



SANOMALEHTIEN LIITTO

VUOSIKERTOMUS 2017

ÅRSBERÄTTELSE | ANNUAL REPORT

PELKKÄ TOTUUDEN SIEMEN EI UUTISESSA RIITÄ.

Kaikki toimittajat ovat
tarinankertojia, mutta
kaikki tarinankertojat
eivät ole toimittajia.
Vain toimittajia sitovat
Journalistin ohjeet,
jotka takaavat meille
totuudenmukaisen
tiedonvälityksen – niin
verkossa, printissä
kuin mobiilissa.

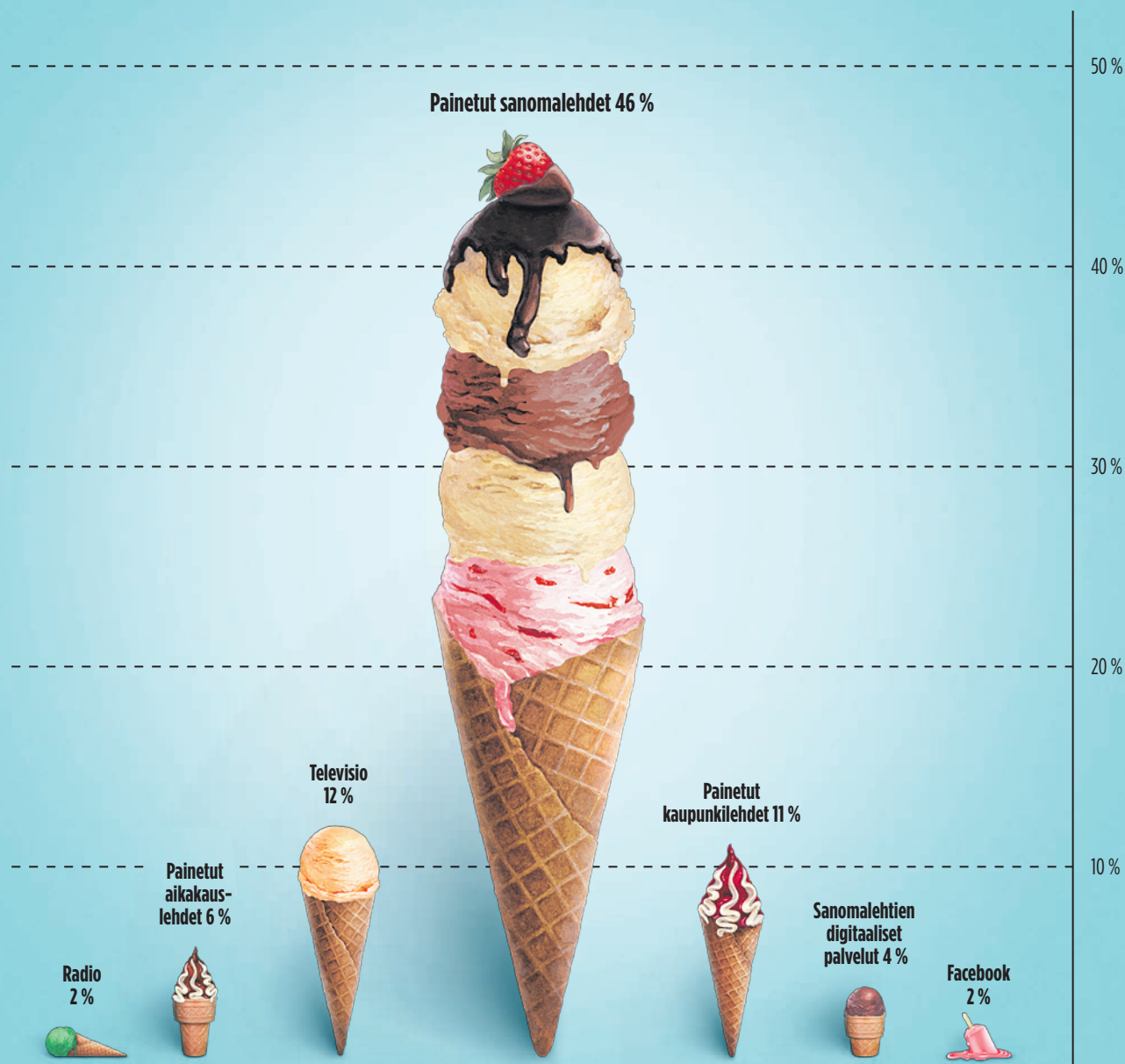
*Sanomalehti
– totta, tärkeää ja
kiinnostavaa.*



OIKEASSA PAIKASSA MAINOS MAISTUU PAREMMALTA.

Mistä mieluiten lukee, katsoo tai kuuntelee mainoksia?

Lähde: IROResearch, Tuhat suomalaista, syyskuu 2017. Sanomalehtien Liitto.



Aikakauslehtien digit. palvelut 1 % Kaupunkilehtien digit. palvelut 1 % Google 1 % YouTube 1 % Twitter 0 % Instagram 0 % WhatsApp 0 % LinkedIn 0 % En osaa sanoa 15 %

Mainos on pidetty ja haluttu vieras, etenkin kun laitat sen sopivaan välineeseen. Ylivoimaisesti mieluisin mainosmedia on sanomalehti.



SANOMALEHTIEN LIITTO

Sisällys

Yleistä	4
Edunvalvonta	6
Sanomalehtialan kilpailukyky ja mielikuvat	7
Mediakasvatus	12
Kaupunki- ja paikallislehdet	14
Suomen Lehdistö	15
Kansainvälinen yhteistyö	15
Koulutukset	16
Lausunnot ja lehdistötiedotteet	16
Laatukilpailut	17
Sanomalehtien Liiton jäsenet ja niiden julkaisemat lehdet	18
Henkilökunta	23
Toimielimet	23
Edustukset	24
Sammandrag	26
Summary	27



SANOMALEHTIEN LIITTO

Sanomalehtien Liitto on sanomalehtien ja kaupunkilehtien kustantajien toimialajärjestö. Se on media-alan yhteistä edunvalvontaa hoitavan Medialiiton suurin jäsenjärjestö. Sanomalehtien Liiton jäsenenä on 123 yritystä. Liiton jäsenyritykset ovat sanoma- ja kaupunkilehtien julkaisijoita, konserniyhtiöitä, jakeluyhtiöitä, kuva- ja uutistoimistoja, markkinointiyhtiöitä ja sanomalehtipainoja. Liittoon kuuluu 243 jäsenlehteä.

Sanomalehtien Liiton tehtävä on vahvistaa monikanavaisen sanomalehdistön yhteiskunnallista

merkitystä, elinvoimaa, roolia lukijalle ja mainostajille johtavana viestintäkanavana sekä asemaa ihmisten arjessa.

Sanomalehtien Liitto valvoo jäsentensä etuja yhdessä Medialiiton kanssa. Se edustaa sanomalehtiä muun muassa sananvapauden, journalistisen itsesääntelyn, jakelun, mediamainonnan ja mediakasvatuksen alueilla.

Liitto osallistuu myös alan kansainväliseen edunvalvontaan. Liitto tukee sanomalehtiyhtiöiden kehitystyötä ja henkilöstön osaamisen kehittämistä hankkimalla ja jakamalla tietoa sekä järjestämällä koulutustapahtumia ja laatukilpailuja. Se on myös sanomalehdistön sisäisen yhteistyön foorumi.

Vuosikertomuksessa on kuvituksena liiton jäsenilleen tuottamia ilmoituksia. Kannessa on kuva *Sirpaleista kokonaisuuteen* -sarjasta.

Yleistä

Kertomusvuosi oli Sanomalehtien Liiton 109. toimintavuosi. Vuonna 2017 liiton toiminnan painopisteitä olivat sanomalehdistön edunvalvonta, sanomalehtialan kilpailukyvyyn ja mielikuvan vahvistaminen sekä medialukutaidon tukeminen.

