

## **Jäsenlehti jalkapalloseuran käyntikorttina**

Näin tehdään PPJ Junnulehti koko Etelä-Helsingille

Joonas Heinonen, Markku Saarinen



<b>Tekijät</b> Joonas Heinonen ja Markku Saarinen	<b>Aloitusvuosi</b> 2010
<b>Raportin nimi</b> Jäsenlehti jalkapalloseuran käyntikorttina Näin tehdään PPJ Junnulehti koko Etelä-Helsingille	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 51+3
<b>Opettajat tai ohjaajat</b> Miisa Jääskeläinen	
<p>Opinnäytetyömme on keväällä 2013 helsinkiläiselle jalkapalloseuralle Pallo-Pojat Junioreille tekemämme PPJ Junnulehti sekä lehden tekoprosessista kertova raportti. Raportti toimii paitsi selostuksena työprosessista, myös eräänlaisena opaskirjana tuleville Junnulehden tekijöille. Opinnäytetyö on produktityyppinen.</p> <p>Opinnäytetyöstämme käy ilmi, millaisia juttuja ideoimme ja teimme Junnulehteen, miten työprosessi eteni sekä se, mitä 28-sivuisen, laajalevikkisen jäsenlehden suunnittelu ja toteutus vaatii. Raportissa on perusteltu lehdessä toteutuneita ratkaisuja sekä valotettu kohderyhmäajattelua lehdenteon lähtökohtana.</p> <p>Junnulehti käsittelee etelähelsinkiläistä ja suomalaista jalkapalloa monipuolisesti mielenkiintoisien henkilöiden ja ilmiöiden kautta. Sisältö on hyvää journalistista tekstiä ammattimaisten kuvien säestämänä. Junnulehti pyrkii sekä informoimaan Pallo-Pojat Juniorien nykyisiä jäseniä että houkuttelemaan uusia jäseniä seuraan. Se toimii eräänlaisena seuran käyntikorttina.</p> <p>Joonas Heinonen ja Markku Saarinen suunnittelivat ja toteuttivat lehden pääosin kahdestaan toimeksiantajan Pallo-Pojat Juniorien asettamien reunaehtojen puitteissa. Heinosen ja Saarisen lisäksi lehden tekoprosessiin osallistui muutamia avustajia.</p> <p>Toteuttamamme Junnulehti 1/2013 julkaistiin toista kertaa kyseisessä muodossaan. Junnulehti aiotaan julkaista samalla konseptilla myös keväällä 2014. Olemme saaneet kevään 2013 numerosta pelkästään positiivista palautetta, joten ainakin sillä perusteella onnistuimme projektissa. Tavoitteena on, että tämä raportti auttaa myös seuraavia Junnulehden tekijöitä pääsemään samaan lopputulokseen kuin me keväällä 2013.</p>	
<b>Asiasanat</b> journalismi, toimitustyö, urheilujournalismi, jäsenlehdet, asiakaslehdet	

Journalism

<b>Authors</b> Joonas Heinonen, Markku Saarinen	<b>Year of entry</b> 2010
<b>The title of thesis</b> Magazine as a business card of a football club The making of PPJ Junnulehti for the whole southern Helsinki	<b>Number of report pages and attachment pages</b> 51+3
<b>Advisor</b> Miisa Jääskeläinen	
<p>The goal of this thesis was to create the 2013 spring edition of PPJ Junnulehti, the official magazine of a Helsinki-based football club Pallo-Pojat Juniorit (or PPJ). This report acts not only as a narrative of the work process, but also as a guide for future editors of the magazine. The report aims to thoroughly explain the process and the concept of the magazine as a whole. This was a product-related thesis.</p> <p>The report shows how the contents of the magazine were planned and executed, how the process moved forward and what it takes to build a 28-page magazine that is spread widely in southern Helsinki. The report rationalizes the thinking behind editorial decisions and also deals with the importance of targeting specific audiences in editorial work.</p> <p>Junnulehti is a magazine that revolves around the theme of football. It contains diverse stories about the sport and its interesting personalities in southern Helsinki and the whole of Finland. The content is made in good journalistic fashion accompanied with professional photographs. Junnulehti aims to inform the members of the club, and also spread the word to potential new players and their families. By doing this it acts as a sort of a business card. By reading the magazine, you get a general view of what PPJ is all about.</p> <p>The authors planned the magazine together in accordance with the wishes of the club. The magazine also contains material from a few additional contributors.</p> <p>The 2013 spring edition was the second time Junnulehti was published as a wide-spread tabloid magazine. PPJ aims to publish the magazine again in the same fashion in 2014. The feedback the authors have received from the readers and the club has been solely positive. The aim of this report is to give future editors all the necessary tools to learn from our mistakes and to succeed in creating the magazine in years to come.</p>	
<b>Key words</b> journalism, editing, sports journalism, customer magazines	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Produktin tavoitteet .....	1
2	Toimeksianto .....	3
2.1	Junnulehden historiaa .....	3
2.2	PPJ Junnulehti 1/2013.....	4
2.3	Metodina projekti.....	6
3	Lehden konsepti.....	7
3.1	Lehtityypin määrittely .....	8
3.2	Miksi ja kenelle lehteä tehdään?.....	8
3.3	Fyysiset ominaisuudet.....	9
3.4	Ulkoasu .....	10
3.4.1	Yksinkertaista taittoa .....	10
3.4.2	Kuvitus.....	14
3.5	Lehden rakenne .....	15
3.5.1	Tähti kanteen.....	15
3.5.2	Sisäsivujen rakenne.....	16
3.6	Rahoitus ilmoitusmyynnistä .....	18
4	Työprosessi .....	20
4.1	Suunnittelu ja ideointi .....	20
4.2	Työryhmä ja työnjako .....	21
4.3	Journalistisen sisällön toteutus.....	22
4.3.1	Tiedonhankinta ja haastattelut.....	22
4.3.2	Juttujen kirjoittaminen ja tyyli.....	25
4.3.3	Juttujen kuvaus ja kuvitus.....	26
4.3.4	Taitto .....	28
4.4	Työkalut lehdenteon apuna.....	31
4.5	Ei-toimituksellisen työn kulku.....	33
4.5.1	Ilmoitusmyynti .....	33
4.5.2	Jakelu.....	35
4.5.3	Paino.....	36

5 Kohderyhmät.....	38
5.1 PPJ-vanhemmat.....	38
5.2 PPJ-juniorit.....	39
5.3 Potentiaaliset uudet jäsenet .....	40
5.4 Toissijaiset kohderyhmät .....	41
5.4.1 Suomalaisesta jalkapallosta kiinnostuneet .....	41
5.4.2 Valmennuksesta kiinnostuneet .....	42
5.4.3 Jalkapallosta kiinnostuneet helsinkiläiset .....	43
5.4.4 Etelähelsinkiläiset .....	43
6 Lopputuloksen arviointi .....	45
6.1 Palaute lehdestä .....	45
6.2 Omat kokemukset .....	46
6.3 Miten Junnulehden voisi toteuttaa jatkossa?.....	47
6.3.1 Sillä voi tehdä rahaa.....	47
6.3.2 Sen voi tehdä pienemmällä vaivalla.....	48
Lähteet.....	50
Liitteet.....	53

# 1 Johdanto

Tässä raportissa käsittelemme produktiivisuuden opinnäytetyönä tekemämme PPJ Junnulehden syntyprosessin ideasta ja toimeksiannosta valmiiksi tuotteeksi. Lisäksi esittelemme lehden konseptin ja tavoitteet, avaamme lehden lukijakohderyhmät sekä sen, miten kohderyhmäajattelu näkyi juttuvalinnoissamme ja niiden journalistisessa sisällössä. Lopuksi kokoamme yhteen valmiista julkaisusta sekä tekoprosessista saamamme palautteen ja listaamme kehitysehdotuksia tulevia PPJ Junnulehden numeroita varten. Lisäksi tarkastelemme, miten saavutimme lehdelle ja itsellemme asettamamme tavoitteet.

Raportilla on kaksi keskeistä tarkoitusta. Yhtäältä raportti esittelee jalkapalloseuralle tehtävän tabloid-tyyppisen julkaisun tavoitteet, konseptin sekä synty- ja tekoprosessin yksityiskohtaisesti. Raportissa kerrotaan prosessin eri vaiheista, kuten juttujen ideoinnista ja toteutuksesta, lehden taitosta, ilmoitusmyynnistä, painosta ja jakelusta. Raportissa selitämme toimintatavat ja syyt perusteluineen toteutuneiden ratkaisujen takana. Toisaalta raportti on eräänlainen opas tuleville lehden tekijöille, jotta he voivat jatkossa tarkistaa, miten jokin onnistunut osa prosessia on toteutettu ja vastaavasti välttää ongelmat ja virheet, joita me teimme tätä numeroa tehdessämme.

## 1.1 Produktin tavoitteet

Asetimme projektin varmistuttua itsellemme tiettyjä tavoitteita valmiin lehden suhteen. Tärkein tavoite oli tietysti saada lopputuloksesta toimeksiantoa vastaava. Lisäksi asetimme itsellemme myös henkilökohtaisia tavoitteita oman oppimisemme kannalta.

Itsellemme asetimme seuraavia tavoitteita:

- Suunnittelu ja aikataulutus tehdään mahdollisimman perusteellisesti, jottei paniikkia pääse syntymään työn aikana.
- Hallitsemme kokonaisuutta mahdollisimman itsenäisesti.
- Kanteen ja pääjutuksi saadaan kansallisesti tunnettu huippujalkapalloilija.
- Sisältö koostuu useista erilaisista juttutypeistä.

- Teemme lehdestä mahdollisimman hyvän konkreettisen työnäytteen, jolla voimme esitellä omaa kokonaisvaltaista journalistista osaamistamme.

## 2 Toimeksianto

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli etelähelsinkiläinen jalkapalloseura Pallo-Pojat Juniorit, joka tunnetaan paremmin lyhenteellä PPJ. Vuonna 1995 perustettu PPJ on jäsenmäärällä mitattuna Helsingin kolmanneksi suurin jalkapalloseura. Sen ydintoiminta-alueita ovat Etelä-Helsingin kaupunginosista Lauttasaari, Eira, Ruoholahti, Jätkäsaari, Ullanlinna, Punavuori, Kamppi ja Töölö. Seura keskittyy toiminnassaan erityisesti nuorisotyöhön. PPJ:n on linjannut tavoitteekseen tarjota kaikille toiminta-alueensa tytöille ja pojille mielekästä urheilutoimintaa lähellä kotia ja asiantuntevassa valmennuksessa. (PPJ 2013b.)

PPJ perustettiin alun perin helsinkiläisseura Pallo-Poikien juniorityön jatkajaksi. Vanha emoseura kaatui talousvaikeuksiin. PPJ:n toiminta kasvoi hitaasti, vuosituhannen vaihteessa seuralla oli kymmenisen joukkuetta ja noin 250 jäsentä. Iso loikka eteenpäin tapahtui vuosikymmenen lopulla, jolloin seuran palkattiin ensimmäiset työntekijät. Kasvaneiden resurssien avulla uusia joukkueita pystyttiin perustamaan aiempaa enemmän, ja seuran jäsenmäärä kasvoi vuosittain noin sadalla pelaajalla. Vuoden 2013 lokakuussa PPJ:llä oli kaikkiaan 908 jäsentä (PPJ 2013a). Kasvu tuli etenkin panostuksesta tyttöjalkapalloon sekä uuteen toiminta-alueeseen Ruoholahdessa. (Similä 2012a, 24–25.)

### 2.1 Junnulehden historiaa

PPJ on perustamisestaan lähtien julkaissut Junnulehti-nimistä seuralehtä. Vuonna 2006 tapa vakiintui niin, että Junnulehteä alettiin julkaista säännöllisesti yksi tai kaksi numeroa vuodessa. (Similä 2012b, 2.)

Viime vuosina Junnulehteä on julkaistu kaksi kertaa vuodessa. Syksyllä julkaistava lehti on niin sanottu joukkuelehti. Siinä sisällön tuottavat lähes kokonaan PPJ:n joukkueet. Julkaisussa jokainen joukkue kertoo kuulumisiaan vuoden varrelta. Lehti on tarkoituksella pidetty kotikutoisena: joukkueet saavat tarinoida vapaamuotoisesti vaikkapa kuvilla tai piirroksilla. Tarkoituksena on antaa jokaiselle joukkueelle väylä näyttäytyä koko seuran välle ja rakentaa näin yhteishenkeä joukkueiden sisälle ja niiden

välille. Joukkueiden tarinoiden ohkeen kirjoitetaan myös journalistisempaa sisältöä, tyypillisesti seuran ajankohtaisista tapahtumista. Lehti on formaatiltaan enemmänkin vihkonen, kahden tai kolmen palstan levyinen lehdykkä. Sitä jaellaan postitse ainoastaan PPJ:n jäsenille.

Keväällä ilmestyvän Junnulehden sisältö on puolestaan lehden toimituksen tuottamaa. Juttuaiheita ovat olleet muun muassa seuran tapahtumat, muut ajankohtaiset uutiset sekä kuuluisat entiset pelaajat. Kevään lehden ote on enemmän journalistinen. Juttujen tarkoitus on nostaa esille mielenkiintoisia aiheita ja henkilöitä sekä informoida jäseniä.

Syksyllä 2011 PPJ:n hallitus päätti nostaa julkaisun profiilia huomattavasti. Niinpä keväällä 2012 PPJ julkaisi Junnulehden ensimmäistä kertaa tabloid-formaatissa. Junnulehdestä otettiin selvästi aiempaa suurempi painos ja sitä jaeltiin suorajakeluna Etelä-Helsingin koteihin. Uudenlaisen julkaisun tarkoituksena oli tavoittaa laajempi yleisö ja markkinoida PPJ:tä toiminta-alueen asukkaille. Lehden sisällöstä haluttiin mahdollisimman laadukas ja visuaalisesti uskottava, jotta myös ilmoittajat innostuisivat tukemaan seuraa. Paikallisille yrityksille haluttiin tarjota mahdollisuus ilmoittaa tarkkaan kohdennetulle väkijoukolle näyttävän näköisessä julkaisussa. Ensimmäistä kertaa väläyteltiin mahdollisuutta, että Junnulehdellä voisi tehdä rahaa seuralle. Kotikutoisesta seurahengen kohottajasta siirryttiin kohti vakavasti otettavaa, suurempia massoja tavoittelevaa seurajulkaisua.

Monen ihmisen ison ponnistuksen tuloksena luotiin uudenlainen PPJ Junnulehti, joka ilmestyi 26.5.2012. Seuraavana keväänä tälle pioneerityölle tarvittiin jatkajaa.

## **2.2 PPJ Junnulehti 1/2013**

Opinnäytetyön tekijöistä Saarinen on ollut mukana PPJ:n toiminnassa vuodesta 1996 saakka pelaajana, valmentajana ja myöhemmin hallituksen jäsenenä. Hän on ollut tekemässä Junnulehtiä vuodesta 2010 ja oli mukana tekemässä vuoden 2012 uudenlaista tabloid-lehteä. Hän oli myös päätoimittajana syksyn 2012 joukkueista kertovassa Junnulehdessä. Journalismin opintojen edetessä ja vuoden 2012 julkaisun innoittamana kypsyi ajatus ottaa Junnulehden numeron 1/2013 tekeminen

opinnäytetyön aiheeksi. Lehden tekeminen alusta loppuun on loistava tapa osoittaa kaikkia niitä taitoja, joita koulussa ja työharjoitteluissa on oppinut. Juttujen kirjoittamisesta kuvaamiseen, taittamiseen ja editoimiseen, kaikki on tehtävä itse.

Edut ovat kiistattomat myös toimeksiantajalle. Jalkapallon seuratoiminta perustuu talkootyöhön, jossa kukin toimija tekee sen, minkä kiireiltään ehtii. Niinpä aiemmassa tabloid-Junnulehdessä vastuu jakautui monille harteille. Toimeksiantaja toivoi, että tällä kertaa tekijätiimi pidettäisiin pienempänä (Similä, O. 6.10.2013). Tämä helpottaisi kommunikointia prosessin kaikissa vaiheissa. Opinnäyteyöprojektissa tekijät pystyvät panostamaan maksimaalisesti aikaa ja vaivaa työhön ilman, että taakka kasvaa mahdottomaksi. Tekijä on myös seuratoimijoille tuttu, joten tekijää ei tarvitse perehdyttää seuran toimintaan. Iso etu on myös se, että seuran ei tarvitse maksaa käytännössä ammattitason työstä tekijöille palkkaa. Saarinen lupasi toteuttaa lehden kokonaan lukuun ottamatta ilmoitusmyyntiä, jossa vastuuta haluttiin jakaa seuran hallitukselle.

Toimeksiantaja oli erittäin tyytyväinen vuoden 2012 ensimmäiseen tabloid-lehteen. Niinpä tekijöiden ja PPJ:n hallituksen yhteinen visio oli, että lehden konseptia ei tulla muuttamaan suuresti, vaan tavoitteena on tehdä parannettu versio edellisestä numerosta (Similä, O. 6.10.2013). Edellistä lehteä tuli toki tarkastella kriittisesti ja tehdä muutoksia, jos niihin on tarvetta.

