

# PIENEMPI, PAREMPI?

Iisalmen Sanomien tabloiduudistus

Journalistiikan pro gradu -työ  
Jyväskylän yliopisto  
Viestintätieteiden laitos

Taru Ukkola  
Kevät 2009

<b>Tiedekunta – Faculty</b> HUMANISTINEN	<b>Laitos – Department</b> Viestintätieteiden laitos
<b>Tekijä – Author</b> Taru Ukkola	
<b>Työn nimi – Title</b> Pienempi, parempi? Iisalmen Sanomien tabloiduudistus	
<b>Oppiaine – Subject</b> Journalistiikka	<b>Työn laji – Level</b> Pro Gradu
<b>Aika – Month and year</b> toukokuu 2009	<b>Sivumäärä – Number of pages</b> 80 + liitteet
<b>Tiivistelmä – Abstract</b>	
<p>Kuluvan vuosituhatosen taitteessa käynnistynyt muutosalto sanomalehtien formaateissa on ollut nopea ja laaja. Tabloiduudistuksilla on ollut vaikutusta niin lehtien sisältöihin, uutispainotuksiin kuin ulkoasuunkin. Pientä formaattia on perusteltu kätevällä käsiteltävyydellä, mutta tabloidista on etsitty ratkaisua myös laskeviin levikkeihin ja lisääntyneeseen mediakilpailuun sekä internetin että ilmaisjakelulehtien taholta. Laskeva levikki kannusti myös seitsemänpäiväistä Iisalmen Sanomia muuttamaan formaattiaan lokakuussa 2006. Tätä ennen muutosaskeleen olivat jo ottaneet Hufvudstadsbladet vuonna 2004 ja Itä-Häme 2005.</p> <p>Tässä työssä tarkastelen, kuinka formaatin pienentäminen vaikutti Iisalmen Sanomien ulkoasuun, taittoon ja juttuihin. Aineistona käytän lehden tabloidnumeroita marraskuulta 2006 (13.–26.11.2006) sekä broadsheetnumeroita elokuulta 2006 (14.–20.8.2006). Saadakseni käsityksen uudistuksen vaikutuksista olen tutkinut juttu- ja kuvamäärien muutosta, juttupituuksien muutosta, kuvakokojen ja pääjuttujen aloissa tapahtunutta muutosta sekä taittotapaa. Saatuja mittauksia olen verrannut vastaaviin broadsheet-jaksolta saamiini tuloksiin sekä aikaisemmista tabloiduudistuksista (Itä-Häme ja HBL) saatuihin vastaaviin tuloksiin. Käsittelem myös uudistuksen vaikutusta ilmoituksiin ja etusivuun sekä käyn läpi uudistuksen jälkeen tehdyn lukijatutkimuksen tulokset.</p> <p>Analysissani havaitsin, että tabloidiksi muuttamisella oli eniten vaikutusta Iisalmen Sanomien pääkuvien ja pääjuttujen kokoihin. Molempien pinta-alat kutistuivat merkittävästi. Pääjuttujen alat kutistuivat 14 prosenttia ja pääkuvatkin liki kolmanneksen. Juttupituuksiin uudistus ei vaikuttanut niin paljoa. Pääjuttujen pituudet pysyivät käytännössä ennallaan, mutta kakkosjutut lyhenivät selvästi. Visuaalisuuden merkitys näyttikin heikentyneen uudistuksessa. Taittotavasta huomasin, että tyypillinen tapa taittaa tabloidaukeama Iisalmen Sanomissa oli sijoittaa pääjuttu ylös vasemmalle, painottaa se keskitaiteen toiselle puolelle ja taittaa niin, että se erottui hierarkiassa selvästi pääjutuksi. Kun vertasin saamiini tuloksia Hufvudstadsbladetin ja Itä-Hämeen uudistuksiin, huomasin, että Iisalmen Sanomien uudistus poikkesi eniten muista juuri kuvankäytössä ja visuaalisuudessa. Siinä missä IS:n pääkuvien koko ja pääjuttujen alat pienenevät, HBL:ssä ja Itä-Hämeessä ne sen sijaan kasvoivat. Näyttäkkin siltä, että Iisalmen Sanomat ei uudistuksessaan käyttänyt tabloidin tarjoamia mahdollisuuksia niin hyvin hyväkseen kuin mihin formaatti olisi antanut mahdollisuuden.</p>	
<b>Asiasanat – Keywords</b> Tabloiduudistus, formaatti, sanomalehden ulkoasu, taitto, tabloidisaatio	
<b>Säilytyspaikka – Depository</b> Jyväskylän yliopisto, Tourulan kirjasto	
<b>Muita tietoja – Additional information</b>	

# SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
1.1 Tutkimuskysymys	2
1.2 Keskeiset käsitteet	3
1.3 Työn rakenne ja lukuohje	5
1.4 Aineisto ja analyysi	5
2 TABLOIDUUDISTUSTEN HISTORIAA	8
2.1 Lukijat ratkaisivat Britannian lehtien formaatin	9
2.2 Ruotsi näyttää esimerkkiä	11
2.3 Kakkoslehdet alkavat suosia tabloidia	12
2.3.1 <i>Mindre, tyngre – Hufvudstadsbladetista HBL</i>	14
2.3.2 <i>Itä-Hämeen uusi ulkoasu</i>	15
2.4 Laskeva levikki motivoi Iisalmen Sanomia	16
2.5 Ideologia ja ilmaisjakelu taustatekijöinä	19
3 MITÄ ON TABLOIDJOURNALISMI?	21
3.1 Sisällön juuret Amerikassa	21
3.2 Tabloidisaatiota vai tabloidistumista?	22
4 MITÄ TABLOIDUUDISTUKSESSA TAPAHTUU?	25
4.1 Uudistuksella voi olla myös ikäviä seurauksia	25
4.2 Uudistuksen suunnittelu alkoi ajoissa	27
4.3 Tavoitteena päästä lähemmäs lukijaa	28
5 PIENI KOKO PANEE SISÄLLÖN UUSIKSI	31
5.1 Juttumäärä lisääntyi uudistuksessa	32
5.2 Pääjuttujen pituudet pysyivät ennallaan	34
5.3 Kuvakoot ja pääjuttujen alat kutistuivat	36
5.4 Pääkuva yleensä pääjutussa	38
6 TABLOIDIN VAATIMUKSET ULKOASULLE	41
6.1 Rakenteeseen vain kosmeettisia muutoksia	42
6.2 Hyvä taitto ja taittotapa tabloidissa	45
6.3 Silmänliiketutkimuksilla tietoa lukutavasta	48
6.4 Yleisin taitto on kolmen pirsteen yhdistelmä	50
6.5 Suuret ja pienet ilmoitukset saavat eniten huomiota	56
6.6 Etusivun materiaali väheni	59
6.7 Yhteenveto: mitä oikeastaan tapahtui	62

7 LUKIJAPALAUTE UUDISTUKSESTA	64
7.1 Tuorein palaute negatiivista	64
7.2 Myöhemmässä tutkimuksessa tyytyväisempiä lukijoita	67
8 LOPUKSI	71
8.1 Tutkimustulosten arviointia ja jatkopohdintaa	71
8.2 Iisalmen Sanomat nyt	73
8.3 Onko formaatti lopulta edes ratkaiseva?	75
LÄHTEET	76
LIITTEET	
TAULUKOT	
1: Iisalmen Sanomien levikki	17
2: Numerokohtaiset juttumäärät Iisalmen Sanomissa	33
3: Numerokohtaiset juttupituudet Iisalmen Sanomissa	35
4: Pääjuttujen alat, kuvakoot ja kuvamäärät Iisalmen Sanomissa	36
5: Taittopiirteiden esiintyvyys aukeamilla Iisalmen Sanomissa	50
6: Taittopiirteiden yhdistelmät Iisalmen Sanomissa	54
7: Ilmoitusten huomioarvo	56
8: Eri kokoisten ilmoitusten osuus broadsheetissa ja tabloidissa Iisalmen Sanomissa	58
9: Lukijoiden suhtautuminen tabloiduudistuksiin Ruotsissa	67



# 1 JOHDANTO

**K**uluvan vuosituhannen taitteessa käynnistynyt muutosaalto sanomalehtien formaateissa on ollut nopea ja laaja. Siinä missä sanomalehtiformaattien kehitys on kulkenut pienistä sanomakirjoista aina suuriin lakanalehtiin asti (Mervola 1995), on trendi viimeisen kymmenen vuoden ajan ollut kohti pienempää formaattia, tabloidia. Dramaattisinta muutos on ollut Euroopassa, erityisesti Isossa-Britanniassa, ja Pohjoismaista varsinkin Ruotsissa ja Norjassa. Formaattiuudistuksilla on ollut vaikutusta lehtien sisältöihin, uutispainotuksiin ja ulkoasuun. Samalla uusi formaatti on pakottanut uudistuksiin työtavoissa. Leimallista muutokselle on ollut se, että tabloideiksi ovat muuttuneet nimenomaan ns. laatulehdet. (Pulkkinen 2008, 69.) Tämän lisäksi pienestä formaatista on etsitty ratkaisua myös uutisjournalismin yleisiin haasteisiin: laskeviin levikkeihin ja lisääntyneeseen mediakilpailuun sekä internetin että ilmaisjakelulehtien taholta.

Vaikka Norjassa ja Ruotsissa käytännössä kaikki suuret päivälehdet ilmestyvät tabloidkoossa, on muutos formaateissa pysähtynyt Pohjanlahdelle saavuttamatta kunnolla Suomea. Vaikka 1980-luvulla monet kakkoslehdet, puoluelehdet ja ruotsinkieliset lehdet muuttivat tabloideiksi, ei trendi ole saavuttanut kunnolla suuria lehtiä (Pulkkinen 2008, 83) – kunnes maaliskuussa 2004 ruotsinkielinen Hufvudstadsbladet kolahti tilaajien postiluuksista puolta pienemmässä koossa. Sitä seurasi vuotta myöhemmin heinäläinen Itä-Häme ja lopulta Iisalmissa ilmestyvä seitsenpäiväinen Iisalmen Sanomat lokakuun 14. päivänä 2006. Sen jälkeen tabloiduudistusrintamalla on ollut hiljaista.

Vaikka ulkoasu-uudistuksia on tehty suomalaisissa sanomalehdissä tiuhaankin, formaattiin asti nämä uudistukset eivät ole yltäneet. Yleisellä tasolla lehti uudistukset voidaan jakaa lieviin, laajoihin ja kokonaisvaltaisiin uudistuksiin. Päivälehdistä 81 prosenttia teki ulkoasu-uudistuksen vuosina 2001–2005. Huippuvuosi oli 2001, jolloin kolmannes Suomen 53 päivälehdestä uudisti ulkoasunsa. Ulkoasu-uudistuksella tarkoitetaan koko lehteä tai suurinta osaa siitä koskevaa muutosta, joka tulee nähtäväksi yhdellä kertaa tai muutamman kuukauden kuluessa. (Pulkkinen 2008, 50–52.) Tabloiduudistusta voidaan pitää kokonaisvaltaisena muutoksena, joka vaikuttaa paitsi lehden ulkoasuun ja formaattiin, myös sisältöön ja lehden tekotapoihin. Vuonna 2008 suurista 7-päiväisistä sanomalehdistä vain 13 prosenttia ilmestyi tabloidina. (Suomen sanomalehdistö 2008.)

Tätä taustaa vasten herää kysymys, mitä sanomalehden tabloiduudistuksessa oikeastaan tapahtuu. Millainen vaikutus formaatin pienentämisellä on sanomalehden ulkoasuun? Mitä pienempi formaatti vaikuttaa sisällön järjestämiseen, esillepanoon, taittoon, kuvankäyttöön ja juttuihin? Entä millaisia asioita uudistuksessa täytyy ottaa huomioon?

Saadakseni vastauksen näihin kysymyksiin, tarkastelen työssäni Iisalmen Sanomien tabloiduudistusta. Työn painopiste on ennen kaikkea journalistisen materiaalin esittämisessä

ja lehden ulkoasussa tapahtuneissa muutoksissa. Tämän lisäksi sivuan myös uudistuksen vaikutusta ilmoituksiin ja niiden sijoitteluun sekä lukijoiden reaktioita Iisalmen Sanomien muutosta kohtaan. Tämän analyysin kautta on tarkoitus luoda kuva päivälehdien tabloiduudistusprosessista, sen vaikutuksista ja mahdollisuuksista lehdelle.

Kiinnostukseni tabloiduudistuksia kohtaan heräsi, kun aloin kiinnostua visuaalisesta journalismista ja ymmärtää, mikä merkitys ulkoasulla ja taitolla on lehdelle. Samaan aikaan kysymys tabloidiksi muuttumisesta alkoi tulla lehdistössä ajankohtaiseksi. Iisalmen Sanomat valikoitui luontevasti tutkimuskohteeksi, koska olin ollut lehdessä kesätöissä sekä kirjoittavana toimittajana että toimitussihteerinä. Kesällä 2006 sain seurata aitiopaikalta uudistuksen valmistelua. Tein lehdelle tiiviin raportin uudistuksesta ja olin työvuorossa myös uudistusviikonloppuna toimitussihteerinä. Näin ollen aiheen jalostaminen pro gradu -työksi tuntui luontevalta jatkolta. Erityisesti kiinnostukseni herätti uudistusviikonloppuna toimitukseen tullut puhelu lukijalta. Siinä uudistuksesta tuhtunut soittaja kritisoi, että uusi lehti on aivan kuin iltapäivälehdet, kun ”juttujakin on vain kaikenmaailman äiti ammoista ja ministeristä”<sup>1</sup>. Jäin pohtimaan soittajan reaktiota. Hän näytti yhdistävän automaattisesti lehden uuden, iltapäivälehdistä tutun sivukoon myös iltapäivälehtimäiseen sisältöön, vaikka kyseinen närkästyttä herättänyt Amma-juttu ja ministereihin henkilöityvät politiikan uutiset olisivat päätyneet varmasti myös broadsheet-lehteen. Mietin itsekseni, saiko uusi keltaisesta lehdistöstä tuttu sivukoko myös sisällön näyttämään erilaiselta kuin ennen.

## 1.1 Tutkimuskysymys

Tässä työssä tarkastelen tabloidkokoista Iisalmen Sanomia formaatista ja sen vaikutuksista ja mahdollisuuksista käsin. Työn tutkimuskysymys on, miten tabloidformaatti vaikuttaa sanomalehden ulkoasuun ja juttuihin. Analyysillä haen myös vastausta kysymyksiin, kuinka pieni formaatti vaikuttaa kuvankäyttöön, taittoon ja juttupituuksiin.

Ulkoasua analysoitaessa keskityn erityisesti lehden rakenteen, kuvankäytön ja taittotavan muutosten analysointiin. Formaatin vaikutukseen juttuihin pureudun juttupituuksien ja pääjuttujen alojen muutoksen analyysillä. Nämä muutokset suhteutan aiemmin tehtyihin tabloiduudistuksiin ja niissä tapahtuneisiin ulkoasu- ja sisältömuutoksiin. Näin saadaan käsitys siitä, kuinka hyvin Iisalmen Sanomat onnistui omaksumaan tabloidformaatin piirteet ja vaatimukset. Tarkastelen siis kuinka Iisalmen Sanomien uudistuksessa tekemät taitto- ja ulkoasuratkaisut sopivat tabloidformaatille yleisesti asetettuihin ulkoasuraameihin.

Suhteuttamis- ja vertailukohteina käytän erityisesti Hannu Pulkkisen Uutisen arkkitehtuuri -väitöskirjassa (2008) tekemiä muutosanalyysijä Itä-Hämeen ja Hufvudstadsblade-

---

1 Toisen tabloidlehden (su 15.10.2006) kotimaan sivulla 12 oli STT:n juttu äiti Amman vierailusta Helsingissä.

tin uudistuksista. Toinen tärkeä suhteuttamiskohde ovat 2000-luvun puolivälissä tapahtuneet Ruotsin tabloiduudistukset, joita on analysoinut Josefine Sternvik väitöskirjassaan *I krympt kostym* (2007). Koska Suomessa tabloiduudistuksia on tehty vähän ja tutkittu vielä vähemmän, on myös niihin liittyvä kirjallisuus ymmärrettävästi harvassa. Teoriapohjani nojaakin tästä syystä pitkälti Pulkkinen teokseen. Sen tukena olen kuitenkin käyttänyt lukuisia formaattiuudistusartikkeleita sekä kotimaisista että ulkomaisista julkaisuista sekä muita sanomalehtien ulkoasusta kertovia teoksia. Historiallista perspektiiviä tutkimuskäsitteeseen antaa myös Pekka Mervolan (1995) väitöskirja sanomalehtien ulkoasun historiasta. Pyrin työlläni havainnollistamaan, mistä tabloiduudistuksessa on kysymys ja mitä siinä tapahtuu tai pitäisi tapahtua. Iisalmen Sanomien uudistuksen taustoja ja tavoitteita läpikäydessäni tukeudun lehden minulle antamiin asiakirjoihin ja muistioihin tabloiduudistuksen valmistelusta sekä omiin havaintoihini lehdessä työskentelyn ajalta. Lukijoiden mielipiteiden analyysi perustuu MC-Infon (2006) tekemään lukijatutkimukseen.

## 1.2 Keskeiset käsitteet

Alla on avattu lyhyesti työn ymmärtämisen kannalta keskeiset käsitteet. Termien sisältöä ja merkitystä avataan vielä syvemmin, kun aihepiiriä käsitellään muualla työssä.

**FORMAATTI:** Formaatti on eräänlainen kattotermi ulkoasua koskeville käsitteille, sillä se vaikuttaa kaikkein perustavimmalla tavalla lehden määrittelyyn. Sternvikiä (2007, 22) mukaillen formaatilla tarkoitetaan tässä työssä ennen kaikkea tiettyä sivukokoa, esimerkiksi broadsheetia tai tabloidia, mutta samalla formaatilla on vaikutusta koko tuotteen sisältöön ja ilmeeseen. Kuutti (2006, 42–43) puolestaan määrittelee formaatin säännönmukaiseksi ulkoasulliseksi kokonaisuudeksi, joka muodostuu erilaisista elementeistä, jotka rakentavat tuotteelle muista erottuvan ja tunnistettavan ulkoasun ja ilmeen. Formaattiin kuuluvat siis sivukoon lisäksi sen mukanaan tuomat muut ulkoasupiirteet.

**ULKOASU:** Sanomalehden ulkoasusta puhuttaessa tarkoitetaan puolestaan sitä visuaalista ja esteettistä vaikutelmaa, jonka tuotteesta saamme (Pulkkinen 2008, 25). Siihen sisältyvät niin typografia, taittotapa kuin kuvankäyttökäytännötkin (mm. Rantanen 2007, 155). Barnhurst & Nerone (2001, 3) käyttävät ulkoasun synonyymina myös termiä muoto, joka on kuitenkin ulkoasua hiukan laajempi käsite, sillä muodon alle voidaan lukea niin formaatti, taitto ja kuvitustavat kuin juttutyypitkin. Muoto tekee lehden tunnistettavaksi ja itsensä oloiseksi päivästä toiseen, vuosien ja historian muokatessa sitä ja sen sisältöä (emt.). Ulkoasun tehtävänä on tarjota keinot järjestää lehden materiaali niin, että sisältö tulee helposti vastaanotetuksi ja ymmärretyksi ja että lehti koetaan kiinnostavaksi ja helpokäyttöiseksi. Samalla ulkoasu antaa lehdelle tunnelman ja persoonallisuuden. (Pulkkinen 2008, 28.) Työssä puhutaan ulkoasusta, kun tarkoitetaan taiton, kuvankäytön ja typografian muodostamaa kokonaisuutta, siis lehden kokonaisilmettä.

**TAITTO:** Taitto on numerokohtaista ulkoasun suunnittelua. Sillä yhdistetään teksti ja kuva helposti ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi, joka auttaa lukijaa ymmärtämään ja omaksu-

maan näkemänsä. (Rantanen 2007, 160.) Kuutti (2006, 217) sanoo saman teknisemmin: taitossa painettavaksi tarkoitettu aineisto sijoitellaan lehden sivulle järjestykseen, joka ohjaa lukijaa sisällön omaksumisessa. Taittoon liittyy aineiston osien keskinäistä arvottamista, jotta olennaisemmat sisällöt erottuisivat vähemmän olennaisista (emt.). Pohjimmiltaan taitossa on siis kysymys informaation järjestämisestä ja lukemisen tekemisestä helpoksi ja vaivattomaksi. Häkkilä (2008, 5) määrittelee taitolle eri merkityksiä. Niiden mukaan taitto voidaan käsittää muun muassa niin synonyymiksi lehden ulkoasulle, tekniseksi suoritukseksi kuin koko ulkoasusuunnittelun prosessiksi (emt.) Esim. Henning ym. (1988, 51) määrittelee taiton laajasti visuaalisten ja journalististen ratkaisujen summaksi, jolla numeron aineisto järjestellään lukijaa puhuttelevaan muotoon. Tässä työssä taitto ymmärretään pelkkää mekaanista sijoittelua laajemmin eri journalististen elementtien asemoimiseksi ja arvottamiseksi joko juttu-, sivu- tai numerokohtaisesti.

**TABLOID JA TABLOIDISAATIO:** Tabloid-termillä on kaksoismerkitys ja sillä voidaan tarkoittaa sekä muotoa että sisältöä. Muodosta puhuttaessa tarkoitetaan tiettyä sivukokoa (eli formaattia) käyttävää sanomalehteä. Perustabloidin sivukoko on yleensä noin 280x400 millimetriä, joka on noin puolet broadsheet-sivun koosta. Tabloidilla voidaan myös tarkoittaa tiettyä journalistista tyyliä, joka mielletään yleensä sensaatiomaiseksi ja viihteelliseksi, mutta myös kerronnan ja visualisoinnin nokkeluudeksi ja tunneseikkojen korostukseksi. (Pulkkinen 2008, 71–72.)

Sparks (2000, 10–12) erottaa yksinkertaistetun sivukoko-ulottuvuuden lisäksi kolme eri merkitystä tabloidille nimenomaan sisällönäkökulmasta. Ensimmäisessä ulottuvuudessa media kiinnittää vain vähän huomiota politiikkaan, talouteen ja yhteiskuntaan, mutta sen sijaan aihevalikoiman kärjessä ovat urheilu, viihde sekä skandaalit. Lisäksi huomiota kiinnitetään ihmisten yksityiselämään, olivatpa he julkkiksia tai tavallisia ihmisiä. Toisessa ulottuvuudessa tabloidilla viitataan yksittäiseen tiedotusvälineeseen ja siihen, että viihde syrjäyttää uutiset sen agendalla. Kolmas näkökulma liittyy taas hyvän maun rajojen venyttämiseen eri mediamuotojen sisällöissä ja niiden käsittelyssä. Kolmas näkökulma ei liity niinkään aihevalikoimaan vaan siihen miten aihetta käsitellään. Nämä näkökulmat esiintyvät yleensä yhdessä, mutta voivat olla myös erillisiä. (Emt.) Tätä aihevalikoiman ja agendan muutosta kuvataan usein termillä tabloidisaatio, eikä sillä välttämättä ole mitään tekemistä lehden sivukoon kanssa.

Monesti tabloidisaatio kytketään tabloidformaattiin, vaikka tabloidisaatiota voi tapahtua myös sähköisissä tiedotusvälineissä. Tabloidisaatiolla tarkoitetaan tässä työssä Sparksia (2000) mukaillen nimenomaan yllä kuvattua aihevalikoiman ja agendan muutosta, jossa viihde valtaa alaa vakavalta journalismilta sekä yleisesti mediassa että yksittäisen tiedotusvälineen sisällä, oli tuo väline sitten lehti, radio tai televisio. Myös Kuutti (2006, 216) määrittelee tabloidisaation aihevalikoiman muutokseksi, jolloin yhteiskunnalliset uutiset ja analyysit väistyvät tunteisiin vetoavan seksin ja skandaalien tieltä lukijoiden ja kaupallisten vaatimusten paineissa.

**TABLOIDISTUMINEN:** Tabloidistumisella viitataan aiheen käsittelytavan muutokseen, jutun rakenteisiin ja muihin, pääasiassa ulkoasun ja taiton vaatimuksista nouseviin kerrontatapoihin. Pulkkinen (2008, 73) huomauttaa, ettei ole huomannut sisältöjen viihteellistymistä aihealueissa päivälehtien siirtyessä tabloidformaattiin. Lähinnä kyse on siitä, että pienempi sivukoko pakottaa terävöittämään ilmaisua ja palastelemaan jutut pienempiin osiin ja ottamaan huomioon visuaaliset korosteet ja kokokontrastin. Se edellyttää, että pääkuvalle ja pääjutulle on annettava riittävän suuri tila ja muiden juttujen on oltava selkeästi pienempiä. (Pulkkinen 2008, 79–80.) Näistä seikoista johtuvia muutoksia esitys- ja kerrontatavoissa voidaan kutsua tabloidistumiseksi.

### 1.3 Työn rakenne ja lukuohje

Kuljetan työssäni teoriaa ja analyysia rinnakkain. Kun käsittelem tabloiduudistuksen tiettyä osaa tai uudistuksen vaikutusta johonkin lehden teon osa-alueeseen, teen samassa yhteydessä myös analyysin siitä, kuinka tämä näkyi Iisalmen Sanomissa ja millaisia muutoksia lehdessä tapahtui.

Luvussa kaksi kerron yleisesti tabloiduudistusten historiasta formaattiuudistuksina Suomessa, Ruotsissa ja Isossa-Britanniassa. Käyn läpi uudistusten syitä ja tavoitteita sekä yleistä tabloiduudistustilannetta suomalaisessa mediakentässä. Tässä luvussa avaan myös Iisalmen Sanomien uudistuksen taustat ja tavoitteet. Teen myös lyhyen katsauksen tabloidjournalismin historiaan sekä tabloidin kaksoismerkitykseen ja tabloidisaatioon. Seuraavaksi pureudun tabloiduudistuksen vaikutuksiin organisaatioon, tuotteeseen ja tekotapaan. Luvussa viisi käsittelem tabloiduudistuksen vaikutuksia juttuihin. Teen analyysin mm. Iisalmen Sanomien juttupituuksien muutoksesta ja pääjuttujen alojen koon muutoksesta. Lopuksi käsittelem formaatin ja ulkoasun ja taittotavan tabloidissa. Käyn läpi uudistuksen vaikutukset lehden rakenteeseen, taittotapaan, kuvankäyttöön, etusivun rakentumiseen ja ilmoitussijoitteluun.

Omana lukunaan käyn läpi vielä lukijoiden reaktiot uudistukseen analysoimalla Iisalmen Sanomien lukijoiden mielipiteitä uudistuksesta. Päättäntöluvussa vedän yhteen analyysin tulokset ja sen, kuinka uudistus vaikutti lehteen, pohdin formaatin hyviä ja huonoja puolia ja yleisemmin uudistuksen kannattavuutta lehdelle. Päättännössä käsittelem myös lyhyesti Iisalmen Sanomien nykyisen tilanteen, sillä lehden ulkoasu on muuttunut jonkin verran uudistuksen jälkeisestä analyysijaksosta mm. niin, että aukeamataitosta on luovuttu kokonaan ja lehti taitetaan sivu sivuun -periaatteella.

### 1.4 Aineisto ja analyysi

Aineistonani toimiva Iisalmen Sanomat on seitsemäpäiväinen, Iisalmessa ilmestyvä aluelehti. Lehti on perustettu 1925 ja sen levikkialueeseen kuuluu Ylä-Savon talousalue (Iisalmi, Lapinlahti, Sonkajärvi, Kiuruvesi, Vieremä, Pielavesi, Keitele ja Varpaisjärvi) sekä Pyhä-

järvi ja Pyhäntä. Tarkimmin lehti luetaan Iisalmissa, Vieremällä, Kiuruvedellä, Lapinlahdella, Sonkajärvellä ja Pielavedellä. Myös uutisoinnissa keskitytään tarkimmin näiden ns. ykköskuntien hoitoon. Iisalmen Sanomien toimituksessa työskenteli toukokuussa 2009 noin 27 henkilöä ([www.iisalmensanommat.fi](http://www.iisalmensanommat.fi)). Vuonna 2008 lehden levikki oli 13 205 kappaletta ja lukijoita sillä oli 41 000. Suurin osa lukijoista (56 prosenttia) on yli 50-vuotiaita. Sekä levikki- että lukijamäärät ovat olleet laskusuunnassa jo useamman vuoden. (Levikintarkastus.) Vastauksena alueen vanhenevan väestön asettamiin haasteisiin ja levikki- ja talouskehitykseen lehti muuttui tabloidiksi lokakuussa 2006.

Analysoitava aineisto koostuu Iisalmen Sanomien broadsheet-numeroista 14.–20.8.2006 sekä kahden viikon tabloidnumeroista marraskuulta 2006 (13.–26.11.2006). Aineistot on valittu satunnaisotannalla kohtuullisen, mutta ei liian läheltä uudistushetkeä. Käytän analyysissa työkaluina pääosin määrällisiä analyysitapoja sekä sisällön luokittelua. Koko tarkastelun kattavaa yhtä analyysitapaa ei ole, vaan jokaista työssä läpikäytyä osa-aluetta on tarkasteltu sille parhaiten sopivalla tavalla. Käyn kunkin analyysi- ja mittauksen yksityiskohtaisesti läpi kyseisen aiheen kohdalla. Lisäksi analyysitavan valinnassa on otettu huomioon, että niillä saadut tulokset ovat vertailukelpoisia aiemman tutkimuksen kanssa.

Määrällinen analyysitapa valikoitui luontevasti työhön, sillä monia tabloiduudistuksessa tapahtuvia muutoksia ei ole mahdollista saada selville muulla tavoin kuin tarkalla mittauksella ja näiden pohjalta tehdyllä analyysillä. Jotta voisin selvittää, kuinka paljon muutosta tabloideissa on tapahtunut kussakin tarkasteltavana olevassa piirteessä, olen mitannut samat asiat myös broadsheet-numeroista. Tämä mahdollistaa vertailun kahden formaatin välillä. Tabloidien analyysijakso on pidempi kuin broadsheetin, koska analyysin painopiste on tabloidformaattissa. Katsoin myös, että työmäärän helpottamiseksi vanhasta formaatista riittää lyhyempi jakso. Lyhyempää jaksoa puolustaa myös, että broadsheetin tekemisestä lehdellä on pidempi kokemus. Näin ollen voi olettaa, että numeroiden välinen vaihtelu esimerkiksi juttupituuksissa tai kuvien koossa ei ole kovin suurta ja luotettavia tuloksia saa lyhyemmän mittausjakson perusteella. Tabloidin tekemisestä taas kokemus on lyhyempi ja vaihtelut numeroiden välillä osoittautuivat suuriksi. Näin ollen pidempi analyysijakso tasoittaa tilannetta.

Analyysissa olen keskittynyt tarkastelemaan pää- ja kakkosjuttujen pituuden muutosta tabloidiin siirryttäessä, pääkuvien koon muutosta, pääjuttujen pinta-alan muutosta, kuvien määrän sekä juttumäärien muutosta sekä rakenteen muutosta. Taittotapaa olen analysoinut niin, että olen luokitellut viisi taittopiirrettä, jotka tekevät hyvän tabloidaukeaman taiton ja laskenut, kuinka moni näistä piirteistä esiintyy joko yhdessä tai yksinään Iisalmen Sanomien tabloidnumeroiden uutissivuilla. Lisäksi tarkastelen pintapuolisesti ilmoitussijoittelun periaatteita. Typografisiin seikkoihin en paneudu kovin syvästi, koska en pidä sitä tärkeänä tutkimuskysymyksen tai aiheen rajauksen kannalta. Lukijoiden mielipiteitä analysoidessani olen käsitellyt sekä MC-Infon marraskuussa 2006 tekemää lukijatutkimusta että Iisalmen Sanomien itsensä keräämää palautetta tabloiduudistusviikonlopulta ja hieman sen jälkeen tehdyltä marketkierrokselta.

Lehtien lisäksi käytän aineistona Iisalmen Sanomien tyylikirjaa broadsheet-ajalta sekä vuonna 2005 tehtyä sisältöopasta soveltuvien osien. Sisältöoppaaseen ei ole tehty päivityksiä tabloiduudistuksen myötä, joten osa tiedosta ei päde uudistuneeseen lehteen. Lisäksi käytän tietolähteinä syksyllä 2006 tekemiäni lyhyitä sähköpostikyselyitä uutistuottaja Kai Luttiselle ja toimituspäällikkö Jorma Tikkaselle. Kai Luttista haastattelin uudestaan lokakuussa 2008. Vaikka kyselyistä on käytetty suoria sitaatteja, ne eivät ole tieteellisiä aineistonkeruuhaastatteluja. Pikemminkin ne ovat journalistista tiedonhankintaa, jolla saadaan tietoa uudistuksen vaiheista ja taustoista sekä tukea analyysille.



## 2 TABLOIDUUDISTUSTEN HISTORIAA

Sanomalehtien suuria ulkoasu-uudistuksia voidaan Pekka Mervolan (1995) mukaan selittää ulkoasukierre-mallilla, jossa ympäröivän yhteiskunnan muutokset heijastuvat sanomalehtien sisällön määrään kasvattavasti. Lisääntynyt sisältö luo painetta sen hetkisellem ulkoasulle ja pakottaa sen muuttumaan kasvaneen sisällön määrän tarpeita palvelevaksi. Suuria muutoksia selittävä ulkoasukierre on pyörähtänyt tähän mennessä kolme kertaa ja sanomalehtien ulkoasukaudet voidaan jakaa neljään aikakauteen: kirjatyypografian aikaan (1771–1850-l), korsetin aikaan (1860–1910-l), paraatisivujen aikaan (1910–20-lukujen vaihteesta 1950-luvun loppuun) ja lohkojen aikaan (1970-luvulta eteenpäin), joka vallitsee sanomalehtien ulkoasussa edelleen. (Mervola 1995, 353–354.)

Ulkoasukierre selittää myös tappiollisten kakkoslehtien ja puoluelehtien tabloiduudistukset 1970- ja 80-luvuilla käänteisesti: vähentynyt sisällön määrä ei sovi yhteen suuren koon kanssa, joten se on järjesteltävä pienempään formaattiin. Ulkoasumuutokseen painostavat tuolloin myös ympäristötekijät, kuten lehden taloudellinen kriisi tai lopetusuhka. (Mervola 1995, 361.) Ulkoasuhistoria onkin ollut muutosta pienestä suureen. Broadsheetiksi vakiintunut formaattikehitys on viime aikoina kulkenut jälleen kohti pienempää formaattia: tabloidia.

Varsinkin 2000-lukua on leimannut maailmanlaajuisesti lehtien siirtyminen pienempään sivukokoon, tabloidiin. Dramaattisinta muutos on ollut Euroopassa ja erityisesti Britanniassa, sekä pohjoismaista Ruotsissa ja Norjassa. Hannu Pulkkinen (2008, 69–70) arvelee, että näin laajaa ja nopeaa muutosta ei ole lehdistön historiassa nähty. Merkittävää on, että muutoksessa tabloidformaattista on tullut laatulehdistön omaksuma muoto. Formaatin muutoksella lehdet ovat halunneet lisätä kiinnostavuuttaan ja saada lisää lukijoita, sillä tutkimuksissa on osoitettu pienemmän formaatin miellyttävän naisia ja nuoria. Lehdet ovat korostaneet, että uusi formaatti on lukijaystävällinen. Pientä lehteä on helppo lukea ruuhkabussissa ja se sopii moderniin elämäntapaan. (Emt.)

Tabloiduudistusten historia ulottuu kuitenkin pidemmälle kuin kuluvalle vuosikymmenelle. Menneitä uudistuksia, niiden syitä ja seurauksia tarkastelemalla voi ymmärtää paremmin nykyisiä muutoksia. Tässä luvussa käyn läpi tabloiduudistusten historiaa Suomessa, Ruotsissa ja Britanniassa. Kartoitan, mikä on ajanut lehdet formaattiuudistuksiin ja mitä niistä on seurannut. Suomen kohdalla käyn erikseen läpi tuoreimmat tabloiduudistukset: Hufvudstadsbladetin ja Itä-Hämeen formaattimuutokset. Niiden läpikäyminen on tärkeää myös siksi, että ne muodostavat suhteuttamiskohdan Iisalmen Sanomista saamilleen tuloksille. Tämän luvun lopussa kerron myös Iisalmen Sanomien muutoksen taustoista ja tabloidin vaihtoehtoista.



## 2.1 Lukijat ratkaisivat Britannian lehtien formaatin

Sanonnan mukaan vasta kaukaa näkee lähelle, joten tabloiduudistusten historian läpikäyminen on syytä aloittaa reilun sadan vuoden takaisesta Britanniasta, jonne tabloidlehtien juuret ulottuvat. Menestyneen tabloidin kaava keksittiin saarivaltiossa jo 1903, kun Lordi Northcliffe alkoi julkaista Daily Mirroria, ensimmäistä modernina tabloidina pidettyä lehteä (Gustafsson 1996, 29). Pienikokoinen sanomalehti oli täynnä kuvia, ja tämä sittemmin paljon imitoitu lehti sisälsi huvittavia ja sensaatiomaisia tarinoita vähän koulutetulle massayleisölle. (Pribanic-Smith 2002, 272.) Varsinaisen tabloidtyylin Mirror löysi kuitenkin vasta 1930-luvulla, kun lehden johtoon astui Harry Guy Bartholomew. Hänen mielestään tuon ajan lehdet eivät vedonneet riittävästi tavallisiin ihmisiin. Bartholomewin ratkaisu oli tehdä Mirrorista ns. oikea tabloid, joka informoinnin lisäksi myös viihdyttäisi ja iskisi lukijan tajuntaan rohkealla taitolla ja suurilla otsikoilla. Daily Mirror alkoikin ilmestyä 1930-luvun puolivälistä alkaen uudessa, tabloidmaisemmassa ulkoasussa. (Giles & Hodgson 1990, 49, 55.)

The Sunin perustaminen 1960-luvun lopussa oli uusi ja merkittävä askel eteenpäin Britannian tabloidmarkkinoilla. Alun perin Sun perustettiin lopetetun Daily Heraldin korvaajaksi 1964. Lehti ei kuitenkaan tuottanut ja pian tappiokierteeseen kyllästyttiin. 1969 Sun myytiin Rupert Murdochille, joka lanseerasi sen uudestaan tabloidina. Tarkoitus oli tehdä Sunista Mirrorin kilpailija. (Rooney 2000, 92; Hutt 1973, 157–158.) 1970-luvun lopulla sensaatiolehdiksi kehittynyt Sun ohitti jo Mirrorin levikissä, minkä jälkeen se on pitänyt johtoasemaa itsellään (Rooney 2000, 92).

Sunin menestys iltapäivälehtimarkkinoilla ja sitä kautta kiristynyt lehtikilpailu suurimpien päivälehtien välillä pakotti monet brittilehdet muuttamaan formaattinsa tabloidiksi ja lähtemään sillä mukaan levikkikamppailuun. Vuoteen 1977 mennessä viisi brittiläistä päivälehteä oli muuttanut formaattiaan pienempään kokoon. (Jyrkiäinen 1994, 167.) Nykyään merkittävä osa Britannian suurista lehdistä ilmestyy pienessä formaatissa. Laatulehdet The Times ja The Independent ovat tabloideja ja myös The Guardian ilmestyy broadsheetin pienemmässä berliner-formaatissa. Formaattiuudistuksen 1971 tehnyt Daily Mail ja 1977 tabloidiksi muuttanut Daily Express ovat hitusen laatulehtiä populaarimpia tabloideja, kun taas The Sun, Daily Star (perustettu 1978) ja Daily Mirror ovat perinteisiä sensaatio-tabloideja. Suurimmista lehdistä sen sijaan konservatiivinen The Daily Telegraph ilmestyy yhä broadsheet-koossa. (McMullan & Wilkinson 2004; Guardian; Telegraph; British tabloids.)