Sanomalehtien Liiton edunvalvonnassa korostuivat jakelu ja postilain uudistus. Eduskunnan hyväksymä uusi postilaki säilytti viisipäiväisen postinjakelun haja-asutusalueilla, mutta antoi mahdollisuuden harventaa jakelun kolmipäiväiseksi sanomalehtien varhaisjakelualueilla. Postin on kilpailutettava vähintään yleispalvelukirjeiden jakelu varhaisjakelualueiden ulkopuolella.

Medialiitto vastasi media-alan yhteisestä edunvalvonnasta. Digilehtien tilausmaksujen arvonlisäveron alentaminen painettujen lehtien tasolle jumittui EU:n päätöksenteossa yksimielisyysvaatimukseen. Medialiitto teki Yleisradion lehdistönkaltaisista verkkopalveluista valtiontukikantelun Euroopan komissiolle. Kustantajien oikeusasemaa parantava esitys lehtijulkaisujen suojasta digitaalisessa liiketoiminnassa sai tukea Euroopan parlamentissa mutta ei Suomessa.

Luotettavan, totuuteen pyrkivän ja virheensä korjaavan uutismedian merkitys tunnistettiin niin Suomessa kuin maailmallakin. Facebookia, Googlea ja Twitteriä kritisoitiin valeuutisten levittämisestä, kansalaisten näkökulmien kapeuttamisesta ja vihapuheesta, mikä korosti luotettavan sanomalehdistön merkitystä. Demokraattisen yhteiskunnan vakaus edellyttää, että kansalaiset voivat pohjata mieliteksteinsä oikeisiin faktoihin.

Liitto panosti suomalaisten medialukutaidon vahvistamiseen. Liitto julkaisi koko toimintavuoden ajan *Meidän juttu* -verkkoletettä, jota toimittivat lapset ja nuoret opettajiensa johdolla ja yhteistyössä paikallisten lehtien kanssa. Hanke oli osa Suomen 100-vuotisjuhlavuoden ohjelmaa.

KASVU DIGITAALISESSA KÄYTÖSSÄ

Digitaalisen lukemisen, tilaamisen ja mainostamisen osuus kasvoi edelleen. Silti lähes 90 prosenttia sanomalehtien tuloista tuli edelleen painetuista lehdistä.

Sanomalehtien digitaalisten tilausten määrä kasvoi yli 30 prosentin vuosivauhtia. Kevään 2017 levikintarkastuksessa 52 prosenttia tilauksista oli printin ja digin yhdistelmätilauksia, 36 prosenttia pelkkiä printtitilauksia ja 12 prosenttia pelkkiä digi-tilauksia. Painettujen sanomalehtien tilausten määrä jatkoi 5–6 prosentin lasku-uralla.

LÄHES KAIKKI LUKEVAT SANOMALEHTIÄ

Kansallisen Mediatutkimuksen mukaan 89 prosenttia suomalaisista luki viikoittain sanomalehteä syksyllä 2017. Painettuna sanomalehteä luki 71 prosenttia, tietokoneella 43 prosenttia,

puhelimella 47 prosenttia ja sähköisellä lukulaitteella 24 prosenttia suomalaisista. Päivittäin sanomalehtiä luki reilut 60 prosenttia suomalaisista.

Sanomalehden lukemisen muutosta kuvastaa hyvin se, että mittauksessa mukana olevien 32 suuren sanomalehden digitaalisten näköislehtien lukeminen kasvoi viimeisen vuoden aikana 31 prosenttia. Tutkimuksen mukaan 66 prosentilla suomalaisista on painetun tai digitaalisen sanomalehden tai näiden yhdistelmän tilaus.

SANOMALEHDISTÖ SUURIN MEDIARYHMÄ

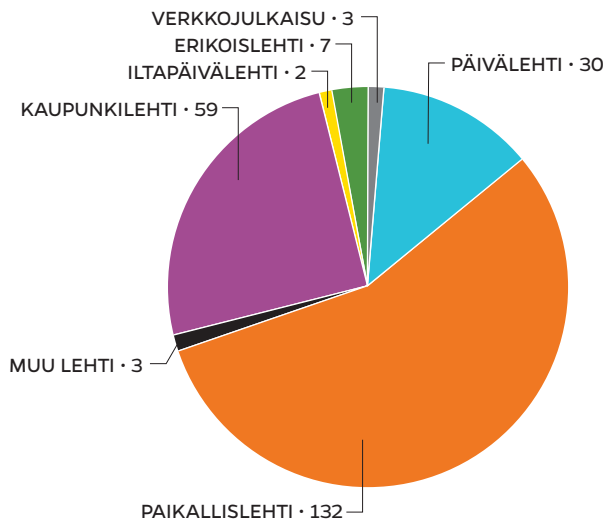
Mediamainontaan käytettiin 1,217 miljardia euroa vuonna 2017. Edelliseen vuoteen verrattuna tapahtui 0,1 prosentin lasku.

Kantar TNS:n ja media-alan liittojen kokoaman *Mediamainonnan määrä 2017* -tilaston mukaan sanomalehdistön osuus kaikista mediainvestoinneista oli yhteensä 35 prosenttia. Tällä osuudella sanomalehdistö oli ylivoimaisesti suurin mediaryhmä.

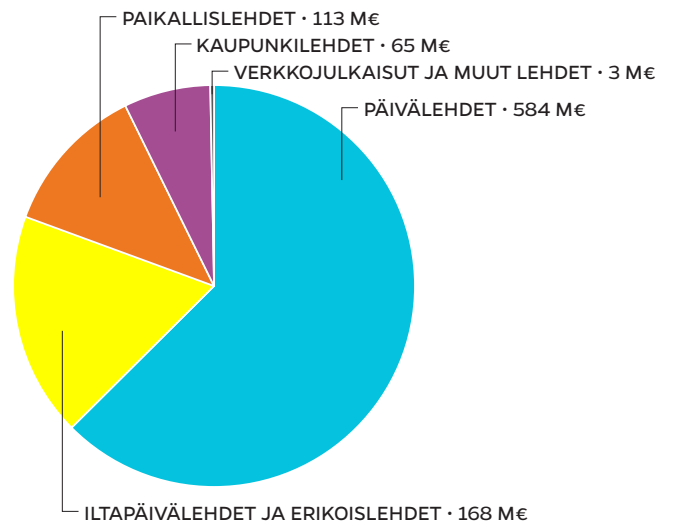
Painettuihin sanomalehtiin sijoitettiin 302,6 miljoonaa euroa, painettuihin kaupunkilehtiin 59,4 miljoonaa euroa ja sanomalehdistön digitaalisiin palveluihin reilut 70 miljoonaa euroa. Edelliseen vuoteen verrattuna sanomalehdistön mediaeurot laskivat 6 prosenttia.



SANOMALEHTIEN LIITON JÄSENISTÖ

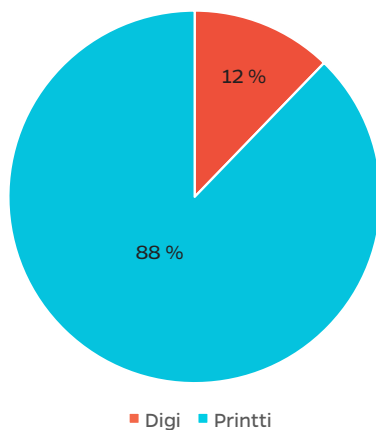


LEHTIEN NETTOMYYPNTI 2017 (933 M€)