Toisena porkkanana seuralle valmiin lehden lisäksi on tämä raportti, jossa kerrotaan seikkaperäiset ohjeet lehden toteuttamiseksi. Näin tuleville Junnulehden tekijöille on määritelty kirjallisesti tarkkaan lehden tavoitteet, konsepti, kohderyhmät ja ohjeita käytännön toteutukseen.

Projekti olisi kuitenkin ollut liian suuri yhden ihmisen toteutettavaksi. Niinpä Saarinen pyysi mukaan Heinosen, joka on työskennellyt paljon urheilun ja nimenomaan jalkapallokirjoittamisen parissa. Alusta asti työnjaoksi sovittiin, että Saarinen on lehden päätoimittaja ja vastuussa kokonaisuudesta, kommunikoinnista toimeksiantajan ja yhteistyökumppaneiden – kuten painotalon ja jakelijan – kanssa sekä lehden ulkoasusta.

Heinonen keskittyy juttujen ideoimiseen, kirjoittamiseen ja editoimiseen nimikkeellä toimituspäällikkö.

Saarinen valmisti ehdotuksen Junnulehden toteuttamisesta PPJ:n hallituksen käsiteltäväksi helmikuun 2013 alussa. Saarinen oli jo alustavasti ottanut yhteyttä ja pyytänyt tarjoukset painotalolta sekä jakelufirmalta lehden kulurakenteen havainnollistamiseksi. Lehteen oli myös mietitty valmiiksi Heinosen kanssa juttuaiheita, kuten pääjutun aihe ja muutamia henkilöjuttuja. Samalla ehdotettiin myös joitakin muutoksia edellisvuoteen nähden sisällön ja jakelun osalta. Saarinen ehdotti lehden ilmestymispäiväksi lauantaita 11.5.2013. Tuona päivänä järjestettiin seuran perinteinen kevättapahtuma PPJ Rieha, jossa seuran joukkueet tapaavat toisiaan karnevaalitunnelmassa ja pelaavat leikkimielisiä haasteotteluita. Rieha olisi looginen paikka esitellä uusi julkaisu. (Saarinen, M. 4.2.2013.)

PPJ:n hallitus päätti kokouksessaan 4.2.2013 antaa Junnulehden numeron 1/2013 tehtäväksemme Saarisen edellä esittämän aikatauluin ja reunaehdoin. Samalla sovittiin, että Pallo-Pojat Juniorit ry:n puheenjohtaja Olavi Similä toimii lehden vastaavana päätoimittajana. (PPJ:n hallituksen kokouksen pöytäkirja 4.2.2013.)

### **2.3 Metodina projekti**

Opinnäytetyömme on projekti, joka noudatti pääpiirteittäin projektityön kaavaa. Teimme lehdelle selkeän kirjallisen projektisuunnitelman, jossa olimme määritelleet alustavasti lehden sisällön, aikataulun ja työjärjestyksen. Suunnitelmassa olimme määritelleet projektin tavoitteet ja käytettävissä olevat resurssit. Projektilla on aina selkeät alku- ja päätepisteet. Näin oli myös Junnulehdellä. Lisäksi Junnulehden lopputulosta arvioitiin, mikä on aina olennainen osa projektia. (Huotari, J., Salmikangas, E. 2013.)

### 3 Lehden konsepti

Jokaisen lehden ja sen tekijöiden tulee määritellä itselleen ne periaatteet, joiden varaan julkaisu rakentuu. Menestyvällä aikakauslehdellä tulee olla selkeä toimituksellinen filosofia, selkeästi määritelty käytännön toteutuksen kaava sekä perusteellinen ymmärrys lehden lukijoista. (Johnson & Prijatel 2007, 135.)

Toimituksellinen filosofia määrittelee, miksi lehteä tehdään. Aikakauslehden olemassaololle voi olla useita tarkoituksia. Lehden tarkoitus voi muun muassa olla informoida, tulkita maailmaa, viihdyttää, ottaa kantaa tiettyjen asioiden puolesta ja jopa parantaa lukijoidensa elämää. Tekijöiden tulee tämän jälkeen päättää, millä keinoin nämä päämäärät saavutetaan: minkälaisia juttutyppejä ja ulkoasua käytetään, ja millä tyylillä aiheita käsitellään. (Johnson & Prijatel 2007, 135–143.)

Toimituksellisten periaatteiden jälkeen on syytä suunnitella lehden käytännön toteutus yksityiskohtaisesti. Tämä tarkoittaa lehden fyysistä kokonaisuutta sivumäärästä sisällön rakenteeseen ja jaotteluun. (Johnson & Prijatel 2007, 144.)

Kaiken tämän suunnittelun pohjana tulee olla lehdentekijän ymmärrys omista lukijoistaan. Lehden sisältö tulee laatia niin, että se palvelee juuri oman yleisön tarpeita ja käsittelee heidän kiinnostuksensa kohteita heille mielekkäällä tavalla. (Johnson & Prijatel 2007, 150.)

Junnulehden konseptilla tarkoitamme tässä yhteydessä juuri näitä sisällöllisiä suuntaviivoja, joiden mukaisesti Junnulehti tehdään. Vastamme tässä osiossa muun muassa seuraaviin kysymyksiin:

- Miksi Junnulehteä tehdään?
- Kenelle sitä tehdään?
- Millainen se on lehtityypiltään ja fyysisesti?
- Miten lehti rahoitetaan?

PPJ Junnulehti 1/2013 toteutettiin edellisvuoden mallisuorituksen pohjalle. Tässä osiossa esitellään lehden rakennetta, tyyliä, ulkoasua ja lyhyesti kohderyhmiä. Kerromme myös, mitä korjausliikkeitä teimme ensimmäiseen lehteen verrattuna.

### **3.1 Lehtityypin määrittely**

Junnulehti on määritelmällisesti aikakauslehti ja asiakaslehden konseptia mukaileva jäsenlehti. Tilastokeskuksen määritelmän mukaan sanomalehtimuotoiset lehdet, jotka eivät sisältönsä tai ilmestymistiheydensä puolesta täytä sanomalehden kriteerejä ovat aikakauslehtiä (Tilastokeskus 2013). Kerran vuodessa sanomalehtimuodossa ilmestyvä Junnulehti osuu tähän määritelmään.

PPJ ei koe jäseniään asiakkaiksi, vaan nimenomaan jäseniksi. Tämän vuoksi seuran Junnulehteä pidetään jäsenlehtenä. Junnulehteen kuitenkin pätevät kaikki hyvän asiakaslehden tunnusmerkit, joten käytämme tässä määrittelyssä termiä asiakaslehti. Junnulehti täyttää asiakaslehden määritelmän yhteisön vuorovaikutteisena yhteydenpitokanavana sekä järjestön tiedottamiskanavana. Junnulehdessä julkaistaan yhteisön, tässä tapauksessa PPJ:n jäsenten, tiedottamia ja toimeenpanemia asioita, kuten jalkapallokoulujen alkaminen ja logon muuttuminen. Myös Junnulehden toimittaminen on asiakaslehtien kriteerit täyttävää. Sisältö-, julkaisu- ja jakelupolitiikka on tarkasti mietitty nykyisten ja tulevien jäsenten näkökulmasta. (Åman 2003).

### **3.2 Miksi ja kenelle lehteä tehdään?**

PPJ Junnulehden tabloid-versiolle on asetettu kaksi päätavoitetta. Ensinnäkin hyvää juniorityötä tekevän seuran asioista halutaan tiedottaa laajasti toiminta-alueen asukkaille ja seuran toiminnassa mukana oleville. PPJ:llä on jo vahva jalansija Etelä-Helsingissä, ja tätä asemaa halutaan vaalia pitämällä seura näkyvästi esillä. Omista saavutuksista ja toiminnasta kertominen vahvistaa myös henkeä seuran sisällä. Julkaisu voi parhaimmillaan rakentaa seuran sisäistä identiteettiä. Lehden tulee tarjota mielenkiintoista luettavaa kaikille jalkapallosta kiinnostuneille junioreille ja vanhemmille. Pyrimme ideoimaan lehteen myös muutamia juttuja, joilla on laajempaa yhteiskunnallista kiinnostavuutta. Esimerkiksi kansihenkilö Mikael Forssell on tunnettu

urheilujulkkis, ja Etelä-Helsingin kenttien rakentamisesta kertovan jutun voi ajatella kiinnostavan alueen asukkaita, jotka seuraavat asuinalueensa kehittymistä.

Toisaalta Junnulehti on käyntikortti mahdollisille uusille jäsenille. Jakelualueella on runsaasti potentiaalisia uusia pelaajia PPJ:lle. Siksi lehden on tärkeä esitellä seuran monipuolista toimintaa laajasti, mielenkiintoisesti ja positiivisella otteella. Tarkoitus ei kuitenkaan missään nimessä ole luoda mainoslehteä, jossa asiat silotellaan kauniiksi. Tyylin on oltava vakavasti otettavaa journalismia. Yletön hehkutus voi pahimmillaan olla luotaantyöntävä asia. Laadukkaasti toteutettu journalistinen sisältö luo laatumielikuvaa koko seuran toiminnasta. Kilpailu vapaa-ajasta on kovaa, joten PPJ:n tulee näyttäytyä lasten vanhemmille luotettavana ja mielekkäänä harrastusmahdollisuutena.

Junnulehti jaettiin Itellan jakeluna kaikille PPJ:n vajaalle 900 jäsenelle. Lisäksi lehteä jaettiin suorajakeluna jakelufirman toimittamana noin 21 000 kotitalouteen Etelä-Helsingissä. Jakelun piirissä on kaikkiaan kahdeksan postinumerootta. Seura ja joukkueet jakavat lehtiä myös itse PPJ:n tapahtumissa, turnauksissa ja muissa tilaisuuksissa.

### **3.3 Fyysiset ominaisuudet**

Junnulehti painetaan sanomalehtipaperille, ja lehden formaatti on niin sanottu leikattu tabloid. Toisin sanoen lehti leikataan painossa niin, että kuvat voivat yltää aivan sivun reunoihin saakka ilman marginaaleja. (SLY-Lehtipainot 2009). Sivun koko on siis sama kuin sivun painopinta-ala. Junnulehden sivun koko 260\*380 millimetriä on varsin yleinen tabloid-sanomalehden koko. Muun muassa Ilta-Sanomien sunnuntailiite on painopinta-alaltaan samankokoinen (Ilta-Sanomat, 2013).

Sanomalehtipaperille tehty tabloid on myös edullinen tapa painaa lehteä. Painoksen ollessa suuri, Junnulehden tapauksessa noin 25 000 kappaletta, sanomalehtirotaatiolla tehty lehti on kustannustehokas (Lönnberg 2012b). Lopullinen hinta määräytyy painotalon tarjouksen, paperin laadun ja muiden painotalolta tilattavien palveluiden

perusteella. Junnulehden tapauksessa yhden painetun lehden hinnaksi tuli reilut kymmenen senttiä.

Neuvotteluissa painotalon ja toimeksiantajan kanssa päädyimme painamaan lehden parempilaatuiselle paperille kuin edellisvuonna. Vuonna 2012 käytetty 45g/m<sup>2</sup> painava paperi on erittäin edullinen, mutta laadultaan keskinkertainen. Ohut paperi repeää helposti eikä muste imeydy paperiin parhaalla mahdollisella tavalla, minkä vuoksi etenkin kuvat jäävät suttuisen näköisiksi. Painotalon edustajan esityksestä siirryimme 50 gramman painoiseen paperiin, jossa oli paksuutensa ja vaaleamman pintansa ansiosta mallikappaleiden perusteella hieman enemmän kiiltoa. Parempilaatuinen paperi teki enemmän oikeutta etenkin kuvituksille. (Heinonen, J., Jussila, S., Saarinen, M., Similä, O. 13.3.2013.)

Lehden sivumääräksi sovittiin 24–32 sivua, riippuen erityisesti myytyjen ilmoitusten määrästä. Vuonna 2012 Junnulehden sivumäärä oli 28, ja toimeksiantaja ja tekijät varautuivat siihen, että toista kertaa ilmestyvään lehteen saataisiin myytyä aiempaa enemmän ilmoituksia. Lopulta sivumääräksi tuli tässäkin numerossa 28.

### **3.4 Ulkoasu**

Kahdesti vuodessa ilmestyvä Junnulehti on aikakauslehti, mutta koska lehti on formaatiltaan sanomalehtipaperille painettu tabloid, ulkoasultaan lehti muistuttaa sanomalehteä. Lehdelle luotiin vuonna 2012 ulkoasu ja taittopohja palkatun graafikon toimesta. Vuoden 2013 lehteen ulkoasua päivitettiin hieman, mutta pääosin ulkoasu noudattelee edellisvuoden esimerkkiä.

#### **3.4.1 Yksinkertaista taittoa**

Junnulehden taittopohjan ja visuaalisten ratkaisujen perusteena on käytännöllisyys. Alkuperäisen taittopohjan luonut Rami Laine pyrki luomaan toimivan peruspohjan, jonka pohjalta mahdollisesti jatkuvasti vaihtuva taittaja voi tehdä sujuvan taiton. Myös typografiatyylit suunniteltiin mahdollisimman valmiiksi. (Laine, R. 8.10.2013.)

Lehdessä ei ole tarkoitus leikitellä taitolla, eikä taittopohjakaan siten ole monimutkainen. Vakavasti otettavan Junnulehden laatumielikuva ja visuaalisuus syntyy itse artikkeleista. Sen perusteita ovat isot kuvat, selkeät otsikot ja hyvin juoksutettu leipäteksti. Sen sijaan etenkin kannessa otsikointi ja iso henkilökuvaa tuovat vahvasti aikakauslehtimäisen vaikutelman. (Laine, R. 8.10.2013.)

Taiton peruspilari on selkeys. Samoin kuin juttujen tyylillä, myös ulkoasulla halutaan välittää kuvaa laadusta. Hillitty, sanomalehtimäinen taitto antaa tilaa kuville ja tekstille. Lisäksi simppele taitto on nopea toteuttaa kovassakin kiireessä. Lehden pääjutussa on suotavaa käyttää luovempia taittoratkaisuja. Kahden aukeaman mittainen pääjuttu on yhdessä kannen kanssa aikakauslehtimäisin osa lehteä.

Lehden taitossa käytetään neljää palstaa. Edellisvuoden taitossa taittajalla oli mahdollisuus valita joko viiden tai neljän palstan taitto riippuen kunkin aukeaman elementeistä. Lopputulos oli epätasapainoinen, kun palstojen määrä vaihteli lehden sisällä. Uudessa lehdessä päädyttiin neljän palstan taittoon, sillä se näytti vaihtoehtoista ryhdikkäämmältä ja tasapainoisemmalta. Etenkin suuret tekstimassat näyttävät selkeämmältä neljän palstan taitossa. Lisäksi neljän palstan taitto sopi parhaiten lehden ilmoituskokoihin. Puolen sivun, neljäsosasivun ja kahdeksasosasivun kokoiset mainokset asettuvat helposti taittoon, jossa käytetään parillista määrää palstoja.

Tasapainoisemman ulkoasun aikaansaamiseksi leipäteksti muutettiin tasapalstaiseksi. Toisin sanoen palstan jokainen rivi on tasaisen leveä. Tällöin sanojen välit venyvät tai supistuvat siten, että jokainen rivi on yhtä pitkä. Tasaiset palstat näyttävät siisteiltä, vaikkakin joskus luettavuus saattaa kärsiä (Kuva 1). Aiemmin Junnulehden leipätekstit olivat tasaamatonta palstaa, eli niin sanotusti liehua. Tällöin rivien pituus vaihteli palstan sisällä. Heinonen ja Saarinen testasivat eri vaihtoehtoja ja päätyivät siihen, että nelipalstainen ja tasapalstainen taitto antaa kaikkein selkeimmän vaikutelman.

Kolmas isompi typografinen muutos oli väliotsikoista luopuminen. Jutut jaotellaan nyt niin sanotuilla iskusanoilla, jotka merkkäävät uuden osion alkua. Käytännössä tekstiä rytmitetään väliotsikon sijaan korostamalla uuden jakson kaksi ensimmäistä sanaa. Heinonen ja Saarinen päätyivät ratkaisuun, koska molemmilla on omissa työpaikoissaan

hyviä kokemuksia vastaavasta käytännöstä. Usein väliotsikot tuntuvat tarpeettomilta ja jopa teennäisiltä. Muuttanutta käytäntöä varten Saarinen loi taittopohjaan uuden otsikkofonttiin pohjautuvan kirjaintyylin.



Kuva 1. Sivut 12–13. Neljä palstaa, tasapalstat.

Saarinen teki lennosta myös muita pienempiä muutoksia taittopohjaan. Esimerkiksi kuvateksteissä otettiin käyttöön paksumpi leikkaus, faktalaatikoita yhdenmukaistettiin ja sitaattinostoja viilattiin.