Tabloiduudistuksista tuli kuuma puheenaihe Britanniassa ja muualla maailmassa vasta, kun The Times ja The Independent alkoivat julkaista tabloidkokoista lehteä broadsheetin rinnalla syksyllä 2003. Nuori Independent oli muutoksessaan paria kuukautta perinteikässtä Timesia edellä. Se alkoi julkaista samapäiväistä tabloidversiota syyskuun lopussa 2003. Independentin muutoksen taustalla olivat sen vaikeudet löytää journalismissaan oikeaa suuntaa. Myös Times kärsi ennen muutostaan kahdeksan prosentin vuosittaisesta levikinlaskusta. Ilmestymällä hetken kahdessa formaatissa lehdet halusivat myös torjua pelkoja

viihteellistymisestä ja uutiskriteereiden muutoksesta. Ne halusivat osoittaa, että pienessä formaatissa julkaistaan sama materiaali kuin suuressakin koossa. Vaihtoehtoinen formaatti jätti ratkaisun tekemisen markkinoiden ja lukijoiden vastuulle. (Chisholm 2004, 7–8.) Independentin tabloidversio oli menestys. Pelkästään Lontoossa myynti lisääntyi 50 prosenttia. Lukijat ottivat uuden formaatin omakseen ja toukokuussa 2004 broadsheetista luovuttiin. (The Format Change Phenomenon 2005, 9.) Juuri Independentin rohkaiseva esimerkki oli ratkaiseva kannustin Timesin siirtymisessä tabloidformaattiin (Thomson 2005, 22). Toisaalta Independentiä on sanottu käytetyn vain keppihevosenä, sillä Timesin omistaja Rupert Murdoch olisi halunnut viedä lehteä jo aiemmin populaarimpaan suuntaan ja pienempään formaattiin (Chisholm 2004, 8). Vasta englanninkielisen maailman vanhimman päivälehdessä Timesin muutos oli se askel, joka pakotti broadsheetit ottamaan tabloidtrendin vakavasti ja miettimään formaattiuudistuksen mahdollisuutta (McMullan & Wilkinson 2004).

Vuoden päästä tabloidversion lanseeraamisesta Timeskin oli luopunut broadsheetista. Formaattiuudistuksen tavoitteena ei niinkään ollut saada uusia lukijoita kuin pitää kiinni vanhoista. Uudistus tasasikin Timesin laskevan levikin. Myyntiluvut kuitenkin ratkaisivat lopullisen siirtymisen tabloidiin. Timesista painettiin myyntiin tietyillä alueilla pelkkää tabloidversiota, eikä nousseita myyntilukuja voitu ohittaa olankohautuksella. Uudistuksen jälkeen Times ohitti myynnissä mm. Guardianin ja Daily Telegraphin. (Chisholm 2004, 8.) Timesin silloinen päätoimittaja Thomson (2005) totesikin uudistuksen jälkeen, että ei ole väliä, puhutaanko tabloid-Timesista vai kompaktista Timesista, sillä se mitä luetaan, on vain Times ja edustaa Timesia. (Thomson 2005, 22–25.) Olisi jännittävää nähdä, mitä Suomessa tapahtuisi vastaavassa kahden formaatin kokeilussa. Irtonumeromyynissä se tuskin kannattaisi, sillä sen osuus päivälehtien myynnistä on pieni. Tilaajille markkinotavan kahden version kokeiluna tulokset voisivat olla parempia, vaikka se tuskin olisi taloudellisesti kannattavaa. Kokeiluluontoisia yksittäisiä tabloidversioita on Suomessa silti nähty.

Formaattiuudistukset saivat jatkoa, kun The Guardian pienensi formaattiaan berlineriksi 12. syyskuuta 2005. Päätoimittaja perusteli muutosta berlineriksi sillä, että siinä yhdistyy tabloidin helppokäyttöisyys broadsheetin arvokkuuteen. (The Guardian 2005.) Britannia onkin havainnollinen esimerkki tabloidin kaksoismerkityksestä ja siitä ettei tabloidkokoisen lehden sisällön ole pakko olla tabloidmaista sanan sensaatiomaisessa merkityksessä. Silti muutoksen tehneet laatulehdet ovat joutuneet käyttämään kiertoilmaisuja tabloidille, jotta formaattia ei yhdistettäisi sensaatiojournalismiin ja sensaatiolehtiin. Kun keskiluokalle suunnattu Daily Mail muuttui tabloidiksi 1970-luvulla, se halusi erottua alaluokan ja massojen sensaatiohakuisista tabloideista Sunista ja Mirrorista kutsumalla itseään kompaktiksi (compact) lehdeksi (Rooney 2000, 92). Timesin tabloiduudistusta kritisoineen Christopher Walkerin (2005, 27) mukaan sanaa tabloid ei saanut lausua toimituksessa ääneen, vaan tabloidista piti puhua kompaktina formaattina.

## 2.2 Ruotsi näyttää esimerkkiä

Ruotsalaisten lehtien tabloiduudistushistoria on kulkenut noin kymmenen vuotta suomalaisia lehtiä edellä. Ruotsin lehtien tabloiduudistukset voidaan jakaa kolmeen eri vaiheeseen: ensimmäisessä vaiheessa kokoaan kutistivat pienet lehdet, sitten alueiden kakkoslehdet ja lopuksi suuret valtakunnalliset sanomalehdet (Sternvik 2007, 84). Pienten lehtien tabloiduudistukset tapahtuivat pääasiassa 1950- ja 1960-luvuilla. Yhteistä muuttuneille lehdille oli harva ilmestymistiheys, pieni levikki ja aamujakelun ulkopuolella olo. Myös toimituksellista aineistoa oli rajoitetusti. Uudistuksen syyt olivat lähinnä tekniikan tarjoamissa mahdollisuuksissa ja laskeneessa levikissä. Myös vähentynyt sisältö pakotti lehdet pieneen formaattiin: toimituksellinen materiaali ja ilmoitusaineisto ei olisi mitenkään riittänyt suureen formaattiin. Tabloiduudistukset olivat useille lehdille jo tuolloin keino jättää henkiin, vaikka suurin osa niistä lopetettiin myöhemmin. (Sternvik 2007, 85–88.)

Ruotsin kakkoslehtien tabloiduudistusaalto alkoi 1970-luvulla. Kakkoslehtien muutosten syynä oli Suomen tavoin kiristynyt kilpailutilanne levikkialueella. 1980-luvulla tabloidformaattista tulikin jo yleisempi kuin broadsheetista. (Sternvik 2007, 90–91.) Kakkoslehtien uudistuminen oli strateginen ratkaisu, jolla haluttiin tehdä lehti näkyväksi ja saada kilpailuetua ykköslehden nähden. Uudistukset lähtivät usein liikkeelle yhden ihmisen tahdosta ja ideasta. Joissakin tapauksissa muutoksesta oli jopa apua: esimerkiksi Sydöstran onnistui horjuttamaan onnistuneella muutoksellaan alueen ykköslehden Blekinge Läns Tidningenin asemaa, samoin Länstidningen syrjäytti Östersunds-Postenin aseman ykköslehtenä. (Emt. 92–95.)

Sanomalehtien uudet kilpailijat, ilmaisjakelulehdet, olivat myös kimmoke vaihtaa formaattia (Melesko 2006, 133). Tabloidien helppokäyttöisyys yhdistettynä laskusuhdanteeseen johti siihen, että sanomalehtien oli tehtävä nyt lisää yhteistyötä erityisesti ilmoitussektorilla. Yhteistyö olisi helpompaa, mikäli lehdet ilmestyisivät samassa koossa. Tämä vei myös formaattimuutosta eteenpäin 1990-luvulla. (Emt. 133.) Osansa oli myös ideologisilla seikoilla. Sternvik (2007, 98) näkee, että perimmäinen syy 1980- ja 90-lukujen tabloidkehitykseen Ruotsissa oli, että lukuisat ideologiset ja käytännön esteet poistuivat. Valtakunnalliset talouslehdet alkoivat ilmestyä tabloidina ja osoittivat yhdessä ilmaisjakelulehtien kanssa, että päivälehtikin voi ilmestyä pienessä koossa. Yhteys tabloidformaatin ja sensaatiojournalismin välillä murtui. (Emt. 98–99.)

Kolmas aalto eli suurten ykköslehtien formaattimuutos käynnistyi vuonna 2000, kun Svenska Dagbladet muuttui tabloidiksi. Sitä seurasivat useimmat suuret päivälehdet. Vuoden 2004 suuri muutosaalto oli sinetti uudelle aikakaudelle: Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten ja Sydsvenskan muuttuivat yhtä aikaa tabloideiksi lokakuun 5. päivä 2004. Maakuntalehdet seurasivat perässä ja nykyään yli 90 prosenttia Ruotsin päivälehdistä ilmestyy tabloidkoossa. (Sternvik 2007, 100–102.)

Mutta mikä sai myös suuret ruotsalaiset lehdet yhtymään siihen käsitykseen, että pieni koko olisi parempi? Syitä on ilmaisjakelulehtien markkinoille tulon ja henkisen ilmapiirin

muutoksen lisäksi muitakin. Yhtenä tekijänä on pidetty lukijoiden vaatimuksia pienentää formaattia. Sanomalehdet halusivat uusia lukijoita ja uutta formaattia pitivät tutkimusten mukaan hyvänä ennen kaikkea nuoret ja naiset (mm. McMullan & Wilkinson 2004, 6). Lukijamielipiteillä perustelu on sikäli kyseenalaista, että sekä kokoa pienentäneet että suuren koon lehdet vetosivat samoihin tutkimuksiin perustellessaan ratkaisujaan. Ei voi sanoa, että lukijat olisivat saaneet aikaan muutosaallon, mutta ei myöskään voida väittää, ettei muutosaalto olisi ollut lukijavetoinen. Kun muutama lehti oli tehnyt uudistukset, lukijat sopeutuivat ja mittaukset näyttivät taas myönteisempiä asenteita muutosta kohtaan. (Sternvik 2007, 102–106.)

Lehden kannalta lukijoiden tahtoon vetoaminen näytti myös paremmalta kuin muutoksen perusteleminen taloudellisilla syillä. Monet formaattimuutokset Ruotsissa ovatkin ajoittuneet aikaan, jolloin lehdillä on mennyt taloudellisesti huonosti. Fakta on, että formaattiuudistus tarjoaa mahdollisuuden useisiin säästöihin eri lehdenteon vaiheissa. Esimerkiksi henkilöstöä vähennettiin monessa tabloiduudistuksen tehneessä ruotsalaislehdessä. (Sternvik 2007, 106–108.) Sternvik (emt., 108–111) kuitenkin muistuttaa, että vaikka muutos tarjoaa mahdollisuuden säästöihin, se ei tarkoita, että säästöjä oikeasti aina syntyisi. Kyse on myös siitä, kuinka paljon lehti menettää tuloja sillä, jos se ei muutu tabloidiksi. Säästösyihin voidaan myös lukea formaattimuutokseen ajanut ilmoitusyhteistyö sekä juttuvaihto sanomalehtien välillä. Niin ikään ilmoitusyhteistyö ajoi Ruotsin kolme suurta, Dagens Nyheterin, Göteborgs-Postenin ja Sydsvenskanin, vaihtamaan formaattiaan samaan aikaan. Myös painotekniset syyt olivat ja ovat ratkaisevassa merkityksessä. Useat lehdet omistavat saman painon tai vaihtavat painoa, jolloin yhteinen formaatti tuo synergiaetuja ja säästöjä. (Emt.)

### **2.3 Kakkoslehdet alkavat suosia tabloidia**

Tabloiduudistukset eivät ole tuore ilmiö, vaan alkoivat Suomessa 1950-luvulla, jo ennen lohkotaiton omaksumista. Suomen ensimmäisenä tabloiduudistuksena voidaan pitää Jyväskylän Sanomien muutosta tammikuun 3. päivänä vuonna 1951. Ennen tabloiduudistusta lehti oli ilmestynyt seitsemänpaltaisena broadsheetina Sisä-Suomi-nimellä. Uudistuksessa koko pieneni puolella, palstojen määrä putosi viiteen ja nimi muutettiin Jyväskylän Sanomiksi. (Mervola 1995, 325.) Muutos oli aikamoinen lukijoiden nieltäväksi kerralla. Uudistusta perusteltiin ensimmäisessä numerossa samoilla sanoilla kuin formaattiuudistuksia perustellaan nykyäänkin. Lehteä keuhuttiin helpompilukuiseksi, kätevän kokoiseksi ja paksummaksi kuin ennen: ”Nojatuolissa luettaessa saadaan uudella koolla kynnärpääät käsinojille ja siten lukeminen voi tapahtua leppoisassa levossa. Luonnollisesti voidaan myös sanoa, että ruokapöydässä lukeminen on nyt helpompaa, mutta sitä emme uskalla ottaa perusteluksi muutoksellemme”, kirjoitti Jyväskylän Sanomat uudistuksesta kertovassa uutisessaan 3.1.1951. (Emt. 1995, 325–326.)

Lukijoille kerrotut syyt olivat kuitenkin totuuden kaunistelua. Jyväskylän Sanomien uudistuksen syitä olivat pikemminkin huonontunut talous, heikentyneet kilpailumahdolli-

suudet ja jäsentymättömäksi koettu sisältö. Uudistuksella haettiin säästöjä. Muutosta perusteltiin myös muiden lehtien esimerkillä, sillä tabloidin mallia otettiin pääkaupunkiseudulla ilmestyvistä tabloideista, mm. Ilta-Sanomista. (Emt. 327–328.) Syyt ovat samoja, joiden perusteella lehdet näyttävät nykyisinkin tekevän päätöksen siirtyä pienempään formaattiin.

1960-luvulla tabloidformaattista tuli tappiollisten kakkoslehtien suosima koko. Myös poliittiset lehdet alkoivat suosia pientä kokoa, samoin iltapäivälehdet suosivat tabloidformaattia. Esimerkkitapauksena poliittisen lehdistön siirtymisestä pienempään kokoon Mervola (1995, 331) käyttää Suomen Sosialidemokraatin uudistusta 1970-luvulla. Lehti ei enää pärjännyt kilpailussa Helsingin Sanomille, vaan menetti sille yhä enemmän lukijoita. Toimituksen resurssit huononivat ja lehden juttu- ja sivumäärä väheni koko ajan Helsingin Sanomiin verrattuna. Suomen Sosialidemokraatti päättikin luopua yleisanomalehden tehtävästään ja keskittyä pelkkään politiikkaan. Se joutui myös vähentämään ilmestymiskertoja viiteen vuoden 1972 lopulla. Myös uudella Demari-nimiöllä vahvistettiin uutta linjaa. Arkilehtien sivukoko pysyi entisellään, mutta lauantainumero muuttui tabloidiksi. Edes tuhti viikonloppunumero ei pelastanut lehteä kurjistumiselta, vaan lehteä pelastamaan ja uudistamaan perustettiin työryhmä vuonna 1975. Se suositteli lehdelle kokonaan tabloidkokoon siirtymistä. Näin tehtiinkin ja tabloidkokoinen Suomen Sosialidemokraatti ilmestyi ensi kerran lokakuun 26. päivänä 1976. Lehti viesti jo ulkoasullaan irrottautumista yleisuutislehden roolista hakien uutta asemaa poliittisena uutislehtenä. Se luopui myös kilpailusta Helsingin Sanomien kanssa. Vaikeudet kuitenkin jatkuivat ja 1988 lehteä uudistettiin taas. Nimeksi vaihdettiin kokonaan Demari ja ulkoasullisesti lehti lähestyi yhä enemmän iltapäivälehtiä: otsikoissa käytettiin tuhteja groteskikirjaintyyppisiä ja suuria pistekokoja. Tabloidkoko antoi lehdelle mahdollisuuden pakata pienempi sisältö sellaiseen pakettiin, joka miellyttäisi lukijoita enemmän kuin ohut broadsheet-lehti. Pienempi lehti kun ei voinut kilpailla samoilla aseilla kuin suurempi kilpakumppaninsa. (Mervola 1995, 330–340.)

Uuden Suomen tabloiduudistuksen tarina on samantyyppinen kuin Suomen Sosialidemokraatin ja Jyväskylän Sanomienkin. Lehti ei saanut ilmoituksia samalla tavalla kuin ykköslehti Helsingin Sanomat ja sen levikki alkoi laskea. Samalla sivumäärää jouduttiin supistamaan. Ongelmana pidettiin ulkoasua, jonka uudistamista vaadittiin. Tilaajamäärä kuitenkin laski yhä ja öljykriisi kiristi lehden talouden äärimmilleen 1975 ja 1976. Lehden sisältöä korostanut johto vaihdettiin ulkoasusuuntautuneeseen johtoon. Ulkoasun päivitys tuottikin tulosta ja vuonna 1977 levikki lähti lievään nousuun. Ulkoasua uudistettiin koko ajan pienin askelin, mutta pian alettiin elätellä haaveita täydellisemmästä uudistuksesta. (Mervola 1995, 340–350.)

Uuden Suomen lopettamista tutkinut Jyrki Vesikansa (1995, 99) toteaaakin, että 1970- ja 1980-lukujen vaihde oli uusine formaatteineen keskeinen vaihe Uuden Suomen uudistuksessa. Keväällä 1978 ryhdyttiin suunnittelemaan eurotabloidkokoista lehteä. Johtoportaa laskettiin, että sivutilan vähentäminen ja kustannusten säästäminen oli mahdollista vain tabloidformaattissa. Broadsheet-kokoisen lehden sivumäärää ei voinut enää vähen-

tää ilman, että lukijat olisivat kaikonneet. Tabloiduudistuksen tavoitteena oli ensisijaisesti eriytyä Helsingin Sanomista ja asettaa Uusi Suomi uudestaan lähtökuoppiin kilpailussa Helsingin Sanomien kanssa. Syyskuussa 1980 uudistunut lehti oli entistä värikkäämpi ja sen otsikot olivat suuria, lihavia sekä iltapäivälehtimäisiä. Se oli myös entistä aikakauslehtimäisempi ja kuvallisempi. Uudistus ei kuitenkaan ratkaissut ongelmia, vaan tappiokierre jatkui ja ulkoasu eli sen mukana. Lehteä moitittiin muun muassa liian räväköistä otsikoista ja sekavasta taitosta. (Mervola 1995, 340–350.)

Lehden parantamiseksi otettiin vielä yksi askel, jossa lehden ulkoasua rauhoitettiin. Tämän projektin nimi oli SPUS, Selvästi Parempi Uusi Suomi ja se käynnistyi 80-luvun lopussa huipentuen ensimmäiseen SPUS-lehteen maaliskuun alussa 1989. Tavoitteena oli palata takaisin laatulehdeksi. (Vesikansa 1995, 200–202.) Mustat paksut groteskiotsikot olivat poissa, ja tilalle tuli rauhallinen antiikva. Sivuja kaksi ja kolme tehtiin pääuutisaukeama. Uudistus keräsi paljon myönteistä palautetta ja lehden valoisa ilmettä kiiteltiin. (Mervola 1995, 340–350; Vesikansa 1995, 200–2002.) SPUS ei kuitenkaan pelastanut lehteä, vaan talousvaikeudet jatkuivat ja ajoivat Uuden Suomen lopulta kuolemaan. Viimeinen numero ilmestyi syksyllä 1991. (Vesikansa 1995, 266.)

Uuden Suomen kuolemaan päättyneen uudistuksen jälkeen formaattiuudistuksissa elettiin pitkään hiljaiseloa Suomen lehdistökentällä. Ilmeisesti edeltäjien huonot kokemukset ja pelot ilmoitustulojen menetyksestä (esim. Pulkkinen 2008, 75) jarruttivat tabloiduudistuksia Suomessa, vaikka muualla Pohjoismaissa suuret lehdet näyttivät siirtyvän urakalla tabloideiksi. Mitään ei näyttänyt tapahtuvan, mutta monissa lehtitaloissa pohdiskeltiin silti formaattiuudistusta, vaikka siihen ei uskalletukaan ryhtyä (ks. esim. Londen 2006). Monet kuitenkin kokeilivat tabloidformaattia. Esimerkiksi Keski-suomalainen julkaisi uuden vuoden lehtensä tabloidina 2006 ja monet sanomalehdet lanseerasivat tabloidkokoisia viikkoliitteitä.

Pulkkinen (2008) mukaan esimerkiksi Alma Median maakuntalehdet peruivat tabloiduudistussuunnitelmat liian isojen ilmoitustuottomenetysten pelossa. Vain Hufvudstadsbladet ja Itä-Häme ryhtyivät tuumasta toimeen ja siirtyivät tabloidkokoon vuoden 2005 loppuun mennessä. HBL teki uudistuksensa jo 2004. Tätä ennen tabloidiksi olivat muuttaneet vain 1980-luvulla monet levikissä häviölle jääneet kakkoslehdet, puoluelehdet ja pienet ruotsinkieliset lehdet. Myöhemmin perustetut kaupunki- ja ilmaisjakelulehdet ovat ilmestyneet jo suoraan tabloidkoossa. (Pulkkinen 2008, 83–84.)

### *2.3.1 Mindre, tyngre – Hufvudstadsbladetista HBL*

Suomenruotsalaisesta ankkalammikosta alkoi kuulua kummia alkuvuodesta 2004: Hufvudstadsbladet suunnitteli tabloiduudistusta. Levikin dramaattinen lasku alle 50 000 kappaleen vuoden 2003 lopussa oli pakottanut ruotsinkielisen lehden tiukkojen ratkaisujen äärelle. Se koki kadottaneensa kosketuksensa lukijoidensa arkeen ja asialle oli tehtävä jokin. Lukijatutkimusten, konsulttien ja ulkomaille suuntautuneiden opintomatkojen jäl-



keen ratkaisu alkoi hahmottua pienemmäksi formaatiksi. Maaliskuun 22. päivänä 2004 päivänvalon näki tabloidkokoinen, pienempi ja paksumpi HBL. (Londen 2006.)

Muutoksen myötä lehdessä tapahtunut uudistus ulottui ulkoasun lisäksi paljon syvemmälle: juttujen rakenteisiin, editointiin, esillepanoon sekä toimittajien työhön. Muutoksessa juttutyypit rajattiin kuuteen, huomattiin lyhyiden juttujen ja lisukkeiden (faktalaatikoiden, grafiikan ja taustainfojen) lisääntynyt tarve kontrastin ja hierarkian aikaansaamiseksi. Myös juttupituudet määriteltiin tarkasti. Sisällöllisesti tavoitteeksi otettiin suoraan asiaan -tyyli. Uudistus lisäsi juttujen ja otsikoiden määrää. Lehden rakennetta ei uudistettu kovinkaan dramaattisesti, mutta yksittäisten sivujen ja aukeamien taittoon suhtauduttiin uudella tavalla. HBL otti käyttöön aukeamataiton, sillä sivu sivuun -taitto olisi vaatinut enemmän henkilöstöresursseja. Samalla lehdessä huomattiin, että pienempi formaatti lisäsi suunnittelun tarvetta. HBL:n kokemuksen mukaan tabloidin taittaminen osoittautui työläämmäksi kuin broadsheetin. (Pulkkinen 2008, 84–87.)

Lehden oman käsityksen mukaan uudistus oli onnistunut, etenkin ilmoitusten kannalta. Ilmoittajat suhtautuivat uuteen formaattiin myönteisesti ja tulotkin kasvoivat ennen pitkää uudistuksen jälkeen (Londen 2006). Laskeva levikkikehitys katkaistiin vuoden 2004 aikana ja lehti onnistui tavoittamaan lukijoikseen nuoria kaupunkilaisia, jotka määriteltiin uudistuksen kohderyhmäksi. Tabloid-HBL sai ensimmäisenä vuoteen 8 000 uutta lukijaa, joista kaikki eivät kuitenkaan siirtyneet kestopilajiksi. Vuoden 2005 levikki kasvoi 0,7 prosentilla ja levikkituotot 3,3 prosentilla. Vuoden 2006 levikki pysyi ennallaan, mutta levikkituotot kasvoivat 4,2 prosenttia. Vain ilmoitustulojen kehitys oli ensimmäisenä kuukausina tappiollista. Lasku otettiin kuitenkin kiinni ja 2006 ilmoitustuottojen kasvu oli yli 3 prosenttia. Uudistuksen jälkeen tehdyn tutkimuksen mukaan liki 90 prosenttia tilaajista oli tyytyväisiä sisältöön ja formaattiin. (Pulkkinen 2008, 87.)

Vaikka uudistukseen oltiin tyytyväisiä, taiton ja ulkoasun sisältöä hallitseva rooli kohtasi myös vastustusta. Kritiikkiä tuli mm. siitä, että lyhentyneet ja määrämätassa tiukasti pysyttelevät jutut olivat jopa liian lyhyitä samalla, kun kuvat levitettiin isolla aukeaman yli, jopa kahdeksalle palstalle. Kirjoittajat kritisoivat, että taitto määrää sisällön, eivät journalistiset kriteerit. (Londen 2006.) Kuitenkin uudistuneessa HBL:ssä oli myös pitkiä juttuja, ne oli vain sijoitettu sunnuntaisivuille, jossa niille oli tarpeeksi tilaa (Pulkkinen 2008, 85).

### *2.3.2 Itä-Hämeen uusi ulkoasu*

HBL:n tavoin myös Itä-Häme kärsi laskevasta levikistä ja vaikeuksista saada nuoria tilaajia. Levikin laskun taustalla oli eri lääneihin jakautunut lehden toiminta, väestön väheneminen, korkea työttömyys ja alle 15-vuotiaiden pieni osuus väestöstä. Alueen valtalehti, samaan ESA-konserniin kuuluva Etelä-Suomen Sanomat kilpaili lukijoista samalla alueella. Myös Keskisuomalaisella ja Länsi-Savolla oli levikkiä alueella. (Pajula 2004, 43–46; Pulkkinen 2008, 88.)

Vastauksina haasteisiin lehden sisältöä alettiin kehittää hyvissä ajoin ennen formaattimuutosta, jo vuonna 2002. Esimerkiksi uutisjuttujen pituudeksi määrättiin korkeintaan 3 000 merkkiä. Lehti panosti voimakkaasti myös kansalaisjournalismiin. Aluksi uudistukset haluttiin tehdä pikkuhiljaa, mutta ennen pitkää tajuttiin, että suuri yksittäinen muutos saattaisi olla paras ratkaisu houkutella kadonneita lukijoita ja auttaa lehteä selviytymään. Toimituksessa virisi ajatus, että tabloidformaatti voisi olla ratkaisu ongelmiin. Lehdessä katsottiin, että pienempi formaatti helpottaisi aineiston johdonmukaista ryhmittelyä. Ongelmia tuli, kun 12–14-sivuisessa broadsheetissa eri aihepiirien uutisia jouduttiin laittamaan samalle sivulle. (Pajula 2004, 149–152.)

Tabloidiin siirtymiselle ei siis näyttänyt olevan estettä, etenkin, kun lehti alkoi samalla ilmestyä aikaisemman viiden päivän sijaan kuutena päivänä viikossa. Uudistuksen yhteydessä lehti päätti myös nostaa tilaushintoja, sillä ilmoitustuloissa ei nähty enää kasvua. Levikkitavoitteeksi otettiin 13 000 kappaletta vuonna 2007. Lehdestä haluttiin ulkoasultaan nykyaikainen, tulevaisuuteen suuntautuva ja nuoria kiinnostava tuote, joka olisi lähempänä alueen ihmisiä. Myös suurimmat ilmoittajat suhtautuivat uudistukseen myönteisesti, vaikka ilmoitushintoja nostettiin. (Pulkkinen 2008, 88–89.)

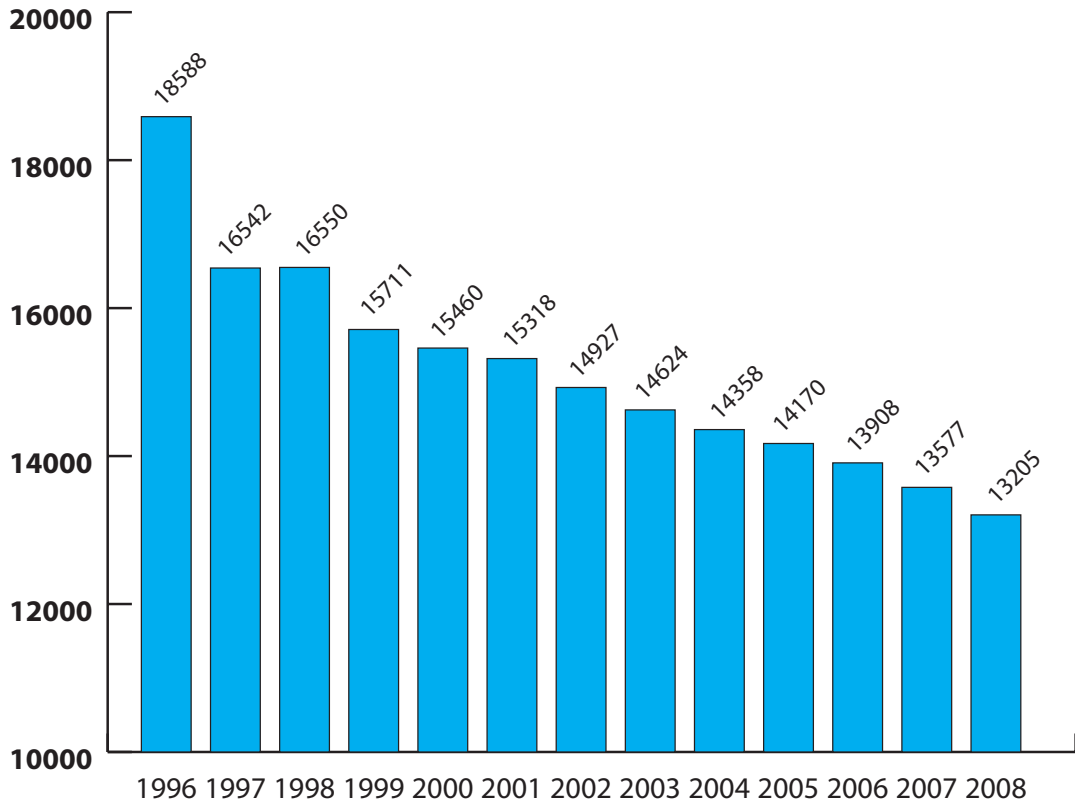
Itä-Häme siirtyi tabloidiin 9. maaliskuuta 2005. Uudistusta pidettiin pääosin onnistuneena. Erityisesti lehden kuvitus parani, mutta ennakkosuunnittelussa oli silti vielä tekemistä. Taitossa hierarkia koheni ja erityisesti sitaattien käyttö lisääntyi. Juttujen pituudet lyhenivät pääjuttuja lukuun ottamatta, mutta lipsumista annetuista merkkimääristä tapahtui silti uudistuksen jälkeenkin. Uudistuksen jälkeen tulleesta 180 lukijapalautteesta (9.–20.3.2005) myönteisiä oli 76 kpl ja kielteisiä 66. Loput olivat sekä että -kannalla. Myönteisessä palautteessa kiiteltiin lehden selkeyttä ja kätevyyttä. Moitteita lehti sai ilmaisjakelulehtimäisyydestä. Levikissä uudistus ei kuitenkaan näkynyt toivotulla tavalla. Vuoden 2005 levikki jopa putosi edellisvuodesta 2,8 prosentilla 11 813 kappaleeseen. (Levikintarkastus.) Pajula (2004, 161) arvelee syyksi, että lehden imago oli ollut lukijoille epäselvä ja arkinen. Pulkkinen (2008, 90) toteaaakin, että uudistus ei ilmeisesti onnistunut poistamaan näitä ongelmia.

## **2.4 Laskeva levikki motivoi Iisalmen Sanomia**

Kuten monissa muissakin kansallisissa ja kansainvälisissä esimerkeissä, levikin ja ilmoitustulojen laskeminen oli se pohja, jolta tabloiduudistukseen lähdettiin Iisalmen Sanomissa ponnistamaan. Suurin syy oli halu turvata lehden kilpailukyky ja säilyminen seitsemänpäiväisenä alueen ykkösuutislehtenä. Laskevissa levikki- ja ilmoituspaineissa seitsemänpäiväisyys oli uhattuna. Uudistuksella haluttiin turvata kilpailukyky niin tilaus- kuin ilmoitusmarkkinoillakin. Lehden taloudellisen kannattavuuden takaaminen oli myös tärkeää, sillä Iisalmen Sanomien tekemä tulos oli ollut edeltävinä vuosina vaatimatonta.



## IISALMEN SANOMIEN LEVIKKI



Taulukko 1: Iisalmen Sanomien levikki (Levikintarkastus)

Koska Iisalmen Sanomien taloudellinen tilanne oli huono, pelkällä formaatin muutoksella lehden kannattavuutta ja kilpailukykyä ei voitu turvata, vaan kannattavuuden elvyttäminen edellytti myös yhteistyötä ja yhteistuotantoa jonkun toisen lehden kanssa. Tässä asiassa hätiin tuli syksyllä 2005 Itä-Häme, toinen levikin laskusta kärsinyt aluelehti (ks. luku 2.3.2).

Tabloiduudistus sekä sisältö- ja tuotantoyhteistyö Itä-Hämeen kanssa ei kuitenkaan ollut ainoa vaihtoehto, jota keskusteluissa pyöriteltiin. Ennen lopullista päätöstä Iisalmen Sanomissa tarkasteltiin erilaisia vaihtoehtoja lehden aseman turvaamiseksi. Pohdintojen päätteeksi todettiin, että lehden tilaustulot eivät enää merkittävästi kasvaisi, sillä levikkialue on muuttotappioaluetta, jonka väestö ikääntyy. Myöskään ilmoitustulojen kasvua ei olisi luvassa, sillä alueen elinkeinoelämä ja kaupallinen elämä ovat riippuvaisia väestön liikkeistä. Liikevaihdon kasvua ei siis ollut näköpiirissä. Samalla kuitenkin lehden henkilöstö-, paino- ja jakelukustannukset kasvaisivat. Tämän analyysin pohjalta päädyttiin kolmeen vaihtoehtoiseen malliin, joilla lehden kannattavuus voitaisiin turvata. Selvitetty vaihtoehdot olivat niin sanotut Seiska plus, Sopeutettu seiska ja 6+1 -malli. Strategiatyötä tehtiin käytännössä koko vuosi 2005.

Seiska plus -malli tarkoitti käytännössä hyvin tiivistä yhteistyötä Savon Sanomien kanssa. Tiivis yhteistyö käsitti tässä mallissa yhteistyön sekä sisällön, ilmoitusten että sivujen tuotannossa, jolloin Iisalmen Sanomista olisi käytännössä tullut Savon Sanomien Ylä-Savon liite. Malli hylättiin, sillä se olisi ollut vaikea toteuttaa jo yksistään lehtien välisen kokoron vuoksi. Riskinä pidettiin myös sitä, että molemmilla lehdillä on samoja lukijoita, ja heille uudistuksesta ei olisi ollut juurikaan hyötyä. Vaihtoehto olisi edellyttänyt myös toimintatapojen muutoksia Savon Sanomissa.

6+1 -mallissa Iisalmen Sanomat olisi muuttunut kuusipäiväiseksi ja paikallislehtimäisemmäksi. Sunnuntain lehtenä Iisalmen Sanomien lukijat olisivat saaneet Savon Sanomat. Tässä vaihtoehdossa nähtiin kuitenkin vaaroja liikevaihdon supistumisesta, jolloin sitä olisi vaikea saada takaisin kasvu-uralle.

Kolmas ja toteutunut vaihtoehto oli sopeutettu seiska, jossa Iisalmen Sanomat säilyisi seitsemäpäiväisenä, mutta muuttuisi tabloidiksi. Lehti tekisi myös laajaa sisältö- ja tuotantoyhteistyötä samaa formaattia käyttävän toisen lehden kanssa. Tässä mallissa liikevaihdon säilyminen turvattaisiin ja pieni kasvukin olisi mahdollista. Kustannustehokkuuden nimissä painatus- ja henkilöstökuluja oli kuitenkin pakko vähentää.

Samalla kun Iisalmen Sanomissa pohdittiin lehden tilanteen turvaamista, etsi heinolalainen kuusipäiväinen Itä-Häme uusia yhteistyömahdollisuuksia samaa kokoluokkaa olevien lehtien kanssa. Keväällä tabloidiksi muuttuneesta Itä-Hämeestä otettiin yhteyttä Iisalmen Sanomiin syksyllä 2005 ja ehdotettiin yhteistyötä. Lehtien johto keskusteli mahdollisesta yhteistyöstä ja näissä keskusteluissa huomattiin, että sekä Itä-Hämeellä että Iisalmen Sanomilla oli samankaltaiset näkemykset siitä, millainen hyvän aluelehden täytyy olla. Yhteistuotanto todettiin myös helpommaksi, mikäli molemmat lehdet olisivat samassa tabloidformaattissa.

Yhteistyö Itä-Hämeen kanssa olikin lopullinen niitti formaattiuudistukselle. Edellisen ulkoasu-uudistuksen lehti oli tehnyt vuonna 2002 toimitussihteeri Leena Kososen johdolla<sup>2</sup>. Kososen tekemän uudistuksen tarkoitus oli nostaa paikallisuutisoinnin arvoa ja selkeyttää osastojakoa. Koska etusivua ei voitu pyhittää pelkille uutisille ilmoitustuottojen laskun takia, määriteltiin sille selkeät ilmoituspaikat. Kun etusivun ilmoitukset moduloitiin, sille jääviä koloja ei tarvinnut tilkitä epäolennaisilla uutisilla. (Suomen Lehdistö 9/02; Hämläinen 2003.) Lehti sai uudistuksesta Bonnierin suuren journalistipalkinnon vuoden lehti-uudistus -kategoriassa.

Sekä tabloiduudistuksella että sisältö- ja tuotantoyhteistyöllä varmistettiin, että kumpikin lehti pystyisi keskittymään tärkeimpään tehtäväänsä eli omaan uutistuotantoon ja alueellisen ykkösuutislehden rooliinsa. Vähien työntekijöiden voimat oli tarkoitus vapauttaa tällä

---

<sup>2</sup> Kosonen ehdotti jo tuolloin tabloidformaattiin siirtymistä, mutta sitä ei pidetty vielä ajankohtaisena. Syksyllä 2005 aatokset olivat kuitenkin toisia ja aika todettiin kypsäksi uudistukselle. (Ylitalo 2006)

omaan alueelliseen uutisointiin. Tavoitteet olivat siis samantyylliset kuin edellisessä ulkoasu-uudistuksessa. Itse tabloidformaatti ei näyttänyt olevan Iisalmen Sanomille itseisarvo, vaan se tuli muiden pelastusyritysten ja tavoitteiden kylkiäisenä.

