

Aikakauslehtien Päätoimittajat ry

apy

20 vuotta lehtiä ja tekijöitä

- ➔ Nostalginen kansikavalkadi
- ➔ Ketkä meitä johtavat mediataloissa?
- ➔ Päälliköille tukea mentoroinnista



Liki lukijaa

**Menestyjät kohtaavat yleisönsä
pöytästä, netissä ja livenä**

Puheenjohtajalta Mikko Ilkko

APY on ammattiyhdistys

Aikakauslehtien päätoimittajayhdistys ei ole vain tiedonhankintaa, itsensä kehittämistä, verkostoitumista ja vertaistukea varten. Se on tavallaan myös ammattiyhdistys, sillä mikä muukaan taho kantaisi huolta lehtien päätoimittajista ja toimituspäälliköistä?

Päätoimittajan roolin muuttuessa tuen tarvetta on entistä enemmän. Merkittävin syy on tietenkin median murros, onhan monikanavaisuus arkea jo pienissä erikoislehdissäkin.

Muutosten myötä päätoimittajan vastuu on hämartynt. Sisältöjen jakaminen eri kanaviin – ja nyt jo sanomalehtiinkin – voi olla ongelma. Mediataloihin on myös perustettu lehtiryhmiä, joissa yksi päätoimittaja johtaa useaa lehteä. Niiden entiset päätoimittajat ovat nyt toimituspäälliköitä lähes entisillä vastuillaan.

Voiko päätoimittaja vastata kaikista jutuista juridisesti? Luultavasti mediataloissa on tähän erilaisia vastauksia ja toimintamalleja. Voisi olla viisasta tehdä yhteistyötä, standardoida näitä malleja ja siten tukea vastuiden kanssa tuskailuvia päällikkötoimittajia.

Mutta voivatko päätoimittajat vaikuttaa mediatalojen uudelleenjärjestelyihin? Toteutetaanko uudistukset pikemminkin analyttikkojen datan ja Excel-taulukkojen pohjalta? Päätoimittaja on perinteisesti taiteillut yleisön ja kustantajan välillä. Onko tämän päivän päätoimittaja vain osa kustantajan liiketoiminnan koneistoa? Median murroksesta väitelleen **Pasi Kiviojan** artikkelissa selvitetään journalistista

osaamista mediatalojen johdossa. Idea tähän juttuun syntyi APY:n johtokunnassa mutta osittain myös sisaryhdistyksen eli Päätoimittajien Yhdistyksen jäsenten kanssa käydyissä keskusteluissa.

Toki oli tiedossa, että mediatalojen hallituksissa tai johtoryhmissä ei juuri istu journalistitaustaisia. Selvitimme kuitenkin asiaa, koska oleellista olisi miettiä, mitä siitä seuraa. Voiko mediataloa johtaa kuin mitä tahansa teollisuusyriytystä? Mitä erityistä journalistimissa on? Vastaukseksi ei riitä pelkkä toimittajan kutsumus tai intohimo. Journalistit eivät vain tarjoa tietoa ja ajanvietettä, me myös muutamme maailmaa.

Vastuu totuudenmukaisesta sisällöstä on ole-massaolomme oikeutus. Journalismin erityisyyden ilmaisemiseen tarvitaan päätoimittajia ja muita ammattijournalisteja. Oman näkemyksen hiomisessa voi auttaa vertaistuki – myös oma yhdistyksemme.

Aikakauslehtien Päätoimittajayhdistys ry. perustettiin vuoden 1979 joulukuussa 24 hengen voimin Yhtyneiden Kuvalehtien ruokalassa Hietalahdenrannassa. Entinen puheenjohtaja **Eero Sauri** kertoo alkutaipaleestamme sivulta 42 alkavassa jutussa.

Tästä alkoi nelikymppisiä juhli van yhdistyksemme hieno tarina. Siihen on mahtunut loistavia esiintyjävieraita, ammatillista kehittymistä kansainvälisestikin ja totta kai hauskanpitoa. Tarjoamme myös yhteiskunnan vaikuttajille kanavan, jonka kautta pääsee dialogiin lähes kaikkien aikakauslehtien johtavien esimiesten kanssa.

Me haluamme kuulla ja meitä halutaan kuulla. 🗣️

Lomalle Vierumäelle!

APY:n jäsenenä voit vuokrata Kuntorinne 46 -mökkiä Vierumäellä.

Mökissä on 76 neliötä, ja siellä on yhteensä kuusi vuodetta, joista kolme parvella. Terrassilta johtavat portaat laiturille. Jäsenten käytössä on myös Cooken ja Classicin golf-osakkeet ja maksuttomat ulkotenniskentät. Lisäksi mökillä on kaksi sporttipassia ja kaksi Jopoa. Alueella on uimahalli, upeat ladut ja useita luisteluratoja.

Tee mökkivarauksesi osoitteessa apyfame.fi. Sieltä selviävät varausohjeet ja hinnat.



Sisällysluettelo

Pääkirjoitus	3	Puheenjohtaja Mikko Ilkko.
Lyhyesti	6	Tapaamme Kopioston Valtteri Niirasen, kiitämme sihteeriamme Tuula Tuovista, vastaamme tietovisaan ja luemme dekkareita.
Kolumni	10	Demin päätoimittaja Päivi Lehtomurto kertoo nuorista lukijoista.
Kansikavalkadi	11	Aikakauslehtien kansia 1980–2010-luvulta.
Sissit, sortuneet ja uudet tulokkaat	16	Muutama lehti on pysynyt 10 vuotta saman päätoimittajan puikoissa, osa on kadonnut kokonaan ja uusiakin lehtiä perustetaan. Viisi päätoimittajaa kertoo lehtensä tarinan.
Liki lukijaa	22	Millä keinoilla aikakauslehti pitää uskolliset lukijansa tulevaisuudessa? Haastattelimme päätoimittajia ja muita alan tuntijoita.
”Halusin vielä urallani oppia uutta”	30	Kuten niin moni, Heikki Valkama ja Jenni Lieto jättivät aikakausjournalismin ja lähtivät uusille urille.
Kolumni	35	Riitta Korhonen on eka kertaa eläkkeellä.
KMT ja DI käyvät mediayhtiön johtoon	36	Paljonko journalistitaustaisia on mediatalojen johdossa, ja olisiko heille tarvetta? Tätä selvitti APY:n pyynnöstä toimittaja Pasi Kivioja.
Yhdistyksen vuosikymmenet	42	Neljän vuosikymmenen puheenjohtajat Eero Sauri, Elina Simonen, Timo Tolsa ja Heikki Valkama muistelevat omaa aikaansa.
Mentorointi – keidas arjessa	48	APY järjestää taas ensi vuonna mentorointia. Mentorointikouluttaja Päivi Kupias kertoo, mistä on kyse, ja yksi edellisen ohjelmamme pareista kuvaa kokemustaan.
Päätoimittaja vapaalla	52	Salsatanssi, pakuhuoneet ja ihana olut, siinä kolme keinoa irrottautua työstä. Anna-Liisa Hämäläinen, Mari Karsikas ja Anikó Lehtinen kertovat harrastuksestaan.
Jälkikirjoitus	58	Nähdään! Toimittaja Maija Toppila odottaa APY:n juhlia.

Tämän lehden tekivät **Suunnittelu** Päivi Lehtomurto, Jarmo Raivio, Maija Toppila (vastaava) **Lehden ulkoasu** Mattsson & Mattsson **Valokuvaaja** Sami Piskonen **Kuvittaja** Outi Kailuoto **Kirjoittajat** Marja Honkonen, Anna-Liisa Hämäläinen, Mikko Ilkko, Eliisa Kallioniemi, Mari Karsikas, Pasi Kivioja, Riitta Korhonen, Anikó Lehtinen, Päivi Lehtomurto, Tuomas Marjamäki, Heli Mikkola, Anna-Sofia Nieminen, Eero Sauri, Elina Simonen, Timo Tolsa, Maija Toppila, Marjo Vuorinen, Heikki Valkama, Heikki Vuonamo **Painopaikka** Premedia 2019.



Aikakauslehden kansi kiteyttää, mistä tuotteessa on kyse. Samalla se on aikansa lapsi. 40 vuoden muutokset ovat kuitenkin aika vähäiset, sanoo visuaalisen viestinnän tutkija, dosentti Päivi Hovi-Wasastjerna. Juttu alkaa sivulta 11.



Lyhyesti



Ystävämme Kopiosto

Kopiosto on luovan alan ammattilaisia ja kustantajia edustava tekijänoikeusjärjestö ja tärkeä toimintamme tukija. Sen 45:stä jäsenjärjestöstä yksi on APY ry. Kopioston toimitusjohtaja Valtteri Niiranen kertoo tekijänoikeuskorvausten nykytilasta.

Kesällä otin valokopion Viron vierassatamista kertovasta jutusta *Vene*-lehdestä. Sen toimittajat ja kustantajat ovat aikanaan saaneet palkkionsa ja tulonsa, mutta nyt kun käytän uudelleen samaa aineistoa, heidän tulisi saada siitä tekijänoikeuskorvaus. Tosiasiassa yksityisellä kopiointilla ei ole merkitystä, mutta jos saman tekee työtään varten vaikkapa lukion opettaja tai yrityksen markkinointipäällikkö, hänen työnantajallaan on oltava jälkikäyttöä varten kopiointilupa.

Saako päätoimittaja tekijänoikeuskorvauksen juttunsa jälkikäytöstä?
”Journalistit tai esimerkiksi tietokirjailijat eivät saa henkilökohtaisia korvauksia, vaan

ne välittyvät esimerkiksi apurahoina ja palkintoina heitä edustaville Kopioston jäsenjärjestöille, päätoimittajien tapauksessa APY ry:lle”, sanoo Kopioston toimitusjohtaja **Valtteri Niiranen**. Hän on tekijänoikeuksiin erikoistunut juristi, joka on toiminut myös Medialiiton toimitusjohtajana ja kirjoittanut alastaan kymmenen tietokirjaa.

Kuinka korvattavien kopioiden määrä lasketaan?
”Kukaan ei laske yksittäisiä kopiointiker-toja, vaan Kopioston tieto niiden määrästä perustuu vuosittain tehtäviin tutkimuksiin. Viime vuosina valokopioiden määrä on vähentynyt, mutta sitä on voitu kompensoida tarkistamalla sivuhintoja hieman ylöspäin. Digiaineiston jälkikäyttö on toisaalta

lisääntynyt, ja tästä saatava tekijänoikeuskorvaustulo on pitänyt korvaustason melko vakaana.”

Paljonko tekijänoikeuskorvauksia maksetaan?
”Kopioston hallinnoimasta rahasta osa tulee Opetus- ja kulttuuriministeriön budjetista. Tänä vuonna Kopioston keräämä tulo on ollut kaikkiaan noin 50 miljoonaa euroa, joka sisältää myös audiovisuaalisten teosten käytöstä kerättävät korvaukset. Lehtiryhmän osuus jaetaan kustantajien, journalistien ja päätoimittajien kesken suhteessa 47,5, 47,5 ja 5 prosenttia.”

Miten Kopiosto-korvausten käyttöä valvotaan?
”Kopiosto ei vaikuta jäsenyhdistystensä päätöksiin tilitettävien korvausten käytöstä. Jäsenyhdistykset raportoivat vuosittain Kopiostolle, joka koostaa raporteista yhteenvedon Opetus- ja kulttuuriministeriölle. Luonnollisesti toivomme, että yhdistykset käyttävät rahansa jäsentensä ja jollain tavoin myös tekijänoikeuksien hyväksi esimerkiksi järjestämällä tietoisuutta aiheesta.”

Mitä uutta digiaika tuo tullessaan?
”Kopioston tavoitteisiin seuraavalle hallituskaudelle 2019–2023 sisältyy muun muassa alan lainsäädännön saattaminen vastamaan nykyajan digitaalisia tarpeita. EU:ssa hyväksyttiin keväällä 2019 digitaalisesta sisämarkkinaa koskeva direktiivi, jonka tulee olla voimassa vuonna 2021.”

Miltä tulevaisuus näyttää?
”Digitaalisuuden myötä teosten käyttötarpeet lisääntyvät ja monipuolistuvat. Kopiostolla on yli 50 000 kotimaisen oikeudenhaltijan yhteisenä tekijänoikeusjärjestönä hyvä tilaisuus olla jatkossakin aineiston jälkikäytön osalta mahdollistaja sekä myönteisen tekijänoikeusilmapiirin edistäjä. On tärkeää, että luovan työn hedelmistä nauttiva yleisö ymmärtää tekijänoikeuden merkityksen.”

MAIJA TOPPILA

Toimii kuin kissavideo

Teemme opintomatkan Berliiniin, Digital Innovators’ Summitiin. Metsälehdessä Eliisa Kallioniemi on saanut sieltä monta hyvää ideaa.

”Uutisia syvemmälle, MBA:ta nopeammin”, lupaa talousuutispalvelu Qartz. Amerikkalainen kustantaja **Jay Lauf** esitteli pari vuotta sitten *Digital Innovators’ Summit*-tapahtumassa, miten hän on onnistunut kouruttamaan kiireiset mieslukijansa. Graafit, huolella mietityt pylvää, käyrät ja piirakat välittävät tietoa nopeasti. ”Vetävät puoleensa kuin kissavideo.”

Muun muassa tämän kirjoitin muistiin pari vuotta sitten Berliinissä. Osallistuin APY:n stipendillä seminaariin, jonka järjestivät vuosittain aikakauslehtien kansainvälinen järjestö FIPP ja Saksan aikakauslehtikustantajien yhdistys VDZ.

Kahden päivän aikana oli tarjolla kymmeniä esityksiä digitaalisesta journalismista, markkinoinnista ja strategioista. Alustuksista kukin sai koota itselle sopivan ohjelman.

Muistiinpanoistani henkii optimismiä. Lukijat ovat valmiita maksamaan sisällöistä ja ilmoittajat premium-mainonnasta. Se ainakin tuli selväksi, että kaikki on suunniteltava puhelimen näytölle sopivaksi. Berliinin kokemukset kannustivat kehittämään verkkoon palveluja. Tästä innostuneena ryhdyimme suunnittelemaan *Metsälehden* lukijoille metsän arvonmäärittämissä palveluissa, joka avattiin vuoden alussa. *Digital Innovators’ Summit* on APY:n ensi vuoden opintomatkan kohde. Ilmoittautumisaika on jo päättynyt, mutta DIS2020-lippuja voi ostaa verkosta. Tapahtuman antiin voi perehtyä päivien aikana myös verkkosivujen välityksellä.

ELIISA KALLIONIEMI

24.–25.3.2020. www.innovators-summit.com



Journalisti & dekkaristi

Tänä vuonna on aikkari-päätoimittajilla hyvä dekkarisato.

Joka toisella päätoimittajalla täytyy olla vähintäänkin käsikirjoitus pöytälaatikossa, siksi monta kollegaa on tänäkin vuonna julkaissut dekkarin.

Tammikuussa ilmestyi **Marja Aarnipuron** kolmas dekkari *Syöpälääkärin kuolema* (Pulitzer). Sen päähenkilö on toimittaja, mestarietsivä Kaarina Riikonen. Toukokuussa debytoi **Antti Marttinen** kirjoittamalla **Pauliina Littorinin** kanssa jännitysromaanin *Kolme punaista rubiinia* (Aula & Co). Elokuussa ilmestyi konkarin **Juha Nummisen** (s. 1938) *Suljettu sydän* (WSOY) ja syyskuussa **Heikki Valkaman** *Tulikukka*-gastrodekkari päähenkilönä mestarikokki Riku Mäki (Tammi). Eikä unohdeta 2018 ilmestynyttä **Liina Putkosen** trilleriä *Jäätynyt tyttö* (Johnny Kniga), joka saa jatkoa ensi keväänä.

MAIJA TOPPILA

Lyhyesti

Seniorit nyt!

APY:n Seniorien toiminnan ytimessä ovat värikkäät, ajankohtaiset lounasvieraat, puheenjohtaja Timo Elo kertoo.

Milloin tapaatte?

”Olemme pääosin kokoontuneet kuukausittain Cafe Esplanadin viinibaarissa.”

Keitä on ollut vieraina?

”Lounasvieraina ovat olleet mm. **Harri Saukkomaa, Pertti Salolainen, Laura Kolbe, Hannu-Pekka Björkman, Teemu Keskisarja** sekä **Helena Petäistö**. Lisäksi on käyty taidemuseoissa, mm. Timo Sarpaneva -näyttelyssä.”

Kuka vieraista puhutteli sinua itseäsi?

”Teemu Keskisarja on jäänyt mieleen. Ja *Aleksis Kiven Elämänkertomus* tuli heti luetuksi.”

Teettekö matkoja?

”Virossa on matkailtu **Seppo Zetterbergin** johdolla. Kotimaassa on vierailtu Someron kartanoissa sekä **Kaari Utrion** luona Somerniemellä.”

Miten senioreihin liitytään?

”Kun APY:n aktiivijäsenen lopettaa työuransa, hän voi liittyä senioreihin ilmoittautumalla yhdistyksen sihteerille.”



23 vuotta takana, mitä teet nyt? ”Opettelen laiskottelemaan, luen, kuntoilen, ja nautin uusista asioista”, sanoo Tuula Tuovinen.

Kiitos, Tuula

Tämäkin päivä koitti: yhdistyksemme sihteerin Tuula Tuovinen jäi eläkkeelle. Kiitämme korvaamatonta Tuulaa, ennakoinnin mestaria.

Sellaista tilaisuutta ei kenties ole, mitä APY:n eläkkeelle jäävä sihteerin **Tuula Tuovinen** ei saisi järjestymään. Tämä kävi ilmi heti Tuovisen toisena sihteerivuotena, vuonna 1998, kun APY:n jäseniä matkusti Etelä-Afrikkaan ja matkaohjelmassa oli organisoitavaa kymmeneksi päiväksi. Se sujui tietysti hienosti.

Mikä on salaisuutesi?
”Taito organisoida ja sihteerin koulutus. Järjestelyissä otetaan huomioon kaikki, sekin minkä ei pitäisi tapahtua.”

Ennakoija ja järjestäjä arvostaa kaltaistensa työtä. Niinpä Tuovinen nimeääkin itselleen mieleen parhaiten jääneiksi tapahtumiksi ne lounaat, joilla vieraana on ollut tasavallan presidentti. Ei siis presidenttien takia, vaan koska on päässyt seuraamaan turvamiesten työskentelyä ennen tärkeää tilaisuutta.

Pitkiä työuria on tapana arvioida myös yhteistyökumppanien silmin. Kysytään siis Tuulan aikanaan pestanneelta APY ry:n silloiselta puheenjohtajalta **Heikki Vuonamolta**. Miltä rekrytointi näin jälkikäteen tarkasteltuna vaikuttaa?

”Tuula on huumorintajuinen ja ymmärtää päätoimittajien omintakeiset sielunliikkeet hyvin. Lisäksi hän on ehdottoman luotettava, nopea ja täsmällinen, eikä minkään asian hoitaminen ole ongelma. Tuulan kanssa oli mukava tehdä töitä”, Vuonamo sanoo.