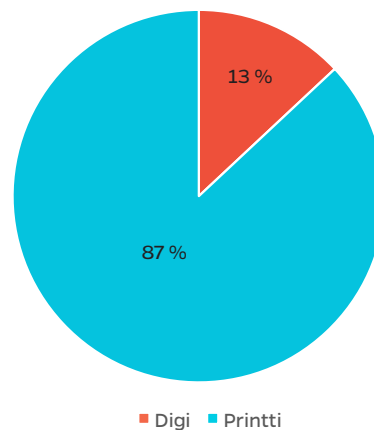


MYYNIN JAKAUTUMINEN DIGI VS. PRINTTI 2017

Kaikki lehdet

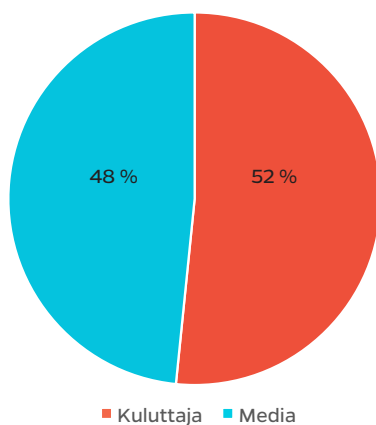


Tilattavat lehdet

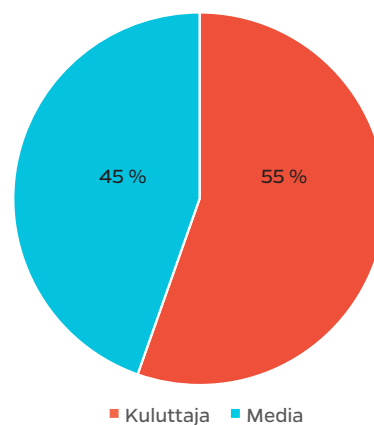


MYYNIN JAKAUTUMINEN MEDIA VS. KULUTTAJA 2017

Kaikki lehdet



Tilattavat lehdet



Edunvalvonta

- Liitto hoiti sanomalehdistön edunvalvontaa erityisesti jakelun alueella. Liitto edisti muita sanomalehdistölle tärkeitä tavoitteita yhteistyössä koko media-alan edunvalvonnasta vastaavan Medialiiton kanssa. EU-edunvalvonnasta Brysselissä vastasi News Media Europe.

- Liitto vaikutti aktiivisesti kesällä 2017 eduskunnassa hyväksyttyyn postilain uudistukseen. Uusi laki astui voimaan syyskuussa. Haja-asutusalueiden jakelun kilpailutus toteutetaan heinäkuuhun 2018 mennessä.

- Sanomalehtien viisipäiväisen jakelun turvaamiseksi Suomi jaettiin postilaissa kahteen erilaisen jakelun alueeseen. Uusi laki antaa mahdollisuuden vähentää yleispalvelukirjeiden jakelun viidestä kolmeen päivään viikossa alueilla, joissa on sanomalehtikustantajien järjestämä varhaisjakelu. Varhaisjakelualueen ulkopuolella yleispalvelukirjeet on jaettava edelleen viitenä arkipäivänä. Postin on kilpailutettava haja-asutusalueiden jakelut.

- Liitto vaikutti Viestintäviraston päätökseen uuden postilain mukaisesta jaosta varhaisjakelu-Suomeen ja sen ulkopuoliseen haja-asutusalueeseen. Virasto noudatti eduskunnan liikenne- ja viestintävaliokunnan linjausta, jonka mukaan postinsaajat eivät saa jäädä aluemäärittelyssä väliinputoajiksi. Katvealueilta vältytään, kun Postin on kilpailutettava viisipäiväinen jakelu kaikissa postinumeralueissa, joissa yksikin talous ei ole varhaisjakelun piirissä.

- Liitto korosti, että viisipäiväinen jakelu voidaan

turvata yhdistämällä eri jakeluja ja muita palveluja haja-asutusalueilla. Postin pitäisi yleispalvelukirjeiden ohella kilpailuttaa samalla kertaa koko perusjakelu. Uusien, erillisten jakelujen synnyttäminen olisi kannattamatonta ja täysin ristiriidassa lain tavoitteiden kanssa.

- Liiton kaupunkilehtijaosto vetosi poliittisiin päättäjiin, jotta jakelussa turvataisiin markkinaehtoinen ja kilpailtu liiketoiminta. Postin hinnoittelun seurauksena Suomen Suoramainonta Oy joutui lopettamaan mainosten lauantaijakelun, mikä uhkasi kaupunkilehtien jakelua, kansalaisten tiedonsaantia ja demokratian toimivuutta.

- Liiton pitkäaikainen tavoite digitaalisten sanomalehtitilausten arvonlisäveron alentamiseksi painettujen lehtien tasolle oli lähellä ratkaisuaan kesäkuussa 2017. Euroopan unionin neuvostossa vaadittava yksimielisyys jäi kuitenkin saavuttamatta Tšekin vastustuksen vuoksi. Tšekki jarrutti muiden jäsenmaiden kannattamaa päätöstä myös Viron puheenjohtajakaudella syksyllä 2017, ja kiista siirtyi Bulgarian puheenjohtajakaudelle keväälle 2018. EU-luvan jälkeen asiassa tarvitaan vielä kansallinen lainmuutos.

- Korkein hallinto-oikeus päätti liiton tukeman valituksen ratkaisussa, että osa lehden tilaushinnasta on verotettava 24 prosentin arvonlisäveron mukaan, vaikka tilaaja saisi digitaalisen julkaisun luku-oikeudet painetun lehden tilauksen mukana ilman valinnanmahdollisuutta.

- Liitto tuki Medialiiton valmistelemaa Yleisradiota

koskevaa valtiontukikantelua, joka jätettiin Euroopan komissiolle kesäkuussa 2017. Kantelussa pyydetään komissiota ratkaisemaan, saako julkisia varoja käyttää sellaisten tekstimuotoisten journalististen verkkosisältöjen tuottamiseen, jotka eivät liity julkisen palvelun yleisradio-ohjelmistoihin. Medialiiton mielestä kyseessä on kielletty valtiontuki, joka on perittävä takaisin.

- Eduskunta hyväksyi Yle-lain uudistuksen keväällä 2017 parlamentaarisen työryhmän ehdotuksen mukaisena. Lakiin liittyviä ongelmia ovat edelleen julkisen palvelun tehtävän määrittelemättömyys, mittava verorahoitus ja riippumattoman valvonnan puuttuminen.

- Euroopan parlamentti ja jäsenmaat suhtautuivat Euroopan komission ehdottamaan lehtijulkaisujen suojaan myönteisesti. Suomi suhtautui kustantajien digitaaliselle liiketoiminnalle tärkeään investointien suojaan edelleen nihkeästi.

- Liitto puuttui Kopioston kautta Kansalliskirjaston päätökseen julkaista vuosien 1917–1920 sanomalehdet kirjaston verkkopalvelussa ilman sopimusta tekijänoikeuksista. Neuvottelujen jälkeen Kansalliskirjasto sopi Kopioston kanssa asianmukaisen korvauksen maksamisesta.

- Liitto keräsi ja tilastoi jäsenyritysten liiketoiminnan perustiedot, kuten liikevaihdot, levikkitulot, mediamyynnin tulot ja henkilöstömäärät. Tietoja hyödynnettiin edunvalvonnassa ja viestinnässä. Osa tiedoista julkaistiin Suomen Lehdistön luettelonumerossa.

Sanomalehtialan kilpailukyky ja mielikuvat

Liitto tuki sanomalehdistön kilpailukykyä tuottamalla vuoden 2017 aikana tutkimustietoa toimialan tilanteesta ja tulevaisuuden mahdollisuuksista. Liitto tuotti lisäksi jäsenilleen viestintä- ja markkinointimateriaalia alan mielikuvan vahvistamiseksi.

SANOMALEHDILLÄ SELKEÄ YKKÖSASEMA LUOTETTAVUUDESSA

Sanomalehtien kärkiasema luotettavimpana mediana vahvistui entisestään. IRO Researchin maaliskuussa tekemän tutkimuksen mukaan 79 prosenttia suomalaisista piti painettuja sanomalehtiä luotettavina medioina. Painetut sanomalehdet olivat ykkösiä kaikissa tutkituissa ikäryhmissä.

Toiseksi sijoituivat Ylen televisiokanavat, joita piti luotettavina 73 prosenttia suomalaisista. Sanomalehtien luotettavuusero Yleen kasvoi kuuteen prosenttiyksikköön, kun sanomalehdet säilyttivät edellisvuoden tasonsa ja Yle menetti kaksi prosenttiyksikköä vuoden takaisesta tuloksestaan.

