiakaslehden muotoon, sillä tarkoitus ei ollut hankkia kannattajia tai uusia tuottajia ruuantuotannolle, vaan informoida asiasta kiinnostuneita ja alalla työskenteleviä Ruuan matkassa –hankkeen nykytilanteesta ja alueen toimijoista.

## **2.3 Lehden strategiset, laadulliset ja tekniset tavoitteet**

Tämän päivän lukijat ovat yhä vaativampia lehtien ja julkaisujen suhteen, koska tarjolla on toinen toistaan loistokkaampia tuotoksia jokaiseen makuun. Tämän lisäksi Internet tarjoaa mahdollisuuden hakea erilaisia palveluja, viihdettä ja tietoa tietokoneelle ja puhelimeen missä ja milloin tahansa. Vastaanottajien suuret odotukset siis pakottavat tekijät paneutumaan entistä enemmän julkaisujen perussuunnitteluun eli konseptin rakentamiseen. Strategisilla tavoitteilla tarkoitetaan syytä siihen, miksi lehteä tehdään. Laadullisilla tavoitteilla määritellään sisällön ja ulkoasun tavoitetaso. Tekniset tavoitteet taas liittyvät lehden jakeluun ja tuotantoon. Painojäljen, kuten esimerkiksi kuvien laadun, on oltava painon antamien lupauksen kaltaisia. Tekninen laatu määritelläänkin usein

yhteisön ja sen yhteistyökumppaneiden välisin sopimuksin. (Mykkänen, 1998, 30, 32.)

Ruuan matkassa –hankkeen tiedotuslehden tarkoituksena oli lisätä lukijoiden tietoisuutta alueen ruuantuotannosta. Kun syy lehden tekemiselle oli alusta asti selvillä, lehden suunnittelu oli helpompaa. Lehden laadullinen tavoite oli informoida ja kertoa asiasta kiinnostuneille hankkeen nykytilanteesta ja alueen ruuantuotannosta. Lehdestä löytyi kaikki, mitä otsikot ja kuvat lupasivatkin. Lehden tekniset tavoitteet oli sovittu sopimuksin.

Mukana lehtityössä oli neljä eri tahoa, joiden kesken työ oli saatava toimimaan. Lehden tilaaja eli Nivalan kaupungin maaseututoimen Ruuan matkassa –hanke piti huolen, että sisältö vastasi hankkeen ideologiaa ja antoi oikeanlaisen viestin lukijoille. Lehdentekijänä minulla oli vastuu lehden sisällön ja ulkonäön toteuttamisesta hankkeen antamin ehdoin. Suomalainen Lehtipaino Oy vastasi lehden tekijän opastamisesta, jotta tuote täyttäisi painon vaatimat määritykset. Lisäksi se vastasi valmiin tuotteen painamisesta. Sanomalehti Kymppisanomat jakoi tiedotuslehden oman lehtensä liitteenä Haapajärvelle, Nivalaan ja Reisjärvelle sekä erillisenä lehtenä Kärsämäelle. Tiedotuslehteä painettiin 10 500 kappaletta.

### **2.3.1 Yhteistyö avainasemassa lehtityössä**

Ilman yhteistyötä lehden tekeminen olisi lähes mahdotonta. Ruuan matkassa – tiedotuslehden syntyvaiheissa oli mukana neljä erillistä tahoa kahdella eri paikkakunnalla. Riittävän useilla tapaamisilla varmistettiin, että jokainen taho oli tietoinen muutoksista ja aikatauluista, jotta lehti saatiin painettua sovittuun jakelupäivään mennessä.

Teimme alussa selväksi, mikä taho olisi yhteydessä mihinkin tahoon, sillä yhteisiä palavereita hanke ei nähnyt tarpeelliseksi järjestää. Alussa lehden tilaaja eli Ruuan matkassa –hanke oli yhteydessä jakeluun, joka taas oli yhteydessä painoon.

Myöhemmin aikataulun kiristymisen vuoksi olin lehdentekijänä itse yhteydessä painotaloon, jotta turhat ja hidastavat välikädet saatiin karsittua minimiin.

Lehtityössä toimiva yhteistyö vaatii joustavuutta jokaiselta osapuolelta, sillä jossain vaiheessa syntyy varmasti väärinkäsityksiä, -ymmärryksiä tai inhimillisiä virheitä. Virheistä pääsee parhaiten eteenpäin muiden osapuolien tuen ja ymmärryksen avulla, sillä silloin työ voi jatkua ilman hampaiden kiristelyä ja epäolennaisia huomautuksia huonosta työstä.

### **2.3.2 Lehdenteko: jatkuva prosessi**

Jokaisen lehden tekeminen on pienimuotoinen projekti, joka sujuu tai takkuu aikataulujen hallitsemisen tai hallitsemattomuuden myötä. Mykkänen kirjoittaakin, että ajankäytön suunnittelu on tärkeä osa-alue toimituksen ammattitaitoa. Aikataulusuunnitelman laatiminen aloitetaan ilmestymispäivästä, joka kannattaa suunnitella siten, että yksittäinen lehti erottuu muun postin seasta. Lehden tuotantoprosessin aikataulu lasketaan ilmestymispäivästä taaksepäin. Mykkänen jatkaa, että tuotantoaikataulussa tulee varata tarpeeksi aikaa mahdollisiin tekstien hyväksyttämisiin haastateltavilla tai lehden tilaajalla, painomääritysten säätämiseen sekä koeversion painamiseen. Aikataulun tärkeimmät päivämäärät ilmoitetaan jokaiselle lehtityössä mukana olevalle taholle, sillä lehden ilmestyminen on kiinni aikataulujen noudattamisesta. (Mykkänen, 1998, 43-44.)

Hyvä perussääntö aineiston kokoamisessa on, että ilmoitetut päivämäärät ovat viikkoa ennen todellista deadlinea, millä varmistetaan lehden ilmestyminen ajallaan, vaikka muutoksia tehtäisiinkin matkan varrella.

Aloitin tiedotuslehden tekemisen aloituspalaverilla asiakkaan kanssa. Kävimme yhdessä läpi lehden tavoitteet, teeman ja ydinsanomien sekä rajasimme edellisessä lehdessä käytetyt juttuideat pois juttulistalta. Asiakas oli jo kilpailuttanut painotaloja lehden painamisesta, joten lehti oli enää vain tehtävä. Hankkeen budjetti mahdollisti joko 8- tai 12-sivuisen lehden tekemisen, joka

muovautui myöhemmin kahdeksaan sivuun aineiston määrän vuoksi. Hanke halusi julkaista lehden tabloidi-kokoisena.

Aineiston kerääminen alkoi sopimalla haastattelut sovittujen tahojen kanssa ja tekemällä lehtijutut kuvineen taittovalmiiksi. Aloitin taiton vasta kaiken aineiston ollessa valmiina, sillä juttuideoita tuli jatkuvasti lisää, eikä järkevä taittaminen olisi ollut mahdollista ennen juttujen valmistumista. Lähetin valmiin lehden Portable Document Format -tiedostona (PDF-tiedosto) painotalolle, joka ei kuitenkaan ehtinyt painaa lehdestä koeversiota, mutta he lähettivät korjausehdotuksia koskien kuvien värisäätöjä. Korjasin kuvien värimäärittelyt painotalon antamien ohjeiden mukaan ja lähetin lehden lopullisen version painoon. Kokonaisuudessaan lehden tekeminen kesti viidestä kuuteen viikkoa, aloituspalaverista lehden painoon saakka. Painotalo toimitti lehdet jakelusta vastaavalle taholle, joka suoritti lehden jakamisen sovittuna ajankohtana.

Jo jaettua, valmista lehteä tutkiessani huomasin joitakin virheitä, joista suurimmat koskivat edelleen kuvien värimäärittelyjä. Olin muokannut osan kuvista liian vaaleiksi vanhasta tottumuksesta, sillä työskennellessäni toisessa kuin jakelevan tahon lehdessä huomasin, että kuvat tummenevat huomattavasti painettaessa sanomalehtipaperille. En ottanut kuvia muokatessani huomioon, että painokoneita on erilaisia ja tiedotuslehteä painaneen painotalon painokone ei tummentanut kuvia entisestään, vaan jopa hiukan vaalensi niitä. Koko lehden olemus oli harmaa, mutta huomasin painotalon muidenkin lehtien olevan kauttaaltaan utuisia, joten tiedotuslehden harmaisuus ei enää vaivannut. Lisäksi olin huomaamattani unohtanut muuttaa sivujen pääotsikoiden kirjaintyyppin reunaväriin täyteväriä vastaavaksi, joten lopputulos oli keskeneräisen näköinen. Painossa yhden jutun tekstin ja kuvan välinen alue oli jäänyt liian suureksi, joka johtui ilmeisesti painoasettelusta, mutta mitään huomaamiani virheitä lukijat eivät tuntuneet huomaavan.