Leipätekstin, otsikoiden, alaotsikoiden ja kuvatekstien lisäksi tärkeimpiä toistuvia elementtejä ovat faktalaatikat ja sitaattinostot (Kuva 2). Junnulehden jutuissa pyritään välttämään pitkiä listauksia ja nippelitietoja. Ne sijoitetaan erilliseen faktalaatikkoon, jossa tiedot on helposti löydettävissä selkeässä muodossa. Tyypillisessä faktalaatikossa kerrotaan haastateltavan perustiedot tai vaikkapa jonkin tapahtuman aikatauluja. Faktalaatikkoon voi sijoittaa muunlaistakin materiaalia, esimerkiksi 1,2,3-listauksen, jossa haastateltava tiivistää ajatuksiaan helposti luettavaan ja mielenkiintoiseen muotoon. Faktalaatikoilla juttuja saadaan myös palasteltua helpommin luettavaan ja mielenkiintoisemman näköiseen muotoon. Tällä vältetään kolkko tekstierämaa.

Piristystä taittoon tuovat myös sitaattinostot. Nostoihin valitaan mielenkiintoisia sitaatteja haastateltavilta tai muualta leipätekstistä. Oivaltavat ja kiinnostavat sitaattinostot ja mielenkiintoiset faktalaatikat voivat parhaimmillaan houkutella lukijan tarttumaan juttuun, joka muuten olisi jäänyt lukematta.



Kuva 2. Faktalaatikko ja sitaattinosto. Sivu 6.

Samaan aikaan lehtiprojektin kanssa PPJ toteutti seuran graafisen ilmeen päivittystyön. Näkyvin muutos oli seuran logon päivittäminen. Samalla ensimmäistä kertaa määriteltiin seuran viralliset värit CMYK-värijärjestelmään. Tämä helpotti suuresti lehden ulkoasun luomista. Saarinen sai käyttöönsä selkeän graafisen ohjeistuksen, joka määritteli käytössä olevat värit. Esimerkiksi sivujen yläpalkin väri muuttui tummemmaksi ja faktalaatikon sininen muuttui hieman. Seuran logosta saatiin myös viimein tarpeeksi isokokoinen tiedosto, joten logo saatiin riittävän suureksi lehden kanteen. Logosta tehtyä negatiiviversiota käytettiin sisäsivujen yläpalkissa. Ohjeistuksessa määriteltiin myös fontit, joita käytetään seuran viestinnässä. Kyseiset fontit olivat käytössä jo aiemmassa Junnulehdessä. Otsikko- ja alaotsikkotyylinä käytetään Museo Slab -fonttia. Jutun painoarvosta riippuen fontista käytetään yhtä kolmesta eri paksuudesta eli leikkauksesta. Leipätekstissä käytetään Palatino-fonttia. Graafisen päivityksen toteutti Hokus Pokus Promotional Design (Kuva 3).

## PPJ graafinen ohjeistus v1.1 – 12.4.2013



Kuva 3. PPJ:n graafinen ohjeistus.

### 3.4.2 Kuvitus

Junnulehdessä käytettävä kuvitus on enimmäkseen perinteisiä henkilökuvia tai tilannekuvia jalkapallo-otteluista tai -harjoituksista. Vaikka kuvat ovat valtaosin yksinkertaisia, niiden laatuun on syytä panostaa. Kuvat ovat aukeaman näkyvin osa, johon lukijan katse kiinnittyy ensimmäisenä. Huonolaatuinen kuva voi pilata hyvinkin kirjoitetun jutun jo ennen kuin ensimmäistäkään sanaa on luettu. Niinpä Junnulehteen pyritään saamaan ammattitasoisia kuvia.

Kuvissa arvostetaan laadun lisäksi tuoreutta. Kaikkiin juttuaiheisiin ei toki ole saatavilla tuoretta kuvitusta. PPJ omistaa jonkin verran kuvituskuvia, joissa junioripelaajat harjoittelevat ja poseeraavat erilaisissa asennoissa. Näitä kuvia voi hyvin käyttää vaikkapa kolumnin kuvituksena. Lisäksi on mahdollista ostaa hyvälaatuisia kuvia ulkopuolisista lähteistä. Esimerkiksi valokuvaaja Jussi Eskolalta on mahdollista ostaa kuvia jalkapallomaajoukkueen pelaajista ja valmentajista. Eskolan kuvaa Mixu Paatelaisesta käytettiin vuoden 2012 Junnulehden kannessa.

Valokuvien lisäksi kuvituksena käytetään grafiikkaa, esimerkiksi karttoja.

### 3.5 Lehden rakenne

Kahdesti vuodessa ilmestyvä PPJ Junnulehti on aikakauslehti, joka esittelee laajasti seuran toimintaa, nostaa esiin mielenkiintoisia henkilöitä ja kertoo Helsingin juniorijalkapallon ajankohtaisista asioista. Lehti rakentuu muutaman laajan henkilöjutun ja reportaasin ympärille.

#### 3.5.1 Tähti kanteen

Jokainen lehdentekijä tietää, että kansi myy lehden. Ilmaisjakeluna ihmisten kotiin kannettava Junnulehti ei ole poikkeus. Lehti kolahtaa yli 20 000 kotitalouteen yllättäen, ja ilmeinen vaara on, että lehti heitetään samalla vauhdilla roskakoriin. Siksi lehden kannen on oltava sellainen, että se houkuttelee mahdollisimman monen lukemaan.

Vaikka Junnulehti ei kilpaile lehtihyllyllä sadan muun julkaisun kanssa ostajista, se kilpailee lukijoiden vapaa-ajasta. Lehden tulee olla sillä hetkellä houkuttelevampi kuin televisio tai lenkille lähtö. (Rantanen 2007, 88.)

Junnulehden kansi pyritään pitämään mahdollisimman harmonisena ja rauhallisena. Lasse Rantasen mukaan kansi on tyylinäyte, jonka ulkoasun avulla lukija saa heti käsityksen siitä, minkä tyylinen lehti on kyseessä (Rantanen 2007, 92). Sen vuoksi niin kannessa taiton peruspilarit ovat sisäsivujen tapaan yksinkertaisuus, selkeys ja luettavuus. Kannessa on vain yksi, varsin staattinen kuva, jossa päähenkilö katsoo vangitsevasti suoraan kohti lukijaa. Suoraan kameraan katsova kansihenkilö luo heti kontaktin lukijaan. Henkilölle annetaan tilaa käyttämällä otsikoita selkeästi. Päätekstin pistekoko on Rantasen ohjeiden mukaisesti tarpeeksi suuri, jotta kannen hierarkia tulee lukijalle heti selväksi, myös etäältä katsottuna (Rantanen 2007, 97). Pienempiä kansivinkkejä on runsaasti ilmentämässä lehden monipuolista tarjontaa, kuitenkin yksinkertaisesti aseteltuna. Koska Junnulehti ei ole laajalle yleisölle tuttu, kuvia ei laiteta seuran logon tai lehden nimen päälle luettavuutta häiritsemään. (Liite 1.)

Junnulehden kannessa suositaan yksinkertaista henkilökuvaa, jonka kaikki jalkapalloilevat – ja mahdollisimman monet muutkin – helsinkiläiset tunnistavat välittömästi. Tämän lehden tekijöille vaihtoehtoja oli käytännössä kaksi: kaikkien

aikojen suomalainen jalkapalloilija Jari Litmanen tai talvella Helsinkiin palannut Pallo-Poikien kasvatti, kaikkien aikojen paras suomalaishyökkääjä Mikael Forssell. Edellisvuoden lehden kanteen valikoitui jalkapallomaajoukkueen päävalmentaja Mixu Paatelainen. Tällä kertaa kanteen haluttiin kuitenkin valmentajan asemesta nimenomaan huippupelaaja.

Lehdessä tulee aina olla vähintään yksi laaja juttu, johon voi tarttua mahdollisimman moni eri kohderyhmiin kuuluva lukija. Mikael Forssellin kuulumisista ovat varmasti kiinnostuneet kaikki PPJ-pelaajat ja -vanhemmat, sillä hän on seuran entinen pelaaja ja suomalaisen jalkapallon ikoni. Kaikki jalkapalloa tai ylipäänsä urheilua seuraavat tuntevat Forssellin, joten hekin voivat tarttua juttuun. Forssell on laajemminkin tunnettu julkisuuden henkilö, joka etenkin Suomeen paluunsa myötä on ollut alituisen esillä uuden seuransa HJK:n mainoskasvona. Valokuvauksellinen Forssell on samaan aikaan nuorekas hulivili ja kohtelias kolmekymppinen: täydellisen salonkikelpoinen roolimalli nuorelle jalkapalloilijalle.

Sopivan kansijutun löytäminen tulee jatkossa olemaan suuri haaste Junnulehden tekijöille, sillä Suomessa on vain kourallinen isoja jalkapallotähtiä.

### **3.5.2 Sisäsivujen rakenne**

Junnulehden sisäsivujen rakenne poikkeaa perinteisestä aikakauslehden rakenteesta. Rantanen esittelee aikakauslehden kolmiosaisen rakenteen, jossa alussa on tuttua ja turvallista, toistuvaa materiaalia, keskikohdassa yllättäviä, vaikuttavia ja syvällisiä artikkeleita ja lopussa jälleen lyhyempiä toistuvia elementtejä (Rantanen 2007, 177–179).

Junnulehti on niin harvoin ilmestyvä lehti, että se sisältää hyvin vähän vakiopalstoja ja juttupaikkoja. Lukijalle ei todennäköisesti synny kerran vuodessa ilmestyvään tabloidiin syvää lukijasuhdetta. Lehti pitää ”myydä” joka kerta uudestaan, eikä lukija todennäköisesti osaa odottaa tai kaivata toistuvia elementtejä. Tämän vuoksi lehden alkuosa on hyvin lyhyt, vain yhden aukeaman mittainen sisäänheitto. Pääkirjoituksessa

seuran puheenjohtaja toivottaa lukijan tervetulleeksi ja lausuu muutaman virallisen sanan. Apinalaatikon kanssa pääkirjoitussivu muodostaa alun pakolliset kuviot.

Sivulla 3 kerrotaan ajankohtaisin uutinen, jonka seura aivan erityisesti haluaa kaikkien lukijoiden tietoon. Kahdessa ensimmäisessä tabloid-Junnulehdessä tuo uutinen on ollut uusien ikäkausijoukkueiden perustaminen. Juttu johdattaa lukijan seuran toiminnan ytimeen ja antaa heti konkreettiset ohjeet, kuinka uusi tulokas pääsee mukaan jalkapallojoukkueeseen.

Lyhyen alkupalan jälkeen siirrytään suoraan pääruokaan. Ykkösjuttua ei pihdata, vaan satunnaislukijalle, jota ei PPJ välttämättä kiinnosta, tarjotaan heti lehden mielenkiintoisin ja laajin juttu. Ykkösjuttuun on panostettu yksittäisistä jutuista selvästi eniten aikaa ja vaivaa, ja sille halutaan taata mahdollisimman suuri lukijamäärä. Juttu myös kiinnostaa kaikkein laajimmin lehden eri kohderyhmiä, ja se ilmentää monia seuran keskeisimpiä arvoja.

Junnulehteen ei ole nähty mielekkääksi tehdä alkuun uutisosastoa, sillä yhden seuran toiminnasta kertovaan julkaisuun ei löydy valtavasti uutismateriaalia. Lisäksi lehdestä pyritään tekemään varsin ajaton. Toki aiheiden tulee olla ajankohtaisia, mutta jutut eivät saa olla aivan päivän päälle, sillä seuraava numero ilmestyy vasta vuoden kuluttua.

Keskiaukeamalle pyritään asemoimaan juttukokonaisuus, josta on lukijalle niin paljon hyötyä tai iloa, että sen voisi napata irti lehdestä mukaan vaikkapa mökkireissulle. Lehden edellisessä numerossa aukeamalla esiteltiin kuvajutun muodossa vinkkejä kenttäpelaajan kesäharjoitteluun, vuoden 2013 lehdessä puolestaan esitellään laajasti maalivahdin pelipaikka ja annetaan vinkkejä pelaajille.

Lehden viimeinen toimituksellinen sivu on pyhitetty kaikkien PPJ:n joukkueiden yhteystiedoille. Idealistisena ajatuksena on, että lehden luettuaan lukija innostuu seuran toiminnasta niin, että soittavat siltä istumalta lapsen ikäluokan joukkueenjohtajalle ja ilmoittavat lapsensa mukaan toimintaan. Seuran käyntikorttina lehdestä tulee löytyä tarvittava informaatio, jotta lukija pääsee vaivattomasti tutustumaan tarkemmin seuraan.

Näiden vakio-osien ympärille lehti rakennetaan aukeama aukeamalta eri teemojen ympärille. Tärkeää on, että kunkin aukeaman jutut toimivat hyvin yhteen. Esimerkiksi sivujen 8 ja 9 jutut maahanmuuttajataustaisesta futisperheestä sekä seuran nuorimmasta ja vanhimmasta pelaajasta ilmentävät, kuinka monista eri taustoista PPJ:n pelaajat tulevat. Yksi aukeama keskittyy esimerkiksi seuran aikuisjoukkueisiin, toinen futiskulttuuriin ja matkailuun.

Lehdessä on 20 juttukokonaisuutta, joista useassa on lisänä kainalojuttu, infolaatikoita tai muita elementtejä.

### **3.6 Rahoitus ilmoitusmyynnistä**

Junnulehden tavoitteena ei ainakaan tällä hetkellä ole tehdä rahaa seuralle, vaan PPJ on valmis siihen, että lehti tuottaa jopa hieman tappiota (Similä 2013). Lehti pyritään rahoittamaan kokonaan ilmoitusmyynnillä, ja tähän mennessä molemmat julkaistut lehdet ovatkin jääneet plussan puolelle.

Junnulehden ilmoitusmyynnissä iso vastuu on seuran hallituksen lisäksi yksittäisillä joukkueilla. Joukkueille annetaan porkkanaksi myyntiprovisio jokaisesta myydyistä ilmoituksesta. Maksettujen ilmoitusten lisäksi lehdessä on yhteistyökumppanien sopimuksiin kirjattuja ilmaisia ilmoituksia.

Lehdessä on paljon käyttämätöntä potentiaalia ilmoitusmyynnin osalta. Ongelmana on löytää tarpeeksi myyntihenkisiä ihmisiä tekemään tehokkaan ilmoitusmyynnin vaatimaa myyräntyötä. Jakelualueella asuu kaupungin ostovoimaisimpia kuluttajia, joista ilmoittajat suorastaan kilpailevat. Lehdelle ei kuitenkaan ole nimetty varsinaista ilmoitusmyynnin vastuuhenkilöä, jonka tehtävänä olisi löytää isojaakin ilmoittajia.

Tämän Junnulehden tekijät eivät nostaneet työstään palkkaa, mikä tavallaan vääristää kulurakennetta. Vuoden 2013 lehden sisältö tehtiin täydellisesti ilmaistyönä, eikä prosessissa käytetty maksullisia avustajia. Kulut syntyivät painosta ja jakelusta.



## 4 Työprosessi

Lehdentekoprosessi käynnistyi virallisesti helmikuun alussa 2013, kun PPJ:n hallitus päätti antaa projektin Saarisen ja Heinosen vastuulle. Tässä osiossa esitellään yksityiskohtaisesti, kuinka projekti eteni suunnittelusta sisällön toteuttamiseen, ilmoitusmyyntiin, jakeluun ja lopulta valmiiksi Junnulehdeksi.

### 4.1 Suunnittelu ja ideointi

Lehden suunnittelu alkoi alustavasti jo tammikuun puolessavälissä. Aluksi keskustelimme ja pohdimme tarkkaan sitä, minkälainen julkaisu Junnulehti on. Aivan alussa molempien piti sisäistää, miksi lehteä tehdään, kenelle sitä tehdään ja mitä tavoitteita sille on määritelty. Jo ennen virallista vahvistusta työn toteutumisesta oli tärkeää luoda raamit, minkä mukaan lehteä lähdettiin tekemään. Nämä keskustelut loivat tuntumaa ja selkänöjää kaikille tuleville valinnoille lehden tekoprosessissa. Jos heräsi kysymyksiä lehden sisällöllisistä valinnoista tai vaikkapa juttuaiheista, oikea ratkaisu löytyi nopeasti näiden heti alussa luotujen suuntaviivojen avulla.

Ensimmäisissä varsinaisissa suunnittelupalavereissa pyrittiin ideoimaan mahdollisimman paljon potentiaalisia juttuaiheita lehteen. Monet aivan ensimmäisen palaverin ideoista, muun muassa kansijuttu, päätyivät myös lopulliseen julkaisuun. (Heinosen muistiinpanot 2013.)