## 2.5 Ideologia ja ilmaisjakelu taustatekijöinä

Pulkkinen (2008) on löytänyt ulkoasu-uudistuksia koskevassa tutkimuksessaan viisi syytä tehdä uudistus:

- taloudelliset ja kilpailulliset syyt (kilpailu ja taloustilanne kiristyy, lehti haluaa vastata haasteisiin)
- tekniset syyt (painotekniikka)
- määrälliset syyt (sivumäärien lisääntyminen ja lasku)
- lehden toimintaympäristöstä, kuluttamisen ja elämäntavan muutoksista johtuvat syyt (lehtiä luetaan eri tavoin kuin ennen, esim. liikkeellä ja kulkuvälineessä)
- henkilöistä johtuvat syyt (uusi päätoimittaja haluaa kädenjälkensä näkyviin) (Pulkkinen 2008, 56–57.)

Nämä kaikki syyt voidaan nähdä ulkoasukierteen laukaisijoina. Lisäksi syitä voidaan soveltaa formaattiuudistuksiin. Iisalmen Sanomien tabloiduudistuksen laukaisijoina voidaan nähdä taloudelliset ja kilpailulliset syyt, määrälliset syyt sekä lehden kuluttamiseen ja toimintaympäristöön liittyvät syyt.

Tabloiduudistuksiin vaikuttavat myös ideologiset tekijät. Ruotsissa tabloidformaatin kytkeytyminen sensaatiomaiseen iltapäiväjournalismiin oli pitkään este uudistuksille. Kytököksen taustalla oli iltapäivälehti Expressenin tabloiduudistus 1944, jonka vuoksi iltapäivälehtimäiset piirteet yhdistettiin pieneen kokoon. Pieni koko oli yhtä kuin huono lehti. (Sternvik 2007, 84.) Ruotsin tapauksessa tabloidformaatin ja sensaatiomaisen sisällön välinen yhteys murtui, kun valtakunnalliset talouslehdet aloittivat ilmestymisensä tabloidformaattissa ja osoittivat yhdessä ilmaisjakelulehtien kanssa, että päivälehtikin voi ilmestyä pienessä koossa. (Emt. 98–99.)

Ruotsin tavoin myös Norja on tiukasti kiinni tabloidtrendissä ja Tanska seuraa perässä, vaikkakin hitaasti. Vaikka nykyaikainen taloustabloidi saikin alkunsa Tanskassa, maa jäi silti kehityksessä muiden Pohjoismaiden jälkeen, sillä siellä ei ollut enää kakkoslehtiä jäljellä ja irtonumerotabloidit olivat sensaatiolahjempia kuin Ruotsissa tai Norjassa. Tanskassa tabloidkoko oli myös alueellisten ilmaisjakelulehtien tunnusmerkki ja erottautumiskeino isoista ykköslehdistä. Islannissa kehitys kohti pienempää formaattia on sujunut sen sijaan kitkattomasti, mutta siellä sensaatiomainen sisältö astui kuvaan vasta tabloidiksi muuttamisen jälkeen. (Gustafsson 2006.)

Myös Suomessa Kauppalehden ja sittemmin lopetetun Taloussanomien paperilehden sekä lukuisten paikallislehtien ilmestyminen suoraan tabloidkoossa on saattanut vaikuttaa

siihen, ettei tabloidformaattia ja sensaatiomaista sisältöä automaattisesti niputeta yhteen. Toisaalta tämä on saattanut myös hidastaa pieneen formaattiin siirtymistä, mikäli tabloidformaattia ei ole totuttu pitämään suurten ja vakavasti otettavien päivälehtien kokona, vaan sen on katsottu kuuluvan joko paikallisille lehdille tai sitten erikoistuneille lehdille, kuten talous- tai puoluelehdille.

Siinä missä ideologinen muutos on tarjonnut tabloидуudistuksille aatteellisen taustan, on lisääntynyt mediakilpailu ja ilmaisjakelulehtien kasvu tarjonnut yhdessä uutisjournalismin yleisten haasteiden kanssa käytännön tuuppauksen ulkoasun uudistumiseen. Kustantajat ovat joutuneet etsimään uusia tapoja sopeuttaa lehtensä tarjonta muuttuvien markkinoiden ja reunaehtojen mukaan, joista yksi oli 90-luvun lama ja toinen internetin merkityksen kasvu 90-luvulla, mitkä johtivat levikkien laskuun (Hujanen 2007, 115, 157).

Lehtien taloudellinen tilanne onkin huonontunut sekä 1990-luvun laman seurauksena että lisääntyneen kilpailun ja ilmaisjakelulehtien markkinoille tulon vuoksi. Laskevat levikit ja erityisesti nuorten lukijoiden kaikkoaminen ovat havahduttaneet lehdet huomaamaan, että jotain tarvitsisi tehdä. Nämä seikat näkyivät erityisesti 2000-luvun alun Ruotsin päivälehtien uudistusten taustalla. Ne perustelivat tabloидуudistuksiaan yleisesti lukijoiden toiveilla ja vaatimuksilla, mutta taustalla oli huoli taloudellisesta tilanteesta ja tulojen menetyksestä (ks. luku 2.2). Myös internetin merkityksen kasvu ilmaisena uutisvälineenä on vaikuttanut sanomalehtien levikkeihin laskevasti. Sanomalehden rooli tiedotusvälineenä muuttuu väistämättä, mikä tarkoittaa muutoksia ulkoasussa, formaatissa ja esitystavoissa. (Pulkkinen 2008, 50.) Myös vuoden 2008 lopulla alkanut taantuma on rokottanut lehtien ilmoitustuloja ja pakottanut osaltaan lehdet miettimään uusia ratkaisuja.

Vaikka sanomalehden rooli muuttuu, pienemmästä formaatista näytetään hakevan ratkaisua ongelmiin sitä vastahakoisemmin, mitä suurempi lehti on kyseessä. Vuonna 2008 suurista 7-päiväisistä sanomalehdistä vain 13 prosenttia ilmestyi tabloidina. Kaikista päivälehdistä tabloidina ilmestyi 39 prosenttia. Kuusi- ja viisipäiväisistä lehdistä 75 prosenttia oli tabloideja, samoin pienistä 1–3 kertaa viikossa ilmestyvistä lehdistä lähes kaikki olivat tabloideja (ks. Liite 1). (Suomen sanomalehdistö 2008.) Syy siihen, miksi kuusi- ja viisipäiväiset lehdet ilmestyvät pienessä formaatissa on, että tässä joukossa ovat mukana molemmat iltapäivälehdet sekä jonkin verran puolue- tai muita erikoislehtiä sekä ruotsinkieliset lehdet, jotka ovat jo pitkään ilmestyneet tabloidformaatissa. Harvoin ilmestyvistä lehdistä käytännössä kaikki ovat paikallislehtiä, jotka ovat alusta asti ilmestyneet tabloidina. Näyttääkin siltä, että pieni koko ja harva ilmestymistiheys sekä jonkinlainen erikoistuminen ovat tabloidformaattia käyttävien lehtien tyypillisiä piirteitä.

## 3 MITÄ ON TABLOIDJOURNALISMI?

**T**abloid-termiä käytettiin alun perin 1800-luvun lopulla brittiläisen lääkefirman kehittämistä lääkkeistä (tabletin ja alkaloidin yhdistelmästä). Sana siirtyi kuvaamaan tiiviiksi pakkaamista ja tiivistettyä journalismia, jossa asia esitetään yksinkertaistussa ja voimakkaassa, helppokäyttöisessä muodossa. (Tulloch 2000, 131; Pulkkinen 2008, 71.) Tabloidin käsite sisältönä näyttäisikin olleen olemassa jo ennen kuin varsinainen formaatti tunnuspiirteineen keksittiin. Tabloidien historia tulee sekä anglo-amerikkalaisesta sekä mannereurooppalaisesta perinteestä, jotka eroavat toisistaan sensaatiomaisuuden asteessa. Anglo-amerikkalainen traditio nojasi sensaatiomaiseen viihdyttävyyteen, kun taas eurooppalainen perinne oli lähinnä hyväntuulisella ja lupsakkaalla tavalla viihdyttävää ja vähemmän sensaatiomaista. (Gustafsson 1996, 25.)

Tässä luvussa teen lyhyen katsauksen tabloidjournalismin historiaan ja tarkastelen sen yhteyksiä sensaatiojournalismiin. Lisäksi avaam lisää tabloidisaation ja tabloidistumisen käsitteitä, joiden avulla havainnollistan, että tabloidisaatio ei ole pelkästään tiettyä kokoa käyttävien lehtien piirre. Tämän taustan purkaminen auttaa ymmärtämään tabloidisaatiokeskustelua ja auttaa näkemään, että formaatin ja siihen historiallisesti liitetyn sisällön ei nykyään tarvitse kulkea käsikkäin.

### 3.1 Sisällön juuret Amerikassa

Sensaatiojournalismin juuret ulottuvat 1830- ja 1840-lukujen amerikkalaiseen pennilehdistöön ja 1800-luvun lopun keltaiseen lehdistöön. Pennilehdet houkuttelivat lukijoita sensaatiomaisella tyylillä. Jutut olivat helpommin luettavia, kevyempiä ja tavalliselle ihmiselle ymmärrettävämpiä verrattuna sen aikaiseen vakavampaan journalismiin. Ilmaisut olivat värikkäitä ja lauseet lyhyitä. Myös sisällöt muuttuivat. Aiemmin sensaatiot koskettivat vain yläluokan tekemisiä, mutta nyt kerrottiin tavallisten ihmisten tekemistä murhista, rikoksista ja siveettömyyksistä. Myös valehtelu ja uutisten keksiminen olivat tavallinen tapa pennilehdistössä, sillä journalismin piti kaikin keinoin vältellä tylsyyttä. (Prinbanic-Smith 2002, 268–269.) Varsinaisesti keltainen lehdistö syntyi Amerikassa 1890-luvulla, kun kaksi lehtimogulia, William Randolph Hearst New York Journalilla ja Joseph Pulitzer New York Worldilla, kilpailivat sensaatiojournalismin markkinoilla New Yorkissa. (Emt. 270–271.)

Ensimmäisenä amerikkalaisena kokeilutabloidina voidaan pitää lordi Northcliffen lanseeraamaa ”tabloid”painosta New York Daily Worldista 1.1.1901. Tässä erikoispainoksessa Northcliffe esitteli idean tiiviimmistä uutisista. Ensimmäisen numeron pääkirjoituksessa hän povasikin, että maailma astuu nyt uudelle, aikaa säästävälle vuosisadalle ja hänen tavoitteenaan oli tarjota ”minuuttiiutisia” (news in sixty seconds). (Tulloch 2000, 131–

132.) Tapa näkyy nykyään esim. Iltalehdessä ja Kauppalehdessä, joissa lehden pääaiheet tarjotaan lukijalle lyhyinä tiivistyksinä, jotka voidaan lukea minuutissa. Tabloidilla ei ollutkaan aluksi mitään tekemistä sensaatiomaisuuden kanssa, vaan kyse oli nimenomaan tiivistä ilmaisusta. Lordi Northcliffe määritteli uudenglaisille jutuille enimmäismitan: jutussa sai olla korkeintaan 250 sanaa (Gustafsson 1996, 25).

Daily Mirrorin esimerkkiä ja mukaillen ja menestyksen innoittamana USA:ssa perustettiin 1919 niin ikään ensimmäinen menestynyt tabloid, New York Daily News. Menestysreseptin ainekset olivat samat kuin Mirrorilla: pieni formaatti, sensaatiot ja viihde. (Gustafsson 1996, 29–31.) Daily News keräsiikin miljoonalevikin 1920-luvun puolivälissä. William Randolph Hearst ei halunnut jäädä huonommaksi vaan alkoi julkaista omaa Daily Mirroriaan. Daily Newsin ja Mirrorin kilpailu lukijoista oli veristä. Kolmas tabloid Amerikan markkinoilla oli Evening Graphic, jonka kuvitus oli muita tabloideja shokeeraavampaa. Kuvitus oli tabloideissa muutenkin hallitsevassa asemassa. Samoin rikokset ja murhat myivät. 1930-luvun lama iski myös tabloideihin Amerikassa ja siitä selviytyneet lehdet (mm. Daily News) joutuivat muuttamaan uutisointiaan vakavampaan ja informatiivisempaan suuntaan. Nyt tabloidien päähenkilöitä olivat murhamiesten sijaan sankarit, jotka jahtasivat roistoja. (Pribanic-Smith 2002, 272–274.)

### **3.2 Tabloidisaatiota vai tabloidistumista?**

Tabloidjournalismin historian lisäksi olennaista on tiedostaa tabloid-käsitteen kaksoismerkitys. Sillä voidaan tarkoittaa sekä tiettyä formaattia käyttävää sanomalehteä että tietyn tyylistä journalismia, johon kuuluu räväkkä otsikointi ja raju kuvankäyttö. (Kuutti 2006, 216; Pulkkinen 2007, 71; Sparks 2000, 10.) Tabloidisaatiolla tarkoitetaan muutosta, jossa seksi, skandaalit ja julkkisviihde korvaavat median asialistalla yhteiskunnallisesti merkittävät uutiset, syvälliset analyysit ja taustoitukset. Käsitys yleisölle olennaisesta tiedosta muuttuu. (Kuutti 2006, 216.)

Colin Sparks (2000, 10–12) erottaa kolme eri merkitystä tabloidmaiselle sisällölle. Ensimmäinen ulottuvuus on, että tabloideissa media kiinnittää vain vähän huomiota politiikkaan, talouteen ja yhteiskuntaan, mutta sen sijaan aihevalikoiman kärjessä ovat urheilu, viihde sekä skandaalit. Lisäksi huomiota kiinnitetään ihmisten yksityiselämään, olivatpa he julkkiksia tai tavallisia ihmisiä. Toisessa ulottuvuudessa tabloideilla viitataan nimenomaan yksittäiseen tiedotusvälineeseen ja siihen, että viihde syrjäyttää uutiset sen agendalla. Kolmas näkökulma liittyy hyvän maun rajojen venyttämiseen eri aiheiden sisällöissä ja niiden käsittelyssä. Painotus on siis käsittelytavassa. Nämä näkökulmat esiintyvät yleensä yhdessä, mutta voivat olla myös erillisiä. (Emt.)

Pulkkinen (2008, 72) listaa tabloidtyyliin kuuluviksi ominaisuuksiksi muun muassa kerroksen ja visualisoinnin nokkeluuden, kiinnostavat yksityiskohdat ja tunnuseikkojen korostuksen. Pulkkinen huomauttaa kuitenkin, ettei ole törmännyt sen enempää lukijoiden kuin toimittajienkaan parissa käsityksiin, joiden mukaan formaattiuudistukset olisivat joh-

taneet tabloidisaatioon (emt., 73). Lukijat ovat hyväksyneet laatulehtienkin siirtymisen pienempään formaattiin, eikä ole todisteita, että juuri muutos olisi lisännyt sensaatiomais- ta sisältöä. Kevyempää aineistoa on toki tullut lehtiin lisää, mutta sen lisääntyminen on ol- lut formaatista riippumatonta. (Emt., 95.)

Tabloidmaisen sisällön tutkimusta suomalaisista lehdistä on tehty vähän. Göran Djupsund ja Tom Carlson (1998) ovat tutkineet suomalaisten ja ruotsalaisten sanomalehtien tabloi- disaatiopiirteitä 1982–1997. He määrittelevät tabloidisaation pinnallistumiseksi ja suun- taukseksi kohta pehmeitä uutisia. Tutkimuksessa olivat mukana ruotsalaiset Dagens Ny- heter ja Västerbottens-Kuriren, suomalaiset lehdet olivat Hufvudstadsbladet ja Vasabladet. Tutkimuksessa keskityttiin etusivuihin. Sisältöä luokiteltaessa jutut jaettiin aiheen perus- teella kolmeen tyyppiin: koviin uutisiin, pehmeisiin uutisiin ja rikosuutisiin. Tutkimuk- sessa havaittiin, että tutkimusjaksolla kovien uutisten osuus kaikista uutisista oli laskenut. Samalla pehmeiden uutisten osuus lisääntyi. Rikosuutisoinnin määrässä paljastui mielen- kiintoinen ero maiden välillä: siinä missä rikosuutisten määrä lisääntyi HBL:ssä ja Vasa- bladetissa, ruotsalaisissa lehdissä se laski. Myös visuaalisten elementtien määrä sekä pääku- vien koko etusivulla kasvoi. Djupsund & Carlson huomauttavatkin, että visuaalisuudella ja viihteellisyydellä on yhteys tai ainakin molempien määrä on kasvanut suomalaisissa leh- dissä. (Djupsund & Carlson 1998, 102–111.) Visuaalisuuden ja viihteellisyyden paketoi- minen yhteen on yksipuolinen näkemys. Se ei näytä huomioivan, että myös kuvilla ja ul- koasulla voi olla informatiivinen ja lukijaa palveleva tehtävä tekstin rinnalla. Kuvat voivat tarjota aiheeseen tekstiä syventävän näkökulman ja niillä voidaan kertoa asioita, jotka ei- vät taivu sanoiksi ja virkkeiksi.

Kun puhutaan tabloidisaatiosta, sisältö ja muoto on syytä erottaa toisistaan. Aihevalikoim- an viihteellistymistä tapahtuu formaatista riippumatta ja näin ollen tabloidisaatio ei ole- kaan vain jotain, jota tapahtuu vain pienen formaatin lehdissä. Jotta voidaan analysoida tabloidmaista sisältöä, se täytyy jakaa kahteen ulottuvuuteen: aihevalikoimaan ja käsitte- lytapaan. Nämä ulottuvuudet ovat tabloidisaatiota ja tabloidistumista. Tabloidisaatio kos- kee Sparksia (2000) mukaillen nimenomaan median aihevalikoiman ja agendan muutos- ta, jossa viihde valtaa alaa vakavilta aiheilta sekä yleisesti mediassa että yksittäisen tiedotus- välineen sisällä, oli tuo väline sitten lehti, radio tai televisio. Sen sijaan tabloidformaattista nousevista käsitteletävän ja esitystapojen, kuten ulkoasun ja taiton muutoksista puhutta- essa käyttökelpoisempi termi on tabloidistuminen. Tabloidistunutta sisältöä ovat esimer- kiksi lyhentyneet ja eri palasiin jaetut jutut, visuaalisten kerrontatapojen roolin korostu- minen sekä kokokontrastin lisääntyminen.

Tabloidisaatiossa ja tabloidistumisessa on luonnollisesti astevaihtelua. Tiedotusväline voi olla tabloidisaatiossa hyvinkin pitkällä tai sitten sen sisällöissä ei ole havaittavissa minkään- laista aihevalikoiman tai käsitteletävän muutosta. Colin Sparks (2000, 13–16) jakaa leh- det viiteen kategoriaan niiden tabloidisaation asteen perusteella. Jaottelu tehdään siis pää- asiassa aihevalikoiman muutoksen perusteella. Lehtikategoriat ovat: serious press, semi-se- rious press, serious-popular press, news-stand tabloid, supermarket tabloid press. (Emt.)



Täytyy muistaa, että jako on karkea. Rajat kategorioiden välillä ovat häilyviä ja kulttuurisidonnaisia. Suomen lehdistössä ei edes ole kahta viimeistä tyyppiä. Muutenkin jaottelu on ongelmallinen, sillä Pohjoismaissa jako laatu- ja populaarilehdistöön ei ole niin selvä. Täällä lehdistö on pikemminkin ns. omnibus-lehdistöä, jonka aihevalikoimissa ja esitystavoissa näkyvät niin laatu- kuin populaarilehtienkin piirteet, ja lehtien tarkoitus on tarjota kaikkea kaikille (esim. Huovila 1998, 12–13).

Jos jaottelua tahtoo soveltaa Suomen lehdistökenttään ja sivuuttaa hetkeksi omnibus-lehdistön, mahtuvat maan sanomalehdet luokkiin semi-serious press ja serious-popular press. Täysin viihteen unohtavaa päivälehteä ei maasta löydy, Helsingin Sanomatkin julkaisee sivuillaan viihhteellistä aineistoa.

Esimerkiksi tabloidmaisen sisällön jakautumisesta aihevalikoimaan ja käsittelytapaan sekä Sparksin jaottelun keinotekoisuudesta kelpaavat suomalaiset iltapäivälehdet. Niiden aihevalikoima on samantyyppinen kuin esimerkiksi Helsingin Sanomilla tai Aamulehdellä, mutta iltapäivälehtien tyyli mielletään tabloidmaiseksi käsittelytavan ja esillepanon vuoksi. Iltapäivälehtien kohdalla kyse on pikemminkin tabloidistumisesta. Sen sijaan Helsingin Sanomat on pitänyt esitystapansa enimmäkseen laatulehtimäisinä, mutta on laajentanut aihevalikoimaansa myös yksityisasioiden käsittelyn ja viihdeutisten puolelle. Helsingin Sanomien aihevalikoiman muutos näyttää siis kertovan tabloidisaatiosta, vaikka ilmaisukeinot ja esitystavat ovat yhä tyypillisiä laatulehden formaatiksi mielletylle broadsheetille.

Yhä useammat broadsheet-lehdet ovat kuitenkin ottaneet ilmaisukeinoikseen ja esitystavoikseen tabloideista tuttuja piirteitä. Colin Sparks (2000, 2) käyttää tästä nimeä tabloid laundering. Siinä laatulehdet omaksuvat tabloidlehdistön normit ja adoptoivat ne omaan käyttöönsä siistimällä ne sopiviksi. Tästä voi pitää esimerkkinä Keskisuomalaista tai Savon Sanomia, joiden otsikointityyli ja ulkoasu on paikoin hyvinkin räväkkää ja muistuttaa iltapäivälehtimäistä tyyliä. Hiekkasen (2005) mukaan suurempi ilmaisu näyttyy helposti sensaatiomaisutena, sillä tabloideissa otsikoinnin puolivillaisuus ja puolihuolimattomuus on kitkettävä pois ja mentävä suoraan asiaan.



## 4 MITÄ TABLOIDUUDISTUKSESSA TAPAHTUU?

**T**abloid uudistus tarkoittaa formaattiuudistusta, jossa lehden fyysinen sivukoko muutetaan suuresta broadsheet-koosta (400 mm x 560 mm) pienempään tabloidkokoon (280 mm x 400 mm). Berliner-formaatti on hieman perustabloidia leveämpi ja korkeampi, mutta pienempi kuin broadsheet. (Pulkkinen 2008, 71). Tabloiduudistus vaikuttaa paitsi lehden fyysiseen kokoon, myös ulkoasuun, sisältöön ja toimituksen työskentelytapoihin. Lisäksi sen toivotaan parantavan lehden journalistista laatua, jopa nostavan levikkiä. Prosessi on pitkä, maksaa paljon ja riski mainostulojen putoamisesta on olemassa, eikä muutos edes sovi kaikille. (Chisholm 2004, 8–9.)

Formaatin kätevää käsiteltävyyttä pidetään kuitenkin suurena etuna kamppailtaessa lukijoista. Koon muutos ei ole yksin ratkaisu: se edellyttää muutoksia myös sisällössä ja visuaalisessa esittämisessä. (Schumacher 2007, 1.)

### 4.1 Uudistuksella voi olla myös ikäviä seurauksia

Tabloidformaatti itsessään ja sen mukanaan tuomat visuaaliset esitystavat ovat vastaus muuttuneisiin lehdenlukutottumuksiin. Hujanen (2007, 47) muistuttaa, että silmäilevä lukemistyyli valtasi alaa 1970-luvulta lähtien eikä joka juttua enää luettu uskollisesti alusta loppuun. Tämä aiheutti paineita asioiden esittämiselle sekä ulkoasussa että sisällössä. Mm. lohkotaitto pakatoi jutut yhä helpommin hahmotettaviksi kokonaisuuksiksi. Laskevien levikkien kurimuksessa kilpailu yleisön huomiosta lisäikin sanomalehtien identiteetin ja roolin pohdintaa voimakkaasti. Levikkien laskukierre pakotti lehtiyhtiöiden johdon toimenpiteisiin, jotta levikkiromahdus pysäytettäisiin ja lehti voitaisiin sopeuttaa hitaasti laskevaan levikkiin. Muutos pakotti myös pohtimaan sanomalehden journalistista tehtävää. Ratkaisuna nähtiin toisiaan seuraavat sisältö- ja ulkoasu-uudistukset. (Lehto 2006, 299–300.)

Ulkoasullisiin seikkoihin keskittyvä ongelmien ratkaisu sekä formaatti- ja visuaalisuusvetoinen lehdentekotapa sai ja saa yhä kritiikkiä. Erityisesti tabloidin visuaalisuusvetoista tekotapaa ja mittaan kirjoittamisen tiukkaa vaadetta kritisoidaan usein pinnallisuudesta. Esimerkiksi Jyrki Pietilä (2008) arvostelee, että mittaan kirjoittaminen ja ulkoasun määrällisyys asettaa tekstin lehdessä vain taittoelementin rooliin. Pietilä näkee syyksi mittaan kirjoittamisen yleistymisen ja lohkotaiton vallitsevan aseman ja kritisoi suuntausta, jossa lehtiuudistukset tehdään ulkoasun ehdoilla, vaikka uudistus koske yhtäläillä sisältöjä. Pietilä pohtiikin, onko sanomalehtiteksti kärsinyt jopa inflaation, kun paketoiva taitto- ja esitystapa alentaa jutun tekstielementiksi ja näin ollen sanomalehden sivut alkavat suosia silmäilevää lukutapaa. (Emt. 654–657.)

Tabloiduudistus on niin kokonaisvaltainen muutos, että sitä voidaan pitää eräänlaisena innovaationa. Innovaationa voidaan käsittää minkä tahansa tuotteen, palvelun tai prosessin luominen, joka on uusi liikeyritykselle tai yksikölle (Tushman & Nadler 1986, 75). Sanomalehden tabloiduudistus on näitä kaikkia: se koskee itse tuotetta (lehti), sen tarjoamaa palvelua (eli uutisia) sekä tuotteen tekoprosessia (toimituksellinen työprosessi). Tushmanin ja Nadlerin (1986, 75–77) mukaan uudistukset voidaan jakaa kahteen luokkaan: tuote- ja prosessiuudistuksiin.

Tuoteuudistuksissa luodaan kokonaan uusi tuote tai tehdään muutoksia jo olemassa olevaan tuotteeseen. Prosessiuudistus koskee puolestaan tuotteen tekotapojen uudistusta. Tuoteuudistuksista suurin osa on uudistuksia, joissa tuotteeseen lisätään uusia ominaisuuksia tai laajennuksia tuotteen pysyessä muuten ennallaan. Prosessiuudistuksista suurin osa on tällaisia, jolloin muutokset näkyvät mm. kustannusten laskuna, parempana laatuuna tai molempina. Myös olemassa olevia ideoita ja tekniikoita voidaan käyttää uuden tuotteen luomiseen. Prosessitasolla tämä tarkoittaa tuotteen koon, volyymin tai kapasiteetin lisäämistä. Tuoteuudistuksissa voi myös olla kysymys kokonaan uusien teknologioiden tai ideoiden luomisesta tai soveltamisesta. Nämä vaativat uusia taitoja ja tekotapoja koko organisaatiossa. Prosessiuudistuksessa tämä tarkoittaa kokonaan uutta tapaa tehdä jokin tuote tai palvelu. (Emt.)

Parhaimmillaan ja onnistuneimmillaan tabloiduudistus on sekä tuote- että prosessiuudistus. Lähtökohtaisesti siinä lisätään olemassa olevaan tuotteeseen uusia ominaisuuksia eli uusi formaatti, taitotapa ja ulkoasu. Sisältö ei merkittävästi muutu, korkeintaan sen käsittely- ja esitystapa. Iisalmen Sanomien muutosta voidaan pitää luonteeltaan tällaisena. Parhaassa tapauksessa tuoteuudistus johtaa muutokseen prosessitasolla, kuten lisääntyneeseen levikkiin ja parantuneeseen laatuun. Samalla tuotteen ja prosessin uudistaminen kuitenkin edellyttävät uusia ideoita ja tapoja sisällön suunnittelussa. Tämä edellyttää myös prosessitason uudistuksia: tuotteen sisältö, uutispainotukset ja tekotavat pitää ajatella uudella tavalla. Muutokset jonkin tuotteen ulkonäössä vaativat muutoksia myös työtavoilta, mikä johtaa rutiinien murtumiseen (Sternvik 2007, 76).

Kun sanomalehti tekee formaattiuudistuksen, saattaa syntyä oheisvahinkoja. Uudistusta voidaan käyttää keppihevosenä esimerkiksi irtisanomisille. Tabloiduudistuksen yhteydessä tehtävät muut toimituksen uudistukset eivät ole aina välttämättömiä. Välttämättömillä muutoksilla tarkoitetaan muutoksia, jotka itse formaattiuudistus aiheuttaa ja ei-välttämättömillä taas uudistuksia, jotka tapahtuvat formaattiuudistuksen kanssa samaan aikaan, mutta eivät johdu välttämättä formaatin uudistamisesta. (Sternvik 2007, 163.)

Samanaikaisia, ei-välttämättömiä muutoksia voivat olla esimerkiksi henkilöstön irtisanomiset tai uudelleenjärjestelyt. Välttämättömiä muutoksia ovat taas esimerkiksi taitotavan muuttaminen ja ilmoitusten uudelleen sijoittelu. Tärkeää on myös erottaa toisistaan formaatti- ja tuoteuudistus. Formaattiuudistuksen yhteydessä tehtävät tuoteuudistukset ovat usein ei-välttämättömiä, mutta laajuudeltaan ne voivat olla hyvinkin suuria. Formaattiuudistuksen ei siis tarvitse välttämättä johtaa tuoteuudistukseen. (Emt., 168–169.) Nämä sa-

maan aikaan tapahtuvat ikävät muutokset huonontavat tabloiduudistusten imagoa ja profiloivat ne entistä tiukemmin kovien aikojen ratkaisuuksi.

## 4.2 Uudistuksen suunnittelu alkoi ajoissa

Iisalmen Sanomien tabloiduudistuksen suunnittelu alkoi hyvissä ajoin, syksyllä 2005. Lopullinen siunaus uudistukselle annettiin 28. marraskuuta 2005 Savon Medioiden hallituksessa, mutta vaihtoehtojen kartoittaminen oli aloitettu lehdessä jo, kun Itä-Häme oli ottanut Iisalmen Sanomiin yhteyttä yhteistyön merkeissä. Täydellä teholla uudistuksen tekeminen aloitettiin vuoden 2006 alussa. Uudistuksen yhteydessä oli tarkoitus ottaa käyttöön myös uusi organisaatiomalli. Yhden toimituspäällikön ja kolmen uutistuottajan malli valmisteltiin maaliskuun 2006 loppuun mennessä ja otettiin käyttöön hieman ennen tabloiduudistusta, lokakuun alussa. Maaliskuun 2006 loppuun mennessä selvitetiin myös Iisalmen Sanomien ja Itä-Hämeen tekniikan sekä taitto- ja toimitusjärjestelmien yhteensopivuus. Myös yhteistuotannon työnjaosta sovittiin maaliskuun loppuun mennessä. Yhteistuotannon vuoksi Iisalmen Sanomat vaihtoi taitto-ohjelmansa Quarkista InDesigniin.

Vaikka toteutunut Sopeutettu seiska -tuotantomalli osoittautuikin parhaaksi, ei se säästänyt lehteä väen vähennyksiltä. Samalla kun lehti uudistusta työstettiin, käynnistettiin yleneuvottelut, joiden tuloksena talosta piti vähentää kahdeksan henkeä vuoden 2007 loppuun mennessä. Kuuden työsuhde päättyi syyskuussa 2006. Vähennykset pystyttiin hoitamaan pääasiassa ns. pehmeillä keinoilla. Kahta henkilöä lukuun ottamatta irtisanotuilla oli mahdollisuus päästä työttömyyseläkkeelle. Nämä vähennykset kohdistuivat markkinointiin, asiakaspalveluun sekä ilmoitus- ja sivunvalmistukseen. Tämän lisäksi toimituksesta väheni yksi työntekijä hänen siirryttyään konsernin toiseen lehteen. Kolme journalistia siirtyi 50-prosenttiselle osa-aikaeläkkeelle. Toimituksen henkilövähennys oli yhteensä 2,5 työntekijää. Yhteensä vähennys oli 10,5 henkeä. Tabloiduudistus sai siis myös Iisalmissa seurakseen edellä mainittuja ikäviä oheisvaikutuksia.

YT-prosessista kerrottiin julkisuuteen tammikuun 2006 alussa, tabloiduudistuksesta tiedotettiin helmikuun lopussa. Ilmoittajien informointi ja heidän tarpeidensa kartoitus aloitettiin vuoden alussa. Tilajille uutta tuotetta alettiin markkinoida vasta syyskuussa 2006 alkaen erilaisin ilmoituskampanjoin. Kesäkuun alussa julkaistiin myös tabloidkokoinen mallilehti, josta kerättiin mielipiteitä lehden mukana jaetun kyselyn avulla. Palautteen perusteella esimerkiksi lehden logon väri vaihdettiin sinisestä mustaan. Helmi-maaliskuussa 2007 hoidettiin myös ilmoitusvalmistuksen sekä taittajien ja toimitussihteereiden InDesign-koulutus. Muut opastusta tarvitsevat toimituksen jäsenet saivat taittokoulutuksen syyskuussa. Maaliskuun lopussa Iisalmen Sanomien uudistustyöryhmä sopi Itä-Hämeen väen kanssa tabloidin ja yhteistuotannon vaatimista ulkoasuratkaisuista.

Molemmat lehdet joutuivat tekemään kompromisseja ulkoasunsa suhteen ja omaksumaan toisen lehden käytäntöjä ja luopumaan omistaan. Elo-syyskuussa 2006 sovittiin vielä tarkemmin yhteisesti tuotettavien STT:n sivujen (kotimaan, ulkomaan ja talouden) paino-

pistealueet. Kaikki STT:n tuottama maakuntaa koskeva aineisto päätettiin sijoittaa paikallisille sivuille, samoin paikallistettava STT:n aineisto. Sivupohjat ja mallit valmistuivat 22. syyskuuta.

Ulkoasu- ja rakenneviilausta tehtiin vielä lehti uudistuksen jälkeenkin. Esimerkiksi paksu 4 pisteen välilinja poistettiin juttujen välistä ja se korvattiin ohuella 0,25 pisteen mustalla linjalla Itä-Hämeen mallin mukaisesti. Lisäksi sääkartta siirrettiin kolmanneksi viimeiseltä sivulta neljänneksi viimeiselle sivulle. Sääkartan yläpuolelle tulivat sarjakuvat. Tällä muutoksella saatiin lisää tilaa tv-ohjelmien esittelylle.

### 4.3 Tavoitteena päästä lähemmäs lukijaa

Journalistisesti Iisalmen Sanomien tabloiduudistuksella tähdättiin ennen kaikkea entistä helppolukuisempaan alueelliseen uutislehteen. Uutiset haluttiin tarjota lukijoille entistä helpommassa, napakammassa ja vaivattomammin omaksuttavassa muodossa.

*”Niin monet ulkomaalaiset muutoksenteon edeltäjämme kuin Suomen iltapäivälehtien, paikallislehtien kuin ilmaisjakelulehtienkin esimerkit kertovat helpon käsiteltävyyden ja broadsheetia tiiviimmän juttupaketoinnin olevan lukijoiden mieleen.” (Tikkanen 1, 2006.)*

Journalismin peruslinjat pysyivät tekijöiden mukaan uudistuksessa entisellään eikä esimerkiksi uutisoinnin painopisteitä haluttu muuttaa. Muutoksen tarve sisällöissä, kuten kunnallisten uutisten teko tavoissa ja -kriteereissä, kirjoittamisessa ja uutisoinnissa määriteltiin jo ennen tabloiduudistusta lehden vuonna 2005 valmistuneessa sisältöoppaassa. Sisältöoppaassa määritellään muun muassa, että Iisalmen Sanomien tehtävänä on tarjota oman alueen juttuja inhimillisellä näkökulmalla, jolla voidaan myös rakentaa yhteisöllisyyttä. Lehden tarkoitus on herättää keskustelua ja tuoda alueen elämän kehittämiseen uusi näkökulma. Lehden tulee myös tarjota lukijoilleen älyllistä haastetta eikä ikä saa olla lukijakuntaa ensisijaisesti määrittävä tekijä. (Iisalmen Sanomien sisältöopas 2005.)

Opasta ei ole päivitetty tabloiduudistuksen myötä, mutta sisältöoppaan yleispätevät linjat pätevät uudistuneeseenkin lehteen. Lisäksi painotusta alueelliseen uutisointiin oli lisätty jo ennen edellistä ulkoasu-uudistusta 2002. Samanlaista kehitystä oli nähtävissä myös Itä-Hämeen uudistuksessa. Tabloiduudistus pelkästään ei siis asettanut uusia vaatimuksia journalismille. Pohjimmiltaan uudistuksen tavoitteena oli yksinkertaisesti päästä lähemmäs lukijaa.

*”Tabloid antaa heppoudellaan tähän lisäelementin, mutta itse muutos tapahtuu vain lehdentekijöiden työtapojen ja asenteidenkin muutoksilla. Muutokselle on annettava aikaa. Kaikki kyllä helposti tunnustavat muutoksen tarpeen, mutta kaikki eivät ole vielä kovinkaan valmiita työtapojaan muuttamaan.” (Tikkanen 1, 2006.)*

Vaikka uusi formaatti tarjoaakin mahdollisuuksia ja edellytyksiä uudelleenlaisille journalismin tekotavoille, pelkästään se ei muuta mitään. Ulkoasun uudistaminen edellyttää väistämättä uusia uutisten tekotapoja ja koko työn ajattelemista uudelta kannalta. Sisältö kuitenkin ratkaisee viime kädessä ja tabloidilla pelkästään ei ole itseisarvoa. Erkki Hujanen (2007, 205–206) on todennut väitöskirjassaan, että maakuntalehden lukijoiden mukaan hyvä juttu on ymmärrettävä, helppolukuinen, selkeä ja tuore. Tärkeintä jutussa on aihe. Vaikka kiinnostavasta aiheesta oleva juttu olisi tylsästi kirjoitettu, se luetaan silti. (Emt.)

Uudistuksessa sisällöllisesti tärkeitä kohderyhmiä olivat nuoret, nuoret aikuiset ja naiset. Siis ryhmät, jotka ovat sanomalehdille muutenkin vaikeita tavoittaa. Sisällöllisesti entistäkin tärkeämmiksi haluttiin nostaa paikallisuutta ja läheisyyttä, sillä juuri paikalliseen uutistuotantoon panostaminen oli uudistuksen keskeisiä tavoitteita. Lehteä luetaan juuri aluetta koskevien, paikallisten uutisten vuoksi.

Avain painavampaan paikalliseen sisältöön pääsemisessä oli juuri Itä-Häme-yhteistyö. Periaate yhteistuotannossa oli, että kaikki, mikä vain voidaan tehdä yhdessä Itä-Hämeen kanssa, myös tehdään. Yhteistuotanto tarkoitti käytännössä yhteisten kotimaansivujen, ulkomaansivujen, talous- sekä teema- ja erikoissivujen tekemistä ja lähettämistä kumppanilehdelle. Myös radio- ja tv-ohjelmisivut tuotettiin yhteistyössä. Aineiston valinta yhteistuotantosivuille tehtiin yhdessä Itä-Hämeen kanssa solmittujen pelisääntöjen mukaan. Alueelliset painotukset huomioitiin niin, että yhteistuotantosivuille ei esimerkiksi laitettu STT:n aineistoa, jonka jompikumpi lehdistä halusi paikallistaa. Yhteistuotantosivuille ei myöskään sijoiteltu oman alueen ilmoituksia.