## 2.4 Mediakulutus: sanomalehden kulutus- ja käyttötilastot

Sauri kirjoittaa, että vuonna 1998 kotitaloudet käyttivät 4,3 prosenttia kulutusmenoistaan erilaisiin joukkoviestimiin. Suurimpia yksittäisiä menoeriä olivat sanoma- ja aikakauslehdet, tv-lupamaksu ja muut sen kaltaiset kulut sekä kotimikrot oheislaitteineen ja ohjelmineen. Vuoteen 1990 verrattuna lehtien ja kirjojen osuus mediakulutusmenoista oli jonkin verran laskenut, kun taas tietokoneet ja ohjelmat olivat lisänneet osuuttaan. (Sauri, 2001, 28.)

Suomi on ollut kauan ja on edelleen vahva sanomalehtimaa. Erilaisia lehtinimikkeitä on paljon ja niiden levikit ovat suuria: mediakulutuksen liikevaihdosta sanomalehdistön osuus on lähes kolmannes ja joukkoviestinmainonnasta puolet. Osuus on siis selvästi korkeampi, kun Euroopassa osuus oli keskimäärin 39 % vuonna 1998. (Sauri, 2001, 29.)

Vuonna 1999 Suomessa ilmestyi 220 sanomalehteä. Vertailun vuoksi esimerkiksi väestöpohjaltaan lähes puolet suuremmassa Ruotsissa ilmestyi 160 ja Tanskassa vain 39 maksullista sanomalehteä vuonna 1997. Myös lehtien levikkitilastoissa Suomi sijoittuu korkealle, sillä edellä ovat vain Norja ja Japani (Sauri, 2001, 29–30). Vuonna 1999 sanomalehtien yhteislevikki Suomessa oli noin 3,3 miljoonaa. Se tarkoittaa koko mediakulutuksen osuudesta noin 30,7 %:a, kun vuoteen 2008 mennessä luku oli laskenut 27,0 %:iin (Viestinnän keskusliitto 2009, 3). Vuonna 2009 yhteislevikki laski lähes kolmeen miljoonaan kappaleeseen, eli noin 2,7 %:iin (Sanomalehtien liitto 2009).

Vuonna 2002 valtaenemmistö seurasi sanomalehtiä säännöllisesti. Yhdeksän kymmenestä 15 vuotta täyttäneestä luki sanomalehteä tai -lehtiä päivittäin tai useita kertoja viikossa. Eniten sanomalehtiä epäsäännöllisesti seuraavia oli opiskelijoiden ja koululaisten sekä työttömien joukossa, kun vielä 1990-luvun alkupuolella näistäkin ryhmistä lähes kaikki kuuluivat sanomalehtien säännöllisiin lukijoihin. (Tilastokeskus 2002. Vapaa-ajantutkimus.)

## 2.5 Mitä ihmiset lukevat

Saloniemi ja Suikkanen kuvailevat teoksessaan, että vapaa-aika ja politiikka ovat selvästi kaksi suurinta aihe ryhmää, kun tarkastellaan lukijoiden mielestä mielenkiintoisimpia uutisaiheita (Saloniemi, Suikkanen, 2007, 21). Erityisesti paikalliset aiheet nousevat kolmen tärkeimmän aiheen joukkoon joka toisella lukijoista (Miettinen, 1980, 117).

Työskennellessäni kesätoimittajana pienessä paikallislehdessä huomasin, että ainakin pienen paikkakunnan lukijat olivat kiinnostuneita erityisesti henkilöhaastatteluista. Monenlaisista aiheista, kuten esimerkiksi politiikasta tai yrittäjyydestä kertovat henkilöhaastattelut saivat lukijoiden huomion, mutta erityisen paljon lukijoita keräsivät yksinkertaiset syntymäpäivähaastattelut. Monesti syntymäpäiväjutussa ei ollut selvää aihetta, vaan haastateltava kertoi omasta elämästään, nuoruudesta kuluvan vuoden syntymäpäiväänsä saakka. Kuulemani perusteella yritin kirjoittaa tiivistetyn elämäkerran haastateltavan merkittävimpiä elämänvaiheita apuna käyttäen. Erityisesti pienen paikkakunnan lukijat olivat uteliaita tietämään kylän asukkaista enemmän kuin kylillä puhutaan, joten mukaan täytyi upottaa myös jotakin, joka ei välttämättä vielä ollut kyläläisten yleisessä tiedossa.

## 2.6 Painettu, sähköinen vai molemmat

Pienenkin yhteisön on mahdollista tavoittaa suuri määrä lukijoita Internetin kautta, joten lehdentekijöitä houkuttelee verkkolehden mahdollisuudet, kuten nopeus, päivitettävyyden ja aito vuorovaikutteisuus. Mykkänen kuitenkin toteaa, että sähköinen verkkolehti ei ole koskaan kopio painetusta lehdestä, sillä verkossa suositaan tiiviitä ja moniportaisia juttuja. Lukija voi myös itse määrittellä, missä järjestyksessä hän tietosisällön lukee. Internetissä lukeminen ei ole yhtä mieluisaa, joten verkkolehdissä suositaan erityisesti kuvapainotteisia juttuja. Verkkolehden nopean päivitettävyyden ansiosta monet lukijat arvostavat juttuja, joiden informaation sisältö on uusimmillaan, kuten esimerkiksi erilaisissa katastrofiuutisissa. (Mykkänen, 1998, 186–187)

Koska Internetissä julkaisut ovat yleensä lyhyitä, tekemäni tiedotuslehti voisi siltä osin toimia myös verkkojulkaisuna pienten muokkausten jälkeen. Suoranaisena verkkolehtenä tiedotuslehteni ei toimisi, sillä asiasisältöä on suhteellisen vähän ja lehti ilmestyy vain kahdesti vuodessa, joten päivitettävyyttä ei pääsisi oikeuksiinsa. Kuitenkin pienestä levikkialueesta johtuen hanke olisi voinut julkaista lehdestä verkkoversion esimerkiksi omilla nettisivuillaan, jotta levikkialueen ulkopuolelle jäävät asiasta kiinnostuneet olisivat päässeet tiedotuslehteen kätevästi käsiksi. Verkkolehdeksi sitä ei kuitenkaan voisi kutsua, vaan ennemminkin tiedotuslehden sähköiseksi muodoksi tai versioksi.



### 3 JUTUNTEKO JA KIRJOITTAMINEN

Toimivassa yhteisölehdessä viestien välittämiseen käytetään monenlaisia juttutyyppejä. Erilaiset juttutyypit auttavat välittämään sanomia kiinnostavalla tavalla ilman, että samojen teemojen toisto alkaa kyllästyttää lukijaa. (Mykkänen, 1998, 82.)

Asiakas halusi käyttää tiedotuslehdessä hankkeen puolesta tulevaa pääkirjoitusta, pääkirjoituksen yhteyteen tulevaa informatiivista taustajuttua sekä haastattelujen pohjalta kirjoitettuja juttuja haastateltavien yrityksistä sekä itse haastateltavista ja heidän ajatusmaailmoistaan. Asiakkaan välittämä viesti tuli siis olemaan se, että tälläkin alueella on lähiruokaa, mutta sen tuotantoa on tuettava, jotta sitä on saatavilla myös jatkossa.

#### 3.1 Haastattelun tekeminen

Haastattelun avulla päästään käsiksi sellaisiin tietoihin, joita ei ole julkaistu vielä missään muualla. Siispä haastattelu mahdollistaa uutisoinnin jopa ennen kuin itse uutinen on edes tapahtunut. Haastattelut voidaan jakaa karkeasti kahteen ryhmään: henkilöhaastatteluihin, jotka kirjoitetaan ihmisistä, joissa on jotakin niin mielenkiintoista, että lukijat haluavat tietää asiasta enemmän sekä asiahaastatteluihin, joissa haastateltava toimii yleensä asiantuntijana jonkin asian tiimoilta. (Suhola, Turunen, Varis, 2005, 66-67.)