Kolmanneksi luotetuimpia medioita olivat Ylen radiokanavat, joita piti luotettavina 69 prosenttia suomalaisista. Seuraaviksi sijoituivat sanomalehtien maksulliset digitaaliset palvelut, Ylen digitaaliset palvelut ja sanomalehtien maksuttomat digitaaliset palvelut. Tilastollisesti merkitsevä muutos tapahtui sanomalehtien maksullisten digitaalisten palveluiden kohdalla, kun niiden luotettavuus kasvoi neljällä prosenttiyksiköllä.

Facebookiin, Twitteriin, YouTubeen, Instagramiin ja muihin sosiaalisen median palveluihin suomalaiset eivät yhdistä sanaa luotettava.

IRO Researchin tutkimuksessa selvitettiin luotettavuuden lisäksi myös suomalaisille tärkeimpiä, hyödyllisimpiä, asiantuntevimpia ja läheisimpiä uutislähteitä. Kaikissa näissä kärki oli sama kuin luotettavuudessa: painetut sanomalehdet, Ylen televisiokanavat ja Ylen radiokanavat. Neljänneksi sijoituivat sanomalehtien digitaaliset palvelut.

SANOMALEHDET MIELUISIMPIA MAINOSVÄLINEITÄ

Suomalaiset pitivät painettuja sanomalehtiä edelleen ylivoimaisesti mieluisimpana mainosvälineenä. Suomalaisista 46 prosenttia nosti painetut sanomalehdet ykköseksi, kun heiltä kysyttiin, mistä he mieluiten lukevat, katsovat tai kuuntelevat mainoksia. Painetut sanomalehdet olivat kaikkien ikäryhmien osalta mieluisin tapa vastaanottaa mainontaa.

Muut neljätoista tutkittua mainonnan kanavaa jäivät kauas painettujen sanomalehtien mieluisuuden taakse. Toiseksi tutkimuksessa sijoittui televisio, jonka valitsi mieluisimmaksi mainosvälineeksi 12 prosenttia suomalaisista. Seuraaviksi sijoituivat painetut kaupunkilehdet, painetut aikakauslehdet

ja sanomalehtien digitaaliset palvelut. Facebook, Google, YouTube, Instagram, Twitter ja WhatsApp eivät olleet suosikkeja edes nuorimpien parissa.

SANOMALEHTI YLEISSIVISTYKSEN KANNALTA TÄRKEIN MEDIA

Suomalaisista 83 prosenttia piti painettuja sanomalehtiä yleissivistyksen kannalta tärkeimpänä medianä. Tulokset olivat neljä prosenttiyksikköä korkeampi kuin vuotta aiemmin. Seuraaviksi tärkeimpiä olivat Ylen televisiokanavat (80 %), Ylen radiokanavat (62 %), sanomalehtien digitaaliset palvelut (57 %) ja Ylen digitaaliset palvelut (40 %). Painettujen sanomalehtien ohella tilastollisesti merkittävä kasvua tapahtui sekä sanomalehtien että Ylen digitaalisten palveluiden tärkeydessä.

Yleissivistyksen kannalta vähiten merkitystä koettiin olevan Instagramilla (3 %), LinkedInillä (3 %), Twitterillä (4 %), WhatsAppilla (5 %), Facebookilla (9 %) ja YouTubeella (12 %). Lähes kaikki 15 vuotta täyttäneet suomalaiset (95 %) pitivät yleissivistystä tärkeänä asiana suomalaisten hyvinvoinnille. Sanomalehdistön vaikutusta yhteiskunnalliseen keskusteluun piti merkittävänä 86 prosenttia kaikista suomalaisista, yli 65-vuotiaista lähes kaikki ja 15–24-vuotiaistakin neljä viidestä.

Vuotta 2017 väritti keskustelu valeuutisista ja valemediasta. Kolme neljästä suomalaisesta arvioi valeuutisten ja valemedian vaikuttavan vahvasti ihmisten mielipiteisiin. Neljä viidestä tunnisti, että uutispalveluiden välillä on isoja laatueroja. Yhtä moni koki, että vastuuttomat uutismediat lietsovat ja lisäävät negatiivisia ilmiöitä.

Kun suomalaisia pyydettiin osana IRO Researchin marraskuussa tekemää *Yhteisöllistytvä media* -tutkimusta nimeämään, mitkä mediat lietsovat ja lisäävät negatiivisia ilmiöitä, yleinen vastaus oli, että kaikki valheita julkaisevat ja faktoja tarkistamattomat mediat sekä erilaisten ääriliikkeiden julkaisut. Joka neljäs mainitsi MV-lehden. Myös Magneettimedia, Hommaforum ja somessa vaikuttavat Venäjän trollit mainittiin useasti. Yle ja isot sanomalehtibrändit saivat joitakin mainintoja.

UUTISET KIINNOSTAVAT NUORIA – MAKSUHALUKKUUS VÄHÄISEMPÄÄ

Sanomalehtien Liitto selvitti keväällä 2017 sanomalehden roolia 15–34-vuotiaiden suomalaisten arjessa kvalitatiivisella ja kvantitatiivisella tutkimuksella. Tutkimuksella haluttiin selvittää, miten 15–34-vuotiaat kokevat sanomalehden ja millaisia tulevaisuuden näkymiä alalla on havaittavissa. Tutkimuksen toteutti IRO Research ja sen rahoittivat Sanomalehtien Liitto ja Viestintäalan tutkimussäätiö.

Uutiset kiinnostivat lähes kaikkia (86 %) nuoria.

Uutisen käsite on nuorille kuitenkin laajempi kuin perinteisesti ajatellaan. 15–34-vuotiaat suomalaiset lukevat uutisia reaaliajassa ja otsikoita selaillen. Päivittäin käytetyimmät uutis- ja ajankohtaismediat 15–34-vuotiaiden keskuudessa olivat Google (73 %), WhatsApp (66 %), Facebook (62 %), YouTube (52 %), iltapäivälehtien digitaaliset palvelut (41 %) ja sanomalehtien maksuttomat digitaaliset palvelut (39 %).

Luotettavuutta pidettiin tärkeimpänä ja merkityksellisimpänä valintakriteerinä uutis- ja ajankohtaismedian valinnassa. Useita medioita pidetään kuitenkin riittävän luotettavina. Luotettavuuden ohella tärkeitä valintakriteerejä ovat kohtuuhintaisuus, maksuttomuus, helppo saatavuus, ammattitoimittajan tuottama sisältö ja nopeus.

Lähes kaikki olivat sitä mieltä, että tiedon pitäisi olla saatavilla ilmaiseksi (45 % vastaajista oli vahvasti tätä mieltä ja 39 % jossain määrin samaa mieltä), toisaalta yli puolet (55 %) oli kuitenkin ainakin jossain määrin valmis maksamaan tiedon jalostamisesta.

Suomalaiset 15–34-vuotiaat arvostivat sanomalehtien sisältöjä ja kokivat ne hyödyllisiksi. He eivät kuitenkaan pitäneet sanomalehtiä itselleen niin tärkeinä, että haluaisivat maksaa niiden sisällöistä. He eivät myöskään uskoneet sanomalehtien

lukemisesta muodostuvan itselleen päivittäistä rutiinia. Nuoret kokivat, että riittävän hyvää ja luotettavaa uutis- ja ajankohtaistarjontaa on saatavilla ilmaiseksi.

MAKSUTON UUTISTARJONTA RIITTÄÄ MONELLE

Suomalaisista 38 prosenttia ilmoitti marraskuussa tehdyssä *Yhteisöllistyvä media* -tutkimuksessa, että ei tilaa tai osta sanomalehtiä, koska löytää tarvitsemansa uutiset ilmaiseksi verkosta. 15–34-vuotiaista tätä mieltä oli reilusti yli puolet, eläkeikäisistä joka viides.

Joka toinen suomalainen seurasi päivän aikana reaaliaikaista uutisvirtaa. Sosiaalisen median käyttö oli vähentänyt sanomalehtien lukemista joka viidennen kohdalla. Ulkomaisia uutismedioita seurasi säännöllisesti 42 prosenttia suomalaisista. Muutamassa vuodessa ulkomaisia uutismedioita seuraavien määrä on noussut noin 10 prosenttiyksikköä.

