

TAMPEREEN YLIOPISTO

Kimmo Koski

AAMULEHDEN LEHTIUUDISTUS

Sanomalehden uudistusprosessin syitä, suuntia ja seurauksia

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Maaliskuu 2008

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

KOSKI, KIMMO: Aamulehden lehtiudistus: Sanomalehden uudistusprosessin syitä, suuntia ja seurauksia

Pro gradu -tutkielma, 108 s., 10 liites.

Tiedotusoppi

Maaliskuu 2008

---

Tarkastelen tutkielmassani Aamulehden lehtiudistusprosessia, sen syitä ja eri vaiheita. Yritän luoda kokonaiskuvaa siitä muutoksesta, joka täytyy käydä läpi, kun uudistetaan sanomalehteä. Tutkielmani tärkeitä peruskysymyksiä ovat: mikä on lehtiudistus ja miten sanomalehti uudistetaan?

Kulutustottumusten muutokset, kulttuurin kuvallistuminen ja verkon kehitys muuttavat sanomalehden tyyliä ja sisältöä. Sanomalehden historiallisessa kehityskaaressa voidaankin nähdä erilaiset yhteiskunnalliset kerrostumat ja suuntaukset. Nykyään verkon tarjoama haaste ja yleinen esteettisyyden vaatimus ovat pakottaneet nykysanomalehtiä tuotteistumaan. Moduloitu ulkoasu ja tasalaatuisempi sekä tiivistetty sisältö tekevät myös Aamulehdestä selkeämmän kulutustuotteen.

Erittelen työssäni Aamulehden uudistuksen tavoitteita ja hahmottelen miten ne suhtautuvat yleisempään sanomalehtien kehitykseen. Väitetään, että mediakilpailussa sanomalehden selviytymisen keinot ovat analyyttisessä, kommentoivassa ja laadukkaassa journalismissa. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi Aamulehdessä siirryttiin suunnittelemaan ja editoivaan työtapaan. Tutkielmassani esittelen Aamulehden uudistetun organisaation ja kerron myös, miten juttu syntyy uudessa tavassa tehdä.

Toimituksessa uudistuminen voi käydä nopeasti ulkoasun ja tekniikan osalta, mutta työtapojen ja sisältöjen hioutumiseen kuluu aikaa, koska lehtiudistuksessa käydään läpi toimituksen tavat tehdä journalismia. Aamulehden uudistuksessa ihmisten lisäksi korostui tekniikka. Aamulehden ja muidenkin Alma Median konsernin lehtien tavoitteena on siirtyä ennakoivan, eli osittain automatisoidun, taiton käyttöön. Yritän myös avata työssäni, millaisia journalistisia kysymyksiä tähän liittyy.

Tutkimusmetodikseni olen valinnut teemahaastattelut ja seurantapäiväkirjat. Tärkeimmät teemahaastatteluni kävin lehtiudistuksen päätoteuttajien, päätoimittaja Matti Apusen, ulkoasupäällikkö Ari Kinnarin ja taittopäällikkö Minna Honkalan kanssa. Lisäksi seurasin viittä keskijohdon päällikköä kuukauden ajan, kun uutta lehteä ryhdyttiin tekemään. Päälliköt pääsivät teemahaastatteluissa kertomaan, miten uusi tapa suunnitella lehteä toimii ja millaisia vaikeuksia uudistamiseen liittyy.

---

Asiasanat: sanomalehdet, lehtiudistus, lehtisuunnittelu, ennakoiva taitto, journalistinen työprosessi

# SISÄLTÖ

1. JOHDANTO .....	1
1.1. Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma .....	2
1.2. Lähtökohdat ja aikaisempi tutkimus .....	3
1.3. Tutkielman eteneminen.....	4
2. MONIULOTTEINEN SANOMALEHTI .....	5
2.1. Mikä on lehti uudistus?.....	7
2.2. Muutos kerralla vai hivuttamalla?.....	7
2.3. Sanomalehti on aikansa kulttuurinen tuote .....	9
2.4. Sanomalehden haasteet nyt .....	26
2.4.1. Journalismi murroksessa.....	26
2.4.2. Verkko vie uutiskärjen, mutta sitouttaa lukijat .....	30
2.4.3. Sisällölliset painotukset selkiytyvät.....	33
2.5. Uudistustahti kiihtyy.....	35
3. TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTOT .....	36
3.1. Teemahaastattelusta .....	37
3.2. Laadullisesta tutkimuksesta ja sen analyysistä .....	39
3.3. Etnografina toimituksessa .....	39
3.4. Oma suhde Aamulehteen .....	40
4. MIKSI UUDISTETAAN?.....	41
4.1. 12 syytä muutokseen .....	42
4.2. Lehti uudistuksen vaiheet ja aikataulu Aamulehdessä .....	45
5. LEHTIUUDISTUKSEN TAVOITTEET	
5.1. Uutiset ensin.....	53
5.2. Henkilöt, palvelu, analyysi.....	54
5.3. Roina häiritsee lukijaa.....	59
5.4. Taloudelliset juttuformaattit.....	62
5.5. Ulkoasu korostaa uutista.....	64
5.5.1. Lukijapalautetta.....	67
5.6. Viikon lehtien vertailu .....	68
5.6.1. Sivumäärä.....	69
5.6.2. Juttumäärä.....	70

5.6.3. Rakenteen muutos.....	70
5.6.4. Kommentoiva kirjoittaminen .....	71
5.6.5. Kuvien määrä ja sisältö.....	71
5.6.6. Grafiikat.....	72
5.7. Ennakoiva taitto suunnittelun apuna .....	73
6. SUUNNITTELEVA JA EDITOIVA TYÖTAPA	
6.1. Uutispäälliköiden seuranta .....	78
6.2. Kaikki toimitukset ovat erilaisia .....	79
6.3. Uudistetun Aamulehden tuotantotapa .....	81
6.3.1. Vastaavan uutispäällikön tehtävät.....	81
6.3.2. Visupäällikön tehtävät .....	82
6.3.3. Suunnittelevan uutispäällikön tehtävät.....	83
6.3.4. Editoivan uutispäällikön tehtävät .....	84
6.4. Mikä sanomalehden uudistamisessa on vaikeaa?.....	85
6.4.1. Muutos työtavassa: suunnitteleva ja editoiva työtapa .....	85
6.4.2. Muutos työyhteisössä: yhteistyön parantaminen.....	88
6.4.3. Muutos sisällöissä: analyysi, palvelu, henkilöt.....	89
6.4.4. Muutos aikakäsityksessä: ennustettavuutta ja nopeutta.....	91
6.5. Ideasta jutuksi.....	92
6.6. Päällikön työ muuttuu .....	95
7. PÄÄTELMIÄ	
7.1. Suuri pamaus vai pitkä hivutus?.....	98
7.2. Suunnittelu tulee! .....	100
7.3. Sanomalehden (Aamulehden) tulevaisuus .....	102
8. LOPUKSI.....	105
LÄHTEET .....	106
LIITTEET.....	109



# 1. JOHDANTO

Lehtiuudistus koskettaa kaikkia lehdentekijöitä. Kun sanomalehteä muutetaan, puututaan toimituksen tapoihin ja tottumuksiin tehdä journalismia.

Lukijalle sanomalehden muutos voi olla hetken aikaa suurikin hämmennystä aiheuttava asia, mutta lukija tottuu muutokseen kohtuullisen nopeasti.

Toimituksessa konkreettinen lehden muodon uudistaminen on usein vasta alkusysäys sille muutokselle, jossa toimitus ryhtyy tosissaan kehittämään sisältöjä ja esitystapoja. Uudistus on lehdentekijöille pysähtymisen paikka, jossa sanomalehden tehtäviä ja rooleja voidaan miettiä uudelleen. Miksi me teemme sanomalehteä? Miksi meidän lehti on sellainen kuin se on? Mitä journalismi meidän tapauksessa tarkoittaa? Mikä on meille tärkeää? Miksi me olemme olemassa?

Lehtiuudistuksessa muotoillaan muutakin kuin lehden rakennetta, ulkoasua ja sisältöä. Siinä on erityisesti kysymys lehdentekijöiden omasta käsityksestä tuottaa journalismia.

Sanomalehtien muutos on jatkuvaa. Lehdet muuttuvat päivittäin ilman erityisiä uudistuksiakin. Tällä hetkellä sanomalehtijournalismi on jatkuvassa uudistumisen tilassa, sillä toimituksellinen työ on muuttumassa. Median omistajien tuottovaatimukset kasvavat, uudet digitaaliset julkaisukanavat murtavat perinteisiä printtijournalismin aikatauluja ja erityisesti sitä, kuka on journalisti ja mitä ylipäänsä on journalismi.

Kun ympäristö muuttuu nopeasti, sanomalehden uudistaminen ei ole helppoa. Vanhat journalismin ideaalit ja entiset tavat tehdä sanomalehteä ovat syvällä toimituksen arkisissa rutiineissa. Tämän takia Aamulehden lehtiuudistus on ollut pitkä prosessi. Sen suunnittelu aloitettiin marraskuun lopussa vuonna 2006. Uudistus tuli julki marraskuussa 2007. Oikeastaan vasta silloin uusia sisältöjä ja esittämistapoja ryhdyttiin todella luomaan ja kokeilemaan.

Sanomalehtien tärkeimmäksi kehittämisen muodoksi ovatkin muotoutuneet lehtiuudistukset, joissa on uudistettu samalla sisältöä, rakennetta, formaattia ja ulkoasua (Pulkinen 2002, 17). Aamulehden lehtiuudistus on ollut prosessi, jossa on pohdittu kaikkea edellä mainitsemaani. Ainoa asia, joka ei uudessa lehdessä muuttunut, on sen formaatti. Aamulehti painetaan edelleen broadsheetinä, koska ilmoittajat eivät olleet vielä tottuneet ajatukseen sivukooltaan pienemmästä lehdestä.

Tämän työn tehtävänä on avata lehtiuudistuksen prosessia ja siihen liittyviä monitahoisia kysymyksiä ja ongelmia. Pelkän sanomalehden muodon tasolla tapahtuvat

muutokset ovat kohtuullisen helppoja toteuttaa, mutta toimituskulttuurin ja sisältöjen uudistaminen vaatii reilusti aikaa. Yleisemmällä tasolla lehti uudistuksen suuntaan ja nopeuteen vaikuttaa myös muu mediaympäristö ja sen kehitys. Modernia sanomalehteä uudistaessa on otettava huomioon myös tulevaisuuden sanomalehden sisältöjä voimakkaimmin muovaava tekijä, verkko.

## 1.1. Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää:

1. Millainen prosessi on lehti uudistus?
  - 1.1. Miksi Aamulehteä uudistetaan ja millaisia tavoitteita uudistukselle on asetettu?
  2. Miten toimitus uudistetaan tuottamaan uutta sisältöä ja ulkoasua?
    - 2.1. Millaisia vaikeuksia muutokseen liittyy?
    - 2.2. Millä tavalla suunnitteleva ja editoiva työtapa vaikuttaa keskijohdon päälliköiden työhön ja työtehtäviin?

Tutkielmani keskittyy Aamulehden lehti uudistuksen syihin, suuntiin ja seurauksiin.

Keskiössä ovat Aamulehden lehti uudistuksen suunnittelijat ja toteuttajat:

ulkoasupäällikkö Ari Kinnari, taittopäällikkö Minna Honkala ja vastaava päätoimittaja Matti Apunen. He kertovat siitä matkasta, joka on käyty Aamulehden lehti uudistuksen kanssa. Miksi muokataan lehden rakennetta, muutetaan sen ulkoasua ja luodaan siihen uutta sisältöä?

Yleisemmällä tasolla hahmottelen, miksi sanomalehtiä uudistetaan yhä kiihtyvämpää tahtia. Muuttuva mediaympäristö pakottaa lehtiä uudistamaan esitystapojaan ja toimintatapojaan, kun verkko avaa lukijoille pääsyn useille erilaisille uutislähteille. Moniäänisempi journalismi murtaa sanomalehden perinteistä yksiäänisyyttä.

Tutkielmani toiseen pääkysymykseen vastaavat viisi lehden keskijohdon päällikköä.

He kertovat siitä arjesta, jossa eletään juuri lehti uudistuksen julkitulon jälkeen.

Sanomalehden ulkoasu ja esitystavat muuttuvat, mutta toimitus ei ole heti valmis omaksumaan kaikkea uutta. Uudet esitystavat vaativat uudelleenjärjestelyjä toimitusorganisaatiossa ja muutoksen toimituksen ajattelutavoissa.

Aamulehdessä siirryttiin entistä suunnittelevampaan ja editoivampaan työtapaan. Se tuottaa toisella tavalla ajateltua ja käsiteltyä sisältöä. Myös tekniikan muutos vaikutti työprosessiin. Nyt ennakoiva taitto ohjaa lehden suunnittelua. Esittelen, miten uutisjuttu tuotetaan uudessa organisaatiossa.

## 1.2 Lähtökohdat ja aikaisempi tutkimus

Tutkimuksen tavoitteena on tarkastella, miten lehti uudistus muovaa sisältöä ja ulkoasua eli millainen prosessi sanomalehdessä täytyy käydä läpi. Kerron miten lehti uudistus pääpiirteissään toteutetaan sisällöllisesti, ulkoasullisesti ja organisatorisesti. Tarkkoihin yksityiskohtiin tässä työssä voi paneutua, koska yksi tutkielma ei siihen riitä.

Tarkastelen uudistuksen päälinjoja, enkä ota kantaa siihen, onko uudistus onnistunut vai ei. Sen saavat päättää Aamulehden lukijat.

Konkreettisia lehti uudistuksia käsitteleviä tutkimuksia ei ole tehty Suomessa kovinkaan paljon. Tosin viime vuosina lehti uudistuksia on tutkittu hieman enemmän. Lars Holmin taiteen maisterin lopputyö Kauppalehdestä (2006), Seppo Pönkäsen tiedotusopin tutkielma Kalevan uudistuksesta (2001) ja Saku Tuomisen (2000) taiteen maisterin lopputyö Imagen uudistuksesta ovat valottaneet lehdissä tehtyjä uudistuksia. Aivan tuorein ja laajin teos suomalaisista lehti uudistuksista on Hannu Pulkkinen väitöskirja *Uutisten arkkitehtuuri: Sanomalehtien ulkoasun rakenteet ja esitystavat* (2008). Pulkkinen väitöskirja ja lisensiaatintyö (2002) ovat olleet työni vankkana selkärankana.

Hyvin usein sanomalehtien uudistuksia on tutkittu puhtaasti lehden visuaalisuutta tarkastelemalla, kuten Daryl R. Moenin teoksessa *Newspaper Layout and Design*, mutta myös sanomalehden eetosta, etiikkaa ja sosiologiaa pohtimalla, kuten Kevin Barnhurst ja John Nerone teoksessa *The Form of News*. Tärkeimmät ideat tutkimukseeni olenkin saanut juuri Barnhurstilta ja Neronelta sekä Hannu Pulkkiselta. Työssäni pyrin kuitenkin olemaan vielä käytännöllisempi ja näkemään lehti uudistuksen prosessiluonteen. Pyrin myös nostamaan esiin muutokseen liittyvät ihmiset, sillä usein lehti uudistuskirjallisuus kertoo ulkoasusta ja tekniikasta, mutta tärkein muutosta ohjaava tekijä, eli ihminen, jää teoksissa usein vähälle huomiolle.

Erityistä apua päälliköiden seurantaan ja haastatteluun sain Taideteollisen korkeakoulun mediakonseptilaboratoriosta. Tutkimuspäällikkö Merja Helle antoi vinkkejä lehden suunnittelun kuvaamiseen ja tutkimiseen.

Kirjalliset lähteet ovat kuitenkin osoittaneet tutkimusaiheeni ongelmallisuuden. Kirjallisuutta on olemassa sanomalehden ulkoasusta ja designista yhä enemmän, mutta käytännön esimerkkejä sisällön ja organisaation uudistamisesta on vaikeampi löytää. Lisäksi kirjallisuus on joko visuaalispainotteista tai sisältöpainotteista. Molempia yhdistävää tutkimusta on tehty vähän. Sisällön ja ulkoasun ongelmallinen yhteensovittaminen tulee esiin myös tässä työssä. Sisällön roolia painotetaan

tärkeimpänä lehti uudistusten lähtökohtana, mutta käytännössä uusi sisältö syntyy vasta ulkoasun, tekniikan ja organisaation uudistamisen jälkeen.

Olen havainnut myös sen, että aikaisemmin lehdistä tehdyt uudistukset ovat olleet huonosti dokumentoituja tai niiden yksityiskohtia ei ole julkisuuteen esitetty. Ehkä juuri sen takia, että ne ovat olleet huonosti dokumentoituja. Ainakin Aamulehdessä suunnittelijoiden ydinjoukko on ollut niin kiireinen, että heidän on varmasti ollut hieman hankala seurata niitä kaikkia lippusia, lappusia ja sähköpostiviestejä, joita eri puolilta on sadellut. Olen yrittänytkin koota käytettäväkseni kaiken saatavillani olleen aineiston, joka liittyi lehti uudistukseen.

Hienoisena yllätyksenä koin sen, että viikkoa ennen uudistuksen julkituloa toimin lehden uusien juttutyyppeiden kokoajana. Tein uutispäälliköille listan Aamulehden uusista sisällöistä. Uudet juttutyypit ja aiheiden käsittelytavat olivat jääneet muussa kiireessä hieman kiertolaisen asemaan.

### 1.3. Tutkielman eteneminen

Luvussa kaksi taustoitan sanomalehden olemusta ja tehtäviä. Niiden ymmärtäminen on tärkeää, jotta voi ymmärtää sanomalehteä kokonaisuutena. Samassa luvussa pohdin sanomalehden nykyisiä haasteita ja tulevaisuutta.

Luvussa kolme esittelen tutkimusmenetelmäni ja aineistoni. Luvun lopuksi taustoitan myös omaa suhdettani Aamulehteen.

Luvussa neljä kerron sanomalehden uudistamisen syistä ja sovellan niitä Aamulehteen. Samassa yhteydessä esittelen Aamulehden uudistuksen aikataulun.

Luvussa viisi kerron uudistuksen tavoitteista ja annan esimerkkejä, miten tavoitteita yritetään toteuttaa käytännössä. Luvussa analysoin myös lehti uudistuksen vaikutuksia vertailemalla juuri uudistunutta lehteä vuoden takaiseen. Suuria muutoksia voi nähdä ainakin aiheiden painotuksissa ja juttujen tiiviydessä.

Luvussa kuusi esittelen uuden tavan suunnitella ja editoida. Esittelen, miten juttu tuotetaan uudistuneessa organisaatiossa. Luvussa päälliköt kertovat, miksi uudistaminen on vaikeaa. Lisäksi pohdin uusia päälliköille asetettuja vaatimuksia, mutta myös keinoja selviytyä suurestakin muutoksesta.

Luvussa seitsemän kerään yhteen Aamulehden uudistuksen syyt, suunnat ja seuraukset.

## 2. MONIULOTTEINEN SANOMALEHTI

Tutkimukseni kannalta on tärkeää ymmärtää sanomalehti kokonaisuutena, jolla on useita erilaisia suhteita ja tehtäviä yhteiskunnassa. Näillä kaikilla suhteilla on vaikutusta siihen, miltä jokapäiväinen lehtemme on näyttänyt ennen ja miltä se näyttää nyt. Tämän luvun tarkoitus on avata sanomalehden erilaisia rooleja ja oletettuja tehtäviä yhteiskunnassa.

Kevin Barnhurst ja John Nerone kuvailevat sanomalehteä teoksessaan, *The Form of News: A History* (2001), monitahoiseksi ja moniulotteiseksi erilaisten suhteiden verkoksi, jota voi olla ensituntumalta vaikea nähdä kokonaisuudessaan.

Ensinnäkin sanomalehteä voi ajatella kaupallisena välineenä, joka kertoo lukijalle uutisia ja tietoja, joita lukija ottaa vastaan. Hän reagoi saamaansa tietoon ja toimii sen mukaan: äänestää tiettyä henkilöä tai muuttaa käyttäytymistään saadessaan uutta tietoa ympäristöstään. Viestinnän perinteinen siirtomalli ajattelee sanomalehteä tiedon välittäjänä. Lukijat ovat mallin mukaan kuuliaisia ja älykkäitä ihmisiä, jotka ottavat tiedon vastaan ja käyttäytyvät sen mukaan (Kunelius 1997, 15–17).

Siirtomalli ei kuitenkaan ymmärrä sanomalehden henkistä tai rituaalista tehtävää tuottaa lukijoille ja yhteiskunnalle tietoa ja ymmärrystä maailmasta. Sanomalehti luo yhteisyyttä eri yhteisöjen ja tahojen välille (Kunelius 1997, 15–17). Sanomalehti on yhtymäkohta tai suhdeverkosto eri tahojen välissä. Sanomalehti luo yhteyden uutislähteiden ja lukijoiden välille. Suhde muodostuu, kun tämä yhteys konkretisoituu sanomalehden ja uutisen muodossa.

Lehti on keskellä hyvin monimutkaista suhteiden verkkoa, johon vaikuttavat erilaiset lähteet pörssistä, urheiluun ja poliisista viihdebisnekseen sekä lukijoihin. Myös itse sanomalehti henkilöstöltään on kokonaisuus erilaisia yksilöitä toimittajista lehdenjakajiin ja kuvaajista markkinointi tai lakihenkilöstöön. Sanomalehti muodostaa monimutkaisen ja moniulotteisen verkoston, johon hyvin erilaiset ihmiset vaikuttavat. Tämä seikka vaikuttaa joka päivä siihen, miltä sanomalehti tuntuu ja näyttää.

Kolmanneksi sanomalehdellä ajatellaan olevan tehtäviä yhteiskunnassa ja yleisellä tasolla: sanomalehden ajatellaan olevan tavallisen ihmisen silmät ja korvat, sanomalehti on vallan vahtikoira ja sanomalehti on vapauden puolestapuhuja. Nämä tehtävät ovat ideaaleja, joita sanomalehteen on sen historian aikana liitetty. (Barnhurst & Nerone 2001, 2–3, 6–7, 11) Ideaalit ovat seikkoja, jotka vaikuttavat tekijöiden tapaan tehdä ja ajatella lehteä sekä lukijoiden tapaan lukea sanomalehteä. Ideaalien roolia sanomalehden kokonaiskuvan muodostamisessa ei voi väheksyä.

Nämä kaikki erilaiset tasot ajatella sanomalehteä ja sen tehtäviä kristallisoituvat sanomalehden muodossa. Tuolla muodolla tarkoitetaan näkyvää rakennetta, joka tekee esimerkiksi Aamulehdestä tunnistettavan, vaikka sen sisältö muuttuu joka päivä. Muoto sisältää taiton, muotoilun eli ulkoasun ja typografian, mutta se sisältää myös kuvittamisen tavat, juttutyypit ja lehden rakenteen. Tuo muoto on se konteksti ja ympäristö, jossa me olemme tottuneet uimaan sisään päivän uutisiin. Sanomalehti on meille lehti silloin kun se näyttää sanomalehdeltä. Sanomalehden pitää kuitenkin myös tuntua lehdeltä. Odotuksemme pitää täyttyä, jotta tunnemme lukevamme sanomalehteä. Muodolla en tarkoita tässä yhteydessä pelkkää fyysistä olomuotoa. Siihen liittyvät kaikki mainitsemani odotukset, toiveet ja ideaalit sekä niiden pohjalta syntynyt sisältö. Muoto sisältää myös median oman ajatuksen siitä, mitä se kuvittelee itse olevansa ja edustavansa sekä miten se kuvittelee toimivansa. Lehden oma tyyli tehdä tekee siitä persoonallisen ja tunnistettavan. (Barnhurst & Nerone 2001, 3.) Erilaisista oletetuista tehtävistä kertoo lehden määritely linja.

*Aamulehti on kotimaisia ja kansainvälisiä asioita tapahtumia ja ilmiöitä avarasti havainnoiva ja tulkitseva sanomalehti. Aamulehti on Pirkanmaan tärkein viestintäväline ja puolestapuhuja. Aamulehden tehtävä on edistää alueensa ihmisten henkistä ja taloudellista hyvinvointia. Tätä lehti toteuttaa tuomalla lukijoidensa ja maakunnan tarpeita ja tavoitteita yleiseen keskusteluun.*

*Aamulehti puolustaa sananvapautta, demokratiaa, ihmisoikeuksia ja avointa yhteiskuntaa. Lehti puolustaa yksilön oikeutta ihmisarvoiseen elämään.*

*Aamulehden journalismia ohjaa pyrkimys oikeellisuuteen, oikeudenmukaisuuteen, tasapuolisuuteen ja nopeaan, monipuoliseen palveluun (...)*

*Lehti kertoo mielipiteensä pääkirjoituksissa. Tämä mielipide nojautuu lehden vakiintuneeseen arvomaailmaan. Lehti ylläpitää ja toteuttaa arvoja, joiden varaan rakentuvat itsenäisyys, kansanvaltainen järjestelmä, avoin taloudellinen järjestelmä sekä yksilön ja kansojen vapaus. Aamulehti kannustaa lukijoitaan vuoropuheluun, jossa ei vaienneta lehden kannan vastaisia mielipiteitä (...)*

*Aamulehden journalistista työtä ohjaavat sananvapauslaki, lehtimiehen ohjeet ja lehden määrittelemät sisäiset journalistiset pelisäännöt. Kaikessa toiminnassaan Aamulehti toteuttaa arvojaan: luotettavuutta, inhimillisyyttä, rohkeutta ja kannattavuutta. (Otteita Aamulehden linjasta lehden tyylikirjasta vuodelta 2005)*

Aamulehden määrittelemä linjateksti kertoo, että sanomalehteä voi ja pitää ajatella monella tasolla. Pitää kuitenkin muistaa, että lehti on myös riippuvainen ympäristöstään ja ajastaan. Kevin Barnhurst ja John Nerone väittävätkin, että sanomalehden muodosta voi löytää viime aikojen historialliset käännekohtat ja ajalle ominaiset yhteiskunnalliset ajattelutavat. Sanomalehti on aina kiinni ajassaan. (Barnhurst & Nerone 2001, 13.)

## 2.1. Mikä on lehti uudistus?

Moniulotteisen sanomalehden uudistaminen on myös moniulotteinen projekti. Useissa akateemisissa töissä ja muissakin kirjallisissa lähteissä törmää sanaan ulkoasu-uudistus, vaikka kirjoittaja kuvaa paljon laajempaa muutosta kuin pelkkää sanomalehden ulkoasullista muutosta. Ulkoasu-uudistus on hieman harhaanjohtava sana, joka ei tässä yhteydessä käytettynä kerro itsestään kaikkia puolia. Pelkkä ulkoasun uudistaminen on lähes mahdotonta, sillä myös silloin puututaan jollakin tavoin lehden sisältöön ja esittämisen tapoihin.

Hyvin usein sanomalehtien uudistuksiin liittyy myös sisällöllisiä, rakenteellisia, teknisiä ja toimitusorganisaatioon liittyviä muutoksia. Parempi sana lehtien uudistusten kuvaamiseksi olisikin yksinkertaisesti lehti uudistus.

Hannu Pulkkinen määrittelee lisensiaattityössään (2002) ja väitöskirjassaan (2008) ulkoasu-uudistuksen. Hänen mukaansa ulkoasu-uudistukseksi ei voi laskea pieniä muutoksia lehden yksittäisissä sivuissa tai typografiassa: perusteellista uudistusta voisi verrata kunnon kylpyyn tai saunomiseen, jossa puhdistaudutaan perusteellisesti ja josta tullaan virkistäytyneenä ja jopa sisäisesti uudistautuneena. Kokonaisuudistus vaatii riittävän pitkän suunnitteluvaiheen ja silloin myös lehden tavoitteet, rakenteet, sisältö ja ilmaisutavat ovat käsittelyn kohteena. (Pulkkinen 2002, 17.) Pulkkinen määritelmä laajenee aika tavalla ulos pelkästä ulkoasusta. Mielestäni tällaisessa tapauksessa voisi puhua ihan reilusti lehti uudistuksesta.

## 2.2. Muutos kerralla vai hivuttamalla?

Ennen lehti uudistuksen julkituloa ja vielä pitkään sen jälkeen toimituksen kaikki tekijät joutuvat miettimään työtään. Myös organisaatiota uudistetaan ja esimerkiksi Aamulehdessä toimituksen uutisdeskin istumapaikat ja niiden järjestys mietittiin uudelleen. Muutos näkyy jopa konkreettisesti toimituksessa.

Lehti uudistuksen hektisintä vaihetta voisikin kuvailla lehtisuunnittelija Mario Garcian sanoin: ”You plan it carefully, you test it with the readers and then one day you go with BANG!” (Pulkkinen 2002, 18.)

Aamulehden uudistus oli kokoluokaltaan BIG BANG. Lehti uudistuksessa avustaneet brittikonsultit Terry Watson ja Ally Palmer olivat huolissaan siitä, että nyt haukattiin liian iso pala kerralla. Sisällön ja muodon uudistamisen rinnalla muokattiin organisaatiota, vaihdettiin taittojärjestelmää ja siirryttiin ennakoivan taiton käyttöön.

Toimituksen teknisten uudistusten toteuttaminen vei valtavasti aikaa muulta suunnittelulta. Varsinkin lehti uudistuksen sisältökysymykset jäivät suurelta osin



uudistuksen jälkeisen ajan arkirutiinien huoleksi. Tarkempia sisällöllisiä linjauksia ja puuttumista kirjoittamisen tyyliin tehtiin vähän sillä asenteella, että ”katsotaan mitä tästä tulee, kun saadaan ulkoasu, organisaatio ja tekniikka valmiiksi”.

Toisaalta vastaava päätoimittaja Matti Apunen korosti, että aivan radikaaleihin muutoksiin ei ollut syytä lähteä, sillä moni asia kuitenkin oli kunnossa Aamulehdessä. Tehtyjen muutosten täytyi olla hyvin perusteltuja. Vain uudistumisen takia ei kannata lähteä uudistamaan. Sisältöjä aiottiin kehittää järjestelmällisesti myös uudistuksen jälkeen. Myös päälliköiden tehtäväkentät avautuvat ajan myötä. Apunen muisteli, että edellisen uudistuksen (vuonna 2000) työtapojen ja sisältöjen omaksumiseen meni toimitukselta aikaa noin kaksi vuotta. Vuoden 2007 uudistuksen täydelliseen ymmärtämiseen toimituksessa voi hyvinkin kulua saman verran aikaa.

Kokonaisuudessaan Aamulehden lehti uudistus oli selkeä hyppy uudelle vuosituhannele ja valmistautumista tulevaan. Uudistuksessa näkyy historiallinen kehitys kohti visuaalisesti laadukkaampaa sanomalehteä. Tämä näkyi uudistuksen aikana ulkoasupäällikkö Ari Kinnarin työpanoksessa. Kinnari on Aamulehden historian ensimmäisen ulkoasuekspertti, joka vastasi useista käytännön asioista uudistuksessa. Visuaaliasiantuntijoiden rooli onkin kasvanut toimituksissa medioiden modernisoituessa (Barnhurst & Nerone 2001, 21). Kilpailu medioiden kesken on niin kovaa, että nykyään myös design on menestyksen ehto.

Pelkällä kauniilla ulospanolla lukijaa ei kuitenkaan vakuuteta. Sanomalehti on moniulotteinen uutisympäristö, jossa pitää olla hajuja, ääniä, makuja, asenteita, silmäniloa ja tunnetta. Lukija ei vain lue sanomalehteä, vaan ui siihen sisään (Barnhurst & Nerone 2001, 6–7). Silloin sanomalehden totuttu muoto, konteksti ja sen luoma sosiaalinen verkosto sekä maailmankuva täytyy ottaa kokonaisuutena huomioon. Ulkoasupäällikkö Ari Kinnari pohtikin elokuussa 2007 lehti uudistuksen määritelmää ja päätyi pohtimaan, että kumpi tulee ensin ulkoasu vai sisältö. Siis kumpi täytyy olla olemassa ensin: toimiva ulkoasu vai organisaatio, joka luo sisältöä? Ja pystyykö nykyään kumpaakaan toteuttamaan irrallaan toisistaan?

*Ulkoasun tekeminen on huomattavasti helpompaa kuin organisatoristen kysymysten kokonaan rakentaminen, kun ihmiset ovat kuitenkin erilaisia. Jos tehtäisiin pelkästään ulkoasua niin tämä olisi jo tehty. Mehän on tehty tämä nyt pitkän kaavan kautta, mutta se on tehty vain sen takia, että saataisiin tämä vietyä myös läpi ja pidettyä siellä. Se on tärkeintä, että kyllähän mikä tahansa uudistus voidaan tehdä niin että se pitää pari*



*viikkoa. Sitten se voi lopsahtaa helposti, mutta että saadaan tämä toimimaan, täytyy uudistaa myös se organisaatio. Pysyvästi. (Ari Kinnari)*

Ennen uudistusta ja heti uudistuksen jälkeen pitää käydä läpi toimituksen sisäinen myllerrys. Se voi olla rajukin tappelu ja vääntö. Toimituksessa se tarkoittaa uusien tehtäväkenttien määrittämistä ja työvuorojen muuttamista.

Taiteiden maisterin Lasse Rantasen mukaan moni toimitus on lähtenyt suurin toivein tekemään vuosisadan lehti-uudistusta ja on jälkeensä ihmetellyt, miksi uusi lehti ei toiminutkaan. Hyvää suunnitelmaa ei pystytty toteuttamaan käytännössä. Rantanen vaatii, että uudistamiselle pitää olla hyvä syy. Kyllästyminen omaan designiin tai kilpailijan uudistus eivät ole hyviä syitä. Rantanen painottaa, että uudistuksessa aina myös työprosessin on muututtava. Palaverikäytännöt, aikataulut ja työtehtävien jako vaativat uudelleenarviointia. (Rantanen 2007, 206–207.)

*Ihmiset eivät tajua, miten suuresta muutoksesta on loppujenlopuksi kysymys. Mikä nyt toisaalta voi olla hyväkin. Eli tässä tulee jumalaton toimintatavan muutos. Meidän täytyy tehdä valintoja siinä, että tämä ennakoivan taiton kautta toimii. Eli kun teet tiettyjen sabluunoiden mukaan niin se tarkoittaa, että tähän sabluunaan kuuluu 1 200 merkin kainalo. Piste. Jos on hyvät perusteet, niin murretaan ne valmiit mallit, mutta se ei saa olla joka jutun kohdalla toistuva asia. (Ari Kinnari)*

## 2.3 Sanomalehti on aikansa kulttuurin tuote

Sanomalehti on muovautunut aina aikansa tarpeiden mukaiseksi. Teknologinen kehitys ja muutokset yhteiskunnallisissa ajattelutavoissa sekä myöhemmin kulutustavoissa ovat muuttaneet sanomalehteä. Sanomalehden muoto ja sisältö heijastelee tuota kehitystä.

Sanomalehti syntyi 1600-luvun Euroopassa eliitin viestintämuodoksi, joka noudatti klassisen kirjan ilmaisutapaa. Kirjan typografialla tehtiin ensimmäiset suomalaisetkin lehdet: Tidningar Utgifne Af et Sällskap i Åbo eli Åbo Tidningar 1771 ja Suomenkieliset tietosanomat 1775. Lehtien mallia oli haettu Tukholmasta. (Mervola 1995 36–38.) Suomalaiset lehdet ovat alkuvaiheessa saaneet vaikutteita erityisesti Ruotsista ja Saksasta, myöhemmin merkittävä vaikuttaja on ollut Yhdysvallat.

Gutenbergin kirjapaino mahdollisti lehtien tekemisen, mutta joukkotiedotus syntyi höyrykäyttöisen rotaatiopainokoneen aikana. Massalevikkien lehdistö syntyi 1830-luvulla Pariisissa ja New Yorkissa (”penny papers”). Painetut sanoma- ja aikakauslehdet olivat ainoa massamedia 90 vuotta, kunnes 1920-luvulla kilpailemaan kehittyivät elokuva ja radio. (Pulkkinen 2002, 38)

## Sanomalehden tyypit ja ideaalit

Vuosi	Tyyppi	Ideaali
1700	Painajien lehti	Kahvila
1770		Kaupunkikokous
1820	Toimittajien lehti	Lakitupa
1850	Kustantajien lehti	Markkinapaikka
1880	Teollinen lehti	Tavaratalo
1910		
	Ammattilaisten lehti	Sosiaalinen kartta
1950		
	Yrityslehti	Indeksi
1980		

Lähde: Barnhurst & Nerone (2003)

Ensimmäiset amerikkalaiset lehdet olivat kirjapainajien kokoamia (printer's papers), sisällöltään ja ulkoasultaan kotitekoisen näköisiä lehtiä, joiden sisältönä olivat viikkoja tai jopa kuukausia vanhat tapahtumat tai sattumukset. 1800-luvulla lehdet kehittyivät toimittajavetoisiksi (editor's papers) ja niillä oli tärkeä rooli poliittisten puolueiden

toiminnassa. Levikkien kasvaessa kustantamisesta tuli liiketoimintaa (publisher's papers). Tätä ulkoasultaan sekavaa ja lyhyillä sähkeillä ahdettua lehtimuotoa on sanottu viktoriaaniseksi. Lukijoiden mukaan jaotelleen voi sanoa, että painajien lehteä tehtiin eliitille, toimittajien lehteä äänestäjille ja kustantajien lehteä ostokykäiselle kuluttajalle. (Barnhurst & Nerone 13–17, 85; Pulkkinen, 2002, 38.)

1800-luvulla sanomalehtien sivut kasvoivat broadsheet-kokoon ja palstamäärä kasvoi, ensin kahteen ja kolmeen, sitten aina yhä runsaamman sisällön takia seitsemään ja kahdeksaan. Kustantajien lehden aikaan jokainen millillä oli puhdasta rahaa. Nopeasti juoksutetut uutissähkeet ja ilmoitukset olivat tiukasti palstalinjojen välissä. Lehden sisältö oli lennättimen kehityksen tuoman mahdollisuuden mukaan täynnä lyhyitä sähkeitä myös kaukaisemmista tapahtumista. Kustantajien lehdissä oli myös pidempiä poliittisesti kantaa ottavia artikkeleita, koska sanomalehden rooli puolueiden toiminnassa oli jättänyt jälkensä kustantajien lehteen.

Suomessa J.V. Snellman vaati lehtien ilmestymistä ”kokonaan toisessa ulkomuodossa”. Vuonna 1844 Kuopiossa alkoikin ilmestyä uusi lehti, Saima. Se oli kolmipalstainen kun muut lehdet olivat kaksipalstaisia. Snellman vaati suomalaisten lehtien sisällön kehittämistä ja samalla hän vaati ulkoasun muutoksia: uusi sisältö vaati suuremman formaatin ja suuremmat kirjaimet. Snellmania voidaankin pitää ensimmäisenä suomalaisena lehti-uudistajana, joka ajatteli sanomalehden sisältöä ja muotoa. (Mervola, 1995, 66–68.) Snellmanin viitoittamaa kehitystä tapahtui. Sanomalehti eriytyi kirjan muodosta 1800-luvun puolivälin jälkeen, ja lehtien formaatti sekä palstamäärä kasvoi. Hufvudstadsbladetissa oli vuonna 1890 peräti kymmenen palstaa. Sisällöksi kelpasivat lyhyet sähkeet, poliittiset kirjoitukset, seurakunnan asiat ja kertomukset erikoisista sattumuksista. (Mervola 1995, 130–134.)

**Aamulehti perustettiin vuonna 1881.** Vuonna 1883 nelisivuinen Aamulehti oli hyvin asiallinen ja informatiivinen sanomalehti. Viisipalstainen lehti sisälsi paljon arkeen liittyvää tietoa yhdistysten kokouksista ja järjestetyistä tapahtumista. Lehti kertoi muun muassa ehdotuksesta raittiuden seuran perustamiseksi Tampereella. Lyhyiden uutisten seasta saattoi löytyä myös hieman pidempää luettavaa. ”Naisyliopisto Amerikassa



– Matkakuvaelma” kertoi tarinanomaisesti mitä naisten Amerikan reissulla oikein oli tapahtunut.

**Kuva 1.** Aamulehti sisälsi paljon tiedotteenomaisia tekstejä. Mukaan mahtui myös muutama tarinallinen elementti.

Suomen ensimmäinen suunnitelmallinen lehtiuidustus tehtiin Hufvudstadsbladetissa vuonna 1885. Samalla myös lehtien sisällöt monipuolistuivat. Materiaalia saatiin yhä suurenevalta avustajajoukolta. Varsinkin ”maaseutuavustajien” määrä kasvoi lehdistä (Mervola 1995, 117–118). Suomessa painotekniikan kehitys eli rotaatiopainokoneet mahdollistivat

sivumäärän kasvattamisen neljästä ylöspäin vasta 1900-luvulla. Kun palsta- ja myöhemmin sivumäärä kasvoi, piti ajatella entistä enemmän aineiston sijoittelua eli taittoa. Sisältöjen jako osastoihin ja otsikointi selkiyttivät lehtiä.

Maailmalla massatuotannon myötä lehtien julkaisemisesta tuli bisnestä. USA:ssa ensimmäisiä suuria lehtiä olivat Pulitzerin ja Hearstin lehdet, Englannissa massojen päivälehti oli Daily Mail. Lehdet oli suunniteltu kiireiselle lukijalle. Jutut lyhenivät ja otsikointiin kiinnitettiin huomiota. Lyhyet ja lukemaan houkuttelevat otsikot muuttivat myös laatulehtien otsikointitapoja.

Tabloid-lehdistö oli keskeinen vaikuttaja sanomalehti-ilmaisuuden kehittämisessä. Englantilainen Daily Mirror palkkasi ensimmäiset valokuvaajansa vuonna 1904.



Kuvitetut ja rohkean ilmaisun lehdet saivat lukijoikseen uusia ihmisiä. Kuvitettu lehti kiinnosti myös lukutaidotonta väestönosaa. Suuren yleisön lehtien aineistoa olivat onnettomuus-, rikos-, ja skandaaliuutiset, jotka lomittuivat teollisten tuotteiden ja palveluiden mainoksiin. Voidaan sanoa, että jo 1800-luvulla suuren yleisön sanomalehti sai perusluonteensa, jonka se on suurelta osin säilyttänyt vuosituhannen vaihteeseen saakka. Sanomalehti on eräänlainen tilkkutäkki, jossa erilaiset ja jopa vastakkaiset elementit ovat sekoittuneet keskenään jännittävällä tavalla. (Pulkinen 2002, 40.)

1900-luvun alussa uutisjournalismi nosti päätään. Euroopassa ja Yhdysvalloissa lehdet ottivat käyttöönsä uutisetusivun. Pohjoismaissa tanskalainen Politiken vuonna 1905 ja Ruotsissa Dagens Nyheter olivat edelläkävijöitä uutisjournalismissa. Suomessa Dagens Tidning otti näiden esikuvien mukaisen uutisetusivun käyttöön vuonna 1911. Ensimmäinen suomalainen moderni uutissivu näytti voimansa seuraavana vuonna, kun lehti kertoi Titanicin uppoamisesta viiden palstan otsikolla ja kuvalla. (Mervola 1995, 189) Teknisen kehityksen mukana myös realismi tuli journalismiin. (Barnhurst & Nerone 2001, 111–112.) Kuvien ilmestyminen lehtiin loi vaatimuksia myös tuottaa

tarkempia faktoja. Amatöörimäinen ja epätarkka tarinankerronta ei enää kukoistanut 1900-luvun alun lehdissä. Realismi ja vaatimus tarkemmista faktoista synnyttivät myös toimittajan ammatin. Aikaisemmin lehtien toimittamisesta olivat usein vastanneet opettajat, kirjailijat tai muu sivistyneistö.

**Kuva 2.** Kolmessakymmenessä vuodessa Aamulehden ulkomoito ei ollut juuri muuttunut. Sisäsiivuilla käytettiin kuitenkin piirroksia entistä rohkeammin.

**Vuonna 1913 Aamulehti oli kasvanut 8-sivuiseksi. Yhä monipuolisempi sisältö kertoi muun muassa taidetautumista. Selkeät mielipidekirjoitukset ja**



lehden omat kannanotot olivat yleistyneet. ”Kansanlehteä kirjoittavat typerykset” ja ”Riita Rosendahlin tontin rajoista” otsikot toivat lehteen jo politiikkaa ja räväkkyyttä. Piirroukset ja kuvitukset ennakoivat politiikan uutisoinnin voimakasta esiinmarssia.