Ruuan matkassa –tiedotuslehdessä käytettiin niin henkilöhaastatteluja kuin asiahaastattelijakin. Kaikilla jutuilla oli kuitenkin yhteinen teema, ruuantuotanto. Sain asiakkaalta haastateltavien henkilöiden yhteystiedot, sillä hanke oli tietoinen alueella tapahtuvasta ruuantuotannosta ja sen toimijoista. Suurin osa haastateltavista oli ihan tavallisia ihmisiä ruuantuotannon parista.

Jokaisella haastattelijalla on oma tyylinsä haastatella. Yksi käyttää nauhuria, toinen muistiinpanoja, kolmas turvautuu molempiin ja neljäs työskentelee

ulkomuistista. Joskus on tarpeellista tehdä havaintoja myös haastateltavan käytöksestä ja elekielestä, yleisestä tunnelmasta sekä haastattelupaikasta, sillä niiden avulla tekstiä voidaan elävöittää. Toimittajan ammattitaitoon kuuluu rentouttaa haastateltava. Liian tiukka tenttaaminen jäykistää kenet tahansa, joten voi olla hyvä jutella ihan niitä näitä vain tilanteen rentouttamiseksi. Vapautuminen tuo haastateltavasta esiin uusia piirteitä, kuten esimerkiksi luonteenpiirteitä tai murrettä. Haastattelusta saa eniten irti esittämällä erilaisia kysymyksiä, kuten selkeitä kysymyssanallisia kysymyksiä, väitemuotoisia kysymyksiä tai vertauskysymyksiä. Haastateltavalla on myös oikeus tarkistaa juttu ennen julkaisua, vaikka toimittajan velvollisuus on korjata ainoastaan asiavirheet ja haastateltavan lainaukset, ei itse jutturunkoa. (Mykkänen, 1998, 99–100, 102.)

Valmistauduin haastatteluihin hankkimalla mahdollisimman paljon taustatietoa haastateltavasta ja asiasta, josta juttu oli tarkoitus tehdä. Tein valmiiksi noin kymmenkunta mitä, kuka, miksi, missä, milloin –tyyppistä kysymystä, joiden pohjalta itse pääasia oli helppo pitää esillä. Haastattelun ja keskustelun edetessä syntyi lähes aina lisää kysymyksiä, kun informaatiota alkoi kertyä. Käytin apunani ainoastaan muistiinpanoja, sillä toimittajan kokemuksellani tunsin sen riittävän. Tein muistiinpanoja haastateltavan kertomista asioista, elekielestä, olemuksesta sekä haastatteluympäristöstä. Luotin jo sen verran kirjoitus- ja toimittajantaitoihini, että en ehdottanut haastateltaville juttujen tarkistuttamista kiireellisen aikataulun vuoksi, mutta lähetin jutut tarkistettaviksi, mikäli he itse sitä pyysivät. Vain pari haastateltavaa halusi tarkistaa jutun ennen julkaisua, mutta muutoksia ei juuri tarvittu.

### **3.2 Kiinnostavan tekstin tuottaminen**

Mykkänen toteaa, että tekstin kiinnostavuus on lukijan korvien välissä, joten kirjoittajan on tunnettava kohderyhmänsä. Kun lehteä tehdään yhteisölle, kohderyhmästä tiedetään paljon enemmän kuin yleislehteä tehtäessä. Yhteisölehden lukijakunnalla on useita yhteisiä piirteitä ja lukijakunta vaihtuu hitaammin kuin yleislehden lukijakunta. Toisaalta taas yhteisölehden tekeminen on vaikeampaa, sillä puhuttelevien yhteyksien löytäminen yhteisöön ja toimialaan on

joskus varsin työlästä. Jos jutut ovat jatkuvasti yhä yleispiirteisempiä, lehti kadottaa omaperäisyytensä ja ainutlaatuisen yhteytensä lukijoiden kokemuspäiriin. Ihmisläheisyys ja havainnollisuus lisäävät kiinnostavuutta. Lukijan elämästä poimitut esimerkit, samassa yhteisössä tai samaa työtä tekevien ihmisten kokemukset tarjoavat samaistumisen mahdollisuuksia. (Mykkänen, 1998, 105.)

Tiedotuslehden kohderyhmä oli jokseenkin tiedossa alusta saakka, mutta sen laaja-alaisuuden vuoksi mielenkiintoisen tekstin tuottaminen oli varsin hankalaa. Lehden teemana toiminut ruuantuotanto ja lähiruoka olivat itsellenikin varsin uusia asioita, joten yritin kirjoittaa kaikki jutut siten, että itse ymmärsin kirjoittamaani tekstiä. Jätin pois kaikki sivistyssanat ja tekniset ilmaisut, jotta tekstini olisi ymmärrettävää mahdollisimman monelle lukijalle. Yritin havainnollistaa asioita myös esimerkkien avulla, jotta samaistuminen olisi lukijalle entistäkin helpompaa. Juttuni saivat varsin positiivista palautetta jälkikäteen. Lukijat, jotka eivät niin ruuantuotannosta ja lähiruusta ymmärtäneet sanoivat oppineensa uutta lukemiensa juttujen myötä. Myös samaistumista oli tapahtunut, sillä haastateltavat olivat asiantuntijoiden ja virkamiesten sijaan tavallisia työtä tekeviä ihmisiä.

Suhola, Turunen ja Varis painottavat, että jutun kirjoittamista ei tarvitse aloittaa enää otsikosta ja ingressistä, kuten lehtimallit ennen opettivat. Nykypäivänä saatetaan ensin tuottaa varsinainen juttu, jonka jälkeen palataan aloituksen ja kuvatekstien pariin. Perinteinen ja järjestelmällinen elementtirakenne on alkanut menettää asemaansa tekstin dramaturgialle ja tarinan kertomiselle. (Suhola, Turunen, Varis, 2005, 126–127.)

Aloitin kaikkien juttujen kirjoittamisen itse leipätekstistä ja vasta sitten tuotin pääotsikon, kuvatestit, väliotsikot ja ingressit. Tällä tavalla itse leipätekstiä ei tarvinnut yrittää muotoilla otsikoiden, kuvatekstien ja ingressien mukaan, vaan kirjoittaminen oli vapaampaa. En käyttänyt ingresseissä kiinnostavuutta herättäviä kysymyksiä, vaan pyrin tiivistämään ingressiin jutun ydinviestin tai ihmisissä keskustelua herättäneitä ajatuksia, jotta he kiinnostuisivat lukemaan jutun loppuun saakka. Jäsentelin leipätekstiä siten, että lopullinen teksti oli ymmärrettävää ja eteni loogisessa järjestyksessä, kuten vastaten esimerkiksi kysymyksiin kuka, mitä, miksi, miten ja milloin. Kirjoitin myös jokaiseen kappaleeseen yhdestä

asiasta, jotta jutun lyhentäminen ja jäsentely oli myöhemmin helpompaa. Järjestin lopullisen tekstin faktapohjaiseen järjestykseen, jossa tärkein asia löytyi jutun alkupuolelta ja asioiden tärkeysjärjestys laski jutun loppua kohden.

### **3.2.1 Tekstistä selkeää ja ymmärrettävää**

Kirjoittajan on oltava valitsemassaan tyyliä johdonmukainen. Mykkänen painottaa, että asiatekstiä kirjoittaessa käytetään yleiskieltä, eikä asiatekstissä voi siirtyä paikoitellen arki-ilmaisuihin. Jutun aihe ja valittu juttutyyppi ratkaisevat. Henkilöhaastatteluun sopii murre, Gallupissa puhekieliset ilmaisut toimivat, mutta tutkimusta referoidaan aina kirjakielillä. Lukija on laiska, joten on mentävä suoraan asiaan. Jos otsikot, ingressit ja kuvatestit eivät saa lukijaa kiinnostumaan, ei leipätekstikään siinä onnistu. Kirjoittajan kannattaa luottaa omaan kielitajuunsa. Ilmava ja luonnollinen tyyli muistuttaa puhetta. Sanat eivät ole teennäisessä järjestyksessä, eivätkä lauseet töksähtele. Juttua on myös turha venyttää pitkäksi, sillä lyhyet jutut houkuttelevat lukemaan. Lyhyet lauseet, luonteva sanajärjestys ja harkittu kappalejako lisäävät ymmärrettävyyttä. (Mykkänen, 1998, 106.)