Suomalaisten mielestä Ylen digitaaliset palvelut olivat laadukkaimpia. Arvoasteikolla 1–10, ne saivat arvosanan 7,9. Puolen numeron verran takamatkalla olivat sanomalehtien digitaaliset palvelut (7,4) ja kolmanneksi laadukkuudessa sijoittui Google (7,0). Googlen kannoilla tulivat aikakauslehtien digitaaliset palvelut ja Wikipedia.



TÄRKEÄT ASIAT KIINNOSTAVASSA PAKETISSA

Jokaisesta tapahtumasta ei ensivilkaisulla tiedä, onko se tärkeää. Moni asia lokahtaa paikoilleen vasta osana isompaa kokonaisuutta, kun taustat ja merkitykset paljastuvat. Sanomalehden tehtävänä on löytää lukijoilleen merkitykselliset asiat ja koostaa niistä kiinnostava paketti. Paperille, tietokoneelle ja puhelimeen.

Sanomalehti – totta, tärkeää ja kiinnostavaa



OPETTAJA, TILAA LEHDET
MAKSUTTA OPETUSKÄYTTÖÖN
OSOITTEESTA:
lehdenosoite.fi/osoite

LUE NIIN ET JÄÄ SANATTOMAKSI

Hyvä uutinen on, että rikas kieli tarttuu. Vaan niin tekee köyhäkin. Samalla haalistuu kyky välittää tunteita, rakentaa merkityksiä ja vaihtaa ajatuksia. Vaali kieltä ja lue monipuolisesti kirjoja, sanomalehtiä, blogeja ja muuta, mitä edestäsi löydät.

Testaa sanavarastosi laajuus osoitteessa:
sanomalehtiopetuksessa.fi/sanavarastotesti

KANSAINVÄLISTÄ LUKUTAITOPÄIVÄÄ VIETETÄÄN 8.9.



SANOMALEHTIEN LIITTO

LEHDEN OMA LOGO



KUVA: VESA RANTA



KUVA: VESA RANTA



TARKISTETTU TIETO MAAILMANKUVAN RAKENNUSAINEENA

Mihin tarvitsemme sanomalehtiä, kun tietoa löytyy verkon täydeltä? Tiedon kasvaessa lisäänty myös tarve sen suodattamiseen ja totuudenmukaisuuden tarkistamiseen. Sanomalehden tehtävä on varmistaa, että saat tarpeeksi kiinnostavia, tärkeitä ja faktojen puolesta tarkistettuja tietoja oman maailmankuvasi rakentamiseen. Lukea voit itsellesi parhaalla tavalla; paperilta, tietokoneelta tai puhelimesta.

Sanomalehti – totta, tärkeää ja kiinnostavaa

**PITÄISIKÖ MEDIAN
LOPETTAA KOKONAAN
TERRORI-ISKUISTA
UUTISOIMINEN?**



Ylen digitaaliset palvelut saivat eri ikäryhmiltä laadukkuudesta arvosanan 7,5–8,3. Sanomalehtien arvot liikkuvat 7,1–7,7 välillä. Yle oli ykkönen 25 vuotta täyttäneiden keskuudessa. Nuorimmassa, 15–24-vuotiaiden ryhmässä, sanomalehdet ja Yle olivat yhtä vahvat laadun osalta.

MEDIATOIMISTOT HALUAUVAT KUULLA LISÄÄ SANOMALEHDISTÖN UUDISTUMISESTA

Mediatoimistojen ammattilaisten näkemyksiä markkinointipanostusten suunnasta, tulevaisuuden mediavalinnoista, sanomalehdistön merkityksestä sekä odotuksista sanomalehtien palveluille ja kehitykselle selvitettiin laadullisina syvähaastatteluina keväällä 2017. Tutkimuksen toteutti Zeeland Family Insight.

Keskeinen tulos oli, että sanomalehtien kannattaa pitää itsestään enemmän ääntä. Mediatoimistoissa on suunnittelijoita, joilla ei ole koskaan ollut suhdetta printtisanomalehteen. Haastatteluissa sanomalehdille esitettiin toive luoda vahvempi suhde mediatoimistoihin, sillä päivittäinen päätöksenteko pohjautuu entistä enemmän dataan. Näin sanomalehtibrändit voivat pysyä kiinnostavina ja läheisinä myös uuden sukupolven mediasuunnittelijoille.

Mediatoimistoammattilaiset totesivat monien kyseenalaistaneen sanomalehtien itsestään selvän roolin ja hakeneen vaihtoehtoja muilta mainosalustoilta. Ajureina tähän ovat olleet hinta ja usko, että kohderyhmä tavoitetaan paremmin muissa kanavissa.

Ostetun median arvioitiin säilyvän tärkeässä roolissa, mutta muuttavan muotoaan. Ostettu media sidotaan muuhun tekemiseen tiiviimmin ja siihen panostetaan entistä enemmän. Joustavuus ja kustannustehokkuus ovat tärkeitä valinnassa. Osa haastatteluista piti sanomalehtiä kalliina, kankeina ja joustamattomina.

Jos ennen mediaan käytetty aika ja tavoitavuus olivat keskeisiä valintakriteerejä, nyt huomio kiinnittyy enemmän vaikuttavuuteen. Mainostajien kohderyhmäsegmentit rikastetaan entistä enemmän omien asiakasdatojen päälle ja datan hyödyntämisessä ollaan vasta alussa. Digitaalisuuden myötä kohdentamisen ja mittaamisen haaste on siirtynyt myös muihin kanaviin. Digikanavat antavat mahdollisuuden jatkuvaan viestien ja toimivuuden testaamiseen.

Myönteistä on se, että mediatoimistot odottavat sanomalehdistön olevan eturivissä uusien palveluiden kehittämisessä. Haastatteluissa kysyttiin myös mediatoimistoammattilaisen omaa suhdetta mainontaan. Painettu mainonta oli heille henkilökohtaisesti mieluisinta, aivan kuten suomalaisillekin.

VAHVUUKSINA PAIKALLISUUS, KÄYTTÖLIITTYMÄ, LUOTETTAVUUS JA BRÄNDIT

Mediatoimistoammattilaiset tunnistivat sanomalehdissä paljon hyvää. Sanomalehdet tuovat tolkkua entistä monimutkaisempaan maailmaan. Sanomalehti jäsentelee sitä, mitä maailmassa tapahtuu, sillä on sivistävä vaikutus ja se uskaltaa ottaa kantaa. Sanomalehdistöllä on tärkeä yhteiskunnallinen merkitys ja totuudellinen ympäristö. Sanomalehdissä mainonta on odotettu osa sisältöä ja mainoksilla on tärkeä rooli.

Sanomalehtien mainontaa voi katsoa rauhassa ja siitä jää hyvä muistijälki. Sanomalehtien tavoitavuus on edelleen hyvä ja paikallisuus vahvuustekijä. Joidenkin mainostajien osalta paikallisuuden todettiin olevan tietoinen arvovalinta. Sanomalehtien lähes korvaamattomina vahvuuksina ja tulevaisuuden mahdollisuuksina mediatoimistoammattilaiset pitivät paikallisuutta, käyttöliittymää, uutis- ja luotettavuus-arvoa sekä sitä, että ne ovat aitoja brändejä.

SUOMALAISTEN MIELESTÄ UUTISMEDIOITA OVAT SANOMALEHDET JA YLE

Kun suomalaisia marraskuussa pyydettiin IRO Researchin toteuttamassa *Yhteisöllistyyvä media* -tutkimuksessa nimeämään uutismedioita, niin yleisimmin avoimissa vastauksissa mainittiin Yle (54 %), Helsingin Sanomat (49 %), Ilta-Sanomat (30 %), Iltalehti (27 %) ja Aamulehti (16 %). Lisäksi yhteensä 42 prosenttia suomalaisista nimesi Turun Sanomat, Keskisuomalaisen, Kalevan, Kauppalehden tai yleisilmaisuna paikallis-, päivä- tai sanomalehden uutismediaksi.