Yhtään värikästä – tai mitään muuta – tarinaa Tuovinen ei suostu kertomaan. Mitä muuta edes voisi odottaa, kun keskustelelee henkilön kanssa, joka on toiselta ammatiltaan asianajajatoimiston sihteerin. Tuula Tuovisen seuraaja on **Tuire Tuovinen**, joka aloittaa ensi vuoden alussa.

HELI MIKKOLA

Tietovisa

Oikeat vastaukset alla

1. Kuinka monta henkilöä oli perustamassa Aikakauslehtien Päätoimittajayhdistys ry:tä vuonna 1979?
a) 6 b) 12 c) 18 d) 24

2. Naisten rooli on aina ollut merkittävä aikakauslehtien päätoimittamisessa. Siksi heitä oli myös yhdistyksen perustajajäsenissään. Montako naista oli perustamassa APY ry:tä?
a) 13 b) 9 c) 5 d) 17

3. APY:n perustajien joukossa oli päätoimittajia, joiden lehtiä luettiin ja tilattiin. Heitä olivat muun muassa
a) **Rauno Larsio** (*Talouselämä*), b) **Ulla Leskinen** (*Eeva*), c) **Mikko Pohtola** (*Suomen Kuvalehti*) ja d) **Maire Varhela** (Kodin Kuvalehti). Kuka heistä ei ollut yhdistyksemme perustajajäsen?

4. Aikakauslehtien kustantaminen ei ole nappikauppaa. Sen osoitti yrityskauppa, jolla Sanoma osti vuonna 2001 VNU-kustantamolta sen aikakauslehtiryhmän, Consumer Information Groupin. Sanoman aikakauslehtisalkkuun solah-ti 250 lehteä seitsemästä maasta. Mikä oli kaup-pahinta miljoonissa euroissa?
a) 780 b) 1 250 c) 950 d) 1 400

5. Miehet ovat laiskempia aikakauslehtien luki-joita kuin naiset. Mikä on miesten kolmanneksi eniten lukema aikakauslehti?
a) *Tekniikan Maailma* b) *Tuulilasi* c) *Yhteishyvä* d) *Aku Ankka*

6. Vuonna 2017 Suomessa ilmestyi yhteensä 3 397 aikakauslehtinimikettä. Kuinka moni näistä julkaisuista ilmestyi kerran viikossa?
a) 87 b) 31 c) 46 d) 101

7. Vaikka aikakauslehtien määrä on vähentynyt, uusiaakin perustetaan. Kuinka monta uutta aika-kauslehteä perustettiin vuosien 2005 ja vuoden 2018 kesäkuun välisenä aikana?
a) 110 b) 480 c) 240 d) 377

LAATINUT HEIKKI VUONAMO

8. Viiden viime vuoden aikana perustetuista uusista aikakauslehdistä yksi ala johtaa tilastoja. Minkä alan lehdistä on kyse?
a) Sähköpyöräily b) Kasvisruoka c) Tietotekniikka d) Ristikot

9. *Koirafanit*-lehti on tarkoitettu 10–16-vuotiaille koirafaneille, joiden lehden todennäköisesti maksavat vanhemmat. Mikä on lehden julkaisija?
a) Puruluu Oy b) Sudenhetki c) Kennel-liitto d) Koirien Ystävät

10. Suomen vanhin yhä ilmestyvä sanomalehti on *Abo Underrättelser*, joka ilmestyi ensimmäisen kerran vuonna 1824. Mikä on Suomen vanhin yhä ilmestyvä aikakauslehti?
a) *Lähetysseuranomat* b) *Näkyvä Nainen* c) *Sanansaattaja* d) *Urheilulehti*

11. ET-lehti oli pitkään Suomen ainut 50+-lehti. Uusia varttuneiden lehtiä on perustettu 2010-luvulla. Mikä seuraavista ilmestyi vielä 2019?
a) IKÄPlus b) Iiris c) Oma Aika d) Olla55+

12. Vuonna 2014 perustettu Fokus Media Finland Oy on kasvanut ripeästi muun muassa yritysosoilla. Yritys on lyhyessä ajassa hankkinut f tukun tunnettuja brändejä. Kuinka monta aikakauslehteä Fokus Median valikoimassa on?
a) 9 b) 14 c) 10 d) 12

13. Alma Media Oyj ja Talentum Oyj yhdistyivät vuonna 2016. Alma Talentiin kuuluvat mm. *Talouselämä*, *Mainonta & Markkinointi* ja *Kauppalehti*. Talentum taas syntyi, kun Talouselämä Oy ja Insinööri-lehdet Oy fuusioituivat. Milloin?
a) 1985 b) 1994 c) 1990 d) 1998

14. Vuonna 2018 toteutetussa KMT-tutkimukses-sa pisimpään yhtä lehteä lukivat 12–19-vuotiaat tytöt. Mikä on lehti, jonka lukemiseen he käytti-vät 73 minuuttia?
a) *Cosmopolitan* b) *Aku Ankka* c) *Tieteen Kuvalehti* d) *Demi*

Oikeat vastaukset: 1.d, 2.a, 3.c, 4.b, 5.d, 6.b, 7.d, 8.d, 9.b, 10.c, 11.d, 12.c, 13.c, 14.c

Olethan tulossa?

Kiinnostaako johtaminen, muutos ja datan rooli kaikessa siinä? Jo kymmenes Magazine Symposium kokoaa marras-kuussa kiinnostavia puhujia ja haastat-teluja aamupäivän kestävään seminaariin.

Pasi Kivioja puhuu siitä, millaista joh-taminen on aikakausmedioiden toimituk-sissa 2019. **Demin AD Eeva Värtö** kertoo, miten nuorten kohderyhmien arvot haas-tavat muutokseen mm. kuvavalinnoissa.

Luvassa on myös näkökulmia datalla johtamiseen ja esimerkkejä siitä, miksi jossain luovutaan printistä ja toisaalla panostetaan siihen.

Seminaari on maksuton, ja ilmoittau-tuminen on käynnissä niin kauan kuin paikkoja riittää. Järjestäjinä ovat Aika-kausmedia, Helsingin Seudun Journalis-tit ja Aikakauslehtien Päätoimittajat ry.

Magazine Symposium 7.11. klo 8.30–12 Haaga-Helian auditoriossa Pasilassa.

Hyvä jatkokoon

Vastuullisen journalismin merkki-kampanja onnistui paremmin kuin sen alulle pannut Julkisen sanan neuvosto osasi edes kuvitella.

”Mikä parasta, merkki on jäänyt pysyvään käyttöön laajasti esimerkiksi sanomalehtien apinalaatioissa sekä net-tisivujen ja mobiiliversioiden alalaidassa. Myös aikakauslehtien apinalaatioissa sitä käytetään erittäin paljon”, JSN:n pu-heenjohtaja **Elina Grundström** kertoo.



Kolumni Päivi Lehtomurto



Kysy nuorelta

Tämä kolumni on omistettu kaikille entisille nuorille – itseni mukaan lukien. Näin 33-vuotiaana saan olla joissakin piireissä vielä nuori, mutta työssäni *Demissä* illuusio karisee nopeasti.

Jos luottaisin omaan kokemukseeni niin paljon, että kuvittelisin nuoruuteni 1990- ja 2000-luvun Torniossa kertovan jotain nuoruudesta globaalissa Suomessa 2019, olisin ihan pihalla.

Z-sukupolven eli noin 9–23-vuotiaiden edessä täytyy nöyrytyä ymmärtämään, miten radikaalisti kaikki muuttuu. Luvassa ei ole hienosäätöä, vaan mediankäytössä on mullistumassa lähes kaikki. Eikä ole mitään viitteitä siitä, että Z-sukupolven nuoret yhtäkkiä muuttaisivat tapojaan, kun he kasvavat aikuisiksi, keski-ikäistyvät ja lopulta eläköityvät. Tämä sukupolvi tulee aina katsomaan videoita mieluummin kuin lukemaan artikkeleita. Tämä sukupolvi ei tule koskaan täysin ymmärtämään tekemäämme jakoa sosiaalisen median ja perinteisen median välillä. Tai erottelua internetin ja ”todellisen” elämän välillä.

Olen elävä esimerkki siitä, miten Y-sukupolven eli milleniaalien ja Z-sukupolven mediankäyttö eroaa toisistaan. Me saatamme olla digiosajia, mutta nuoret ovat diginatiiveja.

Muistan vielä hitaan kommunikoinnin. Lankapuhelimet ja kirjekaverit. Sen kun oli tärkeää asiaa kaverille, mutta piti odottaa yön yli, että näkisimme koulussa.

Z-sukupolvi on nopea liikkeissään ja odottaa sitä myös medioilta. Heidän ruutuajansa on eri arvioiden mukaan 10–13 tuntia päivässä, usein monta

ruutua yhtä aikaa. Nuorten keskittymiskyky on noin 8 sekuntia.

Tekeekö mielesi puistella päätä ja vähän paheksua nuorisoa? Et ole ainoa. Se kuuluu tähän entisten nuorten ikävaiheeseen, eikä mene koskaan ohi.

Siinä missä me kolme-nelikymppiset ajelimme atk-ajokortteja koulussa ja unohdimme Excelin perusteet ennen työelämää, nykynuoret oppivat teknologian itse tekemällä.

He eivät jaa muiden tekemiä uutisia ja kolumneja, kuten me teemme Facebookissa. He luovat videotaidetta toisilleen TikTokissa, perustavat kantaaottavia someyhteisöjä Instagramissa, työllistävät itsensä YouTubessa ja käyvät rakentavaa dialogia niin tunteistaan kuin ilmastokriisistä.

Nuoret haluavat osallistua, ja heiltä kannattaa kysyä mielipidettä. Osallistaminen on meillä *Demin* toimituksessakin arkirutiini: nuoret saavat äänestää, ideoida ja kommentoida – sekä kirjoittaa ja kuvata ammattijournalistien ohjauksessa.

Tässä vaiheessa pitää toki muistuttaa, että sukupolvipuhe on aina yleistyksiä ja mediaaneja. On edelleen nuoria, jotka toimivat kuin me itse. Mutta kannattaako sen porukan varaan rakentaa strategioita?

Media-alalla iso kysymys on, tilaako Z-sukupolvi itselleen koskaan paperista aikakauslehteä. En tiedä. Luultavasti ei, eikä se ole kysymys, johon kannattaa juuttua.

Kannattaa kysyä isompia kysymyksiä, jotta voimme oikeasti ymmärtää nuoria – ja siinä samalla median tulevaisuutta: Mitkä ovat nuorten arvot? Mitkä ovat heidän tapojaan vaikuttaa? Mitä me voimme oppia nuorilta? ☛

Kansikavalkadi – mikä muuttui?

Toimitusten mielestä kannet muuttuvat jatkuvasti, mutta miltä ne näyttävät visuaalisen viestinnän asiantuntijan mielestä? Dosentti Päivi Hovi-Wasastjerna katseli 40 vuoden kansikavalkdiamme.

MAIJA TOPPILA

”Muutosten havaitseminen kansissa vaatisi pitempää aikaperspektiiviä, sillä 1980-luvulta tähän päivään kannet näyttävät aika samanlaisilta”, sanoo dosentti **Päivi Hovi-Wasastjerna**, joka on toiminut myös Taideteollisen korkeakoulun tutkimusjohtajana.

Seuraavien aukeamien kansikavalkadissa Hovi-Wasastjernan silmiin osuvat heti julkkisten kuvat.

”Kannen pitäisi puhutella kohderyhmäänsä ja erottua muista, mutta etenkin viikkolehdistä samat kasvot kertautuvat yhä uudelleen. Logoa vilkaisematta lehtiä on vaikea erottaa toisistaan.”

Uutta on se, että ihmiset ovat 2010-luvulla saaneet etnistä väriä, eikä mallin tarvitse aina olla sovinnaisen ”kaunis”.

Erikoislehdissä on sen sijaan eroja. Hovi-Wasastjerna miettii esimerkiksi *Prosessori*-lehden kantta. Sen enempää lehden logo kuin kuvakaan ei kerro hänelle, mistä lehdestä on kyse. Prosessorihan

oli tietotekniikan syväosajille suunnattu lehti, joka ilmestyi 1979–2011.

”En kuulu kohderyhmään, joten minun ei pidäkään ymmärtää, mikä juuri tämä lehti on. Tärkeintä on, että lehden lukijat tunnistavat sen.”

Sisustuslehtien muodikkaat interiöörit taas ovat niin toistensa kaltaisia, että vain graafiset ratkaisut, kuten *Koti ja keittiön* logon alla oleva valkoinen pohja, niitä pystyvät erottamaan.

Logoissa ja kirjaisintyypeissä ajan kuluminen näkyy selvimmin. Myös väreillä on tärkeä viesti.

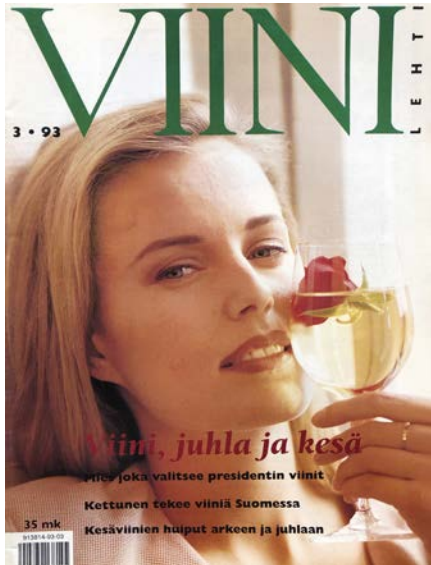
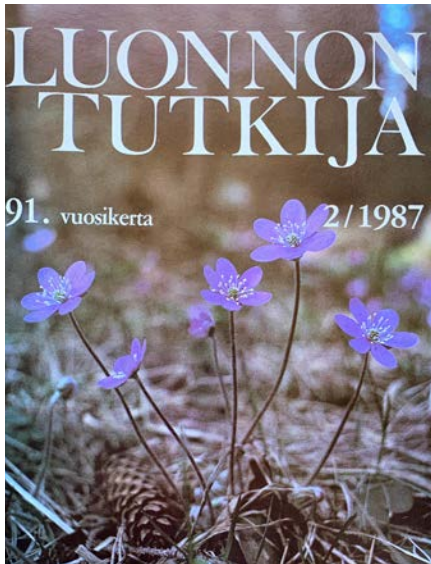
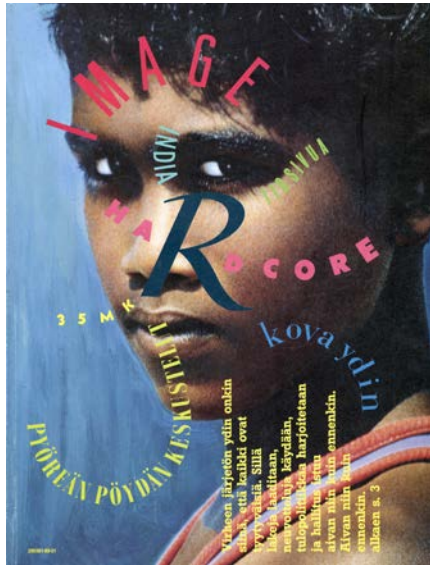
”Turhaan ei puhuta keltaisesta lehdistöstä. Vahvat värit vaativat huomiota, mikä kertoo, että nyt kyse on sensaatiosta, sanoo Hovi-Wasastjerna.

Tässä kansikavalkadissa taitaa olla vain yksi piirroskuvitettu kansi – *Demi*.

”Se on yllättävää, sillä esimerkiksi maailmankuulu *The New Yorker* erottuu vuodesta toiseen piirroskannella.”

Kädessäsi oleva lehti on siis poikkeus. ☛







Sissit, sortuneet ja uudet tulokkaat

Monia vanhoja brändejä johtavat edelleen samat päätoimittajat kuin 10 vuotta sitten. Joitakin lehtiä on jouduttu lopettamaan, mutta markkinoille syntyy yhä edelleen myös kokonaan uusia tuotteita. Viisi päätoimittajaa kertoo oman lehensä tarinan.

TUOMAS MARJAMÄKI KUVAT SAMI PISKONEN

Tarinoita jo sata vuotta

Talousvaikeudet ovat riepottelleet maailman luetuimman aikakauslehden Reader's Digestin amerikkalaista emoyhtiötä. Suomalainen Valitut Palat porskuttaa. Ilkka Virtanen on viihtynyt sen päätoimittajana jo 15 vuotta.



Aloitin *Valittujen Palojen* päätoimittajana 15 vuotta sitten työskenneltyäni pitkään taloustoimittajana. Oli iso hyppy siirtyä hektisestä pörssi-toimituksesta aivan erilaiseen työhön kuukausilehteen, mutta opin työni hiljalleen.

Valitut Palat oli minulle hyvin tuttu jo lapsuudestani, jolloin se tuli Suomessa melkein joka talouteen. Olen aina arvostanut lehden faktatarkistettuja ja kieleltään laadukkaita artikkeleita – myönteistä,

amerikkalaislähtöistä hyötyviihdettä.

Lehden levikki on laskenut kulta-aikojen 300 000:sta noin 100 000:een. Se ei ole median murroksen syytä, vaan johtuu paljolti omista päätöksistämme, tietoisista töppäyksistä ja osittain tarkoituksellisesta optimoinnista. Lukijakuntamme on erittäin uskollista ja tilaajamme pitkäaikaisia.

Haasteita työhöni on tuonut kilpailu lukijoiden ajankäytöstä. Toisten aikakauslehtien rinnalla kanssamme kilpailevat jopa kiivaammin sosiaalinen media,

tietokonepelit ja monet muut uudet viihdemuodot. *Valittujen Palojen* Suomen-liiketoiminnalla menee hyvin, mutta välillä olen saanut sydämentykytystä amerikkalaisen emoyhtiömme voinnista.

Emme ole tehneet isoa revoluutiota, vaan lehti on pysynyt suurelta osin ennallaan. Edelleen kiinnostavinta sisältöä ovat tositapahtumiin perustuvat selviytymistarinat ja terveystiedot. Viime vuosina journalismissa on tullut muotiin tarinallisuus. *Valituilla Paloilla* se on ollut ydintä jo sata vuotta. Meidän olisi pitänyt patentoida se!

Viihdyn työssäni varsin hyvin. Kuukausilehden ohessa toimin myös viisi kertaa vuodessa ilmestyvän *Meidän Suomi* -lehden sekä pienen tietokirjallisuus- ja fiktio-osaston päätoimittajana. Tämä tekee työstäni monipuolista, mielenkiintoista ja ennen kaikkea hauskaa.”

Ilkka Virtanen, 57
Päätoimittaja vuodesta 2004



Valitut Palat
1945–



Uusi lehti vaatii oman äänen

Sanomien kustantama Tiede pysyi vuosikymmenien ajan pikkulehtenä, mutta on se nyt harpannut suurimpien aikakauslehtien joukkoon. Kiinnostus luontoa ja ympäristöasioita kohtaan vain lisääntyy, ja siksi Tieteelle lanseerattiin keväällä 2019 sisarlehti Tiede Luonto. Päätoimittaja Jukka Ruukki johtaa molempia lehtiä sekä Helsingin Sanomien tiedetoimitusta.