Tavoitteeni oli kirjoittaa jokainen lehteen tuleva juttu ymmärrettävällä kielellä. Käytin yleiskieltä, joka ei ollut kuitenkaan liian teennäistä tai jäykkää. Jätin myös turhat sivistyssanat ja tekniset ilmaisut pois, jotta mahdollisimman moni saisi jutuista irti kaiken tarpeellisen. Pidin lauseet mahdollisimman lyhyinä rikkomatta kuitenkaan niiden sanomaa. Toimittajana työskennellessäni olen huomannut, että täytesanat saattavat ärsyttää lukijaa, joten pidin niiden määrän minimissä. Kerroin jokaisessa kappaleessa jotakin uutta, jotta lukijan mielenkiinto pysyisi yllä jutun loppuun saakka. Kappaleiden pituudet pidin suhteellisen lyhyinä, jotta niiden luettavuus ei kärsisi.

Ammatillinen työkokemukseni helpotti juttujen kirjoittamista, sillä minun ei tarvinnut käyttää aikaa lauserakenteiden tai tekstin kielen parissa. Kun juttu oli valmis, annoin asian hautua mielessäni yön yli, jonka jälkeen tein lopullisen oikoluvun.

Virheiden huomaaminen oli helpompaa, kun olin ajatellut välillä muitakin asioita, enkä muistanut jutun kulkua enää sanasta sanaan.

### 3.2.2 Iskevät pääotsikot ja ingressit

Hyvän lehtijutun otsikko on lyhyt ja iskevä. Se ei saa luvata liikaa, vaan sen on vastattava jutun sisältöä. Mykkänen tietää, että aktiivinen ja dynaaminen otsikko myy jutun lukijalle ja auttaa tätä päättämään, onko juttu lukemisen arvoinen. Hyvät otsikot vaativat tekijältään nokkeluutta, pelkistämiskykyä, muotoajua, laajaa yleistietoa ja sanavarastoa sekä ajankohtaisten tapahtumien tuntemusta. Otsikoiden merkitystä ei voi korostaa liikaa, sillä koko lehteä voidaan parantaa ideoimalla juttujen otsikot ja lehden kannessa olevat tekstit uudelleen. Otsikon keksimistä vaikeuttaa se, että valittu kirjainlaji, kirjainkoko sekä palstan leveys määrittelevät sen, miten monta kirjainta otsikkoriville mahtuu. (Mykkänen, 1998, 109–110.)

Lehden dramaturgian kannalta on hyvä, jos otsikoiden tyyli ja sävy vastaavat itse jutussa kerrottua tyyliä ja tunnelmaa. Pääsääntöisesti symmetrinen otsikko on staattinen ja usein kovin tylsä ratkaisu, mutta toimii vakavissa, tärkeissä tai uskottavuutta viestivissä jutuissa. Vasemmalle tasattua otsikointia on helppo lukea, sillä silmä hakeutuu aina rivien vasempaan reunaan. Oikealle tasattua tekstiä taas on vaikeampi lukea, mutta siten otsikko on helppo liittää tiettyyn leipätekstiin. Vielä selkeämmin otsikko kuuluu tekstiin, kun se on upotettu tekstialueen sisään. Porrastettu otsikko mahdollistaa nopean lukemisen, mikäli silmän liike rivin lopusta seuraavan alkuun on lyhyt. Molempien reunojen tasauksessa sanamuodot täytyy harkita tarkkaan. Sanojen tulee olla sisällöltään tärkeitä, sillä turhien sanojen lisääminen ei palvele lukijaa. (Rantanen, 2007, 114–115.)

Käytin pääsääntöisesti kahden tai kolmen sanan otsikoita, sillä en halunnut niistä liian pitkiä. Lisäksi valitsemani kirjainlaji ja kirjainkoko sekä palstan leveys rajoittivat otsikoiden keksimistä. Muokkasin otsikot viimeiseksi, sillä en halunnut taiton muokkaavan hyviksi todettuja otsikoita uuteen uskoon. Tein otsikoista aavistuksen informatiivisia, mutta myös hauskoja, jotta lukijan mielenkiinto heräisi.

Kaikissa otsikoissa käytin molempien reunojen tasausta. Yhdessä otsikossa käytin vahvistuskeinona pistettä otsikon lopussa, jotta kaikki otsikot eivät näyttäisi lukijan silmissä samalta. Pisteestä sisältävän otsikon sijoitin lehden keskivaiheille, jotta se herättäisi lukijan mielenkiinnon ja aistimukset uudelleen mahdollisen taantumisen jälkeen.

Lehdentekijän ammattitaitoon kuuluu tehdä hyviä ingressejä eli johdantokappaleita. Ingressi on usein tiivistelmä itse leipätekstissä käsitellyistä asioista, mutta se voi olla myös jotakin muuta. Se voi esimerkiksi kysyä, jolloin on ensisijaisen tärkeää, että lukija saa vastauksen kysymykseen leipätekstistä. Tunnelmaa voi luoda kuvailemalla ingressissä esimerkiksi haastateltavan olemusta tai haastatteluympäristöä. Ingressin pohjimmainen tehtävä on vakuuttaa lukija siitä, että juttu on lukemisen arvoinen. (Mykkänen, 1998, 111–113.)

Käytin kaikissa jutuissani ingressejä eli johdantokappaleita valaisemaan lukijalle hiukan leipätekstin sisältöä. En käyttänyt kysymyksiä, joihin löytyy vastaus leipätekstistä, vaan tiivistin ingressiin ydinviestin tai ihmisissä keskustelua herättäneitä ajatuksia, jotta he kiinnostuisivat lukemaan jutun loppuun saakka. Jokaisessa ingressissä oli myös jotakin informatiivista aiheeseen liittyvää tietoa, joka ei välttämättä toistunutkaan enää leipätekstissä. Tällä tavalla sain ingressin osaksi kokonaisuutta ilman, että juttu toisti itseään.

### **3.2.3 Väliotsikoista rytmiä leipätekstiin**

Suhola ym. tietävät, että väliotsikoiden tehtävä on rytmittää tekstiä sekä tiivistää väliotsikkoa seuraavan jakson sisältöä. Lisäksi niissä on tiivistetyksi ilmaistuna koko tekstin keskeiset viestit eli jos lukija lukee vain otsikon ja väliotsikot, hän on suunnilleen kärryillä uutisen ydinsisällöstä. Väliotsikoita on hyvä tiputella tekstiin sopivin välein, sillä ne helpottavat lukemista. (Suhola ym., 2005, 137.)

Otsikoiden tavoin tuotin jutuille väliotsikot vasta taiton jälkeen. Tämä oli mielestäni helpoin tapa keksiä tarpeeksi informoivat ja nokkelat väliotsikot rytmittämään leipätekstiä. Käytin väliotsikoita aina ennen uuden oleellisen asian kertomista, jotta

jutun suurpiirteinen ydinasia selviäisi lukijalle pelkästään otsikon ja väliotsikoiden lukemisella. Lisäksi se teki lukijoille selväksi, että seuraavaksi käsitellään uutta asiaa tai samaa asiaa uudesta näkökulmasta. Oman kokemukseni mukaan väliotsikko antaa lukijalleen myös pienen tauon, jonka aikana aiempaa lukemaansa voi miettiä ja sisäistää ennen uuden tiedon saamista.

## 4 TAITON PÄÄPERIAATTEET

Lehden graafisen ilmeen ytimenä pidetään typografiaa, jonka tärkein tehtävä on palvella lukijaa. Mykkänen selvittää, että tarkoitus on helpottaa asioiden hahmottamista, ei tyylitellä tai hienostella. Lehden sivut jaetaan palstoihin, joita on yleensä A4-kokoisen aikakauslehden sivulla kolme tai neljä. Palstajako pidetään yleensä samanlaisena läpi lehden, mutta esimerkiksi pääkirjoitusta voidaan korostaa keskelle sijoitetulla yhdellä leveällä palstalla, jonka ympärille jäävä tyhjä alue nostaa esiin. Palstaleveyden ja leipätekstin koon tulee olla sopivassa suhteessa toisiinsa ja riviväliin. Luettavassa tekstissä rivit pidetään lyhyinä, jotta katse löytää seuraavan rivin alun helposti. (Mykkänen, 1998, 147.)