Avoimeen kysymykseen suomalaiset nimesivät keskimäärin kolme uutismediaa. Yli puolet maininnoista liittyi suoraan sanomalehtiin. Uutismedian brändimaininnoista Yle oli ykkönen yli 35-vuotiaiden keskuudessa ja Helsingin Sanomat selkeästi useimmin mainittu 15–24-vuotiaiden keskuudessa. Näiden väliin jäävässä 25–34-vuotiaiden joukossa Helsingin Sanomat ja Yle olivat tasavahvat.

SANOMALEHDEN LUKEMINEN PUHELIMELLA KASVOI KAIKISSA IKÄRYHMISSÄ

Matkapuhelimella sanomalehtisisältöä luki marraskuussa puolet suomalaisista (51 %). Vanhimmistakin ikäryhmistä jo 41 prosenttia. Sanomalehden lukeminen puhelimella oli yleisintä 15–24-vuotiaiden keskuudessa, mutta kiihkein kasvu tapahtui 45–54-vuotiaiden ja 65–74-vuotiaiden parissa. *Yhteisöllistyyvä media* -tulosten yhtenä johtopäätöksenä voidaan todeta, että vanhemmat ikäryhmät ovat löytäneet matkapuhelinlukemisen ja ottavat vauhdilla kiinni nuorisoa.

Myös tabletilla lukeminen on kasvanut niin, että marraskuussa tabletilla luki sanomalehtisisältöjä 40 prosenttia suomalaisista. Selkeästi suosituinta sanomalehden lukeminen oli kuitenkin edelleen painettuna (79 %) ja tietokoneella (73 %).

VALTAOSA AIKOO LUKEA MAKSULLISTA SANOMALEHTIÄ TULEVAISUUDESSA

Viiden vuoden päästä maksullista sanomalehteä arvioi lukevansa ainakin 70 prosenttia suomalaisista.

Vajaa viidennes suomalaisista (17 %) arvioi lukevansa viiden vuoden päästä sanomalehtensä vain painettuna maksullisena tuotteena. Pelkästään digitaalista maksullista sanomalehteä arvioi lukevansa noin joka neljästoista (7 %). Jonkinlaisella maksullisen painetun ja digitaalisen yhdistelmällä arvioi lukevansa lähes joka toinen suomalainen (46 %). Vajaa viidennes (18 %) ei aio lukea maksullista sanomalehteä ja 12 prosenttia ei osaa arvioida tulevaa sanomalehden käyttöään.

SANANVAPAUDEN PÄIVÄN ILMOITTELUN TEEMANA TOIMITTAJATESTI

Vuoden 2017 sananvapauden päivän materiaalin keskiössä oli toimittajatesti. Suomalaisia innostettiin pohtimaan etiikan merkitystä erilaisissa viestintä-tilanteissa. Voiko onnettomuusutiseen ottaa kuvia sosiaalisesta mediasta? Mitä tehdä, kun kuntapomo uhkaa potkuilla jutun takia? Entä jos haastateltava on tukevassa humalassa?

Testissä tuotiin esille sitä, kuinka ammattilaisten vastuullisesti tuottama sisältö on lähdekriittisesti toimitettua, faktojen osalta tarkistettua ja aidosti totuutta etsivää. Jokaisen vastauksen jälkeen testaaaja sai Julkisen sanan neuvoston puheenjohtaja Elina Grundströmin palautteen siitä, miksi vastaus oli oikein tai väärin. Omat testituloksensa pystyi jakamaan sosiaalisessa mediassa.

Sananvapauden päivän ilmoituksesta jäsenlehtien käytettävissä oli kaksi visuaalisesti erilaista ilmoitusta sekä painettuun lehteen että digitaalisiin kanaviin.

SANOMALEHTI - TOTTA, TÄRKEÄÄ JA KIINNOSTAVAA

Sanomalehtien Liitto tuotti vuoden lopussa jäsenyritysten vapaaseen käyttöön kaksi uutta mielikuvakampanjaa. Toinen mielikuvateema pureutuu totuudenmukaisuuteen, valhemaailmasta erottumiseen. Toinen kuvaa sanomalehtien toimintaa tiedon luotettavana paketoijana. Ilmoitusaineistot ovat jäsenlehtien käytettävissä vuoden 2019 loppuun asti.

SANOMALEHTIEN HENKILÖSTÖ LUOTTAVAISEMMA MIELELLÄ

Sanomalehtien Liitto selvitti tammikuussa 2017 jäsenkunnan näkemyksiä sanomalehtialaan liittyvistä ilmiöistä ja tulevaisuudenodotuksista kohti vuotta 2020.

Kyselyyn vastanneet uskoivat, että hieman yli puolet alan yrityksissä työskentelevistä henkilöistä suhtautuu tulevaisuuteen luottavaisesti ja innostuneesti, ja että yrityksessä on valmistauduttu digiaikaan vähintään kohtalaisesti. Edellisvuonna myönteisyys jäi vielä hieman alle puoleen.

Vastaajat uskoivat painettujen lehtien nimikemäärän vähenevän lähivuosina ja digin olevan valtavirtaa vuonna 2030. Painetun lehden media-myyntitulojen odotetaan laskevan. Digin osuuden tuloista uskottiin jäävän maltilliseksi.

Valtaosa sanomalehtien henkilöstöstä ennakoii, että seuraavien vuosien aikana sanomalehdistö kehittää nykyisen tarjonnan ohelle täysin uutta kassavirtaa tuovia palvelumuotoja.



KUVA: VESA RANTA

Mediakasvatus

MEIDÄN JUTTU ANTOI LAPSILLE JA NUORILLE ÄÄNEN

Sanomalehtien Liiton mediakasvatustyössä kuului *Suomi 100* -juhlavuoden kunniaksi vahvasti lasten ja nuorten ääni. Tammikuussa avattiin lasten ja nuorten toimittama *Meidän juttu* -verkkolehti, joka oli osa itsenäisyyden juhlavuoden virallista ohjelmaa.

Meidän juttu on käytännöllinen mediakasvatuksellinen oppiympäristö, joka on kaikkien Suomen koulujen käytössä. Samalla se on kaikille avoin journalistinen julkaisu. Itse juttuja tekemällä Suomen peruskoululaiset ja toisen asteen opiskelijat harjoittelevat medialukutaitoja, journalististen tekstien erityispiirteitä sekä aktiivista osallistumista ja vaikuttamista.

Hankkeessa tehtiin tiivistä yhteistyötä koulujen ja oppilaitosten kanssa ympäri Suomen. Verkkolehden käyttäjäksi rekisteröityi noin 600 opettajaa, siellä julkaistiin lähes 600 juttua, joita teki yli 1100 lasta ja nuorta. Projektiin ilmoittautui mukaan 75 Sanomalehtien Liiton jäsenlehteä.

MEDIKASVATUSTYÖPAJOJA MAAKUNTAKIERROKSILLA

Meidän juttu -projektissa järjestettiin yhteensä miltei 50 kouluvierailua eri puolilla Suomea. Maakuntakierroksilla verkkolehden päätoimittaja kohtasi lapsia ja nuoria 73 eri luokassa 47 eri koulussa 33 kunnan alueella.



Päätoimittaja kertoi vierailuilla journalistin työstä ja *Meidän jutusta*. Hän käynnisti luokissa omia juttu- projekteja auttamalla oppilaita opettajan toivomalla tavalla. Opettajat kokivat erityisen tärkeänä, että työpajoja järjestettiin eri puolilla Suomea koulun sijainnista tai koosta riippumatta.

PRESIDENTTITENTTI HUIPENSI JUHLAVUODEN PROJEKTIN

Meidän juttu järjesti vuoden lopussa presidentti- tentin, jossa kolme 8.-luokkalaista nuorta Sauna- lahden koulusta Espoosta ja kaksi 2.-luokkalaista Ruoholahden alakoulusta Helsingistä haastattelivat presidenttiehdokkaita ja kuvasivat haastatteluista videot.