Ideointipalaverin jälkeen aloimme melko pian miettiä lehden rakennetta, juttutyyppejä, toteutustapoja sekä työnjakoa. Ensimmäiset haastattelupyynnöt olivat vireillä helmikuun aikana, ja ensimmäinen sivusuunnitelma maaliskuun alussa. Valmiita juttuja alkoi valmistua tasaiseen tahtiin maaliskuun aikana (Heinosen muistiinpanot 2013.)

Maaliskuun loppuun mennessä valmiina oli sivusuunnitelma, jossa lehden jokaiselle sivulle oli budjetoitu juttuja. Lisäksi juttuideoita oli reservissä, mikäli suunnitellut jutut eivät toteutuisi sellaisenaan tai ollenkaan. Sivusuunnitelmaan merkityt jutut oli myös priorisoitu, sillä lopullinen ilmoitusmäärä ei ollut vielä tässä vaiheessa tiedossa, joten olimme valmiita luopumaan osasta jutuista.

Tässä vaiheessa myös juttujen rakenne, riippumatta siitä oliko esimerkiksi haastattelua tehty, oli myös hyvin pitkälti mietitty. Lisäksi jokaiselle jutulle oli tehty alustava kuvasuunnitelma.

Halusimme panostaa suunnitteluvaiheeseen erityisen paljon, koska kummallakaan ei ollut käytännön kokemusta siitä, kuinka kauan näin laajan projektin varsinainen toteutusvaihe tulisi kestämään. Kattavalla etukäteissuunnittelulla pyrimme siihen, että juttujen työstämisvaiheessa voimme keskittyä juttujen kirjoittamiseen, kuvaamiseen ja taittamiseen täysillä.

### **Esimerkki**

Kansijutun ideointi alkoi heti ensimmäisessä palaverissa. Halusimme kanteen ja lehden pääjutuksi suomalaisen huippujalkapalloilijan, ja Pallo-Poikien kasvattina Mikael Forssell oli luontevin vaihtoehto. Myös jutun rakenteen suunnittelu alkoi heti, ja jo ensimmäisessä palaverissa lähdimme siitä ideasta, että juttu olisi lähes 10 000-merkkinen henkilökuvalla usealla kuvalla ja kainaloelementeillä. Tavoitteena oli alusta asti tehdä juttu, joka kiinnostaa mahdollisimman monia lukijoita junioripelajaista punavuorelaiseen penkkiurheilijaan.

## **4.2 Työryhmä ja työnjako**

Teimme jo suunnitteluvaiheessa karkean työnjaon siten, että Heinonen ottaa päävastuun juttujen kirjoittamisesta ja Saarinen taittoprosessista, ulkoasusta sekä hallinnollisista asioista. Hallinnollisia asioita olivat muun muassa yhteydenpito toimeksiantajan sekä painotalon kanssa. Saarinen osallistui kuitenkin myös kirjoittamiseen ja Heinonen puolestaan myös ulkoasupäätöksiin. Saarisen tehtävänimike lehdessä oli päätoimittaja ja Heinosen toimituspäällikkö.

Edellä mainittuun työnjakoon päädyttiin, koska Saarisella oli käytännön kokemusta taittotyöstä. Lisäksi hän oli ollut pitkään mukana toimeksiantaja PPJ:n toiminnassa, joten hänen oli luontevaa hoitaa yhteydenpitoa toimeksiantajan kanssa. Heinosen vahvuudet olivat puolestaan tuntemus aihepiiristä sekä kokemus kirjoittavana toimittajana.

Heinosen ja Saarisen lisäksi lehden journalistista sisältöä oli tekemässä myös muita henkilöitä. Kuvatoimittajana toimi valokuvausta opiskeleva Hannes Kainulainen, joka on ottanut valtaosan lehden valokuvista sekä käsitellyt kaikki lehden valokuvat taittokuntoon. Kainulainen on ammattitason urheilukuvaaaja. Hän suoritti Junnulehti-projektilla oman koulunsa opintojakson, joten hänelle ei tarvinnut maksaa työstä palkkaa. Sittemmin PPJ on tilannut häneltä lisää valokuvauskeikkoja.

Vastaavana päätoimittajana toimi toimeksiantaja PPJ:n hallituksen puheenjohtaja Olavi Similä. Hän kirjoitti myös lehden pääkirjoituksen. Lisäksi lehdessä julkaistiin kirjoituksia seuran toiminnassa mukana olevilta Mikael Anthonilta ja Riku Pennaselta sekä toimeksiantajan yhteistyökumppanilta Klinikka 22:lta.

Seuran ulkopuolisia avustajia käytettiin hyvin vähän. Saimme kuvatäydennystä Heinosen kontaktien kautta Futismaailma.com-verkkolehden kuvapankista, josta käytimme Juhani Järvenpään, Petri Lunkin ja Jaakko Stenroosin ottamia valokuvia. Käytimme myös PPJ:n omistamia, edellisvuoden lehteä varten otettuja kuvituskuvia. Nämä kuvat on ottanut Roy Sällström. Lisäksi saimme lehteen Kanerva Koivusalon kirjoittaman jutun hänen kokemuksistaan Argentiinan naisjalkapalloilusta. Myös ulkopuoliset avustajat lähtivät talkootyön hengessä mukaan ilman palkkaa, vaikka heille tarjottiin mahdollisuutta pieneen korvaukseen.

### **4.3 Journalistisen sisällön toteutus**

Sitä mukaa kun juttuaiheita syntyi, aloimme miettiä sopivia toteutustapoja. Kansijutun toteutustavaksi valikoitui hyvin aikaisessa vaiheessa laaja henkilökuva Mikael Forssellin tunnettuuden takia. Lisäksi halusimme lehteen useita eri juttutyyppisiä, kuten henkilöjuttuja, pääkirjoituksen, kolumnin, reportaasin, gallupin sekä uutisia. Onneksi juttuaiheemme mahdollistivat usean eri juttutyypin käyttämisen lehdessä.

#### **4.3.1 Tiedonhankinta ja haastattelut**

Kun jutun toteutustapa oli päätetty, alkoi tiedonhankinta aina juttukohtaisesti. Uutiset ja henkilöjutut on kaikki toteutettu haastatteluvetoisesti. Haastattelujen sopiminen alkoi

välittömästi, kun juttuidea ja toteutustapa oli lyöty lukkoon. Näin pyrimme selvittämään mahdollisimman aikaisessa vaiheessa esimerkiksi suunniteltujen haastateltavien mahdolliset kieltäytymiset ja löytämään aikaisessa vaiheessa korvaavat haastateltavat.

Heinosen yleisin tapa lähestyä ihmisiä oli sähköposti, jonka avulla hän sitten sopi haastattelun joko kasvotusten tai puhelimitse. Haastattelua varten Heinonen käytti valmistavaa tiedonhankintaa ja laati kysymysrungon. Heinonen nauhoitti omat haastattelunsa. Heinonen joutui tekemään lehteä varten myös vieraskielistä haastattelua ja käännöstyötä. Hän nauhoitti ruotsalaisen Andrée Jeglertzin englanninkielisen luennon ja haastatteli tätä englanniksi.

Haastattelujen ohella Heinonen käytti jutuissaan tiedonhankintaa pääasiassa sähköisistä lähteistä. Heinosen juttujen lähteinä olivat muun muassa jalkapalloseurojen verkkosivut, Suomen Palloliiton verkkosivut sekä jalkapalloaiheinen keskustelupalsta FutisForum2.org.

Valtaosa Saarisen kirjoittamista jutuista käsitteli PPJ:n ydintoimintaa, joka on hänelle valmiiksi erittäin tuttua. Niinpä laajalle tiedonhankinnalle ja perehtymiselle ei ollut tarvetta. Tämä säästi huomattavasti aikaa koko lehden tekoprosessissa. Tiedonhankinta näihin juttuihin koostui lähinnä puhelinhaastatteluista.

Saarinen teki myös muutaman reportaasityylinen jutun, kuten otteluraportin Akatemia-joukkueen Suomen Cupin ottelusta. Näissä jutuissa tärkeintä tiedonhankintaa on läsnäolo ja havainnointi. Saarisen vastuulla oli myös laatia aukeama, jossa esitellään, kuinka eri taustoista tulevia ihmisiä pelaa PPJ:ssä. Näitä juttuja varten tuli aluksi etsiä sopivat päähenkilöt seuran sisältä. Tässä suurena apuna olivat PPJ:n hallituksen seura-aktiivit, jotka osasivat nopeasti johdattaa mielenkiintoisten hahmojen jäljille. Pelaajien ja heidän vanhempiansa haastattelut sekä valokuvaussessiot saatiin sovittua muutamalla maililla ja puhelinsoitolla.

## **Esimerkki**

Kansijutussa Heinonen lähestyi ensin sähköpostitse Forssellin sen hetkistä seuraa Helsingin Jalkapalloklubia (HJK). HJK:lta Heinonen sai Forssellin asioita hoitavan pelaaja-agentin yhteystiedot ja sai sovittua haastattelun ja kuvauksen. Ensimmäisen sähköpostiviestin ja haastattelun välillä ehti vierähtää yli kolme kuukautta johtuen Forssellin ottelukiireistä. Heinonen lähetti ensimmäisen sähköpostitiedustelun 5.2.2013 ja haastattelu oli 12.4.2013. (Mikkonen-Mannila, S. 2013; Alaja, E. 2013.)

Ennen haastattelua Heinonen teki tiedonhankintaa perehtymällä Forssellin uran vaiheisiin sähköisistä lähteistä sekä lukemalla ja katsomalla vanhoja haastatteluja tästä. Lisäksi Heinonen soitti taustahaastattelun Forssellin junioriaikojen valmentajalle Veli-Pekka Karviselle. Tiedonhankinnan pohjalta Heinonen teki yhdessä Saarisen ja Kainulaisen kanssa kysymysrunгон kolme päivää ennen haastattelua. Samalla tehtiin tarkka suunnitelma paitsi haastattelussa käsiteltävistä teemoista, myös jutun ulkoasusta ja taitosta. Koska haastatteluun ja kuvaukseen oli luvattu hyvin vähän aikaa, Kainulainen ohjeistettiin yksityiskohtaisesti kuvausta varten. Jutun alustava taitto oli jo hahmoteltu valmiiksi. Myös kannen kuva oli suunniteltu hyvin tarkasti ennen kuvauspäivää. (Heinosen muistiinpanot 2013.)

Forssellin agentti oli järjestänyt haastattelun ja kuvauksen lauantaille 12. huhtikuuta Sonera Stadiumin tiloihin Helsingin Töölöön. Haastattelu-aika oli kello 12.30 ja haastattelun kestoksi luvattiin puoli tuntia (Alaja, E. & Heinonen, J., sähköpostikeskustelu, 4.4.2013). Forsell saapui joukkueensa harjoitusten jälkeen Sonera Stadiumin pukusuojusta yli puoli tuntia sovittua myöhemmin ja sanoi olevansa kiireinen, mutta lupasi, että Heinonen ja Kainulainen saavat käyttää heille luvattua puolituntisen.

Haastattelu-aika kesti noin 20 minuuttia ja sujui kiireellisestä aikataulusta huolimatta erinomaisesti. Forsell oli aidosti kiinnostunut haastattelusta ja vastaili rehellisesti, avoimesti ja pitkäsanaisesti Heinosen kysymyksiin. Hän myös oli avoin kuvaajan toiveille, ja sovitut otokset saatiin napattua.

### 4.3.2 Juttujen kirjoittaminen ja tyyli

Kaikki jutut pyrittiin kirjoittamaan välittömästi tai seuraavina päivinä haastattelun jälkeen. Kirjoitusprosessissa pyrittiin pitämään lukija koko ajan mielessä. Se asetti omalla tavallaan haasteita, koska aihepiiri oli molemmille tekijöille erittäin läheinen, joten vaikka osa asioista tuntui itsestäänselvyydeltä, eivät ne välttämättä lukijoille sellaisia olleet (Jääskeläinen, M. 2010).

Jokaiselle jutulle oli etukäteen määritelty tarkoitus ja kohdelukija. Niinpä eri jutuissa käytettiin erilaisia kielellisiä ja kerronnallisia keinoja. Tarkemmin lehden kohderyhmistä kerrotaan seuraavassa osiossa. Lehden läpi kantavana tyyliohjeena oli täsmällisyys ja vakuuttava journalistinen ote, kuitenkin positiivisella vivahteella. Osa lehden jutuista käsittelee laajasti ajateltuna varsin marginaalisia aiheita, kuten vaikkapa Helsingin 5. divisioonassa pelaavaa harrastelijajoukkuetta. Juttu kuitenkin kirjoitettiin mahdollisimman vakuuttavasti. Lukijalle halutaan antaa ammattimainen mielikuva jutusta ja sen tekijöistä. Jos jutun taso vakuuttaa lukijan, samalla vahvistuu myös luottamussuhde koko seuran toimintaa kohtaan. Mitään aihetta ei käsitellä vähätellen, vaan kaikista aiheista kerrotaan rehellisesti ja tosissaan.

Toinen kantava tyyli jutuissa on positiivinen, ratkaisukeskeinen ote. Aiheista ei lähdetä kertomaan negatiivisen kautta, vaikka joissain tapauksissa sekin olisi ollut mahdollista. Helsingin tuomaripulasta kertovassa jutussa kärjeksi otettiin, että pahin vaihe on jo takana. Tuomaritoiminnan monet, vakavatkin ongelmat kerrottiin jutussa, kuitenkin ratkaisukeskeiseen sävyyn. Samalla tavoin toimittiin tyttöfutiksesta kertovassa juttukokonaisuudessa. Naisten maajoukkueen päävalmentaja lateli kovaakin tekstiä suomalaistytöjen tasosta, mutta otsikossa ja kärjessä lähdettiin ratkaisun kautta: ”Tyttöfutis nousuun perusasioita parantamalla.” Ratkaisukeskeisellä otteella pyritään välittämään mielikuvaa, että ongelmien edessä ei jäädä piehtaromaan, vaan ryhdytään aktiivisesti toimeen tilanteen parantamiseksi. Junnulehti siis tarjoaa ratkaisuja sen sijaan, että tyytyisi vain nostamaan ongelmia tai epäonnistumisia tikunnokkaan.

Otsikoinnissa ja juttujen aluissa käytimme tiettyä tyyliä aina juttutyylistä riippuen. Uutisjuttujen otsikoiden tuli olla informatiivisia ja juttujen alkujen napakoita.

Reportaasien ja henkilöjuttujen otsikot taas olivat luonteeltaan erilaisia, ne pyrkivät houkuttelemaan lukijoitaan jollain mielenkiintoisella koukulla (Jääskeläinen, M. 2010).

Käytimme jutuissamme myös pääjuttua tukevia erilaisia kainaloelementtejä. Niitä olivat faktalaatikot, lyhyet kysymys–vastaus-tyyppiset kainalojutut, pidemmät kainalojutut, gallup, kommentti ja vinkkifaktat. Jokainen kainaloelementti oli suunniteltu pääjutun yhteyteen toteutuneessa muodossaan jo ennen jutuntekoprosessin aloittamista.

Juttujen kirjoittamisessa pyrimme pitämään kiinni sovituista merkkimääristä, mutta olimme antaneet itsellemme jonkin verran liikkumavaraa. Lisäksi taittovaiheessa oli vielä mahdollista täyttää liian lyhyeksi jääneen jutun tila esimerkiksi kuvakokoa muuttamalla.

### **Esimerkki**

Kansijutun lopullinen rakenne on käsikirjoitettu ja mietitty huolellisesti. Pääjutun kulku, kainaloelementit, otsikko ja ingressi ovat Saarisen ja Heinosen yhdessä viilaamia.

Pääjuttu on rakennettu seitsemästä osiosta, joista jokainen käsittelee Forssellia tietystä näkökulmasta. Yhdessä osiot pyrkivät muodostamaan eheän ja kattavan kuvan hänestä ja hänen urastaan. Leipäteksti pohjautuu hyvin pitkälti Forssellin haastatteluun, ja jutun kirjoittaminen osoittautui odotettua vaivattomammaksi juuri tarkan ennakkosuunnittelun, hyvin sujuneen haastattelun ja mehukkaiden sitaattien ansiosta. Leipätekstin ympärille on rakennettu kolme kainaloelementtiä, jotka tukevat ja keventävät laajaa pääjuttua.

### **4.3.3 Juttujen kuvaus ja kuvitus**

Valtaosa lehden valokuvista on tätä numeroa ja juuri näitä juttuja varten otettuja kuvia. Päädyimme tuottamaan lehden kuvasisällön mahdollisimman itsenäisesti useasta syystä. Ensimmäinen syy oli se, että halusimme pitää koko sisällöntuotannon mahdollisimman pitkälti omissa käsissämme. Toinen syy oli se, että saimme erittäin ammattitaitoisia kuvia ottavan Kainulaisen avuksemme juuri tätä lehteä varten. Tämä resurssi haluttiin käyttää mahdollisimman tehokkaasti hyväksi. Kolmanneksi halusimme tuoreisiin juttuihin tuoreita kuvia. Neljäs syy oli taloudelliset resurssit, eli olimme varautuneet

turvautumaan maksullisiin kuvapankkeihin vasta viimeisenä mahdollisena vaihtoehtona.