Aloitin typografian suunnittelun valitsemalla lehden sivun palstamäärän tabloidi-kokoiseen lehteen sopivaksi. Päädyin kuuteen palstaan, koska se jätti tekstin ja kuvien asettelulle enemmän vaihtoehtoja kuin vähempi palstamäärä. Lisäksi halusin mahdollisimman kapeita palstoja, jotta katse pysyisi jatkuvasti oikealla rivillä. Pidin palstajaon samanlaisena läpi lehden, jotta kokonaiskuva olisi selvempi. Taitoin aina yhden aukeaman kerrallaan, jotta aukeaman kokonaiskuva oli nähtävillä välittömästi, eikä yllätyksiä päässyt syntymään. Jätin pääotsikoille riittävästi tyhjää tilaa ympärille, jotta ne erottuivat aukeamalta ensisilmäyksellä. Kuvien ja tekstien väliin jätin kuitenkin suhteellisen vähän tilaa, jotta kuvan ja tekstin yhteisvaikutelma ei rikkoutuisi. Valitsin leipätekstin koon palstojen leveyden mukaan, jotta kokonaiskuva olisi tasapainoinen.

Suhola ym. toteavat, että juttuja voi ryhdittää monenlaisin tehokeinoin, mutta yhtäkään tehokeinoa ei kannata käyttää liikaa. Toisaalta monen tehokeinon runsas käyttö samanaikaisesti johtaa sekavaan vaikutelmaan. Lihavoinnit ja kursivoinnit korostavat jutun yksittäisiä kohtia. Anfangia on tapana käyttää kautta lehden samalla tavalla. (Suhola ym., 2005, 154.)

Käytin jutuissani lihavointia ainoastaan haastateltavien nimien korostamiseksi sekä ingressien erottamiseksi leipätekstistä. Anganfia käytin jokaisen jutun ingressin ensimmäiseen kirjaimeseen, jotta juttu sai jonkinlaisen silmiinpistävän



piirteen. Mielestäni anfangi toi piristystä, sillä jotkin jutut venyivät melko pitkän näköisiksi.

#### 4.1 Tekstin luettavuus

Kirjaintyyppi tulee valita luettavuuden perusteella. Kirjaintyypejä kannattaa verrata leipätekstinä erilevyisillä palstoilla, lihavoituna, kursivoituna ja väliotsikoina. Otsikoissa voi käyttää erilaista kirjaintyyppiä, mutta eron tulee olla huomattava, jotta lopputulos ei ole rauhaton. Versaali on pitkissä teksteissä vaikeampaa luettavaa kuin pienet kirjaimet. Otsikoissakaan sitä ei kannata käyttää todella lyhyitä, iskeviä otsikoita lukuun ottamatta. (Mykkänen, 1998, 148–149.)

Vertasin erilaisia kirjaintyypejä toisiinsa eri kokoisina, lihavoituina ja kursivoituina. Päädyin lopulta kirjaintyyppiin, joka oli helppolukuinen ja auttoi asian perille menemistä. Otsikkoon valitsin täysin erilaisen kirjaintyyppin, sillä halusin sen erottuvan aukeamalta edukseen. Otsikon kirjaintyyppin valinnassa keskityin selkeyteen. En kuitenkaan valinnut kirjaintyyppiä helppolukuisuus mielessäni, sillä otsikkoni olivat varsin lyhyitä ja ytimekkäitä sekä kirjoitettuja suurella kirjainkoolla. En käyttänyt edes otsikoissa versaalia, sillä en pidä versaalin luomasta vaikutelmasta.

Suhola ym. kirjoittavat, että lopullisen lehtijutun tarkistamisessa tulee huomioida ennen kaikkea sisällön oikeellisuus. Erityisesti tulee huomioida kaikki numerotiedot ja haastateltavien nimien oikeinkirjoitus kohta kohdalta. Lisäksi kannattaa tarkistaa paikannimet, teosten ja joukkueiden nimet, henkilöiden tittelit ja oppiarvot. Tärkeää on tarkistaa myös lainaukset. Suoran lainauksen tulee olla suora ja yhdenmukainen alkuperäisen kanssa. Jos haluaa välttyä haastateltavan syyttelyiltä, kannattaa teksti tarkistuttaa haastateltavalla ennen jutun julkaisua. Tarkistuttaminen lisää ilman muuta toimittajan työmäärää, mutta lopulta tärkeintä on saada ulos todenmukainen ja oikeilla informaatioilla kirjoitettu juttu. (Suhola ym., 2005, 145–146.)

Kuten jo aiemmin mainitsin, jutun valmistuttua annoin asian hautua mielessäni yön yli ja tein lopullisen tarkistuksen vasta seuraavana päivänä. Tuolloin kykenin lukemaan jutun uusin silmin ja huomasin virheeni paremmin. Erityisen tarkasti tarkistin haastateltavien nimet ja tittelit, yritysten nimet, erilaiset numerotiedot sekä suorat lainaukset haastateltavien puheista. Tarkistutin esitarkistamani jutun haastateltavalla vain erillisestä pyynnöstä, sillä se olisi vienyt minulta arvokasta työskentelyaikaa. Jos haastateltava pyysi juttua tarkistettavaksi, suostuin välittömästi, sillä hänellä oli siihen oikeus.

#### **4.2 Kuva havainnollistaa tekstiä**

Kuva on useimmiten sivun tai aukeaman katseenvangitsija, joten kuvia kannattaa olla mieluummin muutama kunnollinen kuin monta keinoa (Mykkänen, 1998, 157). Suhola ym. tietävät, että toimittajat suhtautuvat juttujen kuvittamiseen usein valitettavan aliarvioiden. Kuva tiedetään lehden elementeistä kaikkein vetovoimaisimmaksi, joten jos kuva ja teksti sotivat keskenään, syntyy kaaos. Tästä syystä toimittajan täytyy alusta saakka tehdä tiivistä yhteistyötä valokuvaajien, graafikoiden ja muiden kuvittajien kanssa siitä, millainen visuaalinen ilme jutulle täytyy luoda. (Suhola ym., 2005, 151.)

Pidempiin juttuihin valitsin yhden kuvan sijaan useamman keventämään painavaa leipätekstiä ja antamaan sille ilmapuutaa. Lisäksi kuvat toimivat hyvinä lisähavainnollistajina tekstin rinnalla. Jokaiselle jutulle valitsin niin sanotun pääkuvan, joka oli huomattavasti muita kuvia isompi. Sen tehtävä oli toimia katseenvangitsijana ja innostajana lukemiskokemukselle. Pidin kuitenkin kuvan sisällön tekstiä vastaavana, jotta kuvat ja teksti eivät sotisi keskenään. Koska kuvitin juttuni itse pystyin miettimään ja keksimään kuvaideoita etukäteen ja koko haastattelun etenemisen ajan. Kuvasin myös tyhmältä tuntuneita kuvaideoita, sillä ne saattoivat kuitenkin toimia lehdessä. Kuvat eivät siis missään tapauksessa olleet vain tekstin koristeina, vaan tarkoitus oli luoda kuvien ja tekstin yhteistyön avulla informatiivinen ja nautinnollinen lukukokemus lukijalle sivu toisensa jälkeen.

#### **4.2.1 Kuvan tehtävä**

Kuvituksen lähtökohtana journalistisessa työskentelyssä on se, että kuvalla on yhtä suuri merkityksiä välittävä tarkoitus kuin tekstilläkin. Erityisesti uutiskuva on aina sanoma. Uutiskuvan pitäisi vastata tekstin tavoin kysymyksiin mitä, missä, milloin, miksi, miten ja kuka. Parhaiten kuva vastaa näihin kysymyksiin silloin, kun kuvassa esiintyy vain yksi idea kerrallaan. Kaikki kuvitukseen käytetyt kuvat eivät kuitenkaan ole uutiskuvia. Usein saatetaan käyttää esimerkiksi eläinten tai lasten kuvia, sillä niiden tiedetään vetoavan lukijan tunteisiin. Myöskään taiteellisesti korkeatasoiset valokuvat eivät välttämättä ole hyviä uutiskuvia, mikäli niiden sisältö jää arvoitukseksi. (Suhola ym. 2005, 153–154.)