Maailmalla ensimmäisen maailmansodan dramaattiset tapahtumat lisäsivät lehtien kuvituksia ja suurensivat otsikoita. Otsikoiden koot ryhdyttiin määrittelemään juttujen painoarvon mukaan. Esimerkin antajina olivat laajalevikkiset englantilaislehdet Daily Herald, Daily Mail ja Daily Express. (Pulkkinen 2002, 41.)

Modernin sanomalehden synty sijoitetaankin ensimmäisen maailmansodan jälkeiseen aikaan. Barnhurst ja Nerone jakavat sanomalehden vaiheet esimoderniin, klassiseen moderniin (1940-luvulta eteenpäin), täysmoderniin (1970-luvulta eteenpäin) ja myöhäismoderniin (1980-luvulta eteenpäin). Modernille sanomalehdelle on tyypillistä hierarkkisesti järjestetty ja arvoltaan etusivu sekä selkeä osastojako eli rakenne.

Typografisin keinoin uutiset leimattiin vakaviksi (kuten etusivu, pääkirjoitussivu ja

taloussosasto) ja kevyiksi (kuten urheilusivut). Lehtien ulkoasu kehitettiin ilmentämään näitä sisällöllisiä arvostuksia. (Barnhurst & Nerone 2001, 18–22.)

Päivän tärkeimmät uutiset kertova etusivu eli paraatisivu otettiin käyttöön Uudessa Suomessa ja Helsingin Sanomissa vuonna 1919. (Mervola 1995, 171, 189–195.)

**Kuva 3.** Pidemmät jutut ja jo useat kuvat näkyivät Aamulehden sivuilla 1920-luvun lopulla.

**Vuonna 1928** Aamulehti kertoi yhä enemmän päivän poliittikasta. Uutta sisältöä olivat reportaasit, joiden ohessa oli myös useita kuvia. 8-sivuisen lehden juttupituudet olivat kasvaneet merkittävästi. Muutama lehden jutuista oli selkeästi pidempi.



Yhteiskunnallinen keskustelu oli yhä vilkkaampaa lehdessä. ”Sokerijuurikassato jää viimevuotista pienemmäksi” ja ”Moottoriajoneuvoveroa uudistetaan” otsikot voisivat olla myös nykyajan lehdessä. Ammattimaisuus ja journalismin tason nousu näkyivät 1920-luvun lopun Aamulehden sisällössä.

Helsingin Sanomat teki vuonna 1935 uudistuksen, josta ensimmäistä kertaa Suomessa kerrottiin myös lukijoille. Pääkirjoitussivu sijoitettiin tuoreimpien uutisten kanssa lehden keskiosaan. Lukijat olivat valittaneet, että uutissivut olivat hajanaisia ja vaikeasti luettavia, koska ylhäällä keskellä tekstiä oli ilmoituksia. Lehti kertoi pyrkivänsä siihen, että ”ilmoittajan kanssa tapahtuvan yhteisyyden avulla” ilmoitukset sijoitettaisiin alhaalta ylöspäin pitkin sivun reunoja. (Pulkinen 2002, 42.)

Maailmansotien välinen aika merkitsi suurta kehitystä sanomalehtien ulkoasussa, kuvituksessa ja typografiassa. Näkemys sanomalehden toimitustyöstä muuttui radikaalisti. Toimittajat ottivat entistä enemmän vastuuta lehden tuotannossa. Lehden ulkoasua ei haluttu jättää painon huoleksi, vaan toimitus halusi vaikuttaa myös lehden muodon suunnitteluun. (Mervola 1995, 226 ja Pulkinen 2002, 43.)

1930- ja 1940-luvuilla englantilaiset ja amerikkalaiset lehdet hakivat suuria lukijamääriä. Sirkusmainen taitto, sensaatiomaiset otsikkokoot, rohkeampi kuvan käyttöä ja kuvien sekä tekstin yhteispeli olivat kadunmiehen mieleen. Helppolukuisuus ja viihdyttävyyys sekä suuret valokuvat kasvattivat lehtien myyntilukuja valtavasti. Daily Mirror, joka otti ensimmäisenä käyttöön sarjakuvasivut, kasvatti 1930-luvun puolivälissä levikkinsä yli viiden miljoonan rajan.

1930-luku oli uudistamisen aikaa, jolloin valokuvat tulivat voimalla lehtien sivuille. Moderni kuvajournalismi sai hyväksytyt asemat. Tekninen kehitys salli uudenlaiset kuvat, jossa oli luontevuutta, liikettä, tunnetta ja todistusvoimaa. Suurten murrosten aikana sanomalehtien sisältö oli entistä uutismaisempaa.

Suomessa varsinkin ulkomaan uutisia oli lehdissä runsaasti. Helsingin Sanomat otti lehteensä 1930-luvulla myös pääartikkelin eli neliön, jossa käsiteltiin jotakin aihetta hyvin taustoittavasti ja perusteellisesti. (Mervola 1995, 247) Neliö oli myöhemmin lehtiin tulleiden asiantuntija-artikkeleiden esimuoto.

Sanomalehtien sisältö ja sisällön hierarkia kehittyivät ammattijournalistien tullessa pikku hiljaa sanomalehtiin. Sanomalehti ei ollut enää rajoittunut ikkuna maailmaan vaan siitä alkoi muodostua sosiaalinen kartta, joka ilmensi entistä paremmin yhteiskuntaa. Sanomalehtien rakenne alkoi kehittyä kohti nykyistä järjestystä. Aiheet monipuolistuivat



ja eriytyivät. Poliitiikan, talouden ja ulkomaan uutisten rinnalle tuli myös hieman kevyempiä aiheita esimerkiksi henkilökuvia ja pohtivampia kirjoituksia. Monipuolisen sosiaalisen kartan luominen ei kuitenkaan ole helppoa ja se seikka nosti toimittajan uudelle jalustalle, ammattilaiseksi. (Barnhurst & Nerone, 220–221.)

Kuvalehdet Fortune, Life, Look ja Times yhdistivät kuvan ja tekstin uudella tavalla 1930- ja 1940-luvulla. Aikakauslehtisuunnittelu nosti esiin peruskysymyksiä, joita käyn läpi myös tässä tutkielmassa: editing ja design kulkevat rinnatusten ja toimittajan ja muotoilijan roolit menevät usein päällekkäin. Tällainen ajattelu oli aivan uutta ensimmäisissä moderneissa sanomalehdissä. Tosin saman kysymyksen äärelle palataan vielä nykyäänkin kaikissa toimituksissa. Vieläkin toimittaja saattaa ajatella sisältöä tekstimuotoisena tarinana tai graafikko kauniina sommitelmana.

**Vuonna 1943 Aamulehti kertoi sodasta hyvin monipuolisesti. Kuvat, sarjakuvat ja kartat elävöittivät analyttisiä kirjoituksia. ”Saksalaisten menestykset jatkuvat”,**

pohti miten venäläisten on luovuttava merkittävästä puolustusvyöhykkeestään, jotta he saavat saksalaiset pysähtymään. Pakinat, tarinat ja muistelot ”Kihniön suurpalosta 10 vuotta” olivat ilmestyneet Aamulehden sivuille. Lehti oli sisällön järjestykseltään vielä kohtuullisen sekava, mutta juttujen päällä saattoi olla teksti siitä mihin osastoon se kuului. Urheilua, ulkomailta tai talouselämää teksti ohjasi jo hieman lukijaa.

**Kuva 4.** Aamulehden etusivu nosti jo esiin tärkeimmät uutiset. Selkeä juttuhierarkia oli syntynyt lehteen.



Esimodernin sanomalehden vielä sekava ulkoasu piti visuaalisuuden ammattilaiset poissa sanomalehtien toimituksista. Uudet ratkaisut tulivatkin sanomalehtiin aikakauslehtien kautta. Tällainen on esimerkiksi moduuli- eli lohkotaitto, jossa teksti ja kuvat pyritään muodostamaan suorakaiteen muotoisiksi blokeiksi. Tyhjän tilan käyttö, kontrastien hyödyntäminen ja värien käyttö ovat kehittyneet ensin aikakauslehdissä. Myös kuvien ja tekstien yhteiskerronta, kuvakombot ja kuvajournalismi ovat siirtyneet aikakauslehdistä sanomalehtiin. Nykyisin sanomalehdissä suosittu uutisgrafiikka kehitettiin suurissa uutiskuvalehdissä. (Pulkkinen 2002, 47.)

Ammattimainen sanomalehden suunnittelun alkuketket voidaan sijoittaa 1920-luvun lopulle. Silloin Linotype Newsissä työskennellyt toimittaja John Allen aloitti kampanjan lehtiotsikoiden ”virtaviivaistamiseksi” ja Stanley Morison aloitti Englannissa sanomalehtitypografian kriittisen tutkimisen ja uuden typografian kehittämisen sanomalehdille. (Hutt 1973, 107.) Kesti kuitenkin vielä vuosikymmeniä ennen kuin Allenin otsikkouudistukset ja juttujen taittaminen vaakasuoriin blokkeihin yleistyi sanomalehdissä. (Pulkkinen 2002, 50.)

Uuden tyylin nousukausi näkyi 1940- ja 1950-luvun Yhdysvalloissa. Yritykset alkoivat rakentaa markkinointia graafisten tunnusten varaan. Modernista ilmaisutyylistä tuli osa yritysten imagoa. Uusista medioista (radio ja televisio) huolimatta muutokset tapahtuivat sanomalehdissä hitaasti. Uuden ajan mediat eivät maailmansotien jälkeen vielä uhanneet vakavasti sanomalehden asemaa. Sanomalehden asema oli niin vahva, että se oli jopa oman kehittymisensä este. Tyyllillisesti sanomalehti oli pitkään menneen maailman, viktoriaanisen ajan luomus, mutta se ei lukijoita häirinnyt. Päinvastoin, lukijat saattoivat jopa suhtautua pelokkaasti niihin nopeisiin murroksiin, joita moderni tiede, tekniikka ja elämäntapa toivat tullessaan. (Pulkkinen 2002, 51.)

Muutokset tulivat kuitenkin hiljalleen sanomalehtiin 1950-luvulla. Väritelevisio ja kuvallisen viestinnän kehitys pakottivat tarkastelemaan perinteisiä lehtiä kriittisemmin. Ihmisten tottumukset ja vaatimukset kehittyivät, ja silloin sanomalehtienkin oli uudistuttava. Kuvallinen kehitys oli tuonut mukanaan myös taittoa toteuttavia ja kuvia käsitteleviä ihmisiä lisää lehtitaloihin. Samalla tietokoneistettu valoladonta ja offset-paino antoivat uudistuksille konkreettiset mahdollisuudet.

Barnhurstin ja Neronen mukaan teknologia ei kuitenkaan ole syy uudistaa lehteä. Heidän mielestään suurin syy on aina journalismin muutoksessa. Uutisia välittävän toimittajan tilalle tulikin todellinen ammattijournalisti, joka pyrki järjestämään ja tulkitsemaan yhä kiihtyvää uutistulvaa. Moderni tyyli toimi sosiaalisen kartan tapan,



joka tarjosi lukijalle jalostetun ja järjestetyn sekä valmiiksi pohditun näkemyksen maailmaan. Sanomalehti oli kartta, jossa lukija pystyi luovimaan haluamaansa suuntaan ja etsimään selityksiä sekä suhteita maailmasta. (Barnhurst & Nerone 2001, 3, 25, 188.)

**Vuonna 1958 Aamulehti** oli jo 16-sivuinen. Erilliset sunnuntaisivut lisäsivät taustoittavaa materiaalia runkolehden sivuilla. Lehti kertoi sivun artikkelissa muun muassa Donald W. Douglasista – DC-liikennealentokoneiden väsymättömästä luojasta ja kehittäjästä. Osastojako lehdessä ei vielä ollut selkeä, mutta aiheita osattiin

sijoittaa yhteen tiiviimmiksi kokonaisuuksiksi. Urheilusivut erottuivat jo selkeästi muusta lehden sisällöstä. Juttuja kuvitettiin useilla kuvilla. Varsinkin poliittiset päättäjät saivat kasvonsa tunnetuksi. Sisällöllisesti kiinnostivat ulkomaiden tapahtumat, sillä maailma eli suurten muutosten aikaa. Poliitikka nousi tärkeäksi sisällöksi. Aamulehti pakinoi pääkirjoitussivullaan esimerkiksi otsikolla ”Kansallisen kokoomuksen synty”.

**Kuva 5.** Kuvia käytettiin runsaasti Aamulehdessä 1950-luvun lopussa.



Barnhurstin ja Neronen mukaan vuosina 1955–1965 modernistiset ulkoasuperiaatteet alkoivat hallita amerikkalaislehtien etusivuja. Etusivulle tuli vähemmän palstoja, vähemmän aiheita, enemmän kuvituksia, vaakataittoa ja selkeyttä (Barnhurst & Nerone 2001, 202). Funktionaalinen eli toimiva ja yksinkertainen tyyli on ollut suuri yksittäinen tyyliuunta, joka vieläkin vaikuttaa sanomalehdissä. Sanomalehtisuunnitteluun tyyli on vaikuttanut ennen kaikkea lohkotaiton muodossa. Merkittävä tapahtuma 1960-luvulla oli lontoolaisen Sunday Timesin uudistuminen. Osastoihin jaettu lehti suosi vaakasuuntaisia, kaksirivisiä otsikoita. Taitto oli lohkotaittoa. 1970-luvun alussa tätä laatulehtityyliä käytettiin useammassa uudistuksessa. The Observer, The Guardian ja The Times siirtyivät lohkotaittoon. (Hutt ja James 1973, 172–191; Mervola 1995, 294.)

1960-luvulla suomalaiset lehdet kehittyivät nopeasti. Sanomalehtien uudistamisesta ryhdyttiin keskustelemaan television yleistyessä. Suomen Lehdistö kiinnitti vuonna 1959 huomiota lehtien heikkoon ulkoasuun. Kymmenen vuotta myöhemmin järjestettiin jo alaan liittyviä kursseja ja koulutustilaisuuksia. Koulutus oli tarpeen sillä sanomalehtien sivumäärä ja sisällön määrä moninkertaistuvat 1950- ja 1960-luvulla. Kehitys jatkui 1970-luvulla. Esimerkiksi Helsingin Sanomien sisällön määrä kolminkertaistui 1920-luvulta 1970-luvulle.

Sivumäärien nopea kasvu tarkoitti myös monipuolisempaa sisältöä. Sivumäärät lehdissä olivat jo lähempänä nykyistä tasoa. Esimerkiksi Aamulehti oli vuonna 1970 keskimäärin 23-sivuinen. Syy nopeaan kehitykseen oli painokoneiden tehon kasvu. Samaan aikaan toimituksiin myös palkattiin merkittävästi lisää toimittajia. Synnä olivat taloudellinen kasvu, joka mahdollisti investoinnit tekniikkaan ja sisältöön. Esimerkiksi Keskisuomalaisen toimittajien määrä kuusinkertaistui vuosina 1950–1970. Samalla myös toimittajien työnkuvat eriytyivät. Sanomalehtiin tuli urheilu-, kulttuuri- ja taloustoimittajia. Kevyempien sisältöjen määrä kasvoi samaan aikaan. Henkilö- ja tapahtumajournalismi sai lisää tilaa. (Mervola 1995, 287–293; Pulkkinen 2002, 55–56.)

1970-luvulla vakiintunut lohkotaitto helpotti sivujen vaikealukuisuutta.

Räjähdysmäisesti kasvanut sisältö vaati järkevän tavan järjestää se. Tästä olivat samaa

mieltä toimittajat ja lukijat. Esko Ojalan 1970 valmistuneessa tutkimuksessa lukijat pitivät sanomalehden tärkeimpänä ominaisuutena selkeyttä. Toimittajien arvojärjestyksessä selkeys tuli heti kakkosena kiinnostavuuden jälkeen.

**Kuva 6.** Aamulehden sivumäärän kasvu pakotti miettimään sisällön järjestämisen uudelleen. Etusivulla käytettiin vinkkejä, mutta niiden määrä ei ollut vielä kovin suuri.



**Vuonna 1973 Aamulehti** oli siirtynyt lohkojen aikaan. Etusivulla käytettiin linjakkaita vaakasuoria blokkeja ja lehden

rakenne sisäsivuilla oli selkeämpi. Kulttuuri, urheilu ja tiedottava viihde -osasto sisälsivät ennennäkemättömän kevyttä materiaalia. Lehteä voitiin tehdä jo yli 30 sivua, joten uusille sisällöille oli tilausta. Asiantuntija-analyysijä lehteen tuonut näkökulmapalsta pohti ajankohtaista aihetta kirjoittamalla ”tutkimustulosten tulkitsemista”. Aamulehden mielipidepalstalla pääsi ääneen yhä useampi kansalainen. Esimerkiksi nimimerkki ”Yx muija vaan” oli huolissaan television esityksistä ja niiden katsojaa ohjaavasta voimasta.

Kansainvälisesti 1970-luku toi muutoksia kulutustavaroiden muotoiluun, kirjoihin ja aikakauslehtiin. Pakkaus tuli yhtä tärkeäksi kuin sisältö. Suuret värilliset kuvat tulivat sanomalehtiin ja samalla syntyi erilaisia feature-osastoja. Paljon huomiota sai New York Timesin uudistus, joka toi lehteen uusia tunnevoimaisiin, suuriin ja värillisiin kuviin perustuvia osastoja. Tällaisia aikakauslehtimäisiä osastoja näkyy nykyäänkin monen arvostetun lehden niukkojen uutissivujen kontrastina.

1970-luvun kilpailutilanteessa sanomalehtien sisältö muuttui taustoittavammaksi ja lehti sisälsi entistä enemmän mielipiteitä. Samalla etusivun juttujen tai vinkkien määrä laski puoleen entisestä. Lehtiin ilmestyi kolumneja ja tausta-artikkeleita sekä viikonloppulukemistoja julistemaisine sivuineen.

Lohkotaitto kehittyi 1970-luvulla ja vaakasuorien laatikoiden sijaan nähtiin jo pystysuoria laatikoita. Periaatteeksi tuli ruudukon eli gridin käyttö. Asemointi kurinalaistui, ja gridistä tuli perustava osa sanomalehtisuunnittelua. 1990-luvulla tietokonetaidon myötä gridistä tuli luonnollinen osa taittotyötä, jota nykyään pidetään itsestäänselvytenä.

1970-luvun kehitykseen vaikuttivat varmasti ensimmäiset sanomalehden ilmettä ja henkeä käsittelevät kirjat. Esimerkiksi Allen *Huttin The Changing Newspaper* (1973) ja Harold *Evansin Newspaper design* (1973) ovat nykyäänkin hyviä lähde teoksia aiheesta. Ulkoasukilpailut alkoivat, ja sanomalehtisuunnittelijat perustivat vuonna 1979 The Society of Newspaper Designin. SND on kilpailuillaan, kirjoillaan ja tapahtumillaan vaikuttanut merkittävästi kansainvälisten sanomalehtien suunnitteluun ja ilmaisutapaan. SND:n pohjoismaiseksi järjestöksi perustettiin vuonna 1986 SND/S, joka on pohjoismaisten lehtikustantajien kanssa järjestänyt pohjoismaisia sanomalehtikilpailuja.

Kehittynyt lohkotaitto toi lehden suunnitteluvastuun sisälle toimituksiin. Silloin ulkoasuun liittyvät kysymykset alettiin nähdä myös osaksi toimittajan työtä, osaksi journalismia. Taittavien toimittajien määrä kasvoi (Mervola 1995, 294). Samalla



sanomalehtien kokonaisuuden hahmottaminen otti aivan uusia askeleita. Osa toimittajista alkoi erikoistua lehden suunnitteluun. Helsingin Sanomiin ja Uuteen Suomeen nimitettiin ulkoasutoimittaja vuonna 1976.

Seuraava sanomalehtien suuri murros alkoi vuonna 1982, kun USA Today julkistettiin. Se esitteli ensimmäisenä tietokonegrafikan, värikkäät sääkartat ja ennen kaikkea lyhyen ja tiiviin uutistyyppin. Uutiset kirjoitettiin tiukasti määriteltyihin tiloihin, joka noudatti selkeää sabluunaa. USA Today näytti miten sanomalehti voi palvella kiireistä lukijaa selittävällä grafiikalla ja tiivistämällä ilmaisuja. (Pulkinen 2002, 56.)

Barnhurstin ja Neronen (2001, 209–211) mukaan USA Today edustaa siirtymää jälkimoderniin lehtityyppiin. USA Todayn designia ei ole pidetty kovin kauniina, mutta se on haastanut monet ajattelemaan uudella tavalla. Sisällysluettelot, tiivistelmät, listat, lyhyet uutiset ja uutisgrafiikka ovat USA Todayn mukana sanomalehtiin tulleita elementtejä.

**Vuonna 1988 Aamulehti** oli saanut värit etusivulle ja muutamille muille sivuille. Etusivulla oli reilusti enemmän aiheita kuin 15 vuotta sitten. Sisällysluettelo ja

osastojako auttoivat jo lukijaa navigoimisessa yli 30-sivuisessa lehdessä. Selkeää rakennetta ei kuitenkaan vielä lehteen ollut syntynyt. Pakinat, mielipiteet ja kolumnit hallitsivat lehden alkupäättää. Lehti alkoi kahden sivun verran taustoittavalla ja analysoivalla materiaalilla. Uutiset saattoivat vieläkin hieman sekoittaa pakinoiden ja mielipiteiden sekaan.

**Kuva 7.** Uudet esitystavat ja muodot kannustivat kokeilemaan erikoisempiakin kuvaratkaisuja. Aamulehdessä teksti oli kuitenkin vielä pääsääntöinen esitystapa. Uutisgrafiikka kehittyi 1990-luvulla.



Hillittyä funktionaalista ajattelua ovat tulleet horjuttamaan 1980- ja 1990-luvulla nuorten aikakauslehdissä ja merkkituotemainonnassa täysin typografian säännöt rikkova tyyli. Uuden aallon suunnittelijat eivät ole aina painottaneet luettavuutta. Tietokoneteknologia yhdistettynä näihin liikkeisiin on tuonut melkoisia mullistuksia lehtisuunnitteluun. Modernismin kuivakkaa ja rationaalista visuaalista järjestystä on rikottu ja erilaisia tyyliä yhdistetty estottomasti. Suomessa esimerkiksi *Seitsemän Päivää* -lehden sekava tyyli haastaa monet laadukkaammatkin lehdet ajattelemaan sisältöjään uudella tavalla, koska lukijoita pirstaleinen ilmaisutapa ei näytä häiritsevän. Kuluttajien tavat toimia ovat myös muuttuneet. Jälkimoderni ulkoasu on ollut yleisintä nuorille suunnatussa viestinnässä, mainonnassa, musiikkivideoissa, nuorten lehdissä ja internetissä. Näiden muotivirtausten vaikutus sanomalehdistöön on ollut vielä varsin vähäistä, mutta lehtien kevyempi aineisto on voitu koota hyvinkin postmoderniin muotoon.

Grafiikoiden määrä on kasvanut sanomalehdissä jatkuvasti. Suomessa uutisgrafiikan määrä alkoi kasvaa oleellisesti 1980-luvulla. Samalla myös kiinnostus lehtien suunnittelua kohtaan kasvoi. Kiinnostus näkyi seminaareina ja erilaisina raateina, jotka Suomen Lehdistön toimesta kokoontuivat arvioimaan etusivuja, uutissivuja, kuvituksia ja taittoa. Myös sanomalehtisivukilpailut käynnistyivät uudelleen vuonna 1987. Tuomaristo kommentoi: ”Innostus puuttuu ja lisävärien käyttö on taitamatonta. Pienet seuraavat isompiaan ja omaehtoista tai paikallista sävyä ei ole. Erikoissivut ovat luovempia ja teknisesti parempia kuin etusivu.” (Pulkkinen 2002, 61)

Ulkoasun kehityksen kanssa kulkivat myös sisällöt. Moderniin sanomalehteen tulivat vahvoina elementteinä mukaan henkilöjournalismi, tragedia ja tunne. Pohjoismaisen sivukilpailun tuomaristoon vuonna 1987 osallistunut Aamulehden päätoimittaja Raimo Seppälä näki kehityksen positiiviset, mutta myös ehkä negatiiviset puolet. Seppälän mukaan kuvan merkitys oli korostunut pohjoismaisissa lehdissä. Kuvalla pyrittiin puhuttelemaan lukijaa siinä kuin tekstilläkin. Seppälän mukaan suomalaiset lehdet yllättivät skandinaaviset tuomarit omintakeisuudellaan ja rohkeudellaan, mutta hallitussa viimeistelyssä oli puutteita. Sisällön ja muodon suhteeseen Seppälä otti kantaa tuomaroidessaan seuraavana vuonna pohjoismaisessa sivukilpailussa: ”Vallankin viikonlopun sanomalehtien etusivut – reportaasisivuista puhumattakaan – alkavat yhä enemmän muistuttaa aikakauslehtien ajattomia, miettien laskelmoituja taittoratkaisuja. Alkaako sanomalehden tekijältä unohtua uutinen ulkoasun taakse? Jos niin käy, ei sanomalehtien ulkoasukilpailu ole pelkästään hyvä asia.” (Pulkkinen 2002, 61–62.)

Sanomalehdet jatkoivat uudistuksiaan kiihtyvään tahtiin 1980-luvulla. Monet lehdet vaihtoivat taloudellisessa ahdingossa tabloid-kokoon. Vuonna 1980 Uusi Suomi teki ns. vuosisadan lehti-uudistuksen. Tappiot kuitenkin jatkuivat. Uusi Suomi teki suuren uudistuksen myös 1989, jossa lehti muutettiin alkamaan uutisaukeamalla ja raskaat groteski-otsikot korvattiin antiikvalla. Uudistus ei kuitenkaan auttanut ja Uusi Suomi lopetti toimintansa 1991. Mielenkiintoiseksi Uuden Suomen tekee se, että, kirjoittaessani tätä kappaletta Aleksis Kiven päivänä 10. lokakuuta 2007, Uusi Suomi aloitti tänä aamuna verkkolehdenä 16 vuoden tauon jälkeen. Yritys on kunnianhimoinen ja uusi suomalaisen lehdistön historiassa.

1990-luvulle tultaessa Suomen Lehdistö kokosi raadin (päätoimittaja Simopekka Nortamo, professori Jukka Pellinen ja toimitussihteeri Jouko Heikkinen) arvioimaan suomalaisen sanomalehden kehitystä vuodesta 1930 vuoteen 1990. Raati totesi lehtien muuttuneen viihteellisemmän näköisiksi. Todettiin, että pohjolan lehdet sisältävät vakavaa ja informatiivista materiaalia, mutta muistuttavat ulkoiseltaan muun

Euroopan populaarilehdistöä. (Pulkkinen 2002, 62.)



**Kuva 8.** Värit hallitsevat voimakkaasti vuonna 1994 uudistunutta Aamulehden etusivua. Sisällöllinen hierarkia kertoo kuitenkin vielä vanhoista tavoista painottaa aiheita. Nykyään Suomen maailmanmestaruutta juhlistaisiin vähintään kahdeksan palstan kuvalla.

**Vuonna 1995 Aamulehti oli kokonaan värillinen.** Sisällöltään lehti oli ryhdistäytynyt yhä enemmän uutislehdeksi. Mieli-pide ja uutinen pidettiin nyt tiukasti erillään, kun vielä 7 vuotta sitten jako ei ollut lukijalle aivan selvä. Selkeä osastojako ja rakenne tuli lehteen edellisen vuoden suuren uudistuksen myötä. Lehti jaettiin

vakavaan A-osaan ja kevyempää aineistoa sisältävään B-osaan. Oma osansa lehteä oli laaja sunnuntailukemisto, joka uusilla ilmaisutavoillaan ja aihevalinnoillaan piristi myös runkolehteä. Värejä ja graafisia elementtejä käytettiin uuden tekniikan myötä hyvin rohkeasti.

Kansainvälisten lehtisuunnittelijoiden seminaareissa, Newspaper Design 2000 and beyond (vuonna 1988) ja Newspaper Design 2020 and beyond (vuonna 1999), hahmoteltiin suuntia tulevaisuuden lehdiksi. Suunnittelijat ennustivat oikein värillisyyden, päätetaiton ja uutisgrafikan lisääntymisen. Helppokäyttöisyys ja tiiviyden suosiminen osuivat myös oikeaan. Kotitietokoneiden ja internetin vyöryä ei kuitenkaan kukaan osannut ennustaa.

2000-luvun lehtien muotoilun uutta suuntaa, retroa, ei myöskään osattu ennustaa. Nykylehdet ja niiden suunnittelijat lainaavat eri aikakausien lehdiltä parhaat puolet. Nykylehtien ei katsotakaan edustavan mitään tiettyä tyyliä, vaan eri tyylejä yhdistellään vapaasti. Kehityksen määrääjänä on ollut toimitusten ja toimituskulttuurien monimutkaistuminen ja toimitusten hierarkioiden purkaminen sekä osastojen jaon madaltaminen. Samalla toimituksiin tuotiin tiimityöskentely ja juttujen koko journalistisen työprosessin parempi hallinta. Juttujen ideointiin haluttiin mukaan kaikki tarvittavat osapuolet kirjoittajista visualisteihin. (Barnhurst & Nerone 2001, 262.)

Vapaampi suunnittelu ja toteuttaminen ovat monipuolistaneet sanomalehden tarjontaa. Sanomalehti on yhä enemmän täynnä erilaisia juttutyyppejä ja formaatteja: pientä ja isoa, listoja, faktoja, kuvakomboja, lyhyitä sähkeitä, reportaaseja, henkilökuvia, gallupeja ja kommentteja. Nyt sanomalehteen ollaan lisäämässä verkon maailmasta tuttua nopeutta, silmäiltävyyttä ja lyhyitä listamaisia juttutyyppejä.

Hannu Pulkkinen (2002) listasi lisensiaattityössään 1990-luvun merkittävimpiä sanomalehden muutostekijöitä. Hänen mukaansa tärkeimmät tekijät ovat tietokoneteknologian ja painotekniikan kehitys sekä kansainvälisen vuorovaikutuksen lisääntyminen designin alueella. Samalla lehtikustantaminen keskittyi suurille mediakonserneille. Näissä managerijohtoisissa lehdissä lehtisuunnittelusta tuli tärkeä osa lehden ilmaisua. Tyyliä voidaan vaihtaa tarpeen mukaan.

Sähköinen sivuntaitto, kuvankäsittely (Adobe Photoshop vuonna 1989) ja digitaalikamerat ovat mahdollistaneet visuaalisen ilmaisun uudet muodot. Sisältöjä on voitu luoda kuvituksina, kuvamanipulaatioina ja tietografiikkana. 1990-luvun lopulla näkyi myös internetin vaikutus. Lehdet vastasivat uuden median



tuloon perustamalla omia verkkojulkaisuja tihevään tahtiin. Osa internetin ominaispiirteistä on tullut vaivihkaa myös lehtiin. Navigointi eli lukijan ohjaaminen indeksien eli listojen avulla on yleistynyt. Myös erilaiset viittaukset lehden verkkosivuille ja muille lehden sivuilla ovat tulleet lehtien kerrontaan.

Pulkkinen nostaa esiin myös värillisyyden lisääntymisen ja sanomalehtisuunnittelun kansainvälistymisen. Ulkoasujen on nähty samankaltaistuvan maailmalla: kapeat kirjainmuodot, pastellit värisävyt, syvätyt kuvat, visuaalisten ärsykkeiden käyttö ja lähes pelkästään otsikkovinkeistä koostuva viihdepainotteinen etusivu ovat ”amerikkalaisuuksia”, jotka löytyvät yhä useammasta sanomalehdestä. Kehitys ei ole kuitenkaan tekemässä lehtiä samanlaisiksi, vaan jokaisella on omat alueelliset ja kulttuuriset piirteensä.

Nykyään eurooppalaiset lehdet ovat ottaneet johtajan asemaa sanomalehtikehityksessä pois amerikkalaisilta. Varsinkin espanjalaiset (esimerkiksi *La Vanguardia*, *El Mundo*, *El Pais*), saksalaiset (*Die Woche*), brittiläiset (*The Scotsman*) ja pohjoismaalaiset (*Politiken*, *Jyllands-Posten*, *Svenska Dagbladet*) ovat niittäneet kansainvälistä menestystä sanomalehtikilpailuissa. Suomalaisille sanomalehdille sivukilpailuihin osallistuminen oli koko 1990-luvun ajan rutiinipuhua. Osallistujien määrä on pysynyt tasaisesti samoissa määrissä: noin 12–16 lehteä. Voikin perustellusti sanoa, että osaava lehtisuunnittelu Suomessa on tiettyjen lehtien hallussa. Näissä lehdissä sanomalehden sisällön suunnitteluun ja ulkoasuun on kiinnitetty huomiota. Sivukilpailut vaikuttavat osaltaan lehtisuunnittelun kehitykseen. Kilpailut ovat foorumi, jossa tuodaan esille uusia trendejä, ratkaisumalleja ja sisällöllisiä sekä ulkoasullisia ideoita.

Nykyisistä sisällöistä Pulkkinen nostaa esiin lehtiketjujen yhteistuotannot eli sivut, joita vaihdetaan tai myydään konsernin sisällä ja sopimusten mukaan myös ulkopuolelle. Tällöin sisällön täytyy olla kaikille kelpaavaa ja hyvin yleismaailmallista asiaa esimerkiksi erilaisista teemoista liikunnasta ruokaan. Ongelmia ovat tuoneet muualta tulleiden sivujen sovittaminen omaan lehteen sopivalla tavalla. Yhteistoiminta voi säästää merkittävästi kustannuksia, mutta aiheuttaa myös pullonkauloja sekä epätasaisuutta lehden sisällössä ja muodossa.

Sisältöjen kannalta rikastuttava ja entistä enemmän painoa saava uutisgrafiikka syntyi 1980-luvulla, mutta Suomessa grafiikka löi itsensä läpi 1990-luvulla. Vuonna 1989 ilmestynyt suomalainen opaskirja uutisgrafiikasta, *Uutisgrafiikka*, painotti, että ”uutisgrafiikka on usein ainoa mahdollinen keino, jolla voidaan esittää ja havainnollistaa



monimutkaisia asiayhteyksiä”. Uutisgrafiikan valmistus vaatii kuitenkin hyvää graafisten ja journalististen taitojen hallintaa. 1990-luvulla huomattiin, että tällaisia henkilöitä ei ole Suomessa kovinkaan paljon. Grafiikka voisi kuitenkin tarjota lehdille niitä uudistumisen keinoja, joita lehdet tarvitsevat digitalisoituvassa ja kuvallistuvassa maailmassa.

**Vuonna 2001 Aamulehden** rakenne jäməköityi lähes nykyiseen muotoonsa. Vuonna 2000 tehty lehti uudistus toi lehden muotoon parempaa hallintaa. Rungas värienkäyttö ei ollut enää itsetarkoitus. Juttujen kirjoittamiseen oli kiinnitetty uudistuksessa huomiota. Varsinkin otsikoinnissa uusi tapa tehdä näkyi. Räväkät otsikot tyyliin ”Ydinvoima kuin viinaa krapulaan” veivät lehteä lukijoita haastavampaan suuntaan. Erilaiset teemasivut ilmestyivät lehden sivuille. Esimerkiksi sydän&sielu, ruoka, muoti, matkailu, tiede ja liikunta saivat sivun käyttöönsä lehden Tänään-osasta. Sisällöllisesti tunteiden ja henkilöiden esiinnostaminen sekä selkeämpi uutisgrafiikka loistivat lehdessä uudistuksen jälkeen. Muutto avokonttoriin Siperiaan ja siirtyminen seitsemän

uutispäällikön järjestelmään puski toimitukseen uutta virtaa. Angloamerikkalaisen mallin mukainen keskusjohtoinen uutishuone ja paremmin lehteä etukäteen suunnitteleva keskijohto muuttivat työtapoja toimituksessa. Samalla lukijaa aktivoitiin yhä enemmän mukaan lehden tekoon. Entistä enemmän palastellut sisällöt ennakoivat silmäilevän lukijan tarpeita.



**Kuva 9.** Uusi tuotantotapa mahdollisti laajojenkin kokonaisuuksien nopean ja monipuolisen käsittelyn. Yhdysvaltojen terrori-iskusta kerrottiin seuraavana päivänä usean aukeaman paketissa kuvin, graafein ja silmännäkijätarinoin.

## 2.4 Sanomalehden haasteet nyt

Teollistunut länsimainen yhteiskunta on entistä visuaalisempi. Muistimme on kuvallinen, mielikuvituksemme elokuvallinen ja arki televisioitunut (Barnhurst & Nerone 2001, 285). Verkko, kotitietokone ja kännykät ovat luoneet aivan uuden ympäristön, johon tuotetaan yhä nopeampia uutisia. Perinteistä sanomalehteä on tässä maailmassa vaikea nähdä. Sanomalehti on muutosten edessä, johon sen on vastattava kestäväällä tavalla.

Vesa Kallionpää tarkasteli sanomalehden ulkoasun teoreettisia kysymyksiä vuonna 1990. Hänen keskeinen päätelmänsä oli, etteivät sanomalehden ulkoasun perusteet voi olla ympäröivästä visuaalisesta kulttuurista riippumattomia. Sanomalehti on alisteinen kulttuurista riippuville havaitsemisen tavoille sanomalehden kulloisesta funktiokäsityksestä huolimatta. (Kallionpää 1990, 19.) Kallionpään huomioon pitää lisätä, että sanomalehden sisältö on alisteinen myös kulttuurimme aikakäsitykselle. 2000-luvulla se on muuttunut merkittävästi. Aikakäsityksen muutos vaikuttaa erityisesti journalistisiin aikatauluihin ja sitä kautta työprosessiin sekä niihin sisältöihin, joita sanomalehteen tuotetaan. Juttuja ei yksinkertaisesti vain voida latoa lehteen ja toivoa, että ne kiinnostaisivat lukijaa vielä huomenna.

Sanomalehti on kilpailutilanteessa, jossa se joutuu vastaamaan verkon haasteeseen. Verkon kehityskululla on väistämättä vaikutusta sanomalehden sisältöön. Yhä enemmän on elettävä myös tässä hetkessä verkkolehden kanssa, mutta samalla pitää miettiä mikä ja millä tavalla tuotettu uutinen julkaistaan seuraavan päivän lehdessä.

### 2.4.1 Journalismi murroksessa

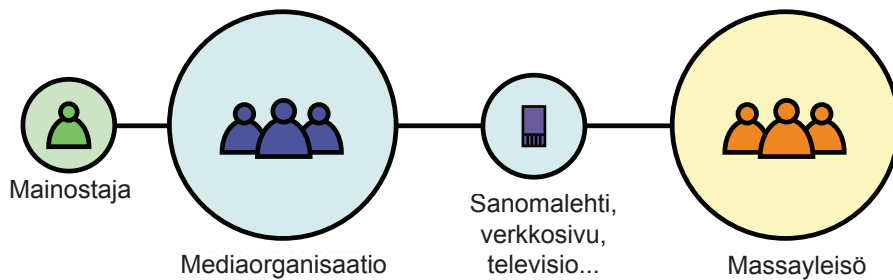
Uutiset saadaan nykyään eri medioista nopeasti ja samaa uutista lukija voi vertailla eri lähteistä. Lukija ei enää ole yhden lähteen vanki. Perinteisten medioiden (sanomalehti, radio ja televisio) yksiäänisyyteen ja yksisuuntaisuuteen perustuva journalismi on murroksen keskellä, kun lukijat oppivat paremmin käyttämään erilaisia uutislähteitä.

Mark Deuze väittää, että journalismin ideaali perinteisestä vahtikoiran roolista tai tärkeän tiedon tuottamisesta on muuttumassa lukijoiden tarpeiden ja mielenkiinnon herättämiseksi. Perinteisiä journalismin arvoja Deuze kuvaa käsitteellä journalismin ideologia. Viisi keskeistä journalismin ihannetta ovat julkinen palvelu, objektiivisuus, vapaus työssä, ajankohtaisuus (nopeus) ja eettisyys. Deuze ennustaa kahden kehityssuuntauksen murtavan näitä ideaaleja. Monikulttuurisuus pakottaa ottamaan huomioon erilaisia intressejä yhteiskunnassa ja tuottamaan keskustelevampaa

journalismia. Se pakottaa esimerkiksi miettimään objektiivisuuden käsitettä. Keskusteluun tulee mukaan uusia ja hyvinkin erilaisia lähteitä sekä toimijoita. Verkkojulkaiseminen puolestaan murentaa ajatusta journalistisesta autonomiasta ja toimittajien yksinoikeudesta tuottaa tietoa. (Deuze 2005, 442–464.)

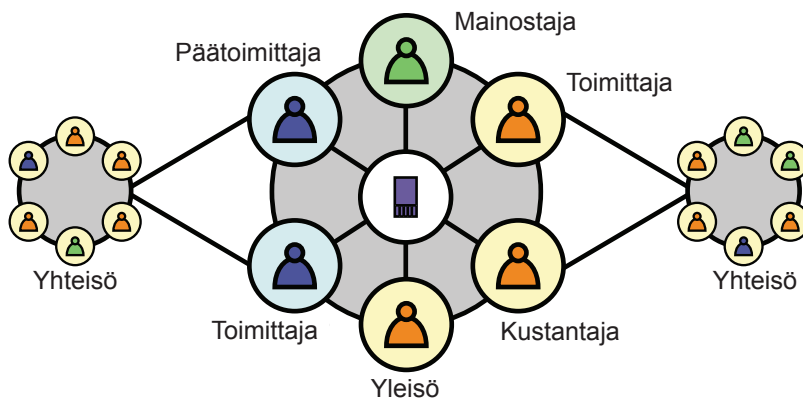
Kehityksen myötä myös perinteinen käsitys journalismista objektiivisena ja arvovapaana yksilötyönä on murroksessa. Vuonna 2001 tehty maailmanlaajuinen tutkimus median johtotason toimijoille paljasti ajatuksen journalismin murroksesta. Yksilökeskeinen, ylhäältä alas suuntautuva ja yksimediainen journalismi muuttuu ryhmäpohjaiseksi ja osallistuvaksi multimedia-journalismiksi. Tämä ajatus haastaa perinteiset käsitykset uutistyöstä ja journalismista. (Bowman ja Willis 2003; Deuze 2005, 452.)

## Yksisuuntainen uutistuotanto



Perinteinen viestinnän siirtomalli. Kontrolli uutisten tuottamisesta on toimituksella. Toimitus seuloa uutiset ennen kuin ne tulevat yleisön tietoisuuteen.

## Yhteisö tuottaa uutisia



Sosiaalinen verkko, jossa lukijan ja toimittajan roolit menevät sekaisin. Uutiset päätyvät usein ilman toimituksen seuloaa yleisön tietoisuuteen. Toimituksen kontrolli ja yksinoikeus uutisiin katoaa.

Lähde: Shayne Bowman ja Chris Willis (2003) We Media: How audiences are shaping the future of news and information. American Press Institute.

Erityisesti journalismin objektiivisuus joutuu kovalle koetukselle, koska enää ei aina ole selvää, kuka on journalisti tai tiedon tuottaja. Yhä eriytyneempi yhteiskunta ei enää tunne yhtä ainoaa totuutta. Yhteisö tuottaa aiheita journalisteille, jotka tekevät niistä uutisia. Yhteisö myös keskustelee aiheista, jossa journalisti on mukana tasavertaisena toimijana. Tämä yhteisö tuottaa lisää uutisia journalisteille. Näin lukija ja toimittaja ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa, jossa myös roolit menevät välillä päällekkäin. Myös lukija voi olla sisällöntuottaja.

*Lukijan mukaan ottaminen tuottajaksi on seuraavan 7 tai 8 vuoden aikana sanomalehtien kohtalonkysymys. Jos ne pystyvät tekemään sen luontevasti ilman holhoavaa asennetta, sitten ne menestyvät. Jos ne eivät tätä pysty tekemään, sitten ruvetaan sammuttelemaan valoja. (Matti Apunen)*

Suomessa angloamerikkalaisen objektiivisen journalismin ihanne saanee vaikutteita yhä enemmän myös keski- ja eteläeurooppalaisen journalismin tavasta toimia voimakkaana mielipidevaikuttajana. Hannu Pulkkisen mukaan tulevaisuudessa nähdään lehtien sivuilla yhä enemmän kommentoivaa ja taustoittavaa materiaalia (Pulkinen 2008). Objektiivinen journalismi on saamassa rinnalleen myös keskusteluun haastavia mielipiteitä, koska verkon aikana toimivan sanomalehden edellytys on keskusteluvampi journalismi. Juttujen täytyy haastaa lukijat antamaan palautetta. Lehtien verkkopalvelu ovat loistava kanava, jonka kautta ihmiset saadaan osallistumaan ja samalla sitoutumaan lehteen. Lukijoiden suhde lehteen onkin muuttumassa tilaajasta aktiiviseksi keskustelijaksi. Jatkossa lehtien onkin opittava näkemään ihmisten tuottamat puheenaiheet. Samalla se pakottaa lehtiä ajattelemaan perinteisiä aiheita uudella tavalla.