Videoiden julkaisupäivänä tammikuussa 2018 järjestettiin Facebook-livelähetyksenä tiedotus- tilaisuus, jossa päätoimittaja haastatteli tentin toteuttaneita oppilaita heidän kokemuksestaan. Tiedotustilaisuuteen Ruoholahden ala-asteelle kutsuttiin tentin tehneiden oppilaiden perheen- jäsenet, ystäviä ja luokkatoverit.

SANOMALEHTIVIIKKO: MIHIN SINÄ LUOTAT NETISSÄ JA MIKSI?

Sanomalehtiviikkoa vietettiin toimintavuonna viikolla 5. Kampanjan aikana pureuduttiin median luotettavuuteen, somekupliin ja siihen, mihin sisältöihin luotat netissä ja miksi. Sanomalehtiviikolla lehdet toimittivat kouluihin yli 650 000 printtilehteä. Lisäksi noin 70 prosentilla jäsenlehistä oli digilehti avoimena kaikille lukijoille. Sanomalehtiviikko näkyi monin tavoin myös lehtien sisällöissä.

Liitto julkaisi Sanomalehtiviikolla Kantar TNS:n toteuttaman *Nuoret ja nettilähteiden luotettavuus* -jatkotutkimuksen, jossa selvisi, että yläkouluikäiset luottavat vahvasti omaan kykyynsä arvioida uutisten luotettavuutta. Luotettavuutta arvioidessaan he nojaavat vahvasti perinteisten medioiden brändeihin ja formaatteihin.

UUDET OPPIMATERIAALIT JUTUNTEKIJÖILLE

Liitto tuotti vuonna 2017 kaksi uutta oppimateriaalia, jotka antavat työkaluja toimittajan työn harjoitteluun. Yläkoulu- ja lukioikäisten *Jutuntekijän opas* avaa toimitusprosessia ideoinnista tiedonhakuun ja faktantarkistukseen käytännön harjoitusten avulla. Alakoululaisten *Vikkilän Sanomat* -lautapelin avulla voi harjoitella hausalla tavalla toimittajan työtä.

Mediakasvatuksellisilla oppituntivinkeillä oli vuoden loppuun mennessä lähes 1900 tilaajaa. Esi- ja alkuopetukseen, alakouluun, yläkouluun ja toiselle asteelle on omat vinkkinsä. Vinkit ilmestyivät 12 kertaa. Vinkeissä käsiteltiin erilaisia ajankohtaisia

uutisaiheita ja muun muassa kouluvuoden kiertoon liittyviä teemoja.

OPETTAJIEN KOHTAAMISTA EDUCA-MESSUILLA JA MEDIAKASVATUSKOULUTUKSESSA

Sanomalehtien Liitto oli mukana opetus- ja kasvatust- alan Educa-messuilla Helsingin Messukeskuksessa alkuvuodesta 2017. Liitto esitteli messuilla opettajille *Meidän juttua* ja jakoi mediakasvatusmateriaaleja. Liiton työntekijät kohtasivat messuosastolla tuhansia opettajia.

Syyskuussa liitto järjesti opettajille ja toimittajille suunnatun mediakasvatuskoulutuksen Kulttuuri- tehdas Korjaamolla. Koulutuksessa pureuduttiin kriittiseen medialukutaitoon ja erityisesti kuvaan sekä videoon. Liitto esitteli toimintaansa myös Äidinkielen ja kirjallisuuden opetuksen foorumissa elokuussa sekä nuorisotyöntekijöiden SomeCampissa syyskuussa.

UUDET TESTIT SANANVAPAUDENPÄIVÄNÄ JA LUKUTAITOPÄIVÄNÄ

Sananvapaudenpäivän kunniaksi liitto julkaisi toukokuussa *Millainen toimittaja olisit?* -testin, jonka avulla voi kokeilla, kuinka hyvin hallitsee journalistin ohjeet. Lukutaitopäivän kampanjassa liitto kannusti vaalimaan kieltä ja lukemaan monipuolisesti. Osana kampanjaa tuotettiin leikkimielinen testi, jonka avulla voi testata oman sanavarastonsa määrän.

USEITA YHTEISPROJEKTEJA

Luetko sinä? -kampanja järjestettiin yhteistyössä Suomen Kustannusyhdistyksen kanssa seitsemättä kertaa. Kampanjassa kahdeksasluokkalaiset kirjoittivat arvioita Juuli Niemen novellista *Rakkaudesta lajiin*. Kampanjaan osallistui yli 9100 kasiluokkalaista, noin 270 äidinkielenopettajaa ja 16 sanomalehteä. Sen voitti Riihenmäen koulun 8F-luokka Mäntsälästä Maija Joensuun tekstillä *Ihmisiä itse kukin*.

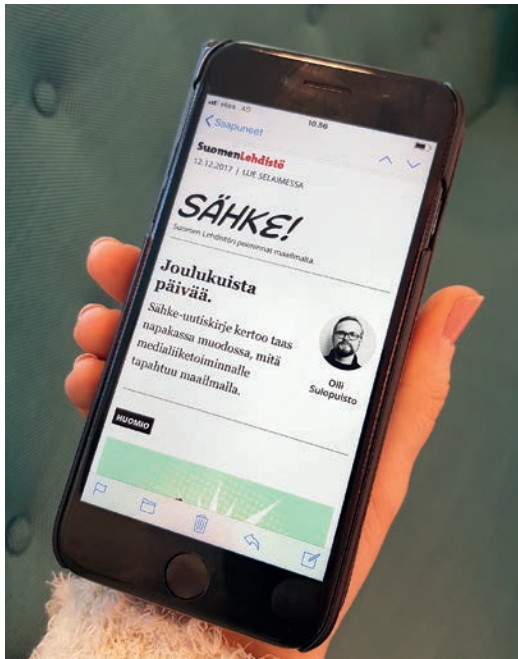
Liitto toimi yhteistyökumppanina Tampereen yli- opiston *Nuoret estradille* -projektissa, jota rahoittaa Koneen säätiö. Liitto tuotti osana hanketta *Nuoret estradille #2 Rohkeutta ja vastuuta* -materiaalin, joka valottaa henkilöjuttujen avulla julkaisemiseen liittyviä eettisiä kysymyksiä.

Liitto teki yhteistyössä Aikakausmedian kanssa *Tehdään juttu kirjastossa* -työpajan materiaali- paketin. Työpajassa 5.–7.-luokkalaiset oppilaat tutustuvat sanoma- ja aikakauslehtiin, tekevät omia lehtijuttuja ja harjoittelevat monipuolista tiedon- hakua. Liitto oli yhteistyökumppanina myös *Faktana, kiitos!* -projektissa, jossa vapaaehtoiset toimittajat vierailevat kouluissa puhumassa luotettavan tiedon ja journalismin merkityksestä.



Kaupunki- ja pa

ALINA: VESA DANITA



Suomen Lehdistö

Suomen Lehdistö seurasi aiempaa tarkemmin edelläkävijöiden liikkeitä myös kansainvälisessä mediassa. Syksyllä lehti aloitti *Sähke*-uutiskirjeen, jossa nostetaan tiiviissä muodossa edelläkävijöiden kokeiluja maailmalta.

Lehti onnistui laajentamaan yleisöään säännöllisellä verkkojulkaisemisella. Kahdeksan painetun lehden ohessa lukijoita palveli viikoittainen uutiskirje. Vuoden alussa tehdyn lukijatutkimuksen mukaan 90 prosenttia lukijoista on lehteen tyytyväisiä ja puolet lukee painetun lehden lähes kokonaan.

Suomen Lehdistö kirjoitti vuoden aikana muun muassa hyvästä hallitustyöskentelystä, mediatalojen startup-yhteistyöstä sekä toimitusrobottien käyttöönotosta. Lehti selvitti suurimpien mediatyhtiöiden panostukset digikehitykseen sekä lehtien muuttuvat verkko-liikenteen lähteet. Päätoimittajakysely kertoi poliitikkojen muuttuneesta suhtautumisesta ammattimaiseen mediaan. Lehti jakoi kokemuksia lentoon lähteneestä verkon tilausmyynnistä muun muassa Helsingin Sanomissa ja norjalaisessa Amediassa.