Kuvittaessani Ruuan matkassa –tiedotuslehden juttuja yritin viedä lukijan haastattelun tapahtumapaikalle. Kuvat eivät siis olleet jutuille vain täytettä, vaan pyrin kertomaan kuvien avulla lukijalle jotakin uutta. Pidin kuvien ideat yksinkertaisina, jotta ne vastaisivat mahdollisimman hyvin tekstin sisältöä. Yritin miettiä kuvia ottaessani, mitä lukijat haluaisivat nähdä ja työskentelin sen mukaan. Käytin myös jonkin verran eläinaiheisia kuvia, koska halusin myös vedota lukijan tunteisiin. Erityisesti kanteen valitsin suuria tunteita herättävän, vastasyntyneen vasikan kuvan, jotta yhä useampi lukija tarttuisi lehteen. Yritin välttää taiteellisesti hienoja kuvia, sillä ne eivät välttämättä aukea jokaiselle lukijalle.

#### **4.2.2 Kuvan sisäinen sommittelu**

Mykkänen toteaa, että eloisuus ja dynaamisuus on kuvassa aina parempi kuin pysähtyneisyys ja staattisuus sekä ihminen puhuttelee aina esineitä paremmin. Hän lisää, että jos kuvan sisällön mittasuhteita on vaikea hahmottaa, kuvaan voi ottaa jotakin tuttua, johon lukija voi tehdä vertailua. (Mykkänen, 1998, 158.) Suhola ym. jatkavat todeten, että lehtikuvan olennaisia merkityksiä kyetään välittämään valotuksen, kuvakoon ja –kulman, sommittelun, rajauksen, perspektiivin, linjan, viivojen, katseen suunnan ja liikkeen avulla. Valokuvaajan ammattitaidolla ja luovuudella tavanomaisestakin kuvauskohteesta voidaan saada kiinnostavia ja puhuttelevia kuvia. (Suhola ym., 2005, 153.)

Kuvien avulla lukija pääsi näkemään jutussa kerrottuja asioita käytännössä tai sen, miltä haastateltava näytti. Lähes kaikkien juttujen kuvituksessa esiintyi itse haastateltava. Vältin suoria poseerauskuvia, jotta kuviin saatiin myös liikettä ja elämää. Yritin pitää kuvat mahdollisimman yksinkertaisina, joten käytin ajoittain melko tiukkoja rajauksia. Lisäksi yritin keksiä uusia kuvakulmia tavanomaisten edestä kasvojen korkeudelta kuvattujen rinnalle. Erilaisilla rajauksilla korostin kuvassa esiintyviä asioita, tarvittaessa myös tilaa. Kuvien värit pidin mahdollisimman kirkkaina, jotta ne herättäisivät huomiota ja elävöittäisivät aukeamia. Muutamaan lehteen tulevaan kuvaan en voinut vaikuttaa itse lainkaan, sillä sain ne käyttööni haastateltavalta.

#### **4.2.3 Kuvaaminen teknisesti**

Juttujen kuvituksessa käytin omaa kameraani, Canon EOS 450D – digitaalijärjestelmäkameraa, jossa käytin Sigman 18-200mm zoomiobjektiivia. Pärjäsin pelkistetyllä kuvauskalustolla, koska käytin erilaisia manuaaliasetuksia erilaisissa tilanteissa. Kuvaustilanteessa otin mahdollisimman paljon kuvia samasta tilanteesta erilaisilla asetuksilla. Kuvien värisäätöjä ja rajauksia työstin kuvankäsittelyohjelmalla jälkikäteen. Näin varmistin parhaan mahdollisen lopputuloksen.

#### **4.3 Taittajan tehtävät**

Taittajan tehtävä on koota tekstit, kuvat ja mahdolliset ilmoitukset yhteen mahdollisimman informatiivisella, luettavalla ja kiinnostavalla tavalla. Mykkänen tietää, että taitto ei ole tyhjän tilan täyttämistä aineistolla, vaan sisällön jalostamista sellaiseen muotoon, että julkaisu erottuu edukseen muista julkaisuista. Yhteisölehti voidaan nykyään suunnitella ja taittaa alusta loppuun saakka yksittäisellä työasemalla, mutta tulee silti muistaa, että tekniikka on lehdenteossa vain apuväline. Ideointi, sisällön suunnittelu ja tasapainoisen kokonaisuuden rakentaminen eivät riipu tekniikasta, eikä tekniikan taakse voi piiloutua, jos sisältö ei ole kunnossa. (Mykkänen, 1998, 142.)

Ruuan matkassa –tiedotuslehteen piti alunperin tulla ilmoitusliite, mutta se ulkoistettiin ajanpuutteen ja kustannusten kasvamisen vuoksi. Minulle jäi taitettavaksi ainoastaan kahdeksansivuinen tiedotuslehti. Aloitin taiton vasta saatuani kaikki sisältöaineistot valmiiksi. En ollut tehnyt taittopohjaa, koska juttuideoita tuli prosessin aikana jatkuvasti lisää. Kun kaikki jutut olivat kasassa ja kuvat valittuina, järjestin jutut aiheiden pohjalta loogiseen järjestykseen. Aloitin taittamisen määrittelemällä sivujen ylälaitaan tulevien linjojen ja sivunumeroiden paikat. Linjat saivat värinsä kansilehteen tulleesta vasikan turvasta. Tämän jälkeen aloin taittamaan juttuja valmiille sivupohjille. Tein suurimman osan työstä kotona omalla työasemallani, mutta työskentelin myös Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun Ylivieskan yksikön mediasalin koneilla.

#### **4.4 Värien valinta**

Väri on tyhjän tilan, typografian tai kuvien tavoin lehden raakamateriaalia. Värinkäyttö vaatii myös tarkkaa suunnittelua, ja sille täytyy olla myös peruste. Käytön tulee olla erityisen harkittua, jotta lukija ei hämmenny liiallisista korostuksista. Liian moni visuaalinen tehoste vaimentaa tai tuhoaa kokonaan varsinaisen viestin. (Rantanen, 2007, 173.)

En käyttänyt erityisen paljon aikaa tiedotuslehden värinkäytön suunnitteluun, sillä valitsin sivupohjien linjojen ja lehden nimen väriksi kansilehdestä löytyvän vastasyntyneen vasikan turvan väriin. Väri ei mielestäni ollut paras mahdollinen, mutta Ruuan matkassa –hankkeen edustajat hyväksyivät väriin huomatessaan sen yhteyden kansikuvaan. En käyttänyt muita tehokeinoja, jotta itse kuvat ja tekstien tehokeinot erottuisivat edukseen. Pääsääntöisesti pidin tehosteet minimissä, jotta lehden sanomalehtityyppinen ulkoasu ja luettavuus säilyisivät.

##### **4.4.1 Väri ja teksti**

Rantanen toteaa, että kaikkien lehtien pääväri on musta, sillä kirjoitettu teksti on liki poikkeuksetta painettu mustalla. Kaikkien muiden värien etu on siinä, että ne

erottuvat mustasta. Teksti painetaan mustalla siksi, että se muodostaa suurimman mahdollisimman kontrastin valkoiseen paperiin. Lisäämällä mustaan yksi, kaksi tai kolme muuta väriä syntyy lukemattomia väriyhdistelmiä, joilla on helppo erottaa joukosta. (Rantanen, 2007, 175.)

Käytin leipäteksteissä ainoastaan mustaa, sillä mustan tekstin synnyttämä kontrasti valkoiseen paperiin lisää helppolukuisuutta. Halusin kuitenkin herättää lukijan mielenkiinnon lisäämällä mustan rinnalle joitakin värejä. Valitsin jokaiselta aukeamalta niin sanotun pääjutun, jossa oli mielestäni aukeaman tärkein asia tai ydinsanoma. Kyseisen jutun otsikkoon valitsin tehosteväriin jutun yhteyteen liitetystä pääkuvasta. Valitsin värin sen mukaan, mikä väreistä oli kuvassa kaikkein vallitsevin. Lopputulos oli mielestäni pirteämpi kuin pelkät mustat otsikot ja ne nostivat aukeamien pääjutut selkeästi esiin.