*Ihmiset ihan oikeutetusti sanovat, että he ovat tiedon tuottajia. Heillä on oikeus osallistua tiedon tuottamiseen. Ja ei riitä, että he saavat sanoa palautepalstalla että mitä mieltä he ovat jostakin, vaan he katsovat, varsinkin nuoret ihmiset, että heidän vaikutuksensa pitää näkyä. Sen takia järjestämme auditoriokeskusteluita, erilaisia käräjäkiertueita, tilaisuuksia, jossa ihmisten agenda nostetaan esille. Me pyydetään koko ajan heitä mukaan juttujen tekoon kertomaan tarinoitaan, antamaan aiheita, kirjoittamaan itse. Kuitenkin niin, että me annamme sen journalistisen laatutakuun, koska se on myös se, mitä ihmiset samaan aikaan odottavat. (Matti Apunen)*

Toisella tavalla sanomalehden yhteisöllisyyden kasvusta ja ehkä jopa objektiivisuuden lievästä murentumisesta kertoo Apusen luonnehdinta sanomalehden tulevaisuuden tehtävistä:

*Kollega, joka kustantaa pientä sanomalehteä Etelä-Carolinassa sanoi kerran, että sanomalehden pitää olla kriitikko, opettaja, vahtikoira, kaveri ja cheerleader. Ja nämä ensimmäiset ovat meillekin helppoja ja tuttuja...Mutta sitten tämä viimeinen. Se on meille tavallaan uusia ja outo rooli. Ja ideahan on se, että kun tässä omassa yhteisössä, josta kaikki lähtee...Ilman tätä yhteisöä meitä ei ole. Kun yhteisössä tapahtuu jotain myönteistä, meidän täytyy olla sen paraatin kärjessä, joka juhlii sitä. On saatu jotain aikaiseksi. On tehty jotain hyvää. Sanomalehdet ovat siinä vähän ujoja. En tiedä miksi. Se on se tehtävä, joka meidän pitää löytää itsestämme.*

Apusen kuvaileman yhteisöllisyyden luominen ei ole toimittajalle helppoa. Jotta se onnistuisi, journalistien on hieman nöyryyttävä ja tultava alas historian aikana syntyneeltä jalustaltaan. Ammatillinen ylpeys ja ihanne journalistista yksinäisenä sutena ovat varmasti osasyitä, miksi monimediallisuutta ja ryhmätyöskentelyä joskus vastustetaan toimituksissa. Myös lukijoiden vinkkeihin suhtaudutaan toimituksissa usein hieman ylimielisesti. Modernin ammattijournalismin yksinäisyys ja yksisuuntaisuus on vielä toimituksien rakenteissa ja kulttuurissa, mutta hiljainen muutos on käynnissä. Ammatilliseen ylpeyteen ja omahyväisyyteen kuuluu, että journalistit kuvittelevat edustavansa koko yleisöä, mutta eksperttijournalisteiltakin jää huomaamatta varsin suuri määrä muuta väestönosaa kiinnostavia aiheita.

Journalisti-lehti kritisoikin numerossaan 16/2007 median yksisilmäisyyttä ja parkkiutuneita rutiineja. ”10 myyttiä loistavista jutuista” haastoi kärjistäväällä otteella suomalaisia journalisteja rohkeuteen ja ennakkoluulottomuuteen. Journalistin julistuksista osaa voi pitää perusteltuina, jos on hieman selaillut verkkoa ja suosituimpia keskustelupalstoja. Reetta Nousiaisen ja Jussi Tuulensuun kirjoittama juttu tarttui muutamaan aiheelliseen ongelmaan.

**Media ei ole moniääninen ja moniarvoinen:** Tiedotusvälineet käsittelevät samoja asioita samoista näkökulmista. Mediaan mahtuu vain yksi aihe kerrallaan. Media juopuu omista tärkeistä uutisistaan, kuten Rosenholtz-aineiston uutisoiminen osoittaa.

**Media ei ole rohkea:** Tutkivaa journalismia näkee harvoin. Omia aiheita uskalletaan etsiä harvoin. Journalismi kykenee hahmottamaan muutosta vain yksittäisten murrosten kautta. Aihevalinnoista päättävä keskijohto ei kohtaa yhteiskunnan raakaa todellisuutta. Sama pätee koko journalistien ammattikuntaan.

**Media ei käsittele kiinnostavia aiheita:** Pölisevän kuivista jutuista paistaa eilisyys, yhdentekevyys, valistushenkinen arroganssi ja etäisyys. Miksi kenenkään pitäisi maksaa

kaksisataa euroa vuodessa siitä, että joka tuhannes juttu kiinnostaa? Lehdet keskittyvät tekemään eilisen päivän uutisia, joita kukaan ei lue.

**Kaikesta ei voi kirjoittaa:** Mediassa vallitsee laaja ja vankkumaton itsesensuuri. Huumausaineista, Nokiasta ja asevelvollisuudesta esitetetään yksi virallinen totuus. Kaikki suuret mediat vahvistavat sitä jutuissaan. Riskejä ei juuri koskaan oteta. Ei edes mielipiteellisissä tai kommentoivissa kirjoituksissa.

**Jutut eivät ole hyvin tehtyjä:** Tärkeästä aiheesta kirjoitetaan aina pitkästi ja puisevasti. Lukemaan houkutteleva juttu leimataan viihteelliseksi. Ei ymmärretä, että helppotajuisuus, nopealukuisuus ja viihdyttävyyys ja mieleenpainuvuus ovat täysin eri asioita kuin pinnallisuus.

Nousiaisen ja Tuulensuun juttu nostaa esiin ammattijournalismin yksinäisyyden luomia ongelmakohtia. Journalistin juttu muistuttaa myös tärkeimmästä seikasta: ei ole lukijan syy, jos hän jättää kuivan ja pölisevän sanomalehden tilaamatta, jos samat asiat saa paremmin selville jostain muualta, ja vielä ilmaiseksi.

Sanomalehtien on pikaisesti vastattava haasteeseen, sillä verkko tuottaa erilaisilla uutisalustoilla, keskusteluissa ja blogeissa moniäänistä sekä haastavaa aineistoa. Barnhurstin ja Neronen mukaan toimituksissa verkkojournalismia pidetään kuitenkin vielä bulkkijournalismina, mutta monet, varsinkin nuoret ihmiset, ovat ottaneet verkon pääuutislähtekseen. Yksi syy on verkon vaihtoehtojen paljoudessa. Mihinkään ei tarvitse sitoutua.

#### **2.4.2 Verkko vie uutiskärjen, mutta sitouttaa lukijoita**

Moniääninen verkko haastaa myös nopeudellaan sanomalehden. Verkko vie aina uutisesta terävimmän kärjen. Tämä vaikuttaa väistämättä sanomalehden juttujen sisältöön. Ne on mietittävä sellaisesta näkökulmasta, että ne ovat vielä aamulla tuoreita. Näkökulman muokkaaminen ei pitäisi olla ongelma, vaan sanomalehden mahdollisuus.

Mark Deuze ottaa esille Simon Cottlen tutkimuksen, jonka mukaan verkkouutisoinnin tärkein ominaisuus eli nopeus tappaa toisenlaiset näkemykset ja mielipiteet. Deuze väittää, että nopea verkkojournalismi ei tarjoa vaihtoehtoisia näkemyksiä. (Deuze, 2005, 457.) Tämä nostaa sanomalehden asemaa erilaisten ja ristiriitaisten näkökulmien julkituojana. Uutisanalyysin ja taustoittamisen paikka onkin sanomalehdessä.

Sanomalehden ja sen verkkolehden tehtävät ovatkin eriytyneissä. Verkosta tulee nopea uutisoija ja keskustelujen keskus. Aamulehden verkon uutispäällikkö



(nykyisin toimituspäällikkö) Minna Rajala kertoo jo tuhansien Aamulehden lukijoiden päivittäisestä käyttäytymisestä:

*Ihmiset katsovat mikä on kuuminta hottia tällä hetkellä. Ne katsovat sen aamulla ja lounastunnilla ja illalla. Uskon, ettei ole paljon ihmisiä, jotka edes menee sitä etusivua pidemmälle. Ne vaan katsovat ne otsikot. Sitten jos on jotain, klikkaavat sen auki.*

Aktiivisten lukijoiden sitouttaminen lehteen on yksi tulevaisuuden avaintekijöistä. Aamulehden kakkospäätoimittaja Jorma Pokkinen tiivisti, että tärkeintä on, millaisia silmäpareja verkkosivuilla käy. Jos Aamulehti kerää 200 000 pirkanmaalaista silmäparia joka viikko verkkosivuilleen, se on todella merkittävä lukumäärä. Silloin myös verkko on kannattavaa liiketoimintaa.

*Se mihin nyt keskitytään on se, että saadaan se nopeus ja luotettavuus ja semmoinen vetovoimaisuus, että saadaan ihmiset sitoutettua sinne. (Minna Rajala)*

Sitouttamisessa on erityisen tärkeää, että lukijoiden agenda nostetaan esiin myös itse sanomalehdessä. Verkkolehden ja sanomalehden yhteispeli ei kuitenkaan aina toimi. Esimerkiksi lukijoiden verkkoon esittämiä mielipiteitä ei saada aina riittävästi esille. Verkkokeskustelujen lehteen nostamisen vaikeus kertoo vielä verkon heikosta journalistisesta arvostuksesta. Vasta sitten kyseessä on todellinen journalistinen sisältö (myös verkkopäällikön mielestä), kun se nousee painettuun lehteen.

*Ihmiset näkevät, että näihin keskusteluihin suhtaudutaan vakavasti, kun ne nostetaan printtilehteen. Ja tulisi sellainen tunne että kyllä minäkin uskallan mennä sinne ja sanoa. (Minna Rajala)*

Verkko on nykyään kanava, jonka mahdollisuudet otetaan huomioon myös paperilehteä suunniteltaessa. Juttujen mukaan liitetään yhä enemmän vinkkauksia verkkoversioon. Verkko tarjoaa kuvia, videota ja vuorovaikutusmahdollisuutta lukijalle. Verkko on kuitenkin sanomalehdille osittain vielä tällä hetkellä oman journalismin mainostamista. (Barnhurst & Nerone 2001, 289–290.)

Verkkoa tehdään vielä muun lehden ehdoilla, vaikka verkkotoimitus on irtautumassa yhä enemmän omaksi toimitukseksi. Aamulehden tavoitteena on saada verkko hengittämään samaa ilmaa muun toimituksen kanssa.

*Verkko on kiinteä osa Aamulehteä. Tämä Nokian paskavesikatastrofi osoitti sen. Ihmiset pitää sitä yhtä luotettavana. Ja yhtä tärkeänä. Meillä on sunnuntaisin normaalisti toistakymmentä tuhatta eri kävijää. Tänä viikonloppuna kävijämäärät on ollut huikeita. Ne on ollut kolmeakymmentä tuhatta. Nimenomaan tämän Nokia-uutisen takia. Verkosta haetaan nopeasti paikallista. Se paikallisuus siellä korostuu. Pirkanmaan uutisia katsotaan. Ja tällä tavalla kun äkkiä tapahtuu. (Minna Rajala)*

Aamulehden verkkosivut keräävät tällä hetkellä runsaat 100 000 kävijää viikossa. 10. lokakuuta rikkoutui 100 000 kävijän raja. Lehden levikkiin (139 000) nähden lukumäärä on varsin merkittävä. Päätoimittaja Matti Apunen on kuitenkin huolissaan verkkoon sisäänrakennetusta käsityksestä, jonka mukaan kaikki siellä oleva materiaali on ilmaista.

*Ihmiset eivät ymmärrä, että hyvän tiedon tuottaminen maksaa. Huonoa saa ja jokseenkin halvalla, mutta edelleen hyvä tieto on erittäin kallista tuottaa. Ja nyt nämä viimeaikaiset suuntaukset, jossa New York Times palautti nettisisältönsä ilmaiseksi. Ilmiöt ovat aika huolestuttavia. Jos maailmanlaajuinen brändi ei pysty ottamaan verkkosisällöstä rahaa niin kuinka sen tekee pieni länsisuomalainen sanomalehti.*

Sanomalehtien tulonmuodostuksen kannalta verkko ei ole vielä kovin merkitsevä tekijä. Suomessa sanomalehtien tuloista muutama prosentti tulee verkosta. Monet verkkopalvelut ovatkin vielä tappiollisia, mutta ainakin iltapäivälehdet tekevät verkossa jo kohtalaista tulosta.

Pitää kuitenkin muistaa, että mitkään mittarit eivät kerro paperisen sanomalehden kuolemasta. Suomalaisten sanomalehtien levikit ovat tällä hetkellä vahvat, vaikka levikin laskua onkin nähtävissä.

*En usko siihen, että vuonna 2014 menisimme online edellä, että se olisi meidän päätuote ja sanomalehti olisi, kuulee usein seminaareissa väitettävän, luksustuote, jota sitten ne joilla on rahaa tilaa sitten lisäksi. Onlinen kävijämäärät kasvavat varmasti, mutta tällä jännteellä, seitsemässä vuodessa, en usko että tapahtuu niin radikaalia muutosta, että meidän tulonmuodostus keikahtaisi ihan totaalisesti. (Matti Apunen)*

Barnhurst ja Nerone ennustavat, että paperinen sanomalehti ei katoa, mutta rinnalle tulevat vapaammat muodot, verkkojulkaisut ja erilaiset liitteet. Äänet paikallisessa kuppilassa ovat esimerkiksi politiikassa moninaisempia kuin päivän sanomalehdessä. Sanomalehden pelastus voi itse asiassa olla verkossa, koska moniääniset muodot



kutsuvat lukijoita osallistumaan. Lehdet voivat käyttää verkkopalvelujaan tehokkaasti erilaisten silmäparien kerääjänä, kun erilaiset ihmiset saadaan kerättyä yhden median alle. Näille ryhmille voidaan myös kohdentaa erilaisiin aihepiireihin liittyvää täsmämainontaa. (Barnhurst & Nerone 2001, 306.)

### 2.4.3 Sisällölliset painotukset selkiytyvät

Uuden teknologian kehittymisen lisäksi sanomalehtijournalismiin vaikuttavat merkittävästi yhteiskunnallinen tilanne, taloudellinen kehitys, mediaorganisaation tavoitteet ja lukijoiden tarpeet. Lehdet ovatkin muuttaneet painotuksiaan koko 1990-luvun ja 2000-luvun alun ajan. Sanomalehdet ovat lisänneet aikakauslehtimäisiä sisältöjä erityisesti liitteisiinsä ja kevyempää materiaalia sisältäville osastoille.

Vuonna 2006 aloittaneet Sunnuntai-liitteet (Asiat ja Ihmiset) toimivat Aamulehdessä herättelijöinä myös runkolehdelle. Päätoimittaja Apunen sanoo, että Ihmiset on antanut uuden tulokulman henkilöjournalismin tekoon ja Asiat on tuonut uutta syvyyttä tärkeisiin uutisaiheisiin. Apunen korostaa, että Asioiden ja Ihmisten tärkein esimerkki on ollut keskimääräisyyden välttäminen. Keskimääräisyys on sisällöllinen ja tyyllinen seikka, jota Apunen pitää yhtenä nykyisen Aamulehden suurimmista ongelmista:

*Meidän täytyy pystyä selvästi monipuolisempaan ja elävämpään kirjoittamiseen kuin tällä hetkellä. Suurin haaste on siinä, että me tehdään kaikkea materiaalia keskivertaisella uutistyyllillä. Ilman erityisiä intohimoja tai emootioita ja mielialojen vaihteluita. Enkä nyt tarkoita, että tästä pitäisi tulla mikään Oriveden opiston kirjoittajapiiri, jossa itku silmässä väännetään jotain lyyrisiä tunnelmia. Mutta kyllä meidän täytyy pystyä ilmaisemaan itseämme vahvemmin.*

Apunen katsoo, että tulevaisuudessa sanomalehdissä ilmestyy entistä enemmän aikakautisia tuotteita: sanomalehti-aikakauslehtihybridejä. Hän ei tarkoita, että tehtäisiin kuukausi tai viikkolehtiä, koska ne on keksitty jo, mutta erilaisiin kohdennettuihin tarpeisiin silloin tällöin ilmestyvät julkaisut ovat varteenotettava vaihtoehto.

Liitteiden ilmestyminen sanomalehtiin ja verkkosivujen kehitys ovat saaneet aikaan pohdintaa siitä, mitä oikeasti runkolehteen jää jäljelle. Itse runkolehden perinteinen toimintakenttä on kaventumassa ja siksi lehtiin mietitään uudenlaisia sisältöjä. Aamulehdessä verkon, runkolehden ja liitteiden erilaiset tehtävät paljastuvat jo vertaamalla pääjuttujen pituuksia ja sisältöä. Lehti uudistuksen aikana runkolehden sisältöjä ja tehtäviä on ryhdistetty sekä luotu selkeämmin omaa toiminta-alueita.

**Verkkotoimitus:** Tärkein tehtävä on nopeus. Toiseksi tärkein tehtävä on jatkuvan uutisen (Nokian vesikatastrofi, Jokelan koulusurmat) seuraaminen. Sähkeiden ja uutisten mitta on yleensä noin 1 000 merkkiä. Mukana myös pidempää aineistoa, muun muassa eri alojen asiantuntijoiden blogit. Viime vuosina uusina lisinä sivuille ovat tulleet videot ja kuvagalleriat. Videoiden tuottaminen lähti Aamulehdessä käyntiin vuonna 2006 lähes nollasta, mutta nyt videoita saatetaan tuottaa useita päivässä.

**Aamulehti:** Runkolehti luottaa entistä vahvemmin uutisiin. Pääjutun juttumitta on 2 500 merkkiä kaikilla osastoilla. Juttujen kokoa ja painoarvoa kasvatetaan lisäämällä elementtejä (tietolaatikko, kommentti, sitaatti) ja kasvattamalla kuvan kokoa, ei kirjoittamalla lisää juttua. Tavoitteena on saada lehteen taustoittavaa aineistoa, nostaa esiin henkilöitä ja heidän tarinoita helposti käytettävässä ja silmäiltävässä muodossa.

**Moro:** Kaupunkiliitteessä ovat paikalliset jutut ja tapahtumat, jotka eivät pääse uutisellisemmän päälehden sivuille, tai sitten mukana on aiheita, joita voi jatkaa lähemmäs ihmistä Moron sivuilla. Pääjutun pituus on yli 5 000 merkkiä. Aiheet ovat tamperelaisia ja paikallisia. Moro menee lähelle ja tuo tavalliset ihmiset sivuilleen.

**Valo:** Kiinnostavat ilmiöt ja ihmiset näkyvät Valo-liitteen sivuilla. Pääjutun mitta on tarinallinen yli 7 000 merkkiä. Valossa ei anneta lausuntoja vaan kerrotaan tarinoita rennolla tyylillä. Valo on kaveri ja se tukee kaikkia mahdollisia tapoja tulla onnelliseksi.

**Sunnuntai Asiat:** Menee syvemmälle ajankohtaisiin uutisaiheisiin. Pääjutun mitta on analyysoiva yli 10 000 merkkiä. Asiat pyrkii kertomaan, mitä on tapahtunut ja mitä on tapahtumassa. Asiat ottaa aiheensa Pirkanmaalta, mutta myös maailmalta.

**Sunnuntai Ihmiset:** Nostaa esiin viikon tärkeät ihmiset. Pääjutun mitta yli 5 000 merkkiä. Lehti on täynnä henkilöitä Pirkanmaalta. Esiin nostetaan viikoittain Suomen tai maailman mittakaavassa kiinnostava ja ajankohtainen persoona.

Sanomalehden uusiin haasteisiin vastaaminen vaatii, että modernit säännöt uutismuodosta taipuvat tai jopa katkeavat. Uutisia ja juttuja kirjoitetaan lehdissä yhä enemmän erilaisiin ympäristöihin, joilla on erilaiset vaatimukset. Verkkouutinen, lehtiutinen tai liitteeseen kirjoitettu juttu eroavat toisistaan. Toimittajan kirjoitustapojen ja tyylien pitää venyä.

Esimerkiksi Aamulehden verkkotoimituksessa on huomattu, että verkkouutinen täytyy kirjoittaa toisella tavalla. Verkkosivujen rakenteen takia jutuista näkyy yleensä vain otsikko. Se vaatii, että otsikko on kiinnostava ja jopa provosoiva. Varsinkin eri

uutispalvelujen listauksissa (esimerkiksi ampparit.com) suurimmat kävijämäärät saavutetaan nimenomaan otsikkoa hiomalla.

Verkkoa on pidetty sanomalehtien lähitulevaisuuden suurimpana sisältöön vaikuttavana haasteena. Samaan aikaan sanomalehtien on kuitenkin otettava myös kantaa lehtien tuotteistumiseen ja ketjuuntumiseen. Managerilehdet ovat pörssiyrityksiä, jotka odottavat tasaisen kasvun jatkuvan. Lisätuloja odotetaan verkosta, toimitusprosessin tehostamisesta ja entistä paremmasta konserniyhteistyöstä.

## 2.5 Uudistustahti kiihtyy

Hannu Pulkkinen on tutkinut lisensiaattityössään (2002) ja väitöskirjassaan (2008) suomalaisten päivälehtien uudistuksia. Pulkkinen näkökulmana ovat olleet ulkoasuun tehdyt muutokset, joten aineistossa ovat kaikki pelkän ulkoasunkin muutoksen tehneet lehdet. Suurempia lehti uudistuksia, jossa pureudutaan lehden rakenteeseen, sisältöihin ja organisaatioon Pulkkinen aineisto ei erittele. Tutkimus on kuitenkin erinomainen ja suuntaa-antava lähdeaineisto, kun tutkii Suomen päivälehtien uudistustahtia.

On arvioitu, että kansainvälisesti lehtien uudistusvauhti kiihtyy ja uudistusten väli lyhenee. Pulkkinen on havainnut tällaista kehitystä Suomessakin. Hän on tarkastellut 52 päivälehdien kahta edellistä uudistusta. Uudistusväli ennen vuotta 2001 (16 uudistusta) oli noin 6,4 vuotta. Vuosina 2002–2005 uudistaneiden lehtien uudistusväli oli keskimäärin 5,1 vuotta.

Tahdin tihenemisestä kertovat myös tulevaisuuden uudistussuunnitelmat. Vuoden 2001 kyselyssä 41 prosenttia lehdistä ilmoitti uudistavansa lehteä seuraavan kolmen vuoden aikana. Vuonna 2005 samaan kysymykseen vastasi myönteisesti peräti 67 prosenttia lehdistä. (Pulkkinen 2008.)

Aamulehden edellinen uudistus tehtiin vuonna 2000, ja sitä edellinen uudistus vuonna 1994. Runkolehden kohdalta Aamulehdestä voi sanoa, että uudistustahti on pysynyt jokseenkin samana. Noin 6–7 vuoden uudistusväli kuitenkin hämää, sillä Aamulehden viikkolehtiä on uudistettu 2000-luvun alussa. Vanha televisioliite Allakka uudistettiin Valoksi huhtikuussa vuonna 2004. Palkittu Sunnuntai-uudistus (Asiat ja Ihmiset) otti paikkansa osana Aamulehteä maaliskuussa vuonna 2006. Nämä uudistukset ovat syöneet voimavaroja runkolehden kehittämistä.

Kokonaisuudessa Aamulehteä on uudistettu 2000-luvulla todella nopein askelin. Uudistustahtia voi pitää jopa kiihkeänä. Vuoden 2007 uudistusta päätoimittaja Apunen pitää suurimpana kertauudistuksena, mitä Aamulehdessä on tähän mennessä tehty.

### 3. TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTOT

Tutkimusmenetelmäni ovat laadullisia analyysseja ja haastatteluja, joilla yritän tuoda esiin Aamulehden lehtiudistuksen tekijöiden äänen. (Eskola ja Vastamäki 2001,17) Teemahaastattelujen keskeisiä aihepiirejä olen ottanut esimerkiksi Hannu Pulkkisen lisensiaatintyöstä *Kasvojen pesu vai kunnon sauna? Suomalaiset päivälehdet graafisen muotoilun kohteena* (2002).

Uutispäälliköiden lehden päivittäistä suunnittelua avaavia seurantapäiväkirjoja olen pohtinut tutkija Merja Helteen kanssa.

Lisäksi olen ottanut haastatteluihin mukaan teemoja, joilla pääsisin kiinni haastateltavien perusteluihin ja arvoihin. Miksi lehtiudistusta tehdään? Mikä on tärkeää? Mikä uudistamisessa on vaikeaa?

Teemahaastattelut (Liite 1) auttavat avaamaan sitä prosessia, joka lehden uudistamisen yhteydessä käydään. Ulkoasupäällikkö Ari Kinnarin ja taittopäällikkö Minna Honkalan haastattelut ennen uudistusta ja noin kuukausi uudistuksen julkitulon jälkeen kertoivat lehtiudistukseen asetetuista toiveista ja lopulta siitä, mihin asti oikein päästiin. Keskijohdon muiden päälliköiden haastattelut avasivat jokapäiväistä prosessia, jossa uudistunut sanomalehti syntyi. Lisäksi viisi Aamulehden keskijohdon päällikköä suostui kuukauden (5.11.–2.12.2007) ajaksi raportoimaan lehden suunnittelutyötä (Liite 2).

Näillä keinoin seurasin organisaation toimintaa ja näin niitä vaikutuksia, joita uusi tapa tehdä tuo lehden sisältöön, ulkoasuun ja journalistiseen työprosessiin. Päätoimittaja Matti Apusta haastattelin viikko uudistuksen julkitulon jälkeen (15.11.2007). Hän haarukoi sanomalehden tulevaisuutta ja kertoi sisällöistä sekä keinoista, joilla Aamulehti aikoo menestyä uusien haasteiden edessä.

Haastatteluaineiston lisäksi kävin syksyn aikana läpi Aamulehden lehtiudistukseen liittyneet koulutukset ja infot. Myös koelehdet eli dummyt, ennakoivan taiton ohjeet ja uudistukseen liittynyt lukijatutkimus sekä lukijoiden palautteet olivat käytössäni. Lisäksi käytin hyväkseni Aamulehden arkistoon kertynyttä materiaalia. Kävin tutkimassa vanhoja lehtiä, ja selailin läpi vuosikertoja vuodesta 1883 alkaen. En aloittanut tarkastelua Aamulehden perustamisvuodesta 1881, koska ensimmäiset lehdet olivat niin repaleisia ja huonossa kunnossa. Kahden viime vuosikymmenen lehtiä tutkin hieman tiiviimmällä haarukoinnilla.

Haastattelujen ja kaiken muun materiaalin lisäksi aloitin normaalit vuorotyöt Aamulehdessä tammikuussa 2008. Parhaaksi paikaksi seurata uudistukseen sopeutumista olikin taittavan toimittajan työpiste toimituksessa. Käytäntö näytti, missä on mahdollista mennä vikaan tai onnistua.

### 3.1 Teemahaastattelusta

Tutkimusmetodeiksi olen ottanut haastattelut ja sähköpostilla lähetetyt seurantaraportit sekä etnografisen toimijan roolin.

Teemahaastattelun halusin tutkimukseni päämetodiksi sillä se on osoittautunut menetelmäksi, joka sallii tutkimuksen kohteeksi valittujen henkilöiden mahdollisimman luontevan ja vapaan reagoinnin. Keskustelunomainen tietojenkeruumenetelmä saa tutkittavat suopeiksi tutkimukselle, ja vapaamuotoiset keskustelut tuovat esiin asioita, joita tuskin voitaisiin saada selville muilla keinoin. (Hirsjärvi & Hurme 1988, 8.)

Esimerkiksi sanomalehden uudistamiseen liittyviä perusteluja ja syysuhteita on muilla keinoin vaikea saada esiin. Tutkija ei voi juurikaan lähteä arvaamaan, mitä tutkittavat ovat suunnitelleet. On tärkeää, että tulokset niin pitkälle kuin mahdollista heijastavat tutkittavien ajatusmaailmaa. Samalla täytyy kuitenkin muistaa, että haastattelujen tulos on aina seurausta haastattelijan ja haastateltavan yhteistoiminnasta. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 189.)

Tiina Rajamäki muistuttaa pro gradu -tutkielmassaan *Asiantuntijan ja ajokoiran ammatissa: Satakunnan Kansan toimittajien ammatti-identiteetti journalistisen kulttuurin murroksessa* (2004) vuorovaikutustilanteen monimutkaisuudesta. Rajamäen tutkimuksessa hän nuorena toimittajana astui tutkijan rooliin ja kokenut toimittaja haastateltavaksi. Rajamäki pohti, että toimittajat ovat haastattelemisen ammattilaisia ja heillä on taidot ottaa haastattelun punainen lanka käsiinsä. Huoli kuitenkin hälveni, kun Rajamäki kysyi toimittajilta tärkeitä ja jokapäiväisiä asioita heidän työstään. Suhteesta muodostui jopa luottamuksellinen kanava, jossa toimittajat purkivat suhdettaan työhönsä. Haastatteluissani pyrin samaan kuin Rajamäki. Parhaiten haastateltavista saikin irti kysymällä kysymyksiä juuri heidän työhönsä liittyvistä asioista.

Toimituksen päälliköt olivat jossain määrin haasteellinen ryhmä haastateltavia. Vaikka tunnen päällisinpuolin kaikki päälliköt, oli joissakin haastatteluissa hauras näkymätön seinä haastattelijan ja haastateltavan välissä. Muutamassa haastattelussa tuntui siltä, että haastateltavalla oli jonkinlainen tarve suojella totuutta ja sitä, mitä todellisuudessa tapahtui. Mielenkiintoista kuitenkin oli se, että kun olin tutkijan roolissa, minulle vastattiin kuin tutkijalle. Näin tapahtui, vaikka päälliköt hyvin tiesivät, että työskentelen toimituksessa ja tiedän melko tarkkaan uudistuksen kuvioista. Tämän joskus ilmenneen hauraan seinän sain kuitenkin tehokkaasti murtumaan Rajamäen mainostamalla tavalla eli keskittymällä vain haastateltavan omaan työhön. Silloin haastateltava sai unohtaa suuret kysymykset.

Erinomainen keino saada syvyyttä haastatteluihin oli myös se, etten kysynyt



haastatteluissa samoja asioita kaikilta, vaan jos joku oli vastannut laaja-alaisesti johonkin kysymykseen, saatoinkin kysyä seuraavalta haastateltavalta saman kysymyksen tarkemmassa muodossa. Tähän tarkoitukseen sopi hyvin parivaljakko taittopäällikkö Minna Honkala ja ulkoasupäällikkö Ari Kinnari. Heistä sai hyvin asioita irti, kun ensin haastatteli toista ja sen jälkeen toista hieman yksityiskohtaisemmilla kysymyksillä.

Päätoimittaja Matti Apusen haastattelu muodostui mielenkiintoiseksi, koska hän oli selkeästi miettinyt Aamulehden lehti uudistuksen ja sanomalehden tulevaisuuden linjoja. Hänen ajatuksiaan sanomalehden tulevaisuudesta olen käyttänyt runsaasti tässä työssä.

Haastatteluissa keskustelut joskus rönsyilivät liikaa, mutta yritin pitää ne melko tiukasti suunnitelman mukaisina. Tutkimukseni kaltaiselle laadulliselle menetelmälle onkin tyypillistä, että se kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan. Menetelmä korostaa haastateltavien elämysmaailmaa ja heidän määritelmiään tilanteista. Teemahaastattelu on puoliksi strukturoitu menetelmä, koska haastattelun aihepiirit ja teema-alueet ovat tutkijan valitsemia. Menetelmästä puuttuu kuitenkin rakennetulle tai ohjatulle haastattelulle luonteenomainen kysymysten tarkka muoto ja järjestys. (Hirsjärvi & Hurme 1988, 36.)

Lehti uudistuksen muutoksen seuraamiseen käytin haastattelujen tukena viikoittain sähköpostiini lähetettyjä seurantaraportteja. Kolme uutispäällikköä, verkon uutispäällikkö ja grafiikan tuottaja seurasivat neljän ensimmäisen viikon tapahtumia toimituksessa. Lähetin tutkittaville joka viikko kaksi tai kolme kysymystä ja yhden vapaasti kommentoitavan teeman, jota he seurasivat viikon kerrallaan. Sähköpostilla saatu materiaali vaihteli varsin suuresti laadultaan viikoittain ja henkilöittäin. Kiire myöhästytti osan raportteja. Joskus seurantaraportti kuitenkin paljasti uusia ja yllättäviä asioita. Neljän viikon jakson viimeisellä viikolla päälliköt keräsivät työssään ilmenneitä häiriöitä tai ongelmia. Häiriöt kertoivat työssä tapahtuneista muutoksista. Raportit toimivat varsinaisten teemahaastattelujen tukena ja oivana taustamateriaalina.

Haastattelujen lisäksi liikuin toimituksessa etnografisena havainnoijana. Pyrin olemaan aktiivinen ja nostamaan esiin asioita, joista olisi hyötyä myös itse lehdentekijöille. Yhteisten haastattelutilanteissa käytyjen pohdintojen kautta tekijät saivat ainakin tukea ratkaisuilleen jatkuvasti kehittyvässä organisaatiossa. Uskon, että haastatteluistani oli hyötyä uutispäälliköille heidän työssään. Ehkä he saivat lisää ymmärrystä ja uusia merkityksiä vaikeillekin asioille, joita he olivat nopean muutoksen keskellä miettineet. Uutispäällikkö Sari Torvisen kanssa käymäni keskustelut ja hänen antamansa tarkka

palaute auttoivat meitä molempia konkreettisesti, sillä osallistuin Aamulehden uusien juttutyyppeiden kokoamiseen Torvisen keräämän aineiston pohjalta.

## 3.2. Laadullisesta tutkimuksesta ja sen analyysistä

Laadulliset analyysitavat korostavat kielen tai puheen keskeisyyttä tutkimuksessa. Kielen keskeisyys vaatii, että tutkimus ottaa huomioon aineiston kontekstisidonnaisuuden ja vuorovaikutustilanteen. Tässä työssä on tärkeää ottaa huomioon se, että tutkimus on tehty Pirkanmaan valtasanomalehden toimituksessa eikä pääkaupunkiseutulaisen iltapäivälehden toimituksessa. Haastattelupaikkana on ollut lehden toimitus ja haastateltavina henkilöinä toimituksen keskijohdon tai sitä ylemmät henkilöt.

Yhteistä monille laadullisille menetelmille on myös niiden prosessiluonne.

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusongelmat, tutkimusprosessi ja aineistonkeruu kulkevat rinnakkain. Esimerkiksi teemahaastatteluissa saadut uudet ideat voivat suunnata tutkimusta uusille poluille. Sen takia tutkimusongelmaa voi joutua muokkaamaan matkan varrella siihen suuntaan, johon aineisto näyttää sitä vievän. Hyvin usein laadullisessa tutkimuksessa korostetaan hypoteesittomuutta eli tutkijalla ei voi juurikaan olla ennakkokäsityksiä aiheesta tai tuloksista. (Eskola & Suoranta 1998, 15–16.) Tutkimukseni hakikin puolen vuoden aikana suuntia sen mukaan, miten lehti uudistus eteni Aamulehdessä. Suunnan hakemin oli hyväksi, sillä lehti uudistus käytännössä ei ollutkaan sellainen kuin olin sen alun perin tutkimuskirjallisuuden perusteella kuvitellut.

## 3.3. Etnografina toimituksessa

Haastattelujen lisäksi olin toimituksessa etnografisen toimijan roolissa. Tällä tarkoitetaan yleisesti antropologian ensisijaista tutkimusmetodia eli osallistuvaa havainnointia. Etnografiaan on perinteisesti liitetty matkustaminen kauas pois, tutkimuskentälle, jossa etnografi sulautuu ihmisten arkeen jopa vuosiksi ja elää heidän kanssaan. Uusi ajatus etnografisesta havainnoinnista ei kuitenkaan enää sisällä siirtomaavallan ajan näkemystä tutkijan kaikkea näkevästä silmästä. Tutkimuskenttä ei ole enää tuolla jossain vaan nähdään, että tutkija voi itse rakentaa kenttensä, vaikka työskentelemällä toimituksessa ja tutkien toimituksen työprosesseja.

Etnografiassa tutkijoiden kiinnostus onkin kohdistunut siihen, miten ihmiset hakevat merkityksiä toimilleen ja ratkaisevat ongelmia.

Toimitustyön etnografisen tutkimuksen pioneeri Gaye Tuchman teki tutkimusta neljässä mediassa eripituisissa jaksoissa yhteensä kymmenen vuoden ajan. Tuchmanin työ tuotti journalismin klassikkoteoksen *Making News* (1978), jossa Tuchman kuvasi miten toimitus sopeutuu yllätyksiin. Hän nimesi sopeutumisen ”odottamattomuuden rutinoimiseksi”. Kun jotain yllättävää tapahtuu, toimittajat luokittelevat uutisen kovaksi tai pehmeäksi, pisteutiseksi, kehittyväksi uutiseksi tai jatkuvaksi uutiseksi. Luokittelut tekevät vääryyttä todellisuudelle, mutta monista epäkohdista huolimatta, niistä on hyötyä uutistyoissa. Lehden tekeminen on jatkuvaa valintojen tekemistä, tiedonhankintaa ja sen muokkaamista jutuiksi. Tätä työtä olisi vaikea tehdä ilman totunnaisia työtapoja ja ajattelua selkiyttäviä malleja. (Helle 2008; Pietilä 1997, 291–294.) Nykyään, toimitusorganisaatioiden muuttuessa, tulee Tuchmanin tutkimus taas hyvin ajankohtaiseksi. Kuinka paljon esimerkiksi iltapäivälehtien keskusjohtoinen ja editoiva työtapo muuttaa kuvaa todellisuudesta, kun editoijat ja päälliköt eivät käy uutisten tapahtumapaikoilla tai edes toimituksen ulkopuolella? Ideat ja suunnitelmat saattavat perustua mielikuviin, eikä todellisiin tilanteisiin. Juttuihin saatetaan hakea sellaista lennokkuutta, jota itse asiassa ei ehkä olekaan.

Tuchmanin tutkimus osoitti, että toimitustyön tavoilla rakentaa todellisuutta on merkitystä. Tuchman todisti, että uuden etnografian ei enää tarvitse matkustaa kaukaisiin paikkoihin. Hänen ei enää myöskään tarvitse tutkia erikoisia nyky-yhteiskunnan ilmiöitä, kuten alkoholisteja, köyhiä tai muita marginaaliryhmiä.

Oman tutkimukseni aikana työskentelin jonkinlaisena etnografisena toimijana. Osallistuin lehden uusien sisältöjen keräämiseen ennen uudistusta, työskentelin taittavana toimittajana, pohdin uutta tapaa suunnitella lehteä muutaman uutispäällikön kanssa, keskustelin päivittäin toimituksen eri tekijöiden kanssa ja elin mukana uudistuksen hengessä.

### 3.4. Oma suhde Aamulehteen

Oma suhteeni Aamulehteen ja tehtävään lehtiudistukseen on hyvin konkreettinen. Olin työskennellyt Aamulehden kesätoimittajana kesät 2004 ja 2005. Olin myös kirjoittanut lehteen juttuja freelancerina. Kesätoimittajapestieni välissä olin työskennellyt Aamulehdessä vuorontekijänä. Maaliskuusta 2006 saakka olen tehnyt Aamulehteä Pilkku-Tuotanto Oy:n palkollisena. Näiden kolmen ja puolen vuoden aikana olen toiminut Aamulehden kaikkien liitteiden (Moro, Valo ja Sunnuntai Asiat ja Ihmiset) toimitussihteerinä lyhyempiä tai pidempiä pätkiä. Runkolehteä olen saanut taittaa kaikilta osiltaan etusivusta urheiluun. Tällä hetkellä jatkan Pilkku-Tuotannon riveissä lehtiudistuksen kuvioita opetellen.

Tiesin työni kautta jonkin verran Aamulehden toimituksen ongelmakohdista. Välillä epälooginen suunnittelu, massiivinen juttujen editointi ja miettimättömät kuvitukset pamahtivat kouriini illan kiireessä. Yleensä kaikki journalistisen työprosessin ja suunnittelun heikkoudet näkyvät taittajan pöydällä. Tämä asia vaihteli päivittäin Aamulehdessä. Huippusuoritus ja heikompi esitys saattoivat osua jopa vierekkäisille sivuille.

Lehti uudistuksessa näitä ongelmakohtia haluttiin korjata isolla kädellä. Sisältö ja ulkoasu haluttiin yhtenäistää ja tasalaatuistaa. Organisaatio, johon oli ajan kuluessa kertynyt sokeita pisteitä, tehotonta ajankäyttöä ja muuta kuonaa käytiin läpi. Taittopäällikkö Minna Honkala kuvasi asioita, jotka ennen uudistusta vaivasivat aamulehteläisiä:

*Meillä on semmoisia kummallisia ajattelutapoja, joita mä uskon, että kukaan edes tahallaan ajattelee niin. Me tehdään välillä määrää, eikä me tehdä laatua. Sitten me ajatellaan, että iso on jotenkin parempaa kuin pieni. Ja pienellä tehty on merkityksettömämpi asia. Niinku ihan koossa, fyysisesti pienempi. Me hukataan uutisia, koska me tehdään samalla volyyymilla kaikkea. Ja me kuvitellaan, että vain iso on kiinnostavaa. (...)*

*Sitten, meidän pitäisi enemmän keskustella arvoista ja näkemyksistä. Ainakin minä yritän sanoa kaikille, että olkaa minun kanssa eri mieltä. Toivoisin että deskissäkin oltaisiin eri mieltä. Myös eri mieltä päätoimittajien kanssa. Koska sen seurauksena jokainen joutuu perustelemaan sen mitä haluaa. Eikä niin, että nyt mennään katsomaan joulupukkia ja kaikki huutaa, että JOOOOO!!!! Ja kaikki juoksee ulos, eikä kukaan oikein tiedä, että mistä on kysymys. Siellä kun joku huutaisi, että miksi. Nythän on syyskuu, ja miksi me kaikki halutaan nyt mennä katsomaan joulupukkia?*

#### 4. MIKSI UUDISTETAAN?

Sanomalehden uudistamista yleensä perustellaan sillä, että tehdään parempi lehti lukijoille. Usein syyt uudistukseen ovat kuitenkin jossain muualla. Hannu Pulkkinen on listannut kymmenen syytä lehti uudistukseen (Pulkkinen 2002, 24–26). Ensiksi esittelen ja päivitän Pulkkinen kymmenenkohtaisen listan. Lisään listaan yhden uuden syyn tehdä lehti uudistus, organisatoriset syyt. Toisessa listassa peilaan Aamulehden syitä tehdä lehti uudistus Pulkkinen listaan kohta kohdalta.

## 4.1. 12 syytä muutokseen

**1. Taloudelliset syyt:** Pörssiyhtiöille tuloksen tekeminen on tärkein lähtökohta.

Tässä lehti uudistus saattaa auttaa useallakin eri tavalla. Uusi, raikkaampi ja sisällöltään parempi lehti voi tuoda lisää lukijoita ja ilmoittajia. Toisaalta tehokkaampi toimitusorganisaatio säästää varmasti kustannuksia. Lehti uudistus on myös signaali markkinoille kehityksestä. Tosin aikaisemmin tilanne saattoi olla, että lehti uudistus oli merkki kriisistä. Hyvässä tuloskunnossa olevassa lehdessä uudistuminen on kuitenkin eteenpäin menemisen merkki.

**2. Kilpailu:** Kilpailu muiden tiedotusvälineiden kanssa pakottaa lehtiä uudistumaan ja muuttamaan omaa rooliaan mediakentässä. Sanomalehden rooli yhä kiihtyvässä uutiskilpailussa on muuttumassa kohti selittävämpää ja analyttisempää kirjoittamista. Tämä vaatii muutoksia lehden toimituskulttuurissa ja ajattelutavoissa. Uudet tavat tehdä vaativat isojaakin työtapojen muutoksia.

**3. Tekniset syyt:** Tekninen kehitys mahdollistaa paremman ulkoasun ja monipuolisemmat visuaaliset ratkaisut. Teknisen kehityksen tuomat mahdollisuudet täytyy ottaa jokaisessa vähänkin kunnianhimoisessa lehdessä vastaan.