Tiede-lehteen tulin jo vuonna 1996, sitä ennen olin Ylen tiedetoimituksessa radiotoimittajana.

Välissä olin perustamassa Suomen ensimmäistä miesten lifestyle-lehteä *Mies*, kunnes minut nimitettiin *Tieteen* päätoimittajaksi 2006. Nykyisessä toimenkuvassani minulla on triplarooli: olen myös *Tiede Luonto* -lehden päätoimittaja ja *Helsingin Sanomien* tiedetoimituksen esimies. *Tieteellä* menee loistavasti, se on Suomen nel-

jänneksi luetuin painettu lehti. Lukijoilla on suuri kiinnostus ja uteliaisuus tiedeuutisia ja -juttuja kohtaan.

Menestys antoi pohjan perustaa kokonaan uusi lehti *Tiede Luonto*, josta ilmestyy tänä vuonna neljä numeroa ja ensi vuonna kuusi. Lukijatutkimuksessa olemme saaneet aika pohjoiskorealaisia lukuja: yli 90 prosenttia vastanneista kertovat lehden vastaavan sitä, mitä on luvattu.

Tiede Luonnon kärki on suomalaisia kiinnostavissa asioissa: ympäristössä ja

luonnossa. Kerromme uskomattomia asioita, jotka ovat tosia – vaikkapa siitä, kuinka täysikuu saa luonnon sekaisin.

Lukijoita huolestuttavat isot ympäristökysymykset, kuten ilmastonmuutos ja merien muoviongelma. Kerromme avoimesti, miten asiat ovat, mutta myös hyviä uutisia siitä, mikä on parantunut ja mennyt eteenpäin.

Uusi lehti vaatii oman äänen, jolla lukijaa puhutellaan. Pitää tehdä jotain, mitä muut eivät tee. Tiedelehdissä tekijäkunnan pitää olla erityisen osaavaa, kevyin eväin emme pärjää.

Lehteä pitää myös markkinoida näkyvästi. Usein parjatut telemyyjät ovat saaneet loistavaa palautetta – jotkut asiakkaat kertovat odottaneensa heidän soittoaan!

Tiedelehtien vetäminen on superkiinnostavaa ja koen työni palkitsevan. Esi miehenä iloitsen osaavasta toimituskunnasta. Ainahan tietenkin huolestuttavat resurssit, ajan riittävyys ja työntekijöiden määrä.”

Lehden lopettaminen oli raskas prosessi

Ruotsalainen mediatyhtiö Bonnier laajensi liiketoimintaansa Suomeen ja perusti joukon uusia lehtiä. Odotukset eivät täyttyneet, ja Bonnier lakkautti Evitan ja myi Olivian, Divaanin ja Costumen kilpailijalleen Allerille, joka lopetti lehdet lyhyen ajan sisällä. Veera Luoma-aho toimi Olivian viimeisenä päätoimittajana.



Olin työskennellyt *Ylioppilaslehden* päätoimittajana sekä toimittajana muun muassa

Ilta-Sanomissa ja *Helsingin Sanomissa*.

Vuonna 2013 **Marjaana Toiminen** pyysi minut *Olivia*-lehden päätoimittajaksi.

Mitään lopun ajan merkkejä ei ollut näkyvissä. *Olivia* oli suunnattu 30-vuotiaille ’sekä-että-naisille’, jotka olivat kiinnostuneita niin käsilaukuista kuin maailmanparannuksestakin. Tunsimme hyvin kohderyhmämme ja teimme numeroita jopa yhdessä yleisön kanssa.

Se, kuinka paljon mainostulot romahtivat aikakauslehdissä, oli lopulta melkoinen yllätys. Pelkkä säästöjen juustohöyläminen oli vaikeaa lehdessä, jossa iso osa liikevaihdosta tulee mainoksista.

Kaupallisessa lehtikonseptissa joutuu tasapainoilemaan. Kohderyhmän, konseptin ja sisällön pitää kiinnostaa sekä lukijoita että ilmoittajia. Leikkaaminen muotisisällöstä tuo ehkä säästöjä, mutta saattaa samalla karkottaa ilmoittajia.

Uskon yhä, että konseptia ja kulurakennetta hieman muuttamalla *Oliviasta* olisi saatu kaupallisesti kestävä lehti. Jälkikäteen ajatellen se olisi vaatinut aiempaa vahvempaa keskittymistä tilaajiin.

Lehden lopettaminen oli todella raskas prosessi, jota ei mielellään muistele. Joukko mielettömän lahjakkaita tekijöitä irtisanottiin – he kaikki olivat suhtautuneet Olivian tekemiseen pieteetillä.

Onneksi he ovat pärjänneet hienosti ja tehneet upeita asioita.”



Olisi ehkä kannattanut vahvemmin keskittyä tilaajiin.

Vammaisten äänenkannattaja

Tukilinja-lehden tarkoitus oli alun perin kerätä varoja vammaisten ja toimintarajoitteisten elämään ja työllistämiseen, mutta sillä on iso merkitys myös vammaisten äänenkannattajana. Päätoimittaja Iris Tenhunen vastaa myös Tukilinja-säätiön toiminnasta.



Iris Tenhunen, 63
päätoimittaja vuodesta 1996



Tukilinja
1996–



Toimitin *Uuden Suomen* tv-, radio- ja video-sivuja ja tein niihin arvosteluja, kunnes lehti

meni nurin. Lama-Suomessa ei uusia paikkoja juuri auennut, joten tein neljä vuotta toimittajan töitä oman yritykseni kautta.

Sitten yhtäkkiä lehdessä haettiin journalistia perustamaan ”uutta aikakauslehteä”. Moni kollegani jätti hakematta paikkaa, koska arveli, että kyseessä olisi pornolehti – miksi muuten siitä ei olisi kerrottu mitään. Sitä se ei ollut.

Tukilinja on vammaisten ja toimintarajoitteisten ihmisten tasa-arvoa edistävä lehti, jonka tuotolla jaetaan apurahoja Tukilinja-säätiön kautta. Olen toiminut lehden toimituspäällikkönä, sittemmin päätoimittajana alusta asti, vuodesta 1996.

Suurin muutos tapahtui 2008, kun lehden perustaneen yhdistyksen vetäjä jäi pois tehtävästään ja otimme koko toiminnan pyöritettäväksemme. Nykyään olen myös *Tukilinnan* hallituksen puheenjohtaja.

Paperilehtien suosio laskee, mutta meidän kaltaisemme lehti voi hyvin, koska sitä tarvitaan. Suurimmalla osalla tilaajistamme ei edes ole omakohtaista kokemusta vammaisuudesta, vaan motiivina on auttamisenhalu.

Jaksan työssäni, koska koen sen merkitykselliseksi ja pääsen itsekin vaikuttamaan vammaisten asioiden parantamiseen.

Lehdestämme puuttuu pintakrumeluuri ja klikkiotsikot: haastateltavat ovat vähän erilaista porukkaa, mielenkiintoisia vammaisaktivisteja ja ongelmia kohdaneita perheitä.

Yksin en olisi jaksanut vetää lehteä. Olen ottanut ahkerasti osaa alan koulutuksiin ja liittynyt yhdistyksiin. APY ry:n tuki on ollut tärkeää.

Freelancer-toimittajiemme kanssa pidämme aina toimituskokouksen, ja heistä keskeisimmät muodostavat toimitusneuvoston. Se sitoo meitä työyhteisönä.

Lisävirtaa saan harrastuksistani. Harrastan kirjoittamista, ja minulla on pitkään ollut hevonen yhdessä tyttäreni kanssa. Tytär muutti jo kotoa, mutta heppa jäi!”

Eeva Ek, 51,
Kustantaja, päätoimittaja vuodesta 2010



Terassi Media
2010–

Ideasta lehtihyllyyn parissa kuukaudessa

Terassi- ja Kotiaarre-lehtiä kustantava Terassi Media on keksinyt uuden tavan julkaista erikoislehtiä: yhden naisen firma etsii yhteistyöyhtiöksiä, joiden voimin tuotetaan kertajulkaisuja myyntin rivakasti. Päätoimittaja Eeva Ekin tausta onkin poikkeuksellinen: insinöörin tehtävissä työskennellyt kauppatieteen maisteri.



Olen kuin kävelevä Aalto-yliopisto. Valmis-tuin kauppatieteen maisteriksi, mutta päädyin

insinööri-pohjaisiin johtotehtäviin Nokian verkkotoimintoihin ja nykyään toimin taideteollisella alalla.

Viimeisellä äitiyslomallani etsiskelin omiin pihanrakennustarpeisiini lehteä,

joka keskittyisi pihasuunnitteluun. Tajusin, että sellainen lehti puuttui markkinoilta täysin.

Lapsen nukkuessa aloin tehdä markkinatutkimusta ja otin yhteyttä journalistiystäviini ja graafikkoihin. Näytelehdessä saamani palautteen jälkeen irtisanouduin töistäni ja perustin *Terassi*-lehden. Se on ollut alusta asti Lehtipisteiden myydyin

piha- ja puutarhalehti Suomessa. Yrityksessäni Terassi Mediassa ei ole muita työntekijöitä, vaan teemme pitkäaikaisiin sopimuksiin perustuvaa yhteistyötä muiden yritysten kanssa. Esimerkiksi Japanin autoteollisuus ja Pohjois-Italian muotibisnes pyörii mallilla, jossa yksi firma johtaa rypästä pienempiä. Tästä aiheesta tein aikoinaan graduni.

Terassi Media on kuin orkesterinjohtaja, joka luotsaa useita pienyrityksiä tuottamaan lehtiä. Yritysyhteisömme on intiaanikylä, jossa innovatiiviset ammattilaiset tuntevat toisensa.

Terassi ja *Kotiaarre* ilmestyvät kahdeksan kertaa vuodessa, mutta näiden lisäksi teemme vuosittain noin 15 kertajulkaisua eri aihepiireistä, enimmäkseen kotiin ja sisustukseen liittyen.

Joskus idean syntyessä menee vain pari kuukautta, kun lehti on myytävänä päivittäistavarakaupoissa kautta Suomen.”



Liki lukijaa

Aikakauslehdistä on tullut paljon muutakin kuin aikakauslehtiä. Niiden menestyksen tulevaisuudessa takaa kuitenkin tuttu asia: oman yleisön tunteminen. Ja printillekin on sijansa.

MARJA HONKONEN KUVAT OUTI KAINIEMI

A

Aikakauslehden tulevaisuus on kangaskassi.

Vuonna 2017 yhdysvaltalaisen *The New Yorker* -lehden tilaajalahjasta, musta-valkoisesta logokassista, tuli kaikkien himoitsema ”it-bag”. Kassia oli jaettu sitä ennen jo muutama vuosi, mutta nyt sen suosio räjähti.

Kenties kyse oli vastareaktiosta **Donald Trumpin** vaalivoittoon. Yhtäkkiä sivistys oli muodikasta ja *The New Yorkerin* tilaus jotain, mitä kannatti esitellä tunte-

mattomille kadulla. Vuoden aikana uudet asiakkaat tilasivat lehtiä niin tiuhaan, ettei kasseja ehditty toimittaa yhtä nopeasti.

Vuodessa *The New Yorkerin* tilausmäärä kasvoi 12,3 prosenttia ja tilausmaksujen osuus tuotoista nousi 65 prosenttiin. Kustantaja Condé Nast on kertonut aikovansa tuplata lehden maksavien tilaajien määrän vuoteen 2023 mennessä.

Mutta kassi on vain kassi, jos sen takana ei ole jotain muuta, kuten vahva,



laatujournalismiin nojaava lehti-brändi, sanoo Mississippin yliopiston Magazine Innovation Centerin johtaja, professori **Samir Husni**.

”Aikakauslehdet ovat aina olleet aitoja mielipidevaikuttajia, ja ovat sitä myös tulevaisuudessa”, Suomessakin lehtiä konsultoinut Husni lupaa.

Hänen mukaansa vaikutusvaltaisia brändejä luovat ne lehdet, jotka paitsi tekevät laatusisältöjä ovat myös kuratoinnin ammattilaisia.

Kaoottisessa nykymaailmassa sisältöä on tarjolla paljon, ja sen lajittelussa ja arvioinnissa yleisölle kelpaa apu.

”**Aikakauslehdet ovat aina olleet aitoja mielipidevaikuttajia, ja ovat sitä myös tulevaisuudessa.**

Samir Husni

Suomalaiset lukijat etsivät aikakauslehdessä rauhallista hetkeä. Aikakausmedian kaksi vuotta sitten teettämän *Aikakauslehtihetki*-tutkimuksen mukaan lehtiä luetaan, jotta saadaan omaa aikaa, rentoudutaan ja inspiroidutaan.

Tulevaisuuden ansaintamallien kanalta se voi olla pulma; vastaavan kokemuksen siirtäminen printistä digiin on osoittautunut vaikeaksi.

Rentoutuminen on helpompaa, kun sisällöllä on selkeä alku tai loppu. Verkkosisällöt kannustavat selailemaan ja löytämään uutta – tai harhailemaan loputtomasti, aikakauslehtikentän murrosta

tutkinut päätoimittaja **Tapio Kivistö** sanoo.

”Äärellisyys on ollut printtiaikakauslehdien vahvuus.”

Osin, muttei täysin, ”lehtihetken” voi toistaa näköislehtien ja lehtien mobiili-sovellusten avulla. Mobiililaitteella muut sovellukset ilmoituksineen houkuttelevat kuitenkin keskeyttämään lukemisen.

Verkkolukijat ovat monesti erilainen yleisö kuin printin tilaajat. He eksyvät juttuihin sosiaalisen median kautta, eikä lehden brändillä ole heille yhtä suurta merkitystä. Heitä pitää houkutella jäämään ja palaamaan.

Suhdetta yleisöön on tiivistettävä kaikilla alustoilla. Työkaluja sitä varten löytyy jo nykyisin: lukijoita voi tavoitella, puhutella ja kohdata paitsi lehtien omilla verkkoalustoilla, myös sosiaalisessa mediassa tai esimerkiksi uutiskirjeiden avulla.

”Enää ei riitä, että tuotteen tuottaa ulos kerran viikossa tai kuukaudessa. Pitää miettiä, mitä tapahtuu numeroiden välissä – miten lukija silloin kohtaa lehden ja miten yhteys säilyy”, sanoo Jyväskylän yliopiston journalistiikan professori **Mikko Villi**.

Yksi vaihtoehto on ikään kuin jäsenmalli. Siinä tilaaja ei ole enää pelkkä asiakas vaan eräänlaista jäsenmaksua maksava jäsen, jolle lehti tarjoaa esimerkiksi muilta suljettuja tapahtumia.

”Aikakauslehdillä on kenties media-kentän parhaat edellytykset onnistua lukijasuhteen tiivistämisessä. Ne ovat aina olleet muita herkempiä tunnistamaan oman kohderyhmänsä tarpeet ja toiveet”, sanoo pitkän uran media-alalla tehnyt, nykyisin *Rakennuslehd*en päätoimittajana työskentelevä Kivistö.

Jos herkeyksy säilyy, tulevaisuutta on myös digissä.

Osalla aikakauslehdistä on jo nyt niin tiivis yleisösuhte, että siitä on taloudellista hyötyä. A-lehtien *Demi* ja Sanoman *Vauva* ovat esimerkkejä julkaisuista, jotka ovat onnistuneet muuttamaan lukijansa aktiiv-

”**Mitä tapahtuu numeroiden välissä – miten lukija silloin kohtaa lehden ja miten yhteys säilyy.**

Mikko Villi

”**Ei yleisölle kannata yrittää myydä väkisin sisältöjä sellaisissa muodoissa, joita he eivät halua tai tarvitse.**

Maija Koski

visiksi osallistujiksi.

Esimerkiksi *Vauvassa* yhteisöllisyys ei tarkoita vain *Vauva.fi*-keskusteluja tai blogiyhteisöä, vaan myös aitoa keskustelua sosiaalisessa mediassa ja yhdessä yleisön kanssa tehtäviä verkkojuttuja.

Kovaa työtä se toki on, *Vauvan* ja *Meidän Perheen* päätoimittaja **Maija Koski** sanoo.

”Yhteisöllisyys vie tosi paljon myös omaa työaikaani”, Koski kertoo.

”Se on sen arvoista. Emme ikinä saisi tällaista tuntumaa yleisöön pelkästään perinteisten juttujen tai lukijapalautteen kautta.”

Päätoimittajana Koski pitää muun muassa huolta siitä, että lehdet kuulostavat kaikissa kanavissa itseltään.

Hänen päätoimittajuutensa aikana lehdet ovat muun muassa käynnistäneet podcast-tuotannon, verkkokurssit, kohdennetun tarvepohjaisen uutiskirjeen ja *Parisuhdeneuvola*-palvelun.

Sellaista tuotekirjoa ei päätoimittaja keksi yksin. Koski uskookin, että tulevaisuudessa toimitusten esimiesten täytyy olla valmentavia johtajia. On uskallettava palkata ympärilleen itseään osaavampia ihmisiä ja antaa heille vastuuta. On kannustettava kokeilemaan uutta ja luomaan uusia yhteyksiä kohderyhmään.

”Tarve aikakauslehtisisällöille ei poistu, mutta kuluttamisen tavat muuttuvat. Ei yleisölle kannata yrittää myydä väkisin sisältöjä sellaisissa muodoissa, joita he eivät halua tai tarvitse”, Koski sanoo.

Moni muukin aikakauslehti on ollut jo pitkään paljon muuta kuin painettu aikakauslehti ja digijulkaisu.

Esimerkiksi *Viinilehti* tavoittelee lukijoitaan huimassa määrässä kanavia, vaikka konsernissa työskentelee vain 20 ihmistä. 10 kertaa vuodessa ilmestyvän printin lisäksi *Viinilehd*en tuoteperheeseen kuuluvat vuosikirja, mobiilisovellus, vinkkiuutiskirje, viiniklubi, viiniaiheiset matkat, tapahtumat ja messut. Lisäksi samaan konserniin kuuluvat viinien verkko-

kauppa, viini- ja keittiötarvikkeiden erikoisliike sekä viinitila.

”Olemme pystyneet säilyttämään vahvan printtilehden, vaikka digipuoli korostuu toki koko ajan enemmän”, *Viinilehden* päätoimittaja **Riikka Huotari** sanoo.

Printin ilmestymistiheyttä, sisällön painopisteitä ja ylipäätään roolia tuoteperheessä muutetaan, jos siihen tulee tarvetta, Huotari kertoo.

”Meillä ei kuitenkaan ole kova kiire suurille muutoksille vielä, sillä 30-vuotias printtilehtemme on edelleen taloudellisesti kannattava ja myös haluttu media-alusta.”

Verkkokauppa kiinnostaa myös muita mediataloja. A-lehdet omistaa merkittävän osan pohjoismaista muotoilua myyvästä Finnish Design Shopista.