### **Työnjako yhteistuotantosivuilla:**

- Kotimaa: Iisalmen Sanomat tekee tiistaista lauantaihin, aukeamataitto.
- Ulkomaat: Itä-Häme tekee tiistaista lauantaihin, aukeamataitto.
- Talous: Iisalmen Sanomat tekee tiistaista lauantaihin yhden STT:n aineistolla tehdyn sivun, joka on vasemmanpuoleinen sivu, taitettu aukeaman pääsivuksi.
- Kulttuuri: Itä-Häme tekee tiistaista lauantaihin yhden STT:n aineistolla täytetyn sivun, joka on aukeaman oikeanpuoleinen sivu ja taitettu aukeaman kakkos-sivuksi.
- Urheilu: Itä-Häme tekee tiistaista lauantaihin yhden sivun. Iisalmen Sanomat koostaa yhden tulossivun päivittäin valtakunnan tuloksista.
- Radio- ja televisio-ohjelmat: Ohjelmisivu tehdään Iisalmen Sanomissa.
- Grafiikka: Molemmat lehdet pitävät omat grafiikkansa.

Uudistuksella haluttiin myös selkeyttää osastojakoa. Broadsheet-kokoisessa lehdessä jouduttiin tinkimään sivumääristä ja tämä sekoitti osastojakoa, kun esimerkiksi Ylä-Savo-sivuille jouduttiin laittamaan kotimaan aineistoa. Koska sivuja jouduttiin säästämään, väsyi broadsheetia niin ikään jatkuva laihtumisen tunne. Tabloiduudistuksella tavoiteltiin myös lehden fyysistä jämäköittämistä.

Ammatillisesti tabloiduudistus vaatii Tikkasen mukaan toimitukselta kykyä entistä nasa-kampaan sanomiseen ja ytimekkääseen kuvajournalismiin. Toimituksen valmiuksia kirjoittaa ja kuvata tabloidin vaatimalla tavalla Tikkanen piti ennen uudistusta kohtuullisina.

*”Useimmat kun ovat tehneet tabloidia jo tavalla tai toisella tähänkin mennessä. Viikkoliite Viisaria kun on väännetty jo monet vuodet. Eikä kirjoittamisessa tabloidiin tai broadsheettiin nyt niin kauheasti eroa ole. Samaa suomen kieltä käytetään molemmissa, vaikka juttu- ja kuvaamisraamituksissa eroja onkin.” (Tikkanen 1, 2006.)*

*”Pidän edellytyksiä hyvinä, kun juttumitoista on tullut tarkat ohjeet, ja kun vertaa siihen, mitä oli neljä vuotta sitten [kun tehtiin edellinen ulkoasu-uudistus]. Kun silloin antoi mitat, porukat käy muutaman kerran kysymässä, mutta oppivat, kun opastaa ja neuvoa. Uskon, että porukka sopeutuu hyvin, koska se on joustavaa ja rutinoitunutta.” (Luttinen 1, 2006.)*

Tabloiduudistuksesta alkanutta Iisalmen Sanomien ja Itä-Hämeen sisältöyhteistyötä kesti kaiken kaikkiaan vuoden verran ja se lopetettiin lokakuussa 2007. Lopettamisen taustalla oli yhteistuotantomallin ja sivujen tekemisen jäykkyys ja joustamattomuus. Ratkaisulla haluttiin myös enemmän tilaa omille jutuille lehdessä. Yhteissivuille ei voinut laittaa Iisalmen Sanomissa omia ilmoituksia, joten tällaisen aukeaman piti olla aina puhdas ilmoituksesta. Jos aukeamalle oli kuitenkin pakko laittaa ilmoitus, joka ei mennyt Itä-Hämeeseen, jouduttiin sivu taittamaan ikään kuin kaksi kertaa: ensin ilman ilmoitusta Itä-Hämeelle ja sen jälkeen ilmoituksen kanssa Iisalmen Sanomille. Yhteiset, ilmoituksettomat aukeamat tarkoittivat myös, että lehden omille uutisille jäi vähemmän tilaa, koska ne piti sijoitella ilmoitussivuille.

*”Ongelmana oli, että ilmoituksia pystyi laittamaan vaan omille sivuille, yhteisille niitä ei voinut sijoittaa, joten omat jutut joutui laittamaan tiiviisti väliin.” (Luttinen 2008.)*

Yhteistyön loppumisen jälkeen lehdessä ei ole enää tarvinnut tehdä erillistä kotimaan tai talouden osastoa, vaan kaikki uutiset ja jutut ovat nyt yhden uutiset-sivupään alla. Ulkomaan sivut ja urheilu ovat yhä omina osastoinaan. Luttisen (2008) mukaan yhteistyön lopettaminen on helpottanut lehden tekemistä.

*”Yhteistuotannon lopettaminen oli hyvä ratkaisu. Se antaa nyt vapauden sijoitella ilmoituksia, nyt on toimituksen ja ilmoitusosaston välinen asia sijoittaa ilmot, siihen ei tarvitse enää kolmatta osapuolta. Kokeiluna se oli mielenkiintoinen.” (Luttinen 2008.)*

Yhteistuotannon lopettaminen on myös lisännyt paikallisuutta, koska teemasivut tehdään nyt omalla väellä, omaan lehteen ja oman levikkialueen ihmisistä. Koska yhteistuotannossa teemat tehtiin vuorotellen Iisalmessa ja Heinolassa, kritisoivat lukijat vieraan paikkakunnan asioista kertomista. Yhteistuotanto antaa pienelle lehdelle mahdollisuuden säästöihin ja tilaisuuden ainakin teoriassa panostaa omaan juttutuotantoon. Käytännössä yhteistuotantoon liittyy usein ongelmia, mikä huomattiin myös Iisalmen Sanomissa.

## 5 PIENI KOKO PANEE SISÄLLÖN UUSIKSI

**K**un sanomalehden sivukoko pienenee, on sillä väistämättä vaikutusta myös siihen, mikä nousee uutisoimisen arvoiseksi asiaksi, minkä tilan ja muodon se saa. Formaattiuudistuksen pitäisi vaikuttaa näihin kaikkiin seikkoihin. Pienentynyt sivukoko vaikuttaa jo siihen, kuinka monta juttua sivulle tai aukeamalle mahtuu. Sen lisäksi pienentynyt sivukoko vaikuttaa myös siihen, kuinka pitkiä nämä jutut voivat olla. Sivukoko määrittää siis uusiksi juttumäärät ja juttupituudet. (Sternvik 2007, 78–79.)

Sternvikin (2007, 142–147) mukaan juttujen pitääkin olla lyhyempiä uudessa formaatissa. Mitä tulee uudistuksen vaikutuksiin sisällön määrään, niin vaikutus on kaksijakoinen. Ruotsin formaattiuudistuksissa toimituksellisen materiaalin määrä suhteessa ilmoitusmateriaalin määrään lisääntyi, koska ilmoitusmäärät vähenivät. Absoluuttisesti katsottuna toimituksellisen materiaalin määrä kuitenkin väheni johtuen sivumäärien supistamisesta uudistuksessa. Tabloiduudistus muutti naapurimaassa myös toimituksellista materiaalia itsessään, ei pelkästään sen määrää. Pääosin jutut lyhenivät tabloidissa ja lyhyitä uutisia tarvittiin enemmän, mutta toisaalta todella suuria juttuja oli Ruotsin tabloideissa uudistuksen jälkeen enemmän kuin ennen. (Emt.)

Myös Pulkkinen (2008) on huomannut samansuuntaisia tuloksia analysoidessaan Hufvudstadsbladetin ja Itä-Hämeen tabloiduudistusten vaikutusta juttumääriin ja juttupituuksiin. HBL:ssä muutos vähensi numerokohtaista keskimääräistä juttumäärää 49 jutusta 40 juttuun, mutta samalla lyhyiden uutisten osuus juttumäärästä lisääntyi 31 prosentista 45 prosenttiin. Itä-Hämeessä kävi kuitenkin päinvastoin: Muutos lisäsi juttumäärää, mikä on selitettävissä kasvaneella lyhyiden juttujen määrällä. Lyhyitä juttuja vaaditaankin tabloidissa broadsheetia enemmän. (Pulkkinen 2008, 91.) Tämä osoittaa, että pienessä formaatissa sisältö ja sen jäsentäminen on ajateltava uudella tavalla.

Juttupituuksien kohdalla Pulkkinen (2008) teki saman huomion kuin Sternvik (2007): pääjuttujen pituuden kasvoivat. HBL:n uudistus kasvatti pääjuttujen mittaa 380 palstamillimetristä 430 palstamillimetriin. Itä-Hämeessä pääjuttujen pituudet lyhenivät kuitenkin hieman. Molemmissa lehdissä kakkosjutut sen sijaan lyhenivät selvästi. Broadsheetkoossa puolestaan lehtien kakkosjutut olivat monesti yhtä pitkiä kuin pääjututkin. Pääjuttujen pituuksien kasvun lisäksi myös niiden pinta-alat kasvoivat tabloidissa broadsheetiin verrattuna. (Pulkkinen 2008, 92–93.) Juttupituuksilla on merkitystä nimenomaan taiton hierarkian kannalta. Pääjutun on erotuttava pituudellaan ja koollaan muista jutuista niin, että lukija huomaa heti mistä aukeamaa kannattaa lähteä lukemaan. Hyvä taitto tekee ajatustyön lukijan puolesta näyttämällä mikä on tärkeää ja mikä vähemmän tärkeää.

Hierarkian vaatimuksen täytyy näkyä taiton lisäksi myös otsikoinnissa ja juttujen rakentamisessa. Tähän päästään ennen kaikkea juttupituuksia säätelämällä. Jos juttupituuksia ei



säädellä, muotoutuu sivujen rakenne sattumanvaraiseksi ja jutuista pyrkii tulemaan tasa-pitkiä eikä hierarkiaa synny. Pituudet eivät kuitenkaan ole pelkkä ulkoasukysymys. Juttu-pituuksille rajat laittamalla päivittäinen lehden suunnittelu helpottuu, kun jutun viemä ti-la tiedetään etukäteen. (Pulkkinen 2008, 146.) Pulkkisen tekemän kyselyn mukaan tabloi-deissa juttujen maksimipituudet eivät ole välttämättä sen lyhyempiä kuin muissakaan leh-dissä. Esimerkiksi tabloid-HBL:ssä laaja juttu voi olla jopa 7 000 merkkiä pitkä. Tällöin se tosin yleensä vie koko aukeaman. (Emt. 147–148.)

## 5.1 Juttumäärä lisääntyi uudistuksessa

Selvittääkseni formaattimuutoksen vaikutusta Iisalmen Sanomien juttuihin, otin tarkas-telun kohteeksi viikon broadsheet-juttujen ja kahden viikon tabloidjuttujen määrät<sup>3</sup> se-kä pääjuttujen ja kakkosjuttujen pituudet. Näistä olen laskenut numerokohtaisen keskiar-von sekä koko analyysijakson keskiarvon kunkin tarkasteltavan piirteen kohdalta molem-mista formaateista. Broadsheet-lehdet ovat jaksolta 14.–20.10.2006 ja tabloidit ajalta 13.–26.11.2006. Ajankohdat on valittu satunnaisotannalla kohtuullisen, mutta ei liian läheltä uudistushetkeä. Tabloidaineistosta yksi lehti (23.11.2006) on jouduttu jättämään osasta analyysiä pois (juttupituudet, kuvakoot ja pääjuttujen alat), sillä sain lehden vain A4-ko-koisina mustavalkokopioina. Juttupituuksien laskeminen ei olisi onnistunut luotettavas-ti ja vertailukelpoisesti pienempään kokoon skaalatusta numerosta. Niinpä olen laskenut tästä numerosta vain juttu- ja kuvamäärät.

Analyysin painopiste on tabloidformaattissa, jonka vuoksi broadsheet-jakso on viikon ly-hyempi. Näin ollen on mielestäni luontevaa, että analyysi painottuu myös määrällisesti tabloidnumeroihin. Broadsheet-numeroista tehtyjen laskelmien tarkoitus on tarjota ver-tailukohta tabloidista saaduille tuloksille. Koska broadsheetin tekemisestä on kertynyt ko-kemusta pitkältä ajalta, voi olettaa, että juttumäärät ja pituudet ovat muokkautuneet tie-tynlaisiksi, eikä vaihtelua numeroiden välillä esiinny niin paljon kuin sellaisen tuotteen te-kemisessä, josta kokemus on lyhyempi. Tämän vuoksi katsoin, että broadsheetista riittää lyhyempi analyysijakso kuin tabloidista, jossa pidempi analyysijakso tasoittaa mahdollisia suuria juttumäärien ja pituuksien numerokohtaisia vaihteluita.

Juttumäärään olen laskenut kaiken journalistisen, toimituksen tai uutistoimistojen (STT) tuottaman aineiston, jolla on otsikko. Juttumäärässä ovat mukana myös pääkirjoitus ja ko-lumnit, mutta eivät lukijoiden mielipiteet tai tekstiviestit. Samoin mukana juttumääräs-sä ovat tv-sivujen arviot. Myös faktalaatikot ja kainalojutut on laskettu mukaan juttumää-rään. Etusivun lyhyet vinkit eivät ole mukana, mutta sen sijaan etusivun pidemmät, itse-näisen jutun omalla otsikolla muodostavat jutut ovat. Jutuiksi ei ole laskettu nimitysuuti-sia eikä Seurakunnissa tapahtuu -vinjetin alla olevia juttuja, sillä ne eivät ole toimituksen

---

<sup>3</sup> Analyysijakson numeroiden juttumäärä on laskettu yhteen ja jaettu numeroiden lukumäärällä, jolloin on saatu selville numerokohtainen keskiarvo. Samoin on toimittu sekä broadsheet- että tabloidnumeroiden kohdalla.



tuottamaa materiaalia. Luonnollisesti myöskään menovinkit, ruokalistat tai tuloluettelot eivät kuulu juttuihin. Tabloidin urheiluosaston mahdollisen kansisivun lyhyet otsikkovinkit eivät ole myöskään mukana juttumäärissä.

Laskelmien perusteella selvisi, että numerokohtainen juttumäärä broadsheetissa oli keskimäärin 86<sup>4</sup>, mutta tabloidissa numerokohtainen juttumäärä kasvoi keskimäärin 99:een (ks. tarkemmin Liite 2). Iisalmen Sanomien muutos on tämän perusteella samantyyppinen kuin Itä-Hämeenkin muutos, jossa numerokohtainen juttumäärä nousi – päinvastoin kuin esim. HBL:n uudistuksessa, jossa uudistus vähensi juttumääriä. Juttumäärän kasvu selittyy myös Iisalmen Sanomien tapauksessa lyhyiden uutisten määrän kasvulla. Iisalmen Sanomien tapauksessa tabloiduudistus lisäsi lyhyiden juttujen määrää lehdessä noin 43 prosentilla. Broadsheet-lehdissä oli analyysijaksolla keskimäärin 28 lyhyttä juttua per numero eli 33 prosenttia jutuista oli lyhyitä. Tabloidijaksolla puolestaan lyhyitä juttuja oli numeron kaikista jutuista keskimäärin 44 prosenttia (99 jutusta 40 oli lyhyitä).

	mediaani-sivuluku	juttumäärä	lyhyitä juttuja (%)	juttumäärä sivulla (BS) / aukeamalla (TB)
<b>BS</b>	16	86	28 (33 %)	5,3
<b>TB</b>	32	99	40 (44 %)	5,8

**Taulukko 2:** Numerokohtaiset juttumäärät Iisalmen Sanomissa

Vaikka juttumäärät lisääntyivät, sivumääriin formaattimuutos ei vaikuttanut juuri lainkaan. Analyysijakson broadsheet-numeroissa oli tyypillisesti 16 sivua. Tabloidijakson yleisin sivumäärä puolestaan on 32. Sivumäärät eivät niin ikään ole ainakaan analyysijaksolla vähentyneet, kuten esimerkiksi Ruotsin tabloiduudistuksissa tapahtui.

Broadsheet-lehdessä oli viikon aikana keskimäärin 5,3 juttua sivulla. Tabloidiaukeamalla keskimääräinen juttumäärä oli analyysijaksolla 5,8. Jos ajatellaan yhden tabloidiaukeaman vastaavan yhtä broadsheet-sivua, samassa tilassa on uudistuksen jälkeen yhä liki saman verran juttuja kuin ennen uudistusta. Tämä kertonee siitä, että juttupituuksissa ei ole tapahtunut merkittävää muutosta, mutta kuvamäärät tai alat ovat sen sijaan saattaneet pienentyä. Tai sitten kysymys on samansuuntaisesta kehityksestä kuin aiemmissa muutoksissa, joissa pääjuttujen pituudet kasvoivat.

Juttumäärien vaihtelu oli suurta tabloidnumeroiden ja jopa samankokoisten numeroiden välillä. Esimerkiksi 32-sivuisessa tabloidissa oli analyysijaksolla vähimmillään 92 juttua, mutta enimmillään 115 juttua (ks. Liite 2). Juttumäärällä ei ollut välttämättä tekemistä sivumäärän kanssa. Esimerkiksi yhdessä 40-sivuissa numerossa oli vain 81 juttua. Broad-

<sup>4</sup> Lyhyiksi jutuiksi on laskettu kaikki yhdellä palstalla sivun laitaan taitetut jutut ja alle 100 mm pitkät muut jutut.

sheet-numeroissa juttumäärän hajonta ei ollut näin suurta, vaan numerokohtainen määrä vaihteli pienemmän välin sisällä (76–109). Juttumäärän suureen vaihteluun vaikuttaa tietysti kaikkein eniten ilmoitusten määrä ja koko. Broadsheetin vakiintuneempaa juttumäärää selittää varmasti sekä tekemisen pitkä rutiini, jossa tiedetään kuinka paljon tavaraa tietynkokoinen lehti vetää, että vakiintuneempi ilmoitusmäärä. Uudessa formaatissa ei välttämättä ole vielä täysin hallinnassa, minkä verran ja minkä pituisia materiaalia sivut nielevät. Toisaalta kyse voi olla myös siitä, että annetuissa merkkimäärissä pysyminen lipsuu, eikä juttuja käsitellä oikeaan pituuteen.

## 5.2 Pääjuttujen pituudet pysyivät ennallaan

Jotta voi täysin arvioida juttumäärää ja siihen vaikuttaneita syitä, täytyy analysoida myös juttupituuksia. Toisin kuin juttumäärät, juttupituudet on laskettu vain uutissivujen pää- ja kakkosjutuista, jotta työmäärä ei muodostuisi kohtuuttomaksi. Tämä antaa myös mielestäni riittävän kuvan hierarkiasta ja uudistuksen vaikutuksista pituuksiin. Etusivua tai tv-sivujen vinkkejä, saatikka pääkirjoituksia ja kolumneja ei ole myöskään mukana. Pituuden laskussa on huomioitu vain leipätekstin pituus jutun kirjoittajan nimen kera.

Vertailukelpoisten tulosten saamiseksi pituudet on mitattu seuraavanlaisella tavalla. Mittasin ensin kaikista analyysijakson numeroista pääjuttujen ja kakkosjuttujen pituuden palstamillimetreinä. Koska lehdissä käytettiin erilevyisiä palstoja, täytyi palstaleveydet muuntaa samaksi, jotta juttupituuksia voisi vertailla luotettavasti keskenään. 200 millimetriä pitkä juttu tabloidin 39 mm palstaleveydellä ei ole pituudeltaan suoraan vertailukelpoinen broadsheetin 44 mm palstaleveydellä taitettuun samanmittaiseen juttuun. Niinpä muunsin kaikkien juttujen pituuden vastaamaan sitä pituutta, joka olisi ollut jutun mitta 39 mm palstassa. Palstaleveydet on muunnettu samoiksi seuraavanlaisella laskukaavalla:

$$44:39 \times \text{jutun pituus alkuperäisellä palstaleveydellä} = \text{pituus } 39 \text{ mm palstassa}$$

Leveämpi palstaleveys (oli se mikä hyvänsä) jaetaan sillä palstaleveydellä, joksi pituus halutaan muuttaa ja kerrotaan mitatulla juttupituudella. Numerokohtaiset juttujen keskiarvopituudet on esitetty erillisessä taulukossa työn liiteosassa (Liite 3), mutta tässä kohden puhun aina numerokohtaisista juttupituuksista.

Yksi kiinnostavimmista muutoksista, joita tabloiduudistus toi tullessaan Iisalmen Sanomien ulkoasulle ja taitolle, liittyy nimenomaan juttupituuksiin, pääjuttujen aloihin sekä pääkuvien kokoihin – siis taittohierarkiaan kokonaisuudessaan. Analyysin perusteella pääjuttujen pituudet ovat kasvaneet hitusen tabloidiin siirryttäessä, mutta sen sijaan pääjuttujen alat ja pääkuvien koot ovat pienentyneet merkittävästi. Tämä ei ole linjassa sen kanssa, mitä tapahtui muissa tabloiduudistuksen tehneissä lehdissä, joissa pääjutuille annetut tilat kasvoivat uudistuksen myötä.

Pääjuttujen<sup>5</sup> pituus oli broadsheetissa keskimäärin 465 mm, kun taas tabloidissa se oli keskimäärin 467 mm (ks. taulukko 3). Pääjuttujen pituus oli siis kasvanut vain kaksi millimetriä, joten voidaan sanoa, että muutos ei vaikuttanut pääjuttujen pituuksiin. Ero on niin pieni, että se voi mennä myös mittausvirheen piikkiin. Kakkosjutuissa sen sijaan muutos oli suurempi ja trendi noudattelee muiden uudistuksen tehneiden lehtien linjaa. Iisalmen Sanomien kakkosjutuissa lyhentymistä oli tapahtunut keskimäärin 52 millimetriä broadsheetin ja tabloidin välillä. Kakkosjutut olivat broadsheet-lehdissä keskimäärin 370 millimetriä pitkiä. Tabloidissa kakkosjuttujen pituus lyheni 318 millimetriin. Lyhenys oli keskimäärin 14 prosenttia. Numerokohtaisten juttupituuksien vaihtelua voi tarkastella liitteessä 3 olevasta taulukosta.

	<b>pääjutun pituus (mm)</b>	<b>kakkosjutun pituus (mm)</b>
<b>BS</b>	465	370
<b>TB</b>	467	318
<b>MUUTOS</b>	0 %	-14 %

**Taulukko 3:** Numerokohtaiset juttupituudet Iisalmen Sanomissa

Tabloidissa sivun tai aukeaman pääjutulle määritelty pituus oli 3 000–3 500 merkkiä. Etusivun jutun pituus on ohjeiden mukaan 2 500–3 000 merkkiä. Mitat eivät sisällä kainalojuttuja tai tietolaatikoita, joille on määritelty omat pituutensa. Broadsheetin tyylikirjassa etusivun jutun ihannepituuksi oli määritelty 3 000–4 000 merkkiä.

### **Tabloidin jutuille määritellyt pituudet:**

- Etusivu (tyhjä tai kaksi palstaa myyty): 2 500–3 000 merkkiä.
- Etusivu (puolet myyty): 2 000–2 500 merkkiä.
- Sivun/aukeaman pääjuttu: 3 000–3 500 merkkiä.
- Sivun/aukeaman kakkosjuttu: 1 500–2 500 merkkiä.
- Sivun/aukeaman kolmosjuttu: 1 000–2 000 merkkiä
- Kainalojuttu: 1 000–1 300 merkkiä
- Tietolaatikko: muutamasta sadasta merkistä alle tuhanteen merkkiin (Itä-Hämeen maksimi 500 merkkiä).
- Palkkijutut: muutamasta sadasta merkistä vähän yli tuhanteen merkkiin.
- Teemajutut (erikoissivut): noin 5 000 merkkiä, sis. mahdollisen tietolaatikon.

<sup>5</sup> Pääjuttu on sivun/aukeaman otsikon pistekoolta suurin juttu, yleensä taitettu sivun/aukeaman ylälaitaan. Kakkosjuttu on toiseksi suurimmalla otsikon pistekoolta ja/tai taittohierarkiassa pääjutulle alisteinen.

- Viikonvaihtejutut: merkkimäärä vaihtelee tilanteen mukaan, iso
- kokonaisuus jaettava useammaksi jutuksi. Aukeamalle n. 4 000–6 000 merkkiä.
- Pääkirjoitus: 2 600–2 700 merkkiä.
- Pakinat: 2 800–2 900 merkkiä, urheilun pakinat lyhyempiä, noin 2 300–2 500 merkkiä.
- Näkökulma: n. 500 merkkiä.

Monesti pelätään, että tabloidiin kirjoittaminen tarkoittaa lyhyempien juttupituuksien vuoksi myös pinnallisempaa ilmaisua. Tämän ei tarvitse olla totta. Per Amnestäl, Tukholman lehdistöinstituutin kielikouluttaja, viittaa kintaalla väitteille, että tabloid formaattina tekisi lehdestä jotenkin pinnallisemmän. Lyhentyneiden juttujen ei tarvitse tarkoittaa asioiden pois jättämistä, vaan viestin on oltava terävämpi. Tämä vaatii Amnestälin mukaan huolellisempaa ennakkosuunnittelua ja juttuvalintaa. Taitavasti tehdyissä tabloideissa kirjoittajat osaavat Amnestälin mukaan kiteyttää tarinaan olennaisen. Uudistus tarkoittakin, että materiaali on käsiteltävä entistä kurinalaisemmin ja koulutukseen on panostettava. Amnestäl huomauttaa, ettei lehtien johdossa aina ymmärretä, kuinka suuri muutos formaattiuudistus on journalistisesti ja sisällöllisesti. Tabloidissa kaiken materiaalin on puolustettava paikkaansa, koska kaikki on yhtä selvästi näkyvillä. Broadsheetissa voi Amnestälin mielestä kirjoittaa sekä laveasti että epätarkasti, sillä kirjoittaja pääsee palkahästä siksi, että jutulle riittää tilaa joka tapauksessa (Hiekkänen 2005.)

### 5.3 Kuvakoot ja pääjuttujen alat kutistuivat

Pääjuttujen pituuksien pysyessä käytännössä ennallaan ja juttumäärien kasvaessa kuvakokojen on ollut pakko pienentyä. Sitä tukee myös pääjuttujen alan huomattava kutistuminen uudistuksessa. Broadsheet-sivulla pääjutun ala oli keskimäärin 855 cm<sup>2</sup>, kun tabloidissa se oli vain 735 cm<sup>2</sup>, pienentymistä on siis tapahtunut 14 prosenttia. Tämä voi johtua lähes pelkästään kuvien koon pienentymisestä. Sen todistaa myös pääkuvien pinta-alojen mittaus ja vertailu, joka paljastaa, että pääkuvien koot ovat pienentyneet 27 prosenttia. Broadsheetissa pääkuvien koko oli keskimäärin 427 cm<sup>2</sup>, tabloidissa enää 310 cm<sup>2</sup>.

	pääjutun koko (cm <sup>2</sup> )	pääkuvan koko (cm <sup>2</sup> )	kuvamäärä
<b>BS</b>	855	427	35
<b>TB</b>	735	310	42
<b>MUUTOS</b>	-14 %	-27 %	+20 %

**Taulukko 4:** pääjutun alat, kuvakoot ja kuvamäärät lislalmen Sanomissa

Kuvakokojen pieneneminen ei johdu ainakaan kuvamäärien vähentymisestä, sillä kahden viikon tabloidnumeroiden analyysijaksolla yhden numeron keskimääräinen kuvamäärä oli 42, kun taas viikon broadsheet-otannassa numerokohtainen kuvamäärä oli keskimäärin 35. Lisäystä kuvamäärässä oli siis noin 20 prosenttia. (Katso myös liite 4.) Kuvamäärään on laskettu kaikki kuvat numerosta, myös etusivun ja tv-sivujen pienet puffikuvat, mutta ei lukijan sivun mahdollisia kuvia. Kuviin on laskettu niin valokuvat, piirroset kuin uutisgrafiikkakin. Kuva-alojen mittauksiin ei ole otettu mukaan niitä kuvia, jotka ovat sivulla, jolla ilmoitus vie siitä puolet tai yli.

Hannu Pulkkinen (2008) on laskenut kuvien määrän muutoksen Itä-Hämeen ja Hufvudsbladetin uudistuksissa. Pulkkinen mukaan muutos formaatissa ei ole juurikaan vaikuttanut kuvien määrään, vaan määrä on pysynyt ennallaan. HBL:ssä numerokohtainen kuvamäärä väheni 46:sta 45:een, mutta Itä-Hämeessä se lisääntyi 27:stä 31:een. (Pulkkinen 2008, 94–95.) Kuitenkaan missään muutoksen tehneissä lehdissä ei tapahtunut sivumäärien supistumista. Selitystä tähän voi hakea esimerkiksi hierarkiasta ja kuvakokojen vaihtelusta. On mahdollista, että HBL:ssä ja Itä-Hämeessä käytetään suurempia kuvia, mutta vähemmän, kun taas Iisalmen Sanomissa kuvakoot pienenivät, jolloin niitä mahtui sivulle/aukeamalle enemmän. Näin ollen Iisalmen Sanomien kuvankäyttö ei näytä vahvistuneen uudistuksessa, vaan päinvastoin pääkuvan painoarvo on heikentynyt sivulla tai aukeamalla. Tämä sotii yleisiä tabloidin taittoperiaatteita vastaan.

Kuvakokojen ja pääjuttujen pinta-alojen pientyminen Iisalmen Sanomien muutoksessa saattaa antaa osviittaa huonosta hierarkian suunnittelusta ja toteutumisesta sekä sivu sivuun -taiton suuresta osuudesta. Sen suuri määrä taas osoittaa, että tabloidia taitetaan muutoksen jälkeen samoin periaattein kuin broadsheetiakin, mutta vain pienemmässä sivukoossa. Puutteellisen hierarkian merkki oli myös se, että monesti tabloideja tarkastellessa oli vaikea määritellä oliko jokin aukeamakokonaisuus tarkoitettu sivu sivuun vai aukeamana taitetuksi. Lukijalle ei ole niin suurta väliä, kummalla tavalla sivu on taitettu, mutta tämä tarkoittaa usein myös, että pääjuttua voi olla vaikea hahmottaa tai ylipäänsä huomata, mistä aukeama alkaa. Jos pääkuvan pinta-ala jää vaatimattomaksi, on vaarana, että pääkuvan ja kakkoskuvan välille ei synny tarpeeksi kokokontrastia.

Näin ollen visuaalisuus ei saanut ainakaan hallitsevaa roolia uudistuneessa Iisalmen Sanomissa. Lehtien selailun perusteella vaikutti siltä, että broadsheet mahdollisti monesti suuremman ja näyttävämmän, jopa tabloidmaisemman kuvankäytön sivulla kuin tabloidaukeama. Varsinkin sivu sivuun -taitoissa aukeaman kakkossivu jäi tabloidissa monesti todella tekstivoittoiseksi. Sivun ainoa kuva saattoi olla vain kahden palstan kokoinen graafi tai taulukko.

Syynä broadsheetin näyttävämpään kuvankäyttöön saattaa olla yksinkertaisesti se, että broadsheetin taitolle ja kuvien käytölle oli tarkat ohjeet sen tyylikirjassa. Siellä kuvien koosta todettiin muun muassa, että jokaisella sivulla on oltava pääkuva, jonka täytyy olla ainakin kaksi kertaa suurempi verrattuna seuraavaksi suurempaan kuvaan. Hierarkiaa synnyttiin broadsheetissa myös tarkasti määritellyllä otsikon pistekoolla. Pääjutun otsikon

pistekoon täytyi olla ainakin 14 pistettä suurempi kuin seuraavaksi suurimman jutun. (Iisalmen Sanomien tyylikirja.) Sen sijaan tabloidformaatin lehdelle ei luotu samanlaista tyylikirjaa. Mallisivuja toki oli tallennettu, mutta yksityiskohtainen tyylikirja uupui.

Uudistuksen vaikutus visuaalisuuteen oli päinvastainen kuin esimerkiksi Ruotsin uudistuksissa. Sternvikin (2007, 148–151) mukaan tekstin määrän väheneminen Ruotsin tabloiduudistuksissa johtui juuri visuaalisuuden merkityksen korostumisesta ja visuaalisten elementtien määrän lisääntymisestä tabloiduudistuksessa. Vaikka kuvien määrän ja koon ei tarvitse välttämättä kasvaa, visuaalisen materiaalin on oltava laajempaa. Kuvallisuus vaatii siis suurempaa tilaa sivulla ja kuvien ja tekstin suhde muuttuu tabloideissa kuvien eduksi broadsheetiin verrattuna. (Emt.) Silmämääräisesti tarkasteltuna Iisalmen Sanomissa oli toisinpäin. Tekstin osuus oli tabloideissa monesti kuvia hallitsevampaa.

Myös Pulkkinen (2008, 92–93) löytää selityksen kasvaneille pääjuttupituuksille kokohierarkian korostumisesta. Kun lyhyet jutut ovat entisestään lyhentyneet, on isot pääjutut voitu nostaa näyttävämmiin esiin. Tabloidin vaatima hierarkkisempi esitystapa saadaan aikaan nimenomaan juttukokoja varioimalla. Tämä tutkimustulos myös osoittaa, että pienentynyt sivukoko ei välttämättä johda pinnallisempaan käsittelytapaan, vaan tärkeille aiheille voidaan antaa silti paljon tilaa. (Emt.)

Iisalmen Sanomien tapauksessa vaikuttaa siltä, että näyttävän kuvankäytön mahdollistava formaatti alkoi toimia itseään vastaan ja pienentää lehden kuvakokoja, jotka aikaisemmin olivat hyvässä suhteessa sivu- ja juttupinta-aloihin. Giles & Hodgson (1990, 75–77) muistuttavat, että kuvat muodostavat sanomalehden ulkoasusuunnittelun ytimen. Ideaalimaailmassa joka sivulla on oikean kokoinen, tarkkaan mietitty kuva juuri oikeasta aiheesta ja tämä kuva muodostaa päähuomiopisteen yhdessä otsikon kanssa. Tämän pääkuvan ympärille järjestellään jutut ja muut elementit. Reaalimaailmassa näin ei kuitenkaan usein ole, vaan kuvien sijoittelu ja suunnittelu on sekä kompromissien tekemistä että hyvää tuuria. Kompromissien tekeminen ilmenee usein niin, että kaikkein kovinta uutista on vaikea kuvittaa tai siihen ei löydy ollenkaan kuvaa. On myös epätodennäköistä, että joka sivun pääjuttuun on pääkuva tai tärkein kuva olisi oikean muotoinen. (Emt.) Kuvien käyttö vaikuttaa taittoratkaisuihin ja uutisarvotukseen niin tabloideissa kuin broadsheetissäkin. Tämä näkyy erityisesti etusivun uutisarvotuksissa. Djupsund & Carlson (1998, 109) ovatkin huomanneet, että usein etusivun pääkuva valitaan pääasiassa esteettisten ja draamallisten syiden takia, minkä vuoksi kuvat muuttuvat yhä esteettisemmiksi.

#### **5.4 Pääkuva yleensä pääjutussa**

Tabloidien taittoratkaisuissa ja kuvavalinnoissa tärkeään asemaan nousee pääjutun ja pääkuvan sekä kuvan ja otsikon vuorovaikutus. Pulkkinen (2008, 157, 181) huomauttaakin, että aina visuaalisuus ja uutisarvostus eivät kulje käsi kädessä. Viidennes suomalaisten päivälehtien uutissivujen pääkuvista ei liittynyt pääaiheeseen. Yleisesti ottaen uutissivujen pääjutuista oli kuvitettuja yli 80 prosenttia tabloidien kuvittaessa pääjuttunsa käytännös-

sä aina. Pienempi formaatti näyttääkin Pulkkisen (2008, 175) mukaan edellyttävän, että pääkuva ja pääjuttu liittyvät samaan aiheeseen. Tabloidissa korostuukin nimenomaan pääjutun ja pääkuvan yhteys. Broadsheetissa on mahdollista julkaista pääjuttu ilman kuvaa niin, että se on sivun yläalaidassa, jolloin kakkosjutun kuvasta tulee pääkuva ja se sijoitetaan keskelle sivua. Tabloidissa tällainen kahden kärjen esitystapa ei välttämättä toimi. Pienessä formaatissa pääjuttu ja pääkuva -yhdistelmä muodostaa aukeaman tärkeimmän elementin, jonka ympärille muut elementit sijoitellaan. Tämä saattaa muuttaa uutisarvotusta tabloidissa pehmeämpien human interest -aiheiden suuntaan, sillä ne ovat usein helpommin kuvitettavissa ja niistä saadaan visuaalisesti kiinnostavampaa ja monipuolisempaa kuvaa. (emt.)

Se, että pääkuva ja pääjuttu liittyvät eri aiheisiin, vaikuttaa tietysti pääjuttujen alaan kutistavasti. Saadakseni selville tämän seikan vaikutuksen Iisalmen Sanomien formaattiuudistuksessa pienentyneille pääjuttujen koolle, laskin kuinka moneen uutissivujen pääjuttuun liittyy pääkuva. Jos kuvattomat pääjutut ovat pienessä formaatissa lisääntyneet, ei pääjuttujen kokokaan voi kasvaa.

Hämmästyttävää kyllä, pääjuttujen alan pieneneminen ei selity sillä, että pääkuvat eivät enää liittyisi pääjuttuihin yhtä usein kuin broadsheetissa. Suurimpaan osaan sivun tai aukeaman pääjutuista liittyy yhä pääkuva sekä ennen että jälkeen uudistuksen. Broadsheetjaksolla keskimäärin 82 prosenttia pääjutuista oli sellaisia, joihin liittyi myös sivun pääkuva. Tabloidjaksolla määrä kasvoi hiukan ja keskimäärin 85 prosenttia pääjutuista oli myös pääkuvallisia. Broadsheetissa numerokohtainen pääkuvallisten pääjuttujen osuus kaikista numeron pääjutuista vaihteli 67–92 prosentin välillä. Tabloidjaksolla tämä vaihteluväli oli 86–100 prosenttia. Näyttää siis siltä, että tabloidformaatti lisäsi hieman pääkuvallisia pääjuttuja, kun taas broadsheetia taitettiin enemmän niin, että pääkuva liittyikin sivun kakkosjuttuun. Pääkuvien koon pienenemistä tämä ei kuitenkaan selitä, vaan siihen löytyy selitys juttupituuksista. Tästä voidaan päätellä, että pääjuttujen alojen pieneneminen on kiinni lähes pelkästään kuvien koon kutistumisesta ja tekstin määrän pysymisestä kutakuinkin ennallaan.

Pyrkimys siihen, että Iisalmen Sanomien pääjutussa on aina pääkuva, on hyvä ja sopii tabloidformaattiin. Tämä ns. yhden kärjen lähestymistapa on myös taloudellista ilmaisua, joka toimii pienessä sivukoossa. Huovila (2005, 156) muistuttaakin, että otsikon, kuvan ja tekstin on muodostettava yhteensopiva kokonaisuus, muuten lukija joutuu harhaan. Pulkkisen (2008, 181) mielestä tähän yhteispeliin tulisi kiinnittää toimituksissa yhä enemmän huomiota. Tapa ei saa jäädä pelkkien iltapäivälehtien toimintamalliksi. Ratkaisevassa osassa onkin ennakkosuunnittelu: kun jutun työotsikko tiedetään tekemään lähdetessä, on paremmat mahdollisuudet hankkia sopiva kuvitus. (Emt.)