**4. Määrälliset syyt:** Lehti kasvaa ulos raameistaan ja sen takia lehti on järjestettävä uudestaan. Sisältöä on liikaa ja sen tehokkaampi ja tiiviimpi järjestäminen järjestelee lehteä ja sen tekemistä. Samalla tehdään palvelus lukijoille, mutta myös omalle toimitukselle. Turhat sisällöt voidaan karsia minimiin ja keskittyä tärkeisiin asioihin.

**5. Lehden toimintaympäristön ja lukijakunnan muutokset:** Lehdellä on tarve muuttaa ja tarkentaa identiteettiään yhteiskunnan ja yhteisön muutosten seurauksena. Lehti järjestele aineistojaan, muuttaa painotuksiaan ja kehittää uusia sisältöjä. Tässä muutoksessa lehden oma ääni muuttuu.

**6. Elämäntavan ja kulutuksen muutokset sekä niihin liittyvät lukijoiden toiveet:** Verkko haastaa perinteisen lehden uutiskilpailussa. Nopeudessa lehti häviää ja lyhyiden uutisten lukeminen siirtyy aivan muualle kuin painettuun lehteen. Samalla lukijat kuitenkin haluavat silmäiltäviä uutisia lehdistäkin. Silmäilemällä erilaisia elementtejä halutaan saada jo aamukahvilla selkoa siitä mistä työpaikalla sitten puhutaan.

**7. Kulttuurin muutokset:** Lehden ulkoasu heijastaa kunkin ajan kulttuurisia ja tyyllillisiä koodeja. 2000-luvulla design vaikuttaa kaikissa tuotteissa yhä



voimakkaammin. Myös sanomalehden pitää vastata tuohon haasteeseen. Varsinkin nuoret lukijat voivat vaatia sanomalehdeltään sitä, että se näyttää hyvältä. Myös visuaalisuuden merkitys kasvaa koko ajan. Nykyään mikä tahansa julkaisu tai ohjelma näyttää hyvältä. Visuaalisuus sinänsä on itseisarvo.

**8. Muiden lehtien esimerkki:** Lehdet seuraavat tarkoin toisten lehtien tekemiä muutoksia ja seuraavat hanakasti perässä, jos muutos liittyy lehden menestykseen. Johtavien lehtien uudistuksia on matkittu pienemmissä lehdissä (Mervola 1995, 318).

**9. Lehden johdon päätös:** Esimerkiksi uusi päätoimittaja haluaa kädenjälkensä lehteen tai sitten vain lehden johto toteaa, että on aika uudistua. Samalla tavalla on menty liian kauan. Toimintasuunnitelmassa voidaan määritellä se, millainen ja millä aikataululla uudistukset tehdään.

**10. Ulkoasusuunnittelijat ja ulkoasun tekijät:** Ulkoasuspesialistit ovat saaneet toimituksissa yhä vankemman aseman ja heidän roolinsa aina vain kasvaa. He tekevät yhä enemmän ehdotuksia myös lehden kehittämiseksi. Heidän panoksensa voi vaikuttaa voimakkaasti uudistusten aloittamiseen.

**11. Organisatoriset syyt:** Lehti uudistus on väline journalistiseen työprosessiin kertyneiden virheiden korjaamiseen. Uudistus voi olla oiva työkalu omien heikkouksien ja vahvuuksien näkemiseen. Päivittäiset työrutiinit ovat kenties ajan kuluessa vääristyneet ja toimitusorganisaatio toimii tehottomasti.

*Kyllä se käytännössä on varmaan ajan kuluminen. Meillähän nykyinen design on vanhentunut, mutta tietysti sisältöä uudistetaan samalla. Tässä yhteydessä tuodaan uusia konsepteja ja viedään pois vanhoja, jotka ovat aikansa eläneitä, eivätkä välttämättä enää toimi. Uutismaisuutta tässä haetaan. Tavallaan uutta nousua lehdelle, että ei jäädä paikoilleen makaamaan. Annetaan viesti, että lehti kehittyy. (Ari Kinnari)*

Kinnarin vastaus kertoo lehti uudistuksen aloittamisen useista erilaisista syistä. Mikä motiiveista on voimakkain, on kuitenkin vaikea määritellä. Seuraavaksi avaan syitä Aamulehden näkökulmasta.

**1. Taloudelliset syyt:** Aamulehden lehti uudistus on signaali markkinoille kehityksestä. Hyvässä tulokunnossa oleva lehti antaa esimerkin koko konsernin tasolla. Muut Alma Median lehdet seuraavat uudistuksissa Aamulehteä, ja konsernin lehtien ulkoasut yhtenäistetään. Tämä tarkoittaa entistä parempaa mahdollisuutta juttuvaihtoon.

**2. Kilpailu:** Aamulehden rooli muuttuu kohti selittävämpää ja analyttisempää kirjoittamista. Verkolle luovutetaan enemmän nopeiden uutisten kärkeä. Tämä vaatii muutoksia lehden toimituskulttuurissa ja ajattelutavoissa.

**3. Tekniset syyt:** Aamulehti siirtyy ennakoivaan taittoon, jossa jutut sablunoidaan perussivuilla valmiisiin sivugeometrioihin. Toimittajat tietävät, minkä mittaisia juttuja ja elementtejä he tekevät. Samalla Aamulehti siirtyy Quark-taitto-ohjelmasta InDesigniin. Jo ohjelma nimi kertoo, että sillä on mahdollista tehdä enemmän tarkkaa suunnittelua ja hyvin visuaalisia, jopa aikakauslehtimäisiä sivuja. Tekniikka auttaa myös sisältöjen hallinnassa. Suunnittelu tapahtuu suoraan lehden sivukarttaan, eikä erilliselle päivälisälle.

**4. Määrälliset syyt:** Aamulehden sisältö muokataan uusiksi, koska uutismaisuutta halutaan korostaa. Samalla mielipiteiden paikka muuttuu lehdessä. Lehden rakenne järjestetään uusiksi. Sisältöä tuotetaan liikaa liian samankokoisissa paketeissa. Lehdessä halutaan tehdä yhä enemmän selkeitä valintoja siitä mikä on tärkeää ja mikä ei.

**5. Lehden toimintaympäristön ja lukijakunnan muutokset:** Olemassa olevat juttutyypit ja mallit eivät täysin vastanneet lehden ja lukijoiden tarpeita. Uudet esitystavat, näkökulmat ja ideat haluttiin lehden sivuille muuttamaan lehden ääntä nykyaikaa vastaavaksi. Lehti kääntyy entistä tiukemmin kohti paikallisuutta, mutta toisaalta haluaa nähdä yhä kauemmas. Kontrasteja halutaan lisää, ja korostaa uutismaisuutta. Lisäksi lehti haluaa yhä enemmän toimia kommentaattorina ja analysoijana eli puheenaiheiden herättäjänä. Lehti haluaa olla entistä yhteisöllisempi ja paikallisempi. Myös lukija halutaan vahvemmin mukaan lehden sisällöntuottajaksi.

**6. Elämäntavan ja kulutuksen muutokset ja niihin liittyvät lukijoiden toiveet:** Aamulehti haluaa vahvistaa omaa verkkotarjontaansa ja vastata myös nopeaan uutiskilpailuun. Samalla peruslehdessä ilmettä tiivistetään ja annetaan lukijalle entistä enemmän elementtejä silmäillä, mistä on kysymys. Grafiikoiden määrä kasvaa ja visuaalisia elementtejä käytetään yhä enemmän selittämässä asioita.

**7. Kulttuurin muutokset:** Aamulehti haluaa vastata 2000-luvun design-haasteeseen. Visuaalisuus otetaan jatkossa paremmin huomioon. Visupäälliköt tuodaan entistä vahvemmin mukaan lehden tekemiseen. Uuden grafiikkapäällikön palkkaus vahvistaa Aamulehden visuosastoa.

**8. Muiden lehtien esimerkki:** Aamulehdessä on seurattu suomalaisia ja kansainvälisiä lehtiä tarkasti. Päätoimittaja Matti Apunen ja ulkoasupäällikkö ovat hakeneet Yhdysvalloista vaikutteita, millainen uudistettu lehti voisi olla.

**9. Lehden johdon päätös:** Aamulehden toimintasuunnitelmassa on määritelty, että uudistus tulee 2000-luvun alkupuolella. Hyvä taloudellinen tilanne salli suurenkin muutoksen.

**10. Ulkoasusuunnittelijat ja ulkoasun tekijät:** Aamulehdessä ei ollut ennen Ari Kinnaria ulkoasupäällikköä. Hänen panoksensa, merkityksensä ja vastuunsa lehtiudistuksessa on ollut merkittävä. Ehkä liiankin merkittävä. Jälkeenpäin ajatellen töitä olisi voinut jakaa enemmän.

**11. Organisatoriset syyt:** Uudistuksessa suurin muutos tapahtui lehden keskijohdossa. Journalistisen työprosessin aukkoja, esimerkiksi epäjärjestelmällistä suunnittelua, pyrittiin paikkaamaan muuttamalla keskijohdon tehtäviä ja aikatauluja. Aamulehdessä haluttiin panostaa lisää visuaaliseen suunnitteluun ja tuoda sitä konkreettisesti mukaan jo juttujen ideointivaiheeseen. Myös suunnitteluorganisaatiota muutettiin niin, että visupäälliköt tulivat mukaan työprosessiin. Uusi ennakoiva taitto, jossa lehti piirretään juttujen osalta valmiiksi jo ennen juttujen kirjoittamista, vaatii suunnitteluorganisaation vahvistamista. Sisällöllisiä valintoja oli tehtävä aikaisemmin ja työvoima oli osattava ohjata paremmin tärkeisiin juttuihin. Myös aikataulutukset, käskynjaot ja konkreettiset istumapaikat mietittiin toimituksessa uusiksi.

Aamulehden tilanne oli ollut taloudellisesti suotuisa jo useamman vuoden ajan. Siksi uudistus oli voitu aloittaa rauhassa toimituksen sisältä ilman ulkoisia paineita. Aamulehdessä lehtiudistus oli työkalu, jolla höylättiin löysät pois. Pääperiaatteena oli, että lehteen tehdään muutokset ennen kuin ne on pakko tehdä.

## 4.2 Lehtiudistuksen vaiheet ja aikataulu Aamulehdessä

Lehtiudistus on ajallisesti pitkä prosessi, joka vaatii niin sisällön kuin ulkoasun pohdintaa ja toteuttamiseen riittävästi aikaa. Tässä luvussa tuon esiin Aamulehden lehtiudistuksen aikataulun, ja esimerkinomaisesti avaan kaksi suomalaista ohjeistusta lehtiudistuksen toteuttamisesta.

Huomasin, että kokonaisvaltaisia ohjeita tai oppaita lehtiudistuksen tekemiseen oli olemassa vähän. Ulkoasuoppaita kyllä löytyi, mutta tekstejä, joissa kuvaillaan myös

sisällöntuotantoa ja organisaation uudelleenjärjestämistä, oli hankalampi löytää. Aamulehden lehti uudistuksen vaikein ja eniten työtä aiheuttava osa oli kuitenkin uuden sisällön muotoileminen ja organisaation virittäminen tuottamaan uutta sisältöä. Lehti uudistuksesta tai ulkoasu-uudistuksesta kirjoittavat henkilöt eivät yleensä tuo näitä ydinkohtia esiin. Syy lienee siinä, että alan kirjallisuudessa ulkoasuilmiset ja sisällöntuottajat ovat eri leireissä (Barnhurst, 2001, 10).

Syy voi olla myös Jorma Hinkan esille ottama asia artikkelissaan *Graafisen suunnittelijan toinen kieli* (Hinkka 2002, 122): ”*Medioiden muutoksen keskellä graafisten suunnittelijoiden suhde kieleen on pysynyt ongelmallisena. Se on havainnollistunut alan termistöissä. Graafisen suunnittelijan työtä kutsutaan usein edelleen visuaaliseksi kommunikaatioksi tai visuaaliseksi viestinnäksi. Graafiset suunnittelijat ovat hakeutuneet alalle ennen kaikkea piirustustaitonsa innostamina. Kirjallisen ilmaisun taito ei ole ollut tärkeä kriteeri alan opiskelupaikkoja täytettäessä tai työntekijöitä valittaessa alalle.*”

Toisaalta toimittajien suhde tekstiin on pysynyt hyvin kiinteänä, eikä monipuolisesti erilaisia ilmaisukeinoja suvereenisti hallitsevia toimittajia ole Suomessa kovinkaan suurta joukkoa.

Selkeiden ohjeistusten puuttuessa lehti uudistusta voi ajatella monelta kannalta ja sitä voi lähteä purkamaan mistä tahansa kulmasta. Kirjallisuudessa tavallisin tapa on lähteä liikkeelle ulkoasusta. Suomalaisten sanomalehtisuunnittelijoiden kärkinimien sanomalehden ulkoasuopas lähes kymmenen vuoden takaa painottaa seuraavia asioita:

- Perustetaan ulkoasuryhmä, jossa lehden johto on tiiviisti mukana
- Päätetään turvaututaanko ulkopuoliseen suunnitteliijaan
- Tehdään realistinen aikataulu
- Hankitaan ideoita, inspiraatiota ja kokemuksia muista lehdistä
- Päätetään lehden logon uudistamisesta
- Selvitetään miten lehden rakenne muuttuu ja tarvitaanko uusia osastoja
- Kokeillaan erilaisia kirjaintyypppejä, kokeillaan uusia taittoratkaisuja
- Tehdään kaksi tai kolme koelehteä, joista viimeinen on mahdollisimman valmiinnäköinen
- Käynnistetään ohjeiston eli tyylikirjan rakentaminen
- Ulkoasun tekijät ja koko toimitus perehdytetään uuteen ulkoasuun
- Myös paino ja markkinointi informoidaan
- Valmistellaan ja opastetaan lukijat uudistukseen
- Kootaan palaute ja tehdään korjaukset

(Huovila, Pulkkinen & Taipale 1998, 10–12; Pulkkinen 2002, 20–21.)

Erityisen huomattavaa on, että ulkoasuoppaat ja kirjoittajat painottavat sisällön uudistamisen tärkeyttä, mutta he eivät opasta sisällön uudistamisessa. Sisällön tärkeys harvoin näkyy konkreettisina ehdotuksina tai pohdintoina alan kirjallisuudessa.

Tuorein keväällä 2007 ilmestynyt suomalainen yritys avata sitä miten lehti uudistus tehdään tai miten lehteä pitäisi ajatella, *Mistä on hyvät lehdet tehty: visuaalisen journalismin keittokirja*, on hiukan lähempänä kokonaisvaltaisen lehti uudistuksen ajatusta. Kirjoittaja, taiteiden maisteri Lasse Rantanen puhuu kirjassaan runollisesti lehden kehosta (muoto), sielusta (sisältö) ja näiden kokonaisuudesta eli lehden persoonasta (lehden ääni). Rantanen yrittää ajatella lehteä sisällön ja muodon kannalta kokonaisuutena. Sielua ja kehoa muuttamalla voidaan vaikuttaa lehden persoonaan. Lehden ideat, näkökulmat, arvot ja juttutyypit ovat Rantasen teoksen alussa lähes yhtä tärkeässä osassa kuin ulkoasu.

Teoksen lopussa olevat lehden suunnitteluohjeet tuottavat kuitenkin pettymyksen. Silloin kun olisi aika esittää konkreettisia esimerkkejä, Rantanen katsoo tilannetta lähes pelkästään ulkoasusuunnittelijan näkökulmasta. Jonkun verran hän yrittää ymmärtää sisältöä, mutta tuntuu siltä, että kirjoittajan paukut loppuvat. Myöskään organisaation ja journalististen työprosessien rakentamisesta Rantanen ei kerro juuri mitään. Esittelen kuitenkin Rantasen ajatuskulun. Teos on kirjoitettu lähinnä aikakauslehtiä varten, mutta se sopii monilta osiltaan myös päivittäiseen sanomalehden suunnitteluun.

Uudistusohjeistuksessaan Rantanen jakaa lehden suunnittelun perussuunnitteluun ja erikseen taiton suunnitteluun. Perussuunnittelussa Rantasella on kolme vaihetta: alkutilanteen kartoitus, lehden resurssien ja ominaisuuksien määrittely sekä lehden ulkoasun muotoilu.

Kartoitus sisältää peruskysymykset: Kenelle lehteä teemme? Mikä on sen tarkoitus? Kenen kanssa kilpailemme? Lehden resurssien ja ominaisuuksien määrittely kysyy seuraavaa: Millä eväin lehteä tehdään? Millainen lehtemme on? Ulkoasu ja muotoilu eivät sisällä kysymyksiä vaan kohdat: Logo, formaatti, kansi, typografia, värit, kuvat, kuvitus, taitto, rakenne ja paperi.

Nämä määrittelemällä saadaan aikaan muodollinen kehikko, miltä lehti voisi näyttää. Rantasen parhaat neuvot ovat kuitenkin kohderyhmän määrittelyssä ja omien resurssien realistisessa määrittelyssä. Lukijaa voi ajatella mallilukijana (Helle 2008): *Nelikymppinen Jarkko, urheileva piirimyyjä, joka menee libido edellä mutta seuraa myös aikaansa*. Tällaisia tyyppejä ja luonnekuvauksia voi rakentaa, sillä ne voivat olla hyviä lähtökohtia juttujen ideointiin.



Myös määritelmä siitä, millainen lehtemme on, on tärkeää. *Onko lehti lukijalle aviosuhde, salarakas, välipala, tuhti illallinen vai pikaruoka?* Se lopulta määrittää sen, millaisia tehtäviä lehden toimitus ajattelee toteuttavansa ja millaista sisältöä lehteen luodaan: analyttisiä uutisjuttuja vai enemmän viihdepainotteista materiaalia. Oman tehtävän määrittelyn kautta voidaan myös resurssit määrittää realistisesti. Mitä tavoitellaan, ja mitä on mahdollista toteuttaa?

Rantanen katsoo, että kun peruspohdinnat on tehty, voidaan suunnitella jo lehden ensimmäistä numeroa ja sen taittoa. Rantanen on jakanut lehden tekemisen kolmeen vaiheeseen: sisällön suunnitteluun, materiaalin hankintaan ja kokoamiseen. Sisällön suunnittelua Rantanen katsoo sisältöjen dramaturgiana. Sivut on osattava järjestää oikealla tavalla lehteen, että lehdestä tulee kiinnostava. Erilaisiin juttutyyppeihin suunnitellaan kiinnostava kuvitus ja reportaasit, henkilöjutut, listausartikkelit ja mielipiteet järjestellään rytmikkääseen järjestykseen. Sitten piirretään sivukartta, jossa nähdään kaikki lehden sivut. Sen jälkeen linjataan aiheiden ulkoasu. Artikkelin, kuvituksen ja taiton suunnittelu on toimituksen yhteispeliä, jossa artikkelin muodostama kokonaisuus voidaan suunnitella hyvinkin pitkälle. Lehden kokoaminen on viimeinen vaihe, jossa lehti taitetaan, jutut otsikoidaan, oikoluetaan, vedostetaan ja viimeistellään.

Rantasen malli (Rantanen 2007, 201–215) on hieman yksinkertaistava kehikko, joka kertoo vain pinnalla tapahtuvista muutoksista. Malli voisi kuvata päivittäistä lehden ulkoasun suunnittelua, mutta sisällön kehittamisestä se ei kerro.

Sisältö on kuitenkin se lähtökohta, josta lehtiuudistusta pitäisi lähteä vierittämään.

*Meillä täytyy olla enemmän keinoja koukuttaa se lukija. Ja nykyisellä mallilla niitä ei ole tarpeeksi. Se usein unohtuu työprosessissa. Me tehdään lehteä ehkä enemmän toisillemme. Tehdään se tyylikirjan mukaisesti, mutta pitäisi lähteä enemmän lukijalähtöisesti. (...) Jos Tampereella tulee bussivuoromuutoksia, niin kyllä se kiinnostaa ihmisiä täällä. Meidän pitää alentaa uutiskynnystä kiinnostavuuden kautta. On monta kertaa tuntunut, että on iso lehti ja ei meidän tarvitse käsitellä tällaisia asioita, mutta sehän ei ole niin. (Ari Kinnari)*

Aamulehden lehtiuudistuksen valmisteleminen kesti lähes puolitoista vuotta. Toimituksessa kerättiin melko pieni ydinryhmä, joka lähti toteuttamaan uudistusta. Toimituksen sisällä keskeiseen ydinryhmään kuuluivat vastaava päätoimittaja Matti Apunen, ulkoasupäällikkö Ari Kinnari ja taittopäällikkö Minna Honkala. Kinnarin ja

Honkalan vastuulle jäi myös ulkoasullinen suunnittelu ja sen toteuttaminen. He myös vastasivat ennakoivan taiton tekniikan rakentamisesta ja uusien sivu- ja juttumallien luomisesta.

Ydinryhmän alaisuudessa toimi alkuvaiheessa viisi uudistusryhmää, jotka antoivat esityksensä lehden kehittämiseksi. Myöhemmässä vaiheessa ydinryhmää avustivat erityisesti organisaation uudelleenjärjestelyssä ja työnkulkujen pohdinnassa päätoimittaja Jorma Pokkinen ja uutispäällikkö Sari Torvinen. Lisäksi uutispäälliköt neuvottelivat keskenään vuorojärjestelmän uusiksi, sillä iltavuoroon tarvittiin kaksi päällikköä lisää.

Pienestä ydinryhmästä huolimatta tavoitteena oli pitää uudistusprosessi kaikille avoimena. Viisi työryhmää kokosi ideoita uudesta lehdestä. Näihin ryhmiin kuului noin 50 henkilöä toimituksen eri osastoilta. Talon väki sai sanoa mielipiteensä uudesta ulkoasusta ja ehdottaa lehteen uusia sisältöjä. Ehdotusten pohjalta suunniteltiin juttumalleja, joita on toteutettu kohtalaisesti.

Kun uudistus tuli julki 7. marraskuuta, uuden sisällön hahmottamisessa ilmeni ongelmia. Sisältöjä oli kyllä mietitty, mutta niiden käyttämisestä ei ollut selkeitä ohjeita. Sen takia alkuvaiheessa toimittajien oma aloitteellisuus jäi hieman vaisuksi. Uusia sisältöjä ryhdyttiin tekemään vasta, jos päällikkö niin käski.

Uusiin juttutyyppeihin oltiin kuitenkin toimituksessa kohtalaisen tyytyväisiä. Niitä oli vain opittava käyttämään.

Aamulehden lehti uudistuksen merkittävyys paljastui myöhemmin myös koko konsernin tasolla. Joulukuussa 2006 päätettiin tehdä konserniuudistus, jossa Aamulehti toimii vetävänä voimana. Aamulehdessä luotavista sivumalleista ja ennakoivan taiton geometrioista otetaan mallia myös muihin konsernin lehtiin.

#### **Lehti uudistuksen aikataulu Aamulehdessä**

**Toukokuu 2006.** Neuvottelu Ally Palmerin ja Terry Watsonin kanssa Trondheimissa Norjassa. Tarjouspyyntö ulkoasun uudistamisesta.

**Toukokuu 2006.** Palmerin ja Watsonin tarjous saapuu.

**Kesä-syyskuu 2006.** Muiden mahdollisten konsulttien kartoittaminen.

**Lokakuu 2006.** Society of Newspaper Designin maailmanseminaari Floridassa. Päätoimittaja Matti Apunen ja ulkoasupäällikkö Ari Kinnari haistelevat sanomalehtimaailman uusia tuulia.

**Lokakuu 2006.** Syntyy päätös yhteistyöstä Palmerin ja Watsonin kanssa.

**Marraskuu 2006.** Erilaisia ryhmiä perustetaan suunnittelemaan uutta Aamulehteä.

Perustetaan rakenneryhmä pohtimaan ilmoitussijoittelua, osastojakoa ja massoittelemia.

Monimediaryhmä miettii verkon roolia uudistuneessa lehdessä. Mikä pitää olla verkossa omaa tuotantoa ja mitä sisältöä siellä voi olla samaa kuin lehdessä? Ryhmä pohtii myös lukijoiden aktivointikeinoja ja mitä verkko voi tuottaa paperilehteen.

Uutisjutturyhmä miettii sisältöjä. He pohtivat muun muassa miten lehteä parannetaan selailevaa lukijaa silmälläpitäen eli miten edistetään helppolukuisuutta. Heidän tehtävänä on myös pohtia miten lehteen saadaan lisää palvelujournalismia ja puheenaiheita. Henkilöjournalismiryhmä avaa henkilökirjoittamisen problematiikkaa. Miten tehdään isot ja pienet henkilöjutut. Miten kirjoitetaan ja toisaalta, miten kuvitus tuotetaan uudella tavalla. Prosessiryhmä pohtii työprosessia ja sen muutoksia sekä yhteistyötä eri osastojen välillä.

**Marraskuun loppu 2006.** Palmer & Watson Tampereella.

**Joulukuun alku 2006.** Ensimmäiset ehdotukset saadaan uudesta designista ja fonteista P&W:lta ja vastapalautteet Skotlantiin.

**Joulukuun 19. päivä 2006.** Kokous, jossa väkeä on läsnä kaikista Alma Median lehdistä. Kokouksessa päätetään tehdä konserniuudistus eli Alma Median lehdet siirtyvät samaan ulkoasuun. Uudistusta kootaan vetämään ohjausryhmä. Samalla tehdään päätös ennakoivaan taittoon siirtymisestä.

**Joulukuun loppu 2006.** Tehdään päätös vaihtaa taittojärjestelmää. Quark vaihtuu uudistuksen yhteydessä InDesigniin.

**Tammikuu 17. päivä 2007.** Sisältöryhmien raportit puretaan.

**Tammikuu 25. päivä 2007.** Varalassa kuuden hengen ryhmä vetää yhteen uudistuksen päälinjoja. Tuloksena ovat rakenteelliset uudistukset lehdessä, muun muassa uutisaukeama syntyy.

**Helmikuu 2007.** Uudesta lehdestä tehdään nelisivuinen koepainos leipätekstistä ja väreistä.

**Maaliskuu 2007.** Kinnari Edinburghissa. Design-linjauksia ja sivuja luotiin seuraavaan dummyyn.

**Huhtikuu 2007.** Koko lehden dummy numero 1.

**Huhtikuu 2007.** Päätös fonteista tehdään. Leipätekstiksi valitaan Sunnuntai-uudistuksessa toimivaksi osoittautunut Mercury ja uutissivujen korostavaksi pääotsikoksi groteski Flama.

**Toukokuu 2007.** Koko lehden dummy numero 2.

**Kesäkuu 2007.** Luodaan ensimmäiset uuden lehden kappalemallit ja tyyliperheet.

**Elokuu 2007.** Ensimmäiset sivupohjat luodaan, jonka jälkeen alkaa kaksi kuukautta

kestänyt tekniikan rakentamisen vaihe.

**Syyskuu 2007.** Ensimmäiset ennakoivan taiton sivugeometriat syntyvät.

**Syyskuu 2007.** InDesign ja ennakoivan taiton koulutukset alkavat, vaikka ennakoivassa taitossa ja geometrioissa on edelleen teknisiä ongelmia.

**Lokakuu 2007.** Uutispäälliköt saavat sovittua uudet työvuorot pitkän neuvottelun jälkeen. Samalla mietitään uutta työnkulkua toimituksessa. Sovitaan toimituksen uusi editoiva perusmiehitys iltavuoroissa.

**Lokakuu 2007.** Ennakoivaa taittoa ja parempaa suunnittelua harjoitellaan suunnittelemalla lehteä ilman päivälistoja suoraan Planner-sivukarttaohjelmaan ja Job-työjärjestelmään.

**Lokakuu 2007.** Kinnarilla ja Honkalalla tulee kiire uuden lehden mallien tekemisessä. Lopullinen dummy-lehti ilmestyy 17. lokakuuta, viikon myöhässä.

**Lokakuu 2007.** Lähes päivittäin järjestetään infoja koko henkilökunnalle uudistukseen liittyen.

**Lokakuun loppu 2007.** Uuden Aamulehden kirjoitus- ja ulkoasuoppaat tehdään kiireessä. Kunnollisia ohjeita ei ehditä luomaan uusista sisällöistä, juttumitoista ja sivugeometrioista.

**Marraskuun alku 2007.** Toimituksen istumajärjestys ja pöytien sijoittelu muokataan vastaamaan uuden organisaation vaatimuksia.

**Marraskuun 5. päivä 2007.** Uusia sisältöjä kasataan hätäisesti yhteen paperiin. Tämän tutkielman kirjoittaja kokoaa uudet ehdotetut juttutyypit ja sisällöt yhteen. Kunnollisia ohjeita uusista juttutyypeistä ja niiden käyttämisestä ei ole olemassa.

**Marraskuun 6. päivä 2007.** Ensimmäinen ilta uutta lehteä. Paikalla on suuri joukko toimittajia ja taittavia toimittajia. Lehtisuunnittelija Terry Watson lausuu rohkaisevia sanoja ja kehuu ”supertehokkaan” organisaation. Watson korostaa, että ongelmia tulee, mutta alkutilanne Aamulehdessä näyttää hyvältä. Hän on nähnyt noin 30 uuden lehden käynnistysvaihetta, mutta pitää Aamulehden lähtötilannetta yhtenä parhaiten valmistelluista. Puutteita on vielä olemassa, mutta suurin osa puutteista on teknisiä. Erilaisten mallien puute vaikeuttaa kenties eniten työskentelyä. Mallit ovat vielä versioasteella ja se aiheuttaa epävarmuutta.

Illan aikana ihmetellään, etsitään ja löydetään. Asiat ovat hieman muuttuneet koulutuksen jälkeen ja osa on jo unohtunut. Epäselvyyksiä on muun muassa siitä miten työnkulku menee ja minne asioita sijoitetaan toimitusjärjestelmässä. Ilta kulkee kuitenkin hyvin ammattimaisesti läpi ilman suuria tunteenpurkauksia. Seuraavan päivän uudesta Aamulehdestä ollaan hyvin tyytyväisiä.

**7. marraskuuta 2007 kello 12.40.** Toimitukseen tulee tieto, että Jokelan koulussa on ammuttu. Uusi Aamulehti joutuu kunnon testiin heti toisena päivänä. Uusia malleja

luodaan lennosta. Organisaation kaikkia tasoja vahvistetaan, kun tietoa tulee kuolleista. Lehden suurin rakenteellinen uudistus eli uutisaukeama saa näyttää voimansa heti. Seuraavan päivän lehti näyttää, että ensimmäisestä testistä selviydytään kiitettävästi.

**Marraskuun alku 2007.** Jokelan koulusurmien uutisointi täyttää lehden uutisaukeaman kolmen päivän ajan. Iltaisin törmätään jatkuvasti teknisiin ongelmiin. Näihin olisi voitu reagoida paremmin, jos järjestelmän rakentaminen olisi aloitettu aiemmin ja olisi ollut olemassa selkeämmät ohjeet. Toimittajien osaaminen on alkuvaiheessa vielä liian puutteellista. Varsinkin parempi kouluttaminen taitto-ohjelmaan olisi keventänyt iltojen hektisyyttä. Lehtiuudistuksen ydinkaksikko Honkala ja Kinnari joutuu itse olemaan kohtuuttoman paljon töissä.

**Marraskuun alku 2007.** Korjauksia ja ohjeistuksia tehdään joka päivä. Ari Kinnari ohjeistaa joka-aamuissa palautteessa lehden jokaisesta sivusta, missä on korjaamisen varaa. Sisällöllisesti uusia ilmaisutapoja otetaan pikku hiljaa käyttöön. Juttumitat pysyvät melko hyvin kurissa. Uusia palstoja ja sivugeometrioita rakennetaan lisää. Toimittajat eivät ole tehneet kovinkaan paljon sisällöllisiä aloitteita, vaan uusia juttutyyppejä käytetään vasta sitten, kun siihen ohjeistetaan. Tämä johtunee siitä, että juttutyypeistä ei ole vielääkään selkeää ohjetta.

**Marraskuun puoliväli 2007.** Lehtikonsultti Edward Miller vetää kirjoittamisen työpajan toimittajille. Tehtävät selkiytyvät hitaasti, mutta varmasti. Muutamassa viikossa säheltäminen vähenee merkittävästi. Palaverikäytäntöjä muutetaan ja ryhdistetään tiukemmiksi.

**Marraskuun loppu 2007.** Suunnitteleva ja editoiva työtapa toimii osittain. Editointi on tuonut juttuihin ryhtiä ja parantanut laatua uutisaukeamalla, mutta muilla sivuilla on vaikeuksia. Pidempi ja tarkempi suunnittelu ei kuitenkaan tahdo käynnistyä. Työtehtävät ovat vielä toivomuslistan kaltaisia ja ideat joskus utopistisia. Suunnitteluun mietitään jatkuvasti parannuksia.

B-osan kansia ryhdytään suunnittelemaan pitkällä kierrolla. Sovitaan, että yksi uutispäällikkö on vuorollaan kolme kuukautta kansivastuussa.

**Joulukuun alku 2007.** Toimituksen illat rauhoittuvat selkeästi, vaikka Tehyn neuvottelut ovat takana ja Nokian vesikatastrofi alkaa. Yhteispeliä aamun ja illan sekä uutispäällikköiden ja visupäällikköiden välillä vieläkin harjoitellaan. Edistystä tapahtuu, mutta vanhat tavat tehdä ovat syvällä. Uusista tavoista tehdä täytyy erikseen muistuttaa.

**Joulukuun puoliväli 2007.** Ari Kinnarin sanoin illuusio hyvästä suunnittelusta hajoaa ja päätetään, että lehden suunnittelun harjoittelun toinen aalto käynnistetään tammikuussa. Lehden suunnittelua pitää vielä parantaa. Tammikuussa tapahtuu myös henkilömuutoksia keskijohdossa.

**Joulu 2007.** Pitkät vapaat antavat kaikille tärkeää lepoaikaa. Tammikuussa



uudistusprosessi jatkuu uusien ohjeiden laatimisena ja suunnitteluorganisaation muovaamisena.

**Tammikuu 2008.** Tammikuussa lehdessä saavutetaan rutiinisuurittamisen taso.

Tekniikka tulee kaikille tutuksi muutamassa kuukaudessa. Suunnittelussa on kuitenkin vielä selvästi parantamista. Uudet ideat ja esitystavat hakevat vieläkin muotoa. Lehdessä pystytään jo varmaan suoritukseen, mutta lukijan yllättäminen joka päivä vaatii työtä.

## 5. LEHTIUUDISTUKSEN TAVOITTEET

### 5.1. Uutiset ensin

Aamulehden lehti uudistuksen tärkein rakenteellinen seikka oli uutisaukeaman nostaminen lehden etuosaan, sivuille neljä ja viisi.

Aikaisemmin Aamulehdessä sivulla neljä on ollut mielipiteet ja sivulla viisi kotimaan osaston premisivu eli tärkein uutissivu. Uudistus siirsi mielipiteet lehden B-osaan, heti B-osan avaavan kannen taakse.

Uudistuksessa haluttiin painottaa uutisten tärkeyttä. Iltapäivälehdistä tuttu superaukeama tai uutisaukeama mietitään päivittäin sisällöltään tarkkaan. Aukeamalla pitää olla päivän uutinen (sivulla neljä), päivän palvelujuttu (sivulla viisi), päivän OHO!-juttu, päivän etunoja-palsta, joka katsoo tulevaan ja Aamulehden verkkosivujen nostot. Päivän tärkeimpään uutisen pitää liittyä myös toimittajan tai uutispäällikön kommentti. Halutaan, että tärkeimpään uutiseen lehti ottaa selkeästi kantaa.

Uutisaukeaman toteuttamiseksi muutettiin uutispäälliköiden vuorokierto. Illan toinen uutispäällikkö eli editoiva uutispäällikkö vastaa uutisaukeaman kokoamisesta.

Aukeaman pääajatus on, että sinne nousee päivän tärkein uutinen osastosta riippumatta. Aikaisemmin esimerkiksi Thaimaan tsunami tai syyskuun 11. päivän terrori-iskujen uutisointi alkoi vasta ulkomaansivuilla. Nyt lehden aloittaa selkeä pääuutinen. Sille annetaan niin paljon tilaa kuin se tarvitsee. Tavallinen päivän pääuutinen vie aukeamalta kuusi toimituksellista palstaa. Uutisen merkittävyyden mukaan sitä voidaan levittää koko sivulle, myös toiselle sivulle tai tarpeen vaatiessa käyttää koko aukeama ja jatkaa uutisen käsittelyä seuraavilla sivuilla niin pitkälle kuin on tarve. Esimerkiksi Jokelan koulusurmien uutisointiin käytettiin kolme päivää peräkkäin neljä sivua lehden alusta.

*Kotimaan premiin kohdistui niin paljon odotuksia, että niitä ei pystytty päivittäin ratkaisemaan. Siihen oli koko ajan tulossa liikaa kamaa sitten kun piti olla hyviä kuvia ja tärkeitä juttuja niin jouduttiin yleensä valitsemaan, että kumpi otetaan. Silloin kun oli*

*tärkeä juttu, kuvitus oli onnetonta, silloin kun oli hyvä kuva, juttu oli triviaali. Ja tähän ei koskaan saatu oikein balanssia. Se oli yksi keskeinen syy, joka nyt minun mielestä, pakko sanoa jo viikon kokemuksella toimii hyvin. (Matti Apunen)*

Rakenteeseen ei juuri muuten koskettu kuin siirtämällä mielipide-osasto B-osan kannen jälkeiselle sivulle. Päivän menot siirrettiin televisioarvostelujen viereen. Paikka on looginen. Aukeamalla televisio ja menot kilpailevat keskenään ihmisten vapaa-ajasta.

Pirkanmaa-sivu on, uutisaukeaman lisäksi, uusi kokonaisuus lehdessä. Sivun tehtävä on tuoda paremmin esille Aamulehden levikkialueen reuna-alueiden uutisia. Sivun tarkoituksena on löytää paikallisesti kiinnostavat jutut.

Myös teemasivujen roolia haluttiin selkiyttää. Joka päivä ilmestyy yksi teemasivu sille erikseen jyvitettyllä paikalla Tänään-osastolla. Ennen teemat seilasivat lehdessä vähän miten sattui: joskus teemasivuja oli lehdessä useita, joskus ei yhtään.

Osastojen kannalta tärkein seikka on lehden rakenteen säilyminen samanlaisena joka päivä. Aikaisemmin lehden osastot saattoivat sijaita viikonloppuna eri paikassa kuin viikolla. Esimerkiksi ulkomaat olivat viikonloppuna lehden B-osassa ja viikolla A-osassa. Joskus urheilu saattoi olla lehden A-osassa, vaikka tavallisesti se oli lehden B-osassa.

Aamulehden rakenne noudattelee modernin lehden kaavaa. Uutistarjontaa korostetaan alussa ja kevyempää materiaalia lopussa (Pulkinen 2002, 127–129). Osastojako lehdessä on seuraava: A-osassa ovat Pääkirjoitussivu, Uutiset, Kotimaa, Tampere & naapurit, Pirkanmaa, Talous, Ulkomaat, Sää. B-osassa sijaitsevat Kakkoskansi, Mielipide, Tänään, Teema, Kulttuuri, Urheilu, Vapaa-aika, Televisio ja radio.

## 5.2. Henkilöt, palvelu, analyysi

Uudistuksen sisällöllisiksi tavoitteiksi asetettiin henkilöjournalismin syventäminen, palvelujournalismin lisääminen ja uutisanalyysin parantaminen. Päätoimittaja Apusen mukaan henkilöiden ja heidän tarinoidensa korostaminen on Aamulehdessä tietoisista politiikkaa. Strateginen perustavoite on, että jokainen Aamulehden lukija esiintyisi lehden sivuilla (nimenä, kuvana, ilmoituksessa) kerran viidessä tai kuudessa vuodessa. Erityinen tärkeän ihmisen paikka on haluttu tehdä lehden B-osan kanteen eli kakkoskanteen. Myös muualla lehdessä henkilöitä halutaan nostaa tietoisesti esiin, mutta kannessa on yksi lehden parhaista juttupaikoista.

*Nämä ovat tilaisuuksia, joissa yritetään luoda uudelleen määritettä näille keskeisille juttupaikoille ja sivuille niin kun on osastojen premisivut, meidän tapauksessa B-sektion kansi ja etusivu. Se oli ideana tälläkin kertaa. Profiloidaan ne uudestaan ja ryhdistetään ne ja poistetaan niistä se kuona, joka niihin väistämättä kertyy. Kakkoskansi on hyvä esimerkki siitä, koska se on hieno juttupaikka ja vuosien varrella oli käynyt niin, että sinne oli tullut vähän sitä sun tätä. Perustoiminta-ajatus oli vähän hukassa. Nyt se nostettiin uudestaan esiin, ja luotiin se sivu siinä mielessä uudestaan. (Matti Apunen)*

Sivulle luotiin kehikko, jonka puitteissa uusia kansiä ryhdyttiin tekemään. Kansiin panostetaan, sillä yksi uutispäälliköistä on vuorollaan kansivastuussa noin kolmen kuukauden ajan. Hän miettii, kuka kanteen voisi tulla ja hän myös vastaa aikatauluista.

Talon sisäinen sähköposti (5.11. 2007) toimittajille ohjeisti kansien teossa seuraavanlaisesti:

Joka päivä Aamulehden B-osan kanssa on oltava joku näistä:

1. Päivän profiili
2. Ihmisen tarina
3. Poikkeuksellinen nekrologi

### 1. Päivän profiili

Päivän profiili tehdään ajankohtaisesta henkilöstä: siitä on aina käytävä selvästi ilmi, miksi tämä ihminen on kannessa juuri nyt. Kakkoskannessa ei ole mikä tahansa henkilöjuttu; siltä vaaditaan normaalisuoritusta enemmän. Se on kunnianhimoisen kirjoittamisen ja kuvaamisen kenttä. Profilijutussa on näkemys, tulkinta henkilöstä. Kirjoittamisen ja kuvaamisen tyyli heijastaa kohteensa piirteitä. Henkilön taustat selvitetään ja siinä käytetään muitakin lähteitä kuin haastattelua (kavereita, työtovereita, puolisoa, alaisia, pomoa, alan muita ihmisiä). Profilijutussa on yksityiskohtia, jotka kertovat kohteestaan kiinnostavia ja merkityksellisiä piirteitä.

Siinä on ihmisen omia kokemuksia, tarinoita, kohtauksia ja tunteita eri tilanteista. Kakkoskannen henkilö saa mielellään olla kiistanalainen ja ajatuksia ja tunteita herättävä ihminen. Yritämme saada hänestä poleemisia lausuntoja ja väitteitä, joita lukija hämmästelee ja joiden kanssa hän väittelee itsekseen ja omissa piirissään.

**Aamulehti** Keskiviikko 7 helmikuuta 2007 B11

Vanhempien kannattama myös ottaa selvää näistä "uusista" huumausaineista ja jutella kotona jälkikasvan kanssa aiheesta. Mielipide B20

**Jääkiekko**  
Montrealin fanit rakastavat Köivua kiekkikistasta huolimatta Urheilu B27

**Keskiviikko**

**Pitko**  
MATTI PYYKÖ  
muuttajapäämestri

**Kumouksen aamussa**

**H**niin kuin Heikki

**Juhlakalut:** Heikki Salo ja Mänpää ovat kulttuurin muuttajia. Viiksympäisiään viettävä kakkisko ei suostu jämähtämään.

**ANTTI LAINE, SAN SANO**

**Heikki Salo ja Heikki Mänpää**  
Heikki Salo ja Heikki Mänpää ovat kulttuurin muuttajia. Viiksympäisiään viettävä kakkisko ei suostu jämähtämään.

**Käsi saa ruuhtamisen**  
Käsi saa ruuhtamisen...  
Käsi saa ruuhtamisen...  
Käsi saa ruuhtamisen...

**Kukka Heikki Salo**  
Springer 11.10.2007...  
Puhuttiin...  
Puhuttiin...  
Puhuttiin...

**Mitä vääntää?**  
Aamulehti kysyi ille: Aistio...  
Aistio...  
Aistio...

**Es**  
76  
26  
Kytä

**Tänään päivän kysymys:** Aistio...  
Aistio...  
Aistio...

Esimerkkejä:

- Raipen viimeinen vuosi alkaa: syöttö uuteen elämään
- Roy Hodgson: herrasmies, sanovat kaikki, mutta miksi. Esimerkkejä, kertomuksia, tilanteita, kysytään briteistäkin, kaivetaan taustat.
- Karita Mattila lähti jazzseikkailuun.
- Äiti Teresa: köyhien äiti lensi 1. luokassa ja eleli muutenkin mukavasti. Tai kuvareportaaseja uutispäivän ihmisistä:
- VR:n liikenne taas poikki: ”Huh mikä päivä!” eli Konnarit, lippukassat, kuuluttaja, puhelinvaihe kuuntelemassa valitusvirttä.
- Tai sankareita:
- Pikkupoika pelasti veljensä hukkumasta.
- Patologi joka selvitti insuliinimyrkytyksen.