Journalistisia tuotteitaan A-lehdet on paketoinut uudelleen esimerkiksi *Meillä kotona* -sivuston alle. Kodin ja asumisen eri lehtien juttujen ja blogisisältöjen joukkoon sijoitetaan myös natiivimainontaa.

Meillä kotona -sivuston, *Kotivinkin* ja *Unelmien Talo&Kodin* päätoimittaja **Mari Paalosalo-Jussinmäki** sanoo, että sivusto on keino tavoittaa kokonaan uutta yleisöä, joka ei eksyisi lehtien sisältöjen pariin niiden omille sivuille.

Uusi brändi on myös yleisön odotuksista vapaampi kuin vanhat lehdet, mikä tosin tarkoittaa sitä, että se täytyy tehdä tunnetuksi.

”Meillä on miljoona kävijää kuukaudessa, mutta olemme silti monelle outo. Siinä on vielä tekemistä.”

Finnish Design Shopin kanssa *Meillä kotona* tekee yhteistyötä lähinnä mainonnan muodossa. Verkkokauppa olisi kuitenkin mitä luontevin lisä monen aikakauslehtibrändin ansaintaan. Ruotsissa on jo lehtiä, jotka valikoivat tuotteita kauppoihin, Paalosalo-Jussinmäki huomauttaa.

”Me teemme paljon tavaroita esitteleviä ’kamajuttuja’. Verkkokauppa voisi olla yksi luonteva kasvun suunta.”

Tulevaisuudessa hän uskoo päätoimittajilta vaadittavan bisnesosaamista, yhä

”
**Olemme pystyneet
säilyttämään
vahvan
printtilehden,
vaikka digipuoli
korostuu koko ajan
enemmän.**

Riikka Huotari

”
**Täytyy luoda
sellainen
toimituskulttuuri,
jossa on hyvä
onnistua ja jossa
on täysin sallittua
epäonnistua.**

Anu Ubaud

suurempien kokonaisuuksien hallintaa ja taitoa johtaa ihmisiä muutoksen keskellä.

”Ja onko se sitten digitaalista vai printtiliiketoimintaa, niin ihan sama. Pääasia on, että tuntee yleisön, keinot ja ihmiset.”

Moninaisten sisältöjen joukossa suosituin on silti aikakauslehtien ydintuote – hyvin kirjoitettu ja näkökulmattu, pitkä featurejuttu, joka vetää verkossakin.

Se on tuotteena jopa niin hyvä, että moni sanomalehti on alkanut houkutellessa lukijoita maksumuurinsa taakse nimenomaan lifestyle- ja henkilöjutuilla. Niitä tekevät myös Yle ja MTV.

Todennäköisesti aikakauslehdet kilpailevat jatkossa aiempaa enemmän myös uutisvälineitä vastaan. Sanomalehden ja aikakauslehden raja hälvenee, osin hyvin käytännöllisellä tavalla.

Syyskuussa Sanoma ilmoitti siirtävänsä viisi aikakausjulkaisua osaksi *Helsingin Sanomien* toimitusta ja *Me Naiset* osaksi *Ilta-Sanomia*. *Tiede* ja *Tiede Luonto* ovat toimineet osana *Hesarin* toimitusta jo aiemmin.

Uudistuksen myötä *Helsingin Sanomien* toiseksi päätoimittajaksi nousi myös aikakauslehdissä työskennellyt **Anu Ubaud**. Hän pitää tärkeänä, että lehtien äänistä pidetään huolta muutoksessa. Tarkoitus ei ole yhdenmukaistaa sisältöjä. Päinvastoin, kaikkien lehtien kerronnan keinoja aiotaan moninaistaa.

Ubaud ajattelee, että tulevaisuudessa päätoimittajilta vaaditaan taitoa luoda toimituksiin turvallinen, kokeiluihin kannustava ilmapiiri. Niille on tietoisesti varattava työaikaa ja -rauhaa.

”Täytyy pystyä luomaan sellainen toimituskulttuuri, jossa on hyvä onnistua ja jossa on täysin sallittua ja hirveän hyvä epäonnistua”, hän sanoo.

Tai oikeammin, sellainen kulttuuri pitää luoda toimituksiin nyt. Alan epävarmuudesta huolimatta katseen pitää olla myös vuosien päässä: siinä, mikä ei ehkä nyt tuota mutta voisi tuottaa. Liian usein ajatellaan, ettei kokeiluihin ole varaa.



”Jos johonkin tässä ajassa ei ole varaa, niin siihen, että oltaisiin myöhässä”, Ubaud sanoo.

Ei kaikkia paukkuja silti kannata tai voi viedä esimerkiksi printistä digiin tai audiotuotantoihin. Lukijat voivat yllättää toimitukset, Ubaud ennustaa.

”Joissakin nuoremmissakin kohderyhmissä arkisen digikäytön rinnalle on nousut halu lukea laatuprinttiä.”

Printin eduksi voi kääntyä se, että sen äärellä on helpompi rauhoittua. Se ei hohkaa yöunia heikentävää sinistä valoa, eikä sen käytöstä tarvitse riidellä lasten kanssa.

”Hesarin lukijoista esimerkiksi jotkut ruuhkavuosiaan elävät haluavat lukea viikonlopun lehtensä paperilla. Luulen, että se liittyy perheissä käytävään keskusteluun ruutuajasta.”

Kokonaan uusia nimikkeitä on syntynyt viime vuosina vähän. Niiden sijaan media-taloissa on testattu bookazinen eli kirjan ja aikakauslehden välimallin vetovoimaa.

Bookazine on yksi malli tulevaisuuden lisätuloille. Suomi on kuitenkin yhä tilaajien maa, ja siksi irtomyynnissä oleva, kirjamainen lehti voi olla ansaintamallina täällä monelle hankala, Samir Husni arvioi.

”Suosittelisin kustantajille keskittymistä tilattavaan, säännöllisesti ilmestyvään aikakauslehteen, johon tilaajat ovat jo luoneet suhteen”, Husni sanoo.

Toisaalta hän varoittaa takertumasta liikaa yhteen alustaan. Aikakauslehdelle on tärkeää olla läsnä kaikissa kohderyhmälleen tärkeissä kanavissa.

”Älä rakastu alustaan, vaan yleisöön”, Husni sanoo.

”Yleisöllä on nykyisin enemmän vaihtoehtoja kuin koskaan, ja se sopeutuu muutoksiin paljon nopeammin kuin mediayhtiöt.”

Mediakentälle aukeaa myös kokonaan uuden tuotteen mentäviä aukkoja. Yhtä paikkaamaan syntyi verkkojulkaisu *Zelda*, visuaalisesti kunnianhimoinen feministinen zine – jotain taideprojektin ja lehden väliltä. Sillä ei ole varsinaista päätoimitta-

”
Yleisöllä on nyt enemmän vaihtoehtoja kuin koskaan, ja se sopeutuu muutoksiin paljon nopeammin kuin mediayhtiöt.

Samir Husni

”
Tietyt isot uutis- ja aikakausmediat ovat vielä tulevaisuudessakin instituutioita. Ja niiden lisäksi on jotain todella pirstoutunutta.

Iida Sofia Hirvonen

jaa, vaan sisällöt suunnitellaan yhteisöllisesti.

Alusta asti *Zeldaa* tehnyt toimittaja **Iida Sofia Hirvonen** kertoo viehättyneensä mahdollisuudesta luoda kokeilevaa tekstiä. Sen syntyessä vuonna 2016 monikaan lehti ei julkaissut esimerkiksi henkilökohtaisia esseitä, joita nykyisin näkee jo Suomenkin lehdissä enemmän.

”*Zeldaan* voi kirjoittaa juttuja, jotka ovat väliinputoajia muualla”, Hirvonen sanoo.

Kaupallinen *Zelda* ei ole, eivätkä tekijät usko sen ratkaisevan alan ansaintapulmia. Suomi kielialueena on monelle niche-julkaisulle yksinkertaisesti liian pieni.

”Uskon, että tietyt isot uutis- ja aikakausmediat ovat vielä tulevaisuudessakin instituutioita. Ja niiden lisäksi on jotain todella pirstoutunutta. Ehkä on yksittäisiä toimittajia, joita tavalliset lukijat rahoittavat. Se, minkä ajatellaan olevan media, voi olla paljon pienimuotoisempaa kuin nykyisin”, Hirvonen sanoo.

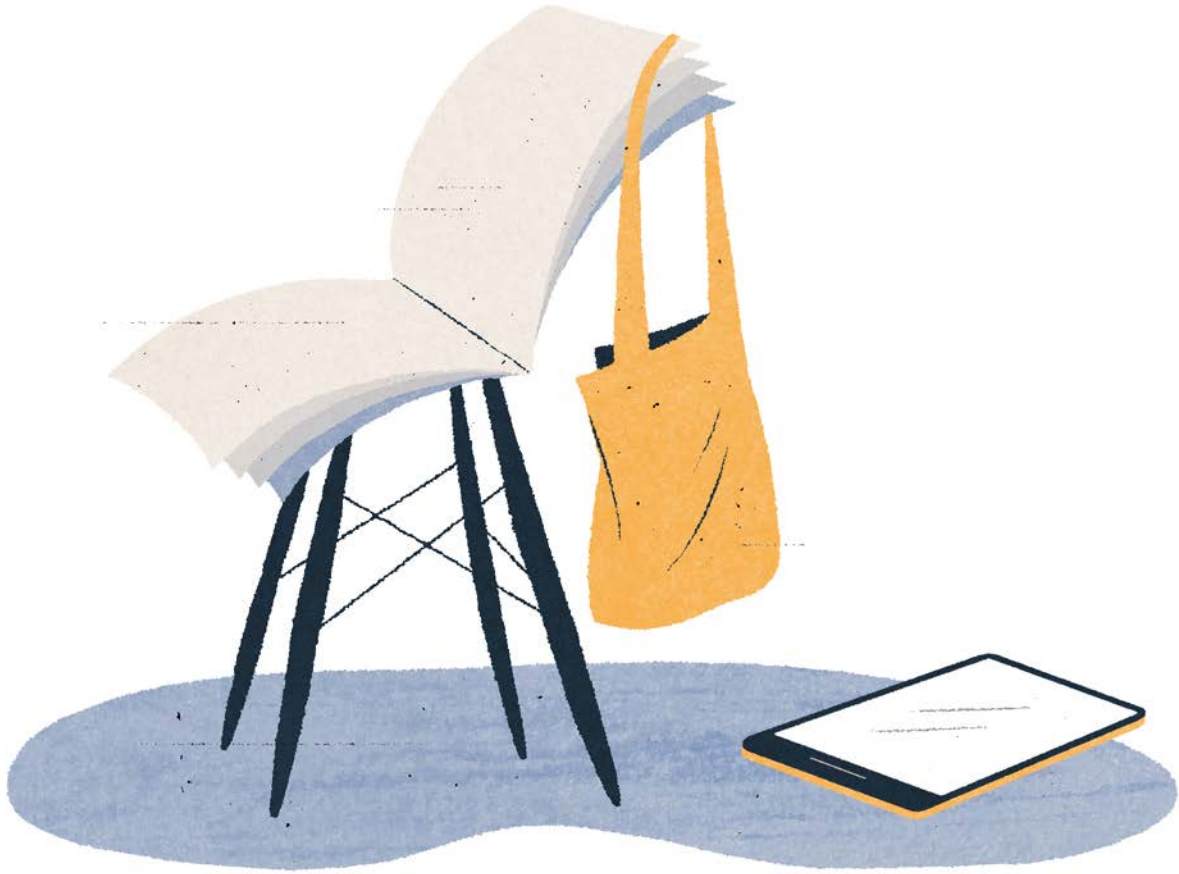
Media-alan kiihtyvä muutos tekee aikakauslehden tulevaisuuden ennustamisesta hankalaa. Moni ennakoitu muutos antaa odottaa itseään: Erikoislehdet eivät ole päihittäneet yleislehtiä, eivätkä blogit ammattilaisten tekemiä lifestyle-juttuja. Printtikin yhä on elossa.

Joitain lehtiä ja mediaperheitä kentältä varmasti katoaa. Ilmestymispäivien määrä voi harveta, taloja ja toimituksia yhdistyä.

Ehkä rentouttavaa aikakauslehtihetkeä etsitään seuraavaksi podcasteista ja toimittajien ääneen lukemista jutuista. Ehkä juttuja ja julkaisuja tehdään suljetuille ryhmille, tilaajayhteisölle. Ehkä aikakauslehestä tulee visuaalisesti näyttävä keräilykappale, jotain mitä säilyttää ja käyttää yhä uudestaan.

Ehkä se on silloin yhtä eksklusiivinen ja himoittu kuin valikoidulle joukolle painettu kaunis kangaskassi? 🧡

Kirjoittaja on Journalistin vt. toimitussihteeri ja toimittaja.



Mitä tehdä juuri nyt

Päätoimittaja, anna lupa kokeilla

- Johda valmentaen. Kuuntele toimitustasi ja sen ideoita, innosta keksimään lisää.
- Uskalla palkata itseäsi osaavampia työntekijöitä.
- Ota koko toimitus mukaan kokeiluihin ja perustele, mikä muuttuu ja miksi.
- Luo tilaa, aikaa ja kannusteita kokeilla. Toimituksella on oltava lupa onnistua ja epäonnistua.

Näin yleisösuhte tiivistyy

- Luo lehtesi ympärille tiivis yhteisö, kuuntele sitä tarkoin ja kutsu se mukaan juttujen tekemiseen.
- Avaa juttujen syntytapaa ja kohtaa yleisö myös livenä. Ole läsnä siellä, missä hekin.
- Muista lukijoita myös julkaisupäivien välillä uutiskirjeen tai somekanavien kautta. Pidä huolta, että lehden ääni säilyy myös niissä.

”Halusin vielä urallani oppia uutta”

Jenni Lieto ja Heikki Valkama työskentelivät toistakymmentä vuotta pääasiassa aikakauslehtien päätoimittajina mutta vaihtoivat vuonna 2017 muihin töihin. Nyt he kertovat, mikä sai lähtemään ja mitä hyötyä päätoimittajakokemuksesta on ollut.

ANNA-SOFIA NIEMINEN KUVAT SAMI PISKONEN

Anna-Sofia: Millaisia töitä olette tehneet päätoimittajuuden jälkeen?

Jenni: Työskentelen sisältömarkkinoinnin parissa John Brown Media -toimistossa, joka on osa Dentsu Aegis Network -markkinointiviestintäkonsernia. Aloitin kaksi vuotta sitten päätoimittajatittelillä, mikä meillä tarkoittaa nimettyjen asiakkuuksien sisällöistä vastaamista. Keväästä lähtien olen vastannut koko Helsingin toimistomme toiminnasta yksikönvetäjänä.

Heikki: Siirryin kaksi vuotta sitten Ylelle vetämään tiede- ja hyötytoimitusta. Sitten tuli organisaatiouudistus, ja nykyään olen sisältöpäällikkönä. Vastuullani on erityisesti editoinnin ja kirjoittamisen kehittä-

minen uutis- ja ajankohtaistoimituksessa. Olen tehnyt vähän kaikkea tv-tuottamisesta *Aamu-tv:n* juontamiseen. Teen myös joskus vuoroja, joissa johdan toimitusta. Ohessa kirjoitan kirjoja.

Anna-Sofia: Mikä teidät sai vaihtamaan töitä?

Heikki: Se oli tosi vaikea päätös, mutta tuntui, että aikakauslehtityö on jo hallussa. Halusin vielä urallani oppia uutta. Sitteen tarjoutui mahdollisuus siirtyä Ylelle. En ollut tehnyt televisiota enkä nuoruden jälkeen myöskään nopeaa uutistyötä. Päätökseen vaikutti sekin, että kun *Image*ssa tavallisen työpäivän jälkeen tulin



kotiin ja sain lapset nukutettua, alkoi toinen työpäivä. Kun aloin kirjoittaa dekkareita, ajattelin, että voin käyttää sen toisen työpäivän itselleni enkä työnantajalle. Ylessä olen aika hyvin onnistunut siinä, etten tuo töitä kauheasti kotiin. Kolmantena seikkana päätökseen vaikutti median murros ja printin vaikeudet. *Imagen* kustantajan eli A-lehtien tulevaisuuden strategia ei pohjautunut printille tai journalismille.

Jenni: Olen ollut töissä varsin kaupallisissa medioissa, joissa mainostajat ovat olleet aika tärkeässä roolissa. Olin miettinyt sisältömarkkinointia jonkin aikaa, mutta en ollut tehnyt mitään erityisiä tiedusteluja. Sitten John Brown Media tuli Suo-

”
Markkinointialalla on etu, että on tehnyt sellaista sisältöä, josta ihmiset ovat halunneet maksaa.

Jenni Lieto

meen ja oli saanut Stockmannin asiakkaakseen. En ollut kohdannut aiemmin sen tasoista sisältömarkkinointia kuin he tekivät. Innosti myös kansainvälinen toimija ja mitä sellaiselta voi oppia. Halusin oppia asiakasmedian tekemisen, ja sitten siihen tarjoutui tilaisuus.

Anna-Sofia: Päätoimittajuuden jälkeen Heikki jatkoit journalismin parissa ja Jenni siirryit markkinoinnin puolelle. Miksi?

Heikki: Kyllä minä mietin jossain vaiheessa, onko tulevaisuus journalismissa vai jossain muualla, mutta journalismi on minulle ykkösrakkauslaji. En silti näe, että en voisi tehdä muutakin. Journalismissa oli kuitenkin vielä iso alue, jota halusin kokeilla.

Jenni: En näe hypänneeni jostain karsinasta toiseen. Minulla on tällainen osaminen, ja nyt olen hankkinut uutta päälle.

Anna-Sofia: Millaisia reaktioita kuulitte vaihtaessanne töitä?

Heikki: Aluksi moni toimittajakollega ihmetteli, miksi jätän merkittävän pestin *Imagen* päätoimittajana ja menen Ylelle. Tuli kommentteja, että hei, sinä jätät unelmatyöpaikan.

Jenni: Tuli minullekin tuollaisia kommentteja, että siellä *Trendissä* ja *Lilyssä* hän on niin ihanaa, miten raaskit lähteä. Ehkä enemmän ihmiset kuitenkin sanoivat, että onpa kiinnostavaa.

Heikki: Joo, totta kai kuuli myös sitä.

Anna-Sofia: Mitä hyötyä päätoimittajakokemuksesta on ollut nykyisissä töissänne?

Heikki: Ihan valtava hyöty. Päätoimittajana perustin uusia lehtiä, konseptoin verkkopalveluita ja sovelluksia, jouduin miettimään aika isoja budjetteja ja verkostoitumaan – kaikkea mahdollista. Päätoimittaja on vähän sellainen start-up-henkinen hahmo ja joutuu koko ajan miettimään, mitä uutta me keksimme.

Jenni: Päätoimittajana oppi myös äänitorvena ja puhenaisena olemisen. Olin varsinkin *Demin* ja *Lilyn* nimissä puhumassa vaikka missä. Aina soiteltiin, kun oli jotain

kysyttävää nuorista naisista ja heidän maailmastaan ja elämästään. Siinä oppi, miten asiansa esittää ja myös ottamaan vaikutusvaltaa. Lisäksi päätoimittajuus on sellainen laivan kapteenin homma. Siinä on ruorissa ja näyttää suuntaa toimitukselle.