Erityisesti otsikon ja kuvan yhteispeli on tabloideille erinomainen keino tiivistää ilmaisuaan. Kun tila on rajallinen, täytyy jutun kärjen olla terävä, ilman että se hajoaa moniin suuntiin. Tämä on sekä taiton että ilmaisun ekonomisuutta. Jotta kärki ei hajoaisi, oleelliseksi juttujen rakennusperiaatteeksi nousee faktalaatikoiden, sitaattien ja erilaisten kaina-



lojuttujen sekä grafiikoiden käyttö. Nämä oheistekstit ovatkin tulleet päivälehtien keinovalikoimaan, mutta niitä ei Pulkkinen (2008, 195) mukaan ole vielä hyödynnetty niin paljon kuin olisi mahdollista ja siinä laajuudessa kuten iltapäivälehdet tekevät. Nämä pienet palaset tarjoavat juttuihin ns. entry pointeja, joiden tehtävänä on kiinnittää lukijan huomio ja saada tämä lukemaan juttu. Oheistekstien käyttö palvelee myös leipätekstiä ja sen tiivistämisen vaatimusta. Leipätekstiä ei tarvitse esimerkiksi kuormittaa kertomalla asian aikaisempia vaiheita, vaan tausta voidaan kätevästi kasata yhteen tietolaatikkoon tai info-grafiikkana aikajanaan.

## 6 TABLOIDIN VAATIMUKSET ULKOASULLE

**K**un puhutaan tabloidista formaattina, tarkoitetaan yksinkertaisesti sanomalehteä, jonka sivukoko on leveydeltään noin 280 mm ja korkeudeltaan 400 mm. Broad-sheet on tästä noin puolet suurempi (400mm x 560mm). (Pulkkinen 2008, 71.) Formaatti tarjoaa reunaehdot ja rajat ulkoasulle, joka käsittää niin typografiset ratkaisut kuin taittotavankin. Iisalmen Sanomien formaattiuudistuksessa ulkoasun suunnittelun reunaehto oli alusta pitäen yhteistuotanto Itä-Hämeen kanssa. Uuden formaatin vaatimaa ulkoasua ei voitu suunnitella pelkästään Iisalmen Sanomien ehdoilla, vaan huomiota piti ottaa myös Itä-Hämeen toiveet. Tabloid-IS:n ulkoasu oli siis kaikkiaan kompromissin tulos.

Ulkoasullisesti uudistuksen tavoitteena oli lehden nykyaikaisuuden ja omaleimaisuuden sekä sisällöllisten vahvuuksien korostaminen. Tavoitteena oli myös selkeä osastojako, uusi ilmoitusten jäsentely ja lehden tekeminen houkuttelevammaksi ilmoittajien silmissä. Koska yhteistyö edellytti kokonaisten sivujen ja aukeamien vaihtoa Itä-Hämeen kanssa, piti ulkoasun olla molemmissa lehdissä sama, jotta ylimääräiseltä työltä vältyttäisiin. Tämä tarkoitti käytännössä samanlaista typografiaa. Koska Itä-Häme oli vain noin vuosi ennen yhteistyötä muuttanut formaattinsa broadsheetista tabloidiksi ja uusinut samalla ulkoasunsa, he eivät olleet halukkaita muuttamaan visuaalista ilmettään, etenkin kun lehden ulkoasu oli saanut tunnustusta monissa sivu- ja ulkoasukilpailuissa. Koska Iisalmen Sanomat oli uudistuva lehti, oli selvää, että se myös uusisi ulkoasuaan enemmän.

Itä-Häme joutui yhteistuotannon nimissä mm. kaventamaan palstaleveyttään, sillä yhteisten ilmoitusten vuoksi palstojen piti olla samanlevyisiä. Itä-Hämeen piti myös madaltaa sivupäidensä korkeutta yhteistuotantosivuilla, sillä Iisalmen Sanomat on mukana Kärkimedian ilmoitusmyynnissä ja tämän takia sivun ilmoituskorkeuden oli oltava tietynlainen eli 365 mm. Itä-Häme joutui uusimaan palstan kavennuksen ja sivupäiden vuoksi kaikki sivupohjansa. Tämä oli sen verran työläs prosessi, että Iisalmen Sanomat lupautui ottamaan tabloidlehteensä Itä-Hämeen käyttämät kirjaintyypit.

Ulkoasun uudistusta johtaneen uutistuottaja Kai Luttisen mukaan Itä-Hämeen mukaisen ulkoasun ottaminen oli hieman sääli, sillä lehden edellisessä ulkoasu-uudistuksessa luotu typografia oli osoittautunut hyväksi ja toimivaksi. Erityisesti käytössä olleiden Poynter-kirjaintyyppien vaihtaminen toisiin tuntui tappiolta. Ne otettiin kuitenkin myöhemmin takaisin käyttöön, kun Iisalmen Sanomat päätti luopua aukeamataitosta, alkoi taittaa tabloidia sivu sivuun -periaatteella ja uusi samalla ulkoasuaan. Tästä muutoksesta kerron lisää työn päätösluvussa.

Itä-Hämeen ja sitä kautta myös Iisalmen Sanomien käyttöön ottama typografinen ilme noudattaa perinteistä tapaa tehdä leipäteksti antiikvalla ja otsikot groteskilla kirjaintyyppil-

lä. Antiikvan valintaa leipätekstiksi puolustaa usein se, että sitä on pidetty helppolukuise-  
na johtuen sen päätteistä, jotka ohjaavat silmää pysymään rivillä (Itkonen 2003, 63). Uu-  
det kirjaintyyppit saivat myös negatiivista palautetta lukijoilta, joiden mukaan varsinkin si-  
vun laitaan taitetuissa lyhyissä uutisissa käytetty groteski kirjaintyyppi oli lihavoituna vai-  
kealukuista. Yhteistuotannon vuoksi se piti kuitenkin ottaa käyttöön.

### **Iisalmen Sanomien käyttöön ottamat kirjaintyyppit ja pistekoot:**

- Pääotsikko: Clearface Gothic LH 75 bold (56–60 p.)
- Kakkosotsikko: Clearface Gothic LH 65 medium (42–44 p.)
- Kolmosotsikko: Clearface Gothic LH 55 roman (32–36 p.)
- Ingressiotsikko (vain sivun pääjutussa): Clearface Gothic LH 45 light (16 p.)
- Leipäteksti: Gazette LH roman (8,75/10,5 p.)
- Palkkijutut (1-palstaiset ja 72 mm leveät laitajutut): Otsikoissa Clearface  
Gothic LH 75 bold (15/16 p.), leipätekstissä Clearface Gothic roman  
(9,3/10,5p.)
- Kainalojuttu: Otsikossa Clearface Gothic LH 45 light (24–28 p.), leipätekstissä  
Clearface Gothic LH 45 light (9,3/10,5 p.)
- Kuvateksti ja iskut: Clearface Gothic LH 65 medium (9,5/10,5 p.)

## **6.1 Rakenteeseen vain kosmeettisia muutoksia**

Jos lehti haluaa tabloiduudistuksen yhteydessä säilyttää saman tilan kuin ennenkin, sen  
täytyy tuplata sivumääränsä. Kuitenkin Ruotsin uudistukset osoittivat, että sivumäärä vä-  
heni uudistuksen yhteydessä keskimäärin kuudella, koska samalla täytyi säästää paperia.  
(Sternvik 2007, 137–138.) Broadsheet-lehden sivumäärä on yleensä neljällä jaollinen, jol-  
loin sivuja voi olla esimerkiksi 16, 20, 24 tai enemmän. Tabloidin rakenteelle haasteen  
muodostaa, että siinä sivumäärän on oltava kahdeksalla jaollinen (esim. 16, 24, 32 tai 40  
sivua). Tämä saattaa aiheuttaa hankalia tilanteita, kun sivumäärää joudutaan lisäämään esi-  
merkiksi yhden ainoan koko sivun ilmoituksen vuoksi. (Pulkkinen 2008, 100.)

Varsinkin pienten broadsheetien ongelmaksi muodostuu fyysinen hajanaisuus, kun pieni  
sivumäärä ei anna mahdollisuutta jakaa aineistoa niskoihin. Monesti hajanaisen osastoja-  
on taustalla ovat painotekniset syyt, mutta lukijalle tilanne on silti ongelmallinen sivujen  
putoilla lehden välistä pois. (Pulkkinen 2008, 102–103; Hujanen 2007, 212.) Esimer-  
kiksi Iisalmen Sanomien sivuja ei painoteknisistä syistä johtuen pystytty niittaamaan kiin-  
ni, ja sivujen putoilu saikin kritiikkiä lukijapalautteessa (ks. luku 7).

Tabloidkoossa hajanaisuus ei ole niin suuri ongelma, sillä pienemmät tabloidit painetaan  
yleensä yhteen niskaan ja suuret tabloidit tehdään kaksiniskaisina. Paketti pysyy kasassa,  
koska lisäniskat ovat pääniskan sisällä. Pulkkinen tutkimukseen osallistuneet tabloidleh-  
det painettiin pääosin yhdessä niskassa ja vain sunnuntain HBL jaettiin kahteen niskaan.

Jos suuret päivälehdet muuttuvat tabloidiksi, ne on painettava useammassa niskassa, jotta sisältö saadaan ryhmiteltyä paremmin. Näin tapahtui esim. Ruotsin tabloiduudistuksessa. (Pulkkinen 2008, 103.) Joissakin Ruotsin lehdissä tabloiduudistus vähensi liitteiden määrää, mutta toisissa niiden määrä pysyi ennallaan. Tavallisin rakenteellinen muutos kuitenkin oli, että osastot vaihtoivat paikkaa. Myös osastojen määrä yleisesti ottaen lisääntyi. (Sternvik 2007, 139–141.)

Pulkkinen (2008, 108) toteaa, että rakenteen muutoksella on yhteys sisällön muuttumiseen, mutta korrelaatio ei toimi toisinpäin: jos sisältö muuttui, se ei välttämättä vaikuttanut rakenteeseen. Tavallisin muutos on, että toimitukselliset osastot vaihtavat paikkaa ja osastoja korvataan uusilla. Lehti voidaan myös jakaa niskoihin, joissa on yksi osasto kussakin. Muutos vaikuttaa koko lehden rakenteen lisäksi myös sivun sisäiseen rakenteeseen. Yksittäisen sivun rakenne muuttuu tabloidissa horisontaaliseksi, kun se broadsheetissa on ollut pikemminkin vertikaalinen. (Sternvik 2007, 140–142.) Rakenteen uudelleen miettimiseen pakottaa myös monesti samaan aikaan tapahtuva sivumäärien väheneminen (emt. 138).

Perinteisesti lehden sisällön ryhmittelyn tarkoituksena on ollut nostaa uutisaineistoa paremmin esiin. Yhtenäinen fyysinen rakenne antaa tabloideille paremmat mahdollisuudet ryhmitellä sisältö selkeästi ja johdonmukaisesti. HBL:n ja Itä-Hämeen tapauksessa tabloiduudistus ei merkittävästi muuttanut osastojaon perusteita. Tabloidin suurempi sivumäärä johtaa siihen, että lukijan opastamiseen ja rakenteen selkeyteen on kiinnitettävä entistä enemmän huomiota. Broadsheet-sivulla lukija viipyy pidempään, koska sivulle mahtuu enemmän aineistoa. Tabloidissa juttukokonaisuus levittyy parhaimmillaan useille aukeamille, joten lukija joutuu tekemään enemmän töitä pysyäkseen kokonaisuuden äärellä. Tabloidin rakennetta suunniteltaessa täytyykin pitää huoli, että lukijan kiinnostus säilyy loppuun asti. Tabloidissa korostuu eri osastojen lähtöjen näyttävyys. (Pulkkinen 2008, 108–110.)

Iisalmen Sanomien rakenteeseen tabloiduudistus ei vaikuttanut erityisen mullistavasti. Broadsheet-lehden aikaan lehti saatettiin painaa yhdessä tai kahdessa niskassa sivumäärän mukaan. Tabloidina lehti painettiin kauttaaltaan yhdessä niskassa, joka sisälsi entiset A- ja B-osat. Vain viikkoliite Viisari jatkoi omana erillisenä liitteenään lehden välissä. Tabloidlehdissä osioita ei enää eroteltu A- ja B -tunnuksilla, vaan pelkkien värien perusteella. Nämä värikoodit olivat samoja kuin broadsheetissäkin. Sinistä tehosteväriä käytettiin broadsheetissa A-osan mielipide-, Ylä-Savo-, kotimaa-, ulkomaat-, kulttuuri- ja teema-osioissa. Vihreällä värillä merkittiin B-osan Tänään-sivu, urheilu- ja TV ja radio-sivut. Tabloidissa värikoodit noudattivat samaa osastojakoa. Yhteen niskaan painaminen noudatteli muiden pienten tabloidien esimerkkiä.

Broadsheet-lehdessä oli keskimäärin 16 sivua mediaanisivumäärän ollessa myös 16. Tabloidjaksolla keskiarvosivuluku oli 34 ja mediaanisivuluku 32. Tabloidin kyseessä ollessa mediaanisivuluku on kertovampi, sillä 34-sivuista tabloidia ei voida tehdä, koska sivuluvun on käytännössä oltava jaollinen kahdeksalla painoteknisistä syistä. Kun otetaan huo-

mioon, että yhdelle broadsheet-sivulle mahtuu kaksi tabloidsivua, sivumäärä pysyi itse asiassa suhteellisesti samana.

Toisin kuin esimerkiksi Ruotsissa, tabloiduudistus ei vaikuttanut Iisalmen Sanomien osastojakoon ja rakenteeseen kovin merkittävästi. Suurin rakenteellinen muutos oli mielipideosaston siirtyminen pois pääkirjoitussivulta eli sivulta 2 lehden loppuun, Tänään-sivujen jälkimmäisen sivun viereen. Pääkirjoitussivu Vasen suora -kolumneineen jäi tabloidissa kannen jälkeiselle kakkossivulle samoin kuin broadsheetissäkin. Muutos oli sikäli järkevä, että pääkirjoitussivun ja lukijoiden mielipiteiden yhdistäminen olisi vienyt koko aukeaman, jolloin uutisten lähtö olisi siirtynyt kauemmas etusivusta. Tämä olisi kasvattanut myös etäisyyttä kannen vinkkijutun ja sisäsivun jatkojutun välillä.

Muutoin tabloid-IS:n rakenne alkoi samanlaisena kuin broadsheetissa: etusivu oli ilmoitustilanteesta riippuen joko kokonaan journalistinen tai kokonaan tai osittain ilmoituksille myyty. Jos etusivu oli ilmoituksille myyty, toimi kolmossivu uutisetusivuna. Jos etusivu oli journalistinen kokonaan tai osittain, oli siinä lyhyiden vinkkien lisäksi myös pidempi vinkki juttu tai kokonainen juttu joko kuvalla tai ilman. Pääkuva voi olla myös itsenäinen, jolloin sillä oli oma vinkkiotsikkonsa. Tällöin kolmossivu toimi normaalina Ylä-Savo-sivuna ja samalla osaston lähtönä.

Lehden ensimmäinen osasto oli uudistuksen jälkeenkin vinjetoitu Ylä-Savoksi, ja siinä käsitellään levikkialueen tärkeimpiä uutisia. Sitä seurasi kotimaan osasto, ulkomaat ja taloussivu (mikäli se tehtiin). Tabloiduudistus vakiinnutti ulkomaan ja taloussivun paikan lehdessä. Broadsheetissa varsinkin ulkomaisten paikka vaihteli: välillä se oli lehden A-osassa omalla vinjetillään, toisinaan taas vasta takasivulla ilman erillistä vinjettiä. Broadsheetissa myös taloussivu seilasi A- ja B-osan välillä. Tabloidlehdessä molemmat osastot oli sijoitettu lehden A-osaan. Teemasivut pysyivät molemmissa formaateissa A-osassa. Kulttuurin paikka vaihteli uudistuksen jälkeenkin, vaikka se sijoittui useimmiten lehden B-osaan.

Lehden B-osan osastot olivat ennen ja jälkeen uudistuksen samat: Tänään-sivu, urheilu ja radio- ja televisio-ohjelmat arvosteluineen. Urheilu saattoi molemmissa versioissa jatkua myös takasivulle, mikäli sitä ei ollut myyty ilmoitukselle. Takasivulle oli mahdollista sijoittaa myös kotimaan aineistoa. Tabloidissa B-osaan siirtyivät lisäksi lukijan mielipiteet ja tekstiviestit. Uudistuksessa otettiin myös käyttöön urheilussa erillinen kansisivu (aukeaman oikeanpuoleinen sivu), joka perustui isoon pystykuvaan, siihen liittyvään vinkkiotsikkoon ja lyhyisiin vinkkeihin sivun alareunassa. Oikeassa laidassa oli myös lyhyt laita-juttu. Urheilu ei kuitenkaan aina lähtenyt liikkeelle kannella, vaan se saattoi alkaa suoraan aukeamanakin.

Muutoksessa osastojen määrä siis lisääntyi yhdellä, johtuen pääkirjoitussivun ja lukijoiden mielipiteiden siirrosta eri sivuille. Osastojen määrän lisääntyminen ja niiden paikkojen vaihtaminen on linjassa esim. Ruotsin tabloiduudistuksissa tapahtuneiden rakennemuutosten kanssa. Iisalmen Sanomien tapauksessa rakenteen muutokset olivat kuitenkin niin pieniä, ettei niillä nähdäkseen ollut vaikutusta lehden sisältöön. Etusivun sisältöjä ei

tarvinnut miettiä uudestaan, saaticka Ylä-Savo-osaston lähtöä, koska lehden alun rakenne kopioitiin lähes yksi yhteen broadsheetista.

Tabloiduudistus olisi tarjonnut mahdollisuuksia suurempaan rakenteen mylläykseen, jolla olisi voitu terävöittää sisältöä ja esitystapoja. Uutismaista lähtöä olisi voitu korostaa siirtämällä pääkirjoitussivu pois lehden alusta ja aloittamalla kannen jälkeen suoraan Ylä-Savo-osaston avauksella koko aukeaman leveydeltä. Näin olisi vahvistettu oman uutisoinnin painoarvoa heti alkuun ja olisi saatu lukija näyttävällä alulla koukkuun. Näin etusivulta alkanut kiinnostus ei olisi katkennut pääkirjoitukseen. Tämä aloitus otettiin kuitenkin myöhemmin käyttöön sivu sivuun -taitossa.

Uudistuksen jälkeenkin takasivuun ja sen vaihtelevaan rooliin sisältyi rakenteellinen ongelma. Takasivu toimi pääasiassa juttujen ylijäämävarastona, jossa oli välillä urheilua, välillä kotimaan juttuja, välillä ilmoitus ja välillä ilmoitusten lomaan taitettuja juttuja. Ilmoitustilanteen vaihdellessa takasivulle ei ollut välttämättä joka päiväksi esim. koko sivun ilmoitusta, mikä vaikeutti sivun järkevää käyttöä. Yksi vaihtoehto olisi ollut antaa takasivu televisio-ohjelmille, jolloin sen viemä tila juttusivuna olisi vapautunut muualle lehteen.

## 6.2 Hyvä taitto ja taittotapa tabloidissa

Yksinkertaisimmillaan määriteltynä taitto on sanomalehden sisällön organisointia, jossa keskeistä on järjestys ja jatkuvuus. Tämä tarkoittaa, ettei lukijan tarvitse nähdä lehteä lukiessaan vaivaa selvittääkseen missä mitään on, vaan sivun suunnittelija on nähnyt tämän vaivan lukijan puolesta. (Garcia 1987, 83.) Järjestyksen lisäksi hyvä taitto nojaa hyvään muotoiluun eli hyvään lehden perussuunnitteluun. Taitolla tarkoitetaan numerokohtaista visuaalista suunnittelua, sivujen, aukeamien ja artikkeleiden muotoilua. Hyvä taitto on niin ikään journalismia, sisällön arvottamista ja järjestämistä helposti omaksuttavaksi ja houkuttelevaksi kokonaisuudeksi (Rantanen 2007, 155, 164). Se luo selkeän polun, jota seuraamalla saa käsityksen kyseisestä aiheesta. Hyvän ulkoasun tarkoitus on tarjota lehden sisältö selkeässä ja helposti omaksuttavassa muodossa ja antaa samalla viesti siitä, millaisesta julkaisusta on kysymys (Pulkkinen 2008, 28).

Samoin ajattelee mm. Jais-Nielsen (2004, 291). Hänen mukaansa hyvällä taitolla on kolme peruseriaatetta: se on tarkoituksenmukaista ja toimivaa, se järjestelee ja ohjaa sekä houkuttelee ja kiinnittää huomion. (Emt.) Taittamista voikin helposti verrata palapelin kokoamiseen: eri palasten pitää sopia yhteen ja muodostaa järkevä kokonaisuus. Taitto luo sivulle ulkonäön ja määrittää kuinka sisältö kerrotaan. Palapelin voi koota eri tavoin, mutta päämäärä on aina sama: koukuttaa lukija, saada hänet viihtymään ja pysymään jutun parissa. (Jais-Nielsen 2004, 288.)

Sanomalehden design ja ulkoasu koostuu eri elementeistä: ilmoituksista, tekstistä, otsikoista, kuvista. Näistä raaka-aineista luodaan kokonaisuus, ulkoasu, joka herättää lukijan huomion, kertoo mikä sisällössä on tärkeää ja mikä vähemmän tärkeää ja antaa sanomalehdelle

le tunnistettavan ilmeen. (Giles & Hodgson 1990, 1–2.) Lukijan kiinnostus juttuun syntyy nimenomaan eri elementtien yhteisvaikutuksen tuloksena. Iskevä otsikko, hyvä kuva, selkeä typografia ja nämä luettavaksi ja ymmärrettäväksi paketuksi yhdistävä taitto ovat tekijöitä, jotka yhdessä herättävät kiinnostuksen. (Rantanen 2007, 75.)

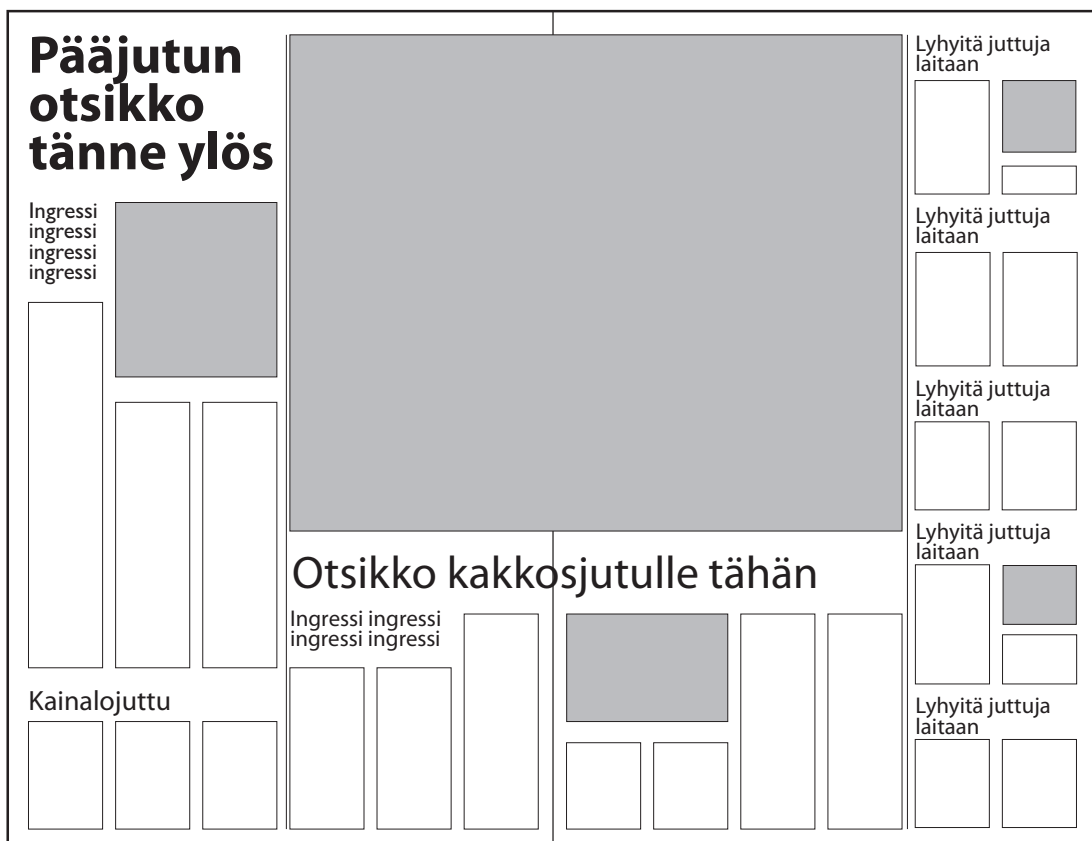
Vaikka formaatti on muuttunut, sisällön järjestämisen tavat ovat pysyneet melko pitkään ennallaan sanomalehdistössä. Lohkotaitto ja hierarkkinen esitystapa sivulla on ollut vakiintunut käytäntö 1960- ja 1970-lukujen vaihteesta asti (Mervola 1995, 280). Mario Garcia (1987, 46) pitää lohkotaiton etuina nimenomaan sen kykyä tuottaa sivulle järjestys. Juttuja on helpompi seurata ja sivu näyttää vähemmän kaoottiselta. Myös sivun sommittelu on helpompaa ja nopeampaa. (Emt.)

Liian usein taittamista pidetään vain mekaanisena juttujen asetteluna sivulle. Häkkilä (2009, 71–72) muistuttaa, että taittaminen on kiinteä osa jutun toimitusprosessia ja journalismia. Monesti lehdessä taittaja onkin se, joka on mukana kaikissa lehden teon vaiheissa aina suunnittelusta ja kuvituksen hankinnasta oikolukuun asti (emt.). Varsinkin kiireisessä uutistyyössä on tärkeää, että taitto ja jutulle varattu tila huomioidaan jo juttua suunniteltaessa. Tämä vähentää ruuhkaa ennen painoon menoa. Viime aikoina ennakkosuunnittelun haasteisiin on vastattu monessa päivälehdessä ottamalla käyttöön ennakoiva taitto.

Sanomalehtisivun rakentamisessa on perinteisesti vallinnut kaksi dominoivaa taittotapaa: staattinen ja dynaaminen. Staattisessa taitossa eri elementit sijoitellaan samalla tavalla joka päivä. Juttujen muoto ja koko ovat vakioita. Jos niiden koko muuttuu, ne sijoitetaan lehden paremmin sopivaan kohtaan ilman että niiden muotoa tai kokoa muutetaan. Tähän tapaan tehdään yleensä täyden koon lehtiä, vaikka tapa ei ole välttämättä sidoksissa tiettyyn sivukokoon. Dynaamista taittoa harrastetaan enimmäkseen iltapäivälehdissä. Juttujen koko sekä otsikoiden ja kuvien muoto päätetään ensin. Ulkoasulle on tarkat säännöt, mutta aukeamat muodostetaan sisällön ehdoilla. Joka sivu rakennetaan pääjutun ympärille, jossa suuri kuva toimii päähuomionherättäjänä. (Giles & Hodgson 1990, 144–145.) Taiton hierarkia nousee pääasiassa kuvien hierarkiasta. Suuren pääkuvan saaminen vaatii muiden kuvien ja kuvakokojen karsimista. Erityisesti tabloidissa pääkuvan asema korostuu entisestään, joten sille pitää raivata määrätietoisesti tilaa. (Pulkkinen 2008, 148.)

Tabloiditaitossa perusyksikkö on aukeama (Pulkkinen 2008, 78). Oleellisin kysymys tilankäytössä on, kuinka broadsheetsivun tavarat saadaan taitettua tabloidaeamalle, jonka koko vastaa suunnilleen yhtä broadsheet-sivua. Tabloidin taitossa on huomioitava erityisesti sivun keskitaite, jonka mukaan otsikko ja kuva on sovitettava. Taitto rakentuu tabloidissa horisontaalisesti, muttei symmetrisesti: aineiston painopisteen täytyy olla keskitaiteen jommallakummalla puolella. Tärkeimmäksi arvotettu aineisto sijoitetaan aukeaman yläosaan alkamaan sen vasemmalta puolelta. Taittosuunta on sama kuin lukusuunta: vasemmalta oikealle. Kuten kaikessa muussakin taitossa, tärkeää on rakentaa sivulle selkeä juttujen välinen hierarkia. Pääaiheen on hallittava aukeamaa selkeästi. Sivun alalaitaan sijoitetut kakkosaiheet eivät saa nousta kolmasosasivua korkeammiksi ja suuret kakkosaiheet kannatta taittaa pystysuoraan esim. kolmen palstan tilaan aukeaman oikeanpuoleiselle si-





**Kuva 1:** Jesper Vuoren suosima 3-7-2-pinnanjako tabloidissa. Pääjuttu on pystyssä kolmella palstalla, joko ilman kuvaa tai pienellä kuvalla, pääkuva on kakkosjutun yhteydessä ja pienemmät jutut laidassa kahdella palstalla päällekkäin. Tässä mallissa pääkuva voi liittyä myös pääjuttuun, joka voi yhä alkaa kuvan vasemmalta puolelta ylhäältä ja jatkaa kuvan alle. Tällä tavalla pääkuvan ja pääjutun yhteys on vahvempi.

vulle. Laitoihin kannattaa sijoittaa pieniä uutisia, jotta kokokontrasti on riittävä. (Pulkinen 2008, 79–80.)

Ruotsalaiset viisipalstaiset tabloidit jakavat materiaalin aukeamalla niin, että vasemman puoleiselle sivulle tulee kaksi palstaa pieniä uutisia ja pääjutulle varataan 3+5 palstaa niin, että otsikko vie kolme palstaa ja kuva viisi. Esim. Svenska Dagbladet otti uudistuksessaan käyttöön tämän rakenteen. Dagens Nyheter käyttää mallia niin, että aukeama alkaa pääjutulle varatulla 3+5-tilalla ja oikeanpuoleisen sivun laidassa ovat pienille uutisille varatut kaksi palstaa. Jotta taitto ei kävisi tylsäksi, voi aukeamataittojen väliin tehdä myös sivu sivuun -taittoja. Niissä jutut eivät ylitä keskitaitea. Rytmää saadaan myös juttumääriä vaihtelemalla: yksi aukeama voidaan taittaa tiukasti yhden ison jutun varaan, mutta seuraavalla aukeamalla voi taas olla enemmän juttuja. (Pulkinen 2008, 81.)

Hufvudstadsbladetin Volt-liitteessä työskennelleen AD:n Jesper Vuoren (2009) mukaan kuusipalstaisessa uutistabloidissa toimivia taittomalleja ovat seuraavanlaiset: 3-7-2 perusuutisaukeamalla ja 10-2 isoissa uutistapahtumissa (kuva 1). Vuori kannattaa pääjutun taittamista kuvattomana tai pienellä kuvalla kolmelle palstalle pystyyn aukeamaan vasempaan laitaan. 3-7-2-mallissa saadaan tälle uutiselle tarpeeksi näyttävyyttä, joka ei toteudu päinvastaisessa 2-7-3 -mallissa. Vasemmassa yläkulmassa pääjuttu saa parhaan huomioarvon.

3-9 tai 9-3 -jako on myös toimiva, 2-8-2-jako puolestaan ei toimi symmetrisyytensä takia. Yksittäisiksi sivuiksi taitetulla aukeamalla toimii 5-1-4-2-jako. (Vuori 2009.)

3-7-2-jako on siksikin hyvä, että se tarjoaa taittovaihtoehdon sekä kuvattomalle sivun pääjutulle että pääkuvalliselle pääjutulle, jolloin otsikko voidaan molemmissa tapauksissa sijoittaa vasemmalle ja pääkuva on aina samassa paikassa riippumatta siitä, liittykö se aukeaman ykkös- vai kakkosjuttuun. Näin pinnanjako tarjoaa pelivaraa pääkuvan suhteen. Jos pääjuttuun ei ole tarjolla riittävän hyvää kuvaa, vaan paras kuva on sivun kakkosjutussa, voidaan paras kuva käyttää silti isolla, oli se kumman hyvänsä jutun yhteydessä.

Vaihtelua tabloidsivun taittoon saadaan myös hyllyrakenteella. Hyllyt ovat muutaman senttimetrin korkuisia tiloja sivun tai aukeaman ylälaudassa. Yleensä hyllyt sijoitetaan osastojen alkuun. Tabloidissa hyllyrakenne on siinä mielessä ongelmallinen, että se madaltaa sivun korkeutta ja vaarana on että pääkuva jää liian alas. (Pulkkinen 2008, 152.) Myös pystykuvien käytölle hyllyrakenne saattaa olla ongelmallinen, sillä silloin kuvaan ei välttämättä saa tabloidsivulla tarpeeksi korkeutta ja kuva voi jäädä neliömäiseksi. Broadsheet-sivulla hyllyrakenne toimii paremmin, sillä se tekee taitosta horisontaalisemman ja laskee pääkuvaa lähemmäs sivun optista keskipistettä.

### **6.3 Silmänliiketutkimuksilla tietoa lukutavasta**

Hierarkkista ja visuaalisuusvetoista taittotapaa puolustavat myös erilaiset silmänliiketutkimukset, joilla on tutkittu mm. sanomalehden lukutapaa ja sitä, missä järjestyksessä asiat huomataan sivulla. Esimerkiksi Garcian & Starkin Eyes on the News -tutkimus vuodelta 1991 (Holmqvist & Wartenberg 2005) kertoo, että lukijat eivät niinkään lue sanomalehtiä, vaan pikemminkin skannaavat ne katseellaan. Tietyissä kohdissa, entry pointeissa, lukija pysähtyy ja alkaa lukea juttua, johon tämä huomiopiste kuuluu. Ulkoasun tekijän tehtävä onkin tarjota lukijalle näitä kiinnostuksen herättäviä huomiopisteitä. Hyviä entry pointeja ovat kuvat, sitaatit, otsikot ja faktalaatikot. Kirjoittajien mukaan tämä puolustaa näkemystä, jonka mukaan jutut kannattaa palastella ja jakaa kainalojuttuihin. (Emt.)

Garcian ja Starkin tutkimustuloksia tukevia havaintoja on saatu myös muista vastaavista lukutapa- ja silmänliiketutkimuksista, jotka vahvistavat visuaalisten ärsykkeiden merkitystä huomiopisteinä. Samoilla tutkimuksilla voidaan selvittää eroja tabloidin ja broadsheetin lukutavassa ja sitä kautta määrittää tarkoituksenmukainen taittotapa tabloidille. Tabloidin ja broadsheetin välisiä lukutapaeroja ovat selvittelleet muun muassa Holmqvist & Wartenberg (2005). He käyttivät tutkimuksensa aineistona 17 pohjoismaisen sanomalehden 34 aukeamaa. Tutkimuksessa oli mukana sekä broadsheeteja että tabloideja. Selvisi, että aukeaman luku-aikaan käytetystä ajasta lukemista oli noin 55 prosenttia ja skannaamista noin 45 prosenttia. Broadsheet-aukeaman parissa vietettiin aikaa keskimäärin 145 sekuntia, kun taas tabloidaukeamalla viivytettiin lyhyemmän aikaa: 102 sekuntia. Kun laskettiin aukeamalla vietettyä aikaa per neliösenttimetri, tabloidiin käytettiin 47 prosenttia enemmän aikaa kuin broadsheetiin. (Emt.)

Aukeaman silmäilyjärjestys oli Holmqvistin & Wartenbergin (2005) tutkimuksessa karkeasti seuraavanlainen: kun aukeama käännetään auki, katse osuu ensin oikealle sivulle, josta se nopeasti siirtyy keskitaitteen yli vasemmalle eli aloitussivulle. Huolimatta ensimmäisenä oikealle osuvasta katseesta, vasemman puolen informaatio huomataan ensiksi. Lukusuunta kulkee vasemmalta ylhäältä oikealle alas. (Emt.) Tulos puolustaa aiemmin esiteltyä tabloidin perustaitotapaa, jossa aukeaman tärkein asia on sijoitettu vasempaan yläkulmaan. Tutkimustulos vaikuttaa myös puhuvan aukeamataiton puolesta. Kun pääjuttuun liittyvä kuva menee keskitaitteen oikealle puolelle, tarrautuu lukijan katse siihen ensimmäisenä ja siirtyy siitä luontevasti vasemmalle ylös, jossa pääjutun otsikko tarjoaa sisäänmenoreitin lukijalle. Ihannetapauksessa myös kuvan sisältö ohjaa lukijaa kohti vasenta yläkulmaa esimerkiksi kuvassa tapahtuvan liikkeen suunnalla tai kuvan henkilön katseen suunnalla.

Myös Schumacher (2007) on testannut eri formaattien lukutapaeroja. Kokeessa testiryhmä luki sekä broadsheet-kokoisen että tabloidkokoisen Die Weltin ja lukijoiden silmäliikkeet tallennettiin. Toinen testiryhmä luki vain tietyt sivut kummastakin lehdestä. Ryhmät myös kommentoivat lukemistaan. Tulosten mukaan visuaaliset elementit ovat tärkeitä lukemiselle, mutta visuaaliset vinkit saivat harvoin lukijan kääntämään sivua päästäkseen suoraa päätä viitattuun juttuun. Muutoin tutkimus vain vahvisti muista tutkimuksista saatuja tuloksia. Tulosten mukaan sekä broadsheetissa että tabloidissa kuvat, infografikat ja lyhyet tekstit ja uutiset saivat paljon huomiota osakseen. Kommenteissa testaajat kertoivat, että visuaaliset elementit määräsivät, alkoiko juttua lukea vai ei. Visuaalisilla huomiopisteillä on myös silmäilyä palveleva tarkoituksensa nopeille lukijoille. (Schumacher 2007, 3–4.)

Poynterin Eye Track 07 -tutkimuksessa puolestaan vertailtiin lehti- ja netti uutisten lukutapoja. Tutkimuksen mukaan online-lukijat lukivat 77 prosenttia siitä, mitä päättivät lukea, broadsheet-lukijat 62 prosenttia ja tabloidin lukijat 57 prosenttia. Jatkojutuista tabloidin lukijat taas lukivat suuremman osan kuin broadsheetin lukijat. Myös lukutavoissa oli eroa. Perusteelliset lukijat lukivat kaiken ylhäältä alas silmäilemättä sivua. Silmäilevät lukijat taas katselivat ensin otsikot, sivun kokonaisuuden ja muut elementit, lukivat vähän, siirtyivät kuviin ja taas takaisin tekstiin. Suurin osa (75 prosenttia) painetun lehden lukijoista oli perusteellisia lukijoita. Perusteelliset lukijat lukivat suuremman osan tekstistä kuin silmäilevät lukijat sekä broadsheetissa että tabloidissa. Tutkimuksessa havaittiin myös, että vaihtoehtoiset informaation esittämismuodot (listat, aikajanat yms.) olivat tehokkaita lukijan kannalta ja saivat enemmän huomiota kuin perinteiset esitysmuodot. Tutkimuksessa vahvistettiin myös, että juttuun mennään sisälle ensisijaisesti suurten otsikoiden ja kuvien kautta. (Poynter EyeTrack Study 2007.)