## 2. ”Tavallisen ihmisen” tarina

Henkilökuvia kanteen tehdään myös ”tavallisista” ihmisistä, joilla on kerrottavanaan erityisen merkittävä ja poikkeuksellinen tarina.

Esimerkkejä:

- Mies joka säästi miljoonan ja lahjoittaa sen hyväntekeväisyyteen.
- Pirkkalassa ajaa maailman paras bussinkuljettaja.

## 3. Poikkeukselliset nekrologit

Näitä tehdään harkiten, ei kovin monta vuodessa. Syntymäpäivistä vastaava toimittaja pitää yllä varoituslistaa ja kokoaa nekrologeja jo ennalta.

Myös nekrologi on persoonallinen, samalla tapaa kuin päivän profiili. Siihen voidaan liittää kuvitettua grafiikkaa elämänvaiheista ja eri tavoin kohdetta tuntevien lausuntoja. Lausunnot pyydetään monipuolisesti, pelkäämättä kielteisiääkään asioita.

Esimerkkejä:

- Valtiomiesluokka (Mauno Koivisto, Jorma Ollila, Martti Ahtisaari, Tarja Halonen).
- Poikkeuksellisen merkittävät kansalliset ikonit (Juice kyllä, Kirka ei; Räikkönen menehtyy kilparadalle: kyllä).

## Toteutus

1. Tiimityö: Kansijuttu vaatii hyvät pohjatyöt. Myös kiireessä tarvitaan harkintaa ja silloin varsinkin pitää kysellä jo toimituksessa taustatietoa: tiimiavusta otetaan kaikki irti. Tekijät käyvät uutis- ja visupäällikön kanssa läpi ideat ja näkökulmat. Keikalle lähdettäessä on jo hypoteesi, mitä haetaan. Keikan jälkeen tarkistetaan, mitä on tulossa saaliiksi.

2. Kuvaustyyli, grafiikka: Haastetaan uusia yllättäviä ideoita, näkökulmia, luovuutta. Toteutus voi olla myös abstrakti. Viedään tunnettu henkilö yllättävään paikkaan, ”vastustajiensa” keskelle. Pituushyppääjä 8,41 metrin kohdalle lapsuuden kentällä. Jätetään lukijalle oivaltamisen iloa; ei tarta på tarta; ei toisaalta liian vaikeaa. Käytetään visualisoinnissa hyväksi tunnettuusefektiä.

Toinen tärkeä sisällöllinen uudistuskohde Aamulehdessä oli palvelujournalismin lisääminen lehdessä. Lukijan puolesta tekeminen on yksi selkeä sisällöllinen ohjenuora, jota uudistuksessa pyrittiin tuomaan esiin. Uutisaukeamalle pohditaan joka päivä palvelujuttua. Se voi olla selittävä grafiikka influenssarokotuksen turhia kuolemia säästävästä vaikutuksesta tai juttusarja, jossa naiset huoltavat autoa. Tavoite on, että lukijalle kerrotaan selkeästi, mitä tärkeässä ottelussa kannattaa seurata tai miten budjetin suunnittelussa on onnistuttu. Lukijan palvelua varten on kehitetty juttutyyppejä, jossa kerrotaan olennainen silmäilevällekin lukijalle.

Palvelujournalismilla on myös suora kytkös tavoitteeseen lisätä jutuissa analyysia ja taustoja. Palvelu ja analyysi vaativat kuitenkin entistä tuotetumpaa sisältöä. Mark Deuzen mukaan sanomalehtijournalismi muuttuukin yhä enemmän aikaa vieväksi ryhmätyöskentelyksi ja taustatietojen keräämiseksi. (Deuze 2005, 455.)

*Kun nopeita uutisia saadaan joka paikasta, niin eihän me siinä kisassa pärjätä. Meidänhän täytyy olla se sananselittäjä, mitä tämä tarkoittaa, mitä nyt tapahtui, mitä se tarkoittaa, mitä seuraavaksi? Maailemalla ollaan selkeästi siihen suuntaan menossa, että analysoidaan asioita. Tiedon syventäminen, se on se sanomalehden rooli. (Ari Kinnari)*

Analyysiä ja palvelua voidaan tuoda juttuihin uusilla esittämistavoilla. Selittävämpi grafiikka auttaa taustojen esiintuomisessa. Grafiikat voivat kertoa myös uutisia, ilman, että juttua juuri kirjoitetaan. Matti Apusen mukaan graafiseen ilmeeseen panostaminen on lehtien painopiste tulevaisuudessa.

*Grafiikat oli latistunut tolppakokoelmiksi. Me pidetään niitä hienompina kuin ne ihmisten mielestä on...yhdentekeviä. Mutta, se että pystymme tekemään tällaisia, kuten tämän päivän lehdessä (15.11.2007) tämä Lielähti-Lentävänniemi-grafiikka. Näihin sisältyy paljon uutisia. Näille ihmisille, jotka asuvat täällä, mutta kyllä myös usealle muulle, jotka käyvät tässä kaupoilla ja liikkuu tällä alueella. Tämän tyyppinen tarinankerronta on aika lailla tulevaisuutta. (Matti Apunen)*

Aamulehdessä on panostettu grafiikkaan. Grafiikan tuottaja Kimmo Penttinen aloitti lehdessä muutama kuukausi ennen uudistusta. Hänen mukaansa tavoitteena on luoda suuria grafiikoita, jotka toimivat kuvan ja jutun tapaan.

*Ja eikä tehdä niitä pelkästään siitä miten toimii Boeing 622. Vaan tehdään semmoinen, että mikä on täi. Koulussa on nyt taas kaikilla täitä. (Minna Honkala)*

Palvelujournalismissa korostuu sen hyödyllisyys. Palvelujutut vaativat samalla tavalla haastavaa ja aktivoivaa kirjoittamista kuin analyysikin: kun luet lehden, tiedät ovatko nastarenkaat paremmat kuin kitkarenkaat. Lukija voidaan haastaa tekemään asioita ja aktivoida antamaan palautetta.

*Esimerkiksi kuntapolitiikassa meidän täytyy entistä tiiviimmin seurata asioita miten ne kehittyvät. Meidän täytyy soittaa kaiken maailman arkkitehdeille ja kysyä, missä vaiheessa sinä olet. Täytyy myös kertoa ihmisille, että tähän voi vielä vaikuttaa ja näin sen voi tehdä. Eikä se ole mikään häpeä kirjoittaa, että voit käydä kirjoittamassa nimen tähän adressiin niin mene tälle sivulle verkkoon. Tai tässä on kaupungininsinöörin puhelinnumero ja sille voi soittaa ja kysyä. Ja tuossa on sen kuva. Ja tässä on sen kotiosoite...(Minna Honkala)*

Haastavampi journalismi lisää automaattisesti palautteen ja keskustelun määrää. Lukijoiden kutsuminen verkkoon keskustelemaan on kasvanut koko ajan. Juttujen perään on tullut entistä enemmän viitteitä lehden verkkosivuille. Aamulehden lukijatutkimuksessa oli havaittu, että lukijat eivät olleet täysin ymmärtäneet, että kun jutun perässä luki aamulehti.fi, sivuilta löytyy muun muassa keskusteluja, videoita ja kuvagallerioita. Uudistuksessa verkkoon viittaukset muutettiin muotoon ”kerro mielipiteesi”, ”katso video” tai ”lue ja kuuntele tarina”.

Lukijoiden ottaminen osatuottajiksi vaatii kuitenkin hieman journalistien nöyrytmistä. Silloin herää kysymys siitä, mitä tarkoittaa journalistinen laatu.

*Meillä on tällä hetkellä tällaisia ongelmia, että me pyydetään lukijoita lähettämään verkkoon hevostuvia, ja sitten me tehdään siitä kansia. Sitten me sanotaan, ettei me voida laittaa näitä kuvia lehteen, kun nämä ovat liian huonoja. Mutta eihän siinä ole siitä kysymys. Kyllä meidän täytyy näyttää niitä ihmisten lähettämiä kuvia, vaikka se laatu ei olisikaan niin hienoa. (Minna Honkala)*

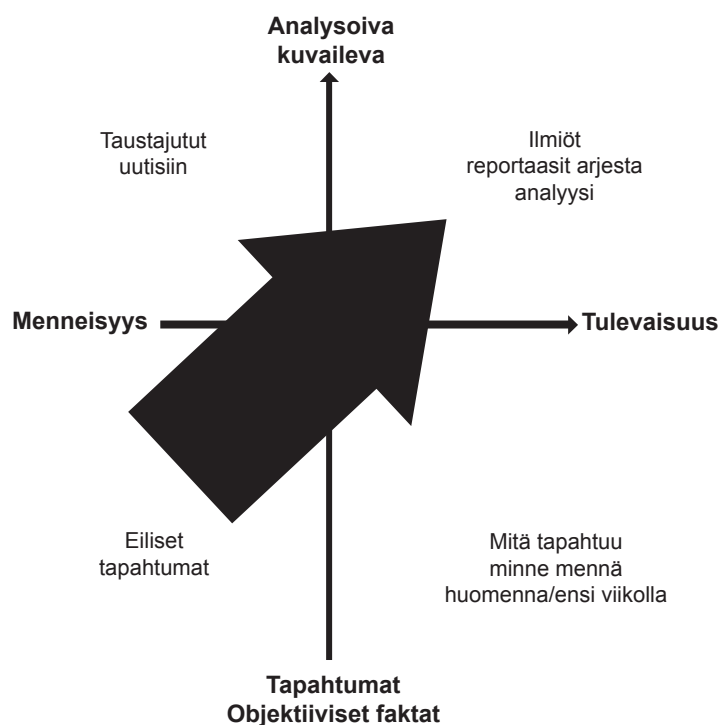
Vuorovaikutus korostuu verkossa. Lehtiudistuksen jälkeen Aamulehdessä lehden ja verkon yhteispeli oli vielä hieman hakuksassa, mutta se kehittyi koko ajan. Vaikka toimituksen sisällä tehtäväkenttien muotoutuminen vaati aikaa, lukijat löysivät verkon palvelut. Varsinkin Nokian vesikatastrofin aikaan lukijat hakivat tietoja Aamulehden verkosta, koska kaupungin tiedottamiseen ei voinut luottaa. Vesikatastrofi keräsi joulukuun puoliväliin mennessä yhteensä 10 000 viestiä tai kommenttia. Tammikuun alussa viestejä oli jo yli 20 000.

Minna Rajalan mukaan lukijoiden palvelu ja haastaminen lisäkeskusteluun pitäisi



saada vielä voimakkaammin näkymään painetun lehden sivuilla. Verkkopäällikön mukaan oli vielä hieman hankalaa löytää oikeaa formaattia, jolla keskustelulainauksia saataisiin juttujen yhteyteen itse lehteen. Tilat ovat niukat ja kommenttien käsittelyyn tarvittaisiin työvoimaa. Rajalan mukaan yksi keino voisi olla oman juttumateriaalin siirto osittain vain verkkoon. Näin voitaisiin helposti toimia varsinkin suurien juttupakettien kanssa.

Aamulehden suunta kohti analyttistä ja palvelempaa journalismia myötäilee yleisempää kehitystä, jota on ollut nähtävissä suomalaisessa lehdistössä. Merja Helle on tutkinut Helsingin Sanomien uutistoimitusta Muutoslaboratorio-hankkeessa. Helteen haastattelussa paljastui selvästi vanhan ja uuden journalistisen ideaalin rinnakkaisuus ja ristiriitaisuus toimituksessa. Käytännössä tämä tarkoitti sitä, että lehden toimituksessa oli tapahtumassa siirtymä eilen tapahtuneiden uutisten raportoinnista uutisten takana olevaan analyysiin. Samalla toimitus lisäsi palvelujournalismia ja pyrki



entistä enemmän saamaan kansalaiset vaikuttamaan paremmin poliittiseen päätöksentekoon. Toisaalta haluttiin kuvata myös ihmisten arkeen liittyviä kokemuksia ja ongelmia ja etsiä niihin ratkaisuja. Helle kuvaa Helsingin Sanomissa tapahtunutta muutosta viereisellä kuviolla.

Lähde: Helle Merja (2004) Journalistit käytännön mankelissa. Tutkimus ja kehittämishanke uutistoimituksessa. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto.

### 5.3 Roina häiritsee lukijaa

Lehtiudistuksen yhteydessä puututtiin jonkin verran myös juttujen sisältöön ja esittämistapaan. Sisällöllisistä ja teknisistä syistä juttujen mitta rajoitettiin 2 500 merkkiin. Se on juttupituus, joka mahtuu 6 palstalle 125 millimetriä korkeaan tilaan kahden rivin otsikolla. Kyseinen 125 mm on myös Aamulehden perusilmoitusmoduulin korkeus. Modulointi tuo tehokkuutta ja helppoutta juttujen hallintaan ennakoivassa

taitossa. Näin juttuja voidaan helposti siirtää ja vaihtaa niiden paikkaa, kun juttujen mitta on suunnilleen sama. Lisäelementtien (tietolaatikko, kainalo, kommentti, sitaatti) ja kuvan koon avulla muutetaan jutun laajuutta ja arvostusta sivun hierarkiassa.

Työprosessia tehostavan moduloinnin lisäksi jutut haluttiin tiiviimpään muotoon. Matti Apunen nosti esille sisältöä ja sen määrää koskevan seikan. Hänen mukaansa Aamulehden jutuissa on vielä reilusti tiivistämisen varaa. Esimerkiksi hän otti kirjoittajia kouluttaneen sanomalehtisuunnittelija ja -konsultti Edward Millerin teesit. Millerin mukaan sanomalehtijutussa on yleensä neljänlaista tavaraa. Lehtijutussa on paljon tärkeää (important) sisältöä, jonkin verran taustaa (background), hieman tavaraa tai roinaa (stuff) ja lisäksi aivan täyttä roskaa (junk). Apunen kertoi, että Aamulehdessä osataan ottaa jutuista jo roska pois, mutta lukijalle hieman kiusallinen roina eli stuff usein jää juttuun. Stuff on turhaa, yleensä kirjoittajallekin näkymätöntä ainesta, joka ilmenee toistona, ylenpalttisena kuvailuna tai asioiden kertaamisen.

Minna Honkala antoi eräästä juttutyypistä esimerkin, jota yleensä jutun kirjoittajakaan ei huomaa.

*Minun päiväni -juttusarja. Tämä on lukijatutkimuksen havainto ja hyvä havainto onkin. Minun päiväni -juttusarjassa jokainen aloittaa sen kertomalla, että aamulla join ensin kahvia ja söin leipää ja pesin hampaat. Kaikki tekee niin! Minkä takia me kirjoitetaan se jokaiseen juttuun? Nyt meidän täytyy miettiä, mitä ihmeellistä siinä oikein on.*

Tavoite on, että suuriin juttukokonaisuuksiin otetaan entistä selkeämmin mukaan erilaisia elementtejä. Ennen uudistusta saattoi olla, että artikkeli sisälsi 3 500 merkin pääjutun ja kaksi 800 merkin tietolaatikkoa. Elementtejä käytettiin määrällisesti hyvin vaihtelevasti ja epätasaisesti. Esimerkki tuottaa lukijan kannalta raskaan ja harmaan tiiliskiven, johon on vaikea tarttua, mutta toimittaja voi näin tekemällä päästää jopa vähemmällä työllä. Pidempään uutisjuttuun (3 500 merkkiä) mahtuu löysää ja loput tiedot voi juoksuttaa kahteen tietolaatikkoon ilman aineiston kunnollista käsittelyä. Esimerkissä toimittajan ei tarvitse tehdä valintoja, mikä on tärkeää, vaan hän voi joissakin tapauksissa kertoa asiasta kaiken.

Tällä tavoin toimi usein listojen mukaan suunniteltu lehti. Juttuja jouduttiin editoimaan tai jopa jättämään pois kokonaisuuksista tai lehdestä pelkästään sen takia, että liian massiiviset jutut eivät ole suhteessa todellisten tilojen kanssa.

2 500 merkin luettavan ja uutismaisen pääjutun lisäksi haluttiin korostaa nopean ja silmäilevän lukijan tarpeita. 400 merkin lyhyt tietolaatikko, tilasto, vertailu, tausta tai

avaus liittyy jokaiseen sivun pää- ja kakkosjuttuun. Toimittajan ilmaisumahdollisuudet eivät uudistuksen myötä juurikaan vähene, sillä juttuun voi lisäksi liittää lyhyen kommentin (uudessa mallissa 700 merkkiä), kainalojutun (uudessa mallissa maksimissaan 1 100 merkkiä), grafiikan tai kuvan.

Tiiviimmät palaset vaativat parempaa toimittamista, eikä mallissa voi esimerkiksi liittää juttuun useampaa tietolaatikkoa. Silloin täytyy miettiä, miten tämän voisi esittää toisin, jos tietoa on paljon. Olisiko silloin grafiikan paikka tai tekisikö erikoisemmista faktoista vaikkapa gallupin?

*Siellä on olemassa muitakin työkaluja kuin pelkkä juttu. Koko juttuhan voidaan tehdä grafiikkana tai juttu voidaan tehdä kuvakoosteena. Irtokuviahan meillä on ollut ja niitä tullaan nyt viljelemään lisää. Se on ihan validi tapa hoitaa monet asiat. Ei kaikesta tarvitse tehdä sitä tasapaksua tavaraa. (Ari Kinnari)*

Juttujen kirjoitustyyliin puututtiin jonkin verran, kun lehdessä järjestettiin kirjoittajakoulutusta toimittajille. Kirjoittajakoulutusta ennen uudistusta ja juuri uudistuksen jälkeen annettiin kuitenkin vain muutamia päiviä. Lisäksi toimittajat opiskelivat ennakoivaa taittoa ja uusia työnkulkuja. Kirjoittaville toimittajille tuli erilaisista koulutuksista noin kolme päivää ja taittaville toimittajille neljä päivää. Lisäksi tietoa uudistuksesta annettiin ja käytiin läpi eri osastojen omissa osastokokouksissa.

Aamulehden uudistus korostaa uutisten tärkeyttä, mutta uutisen rinnalle kaivataan myös selkeää mielipidettä. Kommentoivan kirjoittamisen profilia halutaan nostaa uutisten rinnalle. Aamulehden tyylikirjan kolmas painos vuodelta 2005 määrittelee Kotimaan osaston tärkeimmät sisällölliset vaatimukset näin: ”*Avainasioita ovat herkkyyys tunnistaa uutinen pienistäkin merkeistä, nopea reagointi ja luotettavuus eli hyvän laadun nälkä. Olennainen asia on merkittävän ja kiinnostavan uutisen tunnistaminen elämäpiirin (lokaali-globaali) kautta, ei pelkästään ahtaasti maantieteellisesti joko levikkialueella tai Suomessa tapahtuvana tai esille nostettavana asiana. Puheenaihejuttuja tuotetaan joka päivä. Kotimaan osasto kirjoittaa aiheestaan lukijan näkökulmasta, vaikutusten kautta. Juttu kertoo, mitä uutinen merkitsee minulle, miten se vaikuttaa minun elämäni. Vaikka johtopäätösten tekeminen jää lukijalle, toimittajankin on kyettävä päättelemään, mikä on uutisen vaikutus. Uutisjutussa ei oteta kantaa, sen sijaan juttujen yhteyteen voidaan laatia toimituksellinen kolumni joko tiiviin kommentin tai palstanpään muodossa. Toimittajien nimellä kirjoittamat kommentit saavat olla raikkaasti eri mieltä lehden pääkirjoitussivun linjausten kanssa.*”

Uutisten osalta kolme vuotta vanhaan tyylikirjan määritelmään pitää ottaa mukaan tarinoiden korostaminen. Päätoimittaja Apunen haluaa Aamulehteen lisää hyviä tarinoita ja inhimillisiä kokemuksia. Hänen mukaansa tarinoissa on sanomalehdellä suuri mahdollisuus. Apunen kaippaa toimittajien kirjoitustyyliin inhimillisempää, kokemuksellisempää ja tunteellisempää otetta. Apusen mielestä on aika hassua, että uutisteksti on usein puhdistettu tunteista.

*Kun kirjoitetaan hyvin dramaattisista asioista, se kirjoitetaan hyvin ulkopuolisesti ja viileästi. En tarkoita, että meidän pitää mennä mukaan ja antaa asioiden kuljettaa. Siitähän ei ole kysymys. Mutta kun kerrotaan lukijalle, että on dramaattinen tapahtuma niin kerrotaan lukijalle mikä siinä todella on dramaattista. Nyt me vaan todetaan, että olipas mielenkiintoista. Sitten lukija jää huutamaan, että kertokaa, näyttäkää. Mitä siellä todella oli? Siinä on meidän iso haaste.*

Tarinat ja uutiset eivät Apusen mukaan vaadi pitkää kirjallista muotoa. Lyhyet ja taloudelliset formaatit ovat hänen mielestä sanomalehden vahvuus.

*Lyhyimmillään hyvä henkilöjuttu voi olla 700 tai 800 merkkiä. Sellaisia on maailmalla nähty. Saadaan fantastinen tarina, joka ei ole edes 1000:ta merkkiä, mutta silloin täytyy olla runoilijan kykyä, että pystyt prässäämään sen jutun niin pienellä. Jos me ollaan näin taitavia, niin sitten meitä ei kaada mikään. (Matti Apunen)*

## 5.4 Taloudelliset juttuformaatit

Lehti uudistuksen alkuvaiheessa toimituksen useilta eri tahoilta pyydettiin uudistusehdotuksia. Sisältöä pohtivat ainakin uutisjutturyhmä, henkilöjournalismiryhmä ja erityinen naistyöryhmä.

*On helpompi tuoda läpi tällaisia uusia formaatteja. Kun on tehty seitsemän vuotta samalla tavalla hommia, jos tuot sinne yhden tavan lisää tehdä siihen valtavaan pinoon, niin se ei erotu sieltä. Se usein unohtuu. Mutta kun tuodaan koko setti uusiksi, se onnistuu. (Ari Kinnari)*

Ideoita saatiin myös osastojen omista palavereista. Matkan varrella osa ehdotuksista katosi, ja jostain syystä ideoita, juttumalleja ja juttutyyppisiä ei koottu ennen uudistusta kattavasti yhteen. Eri ihmisillä oli halussaan erilaisia listoja. Muistilistasta tulikin hieman sekava kokonaisuus, jossa oli mukana selkeitä juttutyyppisiä, mutta myös laveammin määriteltyjä juttukehikoita tai malleja, joiden mukaan juttuja voitiin lähteä

toteuttamaan. Uutispäälliköt käyttivät listaa ensimmäiset viikot tarkistuslistanaan, josta he katsoivat, että lehteen tulee joka päivä uusia juttutyyppejä. Tammikuussa uusien juttutyyppeiden käyttö oli ottanut hieman takapakkia. Niiden käytöstä muistutettiin erikseen toimituksen palautelistalla.

Uusissa juttutyypeissä korostui käytännöllisyys, lukijoiden haastaminen ja palvelu sekä asioiden selittäminen. Esimerkiksi juttutyyppi nimeltään ”nasta vai kitka” esittää yksinkertaisen kysymyksen, kumpi kannattaa valita. Lyhyessä muodossa kerrotaan molempien hyvät ja huonot puolet. Samalla juttutyyppillä voidaan verrata hintaa, laatua, tyyppiä, taloudellista tulosta tai jopa henkilöitä: ”Katainen vai Niinistö”.

Tiiviissä juttutyypeissä korostui erityisesti listamaisuus. Listat tai indeksit ovatkin myöhäismodernin sanomalehden piirre, joka on ottanut mallia erityisesti verkkomaailmasta. Näillä palvellaan erityisesti silmäileviä lukijoita. (Barnhurst & Nerone 2001, 289.) Aamulehden juttutyypit ”kolme kriitikkoa”, ”ratkaisun avaimet” ja ”taistelupari” ovat tiiviitä kokonaisuuksia, jossa kerrotaan 700 merkissä mitä mieltä on jostakin asiasta, mikä on tärkeää tai ketkä henkilöt ovat juuri nyt tärkeitä.

Gallupeihin ja kysymyksillä rakennettuihin juttuihin haluttiin hyökkäävyyttä ja keskustelunomaista puhekielisyyttä. ”Oletko tosissasi? Oletko oikeasti sitä mieltä?” Myös gallupeihin haluttiin särmää tuomalla ihmiset lähemmäs. Jopa kuvien rajaus muutettiin niin, että kuvasta tulee lähes elokuvamainen erikoislähikuva. Rajaus kulkee tiukasti leuasta ja otsan kohdalla yhden palstan vaakakuvassa. Galluppien tarkoitus on, että ihmiset kertovat vain omasta elämästään, sillä he ovat elämänsä asiantuntijoita: ”Mikä on minun kuntoni, millaisen auton minä haluan?”

Aikaisemmissa luvuissa esittelemäni Aamulehden lehtiudistuksen sisällölliset tavoitteet voidaan tiivistää seuraaviin sanoihin:

**Lisää:** Uutisia, analyysiä, tunnetta, tarinoita, läsnäoloa, henkilöitä, kommentointia, tulevaisuutta, tiiviyyttä, palastelua, kontrastia, paikallisuutta, selkeyttä juttuhierarkiaan, tärkeät kuvat esiin, rentoutta, vuorovaikutusta, yhteisöllisyyttä, kiinnostavuutta, helppolukuisuutta, selittäviä grafiikoita, värejä, hauskuutta.

**Vähemmän:** Virkamiesmäisyyttä, harmautta, keskimääräisyyttä, pelkistettyä uutistyyliä, suuria kokonaisuuksia.

## 5.5. Ulkoasu korostaa uutista

Uuden lehden sisältö ja ulkoasu korostaa uutista. Pääjuttujen painoarvoa hierarkiassa nostetaan paksummalla groteskifontilla (Flama). Muutama kymmenen vuotta sitten tunkkaisena ja ahtaana pidetty groteski teki paluun Aamulehteen.

Uuden typografian isä Jan Tschichold muistuttaa groteskin painoarvosta teoksessaan *Die Neue Typographie* jo vuonna 1928: ”Edellytämme kirjaimilta mutkattomuutta, selkeyttä sekä kaiken turhan hylkäämistä. Tämä johtaa geometriseen muotoon. Groteski on tulevaisuuden perusmuoto. Yksikertaiset geometriset groteskin linjat ilmaisevat selkeyttä ja keskittymistä ajassamme olennaiseen.” (Tschichold 2002, 47)

Pääjuttujen alkuun kirjoitetaan myös lihavoinnilla korostettu intro, joka kertoo uutisen tärkeimmän sisällön nopeasti selailevalle lukijalle. Tiiviimmät sisällöt ja parempi juttujen palastelu erilaisten elementtien avulla kertoo, että sanomalehti ottaa käyttöönsä myös verkon esitysmuotoja. Lukijan ohjaaminen ja linkittäminen onkin entistä voimakkaampaa.

Kuva on tärkein lukijaa ohjaava elementti. Aamulehdessä uutiskuvaa pyritään tuomaan paremmin esiin. Kuvat, jotka ansaitsevat olla isolla, saavat tilaa. Iso on entistä suurempaa ja pieni pienempää. Kuvia myös rajataan vähemmän. Ennen taittaja rajasi kuvia voimakkaastikin erimuotoisiksi. Nyt ennakoivan taiton kuvalaaticot noudattavat kameran kuvasuhdetta 2:3. Poikkeuksellisia rajauksia haetaan vain erikoistapauksissa. Myös suuret kuvitukset ja selittävät grafiikat parantavat visuaalista ilmettä, mutta myös lisäävät kontrastia. Aamulehden ilme on entistä graafisempi.

*Muutos ei ole liian radikaali, mutta siinä on vähän semmosta rock and rollia, mitä haetaan. Saadaan me olla semmoisia rentojakin. Että ei kaiken tarvii olla niin jäykkää.*  
(Minna Honkala)

Ari Kinnarin mukaan selkeys ja johdonmukaisuus ovat asioita, joita uudistuksessa parannetaan. Lukijoiden ohjaamisen parantamiseksi etusivun vinkkien määrää ei laskettu (12–16 kpl), vaikka muualla Euroopassa etusivun vinkkien määrä on ollut laskussa. Tosin etusivun tekstimäärä on pyritty vähentämään puoleen siitä mitä se oli aikaisemmin. Etusivulla on myös enemmän värejä. Runsauden vaikutelmaa luodaan tekemällä etusivulle joka päivä myös grafiikka ja/tai syväty kuva.

Runsauden vaikutelmaa sisäsivuilla lisätään yläosien hyllyillä, jotka kertovat lyhyesti jonkin asian tai uutisen. Hyllyjen huomioarvo on suuri. Vesa Laitisen pro gradu -työssä



vuonna 1999 silmänliiketutkimukset Aamulehdestä kertovat, että oikeanpuoleinen sivuelementti houkuttaa ja erityisesti sivun yläosa keräsi eniten osumia. Se on paikka, josta lukija tulee sivulle. (Laitinen 1999, 65–66.)

Ally Palmerin ja Terry Watsonin avulla suunniteltiin lehden uusia fontteja ja värimaailmaa. Uusiksi väreiksi valittiin trendikäs oranssi ja yllättävä huomioväri violetti. (Liite 3)

Uusiksi otsikkofonteiksi valittiin mielenkiintoiset Flama ja Rocky. Leipätekstiksi valittiin Aamulehden Sunnuntai-uudistuksessa onnistuneeksi havaittu Mercury. Konsulttien roolista Ari Kinnari kertoi seuraavaa:

*Enitenhän ne ovat tuoneet tässä fonttikysymyksessä. Heidän ehdotuksiaanhan tässä on pengottu. Tosin leipätekstissä päädyttiin meidän omaan ehdotukseen. Mutta kyllä sieltä löytyi sellaisia kirjaimia, joita en olisi ikinä löytänyt. Niiltä saa sen, miten se lehden yleisilmeeseen vaikuttaa ja siinä ne on ammattilaisia. Siinä se paras apu on, ja totta kai värimaailmassa on tullut sellaisia asioita, jotka aluksi vaikutti vähän kummalliselta, mutta mitä enemmän niitä on katsanut, niin sitä järkevämmältä ne tuntuvat. Siellä on tullut sellaisia asioita, jotka olisi jäänyt yksin tekemättä.*

Vähiten konsultit vaikuttivat etusivuun ja leipätekstin valintaan. Etusivun muoto päätettiin toimituksen sisällä, mutta leipätekstin valintaan vaikutti yllättävä taho.

*Tein ensin kenttätestetit, mutta olin melko varma, vaikka vähän harrastettiin näennäisdemokratiaa ja kysyttiin ihmisiltä, että mistä ne pitää. Kyllä se hajonta oli aika tasaista, mutta Mercury voitti jokaisessa äänestyksessä, vaikka aika lähelle tuli näitä muitakin vaihtoehtoja. Sitten kävin mummonkammerissa testauttamassa nämä ikänäköihmisillä ja sielläkin Mercury voitti. Se oli viimeinen niitti. (Ari Kinnari)*

Liian radikaaleja muutoksia ulkoasuun ei kuitenkaan haluttu tehdä, koska ensivaikutelman lehdestä saa sen ulkomuodosta. Ensivaikutelman perusteella tehdään myös päätöksiä siitä, kiinnostaako joku asia. Sanomalehden muoto tai visuaalinen järjestys antaa lukijalle pohjan, jonka avulla hän voi navigoida lehdessä.

Sanomalehtien visuaalinen järjestys (Seppänen 2001, 29–36) on vuosien kuluessa muotoutunut tietynlaiseksi. Aiheet on järjestetty yleensä arvojärjestykseen niiden uutismaisuuden mukaan. Myös kokonaisuuksien jako eri osastoihin ja näiden osastojen arvottaminen tiettyyn järjestykseen niiden painoarvon mukaan on lukijalle tuttua nykysanomalehdissä. Tapa järjestää asioita muodostaa yhteisesti hyväksytyyn

sanomalehden visuaalisen järjestyksen: tältä laatusanomalehdet näyttävät. Sen kuvan myös Aamulehti haluaa säilyttää.

Visuaalinen järjestys erottaa sanomalehden iltapäivälehdistä, yleisaikakausilehdistä ja muista erityislehdistä. Sisäänrakennettu vaatimus laadusta on lukijoilla, mutta myös itse lehdentekijöillä. Laatulehti haluaa myös näyttää ja tuntua sellaiselta. Lukijoiden kommentit otetaan toimituksissakin vakavasti vastaan. Aamulehden uutta ulkoasua, ensimmäistä koelehteä kesäkuussa 2007, testattiin TNS gallupin tutkimuksessa neljällä erilaisella ryhmällä. Hyvin suuri osa lukijoista piti lehteä raikkaana ja uudistuneena, mutta pieni joukko testiryhmästä antoi osuvaakin palautetta Aamulehden uudesta visuaalisesta järjestyksestä. Varsinkin dummy-lehden etusivu herätti keskustelua.

Lukijoiden huomiota:

*”Aamulehti on muuttunut halvemman näköiseksi. Tai jopa metromaiseksi.”*

*”Onko lööppimäisyys etusivun tärkein ominaisuus?”*

*”Heikoin lenkki on etusivun visuaalinen kirjavuus. Sitä kannattaa rauhoittaa.”*

*”Ei kannata käyttää liikaa värejä ja erilaisia fontteja”*

Taittopäällikkö Minna Honkalan haastattelu paljasti, että lukijoiden huomioihin oli tartuttu, ja omasta visuaalisesta järjestyksestä erotuksena iltapäivälehtiin oltiin huolissaan. Ensimmäinen dummy-lehti, jolla tehtiin lukijatutkimus oli värikkäämpi ja siinä oli enemmän pieniä ärsykeitä kuin lopullisessa etusivussa. Kommenttien jälkeen etusivun värinkäyttöä rauhoitettiin ja kilkkeitä riisuttiin.

*On sillä vaikutusta ja mun mielestä on aika merkittävää, jos lukijat sanovat, että näyttää halvemmalta. Iltapäivälehdet hoitavat hirveän hyvin tonttiaan, mutta meillä on vähän erilainen rooli tai oikeastaan aika erilainen rooli. Ja se mielikuva mikä meistä on niin...se ei pidä olla semmonen hömppä. On sillä merkitystä. (Minna Honkala)*

Ulkoasulla on erityistä merkitystä lehden vaikuttavuuteen. Amerikkalainen tutkija B.J. Fogg laati opiskelijoidensa avulla tutkimuksen, jolla pyrittiin tutkimaan ihmisten kokemuksia internet-sivujen luotettavuudesta. Kyselytutkimuksen vastaukset osoittivat yleisen siisteyden ja suunnittelun ammattimaisuuden olleen merkittävimpiä tekijöitä luotettavuuden arvioinnissa. Tulos voidaan yleistää myös sanomalehteen, sillä arvioidessaan internetsivustojen luotettavuutta, he kiinnittivät huomiota erityisesti typografiaan, kuviin ja käytettyjen elementtien sekä tyylien yhdenmukaisuuteen: asioihin, jotka palvelevat viestin selkeyttä. (Holm 2006, 67.)

### 5.5.1. Lukijapalautetta

Uudistettu lehti sai yllättävän vähän lukijapalautetta, sillä kahden ensimmäisen viikon aikana toimitukseen tuli vain noin 300 palautetta, vaikka sitä erikseen pyydettiin.

Vuonna 2004, kun Aamulehden vanha liite Allakka uudistettiin Valoksi, toimitukseen tuli kahden viikon aikana 600 palautetta, pyytämättä.

Noin puolet palautteesta oli positiivista tai neutraalia, toinen puoli negatiivista.

Negatiivisessa palautteessa korostui sekavuus ja suurten ja paksujen otsikoiden luoma synkkyys. Positiivisessa palautteessa asioiden ”paikoilleen laittaminen” sai kiitosta.

*Ihan hyvä mutta... Miksi ihmeessä pitää tunkea montaa eri fonttia ja kokoa samalle sivulle, ja montaa eri väriä. Ihan pyörryttää kun yrittää saada jostain jutusta ”kiinni”. Joskus olisi hyvä pitää kiinni jostain vanhastakin, siinä olisi selkärankaa. Nyt on pelkkää infoähkyä, harmi!*

*Nyt Aamulehti on Aamulehti. Hyvin selkeä, kaikki uutiset ja kirjoitukset ovat kuin omissa lokeroissaan. Mustat tehosteväliviivat auttavat tietämään artikkelin pituuden. Jos on kiire, näkee heti kerkiääkö lukea vai ei. Olisiko lehteen tullut enempi asiaa, vai tuleeko sellainen tunne kun uutiset ovat omana kokonaisuutenaan. Keskiviikon lehti voitti tullen menen tiistaina ilmestyneen aamulehden. Ensimmäisen uudistetun lehden luettuani kouluarvosanaksi 9+.*

*Kiitos!!! Meidän perheeseen tulee jo Tamperelainen. Ja vielä ILMAISENA. Todella sekava lehti. Kiitos kuluneista vuosista. Tämmöistä lehteä emme todellakaan tule jatkossa tilaamaan. TODELLA PASKA UUDISTUS.*

*Muistuttaako liikaa Hesaria? Muuten kyllä ensivaikutelmat hyviä.*

*Aamulehti näyttää nyt erehdyttävästi Keski-suomalaiselta. Uusi kirjaintyyppi vaikuttaa keltaisen lehdistön tyyliltä. Miten te saatoitte antaa tällaisen kopion mennä läpi? Miksi Aamulehti matkii itseään pienempiä lehtiä? Maksoitteko siitä vielä? Valohan on jo tarkka kopio Nyt-liitteestä.*

*Aamulehden uudistus on oikein onnistunut. Selkeä ja jotenkin asiallisempi, ei niin ”kotikutoinen”, kuin ennen. Uskottavampi.*

*Lehden visuaalinen vaikutelma on synkkä, ahdistava ja levoton. Valtavan kokoiset, raskaat ja synkän mustat otsikot herättävät heti tunteen, että jotain kamalaa on tapahtunut: tasavallan presidentti kuollut, sota syttynyt tms.*

## 5.6. Viikon lehtien vertailu

Vertailin vuosien 2006 ja 2007 marraskuun alun (7.–13.11.) lehtiä. Vertailulla halusin selvittää uudistuksen vaikutuksia lehden sisällössä ja ulkoasussa. Pieni tutkimukseni kertoo kehityssuunnista ja painotuseroista lehdessä ennen ja jälkeen uudistuksen.

Aloitin vertailuni kuun seitsemännestä päivästä, koska silloin ilmestyi ensimmäinen uudistettu Aamulehti. Vertailin hyvin karkeasti kuvien ja juttujen määriä sekä niiden painotuksia. Lisäksi laskin toimituksellisten juttujen määrän.

Määrään sisällytin kaikki jutut, kolumnit, kainalat ja tietolaatikat. Mukaan lasketun jutun piti täyttää ehto, että se kertoo lukijalle asian loogisesti jatkuvassa sanallisessa muodossa asian, eikä se ole vain listaus tai yksittäinen tieto.

En tehnyt vertailua sen mukaan kuinka paljon viikon lehdissä on erilaisia aiheita, koska marraskuun alussa vuonna 2007 tapahtuneet Jokelan koulusurmat olisivat vääristäneet tuloksia liikaa.

Päätin vain laskea jutut eli juttukokonaisuuden kaikki ehdot täyttävät elementit. Jos yhdessä kokonaisuudessa oli mukana esimerkiksi juttu, kainalo ja kommentti, laskutapani mukaan siinä on kolme juttua.

Laskuihin en ottanut mukaan etusivua, erilaisia vinkkejä kansissa ja uuden lehden sivun yläosia eli hyllyjä. Hyllyt voisivat olla myös mukana aineistossa, koska niissä voidaan kertoa lyhyitä uutisia. Hyllyjä on uudessa lehdessä päivittäin noin 10 kappaletta.

Vertailin myös viikon kokonaissivumääriä. Tämän avulla pystyin selvittämään, onko uudistuksella ollut vaikutusta juttujen pituuksiin. Tulos oli, että lehdessä on nyt tiheämmin juttuja kuin ennen. Havaitsin myös lehden rakenteessa tapahtuneet painotuserot. Tulos kertoo, että Aamulehti on nyt rakenteeltaan etupainotteinen uutislehti. Lopuksi vertailin myös toimituksellisten kommenttien määrää. Yllättävä tulos kertoi, että kommentoivan kirjoittamisen määrä oli laskenut verrattuna vuoteen 2006.

Tuloksia pitää kuitenkin lukea uudistuksen ensimmäisen viikon tuloksina. Tietty varovaisuus ja uusien linjojen haku näkyy lehdissä. Samoin Jokelan koulusurmien uutisointi täytti lehteä koko viikon ajan. Esimerkiksi havaintoni kommenttikirjoittamisesta ei pitäne täysin paikkaansa. Testasin tuloksiani reilu kuukausi uudistuksen jälkeen (10.–16. joulukuuta). Silloin kommentoivan kirjoittamisen määrä oli palannut lähes edellisen vuoden tasolle. Tosin pitkien kolumnien määrä oli laskussa. Lyhyitä kommentteja kuitenkin oli lehdessä hieman enemmän kuin vuonna 2006.

### 5.6.1. Sivumäärä

Viikon aikana sivumäärät lehdissä poikkesivat jonkin verran toisistaan. Vuonna 2006 kokonaissivumäärä oli 284 sivua (40,6 sivua/lehti) ja vuotta myöhemmin 260 (37,1 sivua/lehti). Toimituksellista aineistoa oli vuonna 2006 yhteensä 207:llä eri sivulla ja vuonna 2007 yhteensä 184:llä eri sivulla. Molempina vuosina sivuja, joissa oli pelkästään ilmoituksia tai ei toimituksellista aineistoa, oli suunnilleen yhtä paljon eli 76 (2006) ja 77 (2007) sivua. Vuoden 2007 sivumäärissä näkyi uudistuksen aloituksen varmistelu. Toimituksessa tehtiin tarkoituksenmukaisesti sivumäärältään pienempää lehteä. Toisaalta Jokelan koulusurmien luulisi lisäävän sivumäärää. Lähes 10 prosenttia pienemmästä lehdestä voisi kuitenkin päätellä, että entistä tiiviimpi ja sivumäärältään pienempi lehti on tavoitteena myös jatkossa.

Tiivistäminen on taloudellista, koska ilmoitukset eivät ole vähentyneet tai tiivistyneet, eikä puhtaiden ilmoitussivujen määrä ole laskenut.

En ole laskenut palstamääräisiä tarkkoja mittoja jutuille ja ilmoituksille, joten lukuni ovat suuntaa-antavia ja niitä pitää tulkita varovasti. Olen laskenut sivun toimitukselliseksi sivuksi, vaikka siinä on ollut vain yksi juttu ja muuten sivu on täynnä ilmoituksia. Oletan kuitenkin, että ilmoitusten sijoittelun logiikka ei ole oleellisesti muuttunut uudessa lehdessä.

Aamulehti 7.–13.11.	2006	2007
Sivuja yhteensä	284	260
Toimituksellista aineistoa	207	184
Täysinä ilmoitussivuja	77	76
Juttumäärä	1036	969
A-osassa juttuja	519	589
B-osassa juttuja	517	380
Kolumneja	22	11
Kommentteja	27	19
Kuvia yhteensä	574	457
Isoja	58	63
Keskikokoisia	137	90
Pieniä	254	194
Hyvin pieniä	108	87
Aihekuvia	195	152
Henkilökuvia	280	223
Kuvittavia kuvia	99	82
Graafeja yhteensä	67	54
Isoja	10	15
Keskikokoisia	22	12
Pieniä	35	27
Tietograafeja	35	29
Kuvituksia	18	12
Selittäviä graafeja	14	13

### **5.6.2. Juttumäärä**

Tiivistämisestä kertoo myös toimituksellisten juttujen määrä. Vuonna 2006 lehdessä oli yhdessä viikossa karkean hahmotelmani mukaan 1036 juttua (148/lehti). Vuonna 2007 lehdessä oli 969 juttua (138/lehti). Eroa on vain 67 juttua, vaikka toimituksellista aineistoa sisältäviä sivuja vuonna 2007 oli 23 vähemmän kuin vuonna 2006.