Anna-Sofia: Kertoisitteko jonkin esimerkin, missä tämä kokemus on tullut esiin nykyisissä töissänne?

Heikki: Vaikkapa tv-tuottajan hommassa on samoja elementtejä kuin päätoimittajan töissä. Paljon pystyy käyttämään suoraan sitä kokemusta. Kuten päätoimittaja, tuottaja vastaa käytännössä kaikesta pienimmästä yksityiskohdasta suuriin linjoihin. Päätoimittajana joutui pohtimaan journalistisia linjauksia, ja siitä on paljon hyötyä, jos vaikka vetää Ylen päivapäällikönä toimitusta.

Jenni: Ja kaikesta konseptointikokemuksesta on hirveästi hyötyä. Jos asiakkaalla on tietynlainen tarve, tulee aika selkäytimestä, miten se palvelumuotoillaan.

Anna-Sofia: Jenni, työskentelet nykyäänkin päätoimittajan nimikkeellä mutta markkinoinnin puolella. Miten työ käytännössä eroaa journalistisesta päätoimittajuudesta?

Jenni: Vastaan sisällöstä asiakkaalle enkä kustantajalle. Asiakas palkkaa minut tekemään sisältöä, johon hänen asiakkaansa rakastuvat. Se puolestaan johtaa minun asiakkaani tavoitteisiin. Yleensä kun asiakkaat ovat yrityksiä, joukossa on vahvoja kaupallisia tavoitteita, kuten myynnin kasvattaminen.

Heikki: Aikakauslehtitaloissa sisältöstudioiden vastaavien pestit taitavat lisääntyä ja kohta ohittaa journalistiset päätoimittajapestit, joissa ei ole asiakasvastuita. On tosi kiinnostavaa nähdä, onko aikakauslehtitaloilla etumatkaa vai tulevatko esimerkiksi kansainväliset toimijat ja ottavat alan haltuunsa.

Jenni: Minäkin olen firmassa, jonka tausta on myös tavallisten aikakauslehtien julkaisijana. Siitä on ihan valtavasti etua kilpailukentällä. Markkinointialalla on etu, että on ollut tekemässä sellaista sisältöä, josta ihmiset ovat halunneet maksaa rahaa.



Heikki Valkama

Ennen: Ylioppilaslehden päätoimittaja, Mondon perustaja ja päätoimittaja, Avun toimituspäällikkö ja Imagen päätoimittaja.

Nyt: Sisältöpäällikkö Ylen uutis- ja ajankohtaistoimituksessa.

Kaipaa: Pienten lehtien matalia hierarkioita ja ketteryyttä.

Ei kaipaa: Budjettivastuuta.

”
Päätoimittaja on varsinkin pienessä talossa vähän sellainen start up -henkinen hahmo.

Heikki Valkama

Anna-Sofia: Selvästi päätoimittajuus antaa valmiuksia tosi monenlaisiin töihin. Itse koen freelance-toimittajana eduksi sen, että opin pienen lehden päätoimittajana tuntemaan lehdenseon prosessin niin hyvin. Heikki, onko päätoimittajuudesta hyötyä myös kirjojen tekemisessä?

Heikki: Varmasti aikaansaamisessa ja aika-tilojen hallinnassa tosi paljon. Päätoimittajana on tottunut siihen, että on pakko saada aikaan, koska on niin paljon tekemistä.

Anna-Sofia: Teillä molemmilla on päätoimittajakokemusta toistakymmentä vuotta. Miten työnkuvanne muuttui sinä aikana?



Heikki: Digitalisaatio räjäytti koko aikakauslehtibisneksen logiikan ja muutti tekemisen tapaa, yleisöä ja mittaamista. **Jenni:** Kun menin *Demiin* päätoimittajaksi, se oli niitä todella harvoja medioita, joilla oli valtava verkkosivusto. Seurasin sitä, miten kaikki muut pohtivat, pitääkö meidän tuottaa verkkoon jotain sisältöä. **Heikki:** Vielä kymmenen vuotta sitten kuulin puheenvuoron, jossa ylpeiltiin, että meillä on asiakastietokantaa ja dataa ja me ymmärrämme sitä, koska meillä on pitkä kokemus puhelinmyynnistä ja ihmisten tietojen keräämisestä. Se oli jotain, jonka varaan pystyttiin rakentamaan. Sitten tuli datankeruu verkossa, ja se räjäytti kaiken. Yhtäkkiä aikakauslehdillä ei ollutkaan minkäänlaista dataylivoa. **Jenni:** Ala muuttui myös sen osalta, että aiemmin kuukautta ei ajateltu erityisen hitaana syklinä ja kuukausilehdessikin julkaistiin ajankohtaissisältöä. Meidän oli

”
**Onko esimerkiksi
Voquen
päätoimittaja
koskaan ollut
puhtaan
journalistinen
päätoimittaja?**
Jenni Lieto

myös muutettava *Trendin* konseptia, koska kuukausilehti ei enää voinut olla ajankohtaismedia. Silti aikakauslehtien bisnesmallit eivät ole kauheasti muuttuneet, lehtiä myydään ja tehdään ja rahoitetaan aika samoilla tavoilla.

Anna-Sofia: Miten uskotte päätoimittajan tehtävänkuvan muuttuvan tulevaisuudessa? **Heikki:** Journalististen päätoimittajien ja ei-journalististen tuottajien duunit sekoittuvat yhä enemmän. Päätoimittajat tulevat vastaamaan monesta erilaisesta tuotteesta ja tekevät paljon vähemmän journalismia. Miten tämä kehitys suhteutuu siihen, että päätoimittajalla on myös juridinen vastuu? Sitä olisi syytä pohdita alalla enemmän. **Jenni:** Jos katsoo vaikka Yhdysvaltain aikakausmediakenttää, niin onko esimerkiksi Voguen päätoimittaja koskaan ollut puhtaan journalistinen päätoimittaja? Niillä markkinoilla on selvää, että mainostajilla on suuri valta siihen, mitä sisältöä julkaistaan. ❧

Kirjoittaja on freelance-toimittaja, joka on työskennellyt myös Improbatur-lehden päätoimittajana.

Kolumni Riitta Korhonen



Eka kerta

Jäin ensimmäistä kertaa elämässäni eläkkeelle lähes kaksi vuotta sitten. Suhtauduin asiaan samaan tapaan kuin kaikkiin ensimmäistä kertaa koettuihin, uteliaana ja vähän jännittyneenä. Lapset ovat omillaan ja mies vielä töissä, ensimmäistä kertaa kaikki vuorokauden tunnit olisivat halutessani kokonaan minun. Mitä kaikkea ehtisinkään! Ystäväni neuvoi minua kokeilemaan uusia asioita, sellaisia, joita en ole tehnyt ennen. Asioita, joista saisin hyvän mielen ja joiden perään olin joskus haikaillut. Ei kiinnostanut lähteä yksin Tiibetiin tai opiskella villiyrttiasiantuntijaksi. Jotain pientä ja kivaa, ajattelin. Tein ekaa kertaa elämässäni karjalampiirakoita, luin ensimmäistä kertaa Väinö Linnan *Tuntemattoman sotilaan*, menin den första gången i mitt liv ruotsinkielisille kokkikursseille ja olin ekaa kertaa yhteen soittoon pitkän pätkän ulkomailla. Rakastan uimista, ja saadakseeni rakkauteen uusia sävyjä kävin ensimmäistä kertaa uimakoulun. En nauti toimettomuudesta. Siksi en ole hetkeäkään ajatellut heittäytyväni eläkkeellä tekemättömäksi, oleilemaan. ”Minun kellossani ei ole sellaista aikaa kuin kello kuusi aamulla”, sanoi mökkinaapuri miehelleni, joka yritti houkutelaa tätä aamukalaan. Monella eläkkeellä olevalla kaverillani tuntuu olevan sama aikakäsitys, he käynnistyvät vasta puoliltapäivin. Kuulun eri koulukuntaan. Olen tikkana pystyssä seitsemän nurkilla ja valmis toimimaan, tai sitten en. Vapaus - olenko jo sanonut sen kyllin painokkaasti – se on eläkeläiselämän luksusta. Ensimmäistä kertaa tuli töihin ikävä, kun luin

aamun Hesarista, millaista soopaa valtopoliitikkome taas kerran päästelivät suustaan. Puhkuin kahvikupilleni. Olinpa juuri nyt töissä, saisi oikein kunolla taivastella. Someen en lähde puhkumaan. Siellä asiat saavat helposti väärät mittasuhteet ja huomaat pian olevasi loppumattomassa keskustelussa. Kaihoisaksi tulen myös kovina uutispäivinä. Kun jotain merkittävää tapahtuu, katselen ja kuuntelen uutisia putkeen, ja mieleeni nousee muistikuvia siitä, miten koko toimitus sähköistyi ison uutisen edessä. Aikakauslehtiä en usko ikinä oppivani lukemaan vain viihteenä. Joka kerta kun avaan entisen oman tai kilpailijan lehden, olen utelias: kas, he saivat tuon haastattelun, onpa kökkö otsikko. Jos haluaa eläkkeellä freelanceriksi, on toimittava heti eläköidyttyään ja pidettävä yllä kontaktejaan. Puolesta vuodessa unohtuu. En ole halunnut freeksi, mutta en ole myöskään halunnut pitää näppejäni kokonaan irti kirjoittamisesta. Olen ollut tekemässä tietokirjaa tiedenaisista ja kirjoittanut juttuja. ”Hullu, etkö saanut tarpeeksesi”, sanoi ystävä. Sain tarpeekseni kokousrumbasta, yt-neuvotteluisista ja loputtomasta säästämisestä, mutta en kirjoittamisesta. Se on osa minua. Olenko tuntenut tarpeettomuutta, olenko merkityksetön? En ole. Olen nyt kokonaan omillani, ilman työnantajan selustaa ja asemaa. Mutta sama Riitta on jäljellä, vain kuvakulma on muuttunut. ❧

Kolumnisti jäi eläkkeelle ET:n päätoimittajan tehtävistä vuoden 2018 alusta. APYn puheenjohtaja 2016–2017. Aikakauslehtien edustaja JSN:ssä 2017–2019.

KTM ja DI käyvät mediayhtiön johtoon

Journalistitausta on nykyisin harvinaisuus aikakauslehtitalon hallituksessa. Mutta onko journalistilla parempi taju oman alansa liiketoiminnasta kuin ammattijohtajalla? Alan tutkija, johtajat ja journalistit vastaavat.

PASI KIVIOJA KUVAT HEIDI HOLMA
KUVANKÄSITTELY ANNA MATTSSON

S

Suurimpia aikakauslehtiä kustantavia mediayhtiöitä eivät johda journalistit vaan kaupallisen ja teknisen alan ammattijohtajat. Joillakuilla saattaa olla oikeustieteellinen koulutus, mutta toimittajataustaiset hallitusjäsenet ovat harvinaisuus.

Tämä ilmeni selvityksessä, jossa kävin Aikakauslehtien päätoimittajayhdistyksen pyynnöstä läpi Suomessa aikakauslehtiä kustantavien Sanoman, Alma Median, Otavan, A-lehtien ja Fokus Median hallitusjäsenien työ- ja koulutustaustat. Lisäksi tarkastelin johtoryhmien koostumuksia. Tiedot on saatu mediayhtiöiltä, verkkoyh-

teisöpalvelu LinkedInistä ja henkilöhaastatteluissa syyskuussa 2019.

Alma Median hallituksessa ei ole ollut **Niklas Herlinin** kuoleman 2017 jälkeen yhtään journalistitaustaista henkilöä. Hallituksen puheenjohtajana toimii valtiotieteiden maisteri ja diplomi-insinööri **Jorma Ollila**. Alman hallitusjäsenien taustat ovat kaupallisella puolella, teknologiateollisuudessa ja juridiikassa.

Myös aikakauslehtiä julkaisevia perheyhtiöitä vetävät ekonomit ja diplomi-insinöörit. Otava-konsernin varsinaisissa hallitusjäsenissä ei ole journalistitaustaisia henkilöitä, mutta varajäsenenä on filosofian maisteri **Minna Castrén**, joka on aiemmin työskennellyt freelancer-toimittajana.

A-lehtien hallituksessa omistajasukuun kuuluva **Anne Lyytikäinen-Palmroth** on toiminut aiemmin A-lehtien julkaisujohtajana yli kymmenen vuottaja lisäksi useiden lehtien päätoimittajana.

Vuonna 2014 perustetun Fokus Median hallituksessa on kaksi journalistin ammattilaista, Sanoma-taustaiset omistajat **Tapani Pitzen** ja **Markku Hurmeranta**.

Media-alalla moni muistelee ”vanhoina hyvinä aikoina” sitä, kun Sanoman hallituksen puheenjohtajana oli **Aatos Erkko**. Yhtiön pääomistajalla oli vankka journalistitausta, ja hän eli sydämellään Sanoma Osakeyhtiön päätuotteen, *Helsingin Sanomien*, mukana.

Nyt Sanoma-konsernia luotsaavat hallituksen puheenjohtajana entinen nokialainen, kauppatieteiden maisteri **Pekka Ala-Pietilä** ja varapuheenjohtajana hissiyhtiö Koneen pääomistaja **Antti Herlin**. Kummallakaan ei ole aiempaa johtamiskokemusta mediayhtiöistä.

Sanoman nykyhallituksessa vain Erkon sukuun kuuluvalla **Rafaela Seppälällä** on taustaa journalismissa. Hän on opiskellut Columbia University School of Journalismissa ja työskennellyt kuvatoimittajana ja toimittajana. Muut hallituksen jäsenet ovat muun muassa kauppatieteiden ja

tekniikan tohtoreita, diplomiekonomeja ja oikeustieteen maistereita.

Toisaalta Sanoma ei ole enää pelkkä *Hesari* ja *Ilta-Sanomat*, vaan kansainvälis-
tynyt monimediakonserni ja pörssiyhtiö, joka on omistanut paljon yrityksiä myös ydinliiketoiminta-alueensa ulkopuolelta. Sanoma on myynyt pois omistamansa kaapeliverkko-operaattorin, kirjakustan-
tamon, kirjakaupan, puhelinoperaattorin, kioskiketjun, elokuvateatteriketjun ja leh-
tienjakeluyrityksen. Viime vuosina se on hankkinut omistukseensa myös oikeuksia suomalaisiin festivaaleihin, opiskelijoiden risteilyihin ja musiikkiyhtiöön.

Olisiko Aatos Erkkö voinut hallita tätä kaikkea?
Olisi ehkä voinut, mutta tuskin olisi halunnut. Lehtimies on lehtimies.

”**Vielä 20–30 vuotta sitten** lehtien johta-
minen oli yksinkertaisempaa. Sen pystyi hallitsemaan journalistisella taustalla. Nyt tarvitaan enemmän liikkeenjohtamisen kykyjä”, arvioi mediajohtamista ja median muutosta tutkinut professori **Mikko Villi** Jyväskylän yliopistosta.

Media on monimutkaistunut, ja yhden johdettavan mediabrändin lisäksi on tullut uusia alabrändejä. Brändit voivat myös olla muita kuin mediaan liittyviä.
”Lehdillä on kuitenkin edelleen suuri yhteiskunnallinen merkitys. Ei ole sama asia, tekeekö yritys kumisaappaita vai leh-
tiä. Jos lehti kaatuu, vaikutukset voivat olla vakavampia kuin jonkin muun kuluttaja-
tuotteita tekevän yrityksen konkurssissa”, Villi muistuttaa.

Tämän tyyppisissä kriisitilanteissa tarvitaan Villin mukaan ammattimaisia johtajia, jotka ovat saaneet liikkeenjohdon koulutuksen.
”Journalistinen osaaminen ei riitä loputtomiin. Pitäisi olla laajempaa ymmär-
rystä liiketoiminnasta ja markkinoinnista eikä voi keskittyä vain journalismiin.”
Villin mielestä johdolla on toisaalta tär-
keää olla syvällistä ymmärrystä media-

”
Vielä 20–30 vuotta sitten lehtien johtamisen pystyi hallitsemaan journalistisella taustalla.

Professori Mikko Villi

”
Yrittämisen arki on ollut kova koulu, vaikka ymmärtäisikin talouden rakenteita.

Tapani Pitzen, Fokus Media

alan, median kulutuksen ja mediateknolo-
gian muutoksista ja mahdollisuuksista.
Fokus Median toimitusjohtaja Tapani Pitzen arvioi hallitusjäsenten profiilin muutoksen nivoutuvan median murrok-
seen ja siihen, että median tärkein kysy-
mys nyt on taloudellinen selviäminen.
”Sisällöllä ja tuotteella on toki val-
tavan suuri vaikutus menestymiseen. Mutta vaikka päätoimittaja tekisi kuinka hienoa tuotetta, se ei menesty, jos sitä ei onnistuta kaupallistamaan hyvin”, Pitzen huomauttaa.

**Kun mediajohtajien taustojen tarkas-
telua laajennetaan hallituksista johtoryh-
mätasolle, jossa tehdään lehti-yhtiön ope-
ratiivista toimintaa koskevia päätöksiä, mukaan mahtuu jo enemmän toimitus-
työn ammattilaisia.**
Esimerkiksi Sanoma Media Finlan-
din johtoryhmässä on bisnestaustaisten KTM-johtajien lisäksi kolme journalistia – Ilta-Sanomien vastaavaksi päätoimitta-
jaksi siirtyvä **Johanna Lahti**, lehden pian eläköityvä vastaava päätoimittaja **Tapio Sadeoja** ja Helsingin Sanomien vastaava päätoimittaja **Kaius Niemi**.
Alma Media -konsernin johtoryhmässä vain Alma Consumer -yksikön johtajalla **Kari Kivelällä** on juuret journalististen sisältöjen tekemisessä. Muilla johtoryhmä-
läisillä on kaupallisen tai oikeustieteellisen alan koulutus ja työkokemus. Aikakauslehtiäkin kustantavan Alma Talentin päätoi-
mittajia ei konsernin johtoryhmään kuulu.
A-lehtien johtoryhmässä on kaksi toi-
mittajataustaista henkilöä: A-lehtien toimitusjohtaja **Kaisa Ala-Laurila** ja medialiiketoiminnan johtaja **Anna Ruohonen**. Laurila työskenteli ennen kau-
pallisen puolen uraansa muun muassa toimittajana radiossa sekä toimitussihtee-
rinä ja tuottajana *Ellit*-verkkoyhteisössä. Ruohonen on aiemmin työskennellyt muun muassa toimittajana ja päällikkötoi-
mittajana Sanoman *Vauva*- ja *Meidän perhe* -lehdissä.

