

Kaupunkilehtikilpailu 2025 – KRITEERISTÖ

Kilpailun arvioinnissa printtilehden osuus on 50 % ja sähköisen julkaisemisen kanavien osuus 50 %

Arvioinnin kohteet, printti

Journalistinen järjestys ja laatu • Etusivu/lähtösivu ja sen journalistinen sisältö • Aiheiden monipuolisuus • Juttutyypin kirjo • Vaihteleva rytmi ja selkeä lehden rakenne • Kielellinen ilmaisu, oikeakielisyys	Osuus printin arvioinnissa 1/5
Näkökulma • Paikallinen tai lokalisoitu • Herättää lukijan mielenkiinnon • Sisällön ja lehdessä ääneen pääsevien henkilöiden monipuolisuus • Tulevaisuuskäkökulma mukana eli ei pelkästään raportoi tapahtuneesta • Hakee ongelmaan ratkaisua sen sijaan että vain esittäisi ongelman. • Tarjoaa hyötyä lukijoilleen • Tarttuu kiperiin aiheisiin • Jutuissa selkeä fokus • Journalismin yhteiskunnallinen merkityksellisyys	1/5
Vuorovaikutus • Lehti antaa tilaa lukijoiden mielipiteille • Toimitus ottaa kantaa • Osallistaa lukijoita • Äänensävy (tone of voice), joka kutsuu lukemaan • Somen ja verkon suhde • Herättää tunteita • Lehdellä on oma luonne	1/5
Visuaalisuus • Houkuttelee lukemaan • Ajaton / ajan hermolla • Kannen/lähtösivun visuaalinen sisältö • Graafiset elementit paikoillaan • Kuvat ja tekstit pelaavat yhteen	1/5
Mainonta • Mainosten erottuminen journalistisesta sisällöstä • Mainonnan sijoittelu ja rytmitys • Mainonnan monipuolisuus ja houkuttelevuus	1/5

Arvioinnin kohteet, sähköinen julkaiseminen

- Kaupunkilehtikilpailussa tarkastellaan sähköistä julkaisemista huomioiden lehtien erilaiset valinnat.
- Eri sähköiset julkaisukanavat ovat tasa-arvoisia (verkkosivut, sosiaalisen median alustat)
- Arviointi tehdään mobiililiittymän kautta
- Sosiaalisen median kanavista tarkistetaan Facebookin, Instagramin ja TikTakin käyttö
- Kaikissa kanavissa huomio kiinnitetään
 - julkaistun sisällön kiinnostavuuteen ja käytettävyyteen
 - selkeyteen ja käytettävyyteen
 - ajantasaisuuteen (päivitysvyys)
 - tavoittavuuteen suhteessa markkinapotentiaaliin
 - julkaisukanavan ominaiseen otsikointiin ja kuvankäyttöön
 - juttujen rikastamiseen (videot, striimit, kyselyt, kuvagalleria)
 - siihen, miten lukijasuhdetta tiivistetään verkossa (lukijoiden tuottama aineisto)