#### **4.4.2 Värien määrittely painotyössä**

Paperin paksuus, valkoisuus, läpikuultavuus ja kiiltävyys vaikuttavat siihen, miten painotyö onnistuu. Ennen julkaisua on aiheellista teettää vedokset, joista mahdolliset viimeiset virheet saadaan helposti kaivettua esiin. Painojäljen valvonta painoammattilaisen kanssa on oleellinen osa julkaisun tekemistä. Painettu lehti vastaa harvoin työstämisen aikana syntyviä odotuksia, mutta täytyy muistaa, että ikuinen tyytymättömyys omaan työhön ei ole tervettä. (Rantanen, 2007, 186, 213.)

Tiesin tiedotuslehden tekoon ryhtyessäni painopaperin olevan sanomalehtipaperia. Käytin tietoa hyväkseni työstäessäni lehteä. Aluksi oli tarkoitus teettää koevedokset painotalossa, mutta aikataulun kiristymisen vuoksi koevedoksista jouduttiin luopumaan. Siitä syystä jouduin luottamaan sokeasti painotalon antamiin värimäärittelyihin. Sain painotalon työntekijältä ohjeet, joiden avulla käsittelin kuvat kuvankäsittelyohjelmalla lehden painoarvoja vastaaviksi. Sivupohjien linjoissa ja lehden nimessä olevan värin otin muokatusta kansikuvasta, joten värit vastasivat lähdeään.

Vaikka lopputulos olikin haluttua vaaleampi, vastasyntyneen vasikan turpa ja sivupohjien linjojen sekä lehden nimen värit vastasivat toisiaan, mikä oli minulle tärkeintä. Kuten aiemmin mainitsin, koevedoksia ei ehditty tekemään, joten lopullinen painojälki oli minulle pienoinen pettymys haalean värimaailman vuoksi. Pääpiirteittäin olin lehteen kuitenkin tyytyväinen, sillä vain minä tiesin, miltä lehti tietokoneeni näytöllä näytti.

## 5 YHTEENVETO

Vaikka sähköinen viestintä on lisääntynyt ja lisääntyy jatkuvasti, moni yritys ja yhteisö haluaa edelleen viestiä erilaisilla painetuilla julkaisuilla. Tarjolla on toinen toistaan erikoisempia ja edistyneempiä julkaisuja, joten uusien tulee erottua omalla tavallaan massasta. Kun lehden kohderyhmä tiedetään, on helpompi lähteä suunnittelemaan ja työstämään juuri yhteisölle sopivaa lehteä.

Valmistin opinnäytetyöni käytännön osuutena kahdeksansivuisen ja tabloidi-kokoisen Ruuan matkassa –tiedotuslehden Nivalan kaupungin maaseututoimen Ruuan matkassa –hankkeelle. Työ sisälsi koko lehdentekoprosessin alusta loppuun saakka: haastattelujen tekemisen, juttujen kirjoittamisen ja kuvittamisen sekä visuaalisen ulkonäön suunnittelun ja toteuttamisen. Hanke oli julkaissut aiemmin vain yhden tiedotuslehden, joka ilmestyi keväällä 2010, joten suoranaista mallia tai graafista ohjetta lehdelle ei ollut kehittynyt. Silloinen lehti käsitteli pääsääntöisesti itse hanketta ja sen projekteja, joten syksyn 2010 lehdessä päätettiin jättää nämä asiat huomioimatta. Sen sijaan keskityimme käsittelemään ruuantuotantoa ja lähiruokaa.

Lehden perimmäisenä tarkoituksena oli herättää lukijoissa ajatuksia lähiruoan nykytilanteesta: pidetäänkö lähiruokaa itsestäänselvyytenä, ja mitä meidän tulee tehdä, jotta lähiruokaa on saatavilla jatkossakin. Halusimme lisätä tietoutta ruuantuotannosta erityisesti nuorille ja nuorille aikuisille, jotka ovat yhä enenevässä määrin jäämässä ruuantuotantoon liittyvän yleissivistyksen ulkopuolelle. Lisäksi päästimme lähiruusta ja ruuantuotannosta kiinnostuneet kurkistamaan näiden asioiden parissa työskentelevien ihmisten elämään ja arkeen.



## 6 TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Vaikka tiedotuslehden tilaajana oli hanke, jolle on ominaista suhteellisen lyhyt toiminta-aika, pidän tiedotuslehden toteuttamista jatkossakin tärkeänä. Ulkopuolisille, kuten suurimmalle osalle lukijoista, Ruuan matkassa –hanke on tuntematon käsite, joten hankkeen toiminnan ja sen edistymisen kannalta on ensiluokkaisena tärkeää tiedottaa ihmisiä hankkeen tärkeimmistä asioista.

Mielestäni Ruuan matkassa –hankkeen tulisi pitää kiinni nykyisestä tiedotuslehden ilmestymissyklistä, joka on kaksi lehteä vuodessa, yksi keväisin ja yksi syksyisin. Tällä tavoin tiedottaminen ei ole liian tiivistä, mutta jotakin on ehtinyt tapahtua ja edistymistä on havaittavissa seuraavan lehden ilmestyessä. Lisäksi säännöllisellä tiedottamisella hanke tulisi tutummaksi yhä useammalle lukijalle. Lukijoiden tietoisuus hankkeen ajamista asioista lisääntyisi ja mahdollisesti he olisivat valmiita olemaan osa niiden ylläpitoa ja edistämistä.

Toivon, että Ruuan matkassa –hanke jatkaa toimintaansa mahdollisimman pitkään, sillä heidän tavoitteensa ajavat kaikkien lähialueella asuvien etuja. Lisäksi toivon, että hanke hyödyntää jatkossakin opiskelijoiden osaamista tiedotuslehtiensä teossa, sillä toteuttaminen on haastavuutensa ja opettavuutensa lisäksi oiva mahdollisuus tehdä opinnäytetyö innostavassa ja työelämää jäljittelevässä ilmapiirissä.

## LÄHTEET

Faktoja viestintäalalta. 2009. Kooste kustannustoiminnan ja graafisen teollisuuden keskeisistä tunnusluvuista. Viestinnän keskusliitto & Graafinen teollisuus ry.

Levikki. 2009. Sanomalehtitieto. Sanomalehtien liitto. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?s=115>. Luettu: 3.4.2011.

Miettinen, J. 1980. Sanomalehtien lukeminen. Weilin+Göös.

Mykkänen, Päivi. 1998. Yhteisölehti tekijän opas. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Rantanen, L. 2007. Mistä on hyvät lehdet tehty?. Hill and Knowlton Finland Oy.

Saloniemi, A. & Suikkanen, R. 2007. Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta – Pilottitutkimus 2006. Tampereen yliopisto. Tampere.

Sauri, T. 2001. Joukkoviestinnän rakenne ja talous. Helsinki: Yliopistopaino

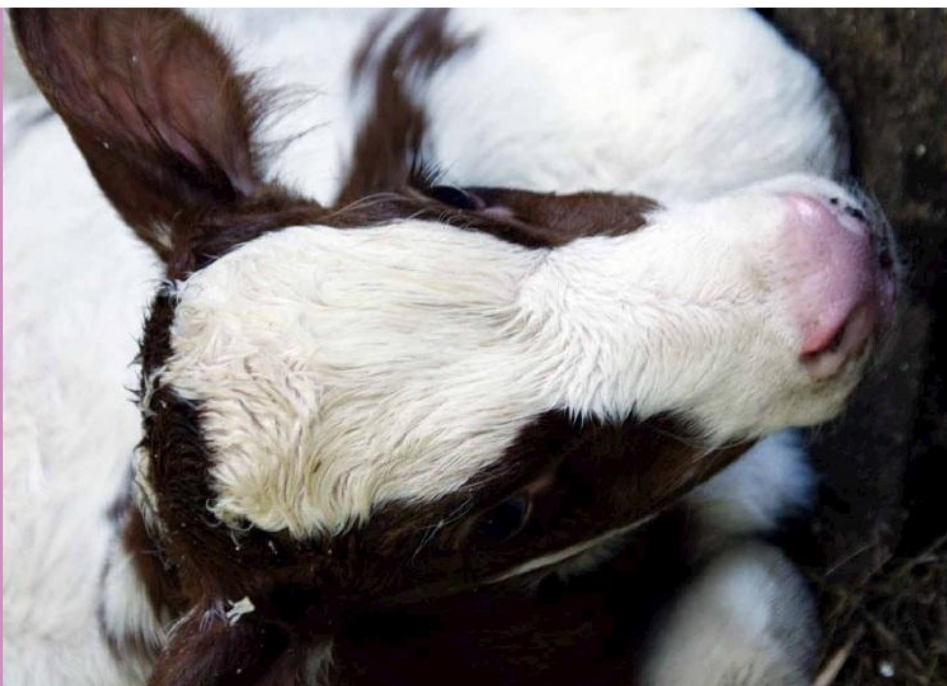
Sauri, T. 2007. Sanomalehdet pystyvät vastamaan ajan haasteisiin. Tilastokeskuksen hyvinvointikatsaus 2/2007. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art\\_2007-06-15\\_003.html?s=0#3](http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-06-15_003.html?s=0#3). Luettu 3.4.2011.