Lopulta myös selvisimme kuvituksesta ilman maksullisten kuvapankkien käyttöä. Kainulaisen ja Saarisen valokuvaamien kuvien lisäksi mukana on muutamia kuvia avustajilta sekä yksi karttagraafi. Nekin saimme käyttöömmä veloitusetta.

Jokaisen jutun kuvitusta suunniteltiin etukäteen heti aiheen ja näkökulman varmistuttua. Heinonen ja Saarinen keskustelivat juttujen kuva- ja tekstisisällöistä säännöllisesti kuvatoimittaja Kainulaisen kanssa. Kainulaisen ja Saarisen ottamat valokuvat on otettu haastattelu- ja haastattelukeikkojen yhteydessä, jolloin kuvaaja ja toimittaja pystyivät tekemään yhteistyötä läpi jutuntekoproessin. Jokaiselle jutulle oli myös tehty raakataito jo ennen kuvauksia, joten kuvaajalla oli jo alustavasti tiedossa, tarvitaanko taittoon esimerkiksi vaaka- vai pystykuvaa.

Kuvatoimittaja Kainulainen oli tärkeässä roolissa paitsi kuvaajana myös kuvankäsittelijänä. Kainulainen käsitteli jokaisen lehteen päätyneen kuvan painovalmiiksi. Painotalo Lönnberg antoi omat ohjeensa kuvankäsittelyyn parhaan painojäljen aikaansaamiseksi.

### **Esimerkki**

Kansijutun ja kannen kuvitusta pohdittiin luonnollisesti pidempään ja yksityiskohtaisemmin kuin muiden juttujen kuvitusta. Kansikuvaan Heinonen ja Saarinen hakivat mallia eri aikakauslehdistä, kuten Imagesta, Urheilulehdestä ja Veikkaajasta (nykyinen Urheilusanomat).

Kolme päivää ennen kansijutun haastattelu- ja kuvauskeikkaa Heinonen, Kainulainen ja Saarinen palaveerasivat muun muassa kannen ja kansijutun kuvituksen tiimoilta. Heinonen ja Saarinen näyttivät Kainulaiselle piirroksin ja verrokkilehtien avulla, minkä tyyppistä kansikuvaa ja millaista kuvitusta kansijuttuun oli haussa.

Haastattelu- ja kuvauspäivänä Kainulainen kuvasi Forssellia HJK:n harjoituksissa, pelikentällä harjoitusten jälkeen siviiliasu päällä sekä stadionin kokoustilassa. Kaikki

edellä mainitut kuvauspaikat ja se, minkä tyyppisiä kuvia miltäkin kuvauspaikalta pyritään saamaan, oli käsikirjoitettu ja suunniteltu hyvin tarkasti edellä mainitussa palaverissa, sillä kuvausajan tiedettiin olevan erittäin rajallinen.

Lopullinen kansikuva vastasi Heinosen ja Saarisen odotuksia. Se oli teknisesti erinomainen ja lisäksi kuvaan saatiin vangittua juuri toivottu ilme. Itse juttuun päätyi lopulta neljä kuvaa. Yksi oli Kainulaisen ohjeistama poseerauskuva Forssellista pelikentällä, yksi tilannekuva harjoituksista, yksi tilannekuva haastattelusta ja yksi kuvituskuva Futismaailma.comin arkistosta.

#### **4.3.4 Taitto**

Junnulehti taitettiin HAAGA-HELIAn journalismin opiskelijoiden ainejärjestön Skuupin tiloissa. Taitto-ohjelmana käytettiin Adobe InDesign CS5 -ohjelmaa.

Junnulehteä pyrittiin taittamaan mahdollisimman paljon etukäteen. Käytännössä tämä tarkoittaa, että lehden jokaiselle 28 sivulle oli tehty raakataitto InDesign-dokumenttiin jo ennen kuin ainuttakaan juttua oli kirjoitettu. Raakataitto tehtiin ensimmäisen sivusuunnitelman mukaisesti. Juttujen alustavat merkkimäärät määriteltiin asettamalla leipätekstiksi täytetextiä. Kuvien ja muiden elementtien paikkaa osoittivat siniset laatikot. Tällä keinolla tekijöillä oli heti alusta alkaen mielikuva siitä, kuinka paljon jutuille on tilaa ja minkälaisia elementtejä aukeamille kaivataan. Jutuille pystyttiin heti määrittelemään ohjeelliset merkkimäärät ja kuville alustavat koot. Kirjoittaminen ja kuvaaminen helpottuivat, kun maali oli koko ajan tiedossa kiireenkin keskellä.

Raakataiton tekeminen helpotti myös taittajan työtä. Saarinen pääsi taittamaan juttuja heti sitä mukaa kun niitä valmistui. Taittoa haluttiin kuljettaa mukana läpi kevään, ei tehdä yhtenä urakkana viime vaiheessa. Tämä oli mahdollista, sillä taiton teki sama henkilö, joka myös kirjoitti ja kuvasi juttuja sekä oli vastuussa koko projektista. Jos lehden olisi taittanut ulkopuolinen henkilö, vastaava tuskin olisi ollut mahdollista, sillä riittävän tehokas kommunikaatio ja reagointi olisi erittäin vaikeaa. Oli oletettavissa, että painopäivän lähestyessä ilmenee odottamattomia ongelmia, joten kaikki mahdollinen

haluttiin tehdä ajoissa valmiiksi. Moni aukeama toteutuikin lopulta hyvin pitkälti ensimmäisen raakataiton mukaisesti.

Taittoprosessi eteni sujuvasti läpi kevään. Saarinen taittoi lehteä tasaiseen tahtiin muiden töiden ohella. Raakataitto syntyi yhden pitkän päivän aikana. Samoin lähempänä deadlinea Saarinen teki muutaman pitkän taittopäivän. Hyvän ennakkosuunnittelun ja fiksusti asetettujen omien määräaikojen ansiosta missään vaiheessa ei iskenyt paha kiire.

Suurin hankaluus oli ilmoitusmyynnin ennakointi. Edellisen lehden kokemusten perusteella Saarisella oli suurpiirteinen arvaus ilmoitusten lopullisesta määrästä, mutta pitkään piti varautua siihen, että lehteen myydään vaikkapa koko sivun ilmoitus. Niinpä lehden sivumäärä pidettiin pitkään avoimena. Koko ajan oli valmius tehdä suuriakin muutoksia raakataittoon, jos kauppa kävisi. Lopulta kävi sikäli hyvin, että valtaosa etenkin suurista ilmoituksista myytiin kertarysäyksellä alkukevästä, eikä taiton loppuvaiheessa tarvinnut tehdä radikaaleja muutoksia. Ilmoituksia myytiin lopulta lukumäärällisesti vain hieman edellisvuotta enemmän.

### **Esimerkki**

Kansijutun taitosta tehtiin raakaversio maaliskuun lopussa, lähes kuukausi ennen haastattelua ja kuvausta (Kuva 4). Kuten aiemmin on käynyt ilmi, etenkin tämä lehden tärkein juttu haluttiin suunnitella erittäin tarkasti etukäteen ja näin minimoida yllätykset. Jotta tämä olisi mahdollista, päätimme jo varhain, että kaksi aukeamaa pitkän jutun lomaan ei sijoiteta ilmoituksia. Näin saimme käyttöömmekaksi puhdasta aukeamaa ja mahdollisuuden luoda haluamamme ulkoasu jutulle. Tavoittelimme äärimmäisen selkeää taittoa, jossa kaikki palaset ovat oikeilla paikoillaan. Laadukas juttu ja hyvät kuvat puhuvat puolestaan, kikkailevalla taitolla ei tarvitse luoda lisäarvoa henkilöjutulle. Lopputuloksessa on paljon samoja ratkaisuja kuin ensimmäisessä raakataitossa (Kuva 5).



#### 4.4 Työkalut lehdenteon apuna

Käytimme tekoprosessin apuna joitakin apuvälineitä, joista tässä esittelemme kolme. Sivukartta auttoi meitä hahmottamaan lehden rakennetta ja juttutaulukko koko työprosessin etenemistä. Dropbox puolestaan toimi tiedostojen siirtotyökaluna toimituksen jäsenten välillä.

Sivukartta tai sivusuunnitelma on taittopohja, johon tavallisesti merkitään ilmoitusten sekä journalistisen sisällön määrä ja sijoittuminen eri sivuille (Kuutti 2006, 202). Meidän sivusuunnitelmamme oli yksinkertainen Word-tiedostoon tehty taulukko, joka kuvasi lehden rakennetta aukeama aukeamalta. Jokaiselle sivulle oli määritelty sivunumero, sekä sivulle kaavailtu juttu tai jutut (Kuva 6). Koska vielä alkukeväästä Junnulehteen ei ollut myyty ilmoituksia, alustavaan sivusuunnitelmaan merkattiin vain suunnitteilla olleet jutut. Ensimmäisestä sivusuunnitelmasta juttujen järjestys muuttui lopulta vain hieman.

		2-3		4-5	
Etusivu		Pääkkäri	Uudet joukkueet aloittavat	Miklu	Miklu
6-7		8-9		10-11	
Miklu	Miklu	Olosuhteet	Pari lyhyttä: Väiskin turnaukset ym.	Maahanmuuttajat PPJ:ssä	Nuorin ja vanhin pelaaja
12-13		14-15		16-17	
Iltapäväkerho, prins- ja prinsessa	Roope Heilala	Maalivahdit (Duosport)		Aikuisjoukkueet	Akatemia-Klubi 04
18-19		20-21		22-23	
Tuomarit	Pari lyhyttä 2p	Iltakoulu, Jeglertz, naisfutis	00-Kilpa-joukkue	Historiaa: PP:n "nousu ja tuho", Alaja, Ismail	Klinikka 22
24-25		26-27		Takasivu	
Futis-matkailu	Naisfutari Argentiinassa ILMOITUS, TJÄREBORG?	Fortum tutor	Toimituksen kolumni 2p	Joukkueiden yhteystiedot	

Kuva 6. Alustava sivusuunnitelma 18.3.2013.

Työprosessin edetessä suunnitteluvaiheesta pikku hiljaa toteutukseen tarvitsimme selkeän apuvälineen prosessin edistymisen seuraamiseen. Teimme Excel-taulukon jolukkoon lyödyistä juttuaiheista. Taulukkoon merkitsimme juttuaiheen, alustavan sivunumeron, kirjoittajan, kuvaajan tai kuvalähteen, alustavan merkkimäärän sekä jutun statuksen. Status on jutun tila, eli missä vaiheessa juttuprosessi on; onko haastattelu sovittu, juttu kirjoitettu, kuvattu, editoitu tai jo taitossa. Päivitimme Excel-taulukkoa tasaisesti juttuprosessien edetessä muun muassa värikoodien avulla (Kuva 7).

Sivu	Jutut	Tekijä	Kuva	Pituus	Status
Kansi			Hannes		
2=3	Pääkkäri, Uudet joukkueet	Olavi, Markku	Hannes		Ei aloitettu
4=5	Miklu	Joonas	Hannes, FM	8000 + Info + top-5	Vetämässä
6=7	Miklu	Joonas	Hannes, FM		
8=9	Olosuhteet + lyhyitä	Markku	Hannes vai Markku? + Grafiikkaa?	4000 + lyhyitä uutisia	Kesken
10=11	Maahanmuuttajaperhe + Nuorin ja vanhin k&v	Markku	Hannes	4000 + 3000	Kesken
12=13	Iltapäiväkerhot, prinssi- ja prinsessakerho (Pennä)	Markku, Joonas	Hannes tai Markku (jp), FM + Hannes	2000 + 4000	Kesken + vetämässä
14=15	Maalivahtiteema (leipis+junnuveskojen gallup k&v)	Joonas, Markku	Arkisto, FM, Markku (junnujen lärvit)	3000 + lyhyitä pätkiä	Valmis + vetämässä
16=17	Akatemia-Klubi 04 "reppari" + aikuisjoukkueet: yllä	Markku	Hannes OK	4000 + 3000	Valmis
18=19	Tuomarijuttu + lyhyitä uutisia	Joonas, Markku	Hannes, FM	5000 + 1500 + 1500	Kesken
20=21	Jegleritz, naisfutis, Suomi vs. Ruotsi + Kainalo: Mik	Joonas	Hannes	3500 + 1500	Valmis
22=23	Naisfutis Argentiina + Klinikka 22: polvivammat +	Kanerva, Joonas, Markku	wikimedia + Klinikka 22	6500 + 2000	Valmis + Kesken + keske
24=25	Futismatkat, Italia + + Ilmoitus/Tjäreborg	Markku, Riku	Riku	3000 + 5000	Valmis + Kesken
26=27	Fortum Tutor Lasse Nikander + Toimituksen kolon	Joonas, Mikke	Hannes, arkisto	3500, kainalo + 2500	Valmis
Takakansi	Joukkueiden yhteystiedot (jos ei ilmoitusta)	Markku			

Kuva 7. Excel-juttutaulukko työprosessin keskivaiheilta 9.4.2013.

Dropbox on verkkosovellus, joka mahdollistaa tiedostojen ja kansioden jakamisen internetissä. Palveluun luodaan käyttäjätunnukset, ja mahdolliset tiedostot ja kansiot voidaan jakaa toisille käyttäjille linkin avulla. Koska Dropboxissa tiedostot tallennetaan palvelun palvelimelle tietokoneen kiintolevyn sijaan, pystytään samoja tiedostoja tarkastelemaan millä tahansa verkkoyhteyttä tukevalla laitteella. (Dropbox 2013.)

Loimme lehdelle Dropbox-kansion maaliskuussa, kun ensimmäiset kuvat ja jutut alkoivat valmistua. Loimme Dropboxiin omat kansiot muun muassa ilmoituksille, jutuille, taitolle ja kuville, ja lisäksi näille useita alakansioita (Kuva 8). Hyödyllisin Dropbox oli juuri kuvien kannalta. Kainulainen pystyi kätevästi poimimaan käsiteltäväksi Saarisen ja Heinosen lisäämiä kuvia. Saarinen tallensi Dropboxiin myös varmuuskopiona keskeneräisiä taittoja ja muuta tärkeää materiaalia.

Name ▲	Kind	Modified
Ilmoitukset	folder	--
Jutut taittoon	folder	--
Kuvat käsiteltäväksi Harnekselle	folder	--
Raakakuvat	folder	--
Taitto	folder	--
Valmiit kuvat taittoon	folder	--
Valmiit kuvat	folder	--
1 version korjauksia.txt	document txt	4/24/2013 8:48 PM

Kuva 8. Junnulehden Dropbox-kansion päänäkymä 24.4.2013.

## 4.5 Ei-toimituksellisen työn kulku

Journalistisen sisällön valmistumisen lisäksi tekijöiden piti varmistaa muiden projektin osa-alueiden toimiminen. Näitä ovat ilmoitusmyynti, yhteistyö painotalon kanssa sekä jakelun toteuttaminen.

### 4.5.1 Ilmoitusmyynti

Junnulehti rahoitetaan kokonaan ilmoitusmyynnillä. Lehden ilmoitusmyynti on ”ulkoistettu” PPJ:n joukkueille. Joukkueet myyvät lehteen ilmoituksia omien kontaktiensa kautta ja saavat myydyistä ilmoituksista provision oman joukkueensa kassaan.

Myynnin avuksi Junnulehdelle laadittiin mediakortti vuoden 2012 lehden mediakortin pohjalta. Mediakortissa esitellään lyhyesti seura ja kerrotaan kaikki tarvittavat detaljit lehden rakenteesta, kuten painoksen suuruus, jakelu, paperilaatu sekä tietysti ilmoitusten hinnasto ja ilmoituskoot (Liite 2). Ilmoitusten hinnat hyväksyi PPJ:n hallitus.

Mediakortti lähetettiin sähköpostitse jokaiselle seuran joukkueenjohtajalle 25.2.2013. Saatekirjeessä kehoitettiin levittämään mediakorttia kaikille joukkueen vanhemmille ja kannustettiin myyntityöhön muistuttamalla, että jokainen myyty ilmoitus edistää

konkreettisesti oman joukkueen toimintaa lisätuloina. Kirjeessä myös esiteltiin lehteä ja siihen suunniteltua pääjuttua Mikael Forssellista. Ilmoitusaineiston lähettämisen takarajaksi päätettiin 15.4.2013, noin viikko ennen lehden ensimmäisen version lähtöä painoon. (Liite 3.)