Lehdessä kuvatekstit toimivat hyvänä huomiopisteenä, jonka vuoksi niiden laatimiseen pitäisi keskittyä ja tehdä niistä kiinnostavia. Erityisesti tabloidin pienemmässä tilassa kuvatekstille tarjoutuu uusia mahdollisuuksia nousta kuvan sisällön toteajasta uuden informaation välittäjäksi. Jos kiinnostavalle yksityiskohdalle ei ole paikkaa leipätekstissä, saatava kuvateksti olla sille parempi koti. Hyvä kuvateksti ei kerrokaan samaa asiaa, jonka otsikko, ingressi ja leipäteksti kertovat. Kuvateksti herättää parhaimmillaan kysymyksiä ja houkuttelee lukemaan jutun. Ihannetilanteessa otsikko, juttu, kuvat, kuvatekstit ja sitaa-

tit muodostavat symbioosin, jossa kokonaisuus kertoo kaiken tarpeellisen kiireiselle lukijalle. (Pulkkinen 2009, 32.)

Niinpä erityisesti tabloiditaitossa kannattaa suosia palastelua ja sitaattinostojen käyttöä. Holmqvist & Wartenberg (2005, 12–14) muistuttavat omassa silmänliiketutkimuksessaan, että jutut, joissa on sitaattinostoja, huomataan merkittävästi aiemmin verrattuna juttuihin, joissa nostoja ei ole. Nostot ovat usein lihavoidulla tekstityypillä ja suuremmalla pistekoolla tehtyjä korostuksia palstojen seassa ja niihin nostetaan yleensä jokin keskeinen asia jutusta. Myös faktalaatikoilla on yhtäläinen merkitys lukijan huomion kiinnittäjinä. (Emt.)

## 6.4 Yleisin taitto on kolmen piirteen yhdistelmä

Koska tabloiduudistuksessa aukeamataiton omaksuminen on tärkeää, tutkin aukeamien rakentumista ja niiden taiton onnistumista Iisalmen Sanomissa. Otin analyysiin mukaan vain selkeästi kokonaiset aukeamat tabloidnumeroista (myös sivu sivuun -taitetut). Mukana ei ole aukeamia, joista ilmoitukset vievät yli puolet pinta-alasta. Luokittelin Pulkista (2008) mukaillen viisi piirrettä, jotka tekevät hyvän tabloiditaiton ja tutkin kuinka moni näistä piirteistä löytyy aukeamalta. Tarkastellut piirteet olivat seuraavat:

1. Alkaako pääaihe vasemmalta ylhäältä?
2. Onko aineiston painopiste keskitaitteen jommallakummalla puolella?
3. Onko suuret kakkosaiheet sijoitettu pystysuoraan aukeaman oikeaan laitaan?
4. Hallitsee pääjuttu aukeamaa?
5. Onko alakerta riittävän matala eli korkeintaan kolmasosa sivun korkeudesta?

Koko tabloidjakson 14 analysoidussa numerossa oli 88 kokonaista aukeamaa. Kulttuurisivut oli suurimmasa osassa taitettu sivu sivuun-periaatteella, jolloin pääjuttu ei ylittänyt keskitaitetta. Analysoin kuitenkin sivut aukeamana. Kaikista aukeamista 11 kappaletta (12,5 %) oli sellaisia, joilla toteutuivat kaikki vaatimukset. Nämä aukeamat olivatkin hyvin tehtyjä kokonaisuuksia, joilla juttukoot vaihtelivat tarpeeksi ja taittotapa oli monipuolinen ja pääjutun paikka tuki silmänliiketutkimuksista saatua tietoa aukeaman havainnoinnista.

	Aukeamia kpl (%)
Aineiston painopiste keskitaitteen toisella puolella	79 (90 %)
Pääjuttu hallitsee aukeamaa	73 (83 %)
Pääaihe vasemalla ylhäällä	69 (78 %)
Kakkosaiheet pystyssä oikeassa laidassa	41 (47 %)
Alakerran korkeus alle 1/3 sivun korkeudesta	22 (25 %)

**Taulukko 5:** Taittopiirteiden esiintyvyys aukeamilla Iisalmen Sanomissa



### Busi varasi koko hotellin Tallinnasta

**STI BNS** Tallinna keuhko- ja sydänkeskus on saanut George W. Bushin vierailusta suuren osan hotellin varauksista. Suomalainen hotellin omistaja kertoi, että hotellin kaikki huoneet on varattu Bushin vierailun ajaksi. Bushin vierailu on suunniteltu joulukuun alkuun. Bushin vierailu on suunniteltu joulukuun alkuun. Bushin vierailu on suunniteltu joulukuun alkuun.

## Saako Ranska ensimmäisen naispresidentin?

Sosialistien ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.



## Muuntajapalo sulki viikoimallan reaktorin viikoiksi Ruotsissa

Ylävoimalla riehunut tulipalo sulki Ringhalsin ydintuotantolaitoksen osittain viikoiksi Ruotsissa. Tulipalo sulki reaktorin toimintaa muutamaa tuntia, mutta reaktorin toiminta palautettiin nopeasti.



### ''Alle kahden euron voiton on vaarallista''

STI BNS: Yhteinen euro on vaarallista, jos se on alle kahden euron voiton. Euroalueen laajeneminen on vaarallista, jos se on alle kahden euron voiton.

### Syyriä on välinpitämättömyyden vuoksi

STI REUTERS: Syyria on välinpitämättömyyden vuoksi. Syyria on välinpitämättömyyden vuoksi. Syyria on välinpitämättömyyden vuoksi.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

## Bagdadissa ehkä kaikkien aikojen suurin ihmiskaappaus

STI Reuters, AFP Bagdad. Poliisivälikko jatkavat Bagdadissa ihmiskaappauksia. Ihmiskaappaus on suurin Bagdadissa.

Ihmiskaappaus on suurin Bagdadissa. Ihmiskaappaus on suurin Bagdadissa. Ihmiskaappaus on suurin Bagdadissa.

## Saudi-Arabia rakentaa ''turva-aidan'' rajalle

Saudi-Arabia rakentaa turva-aidan rajalle. Saudi-Arabia rakentaa turva-aidan rajalle.

Saudi-Arabia rakentaa turva-aidan rajalle. Saudi-Arabia rakentaa turva-aidan rajalle.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

**Kuva 2:** Tasapainoinen aukeama, jolla kaikki tabloidin taittoperiaatteet ovat kunnossa. Vain alakerta jää hieman harmaaksi, sitä olisi piristynyt toinen pinna ja infolaatikko oikeanpuoleisella sivulla. (15.11.2006, s. 14–15)

## Tornitalot kiperiä paikkoja pelastuslaitosten henkilöstölle

Pilvenpiirtäjät pitävät tornitalojen suunnittelusta vaikeana.

Pilvenpiirtäjät pitävät tornitalojen suunnittelusta vaikeana. Pilvenpiirtäjät pitävät tornitalojen suunnittelusta vaikeana.

Pilvenpiirtäjät pitävät tornitalojen suunnittelusta vaikeana. Pilvenpiirtäjät pitävät tornitalojen suunnittelusta vaikeana.

## KRP epäilee Mattilan salanneen omaisuuttaan

STI Mattila. KRP epäilee Mattilan salanneen omaisuuttaan. KRP epäilee Mattilan salanneen omaisuuttaan.

KRP epäilee Mattilan salanneen omaisuuttaan. KRP epäilee Mattilan salanneen omaisuuttaan.

### Mauno Aaltonen STI

Mauno Aaltonen STI. Mauno Aaltonen STI. Mauno Aaltonen STI.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

### Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina. Ennakkoasetuski Seppolene Royal yrittää varmistaa ehdokkuutensa torstaina.

**Kuva 3:** Tämä sivu sivuun -taitettu aukeama on tasapainoinen kokonaisuus, vaikka sivujen otsikot törmäävät toisiinsa yläreunassa. (13.11.2006, s. 8–9)



Ilialmi ostaa tontin Kolonvirralta

Ilialmi kaupunki ostaa kolonvirralta tontin... Ilialmi kaupunki ostaa kolonvirralta tontin...

Ilialmi ostaa esteelle kuoma-auton

Ilialmi kaupunki ostaa esteelle kuoma-auton... Ilialmi kaupunki ostaa esteelle kuoma-auton...

Kaupunki myy uusi Keltale Forestille

Kaupunki myy uusi Keltale Forestille... Kaupunki myy uusi Keltale Forestille...

Oppimisverkosto päätettiin

Oppimisverkosto päätettiin... Oppimisverkosto päätettiin...

Kylänraitti parani kerralla

Lapinlahdella julistettiin Asematien ja Päsiälän parantamista... Kylänraitti parani kerralla...



Yhjän on nyt kellarin... Kylänraitti parani kerralla... Yhjän on nyt kellarin...

Yhjän on nyt kellarin... Kylänraitti parani kerralla... Yhjän on nyt kellarin...

Savonia ja yliopisto lähenevät

Savonia ja yliopisto lähenevät... Savonia ja yliopisto lähenevät...

Kampanjat vauhdittavat siirtymistä digitaaliseen

Kampanjat vauhdittavat siirtymistä digitaaliseen... Kampanjat vauhdittavat siirtymistä digitaaliseen...



Kampanjat vauhdittavat siirtymistä digitaaliseen... Kampanjat vauhdittavat siirtymistä digitaaliseen...

Kampanjat vauhdittavat siirtymistä digitaaliseen... Kampanjat vauhdittavat siirtymistä digitaaliseen...

Kampanjat vauhdittavat siirtymistä digitaaliseen... Kampanjat vauhdittavat siirtymistä digitaaliseen...

Kuelhohtaumat auti 200 000:lla

Kuelhohtaumat auti 200 000:lla... Kuelhohtaumat auti 200 000:lla...

Kuelhohtaumat auti 200 000:lla... Kuelhohtaumat auti 200 000:lla...

Kuelhohtaumat auti 200 000:lla... Kuelhohtaumat auti 200 000:lla...

Kuelhohtaumat auti 200 000:lla... Kuelhohtaumat auti 200 000:lla...

Kuelhohtaumat auti 200 000:lla... Kuelhohtaumat auti 200 000:lla...

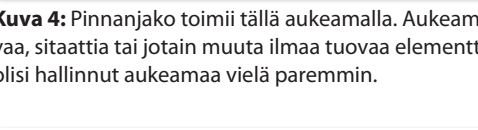
Kuva 4: Pinnanajoko toimii tällä aukeamalla. Aukeamaa vaivaa kuitenkin alakerran harmaus, joka olisi kaivannut kuva-aikeita tai jotain muuta ilmaa tuovaa elementtiä. Myös pääjutun kuvan kokoa olisi voinut kasvattaa, jolloin se olisi hallinnut aukeamaa vielä paremmin.

Postirekan kaatuminen viivastyy postiä

Postirekan kaatuminen viivastyy postiä... Postirekan kaatuminen viivastyy postiä...

Innovatiivisuus vauhdittaa yrityksiä

Innovatiivisuus vauhdittaa yrityksiä... Innovatiivisuus vauhdittaa yrityksiä...



Kovan siirto näyttää perunantun

Kovan siirto näyttää perunantun... Kovan siirto näyttää perunantun...

Niskokelainen TPS:n kautta KalPan tehtiin

Niskokelainen TPS:n kautta KalPan tehtiin... Niskokelainen TPS:n kautta KalPan tehtiin...

Antti Virtanen siirtyi Iivaltaan

Antti Virtanen siirtyi Iivaltaan... Antti Virtanen siirtyi Iivaltaan...

Jan MacNeil Vaasan Sportin rivaan

Jan MacNeil Vaasan Sportin rivaan... Jan MacNeil Vaasan Sportin rivaan...

Jani Murtomäki punnersi maailmanmestariksi

Jani Murtomäki punnersi maailmanmestariksi... Jani Murtomäki punnersi maailmanmestariksi...

Jani Murtomäki punnersi maailmanmestariksi... Jani Murtomäki punnersi maailmanmestariksi...

Jani Murtomäki punnersi maailmanmestariksi... Jani Murtomäki punnersi maailmanmestariksi...

Jani Murtomäki punnersi maailmanmestariksi... Jani Murtomäki punnersi maailmanmestariksi...

Taistelija Jani Tuppuraisestä kehittyi ratkaisija

Taistelija Jani Tuppuraisestä kehittyi ratkaisija... Taistelija Jani Tuppuraisestä kehittyi ratkaisija...

Taistelija Jani Tuppuraisestä kehittyi ratkaisija... Taistelija Jani Tuppuraisestä kehittyi ratkaisija...

Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta

Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta... Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta...

Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta... Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta...

Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta... Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta...

Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta... Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta...

Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta... Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta...

Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta... Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta...

Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta... Reservijoukkue Luopuv Nelosen paikasta...

Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista

Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista... Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista...

Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista... Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista...

Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista... Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista...

Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista... Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista...

Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista... Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista...

Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista... Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista...

Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista... Bicstrin silä kehut tappiasta huijolista...

Kuva 5 (alla): Tämä aukeama havainnollistaa, mikä vaikutus liian korkealla sivun alareunalla on kokonaisuuteen. Pääjutun tila jää liian matalaksi ja se näyttäytyä ahdetulta. (14.11.2006, s. 24-25)



**Petri Kalanti jatkaa klubin naisten liigasta**

ISÄLMÄ. Kukaan ei ole vielä kukaan voinut sanoa, että Petri Kalanti on jäänyt pois naisten liigasta. Kalanti on kuitenkin jatkanut joukkueensa mukana ja on myös jatkanut pelaamista.

## Nuorten SM-pronssimitalisti

**Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla.**

ISÄLMÄ. Nuorten SM-pronssimitalisti Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla. Hän voitti pronssia ja oli joukkueensa kapteeni.



Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla. Hän voitti pronssia ja oli joukkueensa kapteeni.

**Kangaslammen tyyt pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Kangaslammen tyyt pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Jalkapalloilijat Feren Pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Jalkapalloilijat Feren Pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Klassikko pelotti Pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Klassikko pelotti Pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa**

ISÄLMÄ. Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Jougein Malkin saa jalkaa**

ISÄLMÄ. Jougein Malkin saa jalkaa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**STP AP BESTERS**

ISÄLMÄ. STP AP BESTERS olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa**

ISÄLMÄ. Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Militanttiv Jankas valmentajaksi**

ISÄLMÄ. Militanttiv Jankas valmentajaksi olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

## Nuorten SM-pronssimitalisti

**Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla.**

ISÄLMÄ. Nuorten SM-pronssimitalisti Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla. Hän voitti pronssia ja oli joukkueensa kapteeni.



Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla. Hän voitti pronssia ja oli joukkueensa kapteeni.

**Kangaslammen tyyt pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Kangaslammen tyyt pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Jalkapalloilijat Feren Pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Jalkapalloilijat Feren Pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Klassikko pelotti Pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Klassikko pelotti Pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa**

ISÄLMÄ. Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Jougein Malkin saa jalkaa**

ISÄLMÄ. Jougein Malkin saa jalkaa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**STP AP BESTERS**

ISÄLMÄ. STP AP BESTERS olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa**

ISÄLMÄ. Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Kuva 6: Urheilun avausaukeama, jonka yksittäiset sivut ovat hyviä ja tasapainoisia kokonaisuuksia, mutta niistä ei muodostu aukeamakonaisuutta. Sivut ovat keskenään liian samanarvoisia, eikä avausiivuhahmotu kunnolla. Aukeama toimisi paremmin kääntämällä sivut toisinpäin (alla).**

**Militanttiv Jankas valmentajaksi**

ISÄLMÄ. Militanttiv Jankas valmentajaksi olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

## Nuorten SM-pronssimitalisti

**Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla.**

ISÄLMÄ. Nuorten SM-pronssimitalisti Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla. Hän voitti pronssia ja oli joukkueensa kapteeni.



Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla. Hän voitti pronssia ja oli joukkueensa kapteeni.

**Kangaslammen tyyt pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Kangaslammen tyyt pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Jalkapalloilijat Feren Pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Jalkapalloilijat Feren Pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Klassikko pelotti Pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Klassikko pelotti Pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa**

ISÄLMÄ. Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Jougein Malkin saa jalkaa**

ISÄLMÄ. Jougein Malkin saa jalkaa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**STP AP BESTERS**

ISÄLMÄ. STP AP BESTERS olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa**

ISÄLMÄ. Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Militanttiv Jankas valmentajaksi**

ISÄLMÄ. Militanttiv Jankas valmentajaksi olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

## Nuorten SM-pronssimitalisti

**Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla.**

ISÄLMÄ. Nuorten SM-pronssimitalisti Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla. Hän voitti pronssia ja oli joukkueensa kapteeni.



Simo Partasalla oli häilyä ja muutamaa kolmavoittoa kirkkaalla. Hän voitti pronssia ja oli joukkueensa kapteeni.

**Kangaslammen tyyt pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Kangaslammen tyyt pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Jalkapalloilijat Feren Pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Jalkapalloilijat Feren Pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Klassikko pelotti Pöytäkaasit**

ISÄLMÄ. Klassikko pelotti Pöytäkaasit olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa**

ISÄLMÄ. Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Jougein Malkin saa jalkaa**

ISÄLMÄ. Jougein Malkin saa jalkaa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**STP AP BESTERS**

ISÄLMÄ. STP AP BESTERS olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa**

ISÄLMÄ. Kannattajat kunnioittivat EM-kilpailuissa olivat erittäin mielenkiintoisia. He voittivat pronssia ja olivat joukkueensa kapteeni.

**Kuva 6: Urheilun avausaukeama, jonka yksittäiset sivut ovat hyviä ja tasapainoisia kokonaisuuksia, mutta niistä ei muodostu aukeamakonaisuutta. Sivut ovat keskenään liian samanarvoisia, eikä avausiivuhahmotu kunnolla. Aukeama toimisi paremmin kääntämällä sivut toisinpäin (alla).**

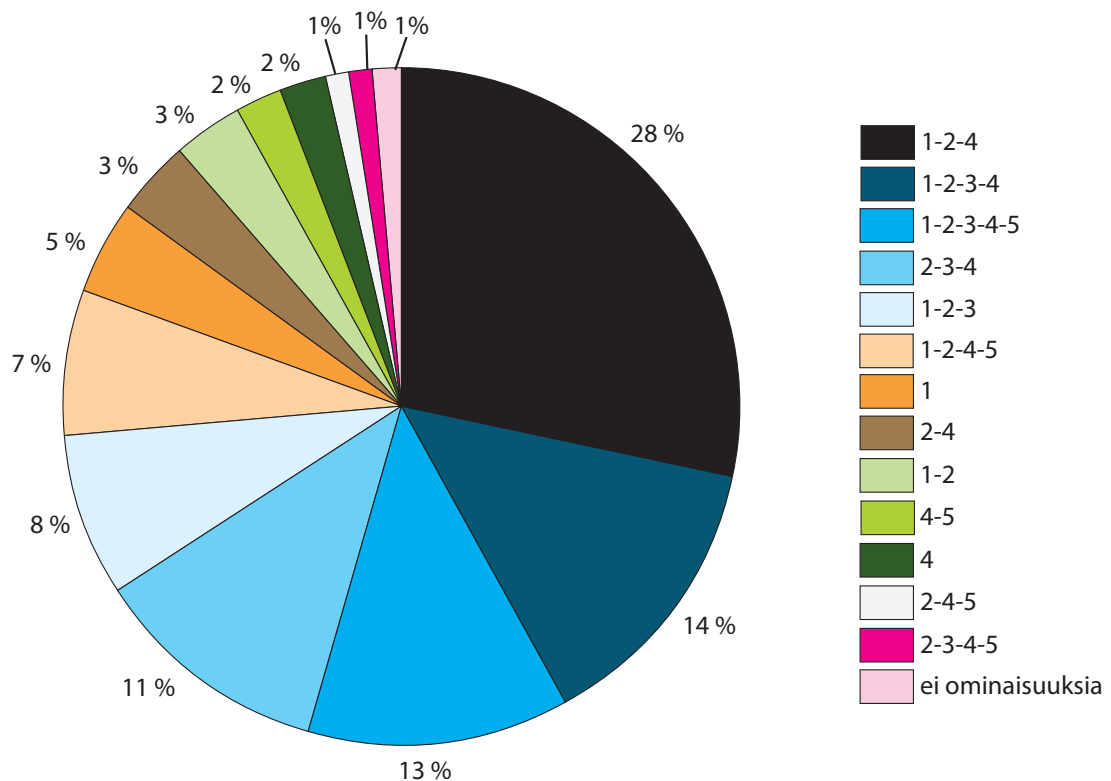
Saman verran (11 kpl) näiden hyvien aukeamien kanssa oli heikkoja aukeamia, joilla toteutui vain yksi tai kaksi hyvän tabloiditaiton ominaisuutta. 19 aukeamalla esiintyi neljä viidestä taittoperiaatteita. Kolme taittopiirrettä esiintyi 43 aukeamalla, kaksi piirrettä kahdeksalla aukeamalla ja yksi piirre kuudella aukeamalla. Yhdellä aukeamalla yksikään taittopiirreistä ei toteutunut. Tämä aukeama oli sivu sivuun -periaatteella taitettu kokonaisuus (ks. kuva 6). Sen yksittäisissä sivuissa ei ollut taitollisesti mitään vikaa, mutta taittopiirreiden ja pinnanajako olivat sellaisia, että aukeamana kokonaisuus ei toiminut.

Kun aukeamia tarkasteli yksittäisten piirteiden perusteella, oli aukeaman pääaiheen taiton painopiste useimmiten kunnossa oleva piirre. Toiseksi eniten aineistossa oli aukeamia, joilla pääjuutu oli hallitsemisessa asemassa (73 kpl). Pääaihe alkoi ylhäältä vasemmalta 69 tapa-



uksessa. Kakkosaiheet olivat pystyssä oikealla puolella 41 aukeamalla. Alakerran korkeus sen sijaan oli piirre, jossa oli useimmiten jotakin parannettavaa. Alakerta oli sopivan korkeinen vain 25 prosentissa aukeamia. Tämä tosin johtuu myös siitä, että monella aukeamalla ei välttämättä ollut ollenkaan alakertaa, etenkin, jos pääjuttu ei alkanut ylhäältä vasemmalta, vaan se oli sijoitettu kuvan alle sivun alareunaan.

### TYYPILLISET TAITOT



**Taulukko 6:** Taittopiirteiden yhdistelmät Iisalmen Sanomissa

#### Numeroiden selitykset:

1. Pääaihe vasemmalla ylhäällä
2. Aineiston painopiste keskittämisen jommallakummalla puolella
3. Suuret kakkosaiheet sijoitettu pystysuoraan aukeaman oikeaan laitaan
4. Pääjuttu hallitsee aukeamaa
5. Riittävän matala eli korkeintaan kolmasosa sivun korkeinen alakerta

Paljon kattavamman kuvan tabloiditaitoista saa kuitenkin tarkastelemalla, mitkä taiton piirteet esiintyvät yhdessä ja kuinka usein (ks. taulukko 6). Tarkastelun perusteella näyttää siltä, että yleisin periaate taittaa aukeama Iisalmen Sanomissa oli sijoittaa pääjuttu ylös vasemmalle, painottaa sen taiton painopiste aukeaman jommallekummalle (yleensä vasemmalle) puolelle ja taittaa pääjuttu niin, että se erottuu hierarkiassa selvästi pääjutuksi (esimerkiksi kuvan käytöllä tai otsikon pistekoolla). Enemmistö aukeamista oli sellaisia, joilla nämä kolme taittopiirrettä esiintyivät. Seuraavaksi eniten aineistossa oli aukeamia, joilla

esiintyivät kaikki viisi piirrettä yhdessä ja aukeamia, joilla esiintyivät yhdessä piirteet 1–4. Tämän perusteella siis tabloiditaiton periaatteet ovat varsin kunnossa. Heikkoja aukeamia, joilta löytyi vain yksi, kaksi tai ei yhtään piirrettä, oli aineistossa 15 kappaletta (17 prosenttia).

Yksistään taittopiirteiden määrä yhdellä aukeamalla ei ollut ratkaisevaa sen kannalta, näyttikö aukeama hyvältä vai ei. Jo kolmen piirteen yhdistelmällä oli mahdollista saada aikaan hyvä ja toimiva taitto. Vaikka periaatteet ovat oikein ja kaikki vaadittavat ominaisuudet löytyvät, jotain voi puuttua. Sen vuoksi teoriassa täydellinen aukeama ei välttämättä näytäkään niin hyvältä kuin aukeama, jonka taitossa kaikki elementit eivät ole läsnä. Selitys saattaa piillä asioiden välisissä suhteissa, jotka eivät välttämättä käy ilmi siitä, ovatko periaatteet kunnossa vai eivät.

Tätä johtopäätöstä tukevat aiemmin työssäni saamat tulokset kuvakokojen pienentymisestä ja pääjuttujen pituuksien pysymisestä ennallaan. Vaikka pääkuvallinen pääjuttu hallitseekin aukeamaa, alkaa vasemmalta ylhäältä ja on painottunut toiselle puolelle aukeamaa, saattaa aukeama näyttää silti vajaalta. Tähän voi vaikuttaa tekstin ja kuvapinta-alan epäsuhta: kun tekstiä on paljon, jää kuva hitusen liian pieneksi, vaikka pääjutun pinta-ala olisikin riittävän suuri luodakseen tarvittavan hierarkian juttujen välille. Aukeamien ilmeeseen vaikutti myös paljon, että useimmilla aukeamilla alakerta oli liian korkea (kuva 3), jolloin sivun ilme muuttui raskaaksi alhaalta ja ahtaaksi ylhäältä. Tähän auttaisi kakkosjuttujen tehokkaampi editointi lyhyemmiksi ja/tai pääjuttujen alan kasvattaminen. Taittoon vaikuttaa myös kuvien sisältö. Hyvin rakennetun taiton saattaa vesittää jo huono kuvavaliinta, kuten sisällöllisesti tai teknisesti heikko pääkuva.

Kyse saattaa olla myös pinnanjaosta. Broadsheet-sivujen taitto noudatti yleensä johdonmukaisesti 2-6-jakoa niin, että sivun ulkoreunassa oli kahdella palstalla joko lyhyitä yksipalstaisia uutisia blokkina ja/tai lyhyempiä juttuja. Muut jutut oli sijoitettu kuuden palstan tilaan pääjutun ollessa aina sivun yläreunassa joko kuvalla tai ilman. Mahdollista oli myös jakaa sivu niin, että yläreuna noudatti 1-7-jakoa ja alareuna 2-6-jakoa. Tabloideissa taas tilankäyttö vaihteli enemmän eikä säännönmukaisia ratkaisuja aukeaman tekemiseksi löytynyt niin paljoa.

Tabloideissa aukeama alkoi usein vasemman laidan yhden palstan palkilla lyhyitä uutisia, joiden jälkeen sijoitettiin pääjuttu. Toisinaan nämä uutispalkit olivat samankokoisina aukeaman molemmissa laidoissa. Parempi ratkaisu olisi saattanut olla epäsymmetrinen jako niin, että lyhyet jutut olisivat yhdellä tai kahdella palstalla aukeaman jommassakummas-  
sa laidassa, mieluummin oikeassa. Tällöin pääjuttu olisi päässyt alkamaan suoraan vasemmasta laidasta eivätkä pystypalkit olisi ahdistaneet sitä molemmilta puolilta.

## 6.5 Suuret ja pienet ilmoitukset saavat eniten huomiota

Tabloiduudistus vaikuttaa sanomalehden ilmoitteluun lukuisin tavoin. Jo pelkkä myytävä mainostila vähenee pienemmän sivukoon, marginaalien ja sivutaitteen vuoksi. Lisäksi kokosivun mainoksista saatavat tulot voivat vähentyä, koska tabloidsivu on broadsheetia pienempi. Näitä haittoja ja tulonmenetyksiä voidaan kuitenkin kompensoida esimerkiksi pienemmällä sivumäärällä tai yrittämällä laskuttaa kokosivusta yhtä paljon kuin ennenkin. Toimiva kikka saattaa myös olla samassa lehdessä kahdesti mainostaminen, sillä lehti voidaan lukea osio kerrallaan. (Chisholm 2004, 10–12.)

Pulkkinen (2008, 75) arvelee, että suurimman esteen Suomen formaattimuutoksille muodostavat juuri ilmoitusmyynnin ongelmat. Kun sivukoko pienenee puolella, ilmoitustilasta ei voida välttämättä pyytää samaa hintaa kuin suuressa sivukoossa. (Emt.)

Khattakin (2005, 9–10) mukaan ilmoitusmyynnin kysymykset formaattiuudistuksessa voidaan tiivistää mm. seuraaviin ongelmiin: hinnoitellaanko ilmoitukset palstamillimetriin vai moduulien mukaan, mikä on mainonnan teho tabloideissa verrattuna broadsheetiin ja kuinka ilmoittajat reagoivat muutokseen. Esimerkiksi *Gazet van Antwerpen* -lehdessä tehdyn tutkimuksen mukaan mainonnan tehon ratkaisee, kuinka suuren osan sivusta mainos vie (Christiaens 2004). Näin ollen esimerkiksi kokosivun ilmoitus on yhtä tehokas sekä isossa että pienessä formaatissa. RAM-paneelissa esiin tulleiden tulosten mukaan broadsheet-formaatin edut tulevat esiin, kun on kyse puolen sivun tai neljännessivun ilmoituksesta. Mitä enemmän ilmoituksen ympärillä on journalistista materiaalia, sitä kauemmin lukija viiptyy sivulla ja sitä kauemmin tämä näkee ilmoituksen. Tabloideissa toimituslistalla materiaalia mahtuu puolen sivun mainoksen ympärille väistämättä vähemmän kuin broadsheetissa. Pienempien ilmoitusten ollessa kyseessä tabloidformaatin edut ovat kiistattomat: esimerkiksi kahden palstan ilmoitus on pienemmällä sivulla tehokkaampi kuin suurella, koska se vie suhteellisesti suuremman osan sivupinta-alasta. (Khattak 2005, 9–10.)

RAM on tutkinut myös tietyn kokoisten mainosten tehoa ruotsalaisissa tabloideissa ja broadsheeteissa ja todennut, että tabloidformaatti vaatii broadsheetia enemmän todella suuria ja todella pieniä ilmoituksia, jotta niiden huomioarvo on taattu.

Ilmoituksen koko	Ilmoituksen saama huomio broadsheetissa	Ilmoituksen saama huomio tabloideissa
Aukeama	67 %	67 %
Sivu	55 %	56 %
Puoli sivua	52 %	40 %
Neljäosasivu	40 %	33 %

**Taulukko 7:** ilmoitusten huomioarvo (Khattak 2005, 11–12.)

Ilmoitusten ja toimituksellisen materiaalin täytyy olla tasapainossa myös tabloiduudistuksen jälkeen. Ruotsin formaattiuudistuksissa huomattiin, että diagonaalisesti ja vertikaalisesti sijoitellut mainokset vähenivät horisontaalisten mainosten hyväksi. Uudistus lisäsi myös täysin ilmoitusvapaiden sivujen määrää lehdissä. Yleinen trendi Ruotsin tabloiduudistuksissa oli, että suuret ilmoitukset olivat prosentuaalisesti yhtä suuria molemmissa formaateissa. Broadsheet-sivusta tuli kokosivu myös tabloidissa, puolikas sivu pysyi puolikkaana. Sitä vastoin pienet broadsheet-ilmoitukset olivat suhteessa sivun kokoon mitattuna suurempia tabloidissa. Ilmoitusmäärä kokonaisuudessaan kuitenkin väheni. (Sternvik 2007, 132–135.)

Iisalmen Sanomien tapauksessa tabloiduudistus lisäsi hiukan ilmoituksettomien, puhtaasti toimituksellisten sivujen määrää<sup>6</sup>. Broadsheet-jaksolla ilmoituksista puhtaita sivuja oli 56 prosenttia. Tabloidjaksolla ilmoitusvapaita sivuja oli 60 prosenttia kaikista sivuista. Samoin tabloidiin siirtymisen myötä kokosivun ilmoitusten osuus kaikista sivuista lisääntyi kahdesta viiteen prosenttiin. Isojen kulmailmoitusten<sup>7</sup> suhteellinen osuus sen sijaan laski uudistuksessa, vaikka niiden lukumäärä nousikin. Luultavasti tämä selittyy sillä, että broadsheet-kokoon viisipalstaisina myydyt ilmoitukset pysyivät tabloidformaattissa samankokoisina, jolloin ilmoituksista tuli sivun kokoisia. Myös puolen sivun ilmoitusten määrä lisääntyi. Muiden sivujen (sivut, joilla oli pieni ilmoitus tai useita pieniä, esim. luokiteltuja ilmoituksia) osuus sen sijaan väheni.

Samoin kuin juttujen taitamisessa, myös ilmoitusten sijoittelussa täytyy tabloidissa ottaa huomioon aukeama ja aukeamataiton tulisi toimia ilmoitussijoittelun lähtökohtana. Perinteisesti ilmoitukset on sijoitettu u-malliin, jossa ne lähtevät molemmilta reunoilta kohti keskustaa laskevasti. Pulkkinen (2008, 77) kuitenkin kannattaa j-mallia, joka ottaa aukeaman paremmin huomioon. Siinä ilmoitukset sijoitellaan niin, että ne lähtevät aukeaman oikeasta laidasta ja laskevat vasemmalle päin peilikuvaksi käännetyn j-kirjaimen malliseksi. Näin toimituksellinen aineisto tulee aukeaman vasempaan laitaan ja noudattaa luonnollista lukusuuntaa. Suomalaisista tabloidkokoisista päivälehdistä aukeamapohjaista ilmoitustaittoa toteuttavat harvat, mutta aukeamataiton suuntaisia ratkaisuja kuitenkin löytyy yksittäistapauksina. (Emt.) Eräänlaista j-mallia suosittiin jo 1800-luvun lopussa, jolloin ilmoitukset taitettiin tekstin jälkeen alkaen viimeisen sivun oikeasta alakulmasta jatkuen kohti lehden alkupäätä (Mervola 1995, 130).

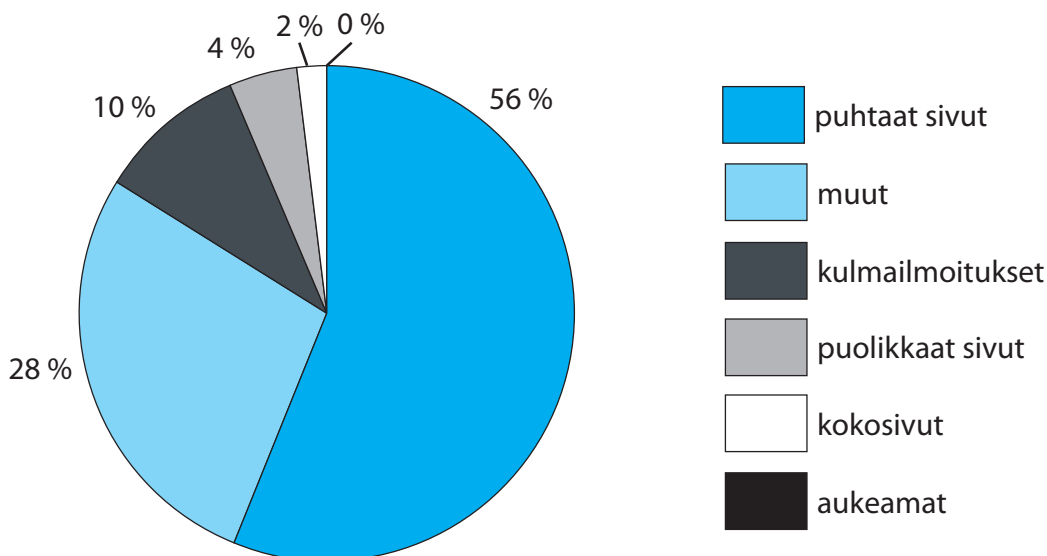
Erityisen haasteellista ilmoitusten järkevä ryhmittely on, kun lehdessä on paljon pieniä ilmoituksia eikä ilmoituskokoja ole moduloitu. Iisalmen Sanomienkin ilmoitusten taittoa

---

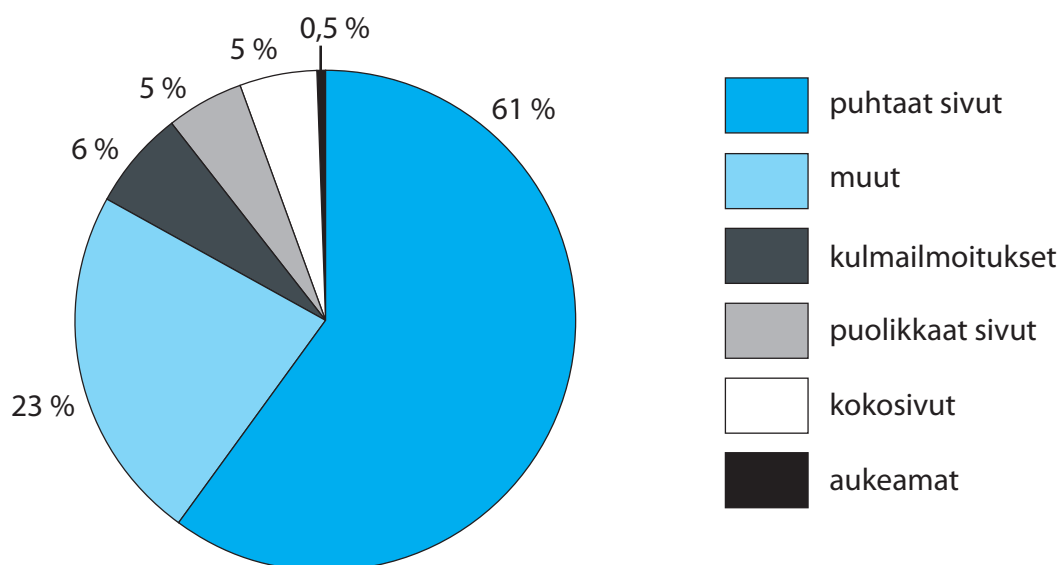
<sup>6</sup> Ilmoitussivuja laskettaessa on huomioitu lehden kaikki sivut etusivusta takasivuun. Ilmoitussivuiksi on laskettu kokosivun, puolikkaan, ison kulmailmoituksen tai aukeaman ilmoituksen sisältävät sivut. Lisäksi laskin puhtaat sivut. Sivut, joilla on rivi-ilmoituksia tai tulosluettelo tai pelkkiä pieniä yksittäisiä ilmoituksia, on luokiteltu muihin sivuihin. Muihin sivuihin on luettu lisäksi rtv-sivut.

<sup>7</sup> Kulmailmoituksiksi on laskettu kolme palstaa tai leveämmät ja vähintään puolen sivun korkuiset ilmoitukset

### ILMOITUSTEN OSUUS BROADSHEETISSA (112 S.)



### ILMOITUSTEN OSUUS TABLOIDISSA (476 S.)



**Taulukko 8:** Eri kokoisten ilmoitusten osuus broadsheetissa ja tabloidissa lisälmen Sanomissa

tabloidissa vaivasi lievä broadsheet-tauti, jossa ilmoituksia oli sijoiteltu aukeaman molemmille laidoille, vaikka ne olisi voitu koota kokonsa puolesta myös yhtenäiseksi blokiksi toiselle puolelle aukeamaa. Esimerkiksi tabloidin etusivulle saatettiin sijoittaa vierekkäin kaksi samankokoista ilmoitusta, jos etusivulle ei ollut tarjolla yhtä puolen sivun ilmoitusta. Ilmoittajan kannalta tällainen ilmoitusten niputtaminen yhteen on huono asia, sillä vierekkäin olevat ilmoitukset syövät toistensa huomioarvoa.