Otavamedian johtoryhmässä kolmella viidestä on toimittajakokemusta.
Fokus Median johtoryhmässä ei ole Tapani Pitzenin lisäksi journalistijäseniä. Kaikilla muilla on joko kaupallisen tai teknisen alan koulutus.
Pitzen on aiemmin työskennellyt muun muassa toimittajana, *Taloussanomien* toimituspäällikkönä ja Sanoman toimitta-
jakoulun johtajana.
Onko toimittajataustasta enemmän hyötyä vai haittaa nykyaikaisen media-yhti-
ön korkeimmassa johdossa?
”Se on vaikea kysymys. Journalisti-
tausta tuo tiettyä lisäarvoa mutta ei anna kattavaa valmiutta hallitustehtävissä toimimiseen ja menestymiseen. Parasta on, jos henkilö kykenee yhdistämään jour-
nalistin ja kaupallisen taustan vahvuudet”, Pitzen arvioi.
Hän sanoo joutuneensa itse opiskele-
maan valtavasti lisää yrityksen taloushal-
linnosta.
”Luulin, että se riittäisi, kun on ollut kolmekymmentä vuotta taloustoimittajana ja viisastellut muiden firmojen edesotta-
muksilla. Yrittämisen arki on kuitenkin ollut kovin erilaista. Se on ollut kova koulu, vaikka taloustoimittajatausta auttaa jonkin verran ymmärtämään talouden rakenteita ja toimintamalleja”, Pitzen toteaa.
A-lehtien hallituksen puheenjohtaja **Olli-Pekka Lyytikäinenkin** sanoo, että journalistitaustasta on varmasti hyötyä, jos sisällöntuotanto on yhtiön ydinosaa-
mista. Toisaalta liian vahva tunneside tuotteisiin voi olla myös riski.
”Jos journalismiin on intohimo, se voi ylittää rationaalisen päätöksenteon ja ih-
minen sokeutuu omalle tekemiselleen. Minulla on vähän sama ongelma jalkapal-
lon kanssa”, Lyytikäinen tunnustaa.

Otava-konsernin toimitusjohtaja **Alexan-
der Lindholm** istuu sekä Otava-konsernin että Alma Median hallituksessa. Hänellä on siten näkemystä sekä perhe- että pörssiyhtiön johdon vastuullisilta paikoilta.

JOURNALISTITAUSTAISET HALLITUKSISSA JA JOHTORYHMISSÄ

Yritys	hallituksessa	johtoryhmässä
Sanoma Oyj / SMF	1 / 9	3 / 10
Alma Media Oyj	0 / 7	1 / 10
Otava / Otavamedia Oy	1 / 9	3 / 5
A-lehdet Oy	1 / 5	2 / 7
Fokus Media Finland Oy	2 / 4	1 / 6

Yhdistyksen vuosikymmenet

APY ry:llä on ollut 14 puheenjohtajaa. Neljä heistä kertoo omasta puheenjohtajakaudestaan. Eero Sauri on yksi perustajista ja 1980-luvun suunnannäyttäjä, Elina Simonen koki 1990-luvun lama-ajan, Timo Tolsa johti yhdistystä 2000-luvun vauhdikkaina vuosina ja Heikki Valkama luotsasi kollegoita digimurroksessa.

1980-luku Ensi askeleet

Eero Sauri, perustajajäsen, pj. 1984–1988

Sanomalehtien päätoimittajien perustettua oman yhdistyksensä 1970 kokosin seuraavana vuonna neljä kollegaa neuvontioon ajatuksena saada meidät aikakauslehtien päätoimittajat samaan piiriin: samasta ammatistahan oli kysymys.

Nämä neljä kollegaa olivat **Jussi Talvi** (*Uusi Maailma*), **Leo Tujunen** (*Suomen Kuvalehti*), **Jalmari Torikka** (*Viikko-*

sanomat) ja **Sirkku Uusitalo** (*Eeva*) – itse olin *Avun* päätoimittaja. A-lehtien takka-huoneessa Herttoniemen silloisessa uudessa lehtitalossa järjestettiin ensimmäinen neuvottelu päivälehtikollegojen **Pentti Poukan** (*Uusi Suomi*), **Pentti Sorvalin** (*Suomenmaa*) ja **Pauli Burmanin** (*Suomen Sosialidemokraatti*) kanssa.

Poukka otti ripeästi tehdäkseen PTY:n johtokunnalle ehdotuksen aikakauslehtien päätoimittajien hyväksymisestä seuraavin jäsenkriteerein: 1) lehti ilmestyy vähintään 12 kertaa vuodessa, 2) päätoimittajalla on vähintään neljä alaista, 3) lehti ottaa yhteiskunnallista kantaa.

Tarkentavia keskusteluja kävin Poukan kanssa useita, ja vuonna 1973 teki PTY:n

”
Päätoimittajien yhdistys antoi meille pakit monta kertaa.
Eero Sauri

Puheenjohtajamme



Maire Varhela
1980–1981



Mikko Pohtola
1982–1983



Eero Sauri
1984–1988



Pekka Hyvärinen
1989–1991



Raimo Möysä
1992–1994



Elina Simonen
1994–1996



Heikki Vuonamo,
1997–1998



Veijo Käyhty
1999–2001



Matti Saari
2002–2004



Timo Tolsa
2005–2007



Anna-Liisa Hämäläinen
2008–2010



Heikki Valkama
2011–2015



Riitta Korhonen
2016–2017



Mikko Ilkko
2018–

Puheenjohtajakauden päättyttyä kaikki puheenjohtajat ovat vuorollaan kutsuttu yhdistyksen kunniajäseniksi.

vuosikokous päätöksensä. Virallisen vastauksen – ja päätöksen – mukaan jäsenrajan määrittely ei olisi riittävän tarkka, jotta se menisi läpi yhdistysrekisterissä. Saattoi olla niinkin, mutta todellinen syy kuitenkin oli aikakauslehdistön, sanotaanko, monimuotoisuudessa. Ilmestyi hän sellaisia nimikkeitä kuin *Hymy* ja *Nykyposti* ja molemmat vielä 12 kertaa vuodessa.

Pidin ajatusta kuitenkin yllä ja Poukan siirryttyä pois *Uudesta Suomesta Hufvudstadsbladetin* **Henrik von Bonsdorffin** kanssa. Vauhtia asia sai *Turun Sanomien* päätoimittajan **Keijo K. Kulhan** tultua PTY:n hallitukseen 1970-luvun loppupuolella. *Uuden Maailman* päätoimittajaksi siirtynyt **Erkki Ihanainen** toi Keke Kulhan

terveiset, että eiköhän olisi aika yrittää taas uudestaan.

Niin tehtiin, ja sanoma- ja aikakauslehtien päätoimittajien yhteinen kokous järjestettiin Alkon Vuorannassa syksyllä 1978. Siinä vallinneesta positiivisesta vireestä huolimatta Päätoimittajien Yhdistys ry kuitenkin antoi meille pakit vuosikokouksessaan helmikuussa 1979. Kuten Kulha kirjoitti minulle, oli vastaanotto vuosikokouksessa ollut ”nuivahko”.

Kahdeksan vuotta oli vierähtänyt tässä yrityksessä Päätoimittajien Yhdistyksen jäseneksi. Niinpä oli aika kutsua aikakauslehtikollegat jälleen koolle. Vaikka en itse enää ollut päätoimittaja, tunsin hankkeen alullepanijana 1971 velvollisuudekseni

”
Vuonna 1979 kutsuttiin aikakauslehtien kollegat jälleen koolle.
Eero Sauri

saattaa homma päätökseen. Oma yhdistys, joka vaihtoehtona oli ollut aikaisemmin-kin esillä, oli perustettava.

A-lehtitalossa toukokuussa 1979 järjestetyssä kokouksessa oltiin yhtä mieltä, että oma pystytyn. Sääntöjä valmistelevaan toimikuntaan valittiin edustajat neljästä lehtitalosta: *Makasiinin* päätoimittaja Sirkku Uusitalo (Yhtyneet Kuvalehdet), *Kodin Kuvalehden* **Maire Varhela** (Sanoma Aikakauslehdet), *Pirkan* **Osmo Lampinen** (asiakaslehtien ryhmän edustajana) ja Erkki Ihanainen ja Eero Sauri (A-lehdet).

Varsinainen perustava kokous oli joulukuussa 1979 Kuvalehtitalon – Yhtyneiden Kuvalehtien – ruokalassa Hietalahdenranta 13:ssa. Siitä Aikakauslehtien Päätoimittajat ry:n elämä alkoi.

Ensimmäiseksi puheenjohtajaksi tuli Maire Varhela. Aikakauslehdistö on naisvaltaista, toimitusten johtoa myöten. Siksi oli tärkeätä, että signaloimme tätä tosiasiaa myös puheenjohtajavalinnan kautta. Jo perustavan kokouksen 24 osanottajasta eli perustajajäsenestä enemmistö, 13, oli naisia.

Minut valittiin puheenjohtajaksi **Pohtolan Mikon** jälkeen. Kun olin muiden tehtävieni rinnalla tullut myös perustamamme talouslehden *Faktan* päätoimittajaksi, oli Miskan viesti, että näin olen palannut myös ”kunniallisiin hommiin” ja olin siten puheenjohtajakelpoinen.

Kaudestani tuli viiden vuoden mittainen 1984–88. Vakiintuneet toimintamuodot päättäjien tapaamisineen jatkuivat: oli tärkeätä rakentaa yhteyksiä ja samalla vahvistaa aikakauslehdistön profiilia. Pääministeri **Kalevi Sorsa** lanseerasi Vaakunan Bio-kabinetissa pidetyssä kokouksessa konsensuksen käsitteelle suomenkielisen vastineensa, joka oli ”keskinäismyöntymys”. **Aatos Erkko** esitti Sanomaprintissä Höyläämöntiellä järjestetyssä kokouksessa luottamuksellisen näkemyksensä arkityöskentelystä otsikolla ”Toimittajan vastuu, lehdistön vastuu”.

Ensimmäinen opintomatkamme suunnautui Yhdysvaltoihin. Viikon aikana tutustuimme New Yorkissa USA:n johtaviin aikakauslehtitaloihin. Lisäksi pääsimme

yhdeksi matkapäiväksi osallistumaan sisarjärjestön American Society of Magazine Editorsin (ASME) seminaariin, jonka aiheena oli toimituksellinen luovuus.

Aikakauslehtien Liiton kanssa käynnistimme yhteistoiminnan ryhtymällä Aikakauslehtipäivän toiseksi järjestäjäksi.

Kun valtion lehtimieseläkkeet tahtoivat osua enimmäkseen sanomalehtien toimittajille, anoimme opetusministeriöltä APY:lle lausunnonanto-oikeutta, joka PTY:llä oli, ja saimme sen. Toinen tasapuolisuuskysymys oli Kopiosto-varojen jako, sillä päätoimittajien kiintiöstä 60 prosenttia meni PTY:lle, vaikka aikakauslehdistön nimikemäärä oli moninkertainen sanomalehtiin verrattuna. Tästä kävin neuvotteluja PTY:n silloisen puheenjohtajan *Vasabladetin* päätoimittajan **Birger Thölixin** ja Kopioston toimitusjohtajan **Eero J. Aarnion** kanssa ja pääsimme hyvään sopuun.

Kopiosto-pankkitilimme alkoi kasvaa myös rahastonhoitajamme **Veli-Matti Hepoluhdan** ylläpitämän sijoitustoiminnan kautta. Tällä yhdistelmällä syntyi Vierumäen mahdollistanut pääoma.

Ensimmäisen kerran johtokunta oli keskustellut huhtikuussa 1986 jäsenten virkistyskäyttöön tarkoitettua kiinteistön hankinnasta. Kahta vuotta myöhemmin APY:n yleinen kokous teki päätöksen Vierumäen investoinnista. Tätä kuitenkin olivat edeltäneet neuvottelut Kopioston ja opetusministeriön kanssa, sillä Kopiosto-varojen käytöllä oli omat rajoituksensa.

Media on nyt muuttunut dramaattisesti ja myös samankaltaistunut. Sanomalehdet ovat lähentyneet aikakauslehtiä, jopa muistuttavat niitä. Perinteinen media yhdistyy myös organisatorisesti. *Me Nais-ten* siirtyminen Sanomien organisaatiossa *Ilta-Sanomiin* ja erikoislehtien muutto *Helsingin Sanomain* suojiin eivät ole ainetlaatuisia ilmiöitä: esimerkiksi Bonnier Ruotsissa on tehnyt samantapaisia järjestelyjä. Lähestyykö vähitellen myös aika sanoma- ja aikakauslehtien päätoimittajien kuitenkin kerääntyä yhden ja saman yhdistyksen piiriin?



”
**Lähestyisikö
sanoma- ja
aikakauslehtien
päätoimittajien
yhdistymisen
aika?**

Eero Sauri

1990-luku Kollegoiden tukea

Elina Simonen, pj. 1994–1996

Kaveria ei jätetä -asenne vahvistui, kun laman kourissa kamppailevilta kollegoilta meni lehti alta tai burn out iski. Näistä asioista puhuttiin avoimesti jäsentilaisuuksissa. Olimme toistemme luottamusmiehiä. Toimitukselliset salaisuudet tietenkin säilyivät, mutta päätoimittamisen ongelmista puhuttiin ääneen.

APY:kin yritti lisätä jäsentensä oikeusturvaa. Teimme sopimuksen juristin kanssa. Sen mukaan juridista apua tarvitseva päätoimittaja maksaa itse puhelinneuvottelun kulut, yhdistys osallistuisi harkinnan mukaan mahdollisiin suurempiin kuluihin. Epävarmoista ajoista huolimatta juristiin ei juuri turvauduttu.

Päätoimittaja napataan yleensä rivitoimittajien joukosta, ja sen jälkeen hänen oletetaan olevan valmis johtamaan toimistusta kohti kasvavia levikkilukuja. Hän järjestää koulutusta toimitukselleen, mutta hänellä itsellään ei juuri ole mahdollisuuksia kehittyä omassa ammatissaan.

Niinpä perustimme rahaston tarkoitusta varten ja ryhdyimme odottamaan upeita hakemuksia, joihin liittyisi kutsu ulkomaisiin lehtitaloihin. Matkalle lähtijän olisi jaettava oppinsa muillekin jossain jäsentilaisuudessa. Olisiko yksi hakemus hyväksytty, ja ihana ideamme kuihtui.

APY oli jo kauan halunnut vaikuttaa lehtimieseläkkeiden jakoon, ja nyt se onnistui. Puheenjohtaja kutsuttiin mukaan opetusministeriön työryhmään, joka antoi lausuntonsa eläkkeistä. Se oli kamalaa – hakijoita oli yli sata, eläkkeitä jaossa ehkä 12. Piti huomioida eri mediat, eri toimenkuvat, eri kielialueet, maaseutu. ja kaupunki, sosiaaliset ja ammatilliset syyt. Painetta ei helpottanut kotiin tulleet avunpyyntösoitot.

Oheen perustettiin myös valtion journalistipalkinto niille, joiden ansiot riitti-

vät, mutta tulot olivat liian suuret eläkettä varten. Sen jakoperusteista käytiin tietien kiivasta taistelua.

Elvytimme entisestään lounastapaimisia. Meillä olikin komea setti vieraita: **Martti Ahtisaari** oli hiljan valittu tasavallan presidentiksi, kun **Mauno Koivisto** tuli vieraaksemme. Muistan kysyneeni, miten hän määrittelee roolinsa nyt ex-presidenttinä. Hän vastasi ihmettelevänsä sitä itsekin.

Vieraanamme oli myös kaksi pääministeriä: **Esko Aho** ja **Paavo Lipponen**. Olin Lipposta vastassa hotelli Intercontinentalin edessä. Hän jäi hetkeksi kuuntelemaan uutisia valtioneuvoston auton radiosta. Niissä kerrottiin, että **Hjallis Harkimo** on saanut luvan Hartwall Arenan rakentamiseen. Se suututti Lipposta, joka nousi muristen autosta.

Mielestäni paras jäsentilaisuutemme oli hollantilaisen VNU-kustantamon **Els van Baarenin** tiukka, kolmipäiväinen seminaari Vierumäellä. Hän määräsi meidät muun muassa luomaan lukijalle profiilin ja sen jälkeen suunnittelemaan tälle lehden.

Kävimme Lontoossa ja Allerin vieraana Kööpenhaminassa. Alleria koetellut lama ei ollut saanut tanskalaisia kuitenkaan luopumaan oluthanasta, joka sijaitsi keskellä toimitusta.

Me palkkasimme nyt ulkopuolisen sihteerin. Minun aikanani heitä oli kaksi, kunnes seuraajani **Heikki Vuonamo** pestasi sihteeriksi korvaamattoman **Tuula Tuovisen**.

Oma lehteni *Kotiliesi* selvisi lamasta melko vaivatta. Ilmoitukset hävisivät, mutta lukijat pysyivät uskollisina. Lehdellä on oma hyväntekeväisyysjärjestönsä Kotilieden Kummikerho. Laman aikana kultaiset lukijamme lahjoittivat Kummikerholle enemmän rahaa kuin koskaan aikaisemmin.

APY:a tarvitaan. Toivon, että sen jäsenillä on aina samanlainen keskinäinen solidaarisuuden tunne kuin meillä luvu-
vuosina: ollaan toistemme luottamusmiehiä.



”
**Laman kouuissa
monelta
päätoimittajalta
meni lehti alta.**

Elina Simonen

2000-luku Vauhdikkaat vuodet

Timo Tolsa, pj. 2005–2007

Vuosituhanneen vaihduttua Suomella meni lujaa. Nokia-vetoisen maan bruttokansantuotteen kasvu oli ”huononakin” vuotena 2005 suurempi kuin EU:ssa keskimäärin. Vuonna 2007 Suomesta puhuttiin Pohjolan Japanina aivan kuin kasino-talouden villeinä vuosina 1980-luvulla. Kuten silloinkin, romahdus odotti jo kulman takana.

Puheenjohtajakaudellani talouden kasvu näkyi myös kaupallisessa mediassa. Ilmoitustuloja riitti ja levikit pysyivät vakaina. Aikakauslehdillä meni kokonaisuutena ottaen hyvin. Vaikka lehtiä vuosittain lopetettiin, uusia perustettiin enemmän. Nimikemäärä jatkoi kasvuaan.

Mediamainonta kasvoi Suomessa vauhdilla. Esimerkiksi vuonna 2007 sen kokonaismäärä oli 1,3 miljardia euroa, yli kuusi prosenttia edellisvuotista enemmän. Aikakauslehtien kasvu oli viisi prosenttia. Ruotsissa kasvuennusteita rukattiin kuitenkin alaspäin. Yhdysvalloissa kasvua ei printtimediassa enää ollut.

Kasvuluvuissa voittaja oli tietysti verkkomainonta, joka mainittuna vuonna kasvoi edellisvuodesta lähes kolmanneksella. Sen osuus koko potista oli silti vain viisi prosenttia. Netin merkityksestä median tulevaisuudelle puhuttiin. Alan sanastoon ilmestyi uusia ilmaisuja, kuten klikki. Piti tehdä otsikoita, joilla sai paljon klikkejä. Kukaan ei kuitenkaan oikein tiennyt, miten klikeillä tehtäisiin rahaa, kuten media-rahamen jakautuma kertoi.