Tieto kertoo juttujen merkittävästä lyhentymisestä. Jotta vuonna 2006 olisi päästy samaan juttutiheyteen (juttua per sivu) kuin vuonna 2007, olisi joka päivä pitänyt kirjoittaa seitsemän juttua (eli pääjuttua, kainaloa, kolumnia, kommenttia tai tietolaatikkoa) enemmän. Viikossa tämä tekee yhteensä 50 juttua enemmän. Tämä kertoo juttumittojen selkeästä lyhenemisestä ja juttujen tehokkaammasta palastelusta. Tiivistämisen takia yhdelle sivulle mahtuu enemmän juttuja, ja todennäköisesti myös aiheita, kuin ennen. Aiheita voi ollakin uudistetussa lehdessä enemmän kuin aikaisemmin, sillä erilaisten elementtien määrä jutuissa on vakioitu. Aikaisemmin jutuissa saattoi olla helposti useampia tietolaatikoita. Nykyään saa olla vain yksi. Tämä pienentää kokonaisuuksien vaatimaa tilaa sivuilla.

Aiheiden lisääntymiseen viittaa myös editoivien uutispäälliköiden huomio siitä, kuinka paljon juttuja uutisaukeama vetää. Heille on tullut yllätyksenä, kuinka paljon hyvin editoitua aineistoa tarvitaan yhdelle aukeamalle. Ilmeisesti juuri lyhyiden juttujen määrä on kasvanut eniten.

### **5.6.3. Rakenteen muutos**

Juttujen määrä kertoo myös lehden rakenteen voimakkaista muutoksista. Vuonna 2006 marraskuun alussa lehden A-osassa oli 519 juttua (50 % koko lehden sisällöstä). Vuonna 2007 A-osassa oli 589 juttua (61 %). Tämä selittyy uutisaukeaman vaikutuksella ja Pirkanmaa-sivun perustamisella. B-osaa tasapainottaa hieman mielipiteiden siirtyminen sinne. (Tosin mielipiteitä en ole laskenut toimitukselliseksi aineistoksi eli ne eivät näy laskuissani.)

B-osan juttujen määrä viikossa on laskenut 517:ta 380:een. Silmämääräisesti arvioituna eniten sisältöään ovat joutuneet karsimaan kulttuuri ja urheilu.

Laskelmani ovat kuitenkin suuntaa-antavia. Erityisesti Jokelan koulusurmien käsittely vääristää lukuja A-osan hyväksi. Heitot ovat kuitenkin niin isoja, että lehden alkupään uutisten painottaminen on selkeä linjaratkaisu. Kuten on myös B-osan kahden suuren osaston (kulttuuri ja urheilu) sisältöjen karsiminen. Kevyemmän aineiston määrä on Aamulehdessä suhteellisesti laskusuunnassa. Painotusten mukaan Aamulehdestä voi todella puhua uutislehtenä.



#### **5.6.4. Kommentoiva kirjoittaminen**

B-osan taantumisesta kertoo myös kommentoiva kirjoittaminen. Olen laskenut juttujen yhteyteen erikseen kirjoitettavat kommentoivat kirjoitukset. Vakiopaikkoja, kuten pääkirjoitussivua ja B-osan kannen kolumnipaikkaa, en ole laskenut mukaan.

Vuonna 2006 kommentteja ja kolumneja oli viikon aikana yhteensä 22 kolumnia ja 27 kommenttia.

Vuonna 2007 samalla viikolla vastaavat määrät olivat 11 kolumnia ja 19 kommenttia. Erityisesti B-osan kommenttikirjoittaminen oli lähes tyrehtynyt. Lehden kommenttikirjoittaminen kuitenkin heräsi kuukausi uudistuksen jälkeen. Ajanjaksolla 10.–16.12. kolumneja oli lehdessä 15 kappaletta ja kommentteja jo 28 kappaletta. Kasvua on aloituksesta reilusti, mutta silti edellisen vuoden tasosta jäädään kolumnien osalta jälkeen. Tämä on hieman erikoista, kun lehden tavoitteena oli analyysin ja kommentoinnin lisääminen.

#### **5.6.5. Kuvien määrä ja sisältö**

Vertasin lehtiä myös kuvien osalta. Laskin kuvien määrän ja pohdin myös niiden sisältöä. Kuvien määrässä tapahtui selkeä lasku, mutta niiden sisällöllinen painotus ei juuri muuttunut. Mukaan olen ottanut lähes kaikki lehdessä olleet kuvat. Vain televisiosivujen kuvia en ole ottanut mukaan, koska ne ovat määrältään, kooltaan ja sisällöltään samanlaiset vuosina 2006 ja 2007.

Kuvien määrä laski vuodessa 574 kuvasta 457:ään. Sivumäärä lehdessä oli vuonna 2007 lähes 10 prosenttia pienempi, mutta pudotus kuvien määrässä oli 20 prosenttia. Kuvien määrän pudottaminen oli ollut myös tavoitteena. Kuvien kokoon haluttiin enemmän kontrastia ja uutiskuvaa yritettiin saada paremmin esiin.

Laskin myös kuvien koon vaihteluja. Jaottelin kuvat suuriin (5 palstan vaakakuvan tai 4 palstan pysty tai suuremmat), keskikokoisiin (4 palstan vaakakuvan ja kahden palstan pystyn väliltä), pieniin (kahden palstan vaaka tai yhden palstan pysty) ja hyvin pieniin (yhden palstan vaaka tai sitä pienemmät). Erikoisryhmänä otin mukaan syvätyt kuvat eli kuvat joista tausta on poistettu.

Vuonna 2006 suuria kuvia oli 10,1 prosenttia, keskikokoisia 23,9 prosenttia, pieniä 44,3 prosenttia ja hyvin pieniä 18,7 prosenttia kaikista kuvista. Syvätyjä kuvia oli 3 prosenttia kuvista. Vuonna 2007 suuria kuvia oli 13,8 prosenttia, keskikokoisia 19,7 prosenttia, pieniä 42,5 prosenttia ja hyvin pieniä 19 prosenttia kuvista. Syvätyjä kuvia oli 5 prosenttia kuvista.

Suuret muutokset tapahtuivat suurien ja keskikokoisten kuvien välillä. Vuonna 2006 suuria kuvia oli viikon aikana 58 kappaletta. Vuonna 2007 niitä oli jo 63 kappaletta,

vaikka kuvia oli lehdessä selkeästi vähemmän. Muutos kertoo kuvakoon kasvamisesta ja siitä, että keskikokoisten kuvien määrää haluttiin laskea. Tämä oli linjassa tavoitteen, eli kuvakonstrastien kasvattamisen, kanssa.

Kuvien sisällöt eivät olleet kuitenkaan suuressa muutoksessa. Jaottelin kuvat hyvin karkeasti kolmeen kategoriaan: aihekuviin, henkilökuviin ja kuvittaviin kuviin. Aihekuvat liittyivät tiukasti aiheeseen tai tapahtumaan. Aihekuviin sisällytin myös uutiskuvat. Aihekuvia saattoivat olla vaikkapa kuva ryhmästä ihmisiä saamassa palkintoa tai ilmakehän rekkajonoista itärajalta.

Henkilökuvissa toimijana oli yksinkertaisesti henkilö. Henkilökuvaksi laskin myös kasvokuvat. Kuvittaviksi kuviksi laskin vain juttuun löyhästi liittyvät kuvat. Siis sellaiset kuvat, jotka kuvittavat haluttua aihetta.

Prosentuaalisesti kuvat jakautuivat vanhassa ja uudistetussa lehdessä samalla tavalla. Vuonna 2006 aihekuvia oli 34 prosenttia, henkilökuvia 48,8 prosenttia ja kuvituskuvia 17,2 prosenttia kuvista. Vuonna 2007 aihekuvia oli 33,3 prosenttia, henkilökuvia 48,8 prosenttia ja kuvituskuvia 17,9 prosenttia kuvista.

### **5.6.6. Grafiikat**

Grafiikan käytössä löytyi suuria eroja uuden ja vanhan lehden välillä. Jaottelin myös grafiikat karkeasti koon ja sisällön mukaan. Suuriksi grafiikoiksi laskin 6 tai 5 palstan grafiikat ja sitä suuremmat. Keskikokoisiksi 4 palstan vaakagrafiikasta 2 palstan pystygrafiikkaan. Pieniksi grafiikoiksi laskin kahden palstan vaakamuotoiset ja sitä pienemmät grafiikat.

Grafiikoiden sisällön jaoin kolmeen tyyppiin. Selittävä grafiikka kertoo tavallista enemmän asiasta ja syysuhteista. Selittävä grafiikka kertoo miksi ja minkä takia. Tietografiikka antaa tietoja lukijalle. Se ei selitä. Kuvitusgrafiikka kuvittaa aihetta. Se ei yleensä sisällä tekstiä.

Vuonna 2006 grafiikoita oli yhteensä 67 kappaletta. Suuria grafiikoita näistä oli 14,9 prosenttia, keskikokoisia grafiikoita oli 32,8 prosenttia ja pieniä grafiikoita 52,3 prosenttia.

Vuonna 2007 grafiikoita oli 54 kappaletta. Suuria grafiikoita näistä oli 27,7 prosenttia, keskikokoisia 22,2 prosenttia ja pieniä 50,1 prosenttia. Suurten graafien määrän kasvua kymmenestä viiteentoista selittää osittain Jokelan koulusurmien massiiviset grafiikat. Muutos on kuitenkin niin iso, että suurempaan grafiikkaan panostetaan selvästi keskikokoisten kustannuksella.

Grafiikan tuottajan Kimmo Penttisen mukaan suuret selittävät grafiikat ovat

graafikoiden tärkein painopistealue uudessa lehdessä. Grafikoiden painopisteen muutos näkyy myös sisällössä. Vuonna 2006 tietografiikoita oli 52,2 prosenttia, kuvituksia 26,9 prosenttia ja selittäviä 20,9 prosenttia grafiikoista. Vuonna 2007 tietografiikoita oli 53,7 prosenttia, kuvituksia 22,2 prosenttia ja selittäviä grafiikoita 24,1 prosenttia. Puhtaiden kuvitusten määrä lehdessä oli selkeässä laskussa.

Muutos kertoo, että tietoa tuotetaan yhä enemmän graafisten esitysten kautta. Pienet kartat ja toisaalta isot graafiset kokonaisuudet, jotka yhdistävät tekstiä ja kuvaa, näkyvät tuloksissa.

Kaiken kaikkiaan luvut kertovat, että sisällön tiivistämisellä voidaan säästää lehden tuotantokuluissa. Juttujen koon kontrasteja kasvattamalla voidaan lähes sama määrä juttuja tai aiheita sijoittaa muutamaa sivua pienempään tilaan. Runsauden vaikutelmaa lisää se, kun lyhyiden juttujen määrää lisätään. Taloudelliset juttuformaatit sopivat lukijoille, mutta myös kustantajalle. Painokustannukset pienevät vuositasolla mukavasti, jos lehdestä pystytään vähentämään kaksi toimituksellista sivua tekstiä joka päivä. Lyhyet juttuformaatit ja tiiviimpi sekä laadukkaampi kirjoittaminen ovat hyvä peruste sille, että lehti parantaa laatuaan. Taustalla olevista taloudellisista seikoista ei kuitenkaan ääneen puhuta.

## 5.7 Ennakoiva taitto suunnittelun apuna

*Ne paikat, jotka ovat bulkkipaikkoja, tehdään niin helposti kuin mahdollista ja ne paikat jotka ovat hyviä paikkoja, ne tehdään niin hienosti kuin mahdollista. Kaikkia sivuja ei saa tehdä samalla laadulla ja intensiteetillä, sillä lopputulos on huono. Silloin paraatipaikat jäävät liian heikoiksi. Vastaavasti ne sivut, joiden ei tarvitse olla niin hyviä, ne tehdään yli. Kaikki sivut eivät ole veljiä keskenään. Tämä on se meidän toimintafilosofian suurin ajatus, joka tässä on toteutunut. (Matti Apunen)*

Ennakoiva taitto tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että toimittajat kirjoittavat juttunsa suoraan sivulle. Näin kirjoittaja osaa tehdä jutuista juuri oikean mittaisia. Parhaimmillaan hän myös näkee jutun muodon sivulla ja siihen liitetyn kuvan. Karjalaisen päätoimittajan Pekka Mervolan mukaan ennakoiva taitto tehostaa lehden suunnittelua ja parantaa sen laatua. Ennakoiva taitto on Anygraafin ja Karjalaisen yhteisprojektina syntynyt järjestelmä.

Karjalaisessa uuteen käytäntöön siirtyminen on ollut pitkä prosessi. Karjalaisessa uutissivut on vakioitu, mutta kevyempää aineistoa tehdään usein vielä käsin. (Pulkinen 2007, 23)

Aamulehdessä ennakoivan taiton käyttö yritetään viedä heti mahdollisimman

pitkälle. Yli puolet sivuista pyritään tekemään ennakoivalla taitolla. Vain etusivu, uutisaukeama ja B-osan kansi ovat sivuja, joissa ei käytetä ennakoivaa taittoa.

*Kaikki voidaan tehdä ilman tekniikkaa, mutta ennakoiva taitto on siinä hyvä, että se toimii suunnittelun työkaluna. Me voidaan arvottaa ja siirtää tavaroita eri puolille ja me nähdään saman tien miltä se lehti näyttäisi. Siinä mielessä se on hyvä tekninen oivallus. (Ari Kinnari)*

Anygraaf on antanut ennakoivalle taitolle nimen Layout Driven Workflow. Nimi kertoo ennakoivan taiton ydinajatuksen: lehden taiton suunnittelu ohjaa lehden työprosessia. Järjestelmän käyttö tarkoittaa sitä, että päivän lehteä voidaan suunnitella valmiiksi jo sivukarttaan varaamalla jokaiselle jutulle ja kuvalle oma tilansa. Käytännössä laatikoita piirrellään Planner-ohjelmaan moduulien tapaan. (Liite 4)

Yksittäisten juttulaatikoiden sijaan ajatusta on viety vielä pidemmälle tekemällä valmiiksi sivugeometrioita eli erilaisia sivupohjia. Ne ovat valmiita sivupohjia, joissa on määritelty jokaiselle jutulle oma paikkansa ja kokonsa. Jokaiseen sivugeometriaan on olemassa pääjuttu, kakkosjuttu, kolmosjuttu ja kuilujutut. Jokaiseen juttuelementtiin on piirretty jutun tarvitsemat elementit: kuvalaatikko, tietolaatikko, kommentti, sitaatti ja niin edelleen.

Erilaisille juttutyypeille kehitettiin omia mallejaan, joita voitiin myös lisätä valmiisiin geometrioihin. Esimerkiksi yhtenäinen makasiinijuttumalli on luotu kaikille osastoille. Aamulehdessä erilaisia sivugeometrioita oli alkuvaiheessa muutama sata, mutta niitä piirretään jatkuvasti lisää.

Geometrioiden käyttö on periaate, jota Vesa Laitinen suositteli Aamulehdelle vuonna 1999 pro gradu -työssään *Subjektiivisuudesta sabluunoihin: Aamulehden typografia ja taiton rakenne sekä niiden tarjoamat mahdollisuudet taittomoduulien käytössä*. Laitisen ehdotukset muutamista valmiista taittosabluunoista olivat vain ehdotuspiirroksia gradun loppupuolella. Nyt nuo ehdotukset ovat realisoituneet. (Laitinen 1999, 79–80.)

Laitinen piti tutkielmassaan ilmoitussivuja ongelmana sabluunoiden suunnitteluun, mutta nyt sivugeometriat on luotu ottamalla huomioon ilmoitusten koko. Jokaisen pääelementin koko on sellainen, että ne sopivat yhteen erilaisten ilmoitusten kanssa.

Sivugeometrioissa pyritään ottamaan huomioon erilaiset journalistiset tarpeet. Jos sivulle halutaan kakkosjuttu, johon on tulossa pystykuva ja kommentti, muutetaan sivugeometriaa halutun kaltaiseksi.

Sivun muoto pitäisikin olla alisteinen sisällölle ja venyä journalististen päätösten mukana. Taipuminen on kuitenkin vielä hankalaa, koska Anygraafin kehittämä

järjestelmä ei ole aukoton. Aamulehdessä se sisälsi jopa työprosessin vaiheisiin vaikuttavia virheitä, koska sivukarttaohjelma Plannerista ei ollut olemassa vielä tarpeeksi hyvää versiota käytettäväksi. Keskeneräinen tekniikka vaikeutti osaltaan ennakoivan taiton sujuvaa käyttöä.

Ennakoiva taitto auttoi eniten siinä, että taittaminen ei ole enää sitä, että illassa lyhennetään järkyttävän ylipitkiä juttuja ja tehdään se mitä pystytään. Ihannetilanteessa, kun taittaja avaa sivun taitto-ohjelmaan, se on lähes valmis.

Ennakoiva taitto perustuu vankkaan ennakkosuunnittelun ja ulkoasun sääntöihin. Mutta jos joku työportaista pettää, ennakoivan taiton käytöstä tulee väistämättä hankalaa ja todella työlästä. Valmiit mallit on purettava ja pelkän sivun rakentamisen sijaan, on se ensin purettava ja sitten rakennettava uudestaan.

Tarvittavat mallit valitaan periaatteessa jo jutun suunnitteluvaiheessa, ja juttujen elementit on sen jälkeen tarkasti määritelty, eikä niihin enää kovin paljon puututa. Mallien käytöllä on tarkoitus vähentää taittotyötä ja säästää aikaa juttujen editointiin ja erityistä huomiota vaativien sivujen toteuttamiseen. (Pulkinen 2007, 23)

Aamulehdessä huomattiin, että uusi tapa toimia vaatii organisaatiolta paljon. Parempi suunnittelu, jämäkempi päätöksenteko ja toimituskuri eivät olleet kovin helppoja toteuttaa nopeassa tahdissa. Kun vaatimukseksi tulee täyttää tietyn mittainen laatikko, voi jutuista tulla joissain tapauksissa liian löysiä tai sitten jotkin aiheet menevät aluksi liian pienellä. Tämä vaatii entistä parempaa journalistista tilannetajua ja tarvittaessa myös rohkeutta rikkoa sabluunat. Sabluunan taakse ei voi piiloutua, eikä ennakoivasta taitosta saa tulla järjestelmää, jota voidaan syyttää aina kun jokin toinen asia hoidetaan huonosti.

Eniten uuden tavan oppiminen vaatii uutispäälliköiltä eli suunnittelevalta keskijohdolta. Suunnittelun aukot näkyivät selkeästi iltavuorossa, jos sivugeometria ei kertonut todellisesta juttutilanteesta juuri mitään. Sivugeometrioita muutettiin tai luotiinkin paljon vasta illan aikana, vaikka tavoitteena on, että tulevaisuudessa lehti piirretään lähes valmiiksi jo aamulla.

Ari Kinnarin mukaan on tärkeää, että jokaisessa vuorossa oli mukana visuvastaava, joka muutti geometrioita ja avusti käytännön taitossa.

Yksittäisen toimittajan osalta ennakoivan taiton käyttö oli osittain jopa helpotus. Enää ei tarvinnut juttuun tehdä kaikkia mahdollisia elementtejä. Kirjoittavat toimittajat suhtautuivat Aamulehdessä tekniseen uudistukseen varsin positiivisesti.

*Ihmiset haluavat käyttää näitä geometrioita. Minulla on koko ajan hihassa pyytämässä, että voinko kirjoittaa tilaan. Ne ovat raivona siitä, uutisaukeamallahan ei ole vielä kukaan geometrioita. Ei ole ehditty tehdä. Nämä on ihan raivona, kun ei saa kirjoittaa tilaan.*  
(Minna Honkala)

Ennakoiva taitto voi, toimiessaan kunnolla, olla erinomainen työkalu, mutta järjestelmä on saanut osakseen täysin aiheellistakin kritiikkiä.

Hannu Pulkkisen mukaan on ratkaisevaa, minkälaisien pyrkimysten palvelukseen uudet tekniset mahdollisuudet asetetaan. Jos mallinnetulla taitolla tavoitellaan vain kustannussäästöjä ja taittohenkilöstön vähentämistä, tulos ei voi olla hyvä. On turha kuvitella, että ulkoasu voitaisiin antaa koneiden haltuun.

Pulkkinen näkee kehityksessä kaksi päälinjaa. Synkemmässä kuvassa lehdet menevät internetin suuntaan ja suoltavat sivuilleen samaa lyhyttävää kuin verkkoon. Jutut ja kuvat tipahtavat automaattisesti taittopohjiin, koska ”lukijaa eivät kiinnosta taitot vaan sisällöt”. Pulkkisen mukaan tällä tavalla paperilehti hukkaa vahvuutensa ja ansaitseekin tulla heitetyksi turhien tavaroiden museoon. (Pulkkinen 2007, 23.)

Myös ulkoasupioneerit Allen Hutt ja Bob James näkivät moduloinnissa synkkiä pilviä. Heidän mukaansa hyvä ulkoasu ja sisältö vaativat ainutlaatuisuutta (originality) ja tuttuutta (familiarity). Tuttuus ei saa tarkoittaa helpointa tai kliseisintä ratkaisua vaan sitä, että lehdentekijät osaavat ruokkia lukijoidensa kiinnostusta. Hutt ja James eivät loisi tuttuuden tunnetta moduulitaitolla, joka tekee heidän mukaansa sivuista tylsiä ja joustamattomia. He näkevät moduulit hyvässä käytössä tv- ja radio-ohjelmissa, urheilutuloksissa sekä päivittäin toistuvissa elementeissä. Uutissivuilla he hyväksyvät mallit ainoastaan uutiskoosteissa ja tiivistelmissä. (Hutt & James 1989, 12, 78.)

Hutt ja James ovat kehittäneet hyvän taiton periaatteet:

- 1) Parantaa luettavuutta ja houkuttaa lukijat lukemaan uutisjuttuja.
  - 2) Erotella jutut niin, että lukija ymmärtää yhdellä silmäyksellä, mikä on tärkeää.
  - 3) Luoda houkuttelevia ja kiinnostavia sivuja.
  - 4) Luoda tunnistettavuutta ja saada lukija samaistumaan lehteen.
- (Arnold 1956, 5; Hutt & James 1989, 12)

Pulkkisen valoisammassa tulevaisuudenkuvassa tekniikka on journalismin palveluksessa ja toteuttaa Huttin ja Jamesin periaatteita. Automaatio on joustavaa ja sitä sovelletaan sinne, missä se on paikallaan. Pulkkisen mukaan paperilehti menestyy syvällä ja monipuolisella sisällöllä, joka esitetään esteettisesti ja informatiivisesti. Lehti valloittaa lukijansa, kun siinä näkyy osaaminen ja luovien käsien jälki.



Aamulehdessä oltiin aluksi jossakin Pulkkinen kahden suuntauksen välimaastossa. Uuden tekniikan toimivassa käytössä oli vielä opettelemista ja kehittämistä.

*Malli vie vähän sisältöä. Ei nyt häntä heiluta koiraa, mutta ei ole kaukana joissakin tapauksissa. Nämä mallithan ovat se viimeinen, mikä valitaan. Ensin pitäisi tietää, mitä halutaan tehdä ja miten se tehdään ja sitten valitaan sille sopiva malli. Eikä sillä tavalla, että otetaan malli ja sitten ruvetaan miettimään siihen sisältöä. (Ari Kinnari)*

Tekniikan keskeneräisyys ja testaamattomuus vaikutti osittain työprosessin vaiheisiin. Aluksi annettiin käsky, että ennakoivalla taitolla tehdyt sivut sai avata taitto-ohjelmaan vasta, kun kaikki jutut olivat sivulla. Jos tämän teki liian aikaisin ja talletti sivun, ennakoivan taiton geometrioita ei voinut enää muuttaa. Tämän takia sivuja oikoluettiin aluksi vasta, kun sivu oli täydellisesti valmis. Jos sivu avattiin hyvin myöhään illalla, tuli oikolukijalle aikamoinen kiire. Työprosessiin liittyvä seikka lisäsi virheiden määrää sivuilla. Muutaman kuukauden jälkeen työtapoja kuitenkin muutettiin ja sivuja availtiin, vaikka ne eivät olleet vielä täysin valmiita. Uusi tekniikka kummastutti myös uutispäälliköitä.

*Tämä on mielestäni suurin ongelma: taittajat eivät osaa eivätkä saa tehdä geometrioita. Lopulta suurin osa sivuista tehdään a) alun perin käsitaittona b) revitään muuttunut tai ehkä väärin tehty geometria auki ja tehdään sitten käsitaittona. Meidän on koulutettava lisää geometrian tekijöitä. Taittajat täytyy kouluttaa. Onko tosiaan niin, että vain Minna osaa tehdä geometriat? (...) Organisaatiota mieltiessäni ja ihmisille sitä esitellessäni kuvittelin, että esimerkiksi päivätaittaja voi tehdä geometrioita up:n apuna ja illalla taittajat lisää.*

*Lisäksi tätä en ymmärrä lainkaan miten tämä menee: Taittajat saavat avata sivun vasta kun se on ns. valmis. Silloin taittajat odottavat, että käsittelevä pää hakkaa heille juttuja, avaavat sivun, toteavat, ettei se olekaan valmis ja sitten aletaan tehdä vierekkäin sivua taittaja ja osastotoimittaja. Seuraus on, että taittajalla on illalla yhtäkkiä monta sivua käsissään. (Sari Torvinen)*

Vaikka tekniikassa oli häilyvyyttä, ennakoiva taiton onnistuminen vaati kaikista eniten suunnittelevalta keskijohdolta eli uutispäälliköiltä. Jo suunnitteluvaiheessa piti olla hyvin selvillä siitä, mitä ollaan tekemässä. Sisällön, ulkoasun ja ennakoivan taiton toimivuuden ehtona Aamulehdessä oli entistä suunnittelevampi ja editoivampi työtap.

## 6. SUUNNITTELEVA JA EDITOIVA TYÖTAPA

Lehtiuudistuksessa muutetaan varsin nopeasti tekniikkaa ja ulkoasua, mutta ihmisten muovaaminen uuteen tapaan tehdä sisältöjä kuluu moninkertaisesti aikaa. Tämän luvun tarkoituksena on rakentaa kuvaa siitä, millaisia muutoksia Aamulehden lehtiuudistuksen tavoitteiden saavuttaminen vaati lehden suunnittelevalta portaalta eli uutispäälliköiltä.

Asia on mielestäni tärkeä, koska lehtien keskijohdolle asetetaan yhä enemmän vaatimuksia ja työtehtäviä. Aamulehdessä pyrkimys pidempään suunniteluun, parempaan editointiin, kommentoivaan ja analyttisempaan sisältöön sekä panostaminen entistä graafisempaan ilmeeseen edellytti muutoksia ajattelutavoissa, työtavoissa ja organisaatiossa.

Lehtiuudistuskirjallisuus kadottaa usein muutoksen keskellä olevan ihmisen, vaikka muutos on lopulta riippuvainen siitä, millä tavalla ihminen kantaa mukanaan uudistuksen uusia toimintatapoja.

Tässä luvussa ensin esittelen Aamulehden uudella tavalla järjestetyn keskijohdon ja suunnittelevamman tavan tehdä lehteä. Sen jälkeen avaan hieman toimituksen arkea. Uutispäälliköt ja visupäälliköt kertovat, miksi lehden uudistaminen on niin vaikeaa.

### 6.1. Uutispäälliköiden seuranta

Seurasin Aamulehden suunnittelevaa keskijohtoa eli kolmea uutispäällikköä, yhtä visupäällikköä ja yhtä verkon uutispäällikköä kuukauden verran (5.11.–3.12.2007). Lisäksi haastattelin vielä uudelleen lehtiuudistuksen päätoteuttajat Ari Kinnarin ja Minna Honkalan noin kuukausi uudistuksen jälkeen.

Neljän viikon seurantajakso alkoi hieman ennen uudistuneen lehden ensimmäistä numeroa, joka ilmestyi 7.11.2007.

Jakson aikana viisi päällikköä raportoi minulle sähköpostilla viikoittain. He vastasivat muutamiin kysymyksiini, jotka olin rakentanut aina yhden aihepiirin ympärille. Kysymykset liittyivät päälliköiden työn muutokseen. Kysymyksiä oli myös lehden päivittäisestä suunnittelusta ja yhteistyöstä toimittajien kanssa. Uudistuksen aikana sähköpostikysely toimi kohtuullisesti, vaikka muutosten keskellä päälliköiden oli hieman hankala vastaila sovituissa ajassa kysymyksiini. Aineistoa kertyi kuitenkin lähes 20 liuskaa. Sähköpostiseurantani kysymykset ovat liitteessä 2.

Sähköpostiraportit tukivat hyvin teemahaastatteluja, kun haastattelin jokaisen päällikön neljän viikon jakson aikana. Alun hämmennys, sekaannus ja uuden oppiminen nousivat esiin haastatteluissa. Haastattelujeni tärkein aihepiiri koski kuitenkin lehden suunnittelun muutosta. Tärkeimmät kysymykset nousivat helposti esiin: Miten päälliköt omaksuivat uudistuksen tavoitteita? Miten uusi tapa tuottaa uutisia toimi?

Tiina Rajamäki tarkasteli pro gradussaan (2004) toimituksen uudistamista Satakunnan Kansassa vuosina 2002 ja 2003. Hän keskittyi työssään erityisesti toimittajien kokemuksiin. Rajamäki kuvaa työssään työmotivaation, työtapojen ja yhteistyön muutoksia toimituksessa. Toimittajien kokemat muutokset työssä liittyivät verkkoutisten kirjoittamiseen, tiedonkulkuun toimituksessa, yhteistyöhön ja palautteeseen. (Rajamäki 2004, 55–78.)

Lehdessä aistittiin, että työ muuttui kiireiseksi ja tehokkuutta tavoittelevaksi. Toimittajien mukaan tämä tapahtui työntekijöiden kanssakäymisen kustannuksella. Uusien vaatimusten pelättiin kiristävän ihmisten henkilökohtaisia välejä. Rajamäki teki tutkimuksensa Satakunnan Kansan suurimman organisaatiomuutoksen aikana. Uudistuksista huolimatta tulevaisuus lehdessä nähtiin melko positiivisena. Työssä esitettiin myös tulevaisuuden toiveita siitä, millainen Satakunnan Kansa olisi vuonna 2005. Toive oli, että illalla juttujen editoinnin ja oikoluvun pitäisi olla tehokkaampaa ja tiimityöskentelyä pitäisi olla enemmän. Parhaimmillaan toimittajan työ olisi itsenäistä ja vastuullista. Omien vahvuusalueiden käyttö olisi erityisen tärkeää.

Rajamäen työ antoi hyvän lähtökohdan työlleni päälliköiden kanssa. Erityisen tärkeä huomio oli se, että Aamulehden päälliköiden toiveet olivat hyvin samanlaisia kuin Rajamäen kuvaamien Satakunnan Kansan toimittajien. Aamulehdessä päälliköiden suurin huolenaihe oli yhteistyön ja yhteispelin toimimisessa. Toimittajat haluttiin kehittyessä uutistuottamisen mallissa mukaan haastamaan päälliköitä ja muokkaamaan aiheita. Ilman toimivaa yhteispeliä uusi tapa suunnitella lehteä kävisi liian raskaaksi uutispäälliköille.

## 6.2. Kaikki toimitukset ovat erilaisia

Kaikki toimitukset ja toimituskulttuurit ovat erilaisia. Esimerkiksi Britanniassa, Saksassa ja Yhdysvalloissa on hyvin erilaiset tavat järjestää toimitustyö. Toimittajien ja päälliköiden vastuut vaihtelevat suuresti. Saksalainen ”holistinen” tapa jakaa paljon vastuuta koko prosessista toimittajille johtaa toisenlaiseen journalistiseen lopputulokseen kuin angloamerikkalainen tapa editoida juttuja voimakkaastikin. Uutisia tuotetaan hyvin erilaisissa perinteissä ja usealla erilaisella tavalla. Myös uutispöydän hallitsema avokonttori on jo tilana tunnelmaltaan erilainen kuin sokkeloinen pieniä huoneita täynnä oleva toimitus. (Esser 1998, 375.)

Sanomalehtien tuotantotapoja on lähes mahdoton vertailla keskenään, koska jokainen niistä pohjaa lehden omaan journalistiseen perinteeseen ja historian aikana kehittyneisiin työtapoihin.

Aamulehdessä oli vuosien saatossa muotoutunut oma tapansa tehdä asioita. Suuri työtapaan vaikuttanut muutos tuli edellisen uudistuksen yhteydessä vuonna 2000. Aamulehdessä siirryttiin seitsemän uutispäällikön järjestelmään, jossa lehden keskijohto otti vastuun päivittäisestä lehden suunnittelusta ja kehittämisestä. Samalla muutto Sarankulmasta Tampereen keskustaan Siperiaan antoi mahdollisuuden purkaa seiiniä osastojen väliltä. Angloamerikkalaisen mallin mukainen keskuspöytä ja avokonttori ovat nykyisen toimitusorganisaation kulmakiviä.

Utishuonetyöskentelyä tutkinut Klaus Meier muistuttaa, että toimivampi journalistinen työprosessi ja uutisten tuottaminen vaatii myös toimituksen tilojen muuttamista niitä vastaaviksi. Tämä otettiin huomioon myös Aamulehden lehti uudistuksen yhteydessä. Aamulehdessä uutispöytä tiivistettiin entisestään. Pöydän ääressä istuvat nyt kaikki keskeiset toimijat: vastuuvuoroiset uutispäälliköt ja osastotoimittajat. Keskuspöydän läheisyyteen on haluttu luoda ympäristö tai tila, jossa ovat yhtä aikaa kaikki lehden tuotantoprosessista juuri sillä hetkellä vastuussa olevat henkilöt. Visuaalisen toimituksen panosta on lisätty niin, että visupäälliköiden kiinteät istumapaikat ovat toimituksen keskuksen sisäpuolella.

Maierin mukaan järjestelemällä uutistoimitus uudelleen saavutetaan korkeampi journalistinen laatu, parempi sisällön suunnittelu ja mahdollisuus käsitellä monimutkaisia ja lehden osastorajoja rikkovia aiheita.

Aamulehden uudelleen järjestetyn toimituksen pohjapiirustuksesta näkee selkeän toiminnallisen keskuksen, joka on luotu tuottamaan uutisia yhä tehokkaammin. (Liite 5)

Meier kuitenkin sanoo, että kaikki tuotantotavat ovat erilaisia ja jokaisessa on omat ongelmansa ja hyvät puolensa. Angloamerikkalainen malli tuottaa tehokkaammin ja paremmalla laadulla eri osastojen täsmä uutisia, mutta malli ajautuu vaikeuksiin monimutkaisten aiheiden kanssa. (Meier 2007, 6.) Osastojen välinen jäykkyys tuottaa uutisiin myös yksipuolisia näkemyksiä.

Toimituksellinen rohkeus ja jäykkyyden välttäminen nousi esiin kaikissa Aamulehdessä tekemissäni haastatteluissa. Lehti uudistus toi mukanaan paljon uusia sääntöjä tehdä asioita. Varsinkin uudistuksen alkuvaiheessa sääntöjä haluttiin noudattaa tarkasti, jottei uudistus valuisi takaisin samaan vanhaan tekemiseen. Uusista direktiiveistä oltiin hieman huolissaan, sillä Aamulehdessä oli totuttu noudattamaan sääntöjä. Rohkeutta tekemiseen kaivattiin kuitenkin yhä enemmän.

*Meillä on tällainen joku sablunoitu historia. Meillä on toteltu direktiivejä. Jos näin ei saa tehdä, niin näin ei saa tehdä. Ja se sääntö elää seuraavat 20 vuotta. Koitan olla*

*se vähän tahallaan, vaikka teen tahallaan väärin, että saan rikottua kaavaa. Sitten taas pitää kokeilla laitoja, että mihin asti. Kyllä määhän senkin ymmärrän, ettei siellä voi noin vain ryhtyä tekemään. Jos nyt edes pikkaisen vois soveltaa. (Sari Torvinen)*

Yhä suunnittelevammassa uutistyyössä on vaarana, että ideointivastuu jää pienelle joukolle, ja uutispöytä muodostuu paikaksi, josta käydään kysymässä lupa kaikkeen. Alkuvaiheessa tohina uutispöydän ääressä oli niin kova, että monet toimittajat ehkä pysyivät mieluummin taustalla ja vain odottamassa työtehtäviä. Suunnitteleva ja editoiva työtapa ei kuitenkaan toimi, jos toimittajia ei saada työprosessin mukaan ottamaan vastuuta aiheiden eteenpäinviemisestä.

*Meillähän on monen vuoden ajalta toimittajia koulutettu siihen, että toimeksiannot ovat aika jämähköitä. Ymmärrän senkin, että sun täytyy olla aika rohkea, että uskallat tulla esittämään omia ajatuksia. Mutta sitä tässä nyt tarvittaisiin. (Minna Honkala)*

### 6.3. Uudistetun Aamulehden tuotantotapa

Uudistetussa lehdessä uutispäälliköt (8 ihmistä) ja visupäälliköt (4 ihmistä) vastaavat Aamulehden päivittäisestä tuotannosta. Operatiivinen vetovastuu on aina uutispäälliköllä. Aamulehdessä työskentelee seitsemän uutispäällikköä ja yksi verkon uutispäällikkö. He tekevät vuorotyötä siten, että aina joku uutispäälliköistä on vastuussa lehdestä. Uutispäälliköillä on operatiivisen vastuun lisäksi vastuu omista osastoistaan ja niiden kehittämisestä. Aamulehden suunnitteleva keskijohto on esitelty liitteessä 6.

#### 6.3.1. Vastaavan uutispäällikön tehtävät

Aamuvuoron (Yhteensä 2 henkilöä: A- ja B-osa) vastaavat uutispäälliköt tekevät seuraavan päivän lehteä. He suunnittelevat seuraavan päivän lehden rakenteen visupäällikön kanssa. Aamulla rakennetaan lehden sivukartta, päätetään juttujen sisällöistä ja jaetaan päivän työtehtävät toimittajille. Aamuvuoron vastaavan uutispäällikön tärkeimmät tehtävät ovat varmistaa, että seuraavan päivän lehdessä on etusivun pääjuttu, osastojen pääjutut ja riittävä kirjo erilaisia juttuja sekä puheenaiheita. Vastaavan visupäällikön pitää olla selvillä lehteen tulevista aiheista ja niihin liittyvistä elementeistä. Vastaavalla uutispäälliköllä on työparinaan aamu- ja iltavuorossa visupäällikkö.

Iltavuoron vastaava uutispäällikkö vie lehden loppuun. Ennen hän teki sen yksin, mutta nyt illan työryhmässä on myös visupäällikkö ja editoiva uutispäällikkö. Illan vastaavalla uutispäälliköllä on kuitenkin näistä kolmesta viimeinen sana ja vastuu. Editoiva uutispäällikkö vastaa uutisaukeamasta ja tarvittaessa avustaa vetovuoroista

päällikköä. Illan visupäällikkö miettii vielä kuvituksia, tutkii kuvavirtaa ja valvoo lehden visuaalista ilmettä. Hän myös avustaa taitossa, jos on tarvetta.

### **6.3.2. Visupäällikön tehtävät**

Aamuvuoron visupäällikkö suunnittelee uutispäälliköiden kanssa seuraavan päivän lehteä. Samalla hän vastaa kuvatarjonnasta, grafiikan suunnittelusta ja tuotannosta. Hän myös jalostaa edelleen aamun ja sitä aikaisemmat ideat seuraavan päivän lehteen. Jos tulee tarve tehdä muutoksia lehden journalistisissa painotuksissa, visupäällikkö muuttaa sivukarttaa sekä sivugeometrioita uutispäälliköiden kanssa.

Visupäällikön rooli ja vastuu kasvoi uudistuksen myötä. Visupäällikön tehtävät muuttuivat aika tavalla ja heitä nostettiin konkreettisesti mukaan lehden tuotantoprosessiin. Visupäälliköllä on aamuvuorossa vastuu lehden rakenteen luomisesta yhdessä suunnittelevan uutispäällikön kanssa ja iltavuorossa lehden loppuun asti saattaminen ulkoasun osalta.

Aikaisemmin visuaalinen vastuu oli varsinkin iltavuorossa ollut osastojen taittajilla ja osastotoimittajilla. Lehden kokonaisuutta ei aikaisemmin valvottu loppuun saakka. Visupäälliköiden tehtävien muutokseen liittyi aiheellisia huolia.

*Seuraan visun työmäärää. Edelleenkin heillä on kuvapäällikön ja taittopäällikön työt tehtävänä. Ehtivätkö nämä henkilöt siis edelleenkin tekemään sitä uutta työtä, mitä minäkin niin suureen ääneen olen uudistuksessa ylistänyt. Tarkoitan päivän ja tulevien päivien visuaalisuuden suunnittelua. (Sari Torvinen)*

Visupäälliköiden rooli oli kasvanut uudistuksessa niin suureksi, että aluksi he vetivät lehteä lähes yksinään eteenpäin. Heiltä kysyttiin neuvoja kaikkiin asioihin. Ongelmalliseksi koettiin se, että vain visupäälliköt saivat piirtää sivugeometrioita. Heillä oli ainoina tieto niiden tekemisestä, eikä sitä alkuvaiheessa haluttu välttämättä edes jakaa muille.

Hyvin nopeasti kuitenkin huomattiin, että näin toimimalla henkilöiden voimat eivät riitä. Geometrioiden piirtäminen pitääkin sallia kaikille asiaan vihkiytyneille taittajille, koska tilanteet muuttuvat, eikä iso lehti voi olla riippuvainen muutaman ihmisen työpanoksesta. Geometrioiden ymmärtäminen on myös tärkeää uutispäälliköille. Heille ei kuitenkaan tarvitse antaa piirtämisoikeuksia, mutta syvälinen perehdytys siihen, mitä milläkin mallilla voidaan tehdä ja mitä erilaisiin kokonaisuuksiin mahtuu ja kuuluu.

Visupäälliköiden ylipitkät päivät pitenevät vielä poikkeuksellisen uutissyksyn (Jokelan koulusurmat, Tehyn lakko ja Nokian vesikatastrofi) takia. Aika näyttää millaiseksi visupäällikön rooli muotoutuu Aamulehdessä. Varmaa on se, että visupäälliköiden rooli toimituksessa on vahvempi kuin koskaan aikaisemmin.



### 6.3.3. Suunnittelevan uutispäällikön tehtävät

Suunnittelevat uutispäälliköt (2 henkilöä, A- ja B-osa) tekevät ylihuomista lehteä. He suunnittelevat lehden pääjuttuja ja poimivat esille niin sanotut varmat aiheet. Suunnittelevat uutispäälliköt myös valmistelevat viikonlopun lehtiä ja pistävät tarvittaessa käyntiin seuraavien päivien tai jopa viikkojen juttuja.

Suunnittelevat uutispäälliköt jalostavat aiheita toimittajien kanssa, tekevät juttuvarauksia seuraaville päiville, käynnistävät mielipidetiedustelut, verkkohaastattelut, uutisautot, paneelit ja valvovat, että sarjat sujuvat. Suunnitteleva uutispäällikkö avustaa tarvittaessa vastaavaa uutispäällikköä.

Ylihuomisen lehteä suunnitellaan alustavasti ja juttuja arvotetaan sen hetken tietojen mukaan. Suunnitteleva visupäällikkö on suunnittelevan uutispäällikön työpari. Suunnittelussa ovat apuna pitkän ajan suunnittelulistat ja viikkolistat.

Uudistuksessa suunnittelevan uutispäällikön työt kasvoivat paljon. Ehkä enemmän kuin oli osattu odottaa. Ennakoiva taitto tarkoitti sitä, että suunnittelevan uutispäällikön täytyi tehdä suunnitelmansa tarkasti. Ennen riitti, että ideat olivat olemassa. Tämä johti siihen, että joskus ideat olivat epärealistisia ja niitä toteutettiin iltavuorossa niin kuin pystyttiin. Nyt suunnitteleva uutispäällikkö joutui ottamaan suunnittelemaansa kokonaisuudesta vastuun. Hänen täytyi olla selvillä siitä, mitä oltiin tekemässä ja mihin panostettiin käytettävät resurssit. Hänen täytyi ymmärtää juttumittoja, kuvitusten kokoja, grafiikoiden aikatauluja ja lehden työprosessia kokonaisuudessaan. Tämä tarkoitti, että uutispäällikön ammattitaidon oli jalostuttava.

Lehden suunnittelu ei ollut enää pelkkää ideointia vaan se läheni jopa toimittajan työn ohjausta, jossa päällikkö hallitsee kokonaisuutta ja antaa palautetta työn eri vaiheissa. Työtaakan kasvaminen huoletti ja erityisesti se, jääkö päällikkö kasvaneiden vaatimusten takia yksin suunnittelutyössä. Keskustelun ja yhteistyön katsottiin hieman vähentyneen päälliköiden kesken.