Mediakortin mukana lähetettiin myös ilmoitusvahvistuslomake. Tarkoitus oli, että jokainen ilmoittaja allekirjoittaa lomakkeen, jolla sitoutuu virallisesti ostamaan lehdestä ilmoituksen. Vahvistuslomake haluttiin varmistamaan etenkin isompien ilmoitusten, kuten takasivun ilmoituksen, toteutuminen sovitusti. Käytännössä ani harva ilmoittaja vaivautui täyttämään ja lähettämään lomaketta, eikä toimitus ilmoittajia tähän kovin vahvasti painostanutkaan. Kaikkein kalleimman, takasivun ilmoituksen ostaneelta yritykseltä lomake kuitenkin vaadittiin yhdessä PPJ:n sponsorihankinnasta vastaavan vastuuhenkilön kanssa, sillä ilmoittaja osallistui myös toiseen PPJ:n tapahtumaan yhteistyökumppanina.

PPJ:n hallitus päätti edistää tahollaan ilmoitusmyyntiä. Hallituksen jäsenille jaettiin omat vastuujoukkueet, joita he kannustivat ja tukivat ilmoitusmyyntiin liittyvissä asioissa (Saarinen, J. 25.2.2013). Myös toimitus patisti joukkueita muutamalla kannustusmaililla, mutta muutoin toimitus ei aktiivisesti edistänyt ilmoitusmyyntiä. Saarinen ylläpiti listaa varatuista ilmoituksista ja merkkasi ylös ilmoituksen myyneen joukkueen sekä ilmoittajan laskutustiedot.

Valtaosa ilmoituksista saapui toimitukseen määräaikaan mennessä ja oikeassa formaatissa. Saarinen sijoitti saapuneet ilmoitukset välittömästi niille määritellyyn paikkaan lehden taitossa, jolloin mahdolliset ongelmat tiedostoissa nähtiin heti. Osa ilmoituksista saapui myöhässä tai vääränkokoisina, joten myös ilmoittajien tai heidän palkkaamien mainostoimistojen kanssa piti käydä tiivistä yhteydenpitoa. Tässäkin asiassa apuna oli se, että taiton ja ilmoitusliikenteen hoiti sama henkilö. Jos vaikkapa vääränkokoinen ilmoitus olisi huomattu vasta taiton loppuvaiheessa, aikaa reagointiin olisi saattanut jäädä niukasti.

Lehden ilmestymisen jälkeen ilmoittajilta laskutettiin ilmoitushintojen mukaiset maksut PPJ:n tilitoimiston kautta. Maksullisten ilmoitusten lisäksi lehdessä on ilmoituksia PPJ:n

yhteistyökumppaneilta, joille on yhteistyösopimuksessa luvattu näkyvyyttä seuran julkaisuissa.

#### **4.5.2 Jakelu**

Jotta Junnulehti tavoittaisi kaikki halutut tahot, lehden jakelu tuli suunnitella huolella. Lehti piti ensinnäkin toimittaa jokaiselle PPJ:n jäsenelle ja toisekseen mahdollisimman moneen kotitalouteen toiminta-alueella Etelä-Helsingissä. Vuonna 2012 jakelu toteutettiin aluksi yksinomaan suorajakeluna jakelufirman kautta. Kun kävi selväksi että jakelufirma ei pysty jakelemaan lehteä jokaiseen postinumeroiden kotitalouteen, lehti lähetettiin jälkikäteen Itellan kautta suoraan jäsenille. Edellisvuoden jakeluun oltiinkin seuran hallituksessa hieman pettyneitä.

Niinpä Saarinen piti alusta alkaen tärkeimpänä asiana sitä, että jokainen PPJ:n jäsen saa oman kappaleen tuoreesta lehdestä heti sen ilmestyttyä. PPJ:n hallituksen kokouksessa sovittiinkin, että Junnulehti postitetaan Itellan kautta seuran jäsenrekisterissä oleville henkilöille (PPJ:n hallituksen kokouksen pöytäkirja 18.3.2013).

Saarinen sopi jakelusta jo edellisvuona käytetyn Helsingin Jakelu-Expert Oy:n kanssa. Jakelijan kanssa sovittiin ne postinumerot, joihin lehtiä tulaisiin jakamaan (Posa, V. 1.2.2013). Jakelija korosti, että he eivät voi luvata, että lehti päätyy aivan jokaiseen kotitalouteen kyseisillä postinumeroalueilla. Jakelijalla ei yksinkertaisesti ole pääsyä kaikkiin taloihin. Heillä kuitenkin on tiedossa tarkka lukumäärä kotitalouksista, joihin heillä on pääsy. Niinpä jakelufirma pystyi lupaamaan, että lehti voidaan jakaa kaikkiaan 21 288 kotitalouteen. Tämä lupaus riitti Saariselle ja PPJ:n hallitukselle.

Lehden paino- ja tuotantoaikataulut määräytyivät pitkälti jakeluaikataulun mukaan. Lehti haluttiin julkaista lauantaina 11.5.2013, jotta sitä olisi saatavilla PPJ:n kevättriehassa samana päivänä. Jakelu toteutettiin samana viikonloppuna, mikä tarkoitti sitä, että lehtien tuli olla jakelijan varastolla saman viikon keskiviikkona. Tämän mukaan määräytyi luonnollisesti lehden painopäivä.

Toimituksen tai toimeksiantajan tietoon ei ole tullut ongelmia jakelussa, joskin jakelun toteutumista ei seurattu aktiivisesti.

#### **4.5.3 Paino**

Oleellinen osa onnistunutta lopputuotetta on sopivan painotalon löytäminen. Edellisvuoden Junnulehteä varten tehtiin laaja tarjouspyyntökierros eri painotalojen välillä. Lopulta vuoden 2012 lehden painotaloksi valikoitui Sanomapaino. Niinpä Saarinen lähestyi ensimmäisenä Sanomapainoa ja lähetti hyvissä ajoin tarjouspyynnön uuden lehden painotyöstä. Yhtiö tarjosikin painotyötä samaan hintaan kuin edellisvuonna (Lähtenmäki, J. 31.1.2013). Saarinen oli tyytyväinen edellisvuoden yhteistyöhön Sanomapainon kanssa ja oli valmis hyväksymään tarjouksen.

PPJ:n puheenjohtaja Olavi Similä onnistui kuitenkin omien kontaktiensa avulla saamaan kilpailevan tarjouksen painotalo Lönnbergiltä. Similän kovan tinkimisen jälkeen Lönnberg tarjosi painotyötä hieman kalliimmalla kuin Sanomapaino. Lönnbergin eduiksi kuitenkin katsottiin tilaajan henkilökohtainen suhde yhtiöön ja täten tae vaivattomasta yhteistyöstä sekä Lönnbergin käyttämä moderni kuivaoffset-sanomalehtirotaatio. Similälle ja Saariselle vakuutettiin, että tämän painotekniikan avulla lopputuloksesta tulee parempilaatuinen kuin perinteisellä rotaatiopainolla (Similä, O. 21.2.2013). Kaiken lisäksi Lönnberg lupaa painonsa olevan poikkeuksellisen ympäristöystävällinen (Lönnberg 2012b). Niinpä Saarinen ja Similä päätyivät tilaamaan painotyön Lönnbergiltä.

Maaliskuussa tapasimme Similän kanssa Lönnbergin edustajan Seppo Jussilan. Toimitimme tällöin toimeksiantajalle suullisen väliraportin lehden etenemisestä sekä sovimme toimeksiantajan ja painon edustajan kanssa lopulliset deadlinet ja lehdessä käytettävän paperilaadun. Lönnberg ei tavallisesti paina lehtiä Junnulehden formaatissa, mutta Jussilan mukaan lehden koko 260mm\*380mm ei tuottaisi heille ongelmia.

Lehden ilmestymispäiväksi oli jo aiemmin sovittu lauantai 11.5.2013. Halusimme ennen viimeisen version lähettämistä saada taitosta vedokset mahdollisia viime hetken muutoksia varten. Niinpä painotalon kanssa sovittiin, että ensimmäinen versio

toimitetaan painolle 25.4., jonka jälkeen korjauksien tekeminen vedosten pohjalta on vielä mahdollista. Lopullinen versio lehdestä tuli toimittaa painoon perjantaina 3.5., viikko ennen julkaisupäivää. Näin valmiit lehdet saataisiin toimitettua ajoissa jakelufirmalle. (Heinonen, J., Jussila, S., Saarinen, M., Similä, O. 13.3.2013)

Tapaamisessa sovittiin myös paino- ja taittotyön teknisistä yksityiskohdista. Saarinen sopi Jussilan kanssa, että taitto lähetään painoon niin sanottuna painovalmiina PDF-tiedostona. Tämä tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että taittotiedosto tallennetaan PDF-muotoon niin, että painossa sille ei tarvitse tehdä enää mitään toimenpiteitä. Oleellisia asioita ovat muun muassa, että sivujen reunoille jää sovitun suuruinen marginaali, kuvat ovat oikeassa resoluutiassa, fontit sisältyvät tallennustiedostoon ja että värit on määriteltä oikein (Lönnberg 2012a).

PDF-tiedoston siirrossa Lönnbergin palvelimelle käytettiin apuna FTP-tiedonsiirtoprotokollaa. FTP:n avulla voidaan siirtää isojaakin tiedostoja helposti internetin kautta muiden ladattavaksi (Windows 2013).

Koska Saarinen ja Heinonen eivät ole paino- ja taittoteknisten asioiden asiantuntijoita, vedosten ottaminen nähtiin erittäin tärkeänä. Painotalo näkee vedoksia painaessaan, jos painotiedostossa tai jossain sen osassa on jotain ongelmia lopullista painotyötä ajatellen. Näin isojaakin virheitä pystyttäisiin vielä korjaamaan ilman, että lehden julkaisuaikataulua jouduttaisiin muuttamaan. Lönnberg toimitti Saariselle niin sanotun plotter-vedoksen lehdestä. Plotter-vedos on suurille arkeille painettu vedos lopullisesta painotuotteesta, josta voi tarkistaa muun muassa elementtien asemoinnin sivuilla. Plotter-vedos kuitenkin painetaan erilaiselle paperille kuin lopullinen tuote, joten siitä ei voi arvioida värejä (Lönnberg Painot 2011).

Asiointi painotalon kanssa sujui varsin hyvin. Jussila neuvoi Saarista ja Kainulaista useissa teknisissä asioissa, ja lopputulos oli pääosin erinomainen. Painojälki oli laadukkaamman paperin ansiosta selvästi parempaa kuin edellisvuonna, kuten etukäteen luvattiinkin. Virheenä voidaan pitää sitä, että osa PPJ:n omaan varastoon jääneistä lehdistä painettiin väärään kokoon. Syynä oli ilmeisesti se, että Junnulehden sivukoko ei ole Lönnbergille tavanomainen. Niinpä osa lehdistä painettiin 10 mm liian matalaan kokoon. Ylivoimainen valtaosa, eli Itellan jakeluun ja suorajakeluun menneet

lehdet tehtiin kuitenkin oikeassa koossa, joten todella isolta vahingolta onneksi vältyttiin. Lönnberg hyvitti virhettä antamalla alennusta painotyöstä.

## **5 Kohderyhmät**

Junnulehteä tehdään ensisijaisesti jo seuran toiminnassa mukana oleville ihmisille sekä potentiaalisille uusille jäsenille. Tässä luvussa tarkastellaan, miten lehden toteutuneet jutut palvelevat näitä kohderyhmiä. Olemme jakaneet kohderyhmät kolmeen osaan: PPJ:n toiminnassa mukana olevat vanhemmat, PPJ:n toiminnassa mukana olevat lapset sekä lehden jakelualueella asuvat potentiaaliset uudet jäsenet, eli vanhemmat, joiden lapsi voisi olla kiinnostunut jalkapallon harrastamisesta PPJ:ssä. Tämän lisäksi erittelemme luvussa muutamia muita kohderyhmiä, joita lehden journalistinen sisältö voisi kiinnostaa puhtaasti informatiivisessa tai viihteellisessä mielessä, mutta jotka eivät ole potentiaalisia uusia PPJ:n jäseniä.

### **5.1 PPJ-vanhemmat**

Pääasiassa vanhemmille suunnatut jutut Junnulehdessä ovat uutisia tai henkilöhaastatteluja, jotka käsittelevät seuran toimintaa eri tasoilla. Tällaisia juttuja ovat muun muassa eri juniorijoukkueiden toiminnasta kertovat jutut, kuten juniorivalmentajien haastattelut sekä harrastusryhmiä, kuten eri ikäluokkajoukkueita, Fudiskoulua ja iltapäiväkerhoja, käsittelevät jutut. Lisäksi vanhempia kiinnostanee myös seuran kenttäolosuhteita ja aikuisjoukkueiden toimintaa käsittelevät jutut. Näiden juttujen yhdistävänä tekijänä on informatiivisuus. Jutuissa kerrotaan selkeästi, millaista toiminta seuran sisällä eri tasoilla on, ja miten se mahdollisesti vaikuttaa lasten ja heidän vanhempiansa arkipäiväiseen toimintaan.

Lisäksi lehdessä on juttuja, jotka eivät ole suoraan suunnattu PPJ:n toiminnassa mukana oleville vanhemmille, mutta jotka luultavasti kiinnostavat heitäkin. Lähtökohtaisesti tämä ryhmä voi hyvin lukea lehden jokaisen jutun.

#### **Esimerkki 1**

Uutinen ”Perinteiset Fudiskoulut järjestetään kesällä” on malliesimerkki PPJ:n toiminnassa mukana oleville vanhemmille suunnatusta jutusta, jossa tiedotetaan seuran

toiminnasta. Uutinen kertoo tulevan kesän jalkapallokoulujen sisällöstä, järjestämisestä, niiden aikatauluista, hinnoista ja siitä, ketkä kouluihin voivat osallistua.

Suora lainaus jutusta: *”Jalkapallokoulu on hyvä tapa viettää kesäisiä päiviä laadukkaasti ohjatun liikunnan merkeissä.”*

## **Esimerkki 2**

Uutinen ”Etelä-Helsingin kentät uudistuvat” on toinen hyvä esimerkki. Kaupungin kenttäolosuhteet on ikuisuusteema helsinkiläisessä jalkapallossa ja vaikuttaa myös suoraan lasten vanhempien toimintaan. Uutinen tarjoaa asiasta tuoretta tietoa.

Suora lainaus jutusta: Seuran olosuhdevastaava Mikael Anthoni: *”Uudistuvat omat kentät ovat ensinnäkin lähellä toiminta-alueitamme, joten vanhemmat, eli lasten autonkuljettajat, lienevät erittäin tyytyväisiä.”*

## **5.2 PPJ-juniorit**

Jo ensimmäisessä suunnittelupalaverissa tammikuussa pohdimme nimenomaan PPJ:n alakouluikäisille pelaajille suunnattuja juttuideoita (Heinosen muistiinpanot 2013).

Lopulliseen lehteen päätyi kuitenkin vain kaksi suoraan junioreille suunnattua juttua, jotka nekin ovat molemmat kainaloelementtejä. Toinen on kahdelle nuorelle maalivahdille tehty kysymys–vastaus-gallup ja toinen on kansijutun henkilön Mikael Forssellin nuorille pelaajille suunnattu vinkkikainalo. Päädyimme tällaiseen ratkaisuun, koska suoraan lapsille suunnatut juttukokonaisuudet eivät istuneet mielestämme lehden yleisilmeeseen asiajuttujen sekaan.

Kahden kainaloelementin ohella lapsilukijoita kiinnostanevat myös jutut seuran nuorimmasta ja vanhimhasta pelaajasta sekä neljästä veljeksestä, jotka pelaavat PPJ:n Ruoholahden joukkueessa. Uskomme nuorempien lukijoiden ainakin silmäilevän nämä jutut läpi, koska molemmissa jutuissa lapset ovat pääosassa niin tekstissä kuin kuvituksessakin. Jutut kiinnostavat varmasti ainakin haastateltujen lasten joukkueovereita.

## **Esimerkki**

Kansijutun vinkkikainalo ”Miklun tärpit junnupeleajille” on otsikkonsa mukaisesti suunnattu nimenomaan jalkapallojunioreille. Siinä ammattilaisjalkapalloilija antaa evääksi menestykseen kolme konkreettista ja kullannarvoista neuvoa.

Suora lainaus jutusta: Mikael Forssell: *”Unelmoi ja tähtää korkealle!”*

### 5.3 Potentiaaliset uudet jäsenet

Moni PPJ-vanhemmille suunnatuista jutuista sisältää myös elementtejä, jotka markkinoivat seuraa ulospäin. Jutuissa on muun muassa kainaloina faktalaatikoita, joissa kerrotaan seuran tai ikäluokkajoukkueen toiminnasta ja neuvotaan, miten pääsee mukaan toimintaan.

Seuran toiminnassa mukana olevista henkilöistä kertovissa jutuissa välitetään lukijalle ammattimainen kuva henkilöistä. Lapselleen jalkapalloseuraa etsivä vanhempi saattaa ajatella, että ”tässä seurassa asiat toteutetaan näemmä ammattimaisesti ja hyvin”.