Suhola, A, Turunen, S, Varis, M. 2005. Journalistisen kirjoittamisen perusteet. Jyväskylä: Oy Finn Lectura Ab.

Vapaa-aikatutkimus. 2002. Laatuseloste. Helsinki. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.stat.fi/til/vpa/2002/vpa\\_2002\\_2007-12-19\\_laa\\_001.html](http://www.stat.fi/til/vpa/2002/vpa_2002_2007-12-19_laa_001.html). Luettu: 3.4.2011.

# Ruuan matkassa

Tiedotuslehti 2/2010



# Halvinta vai laadukkainta?

**Reijo Järvi**  
 Suomessa ruuan hinta on kohonnut merkittävästi, ja sen nostamisen syyksi on pidetty energioiden kalliutta ja raaka-aineiden karsimista. Ruuan hintojen nousu on kuitenkin ollut epäyhtenäistä. Jotkut tuotteet ovat kalliutuneet huomattavasti enemmän kuin toiset. Tämä johtuu osittain siitä, että ruuan tuotantoketju on muuttunut. Monet tuotteet ovat nykyään tuotettu ulkomailla, mikä lisää niiden hintaa. Toisaalta, Suomessa tuotettujen tuotteiden hinta on pysynyt suhteellisen vakaana, mikä johtuu osittain siitä, että tuotantoketju on pysynyt paikallaan.

**Mika Savelle**  
**Ohjelmajohtaja**  
**Jaana, Reijo Järvi**  
 Keskipiste-Leader ry:n rahoittama haake tutkimusta lupska, moorit ja kaurajauho alkuun. Tavoitteena on jakaa oheista suomalaista elintarviketurvamuusta Reijurivellä. Tavoitteena on jakaa oheista suomalaista elintarviketurvamuusta ja saada innoit häkeroimaan hanoonvare-salle.

# Vatsa täyteen lähiruualla

**Haapajärvi, Nivala, Reijurivä, Kärsämäki**  
 Ruuan maikka on ollut keskeinen osa lähiruuan tuotantoa ja myyntiä. Se tarjoaa laadukkaita ja terveellisiä tuotteita, jotka ovat suosittuja erityisesti niillä, jotka haluavat tukea paikallista tuotantoa ja saada enemmän tietoa lähiruuan tuotantoprosessista. Maikka on myös tärkeä paikka, jossa voi oppia lisää lähiruuan tuotantotekniikoista ja saada vinkkejä omien tuotteiden valmistamiseen.



Hankalassa elintarvikkeiden tuotantoketjuissa huolehditaan laadusta ja tuotteen turvallisuudesta.

## Ruuan maikkassa

Ruuan maikkassa hankkeen tiedotuslehti 2/2010  
 Ruuan maikka on hankkeen tiedotuslehti, joka ilmestyy vuosittain kalleen vaaressa.  
 Julkaisija: Ruuan maikka-hanke, PL 10, 66510 Nivala  
 Päätoimittaja: Syya Vuoleenaho (syya.vuoleenaho@nivala.fi)  
 Suojien valvonnasta: Tarja Rautalainen, mediatekniikan insinööriopettaja, KPA/MK, Yhteiskunnan yksikö  
 Kuokat: Tarja Rautalainen (paitsi kuokat paketoituksessa ja agronomiopiskelijajoukossa suolla kahvekseni)



Kannen kuva: Vastasyntyvät vasikat, Tarja Rautalainen  
 Painosmäärä: 10 500 kappaletta  
 Jaalet: Kympposastonmenetyksessä polaiseen talouteen  
 Haapajärveltä, Nivalasta, Kärsämäeltä ja Reijurivellä  
 Pano: Suomalainen Laitaja Oy



Lähtökäsitteiden ohjeet suositellaan on saatavilla lähtökäsitteiden ohjeista.

# Hyvinvoinnin puolesta

**Nivala**  
 Nivalan kaupungin (Kärsämäki) elintarviketurvamuusta on pidetty keskeisenä osana ruuan tuotantoa ja myyntiä. Se tarjoaa laadukkaita ja terveellisiä tuotteita, jotka ovat suosittuja erityisesti niillä, jotka haluavat tukea paikallista tuotantoa ja saada enemmän tietoa lähiruuan tuotantoprosessista. Maikka on myös tärkeä paikka, jossa voi oppia lisää lähiruuan tuotantotekniikoista ja saada vinkkejä omien tuotteiden valmistamiseen.

**Superkannat ehkäistävä**  
 Alkuvuorokaudella syntymättömyyden ja tärkeitä elintarvikkeiden käyttöä ja...

**Terveystulua, ovi on auki!**

**Terveystulua, ovi on auki!**

**Terveystulua, ovi on auki!**



Terveystulua, ovi on auki!

## Vasta suoja-

**Vasta suoja-**  
 Ruuan maikka on hankkeen tiedotuslehti, joka ilmestyy vuosittain kalleen vaaressa. Se tarjoaa laadukkaita ja terveellisiä tuotteita, jotka ovat suosittuja erityisesti niillä, jotka haluavat tukea paikallista tuotantoa ja saada enemmän tietoa lähiruuan tuotantoprosessista. Maikka on myös tärkeä paikka, jossa voi oppia lisää lähiruuan tuotantotekniikoista ja saada vinkkejä omien tuotteiden valmistamiseen.

# Maistuvaa luomumailta



Ounasmajakkaloja on ollut viljelyksellä, josta valita.

**Harjoit**  
 Kaikki koulutettiin puutarhan kasvot ja viiposten vuoksi kuitaan linnakkeita.  
**S**uomenvalokas-hankkeet ovat luomutuotteen markkinoille laiset nautittavat tuotetunäkymä, josta puutarhanmyyjä, josta löytyy erilaisia luomutuotteita. Harjoitteen puolesta luomutuotteiden myyjä, josta löytyy erilaisia luomutuotteita.  
 - Ennen oli nähty



Luomutuotteita, jotka ovat puutarhanmyyjä, josta löytyy erilaisia luomutuotteita.

**Nuorisissa on tuotantoa**  
 Sitten oli nähty, josta löytyy erilaisia luomutuotteita. Nuorisissa on tuotantoa, josta löytyy erilaisia luomutuotteita.



Kaikki otettiin nähty, josta löytyy erilaisia luomutuotteita.

# Laidunta ja leipäjuustoa



Leipä ja Heikki Ohtamaa esittävät uusia tuotteita, jotka ovat puutarhanmyyjä, josta löytyy erilaisia luomutuotteita.

**Nivala**  
 Ohtamaa esittävät uusia tuotteita, jotka ovat puutarhanmyyjä, josta löytyy erilaisia luomutuotteita.

**Korostettu hygienian merkitys**  
 Hygienian merkitys on tärkeä, jotta tuotteen laatu säilyy korkealla tasolla. Tämä on erityisen tärkeää luomutuotteissa, jotka ovat herkempiä bakteeritartuntoille.



Kaikki otettiin nähty, josta löytyy erilaisia luomutuotteita.



Kaikki otettiin nähty, josta löytyy erilaisia luomutuotteita.