*Suunnittelu on aika samassa pisteessä kun ennenkin. Eihän meillä lisätty suunnitteluvoimaa. Meillähän lisättiin editointivoimaa, jolloin ei se nyt rykäyksellä parane. Porukat ovat enemmän sidottu itse asiassa vuorotöihin. (Sari Torvinen)*

*Seuraavan päivän suunnittelu on vaativampaa visuaalisuuden takia. Mistä se aika löytyy sitten ylihuomiseen ja sitä seuraavan päivän tai viikontakaisen jonkin kokonaisuuden suunnitteluun. Se meidän täytyy vielä ratkaista. (Vesa Laitinen)*

Suunnittelun muutoksen syvyyttä ei ehkä osattu painottaa päälliköille riittävästi. Tämä näkyi heti uudistuksen alkuvaiheessa. Suunnittelu ei toiminut, kuten oli ajateltu.

*Me tehtiin virhe siinä, että uutispäälliköitä ei siinä suunnitteluvaiheessa tiiviimmin otettu tähän mukaan. Se näkyy nyt ihan selkeästi siinä, että siinä oli Sari. Sillä on homma ihan hanskassa. Tosin se on tyyppinä semmoinen. Mutta sen piirin olisi pitänyt olla laajempi. (Minna Honkala)*

#### **6.3.4. Editoivan uutispäällikön tehtävät**

Kokonaan uusi tehtävä syntyi iltavuoroon, jonne lisättiin editoiva uutispäällikkö vastaamaan uutisaukeamasta. Henkisesti tätä pidettiin tärkeimpänä uudistuksen osana, koska tehtävässä näkyi selkeimmin uuden tekemisen tapa.

*On ollut antoisaa, kun on saanut keskittyä selkeään kokonaisuuteen, koska normaalissa suunnitteluvuorossa tai vetovuorossa työn rytmi ja muoto on hyvin hektistä ja pirstaleista ja sekavaa. Puhelin soi ja ihmiset ottavat yhteyttä. Koko ajan keskeytetään. Et voi keskittyä mihinkään syvällisesti. Editoivassa vuorossa on selkeä kokonaisuus, josta vastaat ja perehdyt enemmän kuin pinnallisesti. (Vesa Laitinen)*

Iltavuoron vahvistaminen editoivalla uutispäälliköllä ja yhdellä visupäälliköllä mahdollisti suurenkin reagoinnin illassa. Idea vahvistetusta iltavuorosta saatiin onnettomuus- ja kriisiuutisoinnista. Aikaisemmin Aamulehdessä toinen uutispäällikkö oli otettu mukaan työprosessiin, jos käsissä oli suuri uutinen. Silloin toinen uutispäällikkö keskittyi johonkin olennaiseen asiaan. Näin asioita pystyttiin viemään rohkeammin ja pidemmälle. Nyt tämä malli tuotiin normaaliksi käytännöksi. Editointivuoro koettiin hyväksi myös siksi, että päälliköt olivat paremmin kiinni itse lehden tekemisessä.

Editoiva uutispäällikkö helpottaa illan taakka paljon, mutta samalla editoivan uutispäällikön vuoroon käyttämä aika oli pois jostakin muusta. Haastatteluissa korostui huoli oman vastuualueen pidemmän ajan kehittämisestä. Mistä löytyisi aikaa tähän? Tosin joku kysyi, että mitä se pitkän ajan kehittäminen käytännössä oikein onkaan.

Pientä ristiriitaa nähtiin myös pidemmän suunnittelun ja illan nopean reagoinnin välillä. Suuri iltavuoron miehitys ei ole samassa linjassa sen tavoitteen kanssa, että suunnitellaan lehti lähes valmiiksi jo aamulla.

Jotkut näkivät kritiikin perusteettomana, koska tällä tavoin toimimalla lehden journalistinen laatu kuitenkin paranee. Asioiden loppuun asti tekeminen oli tärkein syy, miksi editointivuoro ja illan visupäällikön vuoro perustettiin.

## 6.4. Mikä sanomalehden uudistamisessa on vaikeaa?

Neljän viikon seurantajaksolla nousi esiin asioita, joista uudistusoppaat eivät kerro. Vanhat rutiinit, ideaalit ja tavat tehdä istuvat syvällä toimituksen rutiineissa. Vaikka ihmisiä koulutettaisiin ennen uudistusta, vasta arki hioo todellisen muutoksen. Päälliköt kertoivat haastatteluissa ja raporteissaan, mikä sanomalehden uudistamisessa oli vaikeaa. He purkivat tuntojaan oman työnsä muutoksesta.

### 6.4.1. Muutos työtavassa: suunnitteleva ja editoiva työtapa

Ennakoiva taitto vaati päälliköiltä toisenlaista lähestymiskulmaa työhönsä. Pelkkien ideoiden kirjaaminen ei enää käynyt päinsä. Suunnittelevampi työtapa vaatii realistisia suunnitelmia, sanomalehden tuotantoprosessin eri tasojen ymmärtämistä ja myös osallistumista itse työprosessiin.

*Illuusio hyvästä suunnittelusta särkyi. Olisin kuvitellut, että meillä olisi ollut suhtkoht hyvää suunnittelua, mutta se suunnittelu oli sitä, että suunnitellaan hyvät listat. Listat olivatkin hyviä. Mutta itse loppuun saakka suunnittelu ei olekaan niin hyvällä tolalla kuin oli kuviteltu. Tämä järjestelmä vaatii todella hyvää suunnittelua. Semmoinen, että kirjaat tuonne sellaisia mitä meidän pitäis saada eli toivotaan toivotaan -suunnitelmia, ei käy. Meidän pitää pysyä oikeassa käytännön listassa, mikä on tarkoitus pistää lehteen. (Ari Kinnari)*

Päällikön käytännön työssä korostuivat yhä enemmän journalistisen moniosajaan taidot. Myös teknisen osaamisen vaatimus kasvoi. Asiaa ei helpottanut se, että uusi tekniikka tuntui olevan hieman keskeneräistä tai vaikeaselkoista.

Tekniikka vei paljon huomiota itse sisällön kehittämisestä. Suunnittelun suurin ongelma oli, että ideoita ei pystytty vielä jalostamaan niin pitkälle kuin olisi haluttu. Kaikki olivat kiinni omissa töissään ja yrittivät selvittää alkumetreistä kunnialla. Vanhat rutiinit näkyivät vielä lehden suunnittelussa. Uutisaukeamalle pystyttiin tuottamaan näyttäviäkin juttukokonaisuuksia, mutta muilla sivuilla juttuja tehtiin usein vielä yhden lauseen ideoiden pohjalta, jonka sitten toimittaja yksin toteutti.

Uutistuottamisen mallin käyttöönotto ei onnistunut hetkessä. Vielä tammikuussakaan ideoiden jalostaminen ei aina onnistunut, grafiikoiden tekeminen jäi usein viime hetkeen ja lehden sisältöä ei pystytty päättämään riittävän ajoissa. Joskus oltiin vielä tilanteessa, jossa lehden pääjuttu ja muutama muunkin osaston pääjuttu tehtiin iltavuorossa.

*Organisaatio ei toimi okei ja se tarkoittaa sitä, että me myös kirjoitetaan sillä vanhalla tavalla. Se ajatusmaailma on vielä sillä vanhalla mallilla. Meillä on liikaa toimeksiantoja, jotka ovat että Heikki Heikkinen täyttää 60 vuotta. Tee Heikistä 2 800 merkin synttärjuttu. Sen sijaan, että joku ehtisi ajatella sitä, mitä me oikeasti halutaan tietää Heikki Heikkisestä. (Minna Honkala)*

Uusia tapoja oli myös hieman vaikea omaksua, koska uutispäälliköt joutuivat käymään jatkuvasti sisäistä kamppailua pidemmän suunnittelun ja uutisiin reagoimisen kanssa.

*Kuinka pitkälle kannattaa suunnitella, jos sitten joudutaan 60 prosenttia suunnitelmista muuttamaan? Koko ajan pyrimme reagoimaan myös uutisiin. Jopa kakkoskansia vaihdetaan aamulla. Aika monta kertaa on tehty, mikä on ollut hyvää reagointia. Mutta toisaalta meillä on myös 5 500 merkin juttu valmiina, joka ei mihinkään muuhun reikään mahdu kuin siihen kakkoskanteen, eikä sitäkään voi siirtää. (Vesa Laitinen)*

Lehden suunnittelussa nousi esiin yhä suurempi vaatimus seurata asioita pidemmällä aikajänteellä ja erottaa suuresta kuvasta juuri sen päivän tärkeät uutiset. Tavoite oli, että uutisaiheita olisi myös varastossa, eikä kaikkea materiaalia tarvitsisi heti pistää lehteen. Pidempää suunnittelua yritettiin painottaa muuttamalla vuorokierto sellaiseksi, että yksi uutispäällikkö olisi yhdessä vuorossa aina viikon kerrallaan. Aikaisemmin vuorot kiersivät epäsäännöllisesti. Nyt voisi keskittyä vain yhteen tehtävään viikon ajan. Ilmeni kuitenkin hankaluuksia siirtyä pitkän aikavälin suunnitteluun, koska päivittäiset työt veivät uutispäälliköiltä jopa entistä enemmän aikaa.

*Arki yllättää meidät joka päivä. Syntyy journalistinen tarve tehdä muutos, ja pitää päättää ja olla jonkinlainen linja, milloin se sisältö alistuu sille muodolle ja missä tapauksissa muoto sisällölle. Tämä linjaveto on tehtävä tai muuten käytämme aikamme geometrioiden muuttamiseen ja se on kyllä ajan tuhlaamista. (Vesa Laitinen)*

Omien uutisten pitkän aikavälin tuottaminen nähtiin kuitenkin tärkeimmäksi asiaksi, jota lehtiudistus vielä korosti. Esimerkiksi uutisaukeama vaati paljon itse tehtyjä uutisia.

*Pitää olla se luottamus, mihin me keskitytään. Ja entistä enemmän keskittyä siihen, että nämä A, B ja C on valittu. Näihin meillä on tekijät ja näihin isketään se voimavara. Kyllä uutispäällikön pitää osata erottaa mielenkiintoiset asiat. (Jari Toivonen)*

Haastatteluissa korostui pohdinta siitä, kuinka paljon rohkeus riittää luottaa omiin aiheisiin. Suunnitteleva työtapa lisää omia aiheita ja omia näkökulmia, mutta kuinka paljon uutisoinnissa voi ottaa omaa suuntaa ja etunojaa. Pohdinta aiheiden kestävydestä ja muista erottumisesta oli tärkeä. Hukataanko itsestään selvät ja kaikille tärkeät uutisaiheet, jos irrottaudutaan liikaa muiden medioiden uutisvirrasta? Tai mikä on paikallisuuden osuus uutisoinnissa?

Uutispäälliköiden mukaan aiheita oli tarjolla runsaasti, liikaakin. Valinnan tekeminen ei ollut helppoa, koska käsitys maakuntalehdestä täyden uutispalvelun talona eli sitkeästi toimituskulttuurissa. Uudet työtavat kuitenkin murensivat hieman tätä näkemystä. Toimituksessa puhuttiin yhä enemmän siitä, että kaikkea ei voi hoitaa.

Monipuolisen uutisoinnin tasoa ei kuitenkaan haluttu laskea, mutta toimituksessa kannustettiin tekemään rohkeita valintoja ja luottamaan omiin aiheisiin. Matti Apunen sanoikin, että Aamulehti ei menesty tietotoimiston jatkeena. Uutisvirrassa pitää olla rohkeutta lähteä uimaan eri suuntaan. Apunen ei kuitenkaan halunnut vähätellä niitä vaikeuksia, joita työtävän muutokseen liittyy.

*Kyllä se näkyy, että vielä aamulla joudutaan vääntämään näiden asioiden kanssa ja joudutaan tekemään sivistyneitä arvauksia aihevalinnoissa. Mutta se on toiselta nimeltään ammattitaitoa ja sitä varten me täällä ollaan. (...)*

*Ja joskus menee oikein ja joskus väärin. Täytyy muistaa, että jos joskus menee pieleen hyvästä syystä, niin se ei ole vaarallista. Ainoa mikä on tuomittavaa, on se, että asiat vain luiskahtaa johonkin, eikä kukaan tiedä miksi niin kävi. Pitää aina olla perusteltu syy, jonka kanssa voidaan argumentoida. Ja jos se on väärä valinta, niin se ei ole paha. Sellaista sattuu. Monestihan nämä on arvotus- ja mielipidekysymyksiä. Esimerkiksi tämän päivän etusivulle olisi voitu perustella hyvinkin toisenlaisia valintoja. Tämä valinta mikä tänään (Al 15.11. 2007) tehtiin oli ihan mielenkiintoinen. (Matti Apunen)*

Omien aiheiden nostamisen tavoitteena on luoda keskustelua ja vuorovaikutusta lukijoiden kanssa. Puheenaiheiden ylläpitäminen vaatii myös rohkeutta nostaa lukijoiden mielipiteitä mukaan keskusteluun. Tällöin puheenaiheista syntyy suuriakin kokonaisuuksia, joita pitää viedä eteenpäin järjestelmällisesti.

*Tehdään aina suunnitelma, kun lähdetään isompaa tekemään. Tämä julkaistaan tiistaina ja tästä tehdään jatkot keskiviikkona. Ja vaikka kolmaskin juttu olisi torstaina tai perjantaina. Annetaan puheenaihe ja jatketaan keskustelua. (Jari Toivonen)*

#### **6.4.2. Muutos työyhteisössä: yhteistyön parantaminen**

Omien uutisten tuottaminen vaati yhä parempaa yhteistyötä toimituksessa. Analytyttiset ja reportaasityyppiset jutut vaativat yhteistyötä visualistien ja kirjoittajien kesken. Tietoa oli opittava jakamaan yli osastorajojen ja työtä organisoimaan ennakoivasti. Juttukokonaisuudella on yleensä monta tekijää, josta editoijalla on myös suuri rooli.

*Toivoisin, että toimittaja haastaisi sitä uutispäällikköä. Ja sanoisi, että hei eipäs tehdä tästä ihan tavallista. Samoin visun pitäisi heti puuttua, kun se kuulee, että on vähänkin mielenkiintoisempi. Pitäisi olla selkäytimessä se ajatus lähteä toteuttamaan jotain uutta. (Jari Toivonen)*

Yhteistyötä jouduttiin opettelemaan uudelleen päälliköiden kesken, kun työtä järjesteltiin. Iltavuoroissa editoivan uutispäällikön ja vetovastuullisen uutispäällikön rooleja haettiin jonkin aikaa. Editoiva uutispäällikkö otti vetovuorolaiselta paineita pois, mutta samalla vetouutispäällikön työvuoroa muutettiin niin, että hän tulee vasta kello 15.30 töihin. Hän joutui usein raapimaan tietoja uutiskokousten jälkeen monelta eri taholta ennen kuin sai tarvittavat tiedot.

Päivävuorossa tunnettiin visuaalisemman uutistuottamisen tuska. Sitä lisäsi alkuvaiheessa visupäälliköiden kohtuuttoman raskas taakka sivugeometrioiden ja lehden suunnittelun kanssa. Vaikeuksista huolimatta ryhmätyöskentelyn edut tunnustettiin. Juttuihin saatiin tuotettua yllättäviä kuvituksia ja etusivun laatu parani ja tasoittui merkittävästi.

Luotto visupäälliköihin oli kasvanut uudistuksen aikana aivan uusiin mittoihin. Heillä oli nyt lehtisuunnittelun välineet käsissään ja taito käyttää niitä. Uutispäälliköistä tuli jopa riippuvaisia visupäälliköistä.

*Se oli eilen kun visupäällikkö kaivoi pääuutisen lehteen, toiseen painokseen. Katson, että visujen vastuu tässä talossa on aika kova. (Kimmo Penttinen)*

Uudistuksessa keskityttiin paperisen lehden uudistamiseen, mutta uudistuksella oli vaikutusta myös yhteistyöhön verkon kanssa. Verkkotoimitus oli kehittynyt edellisen vuoden aikana valtavasti. Uusia ja omia sisältöjä oli lisätty runsaasti. Myös verkon kävijämäärä oli kaksinkertaistunut Aamulehdessä vuoden aikana.

Verkko on ollut Aamulehden painopistealue jo jonkin aikaa, ja paperisen lehden uudistamisen pitäisi lisätä verkon ja runkolehden yhteistyötä. Uudistuksen aikana kuitenkin runkolehti painottui niin, että verkko erkani hieman painetusta lehdestä. Yhteisen ja oman toimintakentän rajoja haettiin koko ajan.



*Printin uutispäälliköt ja toimittajat puuhaavat omiaan, verkon työntekijät omiaan. Jotenkin tuntuu, että yhteisvastuu yhteisestä Aamulehdestä on välillä kadoksissa. Kaikki yrittävät vain pitää huolta siitä, että se oma sarka tulee täytettyä uusien direktiivien mukaan. Tosin tämä kyllä on ihan ymmärrettävää tässä vaiheessa. (Minna Rajala)*

Verkon lisäksi yhteistyö kirjoittajien ja visuosaston välillä ei aina toiminut. Uudet ilmaisutavat vaativat enemmän aikaa hyvään toteutukseen. Aiheiden ennakoinnin vaikeus näkyi tuotettavan grafiikan aikatauluissa.

*Kun grafiikka saadaan vireille, siihen pitäisi saada pari kolme päivää aikaa ennen julkaisua. Käytännössä se saadaan päivää aikaisemmin tekoon. Liian usein saan sen jutun käteeni ja sanotaan, että tämä on tämän sivun pääjuttu, että tähän pitäisi tehdä tämmöinen speaktaakkeli. (Kimmo Penttinen)*

Uudistetun organisaation toimenkuvat selkiytyivät hitaasti. Kaikki uusia tapoja tehdä tarkkailtiin toimituksessa ja tarvittaessa niihin tehtiin muutoksia. Palaverien aikataulut ja muoto muuttuivat hieman matkan varrella. Kun suunnittelu järkeistettiin, samalla haluttiin parantaa palaverien ryhtiä. Useat päälliköt vaativat palavereihin lisää tehokkuutta ja höpinän vähentämistä. Yhteistyötä haluttiin lisätä käytännön työssä, eikä istumalla pöydän ääressä suurella joukolla.

*Ennakkosuunnittelu on ennakoivan taiton avainsana ja näen taloon tullessa, että paljon puhutaan, mutta kovin vähän siirtyy käytännön toteutukseen. Asia eksyy liian usein asian viereen suunnittelupalavereissa, niin että lopputulos ennakkosuunnittelussa jää aika hataraksi. Nämä palaverit on saatava jäntevämmäksi, eikä torikokoukseksi, jossa jokaisella on mahdollisuus esittää oma kantansa asioiden tilaan. (Kimmo Penttinen)*

### **6.4.3. Muutos sisällöissä: analyysi, palvelu, henkilöt**

Ennakoivan suunnittelun pitäisi tuottaa ymmärtävämpää, analyttisempää ja syvempää journalismia. Ajatus on hieno, mutta käytännön toteutus on paljon hankalampaa. Perinteisestä reportteriperinteestä ja kärjellään seisovasta kolmiosta on hankala päästä eroon. Journalismin ideaalit ovat syvällä toimituskulttuurissa. Uusia kerronnan keinoja pohditaan journalismin tutkimuksen piirissä ja työpaikoilla jatkuvasti, mutta silti perusuutinen pitää vieläkin vahvasti paikkansa ja muotonsa.

*Jostakin vanhasta täytyy pitää kiinni ja monesti se on se kirjoittaminen. Tosi monessa paikkaa olen nähnyt tosi monenlaista kirjoittamista. Mutta esimerkiksi Kotimaan-osastoon on vaikea tuoda erilaista kirjoittamista, koska sitä sitoo vuosisataiset säännöt.*

*Ensimmäiseksi kun ehdotat Kotimaahan jotakin, niin 99,9 prosenttisesti toimittaja kysyy, että voiko sellaista tehdä uutissivulle. (Sari Torvinen)*

Muutoksen ei odoteta tapahtuvan hetkessä. Esimerkiksi palvelujuttujen tuottaminen aloitettiin hyvin yksinkertaisesti. Uutisaukeamalla aloitettiin juttusarja, jossa naiset puuhailevat auton kanssa ja haluavat sen huoltoon hyviä neuvoja. Kun yksinkertainen malli saatiin toimimaan, voitiin kehittää monimutkaisempia ratkaisuja.

Palvelua syvemmälle vievä analyysijutun kirjoittaminen nähtiin kuitenkin erityisen haastavana. Jutun tekeminen vaatii paneutumista ja asiantuntemusta toimittajalta.

*Tärkeintä on se analyysi. Joko toimittajan oma ääni ja osaaminen tai sitten toimittajan hankkiman äänen osaaminen joltain muulta. Että löydettäisiin vielä kunnolla. Oikeaa analyysijuttua ei vielä välttämättä ole ollutkaan. (Sari Torvinen)*

Palvelujuttuihin ja analyysieihin yhdistetään usein poikkeuksellista kuvitusta. Jutun ja kuvan yhdistävän grafiikan tuottaminen vaatii myös toisenlaista tiedonhankintaa. Suomalaisissa sanomalehdissä tässä on kuitenkin suuria vaikeuksia. Selittävät grafiikat ovat usein vain kuvitettuja tietolaatikoita, ilman, että grafiikassa olisi oivallusta tai uutta tietoa. Uudet graafiset esitystavat vaativatkin usein paikallaoloa. Pelkillä puhelinsoitoilla ei nykyään pääse vielä kovinkaan pitkälle.

Journalisti 16/2007 muistuttaa asiasta: ”Oikea toimittaminen on tietojen luovaa yhdistelemistä ja muuntamista helposti omaksuttavaan muotoon. Tällä ei ole juuri mitään tekemistä romanttisen reporterin ihanteen kanssa.”

Aamulehdessä tiedonhankintaa yritettiin kehittää tähän suuntaan. Aluksi tiedonhankinnan horjuvuus näkyi grafiikoissa kummallisina virheinä. Graafinen esittäminen vaatii erityistä huolellisuutta ja pitkäjänteisyyttä, sillä grafiikassa ei yksinkertaisesti saa olla virheitä.

*Riippuu siitä suunnittelevasta up:stä ja toisaalta siitä toimittajasta, kuka sitä tietoa kerää. Tämän grafiikan tiedonhankintatekniikka on totaalisen erilainen. Se on graafikoiden koulutuksellinen ongelma, että sitä ei tehdä, mutta myös journalismin opiskelun. Kuinka etsit sellaista pientä tietoa. Suuren tietografiikan esittämisessä tässä maassa on jokaisessa lehdessä suuria ongelmia. Toivon, että TaiKissa tai ammattikorkeakouluissa otettaisiin sanomalehti huomioon sillä, että vaadittaisiin tiedonkeruun osaamista. Toiset leijuvat ihan liikaa jalat ilmassa, että se on vaan sitä kuvittamista ja semmoista (...) Myös journalismikoulutuksessa pitäisi nähdä se visuaalinen juttu, mihin ollaan menossa. (Kimmo Penttinen)*

Uusi sisältö ei syntynyt Aamulehdessä helposti. Jokaisen muutoksen eteen piti tehdä työtä. Hyväksi apuvälineeksi päälliköt huomasivat yksinkertaiset tarkistuslistat. Vain järjestelmällinen uuden etsiminen ja tekeminen voisi tuottaa tulosta.

*Kun sanotaan että joka päivä on oltava se palvelujuttu, ja joka päivä on oltava jotain hauskaa. Merkityt tsekkauslistat pakottavat, vaikka henkilöt vaihtuvat, niin jokaisen on pyrittävä samaan tavoitteeseen. (Sari Torvinen)*

Listoilla olleet juttutyypit ja tiukimmin sablunoidut lyhyet juttutyypit löysivät parhaiten uudistetun lehden sivuille. Tammikuun aikana kuitenkin huomattiin, että uusien juttutyypien määrä oli lähtenyt laskuun ja oli palattu hieman vanhaan rutiinisuorittamiseen. Tammikuussa laadittiinkin uudet listat juttutyypeistä.

#### **6.4.4. Muutos aikakäsityksessä: ennustettavuutta ja nopeutta**

Lehden suunnittelun siirtyminen pidemmälle jännteelle korosti Aamulehden verkon nopeutta. Verkon uutispäällikkö Minna Rajalasta tuntui siltä, että printin ja verkon ero kasvoi uudistuksen myötä. Verkon tahtia pyritään kiihdyttämään aina vain lisää.

*Verkko on reaaliaikainen uutisväline: normaaleina päivinä meidän pääjuttu vaihtuu parin tunnin välein. Tämä on tavoite. Yleensä illalla viimeiseksi pääjutuksi jää sama juttu, joka on myös lehdessä ykkönen. (Minna Rajala)*

Verkkotoimituksen nopeutuminen ja muun toimituksen hidastunut työtapo hankasivat aluksi. Kaikkien huomio kiinnittyi painetun lehden tekemiseen, vaikka verkon roolia lehden sisällä yritettiin kasvattaa.

*Jos ajatellaan, että asiat pitää saada nopeasti, iskevästi ja lyhyesti. Viime perjantaina tuli Nokian katastrofin ensimmäinen tiedote. Näin että kotimaan toimittaja sai sen tehtäväkseen. Menin hänen luo, että voisitko tehdä tästä nyt heti 400 merkin sähkeen meille. Toimittaja printtasi Nokian kaupungin sivuilta tiedotteen ja toi sen meille. Eli asenne on se, että minä en tee tätä vaan tehkää te. Siinähan tehtiin sitten tuplatyötä. Se mua riepoo. Kun ihmiset eivät tajua sitä, että silloin se vahinko kiertää. (Minna Rajala)*

Verkon rooli Aamulehdessä on muuttumassa, koska uutiskärki siirtyy yhä enemmän verkkoon. Syksyllä 2007 tästä olivat esimerkkeinä Jokelan koulusurmat ja Nokian vesikatastrofi. Verkko seurasi molempia tapahtumia reaaliaikaisesti. Esimerkiksi Jokelan koulusurmasta lähes kaikki oli jo kerrottu verkossa samana iltana. Sanomalehden

tehtäväksi jäi täydentää aukot nopeasti kerätyissä tiedoissa, luoda kuvaa henkilöstä ja taustoista sekä yrittää ymmärtää, miksi kaikki tapahtui.

## 6.5. Ideasta jutuksi

Päälliköiden kohtaamat ongelmat kertovat siitä muutoksesta, joka tapahtui lehden työprosessissa. Lehti uudistuksen myötä Aamulehdessä pyritään tuottamaan entistä paremmin, mutta myös nopeammin uutisia. Tavoite muuttaa ihmisten työtehtäviä suuntaan, jossa tarvitaan enemmän yhteistyötä, parempaa tiedonkeruuta ja menemistä jutuissa lähemmäs ihmistä. Työtapojen muutos on hidasta, mutta lehti uudistuksessa annettiin työkalut tavoitteiden toteuttamiseen.

Parhaiten lehden uutistuottamisen muutos näkyi aluksi uutisaukeamalla. Parhaimmillaan puheenaiheita tuotettiin jo muutaman viikon suunnitelmallisella aikajänteellä.

Esimerkiksi median käyttäytyminen Jokelan koulusurmien aikaan sai osakseen paljon huomiota. Aiheesta tehtiin Aamulehdessä puheenaihejuttu uutisaukeamalle. Juttukokonaisuuden tekemiseen osallistui kahden viikon aikana yhteensä yli 10 ihmistä. Joidenkin rooli tässä prosessissa oli pienempi ja toisten suurempi. Keskeisiä toteuttajia työprosessissa oli 4–6 henkilöä.

Kuvaan jutun syntyprosessin. Se kertoo ihannetilanteesta, jollaisessa uudistetun Aamulehden uutiset ja puheenaiheet syntyvät. Esimerkin avulla luon kuvan uudesta uutistuottamisen tavasta, jolla lehden suurimpia juttuja pyritään tulevaisuudessa toteuttamaan. Uudenlaisessa uutistuottamisen mallissa suunnittelijoiden, visualistien ja editoijan rooli korostuu.

# Ideasta jutuksi

Juttu median käyttäytymisestä  
Jokelan tapauksessa syntyi  
12 päivää kestäneessä työpörosessissa.  
Juttua oli tekemässä yhteensä  
15 ihmistä. Juttu ilmestyi  
Aamulehdessä lauantaina  
24.11. marraskuuta.

Maanantai 12.11.2007 aamupäivä.  
Aamun uutispäällikkö Sari Torvinen  
ideoi suunnittelevan uutispäällikön  
Kari Iikosen kanssa juttua median  
toimista lokelassa. Ensiksi saadaan  
ajatus, että mennään mukaan median  
ja nuorten keskusteluun. Pohdinnan  
jälkeen päätetään kuitenkin teettää  
tutkimus Taloustutkimuksella ja tuottaa  
gallupmainen juttu, jossa erilaiset  
median toimia kritisoineet tahot  
pääsisivät ääneen.

Median toimet  
Jokelassa ovat  
herättäneet närää  
koulun oppilaisissa.  
11. marraskuuta  
julkaisitaan avoin  
kirje kaikille  
tiedotusvälineiden  
edustajille.

**Idea 12.11.**



Kello 17.  
Verkkotoimittaja Kati  
Kalliosaari käy läpi  
Aamulehden  
verkkosivujen  
jokela-keskustelut.  
Jos sieltä löytyisi juttuun  
käyttökelpoista materiaalia.

Torvinen ja Pekka Kymäläinen pohjivat  
kyselynsä, jotka tehdään Taloustutkimuksen  
kyselyyn. (Samassa tutkimuksessa kysellään  
myös ihmisten kantoja Tehyn työaistelusta.)  
Kysymykset koelukuun ja päätönnittajalle.

Perjantai 16.11.2007  
kello 10. Uutispäälliköt Sari

Maanantai  
19.11.2007  
Aamupäivä.  
Taloustutkimus  
aloittaa tietojen  
keräämisen.

Torstai 22.11.2007 kello 14.30  
Iltapäivän suunnittelukokous  
päättää millaisia materiaalia  
juttuun halutaan.  
Uutispäälliköiden palaverissa  
päätetään, että etusivulla  
kerrotaan kyselyn tuloksista  
ja ihmisten mielipiteistä.  
Uutisaikeman kuudelle  
paistalle yritetään saada  
erilaisia tahoja kertomaan oma  
tulkintansa.

Tehdään päätös että  
kottoimitus tekee pääjutun  
ja Helsingin toimituksessa  
yritetään saada toimittajat  
kirjoittamaan minä-nuotoinen  
osio. Jokelaan on mentävä  
palkan päälle perjantaina  
tapaamaan Korhosta.  
Lisäksi olisi hyvä saada  
iltapäivälehden toimittaja  
haastatettavaksi.

Suunnitteleva uutispäällikkö  
Sari Torvinen pohtii jutun kuvitusta  
suunnittelevan visupäällikön Kimmo  
Penttisen kanssa. Ihmisten lisäksi  
halutaan jutun kuvituksiksi lentien  
löppöjä. Mitä niissä olikaan?







## 6.6. Päällikön työ muuttuu

Uusi uutistuntuuttamisen tapa muuttaa päälliköiden työtä käytännöllisemmäksi.

Kun taitto ohjaa lehden suunnittelua, pitää suunnittelua ajatella konkreettisena toimintana tai prosessina, johon myös päällikkö itse ottaa voimakkaammin osaa.

Aikaisemmin suunnittelu oli usein listojen täyttämistä ja tietojen kirjaamista.

Kirjaamisen jälkeen vastuu jutusta siirtyi hyvin pitkälti toimittajalle.

Uusi työtapa vaatii, että juttujen syntymistä seurataan tai jopa ohjataan. Päälliköiden täytyy valvoa juttujen valmistumisaikataulua pitkin päivää. Jos suunnitelmat tai jutun painoarvo muuttuvat, niihin pitää reagoida välittömästi. Tämä vaatii lehden koko tuotantoprosessin tuntemista.

Aamulehden uudistettu työtapa on saanut vaikutteita angloamerikkalaisesta tavasta tuottaa uutisia. Työtapa lisää päälliköiden vastuuta työprosessissa. Aikaisemmin suomalaisissa toimituksissa perinteenä on ollut, että annetaan toimittajalla hyvin suuri vastuu jutusta. Lehtien tuotteistuksessa tähän saksalaisen perinteen mukaiseen tuotantotapaan on tulossa muutoksia.

Edelleenkin toimittajat saavat Aamulehdessä tehdä juttua hyvin paljon niin kuin haluavat, mutta päällikkö tulee useammin väliin seuraamaan, että resursseja käytetään järkevästi ja juttu kohdistetaan kiinnostaviin asioihin.

Uusi editointivuoro tuo työprosessin loppuun hieman lisää angloamerikkalaista työtapaa, jossa editoijien rooli korostuu. Aamulehdessä editoijan rooli on valvoa juttuhierarkiaa, juttujen kielellistä tasoa ja rakennetta. Samalla hänen pitäisi myös tarttua kiinnostaviin aiheisiin ja nostaa niitä esiin.

Päälliköiden työhön tiivistyvät koko lehtiudistuksen vaikeimmat muutokset. Päälliköt ottivat uudistuksessa vastuulleen töitä, joita ennen olivat tehneet toimittajat ja taittajat. Paine päällikköportaassa kasvaa.

Pauliina Penttilä kirjoittaa, että päälliköihin kohdistuvat odotukset ovat usein suuria ja jopa ristiriitaisia. Penttilä tiivistää tutkielmassaan *Pomona toimituksessa: Uutis- ja toimituspäälliköiden roolit ja tehtävät pienissä 7-päiväisissä sanomalehdissä* (2001) päälliköihin kohdistuvat odotukset. Päätoimittajalle päällikkö on uutisvoittojen tavoittelija, budjetista huolehtija, lehden linjan toteuttaja ja tuotteen eli lehden kehittäjä. Toimittajalle päällikkö on työn edellytysten luoja, työn tukija, työn kehittäjä ja työrauhan turvaaja.

Päälliköt pyrkivät vastaamaan molempien tahojen ristiriitaisiinkin odotuksiin parhaan kykynsä mukaan. Penttilän mukaan päälliköitä vaivaa kuitenkin ainainen pula ajasta.

Tämän takia päälliköt kokivat, että he eivät pysty kunnolla vastaamaan toimittajien ja päätoimittajien odotuksiin. Tätä ilmensivät muun muassa kommentit päällikköportaan selkiytymättömästä työnjaosta ja halusta omistaa lisää aikaa suunnittelulle ja ideoinnille. (Penttilä 2001, 128–133.)

Aamulehden päällikköportaaseen kohdistui samanlaisia odotuksia kuin Penttilän tutkimuksessa. Päälliköiden suhde toimittajiin uudistuksen aikana muuttui jonkin verran. Päälliköiden täytyi ensisijaisesti toteuttaa uudistuksen tavoitteita eli lehden johdon näkemyksiä, eikä niinkään kaveerata toimittajien kanssa. Toimittajat suhtautuivat kuitenkin muutokseen kohtuullisen rauhallisesti, sillä muutos kohdistui ainakin aluksi erityisesti päälliköihin, eikä niinkään toimittajiin.

Toimittajien työnkuva saattoi aluksi jopa selkiytyä, sillä nyt heidän jutuistaan tehtiin tarkemmat suunnitelmat ja turhaa työtä yritettiin välttää. Toimittajat jäivät kuitenkin hieman sivustaseuraajan rooliin uudistuksessa. Sen huomasi erityisesti vähäisestä palautteesta päälliköille ja myös siitä kuinka vähän uusia juttutyyppejä ehdotettiin tehtäväksi.

Toimittajien odotteleva suhtautuminen uudistukseen ei välttämättä ollut hyvä asia. Jatkossa toimittajien rooli kuitenkin korostuu, ja varmasti normalisoituu suhteessa päälliköihin. Päälliköiden työn vaatimukset ovat kasvaneet niin paljon, että he eivät yksin taakastaan selviä. Tehtäviä jaettaneen toimittajille, kunhan vain ensiksi saadaan selville, millaisia uusia työtehtäviä syntyi ja mitkä niistä ovat jaettavissa eteenpäin.

Penttilän tutkimuksessa yhdeksi ratkaisuksi päätoimittajat ja uutispäälliköt ehdottivat vastuun siirtämistä suhteellisen itsenäisille toimittajaryhmille. Nämä ryhmät eivät tarvitsisi päällikköä joka päivä. Kyseistä ratkaisua on kokeiltu aivan hiljattain suuremmissa mittakaavassa maailmalla. Esimerkiksi Atlantassa Journal-Constitution jopa lakkautti kaupunkitoimituksen ja urheilutoimituksen päälliköiden vakanssit. Tilalle perustettiin sisällöntuotantoryhmät, joilla on omat vetäjänsä, mutta ei varsinaisia päälliköitä eikä toimituksella ole varsinaisia uutiskokouksia. (Heinonen 2007, 22)

Jatkossa Aamulehdessäkin työn jakamista mietittäneen uudelleen. Esimerkiksi sivugeometrioiden käyttäminen ei voi olla visupäällikön yksinoikeus. Se ei voi olla salatiedettä, jota muut eivät ymmärrä. Tietoa pitää jakaa taittajille ja uutispäälliköille, jotta he voivat suunnitella lehteä lennosta, ilman turhaa kitkaa.

Entistä teknistyvämpi toimitus asettaa myös käytännöllisiä haasteita. Aamulehdessä erityisesti Doris-toimitusjärjestelmän, Planner-sivukarttaohjelman ja Job-työtilausohjelman käyttäminen täytyy sujua päälliköiltä luontevasti. Visupäällikön

palettiin näiden lisäksi kuuluvat tietysti Adoben ohjelmat: taitto-ohjelma InDesign, kuvankäsittelyohjelma Photoshop ja grafiikkatyökalu Illustrator.

Vaikeaselkoinen työtilausohjelma Job aiheuttaa vieläkin Aamulehdessä sekaannuksia. Ohjelman näkymästä ei yhdellä silmäyksellä saa mitään selvää. Vaikka Job on Aamulehdessä lehden töiden tärkein suunnitteluohjelma, muutaman viikon jälkeen kävi selväksi, että kaikki tuotantoprosessiin kuuluvat henkilöt pyrkivät välttämään sen käyttöä kaikin mahdollisin keinoin.

Sanomalehtien toimitukset teknistyvätkin koko ajan. Tuotantoprosessi on jo nyt täynnä erityistaitoja vaativia tietokoneohjelmia. Tulevaisuuden haasteita päällikkötoimittajille lisää myös verkon tuleminen kiinteäksi osaksi lehden toimitusta. Silloin päälliköiltä vaaditaan myös osaamista yli oman välineen.

Ari Heinonen kuvaileekin päälliköiden tulevaisuuden haasteita Suomen Lehdissä (12/2007): *”Sanomalehtien työtapojen vikkälässä muutoksessa näyttää toimituksen keskijohto joutuvan pahimpaan pyöritykseen. Työnjohto ei ole helppoa – eikä ehkä kiitollistakaan – kun yhtäältä kustantajat panikoivat paperisen laivan uppoamisen pelossa, ja toisaalta toimittajien nuori väki on sinut verkkojournalismin kanssa.”*

Heinosen artikkeli kertoo niistä paineista, joita päälliköiden työnkuvan muutokseen liittyy. Heinonen nostaa artikkelissaan esiin tärkeän asian: median muutos on hidastumassa pätevän johtamisen puutteen vuoksi. Suomessa uutispäälliköiksi ovat usein valikoituneet lehtien parhaat kirjoittajat ja kauan talossa olleet journalistit (Penttilä 2001, 1–2). Tämä lienee syy, miksi sanomalehden suunnittelua ja ideointia on hallinnut tekstiin ja listoihin perustuva työtapa.

Muutos toimitustyössä on suuri, kun työ muuttuu visuaalisen kokonaisuuden hallinnaksi, työprosessin ohjaamiseksi ja jatkossa yhä monipuolisemmaksi tietojen keräämiseksi.

## 7. PÄÄTELMIÄ

### 7.1. Suuri pamaus vai pitkä hivutus?

Aamulehden lehti uudistus opetti, miten suuri ja hidas prosessi lehti uudistus lopulta on. Lehtisuunnittelija Mario Garcia puhuu lehti uudistuksesta harhauttavasti suurena pamauksena. Sanomalehden ulkoasusuunnittelijan tai lukijan kannalta sanomalehden ulkoasun ja muodon muutos voi tuntua äkkinäiseltä tai jopa rajulta tapahtumalta. Toimituksen sisällä muutos ei kuitenkaan tapahdu hetkessä. Lehden ulkokuoren muuttuminen on todellisuudessa pieni alkusysäys sille prosessille, jossa toimitus ryhtyy todella kehittämään sisältöjä ja työprosessia.

Totuus on, että tekniikan ja ulkoasun muuttaminen käy suhteellisen lyhyessä ajassa, mutta ajattelutavan ja työtapojen muutokseen toimituksessa kuluu kuukausia, jopa vuosia. Jos tarkkoja ollaan, sanomalehden uudistusprosessi ei lopu koskaan. Lehti uudistus on vain ankkuripiste, jossa ryhdytään ottamaan uutta suuntaa.

Lehden ulkomuodon uudistaminen on konkreettisesti näkyvä muutos, ja sillä on syvä vaikutus siihen, että myös toimitus ryhtyy uudistumaan. Pelkkä uudistuksesta puhuminen ja sen näyttäminen antaa mahdollisuuden hylätä vanhoja malleja ja direktiivejä. Silloin toimitus voi luoda lehtensä uudestaan.

Voikin olla, että muutos on mahdollinen vain se konkreettisesti näyttämällä. Puhtaasti sisällöstä lähtevä uudistus voikin kuulostaa toimituksessa liian abstraktilta, eikä välttämättä johda haluttuihin tuloksiin.

Aamulehden uudistus opetti, että lehti uudistukselta ei kannata odottaa kerralla liikojia. Muutos etenee toimituksessa hitaasti ylhäältä alaspäin. Ensin muutospaineeseen joutuvat päälliköt, vasta sen jälkeen ryhdytään miettimään, mitä toimittaja voisi tehdä. Muutoksen aiheuttama kitka näkyi pienoisenä kärsimättömyytenä toimituksessa. Toiset sopeutuivat nopeammin ja saattoivat kysellä, ”miksi vielä tehdään näin, vaikka juuri sovittiin, että tästä luovutaan kokonaan”.

Kaikkien lehti uudistusten ensimmäisiin kuukausiin on varmasti sisäänrakennettu vaiheet, jossa ensin yritetään pistää kerralla koko kuvio uusiksi, sitten väsyttään yritykseen ja lopulta yhteistuumin sovitaan, että jatketaan lehden uudistamista pala kerrallaan haluttuun suuntaan. Siinä vaiheessa löytyy myös järjen ääni, joka sanoo, että on syytä säilyttää jotain vanhaakin.

Ulkoasusuunnittelijan ja toimituksen tekniikan rakentajan kannalta muutoksen eteneminen näyttää varmasti hitaalta. Minna Honkala kuvailikin sitä shokkia, jonka hän kohtasi, kun astui uudistuskopista takaisin toimituksen arkirutiineihin.

Hän oli rakentanut järjestelmän, jolla kunnianhimoiset journalistiset tavoitteet voidaan toteuttaa. Toimituksessa kuitenkin näytti siltä, että ihmiset olivat kuin mitään ei olisi tapahtunutkaan.

Kaksi kuukautta uudistuksen aloituksen jälkeen voi kuitenkin todeta, että muutamassa kuukaudessa tapahtui hyvin paljon. Ulkoasu oli muuttunut, uusia juttutyyppejä oli käytetty ja toimituksen työprosessit kehittyivät joka päivä. Tärkeintä oli kuitenkin se, että uudistusmieliala levisi kaikkiin toimituksen työntekijöihin. Sen jälkeen voitiin todella ryhtyä kokeilemaan jotain aidosti erilaista.

Sanomalehden uudistaminen on rankka prosessi, ja siihen voisi valmistautua paremmin. Aamulehdessä keskeiseksi ongelmakohtaksi muodostui ydinryhmän eli uutispäälliköiden liian löyhä syventäminen lehden työprosessin muutokseen. Jo suunnitteluvaiheessa mukana olleet uutispäälliköt saivat uuden työprosessin toimimaan nopeasti. Muilla tavoitteiden ja työtapojen sisäistäminen vei enemmän aikaa. Toisaalta myös henkilökohtaiset ominaisuudet, työtavat ja jopa puhdas tekninen osaaminen vaikuttivat sopeutumiseen.