Maahanmuuttajataustaisista pelaajista kertova juttu puolestaan viestii lukijalle seuran monikulttuurisesta ja suvaitsevasta ilmapiiristä. Lisäksi seurasta kertovien juttujen määrä ja monipuolisuus kertoo jo itsessään toiminnan laajuudesta ja antaa kattavan ja rehellisen kuvan potentiaaliselle uudelle jäsenelle. Mikäli PPJ seurana vakuutti lukijan, viimeisellä sivulla on kätevästi listattuna selkeästi kaikkien eri ikäluokkien joukkueet ja niiden yhteyshenkilöiden yhteystiedot.

#### Esimerkki

PPJ:ssä pelaavista veljeksistä kertova juttu ”Neljä pallo-poikaa Ruohiksesta” on hyvä kuvaus siitä, millaista elämä PPJ:ssä on ja miten seura on ollut apuna etelähelsinkiläisperheiden arjessa. Jutussa kerrotaan muun muassa siitä, miten PPJ:n toiminnan saapuminen Ruoholahteen kasvatti alueen yhteisöllisyyttä.

Suora lainaus jutusta: perheen isä Hubert Kuta: *”Se on niin kuin perhe. Kaikki lapset ovat samalla luokalla koulussa ja samassa joukkueessa. He ovat kasvaneet yhdessä. Meillä on paljon ystäviä PPJ:n ansiosta. Se on hyvä lapsille ja myös aikuisille.”*

## 5.4 Toissijaiset kohderyhmät

Kolmen pääkohderyhmän lisäksi osa lehden jutuista kiinnostanee myös muita ihmisiä seurayhteisön tai jopa Helsingin ulkopuolelta. Jaoimme nämä henkilöt neljään kohderyhmään. Ne ovat suomalaisesta jalkapallosta kiinnostuneet, jalkapallovalmennuksesta kiinnostuneet, jalkapallosta kiinnostuneet helsinkiläiset ja etelähelsinkiläiset, joita jalkapallo ei välttämättä kiinnosta lainkaan.

### 5.4.1 Suomalaisesta jalkapallosta kiinnostuneet

Noin puolessa lehden jutuista on elementtejä tai ne ovat kokonaan sellaisia, jotka luultavasti kiinnostavat suomalaisen jalkapallon ystävää tämän asuinpaikasta riippumatta. Tällaisia ovat muun muassa kansallisesti tunnettujen pelaajien ja valmentajien haastattelut.

Lisäksi jalkapallokulttuurista kertovat reportaasit Argentiinasta ja Italiasta kiinnostavat yleispätevyytensä vuoksi jokaista laji-ihmistä. Kolmas kategoria on Helsingin tuomaritilanteesta kertova juttu. Vaikka uutinen käsitteleekin pääosin Helsingin tilannetta, on vastaavanlaisia ongelmia ollut myös muualla Suomessa (Espoon Erotuomarikerho ry 2013; Suomen Palloliitto 2013). Neljäs oma kategoriansa on urheilijan polvivaivoista kertova juttu.

#### Esimerkki 1

Mikael Forssellista kertova henkilökuva ”Syntynyt maalintekijäksi” kiinnostaa takuulla jokaista jalkapallosta kiinnostunutta suomalaista. Forssell on kautta aikain yksi menestyneimmistä ja tunnetuimmista urheilijoistamme ja hänen nimensä on tuttu jokaiselle suomalaista jalkapalloa seuranneelle ihmiselle. Junnulehden juttu hänestä on kattava, informatiivinen sekä viihdyttävä, ja tarjoaa mahdollisesti jotain uutta tietoa yleisölle.

Suora lainaus jutusta: *”Miklu treenasi parhaimmillaan kolmen eri joukkueen kanssa sekä lisäksi omalla ajalla koulun jälkeen ja ennen koulun alkua.”*

#### Esimerkki 2

Naisjalkapalloilu Argentiinassa on suomalaiselle jalkapallon ystävälle varmasti aivan vieras teema ja siksi aiheena tuore näkökulma maailman jalkapallokulttuuriin. Kanerva Koivusalon kirjoittama reportaasi ”Naisjalkapalloa Argentiinassa: Kuin apinat eläintarhassa” on omakohtainen ja viihdyttävä kuvaus kulttuurista, jossa naisten jalkapallo on aivan lapsenkengissä.

Suora lainaus jutusta: *”Yliopistossa, jossa suoritin vaihto-opiskelua, oli poikien jalkapallojoukkue. Kun kysyin vastaavaa tyttöjen joukkuetta, koulun urheiluvastaava vain naurahi ja kääntyi vastaamaan seuraavaan kysymykseen, aivan kuin omani olisi ollut jonkun sortin huumoria.”*

#### **5.4.2 Valmennuksesta kiinnostuneet**

Monet lehdessä haastatelluista PPJ:n toimijoista ovat myös juniorijoukkueiden valmentajia. Osassa haastatteluista valmentaminen on ollut nimenomaan jutun näkökulmana. Vaikka monessa jutussa käsitelläänkin vain PPJ:ssä valmentamista, voi esimerkiksi länsisuomalainen juniorivalmentaja saada PPJ-valmentajilta arvokkaita vinkkejä omaan työhönsä. Yleisesti kaikille valmentajille suoraan on suunnattu kaksi juttua. Ensimmäinen on Suomen naisten A-maajoukkueen päävalmentajan Andrée Jeglertzin haastattelu ja toinen miesten A-maajoukkueen maalivahtivalmentajan Antti Niemen haastattelu.

#### **Esimerkki**

Andrée Jeglertzin haastatteluun pohjautuva juttukokonaisuus ”Tyttöfutis nousuun perusasioita parantamalla” pureutuu suomalaiseen juniorivalmennukseen. Juttukokonaisuuden näkökulmana on nuorten tyttöjen valmennus, mutta jutussa käsitellään myös suomalaista juniorivalmennusta yleisesti sukupuoleen katsomatta. Vaikka Jeglertz kertoi näkemyksiään PPJ:n Iltakoulu-tilaisuudessa, käsitteli luento koko Suomen juniorivalmennuksen tilaa (Heinosen muistiinpanot 2013).

Suora lainaus jutusta: *”Ikäluokkien yli harppomiseen sekä tasoluokitteluun liian varhaisessa vaiheessa liittyy myös motivaatio-ongelma. Jeglertz muistuttaa, että siinä missä pojat ovat kilpailuhenkisiä ja pelaavat enemmän koska pitävät lajista, arvostavat tytöt enemmän yhdessäoloa kavereiden kanssa.”*

### 5.4.3 Jalkapallosta kiinnostuneet helsinkiläiset

Yksi pääkohderyhmistämme oli potentiaaliset uudet jäsenet PPJ:lle, mutta moni lehden jutuista kiinnostaa myös muita kaupunkilaisia, joille jalkapallo on lähellä sydäntä. Tällaisia ovat tietysti ne jutut, jotka kiinnostavat jokaista suomalaista jalkapallon ystävää, mutta näiden lisäksi myös vain Helsinkiin sidotut jutut. Esimerkkeinä käyvät aiemmin mainittu uutinen Etelä-Helsingin kentistä sekä PPJ:n miesten joukkueista kertovat jutut.

#### Esimerkki

PPJ Akatemian ja Klubi 04:n välisestä Suomen Cupin ottelusta kertova reportaasi on otanta helsinkiläisestä jalkapallokulttuurista parhaimmillaan. Tekstissä ja kuvissa vilisee myös muille kuin PPJ:tä tunteville tuttuja nimiä, kuten entinen A-maajoukkuepelaaja Aki Riihilahti. Ottelukuvaus on myös viihdyttävää luettavaa.

Suora lainaus jutusta: *”56. peliminuutilla tuttu habmo ilmestyy sivurajalle. Nuorten poikien sekaan on hyppäämässä mies, joka on pelannut urallaan 69 A-maaottelua, Englannin Valioliigassa sekä voittanut Suomen mestaruuden neljästi. Aki Riihilahti on valmiina peliin.”*

### 5.4.4 Etelähelsinkiläiset

Vaikka lehti on tehty ennen kaikkea jalkapallon ystäville, löytyy osasta jutuista ehkä jotain myös sellaisille ihmisille, joita laji ei kiinnosta pätkääkään. ”Etelä-Helsingin kentät uudistuvat” -uutinen on informaatiota kaupunkikuvan muuttumisesta, siinä missä uutinen uudesta pyörätiestä vaikkapa Helsingin Sanomissa.

Osassa jutuista viitekehyksen eli jalkapallon taustalla voi puolestaan olla yhteiskunnallinen ilmiö. Maahanmuuttokeskustelu on arkipäiväinen asia nyky-Suomessa, joten maahanmuuttajan näkemykset jalkapalloseuran vaikutuksesta hänen asuinympäristöönsä ovat yksi näkökulma laajempaan kuvaan. Yhtälailla lasten iltapäiväkerhotoiminta puhuttaa tänä päivänä (Helsingin Uutiset 2013). PPJ:n iltapäiväkerhoista kertova juttu tuo oman panoksensa tähän keskusteluun.

## **Esimerkki**

Myös kansijutussa on osaltaan painotettu Etelä-Helsingin osuutta Mikael Forssellin lapsuudessa. Monelle jakelualueen lukijalle voi tulla uutena tietona, että maailmoja kiertänyt julkisuuden henkilö on ottanut ensi askeleensa jalkapallon parissa aivan naapurissa.

Suora lainaus jutusta: Mikael Forssell: *”Joskus 12–13-vuotiaana ruinasin Johanneksen kentällä Baarin Pallon aikuisilta jätkeiltä, että ottakaa mut mukaan, kyllä mä pärjään teidän kanssanne.”*

## 6 Lopputuloksen arviointi

Tässä luvussa tarkastelemme valmista Junnulehteä ja sen syntyprosessia paitsi saamamme palautteen, myös itsearvioinnin avulla. Vertaamme lopputulosta lehdelle asettamiimme tavoitteisiin. Lisäksi kokoamme muutamia konkreettisia kehitysehdotuksia tuleville lehdentekijöille.

### 6.1 Palaute lehdestä

Keräsimme palautetta Junnulehdestä haastatteleamalla toimeksiantajan edustajaa, PPJ:n puheenjohtajaa Olavi Similää. Lisäksi keräsimme epävirallisemmin kommentteja seuran hallitukselta ja työntekijöiltä sekä muilta aktiivisilta seuratoimijoilta.

Itse lehden osalta palaute on ollut yksinomaan positiivista. Similän mukaan lehdelle asetetut laadulliset tavoitteet täyttyivät kirkkaasti. Hän piti juttuvalikoimaa laajana. Lehti esitteli seuran toimintaa monista eri näkökulmista. Myös muut jutut, kuten ulkomaan reportaasit, toimivat hyvänä mausteena seura-asioden lomassa. Similän mielestä jutut oli kirjoitettu oikealla tyylillä: ”Ei liian totinen, mutta toisaalta asiallinen. Ei mitään hömppää eikä höttöä.” Jutut antoivat oikeanlaisen kuvan seuran toiminnasta ja arvomaailmasta. Lehden pääkohderyhmät, eli seuran oma väki ja toiminta-alueen asukkaat, otettiin huomioon. (Similä, O. 6.10.2013.)

Erityisesti Similä koki lehden kehittyneen visuaalisesti. Ammattikuvaajan erinomainen työnjälki näkyi, ja ammattimaista kuvaajaa tulee käyttää jatkossakin. Similä piti lehteä myös taitollisesti hallittuna kokonaisuutena. Rakenteeseen ja ulkoasuun ei hänen mukaansa ole syytä tehdä muutoksia, vaan lehden voi tehdä jatkossakin tälle hyvin toimivalle pohjalle. Satsaus parempaan paperin laatuun kannatti. (Similä, O. 6.10.2013.)

Toimeksiantaja oli tyytyväinen projektinhallintaan. Tieto kulki tekijöiden ja seuran välillä hyvin. Työ eteni sujuvasti ilman, että toimeksiantajan tarvitsi siihen juurikaan puuttua.

Lehden jakelua pidettiin viime vuotta onnistuneempana. Jäsenjakelun hoitaminen Itellan kautta oli tarpeellinen korjausliike edellisvuodesta. Suorajakelun toteutumista on vaikea seurata, mutta kenenkään korviin ei ole kantautunut tietoa, että lehti ei olisi löytänyt perille. Ongelma on myös se, että Helsingin seudulla on vain vähän jakelufirmoja, joita voisi kilpailuttaa. (Similä, O. 6.10.2013.)

Palautteen perusteella eniten kehitettävää on ilmoitusmyynnissä. Similä oli tyytyväinen siihen, että lehti jäi omilleen ja jopa voitolliseksi (Similä, O. 6.10.2013). Seurassa kuitenkin ymmärretään, että lehdessä olisi potentiaalia vielä paljon isompaan mainospottiin. Samaan aikaan tunnustetaan, että ilmoitusmyyntiä ei vielä oikein osata, ja että muiden seurojen erilaisissa julkaisuissa vaikuttaisi olevan selvästi enemmän ilmoituksia (Anthoni, M. 6.10.2013). PPJ:n hallituksessa ei ole henkilöä, joka olisi luonteva myyntitykki, päinvastoin moni kokee ”mainosten ruinaamisen” suorastaan vastenmielisenä (Similä, O. 6.10.2013).

Kokonaisuutena lehteä pidettiin erinomaisena käyntikorttina PPJ:lle. Similän mukaan lehteä on ollut ilo jakaa muun muassa Palloliiton ja Helsingin piirin tilaisuuksissa. Muiden seurojen edustajatkin ovat ihmetelleet lehden hyvää laatua. Myös lähialueen asukkaat ovat saaneet hyvän tietopaketin PPJ:n toiminnasta. (Similä, O. 6.10.2013.)

## **6.2 Omat kokemukset**

Saavutimme lehdelle ja itsellemme asettamamme tavoitteet. Johdimme lehtiprojektia järjestelmällisesti alusta loppuun saakka. Toiminta kaikkien yhteistyökumppaneiden kanssa sujui saumattomasti. Perusteellisen ennakkosuunnittelun avulla kokonaisuudesta tuli hallittu ja aikataulut pitivät hyvin. Lehden kanteen saimme kansainvälisesti tunnetun urheilijan, ja pääsimme tekemään useita erilaisia juttutyppejä. Emme joutuneet tekemään lehden sisällön kanssa juurikaan kompromisseja. Jutut ja visuaaliset ratkaisut toteutuivat hyvin pitkälti niin kuin olimme halunneet.

Valmis lehti on päivitetty ja kaikin puolin parempi versio edellisvuoden Junnulehdestä. Visuaaliset tavoitteet täyttyivät, lehti on yhä visuaalisesti siinä missä, mutta etenkin laadukkaiden valokuvien ja paremman paperilaadun ansiosta näyttävämpi paketti.

Erityiset painopistealueet, eli kansi ja pääjuttu, ovat visuaalisesti juuri niin hyvännäköisiä kuin tavoittelimmekin.

Onnistuimme kohdentamaan juttuja varsin hyvin eri kohderyhmille. Asetimme yhdeksi tavoitteeksi tuottaa aiempaa enemmän sisältöä kaikkein nuorimmille lukijoille, mutta tässä emme onnistuneet. Emme löytäneet asiapitoisesta lehdestä luontevaa paikkaa nimenomaan lapsipelaajille suunnatulle sisällölle, vaikka alun perin suunnittelimmekin juttua esimerkiksi futiskeräilykorteista. Tässä Junnulehti voisi vielä kehittyä. Muilta osin onnistuimme löytämään varsin laajan kirjon juttuaiheita. Myös avustajilta saadut jutut olivat erinomaisia, mikä helpotti lehden rakentamista.

Ilmoitusmyynnin edistämiseen meillä ei riittänyt aikaa tai osaamista, kuten ennakoon osasimme arvioida. Mediakortin ja sen mukana lähetetyn saatekirjeen suunnittelu jäi hieman puolitiehen. Mediakortti (Liite 2) jäi jälkiviisaana hieman suppeaksi, kun taas saatekirjeessä (Liite 3) jaariteltiin liiaksikin. Kaikesta huolimatta lehti teki hieman voittoa, mikä olikin tavoitteena.

Henkilökohtaisena tavoitteenamme oli saada aikaiseksi konkreettinen työnäyte, jolla voi esitellä omaa kokonaisvaltaista journalistista osaamista. Tämä tavoite täyttyi. Saimme myös varmuutta siitä, että kykenemme viemään isompiakin journalistisia projekteja läpi itsenäisesti. Koemme, että voimme ylipäänä esitellä Junnulehteä työnäytteenä.

### **6.3 Miten Junnulehden voisi toteuttaa jatkossa?**

Kahdesti ilmestynyt Junnulehti on mielestämme löytänyt konseptin, jonka voi monistaa uudestaan useita kertoja. Ulkoasuun, sisältöön ja jakeluun on löydetty toimivat toimintamallit. Etenkin ilmoitusmyynnissä on kuitenkin vielä paljon mahdollisuuksia.