Kustannusyhtiöt rakensivat lehdilleen verkkopalveluita. Yhtiöiden ja lehtien kesken verkkoon hankkimisessa oli eroja, ja lukijoiden houkutteleminen perinteisen median parista digitaalisen viestinnän pariin otti aikaa. Kun Tilastokeskus tutki

sanomalehtien verkkolehtien lukemista 2000-luvun alussa, vain neljä ihmistä sadasta seurasi niitä päivittäin. Keväällä 2007 päivittäislukijoita oli jo lähes 60 prosenttia. Aikakauslehdistä vastaava selvitystä ei tehty, mutta voi olettaa, että niiden lukeminen verkkoversioina oli sanomalehtiä vähäisempää.

Myös yhdistyksen jäsenmäärän kehitys heijasteli mukavaa menoa. Vuoden 2006 toimintakertomus kehui yhdistyksen jäsenmäärän olevan kaikkien aikojen suurin. Seuraavana vuonna toimintakertomuksen tekijät yllättivät lukijansa ja kertoivat yhdistyksen jäsenmäärän olevan kaikkien aikojen suurin.

Yhdistys pyrki pitämään huolta jäsenistönsä osaamisesta esimerkiksi järjestämällä POMO-kuureiksi ristittyjä koulutustilaisuuksia. Aiheina muun muassa ”Päätoimittaja: toimituksen veturi vai markkinoinnin apuri”, ”Minkälainen on hyvä esimies – toimittajan näkökulmasta” ja ”Onko menestystä ilman julkiksia?”. Osanotto kursseille oli hyvä, samoin kuin yhdistyksen tilaisuuksiin yleensäkin.

APY:n aloittaessa viidennen vuosikymmenensä toimitustyön luonne on netin, digitalisaation ja sosiaalisen median myötä muuttunut rajusti.

Vaikka toimituksen pitää osata reagoida nopeasti netissä, se ei saa tarkoittaa tosiasioiden tarkastamatta jättämistä. Lähdekriittisyyden merkitys korostuu entisestään.

Muuttuneessa mediamaailmassa päätoimittajan tehtävä on entistäkin haastavampi. Hyvin tehty aikakauslehti on edelleen ”käyttöliittymältään” ylivoimainen lukutuote. Nyt pitää kuitenkin olla myös valmis rakentamaan printtilehteä tukevia sisältöjä erilaisiin digitaalisiin viestintäympäristöihin, kuten blogeihin, vlogeihin, podcasteihin ja Twitter-viesteihin.

Mielestäni Aikakauslehtien päätoimittajayhdistys voi edelleen auttaa jäseniään muuttuvassa mediamaailmassa. Se voi esimerkiksi tarjota seminaareja muutokseen liittyvistä ilmiöistä ja tapaamisista alan ulkomaisten kollegoiden kanssa kokemus-



”
**Jäsenmäärän
kehitys heijasteli
mukavaa menoa.**

Timo Tolsa

ten vertailemiseksi.

2010-luku Median murroksessa

Heikki Valkama, pj. 2011–2015

Aloitin APY:n johtokunnassa rivijäsenenä ja pääsin heti järjestämään koulutusmatkaa Lontooseen. Hotelli oli luokaton läävä ja varaamani loistoravintolan omistaja oli unohtanut merkitä varauksen listalle. Juppina huolimatta minut valittiin seuraavana vuonna APY:n puheenjohtajaksi. Kai se ottaa opiksensa, ajattelivat varmaan.

Aloittaessani olin *Mondon* päätoimittaja, sitten *Apu*-lehden toimituspäällikkö ja lopulta *Imagen* päätoimittaja.

2010-luvun alussa aikakauslehdet vielä porskuttivat. Uusia lehtiä konseptoitiin ja lanseerattiin, lehtiuidistukset olivat tapaus. Digitalisaatio ja median murros olivat iskeneet jo sanomalehtiin, mutta aikakauslehdet sinnittelivät. Isku aikkaripuolelle oli pehmeämpi ja hitaampi.

Printissä nähtiin 2010-luvun alussa vielä bisnesmahdollisuuksia. Lehtiä uudistettiin ja niihin panostettiin. Kotoilu, ruoka ja esimerkiksi karppaus olivat uusia, vahvoja teemoja.

Brändien spin-offit ja pistemäiset erikoisjulkaisut nostivat päätään. Pääsin itsekin lanseeraamaan esimerkiksi uutta *Mondon Ruoka & Matka* -lehteä ja osallistumaan moneen lehtiuidistukseen ja konseptointityöhön. Vuosikymmenen edetessä kustantamot hakivat etenkin 50+-väelle lisälehtiä, jotka käsittelivät terveyttä ja menevää ikääntymistä, kuten *Oma Aika*, *Apu Terveys* ja *ET Terveys*.

Parissa vuodessa printin asema kuitenkin muuttui. Puheenjohtaja-aikani suuri teema oli – antakaa anteeksi sanankäyttö – median murros. Digitalisaatio iski aikakauslehtiin kovaa, mikä tarkoitti jatkuvaa turbulenssia lehtitaloissa. Jotain kertoo se, että vuonna 2014 pidimme miniseminaarin aiheena Plan B – eli mihin

päätoimittajat voivat päätyä, jos eivät jatka journalismin parissa. Samana vuonna järjestimme koulutuksen: ”Monen kanavan tehotoimitus, miten käy journalismin?”

Toimituksia alettiin yhdistää, samat tekijät tuottivat eri lehtiä. Ja samalla esimerkiksi sanomalehdet muuttuivat yhä enemmän aikakauslehtimäisiksi sekä käsitteilytavoihtaan että aihepiireiltään.

APY:n puheenjohtajana kävin lukuisia keskusteluja median tulevaisuudesta. Useista kollegoista tuli ystäviä. Päätoimittajan tehtävä on yksinäinen. Päätoimittaja vastaa journalismista yleisölle, omistajalle ja toimitukselle. Usein tämä tarkoittaa puskurina toimimista eri suuntiin: Päätoimittaja suojelee toimitusta ja lehden brändiä mutta tekee sen yksin. Siksi kollegoiden tuki ja keskusteluyhteys on tärkeää.

Toisaalta APY:n koulutusmatkat ja järjestämämme tilaisuudet auttoivat katsomaan tulevaisuuteen. Tanskassa vierailimme Allerilla, Hollannissa Blendl-startupissa, Tokiossa Jämakässä Asahi Shimbun-lehtitalossa. Kiinnostavien vierailujakin paremmin monelle (ainakin minulle) jäi mieleen vaikkapa se, kun lauloimme koulutusmatkalla Tokiossa karaokea aamuyöllä karaokebaarissa.

Oman puheenjohtajapestini aikana yritin tehdä APY:sta mahdollisimman hyödyllisen. Koulutukset, matkat ja lounasvieraat olivat siksi toiminnan keskiössä. Johtokunnan kokousten määrän yritin saada minimiin. Johtokunnan kollegoiden kanssa työ oli aina nautinnollista.

Taloudellisesti isoin satsaus aikanani oli Vierumäen mökin osto kokonaan yhdistykselle vuonna 2011. Minusta siirto oli viisas vakavaraiselle yhdistykselle.

Siirryin aikakauslehdestä *Imagen* päätoimittajapestiltä Yleen ja ryhdyin kirjoittamaan kaunokirjallisia teoksia. Sekä lukkarinrakkaudesta että kiinnostuksesta alaan seuraan kuitenkin edelleen aikakauslehtiä ja APY:ä tiiviisti. Sitä tarvitaan varmasti jatkossakin. Päätoimittajan pestit ovat mahtavia näköalapaikkoja, mutta työ on edelleen yksinäistä. 🍷



”
**Päätoimittajan
työ on yhä
yksinäistä.**

Heikki Valkama



Mentorointi — keidas arjessa

Mentorointi taipuu moneen: työhön
perehdytykseen, oman uran pohdintaan,
ammattilliseen kasvuun ja työhyvinvointiin.

TEKSTI: MARJO VUORINEN KUVAT OUTI KAINIEMI

K

Keidas arjessa. Pysähtymisen paikka. Ihminen minua varten. Näin mentoroivat eli aktorit kuvaavat kokemustaan mentoroinnista.

”Jo nämä seikat itsessään lisäävät työhyvinvointia”, toteaa mentorivalmentaja **Päivi Kupias**, tuttu nainen APY:n mentorointiohjelmasta 2017.

Mentorit puolestaan ovat iloinneet rikkaan kokemuksen lisäksi siitä, että tapaamisissa ehtii ajatella syvemmin kuin työpäivän aikana.

Perinteisesti mentoroinnissa on ollut tapana, että kokeneempi ohjaa kokemattomampaa. Aiheet kumpuavat aktorin intresseistä. Nykyään on myös samassa uravaiheessa olevia mentorointipareja. ”Vertaismentorointi voi olla hyvinkin hedelmällistä”, Kupias sanoo.

Liian läheltä mentoria ei kannata ottaa.

Yksi mentoroinnin jujuista on juuri se, että törmäytetään erilaisia näkökulmia ja ylitetään rajoja. Parhaat ja riemullisimmat oivallukset syntyvät silloin.

”Sen sijaan, että pohtisi, onko tämä tyyppi minulle täydellisen sopiva mentori, kannattaa ajatella, miten suhteesta tulee hyvä. Silloin molemmat oppivat.”

Kupias antaa pari hyvää ohjenuoraa valintaan. Esimiestaitojen tarkasteluun kannattaa ottaa mentori kauempaa omasta organisaatiosta tai ihan kokonaan toisesta yrityksestä. Jos taas pohdinnat painottuvat toimituksellisiin asioihin, on järkevää, että ihmiset puhuvat samaa kieltä.

”Silloinkin parin kannattaisi olla eri tyyppisistä toimituksista, toisen vaikka lifestyle-lehdestä, toisen tekniikasta.”

Perehdytysvaiheen mentoroinnissa parin on hyvä olla samasta organisaatiosta.



Mentoroinnissa voi puhua mitä tahansa omaan työhön ja sen kehittämiseen liittyvästä asiasta: ajankäytöstä, priorisoinnista tai työn ja perheen yhdistämisestä. Urapolun pohtimisesta ja esimiehenä kehittymisestä. Aiheista, joita ei tohdi muissa ympyröissä käsitellä.

”Voi tuoda pöytään ongelmia ja nolojakin juttuja. Eikä tarvi pönöttää. Kaikki perustuu luottamukseen. Asioita ei puhuta muualle”, Kupias sanoo.

Mentorilla ei tarvitse olla vastausta kaikkiin kysymyksiin. Tärkeintä on halu tukea ja auttaa. Joskus riittää, että vain kuuntelee. Aktorin ajatukset jäsentyvät puhumalla.

Pari tapaa tavallisesti 6–8 kertaa, maksimissaan parisen tuntia. Kupiaksen mukaan suhde ehtii kehittyä kuudella kerralla.

”Ryhmämentorointiakin kannattaa kokeilla, jolloin mukana on 2–3 aktoria. He tukevat hienosti toinen toisiaan.”

Vastapainon uusi kustantaja, entinen *Ison Numeron* päätoimittaja ja *Voiman FIFTI*-verkkolehden päätoimittaja **Hannele Huhtala**, 39, oli mukana APY ry:n edellisessä mentorointiohjelmassa.

Hänen mentorinsa oli pitkän uran *Talouselämän* toimituspäällikkönä tehnyt **Jouni Luotonen**.

”Kaipasin mentorointia, sillä minulla

”
**Mentorilla ei
tarvitse olla
vastausta kaikkiin
kysymyksiin.
Tärkeintä on halu
auttaa.**

Päivi Kupias

ei ollut päätoimittajana lehtitaloa tukena. Osasin hippi-lehtihommat, mutta tarvitsin lehden talouden ja budjetoinnin ymmärtämistä”, Huhtala kertoo.

Jouni Luotosella oli vahva kokemus yhteiskunnallisista asioista ja lehden teosta. Pari tapasi kerran kuussa Musiikkitalon kahvilassa. Vuoden mentorointi venähti kahdeksi vuodeksi yhteisestä sopimuksesta, sillä Huhtalan työssä oli menossa suuri murrosvaihe.

”Parasta mentoroinnissa oli se, että pääsin tutustumaan Jouniin. Sukupolvien väliset kohtaamiset ovat harvassa. Meistä tuli myös ystäviä. Mentoroinnin loputtua

postasin Facebookiin meistä kuvan. Eräs ystäväni totesi, että ’jokainen tarvitsee oman Jounin’.”

”Jounin halu auttaa eteenpäin oli mahdollista. Hän tutustutti minua muihinkin konkareihin. Vaikka en ollut Jounin kanssa aina samaa mieltä, kunnioitin kokemuksen rintaääntä. Hän oli vaativa, hyvää tarkoittavalla tavalla. Sitä paitsi on yllättävän voimauttavaa, kun voi tilittää kaiken ulkopuoliselle ihmiselle, joka ymmärtää lehden teosta ja kustantamisesta.”

Hannele Huhtala sanoo, että mentorointi myös opetti sen, että ihmisiin kannattaa luottaa ja puhua suoraan.

”Opin todella paljon strategisesta ajattelusta, lukijanäkökulmasta ja konsepti-ajattelusta. Tajusin myös, ettei omaa osaamista pidä hajottaa liian moneen ja että on taito osata pyytää apua. Kasvoin ammatillisesti. Aloin hahmottaa omia kykyjäni ja tekemiseeni tuli itsevarmuutta.”

”Nyt minulla isommat saappaat jalassa kuin mentoroinnin alussa. Olen vastikään aloittanut kustantajana Vastapainossa. Ryhdyn ehdottomasti itsekin joskus mentoriksi”, Huhtala vakuuttaa.

Jouni Luotonen, 73, oli ehtinyt olla eläkkeellä jo muutaman vuoden. Hän halusi kokeilla mentorointia.

”Minulla oli aikaa ja kuvitelma, että joku voisi hyötyä kokemuksestani. Parin

ensimmäisen tapaamisen ajan tutustuimme toisiimme. Ensimmäisellä kerralla opiskelin, millainen lehti *Iso Numero* on. Tiesin sen vain nimeltä.”

”Hannele oli tavattoman yksin, sillä hänellä ei ollut esimiehiä. Minä kuuntelin, kuuntelin ja kuuntelin – ja kommentoin välillä kuulemaani”, Luotonen kertoo.

”Vei muutaman kuukauden, ennen kuin pystyin esittämään ideoita tai tyhmiä kysymyksiä. Siitä jonkin kuukauden päästä minulla oli jo enemmän edellytyksiä pohdita Hannelen kokemuksia ja tunteita. Siinä vaiheessa näimme myös, mitkä asiat ovat edistyneet ja mitkä tramppaavat paikoillaan.”

Jouni Luotonen sanoo, ettei heillä ollut mitään selkeää metodia.

”Epämääräinen ammatillinen tavoite ohjasi keskustelujamme. Henkilökohtaisia asioitakin puhuimme, mutta vähän.”

Taustojen erilaisuus ja eri perspektiivit olivat hyödyllisiä – sekä suuri rikkaus.

”Oma kokemukseni on lehtitalosta. Yhden lehden yritys on täysin toisenlainen. Sellaisessa delegointimahdollisuudet ja pelivara ovat vähissä. Kerroin kokemuksiani päätöksenteosta, vastuusta, suunnittelusta ja erilaisista työskentelytavoista, joita Hannele sitten hyödynsi.

”Minua innosti Hannelen tapa ajatella hurjan konkreettisesti. Asiat, joita hän otti esille, olivat hyvin käytännöllisiä. Niihin oli aika helppo tarttua. Se, pystyikö kaikkia käytännössä ratkaisemaan, on eri asia. Taivasteluun emme käyttäneet aikaa.”

Jouni Luotonen arvelee, että mentorointiohjelma voisi olla hyvä juttu kenelle tahansa nuorelle päällikölle tai esimiehelle, joka kokee yksinäisyyttä tai tuen puutetta työpaikallaan.

”Minulle mentorointi ei koskaan käynyt raskaaksi. On palkitsevaa, kun tuntee olevansa hyödyksi toiselle. Se on kiva tunne.”

*Kirjoittaja on toimittaja ja ratkaisukeskeinen lyhytterapeutti, joka tekee myös työnohjausta ja mentorointia. www.betterdays.fi
Hän on toiminut myös *Me Naiset* -lehden päätoimittajana.*

Haluatko mentorointiohjelmaan?

Tammikuussa 2020 käynnistyy APY:n uusi mentorointiohjelma. Siihen tarvitaan sekä mentoreita että mentoroitavia eli aktoreita. Tule mukaan, saat uusia ideoita ja oivalluksia työelämästä.

APY:n 2017 alkanut mentorointiohjelma oli menestys, ja nyt on uuden aika. Mentorointikouluttaja **Päivi Kupias** yhdistää uudet mentorointiparit ohjelmaan ilmoittautuneiden toiveiden ja työkokemusten perusteella. Hän on myös mukana aloitustapaamisessa ja alustaa onnistuneesta mentoroinnista ja mentoroinnin pelisäännöistä. Osallistujat saavat linkit hänen aineistoihinsa, joista toinen on tuore, Helsingin yliopiston käyttöön tehty mentorointiopas. Mentorointiohjelmamme aloituksen kustantaa APY, mutta itse mentorointi on vapaaehtoistoimintaa.

Toimi näin

- Lähetä oma hakemuksesi sähköpostiosoitteeseen, jonka löydät yhdistyksen nettisivulta apyfame.fi. Sieltä löydät myös kysymykset, joihin vastaamalla voit hakea ohjelmaan.
- Deadline 30. marraskuuta 2019.
- Päivi Kupias tutustuu hakemuksiin joulukuun aikana ja valitsee sopivat parit.

Aloitustapaaminen

Aika: 15.1.2020 klo 17.00–19.00

Paikka: Tony’s Street Bar, Bulevardi 7

Kyseessä on vuoden mittainen jakso, ja tammikuussa 2021 pidetään yhteenvetotilaisuus. Mentorointisuhde voi toki jatkua sen jälkeenkin.

Tervetuloa!

Päätoimittaja vapaalla

Salsa, pakohuoneet ja olut,
siinä kolme keinoa irrota arjesta.

KUVAT SAMI PISKONEN

Anna-Liisa Hämäläinen on
Koti ja keittiön ja Oman Ajan
päätoimittaja. Hän toimi APY:n
johtokunnan jäsenenä 2003–2007
ja puheenjohtajana 2008–2010.

”Tanssiessani elän tässä ja nyt”

Kuubalaisten tanssien alkuvoima ja ilo ovat vieneet Koti ja keittiö- ja Oma
Aika -lehden päätoimittajan Anna-Liisa Hämäläisen sielun. Sen hän on
antanut mielellään, sillä missään harrastuksessa ei ole ollut yhtä hauskaa.

” Marraskuussa 2014 minua
haki Kuubassa tanssimaan
mies, jolla oli uurteiset
kasvot, lämpimät silmät,
valkea lippalakki ja karheat kädet. Nah-
keassa illassa tanssin parisalsaa eli casinoa
ensi kertaa elämässäni. Hirvitti.