## 6.6 Etusivun materiaali väheni

Etusivu on lehden julkisivu, jolla lehti esittelee luonteensa, tyylijajinsa, typografiansa, värinsä ja tapansa käsitellä asioita (Pulkkinen 2008, 125). Se näyttää ja esittelee sanomalehden sisällön. Jokaisen etusivun jutun esitystavan pitäisi paljastaa myös sen merkitys lukijalle. Samoin sen pitää vangita välittömästi lukijan huomio ja olla visuaalisesti tarpeeksi kiinnostava, jotta lukija jatkaa sivun tarkastelua. (Garcia 1987, 61, 64.)

Tabloiduudistus tarkoittaa myös etusivun ajattelemista uudella tavalla. Sen ei tarvitse tarkoittaa uutiskriteereiden vaihtamista sensaatiopainotteisiksi, mutta muutoksen täytyy näkyä sisällössä ja uutisarvotuksessa jollakin tavalla. Pienemmässä formaatissa uutisarvotuksen on oltava terävämpää ja tarkempaa, ainakin mitä tulee etusivulle valittaviin juttuihin. Pieni (etu)sivu luo uusia kriteereitä uutisvalinnalle, sillä vähemmän juttumäärän on saatava lukijan huomio osakseen sivulla. Tämän vuoksi uutiset on valittava huolella. (Sternvik 2007, 79.)

Taittoelementeistä tärkein on etusivun pääkuva, sillä se vaikuttaa sivun taittoratkaisuihin. Kannen journalistiset elementit puolestaan ovat kansijutut (yleensä vinkkijutuja), vinkkiotsikot ja sisältölistat. Kansijutuissa on sekä otsikko että leipätekstiä ja niiden perässä viitataan varsinaiseen juttuun myöhemmin lehdessä. Pulkkisen (2008) laskelmien mukaan tabloidkannessa oli vuonna 2005 aiheita keskimäärin 7,4 ja broadsheetissa 11,2. Näistä kansijuttuja oli tabloidissa 3,3 ja broadsheetissa 5,5. Etusivun kuvamäärä oli keskimäärin noin neljä molemmissa formaateissa. Vinkkiotsikot ovat pieniä otsikoita, joiden yhteydessä on vain vähän tai ei ollenkaan selittävää tekstiä ja ne on yleensä sijoiteltu omaan blokkiinsa. Lähes kaikki suomalaiset päivälehdet julkaisevat vinkkiotsikoita etusivullaan. Esimerkiksi iltapäivälehtien kannet muodostuvat pelkästään vinkkiotsikoista ja myös taloustabloidien kannet ovat pääasiassa otsikkokansia. Samoin monissa muissa tabloideissa kansitekstit olivat lyhyitä. Tabloidiin ei toisaalta pitkiä tekstejä mahdukaan. (Pulkkinen 2008, 124, 131–134.)

Tabloidiin siirtyminen muuttaa kansien luonnetta enemmän silmäilyyn sopiviksi. Tämä tehdään kokoamalla vinkkiotsikoita yhdeksi blokiksi. Aiheiden määrä pysyy niissä yleensä vakiona ja osa vinkeistä voi olla kuvitettuja. Vinkkien aiheet määräytyivät ennen kaikkea kiinnostavuuden perusteella. Tabloidlehden kansi menettää tehonsa, jos se tungetaan täyteen aiheita. Parhaiten kansi toimii, kun se nojaa kuvallisesti ja typografisesti fokuoituun esitystapaan. (Pulkkinen 2008, 134, 138.) Esimerkiksi Kauppalehden etusivu on esimerkki tabloidkannesta, joka nojaa pääaiheessaan tällaiseen kuvallisesti fokuoituun esitystapaan. Iisalmen Sanomien etusivut näyttivät toisinaan uutissivumaisilta kansimaisuuden sijaan. Näin oli varsinkin siinä tapauksessa, mikäli etusivulla oli kulmailmoitus ja kuvallinen kokonainen juttu.

Tabloiduudistus vaikuttaa myös lehden nimiöön. Ruotsissa moni lehti joutui tabloiduudistuksen yhteydessä lyhentämään nimeään, koska vanha ja pitkä nimi ei olisi mahtunut enää pienemmälle sivulle. Esimerkiksi Sydsvenska Dagbladetista tuli pelkkä Sydsvens-

kan. Nimenmuutoksella halutaan myös korostaa lehden uudistunutta olemusta. (Sternvik 2007, 135–136.) Myös Pulkkinen (2008, 126) tunnustaa logon merkityksen etusivulla: se on tärkeä lehden identiteetin ilmaisija. Huvfvudstadsbladetin muutoksessa sen nimi lyheni: lehdestä tuli HBL. Logon vaatima tila kapeni ja näin sen viereen saatiin lisää tilaa vinkeille. (Emt. 128.) Iisalmen Sanomien uudistuksessa yksi nimiövaihtoehto oli ytimekäs kirjainyhdistelmä IS.

Suuri kysymys tabloiduudistuksessa on, annetaanko etusivu journalismille vai ilmoituksille. Mielipiteitä löytyy puolesta ja vastaan. Suomessa mainosetusivulle on pitkät perinteet, sillä se on arvostettu ilmoituspaikka korkean huomioarvonsa vuoksi (Pulkkinen 2008, 135). Chisholm (2004, 11) on sitä mieltä, että ilmoitus tuhoaa etusivun vaikutuksen ja ilmoitusetusivu vaikuttaa myös negatiivisesti lukijoiden suhtautumiseen lehteä kohtaan. Pulkkinen (2008, 136) mukaan ongelmia tulee lähinnä silloin, kun koko kansi tai osa siitä myydään ilmoitukselle ja näin ollen lehden etusivun paikka vaihtelee ilmoitustilanteen mukaan. Jos etusivu on mainos, on vaarana, että lehti menettää yhteyden lukijaan, Pulkkinen (emt.) arvelee.

Iisalmen Sanomien uudistuksessa etusivun rakentumisen periaatteet pysyivät melko samoina kuin broadsheetissäkin. Koska etusivulle haluttiin myydä ilmoituksia, ratkaisi ilmoitusten määrä ja malli etusivun taiton. Etusivun ilmoitukset on kuitenkin moduloitu tiettyihin kokoihin, joten vaihtoehdot tiedetään jo ennalta. Broadsheetissa mallit tehtiin puolikkaan sivun kokoiselle ilmoitukselle, alareunan ilmoituksille ja kulmailmoitukselle. Kun etusivu oli kokonaan myyty, taitettiin premisivu (sivu kolme) ikään kuin se olisi ollut etusivu. Tabloidversio perustui samoihin ilmoitusvaihtoehtoihin.

Iisalmen Sanomien numerokohtainen juttumäärä etusivulla oli broadsheet-jaksolla keskimäärin kaksi, vinkkimäärä viisi ja kuvamäärä kolme. Tabloideissa juttuja oli etusivulla keskimäärin yksi, vinkkejä kuusi ja kuvia kolme kappaletta.

IS:n broadsheet-aineistossa ilmoitusetusivuja oli kaikkiaan neljä, joista yksi oli kokosivun ilmoitus. Loput kolme etusivua olivat puhtaita. Broadsheeteissa etusivu rakentui ilmoitustilanteesta riippumatta aina niin, että ylhäällä oli pääjuttu, jossa oli yleensä pieni kuva mukana. Etusivun pääkuva oli analyysijaksolla useimmiten (86 prosentissa) suuri vinkki-kuva, johon liittyivät itsenäinen otsikko ja kuvateksti, jotka viittasivat sisällä olevaan juttuun. Tämä pääkuva taitettiin sivun keskelle tai alareunaan, riippuen ilmoitustilanteesta. Vain yhdessä lehdessä (jonka kannessa oli puolen sivun ilmoitus) pääkuva liittyi myös etusivun pääjuttuun. Laitaan kahdelle palstalle sijoitettiin päällekkäin lyhyemmät vinkkijutut joko kuvilla tai ilman.

Mikäli ilmoituksen vuoksi noin tuhatmerkkisille jatkojutuille ei ollut tilaa laidassa, sijoitettiin lyhyet vinkit (joko parin lauseen mittaiset tai pelkät otsikot) oikeaan reunaan. Mikäli laidassa oli juttuja, sijoitettiin vinkit joko sivun alareunaan vaakamuotoisen pääkuvan alle tai sen viereen allekkain, jos pääkuva oli pysty. Lyhyet vinkit olivat pituudeltaan noin 300–400 merkkiä, laitajutut noin 1000 merkkiä ja pääjuttu noin 3000 merkkiä. Broad-



sheetissa oli järkevää taittaa pääkuva hieman alemmas ja sijoittaa pääjutun otsikko sivun yläreunaan. Kun lehti oli taitettu puolivälistä, näki lukija pääjutun otsikon heti nimiön alta. Näin taitettuna pääjuttu näkyi lehtikioskin telineestäkin.

Tabloidaineistossa oli vain kolme täysin ilmoitusvapaata etusivua. Kokonaan myytyjä etusivuja oli seitsemän kappaletta. Puolikkaita sivuja oli kolme ja kulmailmoituksia yksi. Näyttää siltä, että etusivun rakenne ei ollut tabloidissa niin kiven hakattu kuin broadsheetin mallit olivat. Puhtailla etusivuilla käytettiin välillä vinkkikuvaa pelkän otsikon kanssa pääkuvana, välillä taas pääkuva liittyi etusivun pääjuttuun ja usein myös ainoaan juttuun. Puhtailla etusivuilla (joihin laskin myös etusivumaisesti taitetut premisivut etusivun ollessa kokonaan myyty) pääkuvana oli käytetty vinkkikuvaa 5 sivulla 11:stä. Näillä sivuilla pääkuva oli sijoitettu aina sivun alareunaan. Sivun yläreunassa oli pääjuttu joko pienellä kuvalla tai ilman kuvaa. Vinkit oli sijoitettu lähes aina yhtä lehteä lukuun ottamatta oikeaan reunaan päällekkäin. (ks. kuvat 7 ja 8.)



Kuva 7: Puhdas etusivu broadsheetissa (vas.) ja tabloidissa (oikealla).



Kuva 8: Vasemmalla toinen esimerkki puhtaasta tabloidetusivusta. Oikealla malli, jossa etusivulla on puolen sivun ilmoitus.

Kaiken kaikkiaan broadsheetin etusivusta tuli runsaampi ja houkuttelevampi vaikutelma kuin tabloidin etusivusta. Tämä johtuu jo yksistään juttujen määrästä, joka väheni tabloidissa. Broadsheetissa suuressa vastuussa runsauden tunnusta olivat laitaan sijoitetut lyhyet vinkkijutut. Kun näiden lisäksi tarjolla oli myös iso pääkuva erillisen otsikon kera sekä muutaman lauseen mittaiset vinkit sekä itse etusivun pääjuttu, oli sivulla tavaraa, johon katse tarttui. Tabloidissa taas etusivulla oli usein pelkkä pääjuttu, kuva ja vinkkipötkö laidassa. Vinkkien määrä kyllä lisääntyi hieman broadsheetiin verrattuna, mutta kaiken kaikkiaan vinkit eivät enää erottuneet yhtä hyvin ja/tai ne olivat keskenään liian samantaisia. Broadsheetissa etusivu tarjosi enemmän vaihtelevia elementtejä. Siinä erilaisia vinkityyppejä oli kolme (lyhyt vinkki joko otsikkona tai muutaman lauseen kokonaisuutena, kuvavinkki ja juttuvinkki). Tabloidissa vinkkivaihtoehtoja oli ainoastaan kaksi: joko kuvavinkki tai sitten lyhyet vinkit reunassa. Vaihtelevuutta ja runsautta olisi saatu lisäämällä tabloidin etusivun työkalupakkiin juttuvinkit, jotka olisivat voineet olla pituudeltaan esimerkiksi 600 merkkiä.

Näyttääkin siltä, että etusivun rakennuspalikat on kopioitu tabloidkokoiseen Iisalmen Sanomiin suoraan broadsheetista, kutistettu vähän ja heitetty menemään se, mikä ei sovi suoraan sivulle. Samalla on kuitenkin saatettu hukata paljon tabloidiin hyviin sopivaa visuaalista esittämistä. Jotta pienempään sivukokoon mahtuisi enemmän visuaalisia ärsykeitä eikä esitystavasta tulisi monotoninen, kannattaisi etusivulla hyödyntää erilaisten irtopalasten mahdollisuuksia, esimerkiksi broadsheetissa käytössä ollutta säätunnusta ja sisällysluettelo. Myös irtositaatit tai päivän numero -tyyppiset nostot voisivat virkistää ilmettä ja tuoda lisää koukkuja, joiden kautta lukija pääsee kiinni lehden aiheisiin. Tällaisen pienen sälän huono puoli on vain se, että se vaatii resursseja. Irtositaatit ja numerot eivät ilmesty sivulle itsestään, vaan jonkun on ne sinne käsiteltävä ja etsittävä.

## **6.7 Yhteenveto: mitä oikeastaan tapahtui**

Iisalmen Sanomien tabloiduudistuksessa tapahtuneet asiat voi tiivistää seuraavasti: pääjuttujen pituudet pysyivät ennallaan ja kakkosjutut lyhenivät, mutta kuvakoot ja pääjuttujen alat pienenivät merkittävästi. Samalla kuitenkin juttu- ja kuvamäärä kasvoivat, koska lyhyiden juttujen tarve lisääntyi.

Kun tulokset suhteuttaa aiempiin analyyseihin HBL:n ja Itä-Hämeen uudistuksista, havaitaan, että joka lehdessä uudistus vaikuttaa hieman eri tavoin eri asioihin. Siinä missä HBL:n uudistus vähensi juttumäärää, Itä-Hämeessä ja Iisalmen Sanomissa jutut lisääntyivät. Kaikille yhteinen piirre on kuitenkin lyhyiden juttujen suurempi määrä. Mitä tulee pääjuttujen pituuksiin, Iisalmen Sanomissa pituudet kasvoivat tuskin lainkaan, mutta HBL:ssä pitenivät enemmän, noin 50 millimetrillä. Itä-Hämeessä lyhennystä tapahtui muutama sentti. Kakkosjutut sen sijaan lyhenivät kaikissa lehdissä.

Selkeimmin Iisalmen Sanomien muutos eroaa muista lehdistä pääjuttujen koossa. Itä-Hämeessä ja HBL:ssä pääjuttujen pinta-alat kasvoivat, HBL:ssä jopa 22 prosenttia. Sen sijaan

Iisalmen Sanomissa pääjutun ala kutistui uudistuksessa 14 prosenttia. Kuvakokojen kohdalla muutos oli vielä hurjempi: pääkuvat pienenevät 27 prosenttia. Kun tuloksen yhdistää kuvamäärien yhtäaikaiseen lisääntymiseen, voi pohtia, onko formaatin tarjoamia edellytyksiä ja mahdollisuuksia käytetty parhaalla mahdollisella tavalla hyväksi. Näyttää, että uudistuneen Iisalmen Sanomien kuvankäyttö ja hierarkian hallinta heikentyivät uudistuksessa. Muissa lehdissä formaatin edut on nähtävästi käytetty paremmin hyväksi.

Taittotavan analyysi osoittaa kuitenkin, että tabloiditaiton periaatteet ovat pääosin hallinnassa. Aineisto on painottunut keskittämiseen nähden oikein ja pääjuttu erottuu aukeamalta suurella osalla aineistoa. Pääaihekin alkaa monessa tapauksessa vasemmalta ylhäältä, sieltä josta se silmänliiketutkimusten mukaan huomataan parhaiten. Itä-Hämeen taittotapaan näitä tuloksia ei voi verrata, sillä siitä ei ole tehty näin yksityiskohtaista analyysia. Jos Iisalmen Sanomien taittotapaa taas vertaa Jesper Vuoren (2009) hahmottelemiin taittomalleihin, jotka ovat käytössä myös HBL:ssä, huomataan, että Iisalmen Sanomien taitto eroaa niistä tiettyjen piirteiden osalta. Suurin ero tulee siitä, että Iisalmen Sanomat ei tabloidnumeroissaan käyttänyt ratkaisua, jossa pääjuttu olisi ollut pystyssä kolmella palstalla aukeaman vasemmassa laidassa. Pääjuttu sijoittui aina aukeaman keskiosaan joko kuvallisena tai ilman kuvaa.

Taittopiirteiden analyysi ja luokittelu ei kerro kaikkea ulkoasun hyvyydestä tai huonoudesta. Vaikka aukeamalla olisi ollut kaikki hyvän tabloiditaiton piirteet, saattoi jokin silti häiritä sitä katsoessa. Tämä epämääräinen ja vaikeasti määriteltävä ”jokin” osoittaa, että puhtaan matematiikan ja asioiden välisten suhteiden lisäksi taitossa on kyse myös siitä, mikä on visuaalisten elementtien, kuten kuvien sisältö. Taitto saattaa olla oppikirjamaisesti kunnossa, mutta jos kuva on huono tai typografassa ei ole kaikki kohdallaan, jää taitto vajaaksi. Ottamalla kuvien sisällöt ja tekninen laatu mukaan ulkoasuanalyysiin, olisi voinut luoda taitosta täydellisempi kuva. Tämän työn puitteissa siihen ei kuitenkaan olisi ollut mahdollisuuksia.

Mitään yleispätevää trendiä tabloiduudistuksen vaikutuksista ulkoasuun ei näiden tulosten pohjalta voi luoda. Kaikkien lehtien tekemät ratkaisut ja varsinkin ratkaisujen vaikutukset eroavat toisistaan sen verran, että Iisalmen Sanomia ei voi sijoittaa minkään jatkumon osaksi. Ainut tapa arvioida uudistusta on suhteuttaa se lehden itsensä asettamiin tavoitteisiin. Näitä pohdin tarkemmin päätännössä.

## 7 LUKIJAPALAUTE UUDISTUKSESTA

**E**nsimmäiset lehtiuudistukseen liittyvät lukijakyselyt Iisalmen Sanomista tehtiin heti, kun mallilehti oli ilmestynyt kesäkuussa 2006. Kyselyn pohjalta oli mahdollista kehittää lehteä lukijoiden toiveiden suuntaan. Esimerkiksi lehden logon väri vaihdettiin sinisestä mustaan. 40-sivuista mallilehteä esiteltiin eri tapahtumissa, toreilla ja marketeissa. Samassa yhteydessä lehden saajalle annettiin mielipidekysely, jonka tämä täytti ja palautti tutustuttuaan lehteen. Mielipidekyselyn vastasi 531 Iisalmen Sanomien tilaajaa ja 280 ei-tilaajaa. Yhteensä vastaajia oli 811 kappaletta. Selkeä enemmistö vastaajista suhtautui uudistuneeseen lehteen myönteisesti. Sekä tilaajien että ei-tilaajien enemmistö piti tutkimuksen mukaan uudesta Iisalmen Sanomista enemmän kuin vanhasta. Tilaajista 72 prosenttia oli täysin samaa mieltä tai osittain samaa mieltä siitä että uusi lehti on parempi kuin vanha. Ei-tilaajista 77 prosenttia piti uudesta lehdestä enemmän kuin vanhasta.

Lähes kaikki tilaajat ja ei-tilaajat yhtyivät myös kokonaan tai osittain väitteeseen, että uusi IS on helposti käsiteltävä ja hyvän kokoinen. Samoin uutta lehteä pidettiin liki yksimielisesti värikkäänä ja sen ulkoasua nykyaikaisena. Ulkoasusta kysyttäessä tilaajat kokivat sen hieman nykyaikaisemmaksi kuin ei-tilaajat. Tilaajat ajattelivat myös uuden tuotteen olevan hitusen nuorekkaampi kuin ei-tilaajat. Suurin osa piti tekstiä helppolukuisena ja kuvia sopivan kokoisina. Kyselyyn vastanneet olivat niin ikään enimmäkseen sitä mieltä, että ilmoitukset tulevat uudessa lehdessä paremmin esille.

### 7.1 Tuorein palaute negatiivista

Heti lehtiuudistuksen jälkeen lukijoilta kerättiin järjestelmällisesti palautetta. Uudistusviikonlopun lauantaina ja sunnuntaina toimitukseen perustettiin palautepuhelin, johon ihmiset saivat soittaa ja palaute kirjattiin ylös. Lisäksi palautetta tuli sähköpostin kautta.

Välittömästi uudistuksen jälkeen puhelin- ja sähköpostipalautteita tuli yhteensä 86 kappaletta. Näistä lauantain ja sunnuntain aikana tulleita puheluita oli 50 kappaletta. Loput olivat sähköpostipalautetta. Toisin kuin puheluita, sähköposteja ei keskitetty tiettyyn osoitteeseen, vaan niitä tuli useisiin osoitteisiin. Tähän analyysiin koottiin vain ensimmäisen viikonlopun ja välittömästi sitä seuranneiden muutamien päivien palaute. Tämän lisäksi myös lehden ilmoitusmyyjät kiersivät Ylä-Savon marketeissa markkinoimassa lehteä ja keräämässä palautetta ihmisiltä kasvotusten. Marketkierros toteutettiin lokakuussa ja sieltä tuli 408 kommenttia.

Uudistuksen jälkeisistä sähköposti- ja puhelinpalautteesta pieni enemmistö oli negatiivista. Negatiivista palautetta oli noin 48 prosenttia koko määrästä. Positiivista palautetta oli 41 prosenttia. 12 prosenttia oli sisällöltään neutraalia. Sen sijaan marketkierroksen kom-

menteista enemmistö oli positiivisia. Näistä palautteista myönteisiä oli 51 prosenttia, negatiivisia 35 prosenttia ja neutraaleja 14 prosenttia. Ero voi johtua siitä, että kasvottomasti puhelimesta on helpompi antaa negatiivista palautetta. Toisaalta marketkierrokseen mennessä uusi formaatti oli jo tullut tutummaksi ja alkanut mahdollisesti näyttää kotoisamalta kuin ensimmäisellä lukukerralla.

HBL:n uudistuksen jälkeen tehdyssä lukijatutkimuksessa uudistukseen tyytyväisiä oli huomattavasti suurempi osa kuin Iisalmen Sanomien tapauksessa. HBL:n lukijoista lähes 90 prosenttia oli tyytyväisiä uuteen lehteen (Pulkkinen 2008, 87). Itä-Hämeen lehti uudistuspalautteesta positiivista oli 42 prosenttia ja negatiivista 37 prosenttia (emt., 90).

Sekä marketkierroksen että puhelin- ja sähköpostipalautteiden positiivinen palaute oli sisällöltään melko samankaltaista. Positiivisissa palautteissa keuhuttiin eniten tabloidkokoisen lehden helppoa ja kätevää käsiteltävyyttä sekä helppolukuisuutta. Erityisesti korostettiin, että lehteä on nyt helppo lukea kahvipöydässä, sängyssä tai vaikka vessanpöntöllä. Osa totesi niin ikään, että nyt uutiset tuntuvat olevan lehdessä napakammin ja lehti tuntuu täyteläisemmältä. Myös selkeämpi taitto sai mainintoja.

Suurin osa positiivisen palautteen antajista ei perustellut sen kummemmin mielipidettään. Mainittiin vain, että uusi on parempi kuin entinen tai että uusi lehti on vain hyvä ja kätevä. Sen sijaan negatiivisen palautteen antajat pystyivät yksilöimään usein tarkastikin, mikä uudessa lehtiformaatissa ei miellyttänyt. Myös tunnuseikat merkitsivät. Moni perusteli nihkeytään uutta kokoa kohtaan sillä, että uusi lehti ”ei ole edes lehden kokoinen” tai ”ei ole sanomalehden oloinen”. Muutama kritisoi uudistusta myös siitä, että uusi Iisalmen Sanomat on kuin iltapäivälehdet. Kommentti havainnollistaa yhä elävän ennakkoluulon pienen formaatin sensaatiomaisesta sisällöstä. Kytkös tabloidisaatioon on kuitenkin virheellinen, sillä kyse on pikemminkin käsittely- ja esitystavan muutoksista kuin aihevalikoiman viihteellistymisestä. Tätä eroa ei ole helppo huomata, jos jää jumiin pelkkään formaattiin ja sen antamaan ensimmäiseen mielikuvaan.

Moni negatiivisen palautteen antaja huomautti, että uudesta lehdestä ei tahdo löytää samoja asioita, tai että asiat ovat jotenkin sekavasti. Tämä on jännittävä havainto, sillä lehden rakenne ei itse asiassa muuttunut kovin paljoa. Osastot olivat samassa järjestyksessä kuin broadsheetissäkin. Moni koki myös, että pienempi sivukoko tuo lisätyötä, kun sivuja joutuu kääntelemään entistä useammin. Osa ei myöskään ymmärtänyt miksi jutut ja kuvat taitetaan aukeaman yli. Samoin moni negatiivista palautetta antaneista koki, että lehden tekstin pistekoko on pienentynyt. Leipätekstin tekstityyppi kyllä vaihtui, mutta ei ainakaan kooltaan pienemmäksi. Samoin lihavoidulla tekstityypillä taitettuja lyhyitä palkkijuttuja pidettiin vaikealukuisina. Josefina Sternvik (2009, 3) huomauttaa, että Ruotsin tabloiduudistuksissa lehtiä kritisoitiin pistekokoon pienentämisestä, vaikka vain todella harva lehti oikeasti teki niin. Sternvikin mukaan tällaiset reaktiot liittyvät monesti pitkälti rutiinotuneisiin lukutapoihin. Kun nämä rutiinit sitten rikkoutuvat uudistuksessa, se herättää vahvoja tunteita, jolloin lukija syyttää helposti lehteä eikä itseään. (Emt.)



Närkästystä herätti myös etusivun varaaminen ilmoitukselle. Lukijoiden mielestä lehteä parantaisi, jos etusivulla olisi uutisia. Ensimmäisen tabloidnumeron etusivu oli myyty, mutta toisessa lehdessä oli journalistinen kanssi. Tämän jälkeen joissakin palautteissa mainittiin, että uutiskansi tekee lehdestä lehden näköisen. Jotkut moitiskelivat uutta lehteä myös viikkoliite Viisarin oloiseksi ja kokivat, että ”nyt sitten luetaan Viisaria joka päivä”.

Tuohtumusta aiheutti myös Fantom-sarjakuvan lopettaminen. Se johtui siitä, että Iisalmen Sanomat hankki sarjakuvat Itä-Hämeeltä, jonka pakettiin Fantom ei kuulunut. Fantom-kritiikkejä sisältäneet palautteet laskin kuitenkin negatiivisiin palautteisiin vain, jos niissä mainittiin tai annettiin ymmärtää, että uudistus oli myös muuten huono. Jos kommentti koski pelkkää Fantomia, luin sen neutraaliin palautteeseen, sillä sarjakuva ei varsinaisesti ole journalistista sisältöä, vaikka toki vaikuttaakin siihen, kuinka lehti koetaan. Kyselyitä tuli myös siitä, miksei lehteä ole nidottu. Nämäkin luokittelin neutraaliin palautteeseen siltä osin, kun niissä ei muuten moitittu tai keuhuttu uudistusta. Mikäli niistä kävi ilmi, että uudistus oli muutenkin huono tai hyvä, laskin ne sen mukaan negatiiviseen tai positiiviseen palautteeseen.

Tyypillistä neutraalia palautetta olivat kommentit, joissa todettiin, että ”uudistus tuntuu näin alkuun oudolta, mutta eiköhän siihen totu.” Neutraalina palautteena pidin niin ikään kommentteja, joissa oli sekä kehuja että haukkuja ja oli vaikea määrittellä, kumpi painotui enemmän. Lisäksi laskin ”onnea uudistukselle” -tyyppiset toivotukset neutraaleiksi.

Uudistuksen herättämä kielteinen reaktio näkyi myös tilausten peruutuksissa. Joulukuun 11. päivä 2006 lehtiudistuksesta johtuvia voimassa olevia tilausten peruutuksia oli 62 kappaletta. Näistä 20 peruutusta tuli heti ensimmäisellä viikolla uudistuksen jälkeen. Kaikille 20:lle tarjottiin ilmaista kahden viikon harkinta-aikaa ja vain yksi kieltäytyi tarjouksesta. Siitä ei ole tietoa, mitä tilauksille tapahtui ilmaisjakson jälkeen. 1.10.–11.12.2006 ajalla tilausten peruutuksia oli 308 kappaletta. Uudistuksista johtuvia peruutuksia oli 20 prosenttia koko määrästä. Tätä voi pitää suurena määränä.

Josefine Sternvikin (2007, 197) mukaan formaatilla on yhä enemmän merkitystä sanomalehtien lukijoille. Lehden fyysiseen kokoon liittyvät väitteet koettiin Ruotsissa tehdyissä tutkimuksissa tärkeämmiksi kuin se, että lehdessä pitää olla jotain luettavaa joka sivulla (emt.). Formaattilla oli myös suhteellisen suuri merkitys, kun sitä tutkittiin suhteessa muihin muoto- ja taittoelementteihin (emt., 200).

Kun tutkittiin lukijoiden suhtautumista formaattiuudistuksiin Ruotsissa, suurin osa oli tyytyväisiä ja koki lehden parantuneen verrattuna niihin vastaajiin, joiden lehti ei muuttanut formaattia. Samalla kuitenkin kasvoi tyytymättömien osuus. Heistä suurin osa oli vanhoja miehiä. (Sternvik 2007, 266–167.) Sternvik esittääkin seuraavanlaisen nelikentän, jolla kuvataan ihmisten käsityksiä formaattiuudistuksista suhteessa siihen, millainen mielipide heillä on formaatin merkityksestä.



## KÄSITYS UUDISTUKSESTA

	positiivinen	negatiivinen
tärkeä	1 NAISET	2 VANHAT MIEHET
vähän tärkeä	3 NUORET	4

**Taulukko 9:** Lukijoiden suhtautuminen tabloiduudistuksiin Ruotsissa (Sternvik 2007, 269.)

**Numeroiden selitykset:**

- 1:** Koko itsessään tärkeä, suhde sen muuttumiseen myönteinen
- 2:** Koko tärkeä, jonka vuoksi sen ei haluta muuttuvan
- 3:** Formaatti ei ole tärkeä, muutoksia pidetään silti hyvinä
- 4:** Formaattilla ei ole merkitystä, siksi ei nähdä syitä muuttaa sitä

Sternvik (2005) huomauttaa myös, että tutkittaessa lukijoiden asenteita tabloiduudistuksia kohtaan myönteisimpiä olivat nuoret ja naiset. Lukijoiden oli myös helpompi hyväksyä muutos, jos lehti ei vain kutistanut kokoaan, vaan muokkasi myös sisältönsä paremmin pienempään formaattiin sopivaksi. (Emt.)

### 7.2 Myöhemmässä tutkimuksessa tyytyväisempiä lukijoita

Kun uudistuksesta oli kulunut runsas kuukausi, teetti Iisalmen Sanomat uuden mielipidetutkimuksen lehdestä. Tutkimuksen teki MC-Info Oy ja tutkimusaineisto kerättiin puhelinhaastattelulla 23.–30.11.2006. 300 henkilön haastattelut tehtiin satunnaisotantana alueen puhelinluettelosta. Vastaajat ovat Iisalmesta tai ympäryskunnista. Vastaajista 49 prosenttia oli miehiä ja 51 prosenttia naisia. Suurin osa oli lehden tilaajia. Ammattiryhmittäin vastaajista suurin osa oli eläkeläisiä tai työväestöä. (MC-Info 2006.)

Puolet MC-Infon kyselyn vastaajista oli sitä mieltä, että Iisalmen Sanomat muuttui lehti-uudistuksessa paremmaksi. Huonompaan suuntaan lehti meni 33 prosentin mielestä. 14 prosentin mielestä muutosta ei ollut tapahtunut. Kun vertaa vastauksia mallilehden ilmestymisen jälkeen tehtyyn kyselyyn ja sen vastauksiin, eroa on. Kesällä sekä tilaajien että ei-

tilaajien selkeä enemmistö oli täysin tai osittain samaa mieltä siitä, että uusi Iisalmen Sanomat on parempi kuin vanha. Kriittisten vastaajien osuus oli nyt noussut. Uudessa tutkimuksessa erityisesti naiset ja alle 35-vuotiaat pitivät tabloidlehteä aiempaa parempana. Lehteä huonompana pitäviä oli keskimääräistä enemmän johtotasoon kuuluvien, yrittäjien ja toimihenkilöiden keskuudessa.

Tutkimuksesta kävi ilmi, että lehden lukemiseen käytettiin yhteensä noin 20 minuuttia. Uutisosaa (Ylä-Savo, kotimaa, ulkomaat, talous) luettiin selvästi enemmän kuin kakkososaa (Tänään-sivu, kulttuuri, urheilu, lukijoiden mielipiteet). Keskimääräinen uutisosan luku-aika oli 10,95 minuuttia. Kakkososaa tavattiin yleensä 8,26 minuuttia. Eniten aikaa lehden lukuun käyttivät yli 50-vuotiaat, eläkeläiset ja lehden säännölliset lukijat. Ei-tilaajat ja alle 35-vuotiaat uhrasivat lehden lukuun vähiten aikaa.

Suurin osa (70 prosenttia) piti myös uutisosion juttujen ja kakkososion juttujen suhdetta toisiinsa sopivana. Miehet, 51–64-vuotiaat, johtavassa asemassa olevat, yrittäjät ja toimihenkilöt ja maanviljelijät kokivat uutisten osuuden liian pieneksi. Kuitenkin kolmeen ensimmäiseen ryhmään kuuluvat olivat tutkimuksen mukaan niitä, jotka käyttivät uutisosion lukemiseen aikaa enemmän kuin moni muu ryhmä. Toisaalta johtavassa asemassa olevien ja ylempien toimihenkilöiden joukossa oli muihin ryhmiin verrattuna eniten niitä, jotka pitivät uutisosiota liian suurena. Ryhmästä 19 prosenttia oli tätä mieltä. Muissa ryhmissä vain 0–7 prosenttia ryhmän vastaajista ajatteli uutisosion liian suureksi.

58 prosenttia piti Ylä-Savon uutisten määrää suhteessa muihin uutisiin sopivana. 30 prosenttia koki, että Ylä-Savon uutisia on liian vähän. Kymmenen prosenttia taas koki, että Ylä-Savon uutisia on lehdessä liikaa. Erityisesti johtavassa asemassa olevat ja ylemmät toimihenkilöt olivat tätä mieltä. Samaan aikaan neljännestä ryhmästä oli kuitenkin sitä mieltä, että Ylä-Savon uutisosio oli kokonaisuudessaan liian pieni. Suurin osa oli kuitenkin tyytyväinen Ylä-Savon ja muiden uutisten suhteeseen, joten tästä näkökulmasta alueen uutisten painottaminen näyttää olleen hyvä ratkaisu.

Uutta lehteä pidettiin tutkimuksessa selvästi nykyaikaisempaan suuntaan muuttuneena. Mallilehti-kyselyssä tilaajat kokivat uuden lehden ulkoasun hieman nykyaikaisemmaksi kuin ei-tilaajat. Nyt sen sijaan ei-tilaajat (75 prosenttia) olivat tilaajia (63 prosenttia) enemmän sitä mieltä, että lehti on uudistuneena nykyaikaisempi. Ilmeisesti nykyaikaistuminen ei ole vastaajista aina hyvä merkki, sillä muutosta keskimäärin huonompana pitäneistä johtajista, yrittäjistä ja toimihenkilöistä enemmistö koki silti, että lehti on muuttunut nykyaikaisemmaksi. Naiset ja nuoret ajattelivat keskimääräistä useammin lehden nykyaikaistuneen uudistuksessa. Samalla he olivat muita enemmän sillä kannalla, että lehti on muuttunut paremmaksi.

Enemmistö vastaajista ajatteli, että ilmoitusten huomioarvo (ilmoitusten huomaaminen lehteä lukiessa) oli pysynyt ennallaan (59 prosenttia) tai parantunut (18 prosenttia). Yrittäjien keskuudessa mielipiteet huomioarvosta jakautuivat eniten. Heistä 26 prosenttia koki sen parantuneen ja 36 prosenttia huonontuneen. 38 prosenttia ajatteli huomioarvon pysy-

neen muutoksessa ennallaan. Ilmoitusten huomioarvo kohentui erityisesti opiskelijoiden ja yli 64-vuotiaiden keskuudessa. Ei ole yllättävää, että mielipide huomioarvosta vaihteli näin paljon yrittäjien keskuudessa. Heidän vastauksiinsa saattoi vaikuttaa se, onko vastaajalla ollut ilmoitusta lehdessä ja millä paikalla tai muuttuiko ilmoituksen paikka tai koko jotenkin ratkaisevasti uudistuksen yhteydessä. Koko sivun ilmoituksethan lisääntyivät Iisalmen Sanomien uudistuksessa, joten huomioarvosta saadut tulokset sopivat yhteen sen kanssa, että todella suuret ja todella pienet ilmoitukset huomataan tabloideissa entistä paremmin. (ks. luku 6.5.)

Suurin osa oli sitä mieltä, että lehden ulkoasu on parantunut tai pysynyt ennallaan muutoksen myötä. 22 prosenttia koki ulkoasun huonontuneen. Erityisesti ulkoasun kokivat paremmaksi naiset, alle 35-vuotiaat ja opiskelijat. Vastaus sopii hyvin yhteen sen kanssa, että juuri nämä ryhmät ovat olleet kyselyn mukaan sitä mieltä, että muutos on vienyt lehteä hyvään suuntaan, nykyaikaisemmaksi ja ulkoasultaan paremmaksi. Näyttää siltä, että sanomalehdille vaikeimmat ryhmät tavoittaa ovat ottaneet uudistuneen Iisalmen Sanomat hyvin vastaan. Kun vastauksen suhteuttaa tämän työn ulkoasutuloksiin, havaitaan ristiriitaa. Vaikka Iisalmen Sanomien ulkoasu ei kontrastin, hierarkian ja pääjuttujen koon osalta kulkenutkaan siihen suuntaan, johon formaatti olisi antanut edellytyksiä, ei se näytä häiritsevän lukijoita. Voi olla, että lukijoille hyvä ulkoasu tarkoittaa aivan jotain muuta kuin alan sisällä määritellyt ohjeistot sanovat. Mahdollista on myös, että vastaajat sotkevat formaatin ja ulkoasun toisiinsa. Lukija saattaa päätellä, että jos formaatti tuntuu mukavammalta käsitellä, myös ulkoasun on oltava silloin parempi, vaikka näin ei mittausten perusteella aina olisikaan. Toisaalta ei voi odottaa, että lukijat osaisivat arvioida ulkoasua suhteessa formaattiin, jos formaatti on ollut tähän asti vieras eikä vertailukohtaa ole ollut.

Vastaajien kuvien laatua ja määrää koskeneet kommentit hajosivat. Tutkimukseen osallistuneet vastasivat kysymykseen ”Mitä mieltä olette kuvien määrästä ja laadusta?” omin sanoin. Kysymykseen tuli 185 kommenttia. 149 kommentista kävi ilmi, että kuvien määrä ja laatu on vastaajien mielestä joko ennallaan tai parantunut joko määrällisesti tai laadullisesti.

*”Ne ovat hyvällä tasolla.”  
”Parempia. Kuva näkyy paremmin.”  
(MC-Info 2006.)*

Lopuissa kommentteissa moitiskeltiin joko kuvien liian suurta tai pientä määrää. Muutama oli sitä mieltä, että kuvien laatu on huonontunut. Myös aukeaman yli taittamista kritisoitiin joissakin kommentteissa.