#### **6.3.1 Sillä voi tehdä rahaa**

Junnulehti jaellaan Etelä-Helsingin alueille, joilla asuu maan varakkaimpia ihmisiä. On aivan varmaa, että moni isokin yritys haluaa kiihkeästi tavoittaa nämä ihmiset mainonnallaan. Luotettavan, hyvämaineisen jalkapalloseuran hyvälaatuinen julkaisu on

mainio vaihtoehto ilmoittajille. Näihin ilmoittajiin on mahdollista päästä käsiksi, jos asiaan panostetaan jatkossa enemmän resursseja.

Käytännössä tämä vaatii sen, että PPJ löytää oikean henkilön vastaamaan ilmoitusmyynnistä. Pelkkä mediakortin lähettäminen yrityksille ei riitä, vaan tarvitaan kovempaa myyntityötä. Voisi olettaa, että yli 900 jäsenen ja heidän lähisukulaistensa joukosta löytyisi myynnin ammattilaisia, joilla olisi intoa lähteä mukaan talkootyöhön oman seuran hyväksi. Toinen konkreettinen parannus olisi mediakortin laajentaminen. Mediakortissa tulisi teknisten tietojen ja seuran lyhyen esittelyn lisäksi olla tietoa jakelualueesta. Ilmoittaja kiinnostuu varmasti, jos mediakortissa kerrotaan vaikkapa: ”Junnulehdellä saavutat satatuhatta ostovoimaista mielipidevaikuttajaa Helsingin ytimeä!” Mediakorttiin voisi kerätä faktatietoa alueesta, esimerkiksi Ullanlinnan ja Eiran asukkaiden keskiansiot.

Laadukas tuote tulisi siis yhdistää houkuttelevaan mediakorttiin ja innokkaaseen myyjään. Tuloksena PPJ voisi tehdä Junnulehdellä reiluakin voittoa.

Lisäksi lehden jakelua ja näkyvyyttä on mahdollista tehostaa. Lehtiä saisi näkymään myös jakelualueen katukuvassa, jos sen saisi esille vaikkapa Ruoholahden kauppakeskukseen lehtitelineeseen samaan tapaan kuin Metro-lehti. Lehtiä voisi toimittaa myös muihin yleisiin tiloihin, kuten pienempiin kauppoihin, kahviloihin tai kirjastoihin.

### **6.3.2 Sen voi tehdä pienemmällä vaivalla**

Junnulehden tekeminen tässä raportissa kuvatulla tavalla on prosessi, joka vaatii aikaa ja panostusta. Lienee harvinainen tilanne, että PPJ saa näin suuren työpanoksen ilmaiseksi, kuten meidän kohdallamme kävi. Siksi jatkossa on varmasti realistista, että lehden tekijäksi pestataan vetäjä, jolle maksetaan työstä palkkaa.

Toisaalta laadukkaan Junnulehden voi jatkossa tehdä myös vähemmällä panostuksella. Lehdellä on nyt selkeä konsepti ja suuntaviivat, joiden avulla sen tekemisen pitäisi jatkossa olla entistä vaivattomampaa. Lehden tavoitteet, kohderyhmät, ulkoasu, jakelu

ja paino on nyt määritelty ja todettu toimiviksi. Kaikkea ei tarvitse aloittaa enää alusta. Juttujen määrän ja lehden koon kanssa ei myöskään tarvitse olla aina yhtä kunnianhimoinen. Erinomainen lehti voi jatkossa rakentua laadukkaasti tehdyistä kansijutusta, muutamasta isosta artikkelista ja useista pienemmistä uutisista. Kokonaisuus olisi silti näyttävä ja julkaisu ajaisi asiansa. Jos ilmoitusmyyntiä saadaan parannettua, näistä aineksista saa aikaan mainion 20–24-sivuisen Junnulehden.

PPJ Junnulehti on Helsingin jalkapalloseurojen katsannossa ainutlaatuinen julkaisu, joka osaltaan erottaa PPJ:n muista kaupungin joukkueista. Toivottavasti orastavasta perinteestä pidetään kiinni ja lehti kehittyy entisestään.

## Lähteet

Alaja, E. Kevät 2013. Mikael Forssellin pelaaja-agentti. Sähköpostikeskustelu.

Anthoni, M. 6.10.2013. Varapuheenjohtaja. Pallo-Pojat Juniorit ry. Sähköposti.

Dropbox Tour. 2013. Luettavissa: <https://www.dropbox.com/tour>. Luettu: 25.9.2013.

Espoon Erotuomarikerho ry. 2013. Espoon Erotuomarikerho ry:n kannanotto erotuomareihin kohdistuvaan väkivaltaan ja niistä annettuihin sanktioihin. Artikkel. Luettavissa:

<http://www.eek.fi/espoo-erotuomarikerhon-kannanotto-erotuomareihin-kohdistuvaan-vakivaltaan-ja-niista-annettuihin-sanktioihin/>. Luettu: 26.9.2013.

Helsingin Uutiset. 2013. Säästökirves uhkaa lopettaa tokaluokkalaisten iltapäiväkerhot. Uutinen. Luettavissa: <http://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/229575-saastokirves-uhkaa-lopettaa-tokaluokkalaisten-iltapaivakerhot>. Luettu 26.9.2013.

Huotari, J., Salmikangas, E. 2013. Projektihallinnan perusteet, johdanto, määritelmät. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Opetusmateriaali. Luettavissa: [http://homes.jamk.fi/~huojo/opetus/IIZT4010/IIZT4010\\_2.pdf](http://homes.jamk.fi/~huojo/opetus/IIZT4010/IIZT4010_2.pdf). Luettu: 29.10.2013.

Ilta-Sanomat. 2010. Mediaperhe. Mainosmuodot ja tekniset tiedot, IS Sunnuntai. Luettavissa: <http://mediaperhe.iltasanomat.fi/index.php/fi/tuotteet-ja-profiilit/is-sunnuntai/mainosmuodot-ja-tekniset-tiedot-is-sunnuntai>. Luettu: 24.9.2013.

Johnson, S. & Prijatel, P. 2007. The magazine from cover to cover. 2. painos. Oxford University Press. Oxford. New York.

Jussila, S., Similä, O. 13.3.2013. Yhteyspäällikkö. Painotalo Lönnberg. Hallituksen puheenjohtaja. Pallo-Pojat Juniorit ry. Palaveri. Helsinki.

Jääskeläinen, M. 2010. Lehtori, Journalistisen kirjoittamisen perusteet JOU1KJ022. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Opintojakso. Helsinki.

Kuutti, H. 2006. Uusi mediasanasto. Atena. Jyväskylä.

Laine, R. 8.10.2013. Graafinen suunnittelija. Hokus Pokus promotional design. Sähköposti.

Lähtenmäki, J. 31.1.2013. Myyntipäällikkö. Sanomapaino. Sähköposti.

Lönnberg 2012a. Aineisto-ohjeet sanomalehdille. Luettavissa: <http://www.lonnberg.fi/fi/aineisto-ohjeet/dagstidningar>. Luettu: 3.10.2013.

Lönnberg 2012b. Lehdet ja sanomalehdet. Luettavissa: <http://www.lonnberg.fi/fi/produkter/tidningar-och-dagstidningar>. Luettu: 25.9.2013.

Lönnberg Painot Oy. 2011. Aineisto-ohjeet. Luettavissa: <http://artprint.fi/aineisto-ohjeet>. Luettu: 3.10.2013.

Mikkonen-Mannila, S. Kevät 2013. Markkinointipäällikkö. Helsingin Jalkapalloklubi. Sähköpostikeskustelu.

Pallo-Pojat Juniorit 2013a. Etusivu. Luettavissa: <http://www.ppj.fi/>. Luettu: 3.10.2013.

Pallo-Pojat Juniorit 2013b. Seura. Luettavissa: <http://www.ppj.fi/index.php?k=8397>. Luettu: 24.9.2013.

Posa, V. 1.2.2013. Myyntipäällikkö. Helsingin Jakelu-Expert Oy. Sähköposti.

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

Saarinen, J. 25.2.2013. Hallituksen jäsen. Pallo-Pojat Juniorit ry. Sähköposti.

Saarinen, M. 4.2.2013. Päätoimittaja. PPJ Junnulehti. Sähköposti.

Similä, O. 2012a. PPJ:n historian havinaa. PPJ Junnulehti 1/2012, s. 24–25.

Similä, O. 2012b. Pääkirjoitus. PPJ Junnulehti 1/2012, s. 2

Similä, O. 21.2.2013. Hallituksen puheenjohtaja. Pallo-Pojat Juniorit ry. Sähköposti.

Similä, O. 6.10.2013. Hallituksen puheenjohtaja. Pallo-Pojat Juniorit ry. Haastattelu. Helsinki.

SLY-Lehtipainot oy. 2009. Leikattu tabloid. Luettavissa:

[http://www.lehtipaino.fi/lehtipaino\\_images/LeikattuTabloid-koko\\_1509\\_2009\\_low.pdf](http://www.lehtipaino.fi/lehtipaino_images/LeikattuTabloid-koko_1509_2009_low.pdf). Luettu: 24.9.2013.

Suomen Palloliitto. 2013. Tulevat erotuomarikoulutukset. Tiedote. Luettavissa:

<http://www.palloliitto.fi/pohjois-suomi/koulutus/erotuomarikoulutus/tulevat-erotuomarikoulutukset>. Luettu: 26.9.2013

Tilastokeskus. 2013. Aikakauslehti. Luettavissa:

<http://www.tilastokeskus.fi/meta/kas/aikakauslehti.html>. Luettu: 29.10.2013.

Windows. 2013. Tuki. FTP (File Transfer Protocol): usein kysyttyjä kysymyksiä.

Luettavissa: <http://windows.microsoft.com/fi-fi/windows-vista/file-transfer-protocol-ftp-frequently-asked-questions>. Luettu: 3.10.2013.

Åman, I. 1.7.2003. Asiakaslehti – sidosryhmälehti. Viestintätieteiden yliopistoverkoston oppimateriaalit. Artikkel. Luettavissa: <https://viestintatieteet-wiki.wikispaces.com/Yhteis%C3%B6viestinn%C3%A4n+perusteet>. Luettu:

29.10.2013.

## Liitteet

Liite 1. Junnulehti 2013 kansi.



The cover of Junnulehti magazine features a portrait of Mikael Forssell, a young man with short blonde hair, smiling and wearing a black puffer jacket over a dark sweater and a patterned scarf. The background is a textured, greyish-brown surface.

**PPJ HELSINKI**

**PALLO-POJAT JUNIORIT**

# Junnulehti

Numero 2 • 11. toukokuuta 2013 • [www.ppj.fi](http://www.ppj.fi)

Antti Niemi ja  
vinkit nuorille  
maalivahdeille  
»14–15

Andrée Jeglertz  
on naisfutiksen  
äänitorvi  
»16–17

08-ikäluokan  
joukkueet  
perustettu  
»3

## Miklun paluu

Pallo-Poikien kasvatti  
**Mikael Forssell** on  
jälleen Helsingissä.  
»4–7

Futismatkailua Italiassa > Tuomaripula helpottaa > Vauhdikas PPJ Iltapäiväkerho



# Mediakortti

**Pallo-Pojat Juniorit** on Helsingin piirin kolmanneksi suurin jalkapalloseura (873 pelaajaa joulukuussa 2012). Keskitymme lasten ja nuorten pelaajien kasvattajatoimintaan Lauttasaaren, Ruoholahden, Jätkäsaaren, Eiran, Punavuoren, Ullanlinnan, Kampin ja Töölön alueilla.

Pyrimme yhdistämään toiminnassamme laadukkaan valmennustoiminnan ja harrastuksen iloisuuden. PPJ tarjoaa laadukasta harrastustoimintaa kaikille toiminta-alueensa lapsille ja nuorille, tytöille ja pojille. Toimintaa ohjaavat seuran ydinarvot: avoimuus, iloisuus ja taitavuus.

## PPJ Junnulehti

**VASTAAVA PÄÄTOIMITTAJA:** Olavi Similä

**PÄÄTOIMITTAJA:** Markku Saarinen

**ILMESTYYS:** 11.5.2013

**PAINOSMÄÄRÄ:** 25 000 kpl

**SIVUJA:** 24-32

**PAPERI:** Sanomalehtipaperi 45g

**VÄRIT:** 4/4

**FORMAATTI:** 260 x 380 mm, leikattu, stiftattu tabloid

**PAINOPINTA-ALA:** 260 x 380 mm

**JAKELU:** Kotitaloudet noin 21 000 kpl.

**POSTINUMEROALUEET:** 00210, 00200, 00180, 00120, 00130, 00140, 00150, 00100.

PPJ:n oma jakelu jäsenille sekä tapahtumissa: noin 4 000 kpl

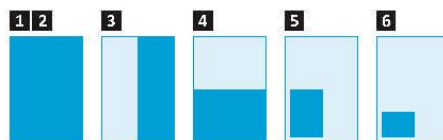
Sähköinen näköislehti luettavissa PPJ:n kotisivuilla. Vuoden 2012 lehti luettavissa osoitteessa:

<http://sanomapaino.fi/nakoislehti/ppj/>

**JULKAISIJA:** Pallo-Pojat Juniorit ry

### Ilmoituskoot- ja hinnat:

1	Takasivu	260 x 380 mm *	1 850 €
2	1/1 sivu	260 x 380 mm *	1 500 €
3	1/2 sivu pysty	127 x 380 mm *	900 €
4	1/2 sivu vaaka	260 x 186 mm *	900 €
5	1/4 sivu	115 x 165 mm	600 €
6	1/8 sivu	115 x 80 mm	350 €




\* Koko sivun ja puolen sivun ilmoitukset menevät leikkaukseen asti, aineistossa tulee olla ilmoituskoon ulkopuolella **5 mm leikkausvarat** ja -merkit. Oleellinen informaatio kannattaa sijoittaa vähintään 10 mm reunoista.

Hinnat koskevat painovalmista materiaalia.

Ilmoitusaineiston toimitus **15.4.2013** mennessä: [markku@ppj.fi](mailto:markku@ppj.fi)

Kysymykset aineiston toimitukseen tai lehteen liittyen: [markku@ppj.fi](mailto:markku@ppj.fi), puh: 050 536 3982

Ilmoitusaineiston muoto painovalmis PDF, EPS, TIFF, Adobe Illustrator, Adobe InDesign;  
kuvien resoluutio 200 dpi. Fontit konvertoituna.



Markku Saarinen <saarinen.markku333@gmail.com>

---

**Tabloid-Junnulehden ilmoitusmyynti käynnistyy**

---

**Markku Saarinen** <saarinen.markku333@gmail.com>  
Vast. ott.: jojot@ppj.fi, Hallitus <hallitus@ppj.fi>  
Piilokopio: joonas.heinonen@myy.haaga-helia.fi

25. helmikuuta 2013 12.49

Hei aktiivinen PPJ-toimija!

Viime keväänä lanseerattu uudenlainen PPJ Junnulehti saa jälleen tänä keväänä jatkoa. Hyvää palautetta saanut tabloid-muotoinen Junnulehti näkee päivänvalon 11.5., sopivasti Riehan aikaan. [Viime vuoden lehteen voit tutustua täällä](#). Tänäkin vuonna sinulla on tärkeä rooli lehden onnistumisessa. Myymällä ilmoituksia yhteiseen lehteemme varmistat sen valmistumisen ja keräät samalla omalle joukkueellesi helposti rahaa.

Ilmoituksen myyvä joukkue saa hinnasta itselleen 30%. Viime vuonna ilmoituksia hankkineilla on tänäkin vuonna etuoikeus "omiin" kontakteihinsa.

Noin 21 000 kappaletta lehtiä jaetaan suorajakelulla Etelä-Helsingin koteihin. Lisäksi jokainen PPJ:n jäsen saa oman kappaleensa Junnulehteä postitse omaan kotiinsa. Ilmoittaja saa siis varmasti vastinetta rahallensa.

Tänä vuonna lehden kansikuvamiehenä on oma kasvattimme, tähtihyökkääjä **Mikael Forssell**. Jutussa Miklu kertoo, miten hänen tiensä vei PPJ:n riveistä maailman kentille ja lopulta takaisin täksi kaudeksi Helsinkiin. Näyttävän näköisessä lehdessä on luvassa paljon monipuolista sisältöä kaikille jalkapallosta kiinnostuneille.


Tämän viestin liitteenä on Junnulehden mediakortti sekä ilmoitusvahvistuslomake. Mediakortista löytyy kaikki tarvittava lisätieto myyjälle sekä ilmoittajalle. Aikaa ilmoitusten myymiseen on pari kuukautta, valmiin materiaalin tulee olla meillä **15.4.2013**.


Jos sinulle herää mitä tahansa kysymyksiä tai kommentteja, ota ihmeessä yhteyttä allekirjoittaneeseen. Tsemppiä myyntiin!

-Markku Saarinen  
päätoimittaja, PPJ Junnulehti  
[markku@ppj.fi](mailto:markku@ppj.fi)  
050 536 3982

---

**2 liitettä**

 **mediakortti\_ppj\_2013.pdf**  
345K

 **PPJ\_Junnulehti\_ilmoitusvahvistus\_2013.docx**  
47K