”Tu puedes”, pystyt, hän sanoi.

Hän vei. Seurasin. Pystyin.

Katsoin illan muita tanssijoita: kaiken
kokoisia, ikäisiä ja näköisiä. Ja kaikilla
sama ilo. Tätä haluan oppia!

Olen aina pitänyt lattarimusiikista
ja tanssimisesta. 1980-luvulla harrastin
pitkään jazzbalettia ja afroa. Sitten tulivat
lapset ja heidän harrastuksensa. Myöhem-
min kävin tyttäreni kanssa zumbassa ja
kuntokeskusten tanssitunneilla.

”Äiti, olet tyhmä, kun et mene oikeille
tanssitunneille. Saisit niistä niin paljon
enemmän”, hän toisti.

”Olen liian vanha ja paksu enkä opi”,
juputin.

Onneksi tuli Trinidadin ilta. Sen jäl-
keen en ole luopunut tanssista, sillä se
tekee minut onnelliseksi.

Kuubalaiset tanssit aloitin salsalla,
mutta olen tehnyt kaikkea reggaetonista
cabaretiin. Käyn sekä soolo- että paritun-
neilla kahdessa helsinkiläisessä tanssi-
koulussa. Rakastan vauhdikasta salsaa,
mutta yhä enemmän hienovaraista sonia,
alkuvoimaista rumbaa ja afroa. Afroa eli
santeria-uskonnon eri jumalien, orishojen,
tansseja haluan tuntea, koska siellä on
kaikkien kuubalaisten tanssien ydin.

Tanssisalissa olen kokenut häpeää ja
ollut ihana. Olen rakastanut ja inhonnut
vartaloani ja liikkettäni. Olen kokenut pu-
toamiset ja onnistumiset. Olen riemuin-
nut, kun kehoni muistaa liikkeitä, joita se
on tehnyt vuosikymmeniä sitten.

Olen oppinut koskettamaan ja tule-
maan kosketetuksi asiaa miettimättä.
Toisen läheisyys ja liikekieli voivat olla
hienoja tai siedettäviä, mutta ilman kahta
kehoa ei ole paritanssia.

Sopeutan harrastukseni työhön niin,
että menen tanssitunneille ja jatkan töitä
sen jälkeen, mikäli on tarvis. Olen valmis
rytmittämään työtäni näin, koska tanssi
antaa minulle niin paljon iloa ja energiaa,
joiden avulla jaksan myös töissä.

Joinakin vaikeina aikoina tanssi on
pitänyt minut järjissäni. Tunneilla kun en
voi ajatella muuta kuin rytmiä, koreografi-
aa ja vientiä.

Missään harrastuksessani ei ole niin
hauskaa kuin kuubalaisten tanssien
tunneilla. Suurin osa opettajistani on
myös selkeästi minua nuorempia ja yksi

tärkeimmistä esikoiseni ikäinen. Tanssis-
sa heillä on täydellinen auktoriteetti, sillä
he ovat ammattilaisia, minä en.

Olen oppinut nauttimaan opetettavana
olemisesta. Saan olla puutteellinen. En
pelkää palautetta, vaan toivon sitä. Tanssi
opettaa myös keskittymistä ja asioiden
tekemistä loppuun yksi kerrallaan.

Ihaninta ovat tanssimatkat Havannaan.
Olen tehnyt kolme, ja lisää tulee. Matkalla
ei ole muita huolia kuin olla ajoissa oikeas-
sa paikassa ja pysyä rytmissä. Musiikin ja
tanssin energia on käsittämätöntä päivästä
toiseen. Tarkinta opetusta olen saanut
Havannassa. Missään muualla minulta ei
ole vaadittu niin paljon.

Matkoillani olen saanut takaisin myös
espanjan. Kielitaidon ja ammattitautini
haastattelemisen ansiosta olen tutustunut
monenlaisiin ihmisiin ja saanut tietää hei-
dän elämästään.

Kuubassa moni ongelmani kutistuu.
Kuulen perheestä, jossa valtion kuukau-
sipalkalla ei saa lapselle kenkiä. Arkisista
tavaroista on pulaa, pullovedestä alkaen.

Silti en ole missään kohdannut samaa
ystävällisyyttä, iloa ja huolenpitoa kuin
Havannassa. Ihmisyyys on siellä kovem-
massa kurssissa kuin aineellisesti yltäkyl-
läisessä kotimaassani.

Muutun Kuubassa tunteellisemmaksi.
Nauran ja halailen enemmän. Voin itkeä
ilman surua tai ikävää. Kosketan jotain si-
simmästäni tavalla, jota en osaa sanoittaa
tarkasti. Ehkä se on eniten sitä, että elän
tässä ja nyt.

”
**Vaikeina aikoina
tanssi on
pitänyt minut
järjissäni.**

Kuohuvan intohimoinen harrastus – ja työ

Olutposti-lehden päätoimittaja Anikó Lehtisen elämässä harrastus ja työ yhdistyvät saumatta. Työssään hän kirjoittaa ja luennoi oluesta, kotona hän maistelee oluita ja kokeilee niihin sopivia ruokaohjeita.

”Nuorena en edes pitänyt oluesta. Minusta piti tulla surffausta harrastava poliittisen historian tutkija.

Koko urani ja harrastukseni oluen parissa on puhdas vahinko. Valmistumiseni jälkeen aloitin työstämään väitöskirjaa mutta tarvitsin työpaikan. Silloin Sinebrychoffin panimo haki asiakaskoulutusohjelman vetäjää ja ajattelin, että tuossapa hyvä homma, jota voisin tehdä ennen akateemiselle uralle antautumista. Sainkin paikan.

Kun ensimmäisen kerran maistoin panimon juuri lanseeraamaa, Suomessa uusilla amerikkalaisilla humalilla maustettua erilaista olutta, olin myyty. Ymmärsin, että olut oli paljon monipuolisempi juoma kuin mitä olin kolmostuoppia ravintolassa laskemassa ajatellut. Työkseni tuli oluen maailmaan syventyminen.

Koen maut ja tuoksut voimakkaasti, ja oluen maun moninaisuus vei mennessään. Oluissa löytyy koko makujen kirjo; trendikkäät jenkkityylliset IPA-oluet tuoksuvat metsäisen havuisilta ja greippisiltä, hapan-oluet kirpeän hedelmäisiltä, tummat oluet kahvisen paahteiselta ja raikkaat lagerit hennosti leikatulta ruoholta.

Kiinnostuin oluesta myös vapaa-ajalla. Luin kaikki saatavat olutkirjat, googlasin oluttietoutta, juoksin läpi suomalaiset olutravintolat, kävin oluenteon kurssit, opiskelin aihetta ravintolakoulussa ja maistoin kaikki olutuutuudet, jotka sain käsiini.

Yksi harrastuksen avaimista oli, että myös silloinen puolisoni innostui aiheesta. Yhdessä matkailimme oluen perässä, kävimme kansainvälisissä oluttapahtumissa maistelemassa täysin uusia, erilaisia oluttyylejä.

Oluttuntemukseni syvetessä työkuveni panimolla muuttui olutasiantuntijaksi. Oluen osa syveni myös vapaa-ajassani. Ostimme silloisen puolisoni kanssa koti-olutlaitteen, koska halusimme oppia tekemään olutta itse. On elämys kauhoa mallasta, haistella humalaa ja luoda mieleisensä olut. Näin syntyi kotisaaremmme Munkkisaaren mukaan nimetty kotipanimomme *Donut Island Brewing*, joka sittemmin kaupallistui. Nykyään merkin oluita saa Alkosta ja ruokakaupasta.

Ruuan ja juoman liitto on kiinnostanut minua aina, ja oluesta löysin uuden ruokajuoman. Etsin erilaisia reseptejä ja kokeilin

kotona tietenkin perinteisiä olutruokia, kuten patoja ja liharuokia. Yhdistin olutta aivan uudella tavalla myös sellaisiin ruokiin, joita yleensä nautitaan viinin kanssa.

Ruuanlaitosta ja ruokajuomien kokeilusta tuli rakas harrastukseni. Jos haluaa helposti syventyä oluen ja ruuan maailmaan, kannattaa aloittaa kokeilu juustoista ja oluesta: kokeile IPA-olutta ja sini-homejuustoa, makeaa kirsikkaolutta ja brietä tai kypsää goudaa ja belgityylistä blond alea. Ja jos pidät makeasta, kermatoffee sopii kaikkien oluiden kanssa!

Olen kirjoittanut opintojeni alusta asti lehtijuttuja, ja oluesta tuli sittemmin yksi lempiaiheistani. Ensimmäinen olutkirjani *Yks olut* ilmestyi vuonna 2014 (WSOY). Nyt työn alla on neljäs kirja. Olen tehnyt myös *Oispaolutmestari*-podcastia.

Työaikani jakaantuu oluen opetuksesta Laurea-ammattikorkeakoulussa oluesta kirjoittamiseen *Olutposti*-lehdessä ja muissa yleisö- ja ammattilehdissä. Toimitan myös OLUTFM-nimistä ohjelmaa Business FM -radiokanavalla.

Edelleenkin olut ei riitä minulle vain työnä, harrastan sitä intohimoisesti. Nykyisen puolisoni kanssa harrastamme oluita yhdessä, ja vaikka hänkin on olutalalla, hän jaksaa kiinnostua oluista myös vapaa-aikanaan.

Harrastukseni on syventynyt niin, että teen väitöskirjaa, tosin aihe on vaihtunut vuosien varrella. Nyt kirjoitankin tutkimusta keskioluen historiasta.”

”**On elämys kauhoa mallasta, haistella humalaa ja luoda oma olut.**

Anikó Lehtinen on Olutposti-lehden päätoimittaja, joka tekee myös Oispaolutmestari-podcastia ja olutaiheista radio-ohjelmaa.



Vaikeat tehtävät vievät mukanaan

Tunti keskellä seikkailua ja jännitystä pakottaa unohtamaan työn ja opettaa uusia taitoja, ei vähiten itsetuntemusta. Trendin päätoimittaja Mari Karsikas on käynyt pakohuoneissa seitsemässä maassa.

”Kun vietnamilaisen van-
kilaan ovi lokahti kiinni
minun ja mieheni takana,
mielessäni oli vain yksi

asia: ulos oli päästävä – ja mieluiten alle
tunnissa. Olosuhteet eivät vaikuttaneet
järin mukavilta: sellissä oli vain yksi kapea
laveri. Kaltereiden toisella puolella oli van-
ginvartijan pöytä, sen päällä lehtileikkeitä
ja asiapapereita. Ne herättivät toiveen va-
pautumiseen johtavasta vihjeestä.

Tartuin kaltereihin ja heilutin niitä kuin
elokuviissa aina tehdään. Ne eivät liikahta-
neet. Eikä kukaan ollut vahingossa jättänyt
avainta oveen. Mutta seinällä roikkuvas-
sa peilissä oli jotain kiinnostavaa: se tuntui
viestivän, että jossain on peilikirjoitusta.
Tuijotin peiliin ja aloin pikkuhiljaa ym-
märtää, mitä näin takanani. Siellähän oli
selkeä vihje!

Näin alkoi yksi monista pakohuone-
seikkailuistani, tällä kertaa ihan oikeasti
Vietnamissa.

**Pakohuonepelien idea on simppe-
li:** 2–6
hengen ryhmä suljetaan huoneeseen ja
on tunti aikaa päästä ulos. Jotta oven saisi
auki, pitää ratkaista lukuisia nokkeluutta
ja yhteistyötä vaativia tehtäviä.

Mutkikkaiden koodilukkojen lisäksi
huoneissa on usein salakirjoitusta ja piilo-
tettuja avaimia. Koskaan ei silti tiedä, mil-
loin päätyy vaikkapa ohjaamaan lasiseinän
takaa kauko-ohjattavana auton päin sei-
nää niin, että se osuu samalla ovenavaus-
nappiin.

Huoneissa kiinnostavat myös tausta-
tarinat: olen paennut mielisairaala-
sta, po-
mon huoneesta ja mummon luota, estänyt
Donald Trumpia painamasta ydinaseen
laukaisunappia ja ratkaissut Bodomin-
järven arvoituksen.

Kun kerron pakohuoneista muille, pää-
dyn lähes aina vastaamaan kahteen kysy-
mykseen. Ei, ahtaanpaikankam-
moa ei tar-
vitse pelätä: usein ovi on oikeasti auki koko
ajan paloturvallisuussyistä tai se avautuu
oven vieressä olevasta napista. Yllättävän
usein käy niin, että vaikka kuvittelee tul-
leensa yhteen huoneeseen, vaatekaapin
kautta ryömit toiseen tilaan, josta avautuu
salaovi kolmanteen.

Ja jos ei keksi yhtään vihjettä, peli ei
lopu siihen eikä siitä tarvitse nolo-
stua: pelinohjaaja auttaa. Hän antaa kaikille
halukkaille vihjeitä ja pitää huolen siitä,
että peli etenee ja kaikilla on mukavaa.

”

**Pakohuoneet
ovat opettaneet
ajattelemaan
luovemmin.**

Lahjakortin ensimmäiseen pakohuo-
neeseeni sain neljä, viisi vuotta sitten.
Innostuin jo ensimmäisellä kerralla pako-
huoneiden tarinallisuudesta, kekseliäistä
vihjeistä ja totta kai onnistumisen ilosta.

Sen jälkeen olen selvittänyt kymmeniä
pakohuoneita, yhteensä seitsemässä eri
maassa ja Suomessakin viidessä kaupun-
gissa. Jos kiinnostaa, googlaa *escape room*!

Monista harrastuksista sanotaan, että ne
ovat rentouttavia, koska niiden aikana ei
voi ajatella töitä. Pakohuoneetkin tehoavat
hyvin: kun töissä on vaikeita ratkaisuja
tehtävänä, niistä pääsee hetkeksi eroon
korvaamalla ne uusilla haasteilla.

Pakohuoneista olen oppinut monen-
laista muuhunkin elämään: tiedän olevani
toimintakykyinen paineen alla, en pelkää
kokeilla hölmöjäkään ratkaisuja ja olen
oppinut ajattelemaan luovemmin, jos en-
simmäinen ratkaisuyritys ei toimi.

Yhteistyö mieheni kanssa vahvistunut:
tuntemme vielä paremmin toistemme
vahvuudet ja yhdistämällä niitä saamme
asiat ratkaistua. Kellon uhkaava tikitys saa
meidät välillä puhumaan toisillemme
huutamalla, mutta se, mikä tapahtuu
pakohuoneessa, jää pakohuoneeseen.

Ja miten kävi vietnamilaisessa vankilas-
sa? Huonosti. Tunti ei riittänyt huoneen
tekijän logiikan ymmärtämiseen eikä
pelinohjaajan englannin kielen taito
meidän auttamiseemme. Onneksi kaikki
olikin vain leikkiä. 🎮

Mari Karsikas on Trendi & Lilyn
päätoimittaja. Hän poseeraa
presidentillisesti Amazed Games
-yrityksen Valkoiseksi taloksi
lavastetussa pakohuoneessa.

Jälkikirjoitus Maija Toppila



Nähdään juhlissa!

Ihanko oikeasti uskomme, että lehtibrändi voi elää jatkossa vain tunkeutumalla lukijansa jokaiseen valveillaolon hetkeen kaikilla kanavilla? Tämän lehden yhtenä tekijänä mietin, kuinka uskottavaa tulevaisuutta aikakauslehtien päättäjät ennustavat ja miten kuvitelmat vaikuttavat toimiimme.

Kuka jaksaa surfata lempilehden tviittien, uutiskirjeiden, instakuvien, somepostausten seassa, kun pää on kuin ampieispesä jo pakollisen uutisvirran jäljiltä. Kolme sekuntia, klik, viisi sekuntia, klik.

Levoton kiinnostavan sisällön etsiminen ei jätä mahdollisuutta keskittyä juttuun sen vertaa, että saisi selville, onko se edes tärkeä. Luvattoman usein sitä harhautuu järjettömille sivupoluille tutkimaan esimerkiksi ammattirikollisten tribaalitatuointien viestejä tai tuijottamaan kuvaa mustasta aukosta, jota siis ei voi nähdä.

Nääntynyt surfaaja pelastautuikin pommitukselta jonkin HBO Nordicin loistosarjan maailmaan. Draama pakottaa sen viettäväksi, panee ajattelemaan ja ihastumaan loistavaan käsikirjoitukseen, kuvaukseen ja näyttelijäntyöhön.

Miten aikakauslehti pystyisi samaan, vai pystyykö? Syvälinen featurejuttu on mantra, jota hoemme – sen pitäisi pelastaa hidas journalismi. Nyt vain seura, jossa hyvä lukujuttu kisaa yleisön huomiosta, on entistä kovempi. Se ei useinkaan ole toinen luku-elämys vaan esimerkiksi Netflix tai Yle Areena.

Viimeksi kuitenkin törmäsin sellaiseen *Suomen Kuvalehdessä*. Helmikuinen **Elina Järvisen** ja **Vappu Kaarenojan** kirjoittama juttu Olipa kerran Pasila on tajunnanräjäyttävä juttu – maailmanlopusta. En kuvaile sitä enempää, se on vapaasti verkossa luettavissa. Jutusta myös selviää, että sen tekemistä on tukenut Tiina ja Antti Herlinin säätiö. Apurahan turvin toimittajat ovat voineet tehdä juttua pitkään ja hartaasti, myös omalla ajalla.

Nytkin viitataan nettiin. Hyvää juttua ei tarvitse painaa paperille. Yhä useampi lukee aamun uutislehden tabletilta, niin minäkin. Myös tämä APY ry:n juhlanumero on luettavissa nettisivuillamme.

Miten hyvät jutut löytyisivät, ellei meillä ole majoita, lehtibrändejä? Majakat näyttävät suunnan, ja hyvät jutut kirkastavat majakan valoa.

Sosiaalinen media tulee avuksi, kun haluaa vaihtaa mielipiteitä, löytää hyviä luku- ja menovinkkejä, ilmentää omaa tyyliä, jakaa reseptejä tai matkakohteita. Nuoret elävät tässä maailmassa ja enemmässäkin jo nyt. Jännä nähdä millaisia sisältöjä he luovat ja nauttivat työelämän koulimina viisikymppisinä.

Ja täytyy sitä tavatakin. Tämä numero kertoo aikakauslehistä ja niiden tekijöistä, mutta onneksi myös näemme. Jatketaan juttua kasvotusten Kämpissä torstaina 31. lokakuuta. 🍷

Kirjoittaja on ollut Hyvän Terveysen, ET-lehden ja Antiikki & Designin päätoimittaja.

7 syytä kuulua APY:yn

- 1 Saat APY/FAME:n pressikortin
- 2 Verkostoidut kollegoiden kanssa
- 3 Kehityt ammatissasi, saat alan koulutusta
- 4 Tapaat kiinnostavia vieraita tilaisuuksissamme
- 5 Voit hakea stipendiä omiin opintoihin
- 6 Pääset räätälöidyille ulkomaanmatkoille
- 7 Käytössäsi on Vierumäen lomamökki

www.apyfame.fi

APY / FAME

www.apyfame.fi