Myös toimittajien parempi koulutus olisi auttanut lehti-uudistuksen hektisimmissä alkuvaiheissa. Muutamat koulutukset olivat hyvin teoriapitoisia ja varsinainen käytännön kouluttaminen jäi lopulta vähälle. Käytännön taitoja päästiin testaamaan vasta ensimmäisenä iltana.

Toimituksen kouluttamisen tarvetta ei voi väheksyä uudistuksen yhteydessä. Tiedän, että ainakin Minna Honkala kauhistuu, kun väitän, että lehti-uudistuksen yhteydessä kaikille toimittajille pitäisi kouluttaa juttujen perusmuotojen hallintaa. Todellisuudessa tämä on hyvin haasteellista, mutta pidemmällä ja tarkemmalla kirjoittajakoulutuksella olisi välttytty monilta ongelmilta. Toimittajat olisivat jo omilla toimillaan voineet vaikuttaa moniin lehden tekemiseen liittyviin ongelmiin. Tarkka peruskoulutus juttumitoista, erilaisista juttujen esittämistavoista, tiiviimmästä kirjoittamisesta, uusista juttutyypeistä, grafiikan tiedonhankinnasta, kuvan ja tekstin yhteispelistä ja sivugeometrioista olisi vähentänyt merkittävästi niitä ongelmia, joita kiireisinä iltoina jouduttiin ratkomaan.

Tiedon puute on merkittävin asia, joka altistaa lehti-uudistuksen valumaan takaisin vanhaan tapaan tehdä. Silloin kun tekijöille ei ole selvää, mitkä ovat tavoitteet ja miten asioita pyritään tekemään, on ainoa mahdollinen keino jatkaa työn tekemistä entisellä tavalla.

Aamulehdessäkin tästä ilmiöstä oli viitteitä, koska kaikki olemassa olevat kirjalliset ohjeet käsittelivät puhtaasti tekniikkaa. Sisällölliset ohjeistukset olivat

vain uutispäälliköillä. Uusi kaikille jaettava sisällön tyylikirja saadaan Aamulehteen aikaisintaan keväällä 2008, vaikka se olisi tarvittu heti uudistuksen alkuhetkiin. Uudistuksen aikataulu vaikuttaa toimivan ohjeistuksen luomiseen ja koulutukseen. Aikaa ei ole koskaan liikaa, mutta ajankäyttöön pitää varata reilusti löysää. Aamulehden suunnittelukopissa elettiin elo-, syys- ja lokakuussa pitkiä päiviä oikuttelevan tekniikan kanssa, ja tähän työhön kului enemmän aikaa kuin oli suunniteltu. Aika oli pois testaamisesta, ohjeiden luomisesta ja koulutuksesta.

*Voisi joskus kokeilla tehdä niin, että aloittaisi uudistusprosessin puoli vuotta suunniteltua aikaisemmin ja tekisi vaikka kolme kuukautta ennen deadlinea kaiken valmiiksi. Sitten istahtaisi viikoksi ja katsoisi ja miettisi, että mitähän meiltä on jäänyt tekemättä. Sitten olisi vielä kolme kuukautta aikaa tehdä kaikki tämä. Onko se toimittajan perisynti, että kaikki jää viimeinkin? Luotetaan siihen, että kun se deadline paukkuu niin sitten meillä on valmista. (Jari Toivonen)*

Aamulehden lehti uudistusta voisi kuvailla avaimet käteen -kaupaksi. Toimitus sai käyttöönsä uudet välineet ja työtavat, joiden avulla on mahdollista uudistua. Koska ohjeistus jäi hieman vajaaksi, jokaisen oli itse löydettävä keinot sopeutua. Toimitus on kuitenkin täynnä erilaisia ihmisiä, joiden ominaisuudet sopivat eri tavoin uuden lehden tavoitteisiin. Kestää aikansa, että päälliköt, toimittajat, konsernin yhteistoimituksen toimittajat, aluetoimittajat ja avustajat omaksuvat edes uudistuksen vähimmäistavoitteet. Osaaminen eri osastojen ja työntekijöiden välillä vaihtelee rajusti. Tämän takia muutos toimituksessa on jatkuvaa, eikä se lopu koskaan.

## 7.2. Suunnittelu tulee!

Aamulehden lehti uudistuksen tavoitteet noudattelevat pitkälti Hannu Pulkkinen väitöskirjassaan (Pulkkinen 2008) esittelemiä päätelmiä. Koska sanomalehti on häviämässä yhä nopeutuvaa uutiskilpailua, se hakee selviytymisen keinoja syvemmästä ja laadukkaammasta journalismista. Näemme aina vain enemmän analysoivaa, taustoittavaa, henkilöivää ja kommentoivaa aineistoa. Hannu Pulkkinen ennustaa, että jopa kuvareportaasi voi palata lehden uutissivuille.

Paremmen lehden tekeminen vaatii oivaltavia juttuja, selittävämpiä grafiikoita, pysäyttäviä kuvia ja toimivaa taittoa. Laadukkaampi sanomalehti vaatii myös parempia journalisteja. Mistä moniosaajat noukitaan, on nykyisen journalistikoulutuksen ja myös sanomalehtien suurin haaste.

Haasteita sisältyy myös pätevien johtajien löytämiseen. On syytä miettiä, millainen tyyppi on sopiva päällikkö, jos keskijohdon työ muuttuu lehden tuotantoprosessin



kokonaisuuden hallinnaksi ja yllättävien sekä visuaalisten ideoiden tuottamiseksi. Päivittäinen uutistuotanto tarvitsee edelleen innokasta uutisreportteria, mutta taustojen kaivaja ja analysoija tarvitsee entistä laajempaa osaamista. Verkkoa ymmärtävää, erilaisia tiedonhankintatapoja ja monipuolisia tiedon esittämistapoja hallitsevia toimittajia ja päälliköitä tarvitaan tulevaisuuden sanomalehdissä.

Journalismin laadun parantamiseen vaikuttaa vahvasti visualistien aseman vankistuminen toimituksissa. Aamulehdessä visuaalieksperttien asema vankistui lehtiudistuksen yhteydessä merkittävästi. Visupäälliköt nousivat asemaan, jossa he pystyivät aidosti myös ohjaamaan lehden sisältöä. Monia juttuaiheita voitiin lähteä kehittämään kuvitus tai grafiikka edellä. Aivan uudenlaiset ideat näkyivät esimerkiksi etusivulla. Itsenäisyyspäivänä vuonna 2007 Aamulehden etusivu oli täynnä kysymyksiä ja vastauksia vedestä. Jouluaaton etusivu oli täynnä numeroita, jotka kertoivat siitä, miten lukija voi auttaa maailman hätää kärsiviä.

Näyttäviin kuvituksiin ja syvällisiin juttuihin liittyy kuitenkin hankaliakin journalistisia peruskysymyksiä. Suunnittelevan keskijohdon luomat valmiit kaavat uutistyössä ja lehden taitossa saattavat kiihdyttää toimittajien omaa ideointia. Varsinkin, jos kaavat ymmärretään toimituksessa kehikoiksi, joita ei saa purkaa tai muuttaa.

Lehden suunnittelussa on myös syytä pohtia sitä, kuinka tiukasti huolella suunniteltu ja valittu näkökulma lyödään lukkoon. Suurimassa osassa sanomalehtijutuista on järkevää tai välttämätöntä keskittyä valittuun näkökulmaan, mutta näkökulman muutokselle on myös annettava mahdollisuus. Toimituksen editointipöytä ei voi olla se paikka tai porras, jossa uuteen suuntaan lähtenyt juttu muutetaan suunnitellun näkökulman mukaiseksi. Silloin uutistyö menettää merkityksensä, ja lehden antama maailmankuva muuttuu muutamien ihmisten tuottamaksi mielikuvaksi todellisuudesta.

Aamulehden uutispäälliköiden haastatteluissa pohdittiin paljon sitä, mikä on järkevän suunnittelun raja. Pidempi ja tiukemmin ohjattu suunnittelu tuottaa päälliköiden mukaan parempia juttuja ja parempaa journalismia. Reagointi ja hetkessä eläminen on kuitenkin monen päällikönkin mielestä vankka ja tärkeä osa sanomalehteä.

Totuus onkin, että seuraava lehti ilmestyy aina huomenna. Sanomalehti on myös nopeasti kulutettava tuote, joka ei jää elämään historiaan klassikkoteoksena. Paremmat jutut, kuvitukset ja analyysit unohtuvat lukijalta jo seuraavana päivänä. Parempaa laatua sanomalehtiin vaativille voi aina esittää kärkevän kysymyksen: minkä verran on järkevää panostaa juuri tämän päivän sanomalehteen?

### 7.3. Sanomalehden (Aamulehden) tulevaisuus

**Vuonna 2008** Aamulehti on yhä enemmän kulutustuote. Juttujen modulointi, hallittu design ja tarkasti suunniteltu sisältö kertovat, että Aamulehti tuotteistuu kiihtyvää tahtia. Samalla myös journalistinen työprosessi muuttuu ohjatummaxi ja osittain jopa automatisoiduksi.

Tuotteistuminen näkyy myös sisällöissä. Aamulehti yrittää mennä vielä lähemmäksi lukijaa ja olla käytännöllinen kaveri, joka tarjoaa konkreettista hyötyä, viihdettä, tunteita ja kauneutta.

Tiivistetty ja kauniisti paketoitu formaatti halutaan käyttöön myös koko konsernin tasolla. Tammikuussa Alma Median lehdistä ainakin Lapin Kansa, Satakunnan Kansa ja Pohjolan Sanomat olivat siirtyneet samaan ulkoasuun. Ennakoivaan taittoon konsernin lehdet siirtyvät kevään 2008 aikana. Tulevaisuudessa Alma Median lehdet

saanevatkin yhä suuremman osan sisällöstään yhteistoimituksilta tai muilta konsernin lehdiltä, kun konsernin piirissä olevien lehtien ulkoasuja ja tapoja tehdä yhtenäistetään. Keväällä 2008 uudistetaan myös Alma Median verkkopalvelut. Millä tavoin yhteisiä sisältöjä käytetään hyväksi lehtien verkkopalveluissa, on vielä avoin kysymys.

**Kuva 10.** Vuonna 2008 Aamulehden etusivu on ilmeeltään graafinen. Tekstin määrä on vähentynyt voimakkaasti aikaisemmista etusivuista. Sivulla on lukijalle useita tarttumapisteitä erilaisista kuvista graafeihin, sitaatteihin ja lukuihin.

Sanomalehtien tuotantoprosessia rationalisoidaan ja tehostetaan, koska lehdet ovat vähitellen menettämässä lukijoitaan. Tulevaisuudessa sanomalehtien lisätulot ovatkin saatavissa verkosta ja uutistuotannon tehostamisesta. (Pulkkinen, 2008)

Aikakäsityksen muutos, kuvallisten esitystapojen kehitys ja teknologian kehitys ovat pakottaneet lehdet panostamaan esteettisyyteen, silmäiltävyyteen, luettavuuteen ja helppouteen. Jos sanomalehti kuitenkin ryhtyy panostamaan vain pintaan, silmäiltävyyteen ja nopeuteen, se häviää kilpailun muille medioille.

Tulevaisuuden sanomalehti voikin tarjota lukijalleen elämyksiä, analyysejä ja tarinoita. Jatkossa sanomalehti voi toimia jopa vastavoimana nopeutuvalla yhteiskunnalle. Sanomalehden ei tarvitse olla kuitenkaan hidas nautiskeltava, vaan aikakausilehtien pitkien juttujen ja verkon lyhyiden uutisten väliin mahtuvat ajankohtaiset ja tiivistetyt tarinat, joita ei verkosta saa.

Verkossa sanomalehtien tehtävä voi olla hyvin erilainen, sillä verkossa uutiskynnys madaltuu entisestään. Tulevaisuudessa lukija voikin olla tuottaja tai ainakin aktiivinen osatuottaja, joka lähettää verkkoon omia valokuvia, keskusteluviestejä, juttuideoita tai päivittää sinne oman urheiluseuransa asioita. Näillä keinoin on mahdollista sitouttaa lukijoita sanomalehden muodostaman yhteisön jäseneksi.

Verkko ei siis ole tuhoamassa sanomalehteä, vaan se on tulossa vahvasti paperisen lehden rinnalle. Tehtävät ovat jo nyt eriytyneissä siten, että verkkolehdestä on tullut sanomalehden laajennus, joka kookuttaa lisää aktiivisia lukijoita.

Tiedon määrän kasvaessa toimittajan rooli voi jopa vankistua, koska lukijat kaipaavat myös journalistisen laatutakuun saanutta aineistoa. Tulevaisuudessa toimittaja ei kuitenkaan voi nousta yleisönsä yläpuolelle etäiseksi ja objektiiviseksi tarkkailijaksi, vaan hänen on oltava joustava osa oman yhteisönsä keskustelua. Parempi toimittaminen ei sulje pois yleisön ääniä, koska se ottaa huomioon erilaisia näkemyksiä ja nostaa esiin hyvin argumentoidut mielipiteet.

**Vuonna 2014** Aamulehti on vaiheessa, jossa seuraava kehitysaskel on todennäköisesti siirtyminen pienempään formaattiin. Nykyisen lehtiudistuksen yhteydessä käytiin jo formaattikeskustelu. Vielä aika ei ollut kypsä koon muutokseen, mutta formaatin muutos voi olla seuraavan lehtiudistuksen tärkein muutos. Kehitys maailmalla on osoittanut, että pienempi lehtikoko sopii kuluttajan käteen. (Barnhurst, 2001, 21.) Päätoimittaja Matti Apusen suosikki onkin hieman tabloid-kokoa suurempi ja kansainvälisesti suosittu Berliner-formaatti (470x315 mm). Apunen arvioi, että Aamulehti kestää nykyisellään marraskuuhun vuoteen 2014 saakka.

Sanomalehtien kokokysymystä on kuitenkin syytä pohtia tarkoin. Haluaako lukija todella pienemmän lehden? Esimerkiksi vertaus nykyisestä iPod-sukupolvesta ontuu. On totta, että yhä pienemmät kulutustuotteet jylläävät markkinoilla, mutta myös eriytymistä on tapahtumassa. Meillä on pienemmät puhelimet, mutta toisaalta suurempi taulutelevisio tai tietokoneen näyttö. Toiset tiedon valtaväylät suurentavat näyttömuotojaan samalla, kun sanomalehti pienenee. Haluaako lukija todella sanomalehden olevan pienempi vai onko pienempi formaatti sittenkin vain tapa karsia kuluja levikkien laskiessa? Ja sopiiko pienempi formaatti todella tilattavan sanomalehden perinteeseen? Miksi ihmeessä tilaisit kotiisi lehteä, joka on täynnä entistä lyhyempiä juttuja silputtuna tabloid- tai berliner-sivuille?

Kokokysymyksen lisäksi edessä ovat myös sisällölliset pohdinnat. Aamulehdessä lähdettiin suuntaan, jossa tavoitteena on lyhentää juttuja ja keskittyä uutisiin. Kriittisesti tarkastellen tavoitteeksi asetetut analyysi, taustat, henkilöt ja tarinat eivät välttämättä ole samassa linjassa 2 500 merkkiin moduloitujen juttujen kanssa. Kun on lisätty silmäiltävyyttä, nopeutta ja uutismaisuutta lehdessä, onko menetetty jotakin, jota lukija todella etsii sanomalehdestä? Ja voiko tulevaisuudessa sanomalehti rakentua 2 500 merkin moduloituista jutuista?

Tämä kysymys sai minut pohtimaan, miksi luen Aamulehteä tai sanomalehtiä ylipäänsä. Esitän kriittisiä kysymyksiä, joita on pohdittava seuraavien vuosien aikana, kun lehteä kehitetään. Mikä on sanomalehden ja Aamulehden tulevaisuus?

**1.** Haluanko todella lukea uutiset sanomalehdestä? Vai haluanko lukea sanomalehdestä aivan jotain muuta kuin uutisia? Tällä pohdinnalla on vaikutusta uutisen määritelmään sanomalehdessä. Lehdessä uutinen ei enää perustu nopeuteen tai uutuuuteen, vaan taustoihin, selvitykseen ja monimutkaisen tiedon käsittelyyn. Ja miksi ihmeessä tämä kaikki pitäisi esittää lyhyessä ja nopeassa muodossa? Eikö sanomalehden pelastus olisi juuri jopa ylipitkissä tarinoissa, jotka rytmittäisivät lehden lyhyempää aineistoa? Nyt lähes kaikki jutut ovat moduloitua 2 500 merkin ”sanon nyt jotain, mutta todella en ehdi sanomaan mitään” -tarinaa. Olen huomannut, että lähes ainoita juttuja, joita Aamulehdestä luen kokonaan, ovat suuret koko sivun kokonaisuudet tai pidemmät pakinat, kronikat ja alakerrat.

**2.** Onko silmäilevän lukijan tarpeiden korostaminen mennyt liiallisuuteen? Pidetäänkö minua tyhmänä, kun tarjoillette minulle ensin etusivun vinkin, otsikon, alaotsikon ja jutun alun intron. Kuka enää sen jälkeen haluaa edes lukea koko juttua? Onko lehti tehty silmäiltäväksi vai luettavaksi?

3. Utismainen A-osa on vienyt paljon tilaa B-osalta. Onko todella niin, että haluan lukea paljon uutisia lehdestä? Menettääkö sanomalehti itse asiassa jotain tärkeää karsimalla kulttuuria, urheilua ja kevyempää materiaalia? Mielestäni tämä on juuri sitä monipuolista, taiteellista ja hauskaa materiaalia, jota lukija ei saa muualta tai toisin sanoen, verkosta.

## 8. LOPUKSI

Tutkielmani tarjoaa runsaasti jatkokysymyksiä. Ehkä kiinnostavin ja merkittävin kokonaisuus näistä on koko Alma Media -konsernin siirtyminen samaan ulkoasuun ja osiltaan myös ennakoivaan taittoon. Tällä tavoin lehtien sisällöntuotantoa voidaan yhtenäistää tulevaisuudessa. Suuren konsernin tasolla tähän liittyy rahan säästön mahdollisuuksia, joista varmasti ollaan kiinnostuneita. Miten saadaan aikaan tehokasta juttuvaihtoa niin, ettei lehtien laatu siitä kärsi?

Kun konsernin lehtien ulkoasu on yhtenäistetty, ollaan aika lähellä tilannetta, jossa olisi mahdollista julkaista koko maassa ilmestyvää Aamulehteä, jossa vain olisi erilaisia paikallispainoksia. Tällä tavalla toimivat muun muassa suuret espanjalaiset lehdet.

Suurempien kysymysten lisäksi tutkimukseni jättää kokonaan avoimeksi sen, miten Aamulehden lehtiudistus onnistui toimituksen jokapäiväisten rutiinien järjestämisessä. Rivitoimittajien, taittajien, kuvaajien, graafikoiden päivittäisten työkulujen erittelemine tässä työssä oli mahdotonta.

Tutkielmassani halusin kuitenkin nähdä miten lehtiudistus tehdään, enkä välttämättä sitä, miten se toimii käytännössä. Tosin uutta lehteä on tehty vasta niin vähän aikaa, että perusrutiinitkaan eivät ole toimituksessa vielä kovin pitkällä. Mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe olisikin, miten Aamulehteä tehdään syksyllä 2008.

## Lähteet

Arnold Edmund (1956) *Functional Newspaper design*. New York.

Barnhurst Kevin & Nerone John (2001) *The Form of News. A History*.  
New York: The Guilford press.

Barnhurst Kevin & Nerone John (2003) *US Newspaper Types, the Newsroom,  
and the Division of Labor*. *Journalism studies* vol.4, 2003:4 (435–449).

Deuze Mark (2005) *What is journalism? Professional identity and ideology of journalist  
reconsidered*. *Journalism*. Vol 6(4): 442–464. Sage publications. Lontoo.

Eskola Jari & Suoranta Juha (1998) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*.  
Tampere: Vastapaino.

Eskola Jari & Vastamäki Jaana (2001) *Teemahaastattelu: opit ja opetukset*.  
Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I*. (Toim. Juhani Aaltola ja Raine Valli)  
Jyväskylä: PS-kustannus.

Esser Frank (1998) *Editorial structures and work principles in British and German  
newsrooms*. *European journal of communication*. Vol. 13(3): 375–405. Sage. Lontoo.

Heinonen Ari (2007) *Painetta päälliköille*. *Suomen Lehdistö* numero 12/2007 s. 22.

Helle Merja (2004) *Journalistit käytännön mankelissa*. *Tutkimus ja kehittämishanke  
uutistoimituksessa*. *Tiedotusopin lisensiaatin tutkielma*. Tampereen yliopisto.

Helle Merja (2008) *Journalistisen työn muutoksesta ja tutkimuksesta*. *Onko tulevaisuus  
monimediaalisen moniosaajan?* Luku Esa Väliiverrosen toimittamaan kirjaan  
”Journalismi murroksessa”. Ilmestyy keväällä 2008.

Hinkka Jorma (2002) *Graafisen suunnittelijan toinen kieli*.  
Teoksessa *Brusila Riitta Typografia, kieltä vai visuaalisuutta*. WSOY. Porvoo.

Hirsjärvi Sirkka & Hurme Helena (1988) *Teemahaastattelu*. Yliopistopaino. Helsinki.

Hirsjärvi Sirkka & Hurme Helena (2000) *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria  
ja käytäntö*. Yliopistopaino. Helsinki.



Holm Lars (2006) Entistä terävämpi Kauppalehti ensi maanantaina – taittoratkaisujen sekä aineiston valinnan ja hallinnan merkitys visuaalisuuden ja lukemisen edistäjänä. Taiteen maisterin lopputyö. Taideteollinen korkeakoulu.

Huovila Tapani, Pulkkinen Hannu, Taipale Matti (1998) Sanomalehden ulkoasuopas. Sanomalehtien liitto. Forssan kirjapaino Oy.

Hutt Allen (1973) The Changing Newspaper. Gordon Fraser.

Hutt Allen & James Bob (1989) Newspaper Design Today. Lund Humphries.

Kallionpää Vesa (1990) Sanomalehti havaintoesineenä – mihin hyvä taitto perustuu. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.

Kunelius Risto (1997) Viestinnän vallassa. WSOY. Juva.

Laitinen Vesa (1999) Subjektiiivisuudesta sabluunoihin: Aamulehden typografia ja taiton rakenne sekä niiden tarjoamat mahdollisuudet taittomoduulien käytössä. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.

Meir Klaus (2007) Innovations in central European newsrooms: overview and case study. Journalism practice vol. 1, No 1. Taylor & Francis group.

Mervola Pekka (1995) Kirja, kirjavampi, sanomalehti. Helsinki: Suomen historiallinen seura. Jyväskylän yliopisto.

Nousiainen Reetta ja Tuulensuu Jussi (2007) 10 myyttiä hyvistä jutuista. Journalisti numero 16/2007 s. 11.

Penttilä Pauliina (2001) Pomona toimituksessa: uutis- ja toimituspäälliköiden roolit ja tehtävät pienissä 7-päiväisissä sanomalehdissä. Tampereen yliopisto: tiedotusopin laitoksen julkaisu A:99.

Pietilä Veikko (1997) Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä: Tutkimusalan kehitystä jäljittämässä. Vastapaino. Tampere.

Pulkkinen Hannu (2002) Kasvojen pesu vai kunnan sauna? Suomalaiset päivälehdet graafisen muotoilun kohteena 1991–2001. Jyväskylän yliopisto. Journalistiikan lisensointityö.

Pulkkinen Hannu (2007) Annetaanko taitto automaatile? Suomen Lehdistö numero 12/2007 s. 23.

Pulkkinen Hannu (2008) Uutisten arkkitehtuuri. Sanomalehtien ulkoasun rakenteet ja esitystavat. Journalistiikan väitöskirja. Jyväskylän yliopisto. Ilmestyy maaliskuussa 2008.

Rajamäki Tiina (2004) Asiantuntijan ja ajokoiran ammatissa: Satakunnan Kansan toimittajien ammatti-identiteetti journalistisen kulttuurin murroksessa. Tiedotusopin pro gradu. Tampereen yliopisto.

Rantanen Lasse (2007) Mistä on hyvät lehdet tehty? visuaalisen journalismin keittokirja. Hill and Knowlton Finland Oy. Libris Oy.

Seppänen Janne (2001) Katseen voima: kohti visuaalista lukutaitoa. Osuuskunta Vastapaino. Nuorisotutkimusverkoston julkaisuja 17. Gummerus Kirjapaino Oy Jyväskylä.

Tschichold Jan (1928) Die Neue Typographie (Uusi Typografia) teoksessa Brusila Riitta (2002) Typografia, kieltä vai visuaalisuutta. Käännös Riitta Brusila. WSOY. Porvoo.

## WWW-lähde

Bowman Shayne ja Willis Chris (2003) We media: How audiences are shaping the future of news and information. The Media Center at The American Press Institute. [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf) (luettu 10.12.2007)

## Muita lähteitä

Aamulehden lehti uudistus: Kustannus Oy Aamulehti, kvalitatiivinen tutkimus. TNS Gallup Oy. Kesäkuu 2007. Risc-ryhmien mielipiteet uudesta lehdestä ja sitä koskevat muutosehdotukset.

Aamulehden tyylirja 3.uudistettu laitos. (2005) Kustannus Oy Aamulehti | Tampere 2005. Frenckellin kirjapaino | Espoo.

# Liitteet

## Liite 1: haastattelut

Ari Kinnarin ja Minna Honkalan ensimmäinen haastattelu

Miksi Aamulehdessä tehdään lehti uudistus?

- Muutostarpeet ja lähtökohdat
- Perustelut

Mitä on tehty tähän mennessä ja miksi?

Ongelmat lehden sisällössä, muodossa ja organisaatiossa?

Millainen Aamulehti pyritään suunnittelemaan?

- Sisältö
- Ulkoasu
- Organisaatio
- Journalistinen työprosessi
- Ennakoiva taitto
- Verkon rooli
- Millainen on suhde lukijoihin

Suunnittelijoiden oma rooli ja panos

- Apuna konsultit
- Lukijatutkimukset

Sanomalehden ja toimittajan rooli tulevaisuudessa

Matti Apusen haastattelu

Uudistusten jatkumo: Aikaisempi uudistus vuonna 2000

- Millainen se oli?
- Miten lehteä on uudistettu sen jälkeen? (Liitteiden uudistaminen)
- Millaisia haasteita Aamulehdellä on vuonna 2007
- Millaisia haasteita vuonna 2015
- Mikä on kehityssuunta? Millaisia uusia sisältöjä etsitään?
- Verkon rooli sanomalehden tulevaisuudenkuvassa

Tärkeimmät syyt uudistukseen

- Missä on nähty ongelmia?
- Missä on oltu hyviä, mitä on pyritty vahvistamaan?

Lukijasuhteen muutokset

- Millainen on ollut lukijasuhde?
- Miten se on muuttumassa?
- Lukijan suhde tuottajaan

Uudistusprosessi

- Mikä on ollut helppoa ja mikä on ollut vaikeaa?
- Miten päätökset on tehty?

#### Sisällöt

- Millaisia uusia sisältöjä on haluttu?
- Millä tavalla verkon ja lehden sisällöt ovat muuttumassa?
- Miten toimittajia halutaan kehittää?
- Miten on toimittajien kanssa käyty uusia kirjoittamisen tapoja läpi?
- Koulutus?
- Tavoitteet: Analyysi, palvelu henkilöt? Mitä se tarkoittaa?

#### Journalismi

- Miten se on muuttumassa?

#### Suunnitteleva ja editoiva työtap

- Mitä se on? Mitä vaatii?
- Ennakoivan taiton rooli

### Uutispäälliköiden teemahaastattelu

#### Vapaat kommentit:

- Miten on mennyt?

#### Suunnittelu:

- Miten on muuttunut?
- Miten on onnistuttu?
- Millaisia ongelmia?
- Onko ajattelutapa muuttunut?

#### Työ:

- Ovatko tavoitteet selkeitä?
- Millaisia ristiriitoja on uudistuksen tavoitteiden ja käytännön välillä?
- Onko työmäärä kasvanut vai vähentynyt?

#### Miten pidempi suunnitteleva ja editoiva työtap muuttaa suunnittelijan:

- Työtä
- Vastuuta
- Ideoita, puheenaiheita
- Sisältöjä, puheenaiheita
- Millaista journalismia se tuottaa?

#### Toimittaja:

- Millä tavalla journalismista on keskusteltu?
- Millä tavalla arvoista ja näkökulmista on keskusteltu?

#### Miten päivittäistä työtä pitäisi vielä kehittää?

## Visupäällikön haastattelu

### Vapaat kommentit:

- Miten on mennyt?

### Suunnittelu:

- Miten grafiikoiden suunnittelu on muuttunut?
- Miten grafiikoiden tuottaminen on muuttunut?
- Miten toimii uutispäällikön, toimittajan ja graafikon yhteispeli?
- Miten ennakointi toimii?

### Grafiikan tuottamisen suunta?

- Mihin panostetaan, mikä on grafiikan tuottamisen suuntaus?
- Miksi tuotetaan juttua ja kuvaa yhdistävää grafiikkaa?
- Millainen on visupäällikön vastuu Aamulehdessä?

## Verkon uutispäällikön haastattelu

### Verkkopäällikön tehtävät:

- Mitä tekee verkkopäällikkö?

### Verkon rooli lehdessä:

- Mitä verkko on Aamulehdelle? Mikä on verkon tehtävä Aamulehdessä?
- Miten lehti uudistus on vaikuttanut verkkolehteen?
- Miten toimii verkon ja printin yhteispeli?
- Millaisia sisältöjä halutaan verkkoon?
- Onko nopeus tärkeintä?
- Mitä lukijat hakevat verkosta?

### Journalismin muutos:

- Kaksisuuntaisuus ja vuorovaikutus
- Miten lukijat saadaan tuottajiksi?
- Uudet sisällöt

## Ari Kinnarin ja Minna Honkalan toinen haastattelu

### Vapaat kommentit:

- Miten on mennyt?

### Uudistuksen alkuvaihe:

- Oltiin riittävän valmiita?
- Onko uudistus ollut erityisesti ulkoasullinen ja tekninen? Miten sisältö on tullut mukana?
- Missä onnistuttu? Mikä hankaa?
- Montako sivua tehdään ennakoivalla ja montako käsin?

### Suunnittelu ja sisällöt:

- Miten uusi suunnittelu toimii? Missä ovat pullonkaulat?
- Miten on saatu uusia sisältöjä esiin?
- Miten tavoitteet ovat toteutuneet tähän mennessä? (Analyysi, palvelu, henkilöt)
- Miten uudistusta on valvottu?

### Uutistuottaminen:

- Toimivatko tiimit ja tuottaminen?

### Jatko:

- Mitä vielä pitää tehdä? Miten prosessi jatkuu?

## **Liite 2: Seurantapäiväkirjat**

# Uutispäälliköiden viikkoraportit

Kimmo Koski

kimmo.koski@uta.fi

040-5174690

Tiedotusopin pro gradu

Tampereen yliopisto

## Seurantapäiväkirja viikko 45

Tästä se sitten alkaa. Tarkoitus on, että seuraatte omaa ja vähän muidenkin tekemisiä ja sitä mukaa vastaatte kysymyksiini. Vapaalle kommentoinnille on myös tilaa. Otan mitä tahansa huomioita vastaan. Viikoittain esitän teille muutaman kysymyksen, joihin toivon tolkullisia vastauksia kokonaisilla lauseilla. Haluaisin hieman enemmän kuin ranskalaisia viivoja. Omissa kommenteissa ja huomioissa eli vapaassa osiossa voi toki sitten olla tällaisia paloja. Siellä ei tarvitse selittää.

Omaan kommentointiin tai seurantaan olen kehittänyt viikoittain vaihtuvan teeman, johon voitte keskittyä ja kommentoida sitä. Toivoisin, että viikon alussa mietitte kysymyksiä kunnolla ja viikon loppupuolella (tai seuraavana maanantaina) lähettäisitte täytetyn paperin minulle sähköpostiin. Sunnuntai-iltaisina sähköpostiinne tulevat aina uudet kysymykset ja yksi avoin tema.

1. Millainen käsitys teille on tullut siitä, mitä ollaan tekemässä eli onko uudistuksen tavoite selvä? Mitkä asiat mietityttävät tässä vaiheessa?

2. Millä tavalla lehden suunnittelu on muuttunut tai on muuttumassa? Onko käytössäsi viikko tai kuukausisuunnitelmaa?



Minna Rajalalle erityiskysymys (Voit jättää vastaamatta joko ykköskysymykseen tai kakkoskysymykseen): Mitkä ovat verkkotoimituksen tärkeimmät tehtävät (3–5 kpl) uudistuneessa Aamulehdessä?

Teema 1. Seuraa suunnitteluaiakataulua: Missä vaiheessa päivän pääjutut päätetään?

### Seurantapäiväkirja viikko 46

1. Miten oma työsi on muuttunut?

2. Millaisia uusia sisältöjä on lehdessä? Mitä voisi olla vielä enemmän? Mitä vähemmän?

Teema 2: Seuraa onko visuaalisen suunnittelun mukaantuomisesta ollut käytännön hyötyä? Jos kyllä, anna esimerkkejä.

Minnalle erityiskysymys: Millaisia uusia sisältöjä verkkoon on kehitetty? Mitä siellä voisi olla lisää?

Minnalle verkkoteema: Minkä verran verkon sisällöstä on sellaista, jota ei lehdestä löydy? Oma karkea arvio riittää. Mitä verkossa on enemmän kuin lehdessä ja toisaalta, mitä siellä on vähemmän?

### Seurantapäiväkirja viikko 47

1. Onko juttuihin saatu uusia ideoita ja näkökulmia?

2. Onko toimittajien kanssa keskusteltu kirjallisesta ilmaisusta ja sisällöistä? Jos on, niin miten?

3. Miten toimittajien työ on muuttunut?

Minna: Millaisia juttuja halutaan verkkoon? Ja millaisia aiheita verkko tuottaa lehteen?

Teema 3. Miten viesti kulkee toimituksessa: Miten toimii aamu- ja iltavuoron yhteispeli? Jos olet iltautispäällikkönä, miten toimii editoivan ja vastaavan up:n yhteispeli?

## Seurantapäiväkirja viikko 48

Viimeisen viikon spesiaalina on häiriöpäiväkirjan pito. Eli tarkoituksena on seurata omaa työtä. Kun eteen tulee häiriöitä, hankaluuksia tai huomioita, kirjaa se ylös ja mieti siihen nopea parannusehdotus. Ongelmaa ei tarvitse heti täydellisesti ratkaista. Kunhan vain otat sen esille ja pohdit millainen ratkaisu voisi olla. Huoli voi olla pieni tai iso. Se voi käsitellä kuvatilausta, jobin käyttöä, odottavia asioita, viestin kulkua kollegalle, journalistisia sisältöjä, suunnittelua tai melkein mitä tahansa asiaa, joka ei mene niin jouhevasti kuin olit ajatellut.

Tämän kertyvän materiaalin luovutan suoraan teidän käyttöönne. Sillä voitte tehdä sitten mitä haluatte. Eli nyt kehittämisen paikkoja kirjaamaan. Emme syyttele ketään, vaan katsotaan missä hankaa.

Kirjaa tapahtumat tähän tyyliin lyhyesti:

Aika Tapahtuma Häiriö Syy Kehitysidea

Esimerkki: **Aika:** 28.11. **Tapahtuma:** Iltapäivän uutiskokous **Häiriö:** Illan asiat eivät tulleet selväksi. **Syy:** Aamu oli kyllä ideoinut, mutta käytännön toteutus pääjutussa oli puolitiessä. Grafiikan tekoa ei oltu valvottu riittävästi ja siksi se on levällään. **Kehitysidea:** Aamun UP valvoo sivujen pääjuttujen tekoa kaikkien elementtien osalta.

Odotan vastauksia 3. joulukuuta mennessä osoitteeseen [kimmo.koski@uta.fi](mailto:kimmo.koski@uta.fi)

### Liite 3: Fontit

# Flama

Portugalilaisen Mario Felicianon piirtämä Flama on moderni groteski. Se valittiin, koska uutisia halutaan korostaa ja nostaa selkeästi esiin. Etusivun, A-osan kaikkien osastojen ja Urheilun pääuutisten otsikot tulevat Flamalla.

# Rocky

Rocky on yhdysvaltalaisen FontBureaun antiikvatuotantoa. Ne otsikot, jotka eivät ole Flamaa, ovat kevyempää Rockya.

# Morgan

Portugalilaisen Mario Felicianon piirtämä Morgan on jyrköä egyptienne-tyylinen kirjain. Sivunumerot, osastot ja vinjetit tulevat Morganilla.

# Mercury

Aamulehden leipäteksti vaihdettiin Timesista Sunnuntai-uudituksessa hyväksi todettuun Mercuryyn.

## Värit

**Brändiväri/A-osa**  
CMYK: 100, 60, 0, 5



**SININEN** on A-osan osastoväri sekä juttu- ja uutisluokitusten väri läpi lehden. Aamulehden väri on pysynyt samana jo pitkään. Sininen väri on rauhallinen ja sopii yhteen useimpien värien kanssa.

**B-osa**  
0, 50, 80, 5



**ORANSSI** on B-osan osaston väri ja myös huomioväri irtokuvien iskuissa, sitaateissa ja juttusarjojen logoissa. Trendikäs väri, joka myös kerää huomiota. Tuo rohkeutta lehteen.

**Huomioväri**  
30, 100, 0, 0



**VIOLETTI** on koko lehden tehosteväri. Erikoispalstojen vinjetit tai muuten korostamista kaipaavat elementit väritetään violetiksi. Violetti kerää valtavasti huomiota. Sillä voidaan ohjata lukijaa tehokkaasti tärkeisiin tarttumakohtiin.

**C-osa**  
20, 0, 80, 17



**VIHREÄ** on C-osan osaston väri. Vihreä oli myös ennen C-osan väri. Nyt vihreä on hieman vaaleampi ja pastellimainen sekä rauhallinen väri.

**TAUSTA** erottaa ja korostaa esimerkiksi tietolaatikoita. Taustavärillä ohjataan tehokkaasti silmäilevää lukijaa.

## Liite 4: Ennakoivan taiton moduulit

### Sivun suunnittelu alkaa pääjutun määrittämisestä

**Perusmodulin** korkeus on 125 mm tai tarkemmin 125,942 mm. Tuhannesosamillit tulevat rivirekisterimitan takia: yksi rivirekisteriväli on 10,5 pistettä eli 3,704 mm. Perusmodulin koko on otettu Aamulehden ilmoitusmallista. Se määrittää myös juttumitan. 125 mm koloon mahtuu kuudelle palstalle kahden rivin otsikolla noin 2 500 merkkiä.

**Modulien** avulla lehden suunnittelu on helppoa. Sivun rakenne määräytyy pääjutun koon perusteella: kuuluuko siis juttuun lisäelementtejä, kuvia, kainaloita, grafiikkaa. Sisällön perusteella valitaan sille sopiva geometria.

**Pääjuttu** on aina suunnilleen saman mittainen: 2500 merkkiä. Juttupinta-ala kasvaa otsikoiden koon ja lisäelementtien kautta. Tämän järjestelmän avulla jutun vaihto modulista toiseen on sujuvaa.

**Yleisimmät** pääjuttukoot ovat 125, 166, 225 ja 359. Tämän lisäksi tulevat vielä koko sivun korkeuden vievät jutut ja aukeamallit. **Kuuluissa** on omat perusmodulinsa.

Kuilun pääjutussa on kolme riviä.  
Korkeus 125, 166 tai 225 mm.



#### Pääjutun korkeus 125,942

- Otsikko, alaotsikko, teksti ja fakta.
- Alaotsikko yhdellä rivillä.
- Juttuun mahdollista liittää yhden palstan kuva.

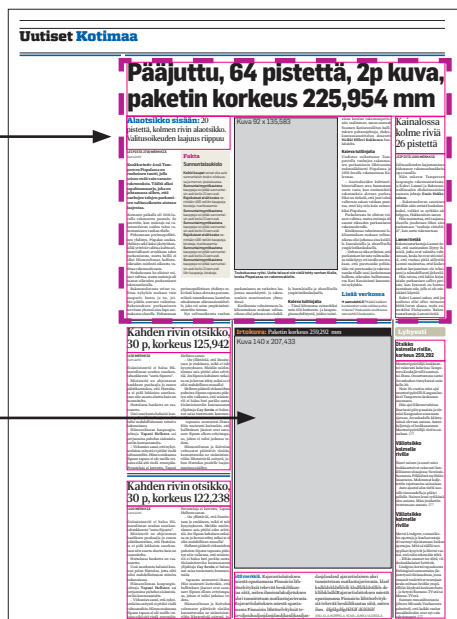


#### Pääjutun korkeus 166,688

- Otsikko, alaotsikko, teksti ja fakta.
- Kainalo = pieni juttu, kommentti, pitkä fakta tai gallup.
- Mahdollista liittää pieni kuva.

Alaosan korkeus on yleensä 125 mm, jolloin siihen mahtuu myös perusilmoitus. Kuuden palstan tilan täyttämiseksi on useita vaihtoehtoja.

225 millin korkean jutun alle jää tilaa puolen sivun ilmoitukselle.



#### Pääjutun korkeus 225,954

- Otsikko, alaotsikko, teksti ja fakta.
- Kainalo = pieni juttu, kommentti, pitkä fakta tai gallup.
- Kahden palstan pysty- tai kolmen palstan vaakakuva.

Kaikki kuvaalaatikat noudattavat kameran kuva-suhdetta 2:3, myös grafiikan kuvaalaatikat. Tällä saadaan aikaan sekä tuotannollista tehokkuutta että voidaan välttää tilanteita, joissa taivasta rajataan kuvia mieltäväisesti.



#### Pääjutun korkeus 359,304

- Otsikko, alaotsikko, teksti ja fakta.
- Kainaloita = pieni juttu, kommentti, pitkä fakta tai gallup.
- Vähintään neljän palstan vaakakuva- tai kolmen pystykuva.

Lähes kaikista malleista on valmiina versio sekä pysty- että vaakakuvalle.

Kuvien kontrastit selkenevät: iso on iso ja kakkoskuva selkeästi pienempi. Keskikokoisten kuvien määrää halutaan vähentää. Sivuille lisää kontrastia.



# Suunnitteleva keskijohto

7 uutispäällikköä ja heidän vastualueensa + verkon UP

4 visupäällikköä

A-osa	B-osa					Verkko					
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Kotimaa	T&N	Talous	Ulkomaat	Tänään	Kulttuuri	Urheilu	Al.fi	Taitto- päällikkö	Kuva- päällikkö	Ulkoasu- päällikkö	Grafiikan tuottaja
Pirkanmaa	Moro										

## Päivävuoro

## Työaika

<b>A-osa</b>	A-osan vetovastuullinen UP: uutiset, päivän puheenaiheet	8-16:30	Kello 9: Lehti hahmolleen aamulla.
	A-osan suunnitteleva UP: suunnittelee viikkoa, varamat aiheet	9-16:30	A-osan veto-UP esittelee päivän uutisaiheet uutiskokouksessa.
<b>B-osa</b>	B-osan vetovastuullinen UP: aiheet huomiseen lehteen	8.30-16.30	Kello 9.30: A-osan uutispalaveri, jossa annetaan päivän tehtävät.
	B-osan suunnitteleva UP: suunnittelee viikkoa, teemat, kannet	9-16:30	Kello 10: B-osan uutispaveri, jossa annetaan tehtävät jutut.
<b>Visu</b>	Päivän visupäällikkö: lehden suunnittelu, sivugeometrit, tilat	8-15.30	Kello 10: Visukokous, jossa jalostetaan päivän kuvitusta ja grafiikka.
	Suunnitteleva visu: isot grafiikat ja kuvitukset	9-16:30	Kello 14: Ilan editoiva UP töihin. Aamu ja editoiva uutispäällikkö vaihtavat tietoja. Ilan editorit ja osastointimittajat saavat päivän suunnitelmat. Sivukarttaan muutokset.

## Iltavuoro

<b>Ilan vastaava UP</b>	Operatiivinen vastuu lehdestä: etusivu, uutiset	15.30-24	Ilan visupäällikkö seuraa kuvavirtaa, viilaa grafiikat kuntoon ja tekee muutokset sivugeometrioihin.
<b>Ilan editoiva UP</b>	Editoi uutisaukeman ja tarvittaessa kakkoskannen	14-21.30	
<b>Ilan visupäällikkö</b>	Vastaa lehden ulkoasusta	14-24	