*”Hankala, kun toisinaan menee toiselle sivulle, huonontunut.”  
”Kun on isompi kuva, kuva jakautuu kahdelle sivulle ja se on huono asia.”  
”Määrä lisääntynyt, laatu huonontunut”  
(MC-Info 2006.)*

Vastuksista on vaikea tehdä kovin perusteellista analyysiä, sillä ne ovat yleisluontoisia ja epämääräisiä. Vastauksiin vaikuttaa sekin, että käsite ”kuvan laatu” on epämääräinen, ei-

kä kyselyssä tarkennettu, mitä tällä tarkoitetaan. On aika vaikea ottaa kantaa niinkin abstraktiin käsitteeseen kuin kuvan laatu. Kattavampien vastausten saamiseksi laadun käsite olisi pitänyt yksilöidä tarkemmin esimerkiksi tekniseen tai sisällölliseen laatuun tai antaa vastaajille valmiit vastausvaihtoehdot (esimerkiksi kuvan tarkkuuteen tai väreihin tai vaikkapa kontrastiin liittyen) avoimen kysymyksen sijaan.

## 8 LOPUKSI

Tämän työn päämääränä oli tarkastella Iisalmen Sanomien tabloiduudistuksen vaikutusta lehden ulkoasuun, taittoon ja kuvankäyttöön sekä juttuihin. Aiempien uudistusten tuloksiin vertaamisen oli tarkoitus auttaa uudistuksen vaikutusten sijoittamisessa laajempaan kontekstiin. Iisalmen Sanomien tabloiduudistuksen vaikutukset ulkoasuun voi tiivistää seuraavasti: juttu- ja kuvamäärät lisääntyivät, pääjuttujen pituudet säilyivät ennallaan ja kuvakoot sekä pääjuttujen alat pienenivät. Kakkosjutut sen sijaan lyhenivät.

Kun tuloksia vertaa Itä-Hämeen ja Hufvudstadsbladetin uudistusten vastaaviin tuloksiin, huomataan, että näiden kolmen tapauksen pohjalta ei voi vielä sanoa, mitä tabloiduudistuksessa tapahtuu ja miten formaatti vaikuttaa ulkoasuun. Eroja oli sen verran paljon. Ainoa piirre, jossa Iisalmen Sanomat poikkesi muista, liittyy kuvakokoihin ja pääjuttujen aloihin, jotka Iisalmen Sanomien tapauksessa pienenivät merkittävästi. Tämän pohjalta voi päätellä, että kenties formaatin tarjoamia mahdollisuuksia hierarkian lisäämiseen ei täysin hyödynnetty.

Jännittäväksi toisistaan poikkeavat tulokset tekee se, että lehtien taustatilanne (laskeva levikki) ja keinot sopeutua (ulkoasu-uudistus tabloidiksi) olivat samantyyppisiä ja noudattivat samaa kaavaa kuin muissa uudistuksissa. Lähtökohdat voivat siis olla samanlaiset ja eri lehdistä voidaan mitata samoja asioita vertailukelpoisella tavalla, mutta sittenkään ei voida välttämättä osoittaa yhtenäistä kehityslinjaa. Ei voida sanoa, että tabloiduudistus vaikuttaisi lehtiin yleisesti tietyllä tavalla, mutta voidaan todeta, että formaattiuudistuksen jälkeen Iisalmen Sanomien ulkoasussa tapahtui tietynlaisia asioita ja tulosten pohjalta voidaan tehdä tiettyyn rajaan asti päätelmiä siitä, mistä muutokset esimerkiksi pääjuttujen aloissa johtuivat.

### 8.1 Tutkimustulosten arviointia ja jatkopohdintaa

Jos kaikkien muutoksen tehneiden lehtien taustatilanne on samantyyppinen ja ne ottavat käyttöönsä samanlaiset formaatin, miksi muutoksen vaikutus ulkoasuun oli sitten joka lehdessä erilainen? Miksi HBL:n ja Itä-Hämeen pääjutut pitenivät, mutta Iisalmen Sanomissa niille ei tapahtunut oikeastaan mitään? Entä miksi Iisalmen Sanomien pääjuttujen ja pääkuvien koot pienenivät niin paljon, vaikka formaatin pitäisi mahdollistaa näyttävämpi kuvankäyttö ja parempi hierarkia, kuten se teki esimerkiksi HBL:ssä? Miksi sama formaatti ei tuotakaan samanlaisia vaikutuksia ulkoasuun?

Iisalmen Sanomien, Itä-Hämeen ja Hufvudstadsbladetin uudistusten ja formaatin käytön erojen syitä voi lähteä pohtimaan uudistuksen toteutustavasta ja lähtökohdasta käsin. Iisal-

men Sanomat sai tabloidformaatin ikään kuin kaupanpäällisinä, kun sille valikoitunut yhteistyökumppani käytti sitä. Ensin tulivat yhteistyövaatimukset ja sitä kautta saatavat säästöt, ja kun näille oli sanottu kyllä, piti sanoa kyllä myös uudelle formaatille. Tietenkään formaattimuutos ei ollut lehdentekijöille ikävä asia, vaan sen katsottiin antavan etua monissa asioissa ja siksi uudistukseen haluttiin myös ryhtyä. Muut lehdet taas eivät näyttäneet saavan formaattia muiden toimenpiteiden kaupanpäällisenä, vaan pyrkivät siihen itse ja pitivät sitä ikään kuin itseisarvona.

Eroja voi selittää toisaalta lehtien koko ja erilaiset resurssit uudistuksen tekoon. Siinä missä HBL:llä ja Itä-Hämeellä oli mahdollisuus palkata uudistuksen tekijöiksi ulkomaisia suunnittelijoita, joutui Iisalmen Sanomat pärjäämään pienemmillä resursseilla. Konsulttiapua lehti toki sai eri asiantuntijoilta ja tietysti kaiken mahdollisen avun Itä-Hämeeltä. HBL:n uudistuksen suunnittelivat skotlantilaiset Ally Palmer ja Terry Watson, jotka ovat uusineet myös Väli-Suomen median lehtiä. Itä-Hämeen tabloidin suunnitteli puolestaan tanskalainen Ole Munk. Resurssi- ja suhtautumiserot muutokseen näkyvät myös esimerkiksi toimittajille tarjotun koulutuksen määrässä. Kielikouluttaja Per Amnestål Tukholman lehdistöinstituutista työskenteli HBL:ssä useita eri jaksoja opettaen tabloidin vaatimaa kirjoitustapaa (Pulkinen 2008, 86). Itä-Hämeessä taas oltiin sitä mieltä, että toimittajien koulutus uuteen formaattiin jäi liian vähäiseksi (emt., 90). Iisalmen Sanomissa opastus hoidettiin Itä-Hämeen kokemusten avulla.

Formaattiuudistus näyttää vaikuttavan jokaiseen lehteen yksilöllisesti. Jokainen muutoksen tekijä toteuttaa ja omaksuu formaatin vaatimukset ja mahdollisuudet eri tavalla. Uudistuksen onnistumista ei pystykään todentamaan tämän tutkimuksen tulosten perusteella. Sen sijaan tuloksia voi verrata siihen, mitä tabloiditaitosta annetut ohjeet sanovat. Näin ollen ainut johtopäätös, jonka mittauksista voi tehdä, koskee sitä, millä tavalla pientä formaattia voi taitossa ja ulkoasussa hyödyntää ja kuinka hyvin näitä mahdollisuuksia osattiin hyödyntää Iisalmen Sanomissa. Tulokset eivät kerro, kuinka hyviä tai huonoja taitto ja ulkoasu itsessään ovat. Tabloid antaa parhaimmillaan mahdollisuuden näyttävämpään kuvankäyttöön, parempaan hierarkiaan ja pääjuttujen komeampaan taittoon. Mittaustuloksista ja vertailusta voidaan kuitenkin päätellä, että Iisalmen Sanomat ei käyttänyt näitä mahdollisuuksia aina parhaalla mahdollisella tavalla hyväkseen. Lähinnä Iisalmen Sanomien uudistuksessa näyttivät toteutuvan tabloidin vaatimukset: suurempi juttu- ja kuvamäärä, lähentyneempi pääkuvan ja pääjutun yhteys ja aukeamataitto tiettyine taittopiirteineen. Näiden vaatimusten tarjoamista mahdollisuuksista ei sen sijaan otettu kaikkia mahdollisia tehoja irti. Uudistuksen tulosta voikin ehkä verrata autolla ajamiseen liian pienellä vaihteella: pyrkimys eteenpäin on kova, vauhtiakin saattaa löytyä, mutta tapa mennä eteenpäin ei ole kovin tehokas, kuluttaa paljon ja pitää kovaa meteliä.

Analyysitavasta johtuen uudistuksen onnistumista on arvioitava lähinnä suhteessa lehden itsensä muutokselle asettamiin tavoitteisiin, uudistuksen absoluuttisen hyvyyden tai huonouden pohdiskeluun ei ole työkaluja. Toisaalta tulosten vertaaminen lehden omiin tavoitteisiin on myös ongelmallista. Jos tavoitteeksi asetettiin helppolukuisempi alueellinen uutislehti, jonka jutut haluttiin tarjota napakammassa ja vaivattomammin omaksuttavassa



muodossa, niin ennen arviointia on määriteltävä käsitteet. Mitä tarkoittaa lähemmäs lukijaa pääseminen? Entä helppolukuisuus? Onko se sitä, että tekstin pistekokoa suurennetaan ja otsikoiden kokoa kasvatetaan vai sitä, että lehdessä ei käsitelläkään enää vaikeita asioita, jotka saattavat sisältää hankalia sanoja?

Vaikka yllä olevat termit onnistuttaisiinkin määrittelemään, niitä ei voi arvioida viivoittimella, ellei helppolukuisuus tarkoita nimenomaan vaikkapa lyhyempiä juttuja. Kuvakoon pieneneminenkään ei kerro siitä, onko uudistuksella päästy lähemmäs lukijaa. Ainut tavoite, jonka arvioimiseen juttupituuksien muutoksesta saatua tietoa voi jotenkin hyödyntää, on sen punnitseminen tiivistyikö juttupaketointi muutoksessa. Uudistusta perusteltiin sanomalla, että tabloidin tiiviimpi juttupaketointi on lukijoiden mieleen. Pääjuttujen pituudet eivät ainakaan tiivistyneet, kakkosjutut sen sijaan kyllä. Täytyy kuitenkin muistaa, että tiivis ja napakka ilmaisu ei ole merkkimäärään sidottu vaan ihan johonkin muuhun.

Entä miten voi arvioida, toteutuivatko tavoitteet tehdä lehdestä ulkoasullisesti nykyaikaisempi ja omaleimaisempi? Miten nykyaikaisuutta voi mitata? Voi kysyä lukijoilta, mutta mitä oikeastaan tarkoittaa kysymys ”onko Iisalmen Sanomat muuttunut mielestänne uudistuksen myötä nykyaikaisemmaksi sanomalehdeksi?” Ja ennen kaikkea, mihin enemmistö lukijoista vastaa, jos he ovat sitä mieltä, että lehti on muuttunut nykyaikaisemmaksi? Nykyaikaisuus on käsite, jonka jokainen vastaaja ymmärtää eri tavalla, ellei sitä kysymyksen yhteydessä määritellä tarkasti.

Yllä olevilla kysymyksillä on tarkoitus osoittaa, että mikäli uudistuksessa mitataan vain tiettyä piirrettä, saadaan vain sitä koskevia johtopäätöksiä. Jotta muutoksesta ja sen kokonaisvaikutuksesta saisi kattavamman kuvan, pitäisi arvioida myös lehden sisältöä, aihevalikoimaa, ja toimituksen työtapojen muutosta. Työprosessi, juttujen sisältö ja niiden saama muoto eivät ole toisistaan irrallisia prosesseja. Näin ollen yhden osan arvioiminen erikseen muista tuottaa väistämättä vinoja tuloksia, jotka eivät itsensä lisäksi kerro mistään laajemmasta kehityskulusta. Tämän kokoisen tutkimuksen raameissa sisällön tai kuvien analyysiin olisi ollut mahdotonta paneutua, vaikka niiden analyysi olisikin tarjonnut kiinnostavan näkökulman aiheeseen. Tabloiduudistuksen vaikutukset lehden sisällölle yhdessä ulkoasun kanssa olisikin kiinnostavan jatkotutkimuksen paikka.

## **8.2 Iisalmen Sanomat nyt**

Vaikka tabloidformaatti näyttää suosivan ja antavan mahdollisuuksia tietynlaisen esittämistapaan, se ei voi pakottaa niihin. Tämän hetkinen tabloid- Iisalmen Sanomat näyttää melko erilaiselta kuin analysoidut marraskuun puolivälin lehdet juuri uudistuksen jälkeen. Suurin muutos koskee taiton uudistamista aukeamataitosta sivu sivuun -taitoksi ja broadsheetistä tutun typografian palauttamista käyttöön vuoden 2008 alussa. Tämän mahdollisti yhteistuotannon lopettaminen Itä-Hämeen kanssa.

Yhteistuotanto Itä-Hämeen kanssa lopetettiin vuoden 2007 lokakuussa, sillä se osoittautui jäykäksi ja vaikeutti ilmoitussijoittelua ja omien juttujen näkyvää taittoa (ks. luku 4.2). Lopettamisen johdosta tarjoutui mahdollisuus tehdä tabloidia toisella tavalla. Suurin muutos oli, että lehti luopui kokonaan tabloidille ominaisesta aukeamataitosta ja alkoi taittaa kaikki sivunsa yksittäisinä sivuina, vaikka koko pysyi yhä tabloidina. Joka sivulla on nyt oma pääjuttunsa, kakkosjuttunsa ja mahdollisesti kolmosjuttunsa. Samalla luovuttiin erillisestä kotimaan- ja talousosastosta ja sijoitettiin kaikki kotimaan- ja Ylä-Savon uutiset saman uutiset-sivupään alle. Ulkomaat, kulttuuri ja urheilu ovat yhä omia osastojaan. Myös kahdesta väristä luovuttiin ja kaikki osastot ovat saman sinisen tunnusvärin alla. Rakennetta on muutettu niin, että jutut alkavat suoraan kannen jälkeen kakkossivulta, jolla on korkea uutiset-sivupää, sen alla hyllyssä vinkkejä ja niiden alapuolella juttu. Viereisellä sivulla on oma pääjuttunsa. Pääkirjoitus ja lukijan mielipiteet ovat siirtyneet aukeamaksi ja ovat sivuilla 4–5, niin että pääkirjoitus ja kolumni ovat vasemmanpuoleisella sivulla ja mielipiteet oikealla.

Yksikään juttu tai kuva ei nyt ylitä aukeamaa. Kai Luttisen (2008) mukaan tabloidin aukeamataiton aikana erityisesti otsikoiden muokkaus koettiin vaikeaksi, sillä sanaväliä oli vaikea saada tehtyä juuri taitteen kohdalle. Muokkaustyölle ei myöskään tahtonut jäädä aikaa illan kiireessä. Aukeamataitosta luopumiseen vaikutti myös, että lukijoilta tuli negatiivista palautetta, kun taite nielaisi esimerkiksi kirjaimen otsikosta (ks. myös luku 7.2). (Luttinen 2008.) Analyysin kohteena olleissa tabloidnumeroissa olikin havaittavissa ontumista otsikon sijoittamisessa taitteeseen sopivaksi. Monesti myös huonosti osunut sivujen kohdistus nielaisi osan kirjaimesta taitteeseen ja vaikeutti näin otsikon hahmottamista.

*”Loppuvaiheessa aukeamataittoa ruvettiin pyytämään kuvaajilta pystykuvia, jotta saatiin otsikko kuvan viereen, ettei mennyt yli.” (Luttinen 2008.)*

Luttinen (2008) näkee sivu sivuun -taiton suurimpana hyötynä sen, että ilmoitussijoittelu on nyt vapaampaa kuin yhteistyön ja aukeamataiton aikoihin. Omia juttuja voidaan myös käyttää näyttävämmiin. Kaiken kaikkiaan Luttinen katsoo, että sivu sivuun -rakennetta on helpompi taittaa ja suunnitella kuin aukeamia, samoin tilankäyttö on siinä aukeamataittoa paremmin hallinnassa. Sivuaajattelu nostaa Luttisesta myös pääjutun huomioarvoa ja useampia kuvia voi nyt taittaa näyttävämmiin, kun jokaiselle sivulle saa pääkuvan. (Emt.)

”Se mikä taas on huonoa, on se, että jos vierekkäisiä sivuja taittaa kaksi eri ihmistä, eikä toinen seuraa tai muista katsoa mitä toinen tekee, niin sivuista saattaa tulla tasapaksut, jos niillä on kuuden palstan otsikot vierekkäin tai isot kuvat ovat ylhäällä vierekkäin. Sivut ovat sillä tavalla joskus raskaat.” (Luttinen 2008.)

Vaikka sivu sivuun -taitto on sinällään siistin ja hallitun näköistä ja sopii pieneen, alueellisia ja paikallisia uutisia painottavaan lehteen, hukkaa tapa toisaalta tabloidformaatin mahdollisuudet. Erityisesti kuvankäyttö kärsii sivu sivuun -taitosta. Kuvakoot näyttävätkin pienentyneet aukeamataiton ajoista. Nyt sivun pääkuva on vaakaan taitettuna aina 5–6 palstaa, pystykuvan koko taas on 3–4 palstaa. Vierekkäisistä sivuista tulee myös helposti liian

samanlaiset, jolloin kokonaisilmeestä muodostuu monotoninen. Varsinkin avausaukeama teho kärsii, että siinä on kaksi samankokoista juttua vierekkäin. Aukeaman ensimmäisen sivun hylly ja korkea sivupää painavat myös pääaiheeksi tarkoitetun jutun ja kuvan pieneen tilaan. Ehkä aukeamataitto ryhdistäisi 2–3-sivuja, jolloin edes lehden pääjuttu voitaisiin taittaa suuremmalla kuvalla ja tilalla kuin muut.

### 8.3 Onko formaatti lopulta edes ratkaiseva?

Jos tabloidformaattista haetaan ratkaisua lisääntyneeseen mediakilpailuun ja ilmaisjakelulehtien ja internetin ilmaisen uutistarjonnan asettamiin haasteeseen, pitää ratkaisuja etsiä muualta kuin pienemmästä sivukoosta. Ei pienempi formaatti ole ihmelääke laskeviin levikkeihin, jos se ei vaikuta sisältöön millään tavalla. Lukija voi pitää tabloidia käteväenä käsitellä, mutta se millä saadaan lukijat pidettyä, on sisältö. Tämän todistaa myös Josefina Sternvikin (2009) havainto, kun hän tutki uudestaan ruotsalaisten lukijoiden asenteita tabloiduudistuksen tehneitä lehtiä kohtaan vuonna 2008. Tuloksena ovat tyytymättömämmät lukijat kuin vuonna 2004 tabloidiuudistusbuumin ollessa kiivaimmillaan.

Lukijat suhtautuvat nyt tabloidpäivälehtiin epäilevämmiin kuin aiemmin. Mielipiteiden muutos ei johdu siitä, että formaatista itsestään olisi tullut huono, tai että lukijat haluaisivat palata takaisin broadsheet-kokoon. Sen sijaan kyse on kritiikistä sitä kohtaan, millainen lehdestä on tullut tabloiduudistuksen yhteydessä tai sen jälkeen, eikä tällä muutoksella ole välttämättä suoraa yhteyttä itse formaatin pienenemiseen. (Emt.)

Erityisesti Sternvikin haastatteluissa kritisoitiin lehtien muuttumista iltapäivälehtimäisemmiksi. Aikaisemmin suuria kuvia ja lyhyempiä juttuja ei pidetty varsinkaan nuorten haastateltujen joukossa edes kielteisinä seikkoina, vaan merkkinä siitä, että lehteä on hauska lukea. Nyt näitä piirteitä arvosteltiin. Moitteita saivat esimerkiksi lyhentyneet ja vähentyneet tekstit sekä juttujen luonne ja näkökulma. Vuoden 2004 ja 2008 haastatteluissa ainoa yhteinen positiivinen piirre oli lehden kätevämpi koko. Nyt lehtiä moitittiin pinnallisuudesta, sensaatioista ja vanhentuneen tuntuista sisällöstä. (Sternvik 2009.)

Ei ole myöskään yksiselitteistä vastausta kysymykseen, kannattaako tabloiduudistukseen ryhtyä. Tutkimustulos antaa näkökulmasta riippuen joko hyvää tai huonoa osviittaa formaatin roolista. Ei ole tabloidformaatin vika, jos lehdellä menee huonosti. Toisaalta, formaatille tuskin voi antaa kunniaa siitäkään, mikäli lehti menestyy. Muuttuneesta formaatista voi olla vetoapua hetkellisesti, mutta asemansa lehti pystyy säilyttämään vain hyvällä journalismilla ja kunnianhimoisella sisällöllä. Myös lehden toimintaympäristöllä on vaikutusta. Laskeva levikkikierre ei pysähdy, jos väki alueella vähenee. Nuoria lukijoita on vaikea saada tilaajiksi, koska he muuttavat alueelta työpaikkojen ja opiskelun perässä pois. Toisaalta kysymykseen vastaamista vaikeuttaa, että on hankala sanoa, missä tilanteessa tabloiduudistuksen tehneet lehdet olisivat, jos ne eivät olisi ottaneet riskiä ja uudistuneet.

# LÄHDELUETTELO

## **Kirjallisuus:**

Barnhurst, Kevin G. & Nerone, John (2001): The form of news. A history. The Guilford Press. New York.

Chisholm, Jim (2004): Size matters. New designs, new formats. WAN strategy raport vol.3(3)/2004.

Djupsund, Göran & Carlsson, Tom (1998): Trivial stories and fancy pictures? Tabloidization tendencies in Finnish and Swedish regional and national newspapers 1982–1997. Nordicon Review 1/1998, toim. Ulla Carlsson.

Format Change Phenomenon, The (2005). WAN Strategy Raport vol 4 nro. 5.

Garcia, Mario (1987): Contemporary newspaper design – A Structural Approach. Second edition. The Poynter Institute for Media Studies, University of South Florida.

Garcia, Mario (1988) 2: Newspaper colour design. The International Association for Newspaper and Media Technology.

Giles, Vic & Hodgson, F.W. (1990): Creative newspaper design. Heinemann Professional Publishing. Oxford.

Gustafsson, Karl Erik (1996): Den svenska kvällspressens utländska förebildar. Teoksessa Den moderna dagspressen 350 år, redaktion Ulla Carlsson ja Karl Erik Gustafsson. Göteborgs universitetet.

Gustafsson, Karl-Erik (2006): Kun tabloidi valloitti Pohjolan. Suomen Lehdistö 5/2006.

Henning, Carl; Ojala, Esko; Pellinen, Jukka toim. (1988): Sanomalehden ulkoasuopas. Sanomalehtien liitto. Helsinki.

Hiekkanen, Kati (2005): Tabloidin pinnallisuus on pelkkä myytti. Suomen Lehdistö 1/2005.

Holmqvist, Kenneth & Wartenberg, Constanze (2005): The Role of Local Design Factors for Newspaper Reading Behaviour – an Eye Tracking Perspective. Lund University Cognitive Studies 127/2005.

- Hujanen, Erkki (2007): Lukijakunnan rajamailla. Sanomalehden muuttuvat merkitykset arjessa. Jyväskylän yliopisto.
- Huovila, Tapani (2005): Toimittaja – tiedon etsijä ja vaikuttaja. Infor. Helsinki.
- Huovila, Tapani (1998): Toimittaja – Vastuussa oleellisesta muutoksesta. Jyväskylän yliopisto.
- Hutt, Allen (1973): *The Changing Newspaper. Typographic trends in Britain and America 1622–1972.* Gordon Fraser. Lontoo.
- Häkkiä, Samuli (2008): Taitto ja miten se tehdään. Viikkosanomalehti Presson ulkoasu ja taittoprosessi. Tampereen yliopisto.
- Hämäläinen, Katri (2003): Sisältö ja ulkoasu naimisissa. Suomen Lehdistö 5/2003.
- Itkonen, Markus (2004): Typografian käsikirja. RPS-yhtiöt. Helsinki.
- Jais-Nielsen, Eva (2004): *Tidskriftsdesign. Ordfront.* Tukholma.
- Jyrkiäinen, Jyrki (1994): Sanomalehdistön keskittyminen. Joukkovietsinnän ja erityisesti sanomalehdistö keskittymisilmiö, sen kulku ja seuraukset jälkiteollisissa yhteiskunnissa 1980-luvun lopulla. Tampereen yliopisto.
- Khattak, James (2005): *The Bottom Line of Broadsheet-to-Compact Format Change. How to Do It, How to Deal with Advertising, How Consumers React.* INMA; International Newspaper Marketing Association. Dallas.
- Kuutti, Heikki (2006): Uusi mediasanasto. Atena kustannus Oy. Jyväskylä.
- Lehto, Keijo (2006): Aatteista arkeen. Suomalaisten seitsenpäiväisten sanomalehtien linjapapereiden synty ja muutos 1971–2005. Jyväskylän yliopisto.
- Londen, Magnus (2006): Tabloid tvingar till tätare text. Journalisti 19/2006.
- MC-Info Oy (2006): Iisalmen Sanomat – ulkoasututkimus 11/2006. MC-Info Oy.
- McMullan, Dawn. & Wilkinson, Earl J. (2004): Does Size Matter for Newspapers? Ideas Magazine, January 2004.
- Melesko, Stefan (2006): Marknads- och produktivitaspekterna på tabloidiseringen i landsorten. Teoksessa Lokamediastudier, toim. Karl Erik Gustafsson. JIBS Research reports no. 2006(2). Media Management and Transformation Centre. Jönköping International Business School.

- Mervola, Pekka (1995): Kirja, kirjavampi, sanomalehti. Ulkoasukierre ja suomalaisten sanomalehtien ulkoasu 1771–1994. Jyväskylän yliopisto.
- Morano, Sally I. (2002): Newspaper design. Teoksessa *American Journalism. History, principles, practices*. Toimittaneet W. David Sloan ja Lisa Mullikin Parcell. McFarlan & Company Inc. North Carolina, USA.
- Pajula, Milja (2004): Aluelehti itähämäläisten elämässä. Tutkimus aluelehti Itä-Hämeen merkityksestä paikallisille kuluttajille. Jyväskylän yliopisto.
- Pietilä, Jyrki (2008): Kirjoitus, juttu, tekstielementti. Suomalainen sanomalehti-journalismi juttutyyppeiden kehityksen valossa printtimedian vuosina 1771–2000. Jyväskylän yliopisto.
- Pribanic-Smith, Erica J. (2002): Sensationalism and tabloidism. Teoksessa *American Journalism. History, principles, practices*. Toimittaneet W. David Sloan ja Lisa Mullikin Parcell. McFarlan & Company Inc. North Carolina, USA.
- Pulkkinen, Hannu (2008): Uutisten arkkitehtuuri – sanomalehden ulkoasun rakenteiden järjestys ja jousto. Jyväskylän yliopisto.
- Pulkkinen, Hannu (2009): Näin näin. Kirjoituksia journalismista. Suomen Lehdistö. Helsinki.
- Rantanen, Lasse (2007): Visuaalisen journalismin keittokirja. Mistä on hyvät lehdet tehty? Hill & Knowlton Finland. Helsinki.
- Rooney, Dick (2000): Thirty years of competition of the british tabloid press. The Mirror and the Sun 1968–1998. Teoksessa *Tabloid Tales – global debates over media standards*, toim. Colin Sparks & John Tulloch. Rowman & Littlefield Publishers. Lanham.
- Sparks, Colin (2000): The panic over tabloid news. Teoksessa *Tabloid Tales – global debates over media standards*, toim. Colin Sparks & John Tulloch. Rowman & Littlefield Publishers. Lanham.
- Sernvik, Josefine (2005): Swedish Daily Newspapers. A Shrinking Format? Press Business 01/2005.
- Sernvik, Josefine (2007): I krympt kostym. Morgontidningarnas formatförändring och dess konsekvenser. Göteborgs universitet. Institutionen för journalistik och masskommunikation.



Sternvik, Josefine (2009): Attityder till formatförändringen – då och nu. Dagspresskollegiet. Göteborgs universitet. Institutionen för journalistik och masskommunikation. PM nr. 77.

Suomen Lehdistö 9/2002: Muutosruljanssi Iisalmen Sanomissa.

Suomen sanomalehdistö 2008 (2008): Sanomalehtien Liiton tilasto. Suomen Lehdistö 6–7/2008.

Thomson, Robert (2005): New Times, good times. *British Journalism Review*, vol. 16(2)/2005.

Tulloch, John (2000): The eternal recurrence of new journalism. Teoksessa *Tabloid Tales – global debates over media standards*, toim. Colin Sparks & John Tulloch. Rowman & Littlefield Publishers. Lanham.

Tushman, Michael & Nader, David (1986): Organizing for Innovation. *California Management Review* vol. 29(3).

Vesikansa, Jyrki (1995): Uuden Suomen viimeinen nousu ja tuho 1976–1991. Helsingin yliopisto.

Vuori, Jesper 2009: Suullinen tiedonanto. Taideteollinen korkeakoulu 12.2.2009.

Walker, Christopher (2005): Small Times, bad times. *British Journalism Review*, vol. 16(2)/2005.

Ylitalo, Risto (2006): Suullinen tiedonanto. Elokuu 2006.

### **Elektroniset lähteet:**

Christiaens, Eric (2004): Less paper, less revenue? Concentra Media IFRA Amsterdam 2004. <http://www.inma.org/members/ppt/EricChristiaans.pdf> (linkki tarkistettu 15.4.2009)

Poynter EyeTrack Study 2007: Tiivistelmä silmänliiketutkimuksen tuloksista 25.4.2007. [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=120470](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=120470) (linkki tarkastettu 4.10.2008.)

Schumacher, Peter 2007: Size Matters: Comparing the Reception of Design and Visual Language of Newspapers in Tabloid and Broadsheet Format [http://www.allacademic.com/meta/p170662\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p170662_index.html) (tarkastettu 8.9.2008)

The Guardian (2005): The Guardian names berliner launch date. Lehdistötiedote 1.9.2005. <http://www.adinfo-guardian.co.uk/general/news-stories/pdfs/berliner-press-release.pdf> (tarkastettu 11.2.2009)

British tabloids: <http://www.buzzle.com/articles/british-tabloids.html>.  
(tarkastettu 13.10.2008)

Levikintarkastus: <http://www.levikintarkastus.fi>

Guardian: [www.guardian.co.uk](http://www.guardian.co.uk)

Telegraph: [www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)

### **Aineistolähteet:**

Iisalmen Sanomat 14.–0.8.2006 ja 13.–26.11.2006

Iisalmen Sanomien lehtiudistuksen suunnittelumateriaali

Iisalmen sanomien tyylikirja (broadsheet)

Iisalmen Sanomien sisältöopas 2005

### **Kyselyt/haastattelut:**

Tikkanen 1 (2006): Sähköpostikysely toimituspäällikkö Jorma Tikkaselle 9.10.2006

Tikkanen 2 (2006): Sähköpostikysely toimituspäällikkö Jorma Tikkaselle 14.11.2006

Luttinen 1 (2006): Uutistuottaja Kai Luttisen haastattelu 15.10.2006 Iisalmessa

Luttinen 2 (2006): Sähköpostikysely uutistuottaja Kai Luttiselle 20.11.2006

Luttinen (2008): Uutistuottaja Kai Luttisen haastattelu 17.10.2008 Helsingissä

## Liite 1

### Tabloidien määrä Suomessa

Tabloidina ilmestyvät päivälehdet (Sanomalehtien Liiton jäsenet)

Ilmestymistiheys	Määrä	Josta tabloideja	Tabloidit prosentteina
7 kertaa viikossa	31 <sup>1</sup>	4	12,9 %
6 kertaa viikossa	8	6	75 %
5 kertaa viikossa	8 <sup>2</sup>	6	75 %
4 kertaa viikossa	4	4	100 %
3 kertaa viikossa	18 <sup>3</sup>	15	83,3 %
2 kertaa viikossa	59 <sup>4</sup>	59	100 %
1 kertaa viikossa	69 <sup>5</sup>	67	97 %
<b>YHT:</b>	<b>197</b>	<b>161</b>	<b>81,7 %</b>

Tabloidina ilmestyvät päivälehdet ryhmittäin

Ilmestymistiheys	Määrä	Josta tabloideja	Tabloidit prosentteina
7-4-päiväiset lehdet	51	20	39,2 %
1-3-päiväiset lehdet	146	141	96,6 %

Luvut ovat vuoden 2007 lukuja, mutta vuoden 2008 aikana tulleet muutokset on otettu huomioon luvuissa. Alaviite kertoo, mikäli muutoksia on tullut.

Lähde: Suomen Sanomalehdistö 2008

1 Lukumäärä sisältää Jakobstads Tidningin ja Österbottningin fuusion Österbottens Tidningiksi 23.5.2008

2 Lukumäärässä on huomioitu Taloussanomien paperilehden lakkauttaminen 1.1.2008

3 Luku ei sisällä Tyrvään Sanomia, joka muuttui 3-päiväisestä 2-päiväiseksi 1.1.2008

4 Luvussa mukana Tyrvään Sanomat sekä Lestijoen siirtyminen 2-päiväisestä 1-päiväiseksi 1.1.2008

5 Luvussa mukana Lestijoki sekä Salmettaren sulautuminen osaksi Iisalmen Sanomia 1.1.2008. Mukana myös Nykypäivä, joka liittyi Sanomalehtien Liiton jäseneksi 27.3.2008.

## Liite 2

### Juttumäärät lisälmen Sanomissa

#### BROADSHEET

Päivämäärä	Sivumäärä	Juttumäärä	Lyhyiden juttujen osuus kpl ja (%)
14.8.2006	16	83	26 (31 %)
15.8.2006	14	78	27 (35 %)
16.8.2006	14	76	34 (45 %)
17.8.2006	16	83	32 (39 %)
18.8.2006	16	82	22 (27 %)
19.8.2006	16	109	33 (30 %)
20.8.2006	20	88	22 (25 %)
<b>YHTEENSÄ:</b>	<b>112</b>	<b>599</b>	<b>196 (33 %)</b>

#### TABLOID

Päivämäärä	Sivumäärä	Juttumäärä	Lyhyiden juttujen osuus kpl ja (%)
13.11.2006	28	90	33 (37 %)
14.11.2006	32	115	53 (46 %)
15.11.2006	40	103	45 (44 %)
16.11.2006	32	92	29 (32 %)
17.11.2006	32	108	44 (41 %)
18.11.2006	32	105	41 (39 %)
19.11.2006	48	101	35 (35 %)
20.11.2006	32	101	32 (32 %)
21.11.2006	28	106	51 (48 %)
22.11.2006	28	92	44 (48 %)
23.11.2006	40	73	28 (38 %)
24.11.2006	32	100	37 (37 %)
25.11.2006	32	92	39 (42 %)
26.11.2006	40 <sup>1</sup>	112	44 (39 %)
<b>YHTEENSÄ:</b>	<b>476</b>	<b>1390</b>	<b>555 (40 %)</b>

1 Sivumäärä ei sisällä Viisaria, vain pelkän runkolehden sivumäärä

### Liite 3

#### Juttupituudet ja pääjuttujen alat lisälmen Sanomissa / numerokohtaiset keskiarvot

##### BROADSHEET

<b>Päivämäärä</b>	<b>Pääjuttu (mm)</b>	<b>Kakkosjuttu (mm)</b>	<b>Pääjutun ala (cm2)</b>
14.8.2006	491	445	749
15.8.2006	446	345	808
16.8.2006	461	371	824
17.8.2006	478	423	772
18.3.2006	578	378	893
19.8.2006	445	359	686
20.8.2006	527	358	1196

##### TABLOID

<b>Päivämäärä</b>	<b>Pääjuttu (mm)</b>	<b>Kakkosjuttu (mm)</b>	<b>Pääjutun ala (cm2)</b>
13.11.2006	444	341	767
14.11.2006	494	349	700
15.11.2006	477	321	730
16.11.2006	447	272	619
17.11.2006	424	282	693
18.11.2006	425	311	580
19.11.2006	546	384	950
20.11.2006	502	325	805
21.11.2006	458	291	703
22.11.2006	444	273	640
23.11.2006	-	-	-
24.11.2006	415	318	653
25.11.2006	482	288	727
26.11.2006	495	372	958

- Etusivun juttujen pituutta tai alaa ei ole mitattu
- Juttupituuteen on laskettu vain leipätekstin pituus kirjoittajatietoineen

## Liite 4

### Kuvamäärät ja pääkuvien koot Iisalmen Sanomissa / numero

#### BROADSHEET

<b>Päivämäärä</b>	<b>Kuvien määrä</b>	<b>Pääkuvien ala (cm2) (numerokohtainen keskiarvo)</b>
14.8.2006	37	351
15.8.2006	30	463
16.8.2006	25	430
17.8.2006	23	511
18.8.2006	38	405
19.8.2006	44	332
20.8.2006	45	527

#### TABLOID

<b>Päivämäärä</b>	<b>Kuvien määrä</b>	<b>Pääkuvien ala (cm2) (numerokohtainen keskiarvo)</b>
13.11.2006	44	356
14.11.2006	41	295
15.11.2006	51	302
16.11.2006	41	271
17.11.2006	44	278
18.11.2006	39	230
19.11.2006	52	376
20.11.2006	43	392
21.11.2006	34	315
22.11.2006	39	252
23.11.2006	32	-
24.11.2006	36	235
25.11.2006	36	290
26.11.2006	53	399



## Liite 5

### Etusivut Iisalmen Sanomissa

#### BROADSHEET

Päivämäärä	Ilmoitusmalli	Juttumäärä	Vinkkimäärä	Kuvamäärä	Pääkuvan ala (cm <sup>2</sup> )
14.8.	ei ilmoitusta	3	5	4	513
15.8.	ei ilmoitusta	3	4	4	585
16.8.	alareuna	1	5	3	540
17.8.	puolikas sivu	1	5	1	259
18.8.**)	kokosivu	3	4	4	750
19.8.	ei ilmoitusta	3	5	4	623
20.8.	pystykulma	2	4	4	533
<b>KESKIARVO:</b>		<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>543</b>

#### TABLOID

Päivämäärä	Ilmoitusmalli	Juttumäärä	Vinkkimäärä	Kuvamäärä	Pääkuvan ala (cm <sup>2</sup> )
13.11.	ei ilmoitusta	2	7	4	244
14.11.	ei ilmoitusta	1	8	2	374
15.11.	puolikas sivu	1	3	2	38
16.11.**)	kokosivu	1	9	3	407
17.11.	puolikas sivu	1	3	2	144
18.11.	kulmailmoitus	2	3	2	223
19.11.**)	kokosivu	1	8	3	308
20.11.**)	kokosivu	1	7	4	330
21.11.	ei ilmoitusta	1	7	4	330
22.11.	puolikas sivu	2	2	2	30
23.11.**)	kokosivu	2	8	2	–
24.11.**)	kokosivu	1	9	3	363
25.11.**)	kokosivu	2	6	3	308
26.11.**)	kokosivu	1	9	3	352
<b>KESKIARVO:</b>		<b>1</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>265</b>

\*\* ) etusivulla kokosivun ilmoitus, joten juttumäärät laskettu premisivulta, joka taitettu etusivumaisesti