Kesäkuussa ilmestyi vuotuinen *Tilastot & tarinat* -erikoisnumero, joka toimii katsauksena lehdistön digitulojen kehitykseen. Suomen Lehdistön mediamyynnistä vastasi Timo Järvenpää. Lehti painettiin Botnia Printissä Kokkolassa.

Kansainvälinen yhteistyö

Liitto osallistui sanomalehtikustantajien kansainväliseen yhteistyöhön ja edunvalvontaan sanomalehtien maailmanjärjestön WAN-IFRA:n (World Association of Newspapers and News Publishers), News Media European (NME) ja Kansainvälisen lehdistöinstituutin IPI:n (International Press Institute) hallinnoissa, toimielimissä ja tapahtumissa.

Pohjoismaisella tasolla liitto teki edunvalvonnallista yhteistyötä Ruotsin (Tidningsutgivarna), Norjan (Mediebedriftenes Landsforening) ja Tanskan (Danske Medier) sanomalehti- ja medialiittojen kanssa. Lisäksi liitto tuki SNDS:n (Society for News Design Scandinavia) pohjoismaisen ulkoasukilpailun järjestämistä.

SuomenLehdistö

MEDIA-ALAN OMA LEHTI • NRO 1 • 1.2.2017 • PERUSTETTU VUONNA 1930



UUTISROBOTTI kirjoitti jo suomenkielisen urheilu-uutisen. Nyt koneita valjastetaan avuksi vaaleihin. Roboteista tulee pian toimitusten rutiinia. **35 Sivut 10-13**

Ville Tolvanen: Hallitusten merkitys kasvaa mediatyhtiöissä. **35 Sivut 4-5**

Selvitä lukijan arjen liikkeitä

Silja Tenhunen: Elämänpitiri ratkaisee kiinnostuksen. **35 Sivut 8**

Pirkanmaalainen testi
Lehti investoi riskirajolla digiin – levikki nousi. **35 Sivut 14**

Mitä iloa chatboteista?
Olli Sulopuisto haravoi uudet ideat maailmalta. **35 Sivut 17**

Klikkijuttu vs. valeuutinen
Jani Halme kolumnoi mediasta ja mainonnasta. **35 Sivut 20**



Koulutukset

Sanomalehtien Liitto järjesti 10 koulutustilaisuutta, joihin osallistui yhteensä lähes 1 000 henkilöä.

9.–13.1.2017	Opintomatka Yhdysvaltoihin (osallistujia 12)
18.5.2017	Facebook-mainonnan ABC, Helsinki (osallistujia 19)
29.9.2017	Tietosuoja-asetusiltapäivä, Helsinki (osallistujia 34)*
14.9.2017	Tutkimustreffit, Helsinki (osallistujia 24)
20.10.2017	Kaupunkilehtien digityöpaja, Helsinki (osallistujia 12)
22.9.2017	Mediakasvatuskoulutus, Helsinki (osallistujia 81)
2.2.–6.4.2017	Mediajohtamisen koulutuspäivät 2017, Helsinki (osallistujia 13)
4.5. 2017	Kevätseminaari, Hämeenlinna (osallistujia 113)
2.–3.11.2017	Suuret Lehtipäivät 2017, Oulu (osallistujia 199)
14.11.2017	Mediapäivä 2017, Helsinki (osallistujia 465)**

* Yhdessä Aikakaushmedian ja Graafinen Teollisuus ry:n kanssa.

** Yhdessä Aikakaushmedian, Graafinen Teollisuus ry:n, Medialiiton ja Suomen Kustannusyhdistyksen kanssa

Lausunnot

28.3.2017	Viisipäiväinen sanomalehtijakelu tulee turvata koko maassa. Lausunto eduskunnan liikenne- ja viestintävaliokunnalle.
11.9.2017	Viisipäiväiseen jakeluun kuuluvien alueiden määrittely. Lausunto Viestintävirastolle.

Lehdistötiedotteet

27.1.2017	Meidän juttu katsoo maailmaa lasten ja nuorten silmin
30.1.2017	Yläkouluikäiset luottavat kykyynsä arvioida uutisten luotettavuutta
28.3.2017	Sanomalehdillä selkeä ykkösasema luotettavuudessa
4.4.2017	Vuoden 2016 sanomalehtijuttujen short listat julki
4.5.2017	Vuoden 2016 parhaat jutut ja sivut valittu
21.6.2017	Postilain toteutuksen taattava sanomalehtien jakelupäivät
25.9.2017	Sanomalehdet mieluisimpia mainosvälineitä
24.10.2017	Kaupunkilehtien lauantaijakelu uhattuna – kestävä jakeluratkaisu turvattava
31.10.2017	Luetko sinä? -kampanjan voitot Mäntsälään, Poriin ja Hyvinkäälle
2.11.2017	Suurilla Lehtipäivillä valittiin parhaat paikallislehdet
2.11.2017	Lukijan valinta 2017 on Karjalan Heili
2.11.2017	Parhaat kaupunkilehdet palkittiin Suurilla Lehtipäivillä
14.11.2017	Petteri Putkiranta jatkaa Sanomalehtien Liiton puheenjohtajana
30.11.2017	Paikallislehtien Antti-patsas Suomen Yrittäjät ry:lle
11.12.2017	Sanomalehdet yleissivistyksen kannalta tärkein media

Laatukilpailut

Sanomalehtien Liitto järjesti vuoden aikana neljä journalistista laatukilpailua. Keväällä palkittiin vuoden parhaat jutut sekä sivut ja syksyllä parhaat paikallis- ja kaupunkilehdet.

JUTTUKILPAILU

UUTISET

1. **REBEKKA HÄRKÖNEN:**
Rajua kaltoinkohtelua Kupittaalla (Turun Sanomat 18.2.2016)
2. **PAAVO TEITTINEN & MARI MANNER:**
Syyrian auttajien liian uskomaton tarina (Helsingin Sanomat 21.10.2016)
3. **SUVI TURTIAINEN:**
Teinit tehtailivat valeutisia Trumpista (Helsingin Sanomat 1.12.2016)

FEATURE

1. **TUULIKKI VIILO:**
Liian painava taakka (Maaseudun Tulevaisuus 10.6.2016)
2. **SAMI SILLANPÄÄ JA SAMI KERO:**
Tällaista oli elämä islamilaisessa kalifaatissa (Helsingin Sanomat 20.11.2016)
3. **LARI MALMBERG:**
Laukaus (Helsingin Sanomat, Kuukausiliite, 3.6.2016)

NÄKÖKULMA

1. **NURMI, LAURI:**
Poliitikot ja yliopisto-opiskelijat ovat suuria pelkureita (Lännen Media, 30.9.2016)
2. **KÄRKI, HEIKKI:**
Anteeksi että olen köyhä (Sunnuntaisuomalainen 21.2.2016)
3. **ILTA-SANOMIEN LÖÖPPI:**
Älä käännä katsettasi (24.10.2016)

Kilpailuun lähetettiin yhteensä 191 juttua. Tuomaristo: toimittaja Heikki Hakala, julkaisupäällikkö Silja Tenhunen ja toimittaja Reetta Rätty

SIVUKILPAILU

FEATURE, ISOT

1. **SUNNUNTAISUOMALAINEN** 20.3.2016
2. **TURUN SANOMAT** 25.11.2016
3. **HBL** 31.7.2016

FEATURE, PIENET

1. **LOIMAAN LEHTI** 20.8.2016
2. **VALKEAKOSKEN SANOMAT** 5.9.2016
3. **KOILLISSANOMAT** 17.11.2016

ETUSIVUT, ISOT

1. **HBL** 17.7.2016
2. **LAPIN KANSAN / POHJOLAN SANOMAT** 30.1.2016
3. **KALEVA** 8.8.2016

ETUSIVUT, PIENET

1. **VÄSTRA NYLAND** 3.11.2016
2. **ÖSTNYLAND** 5.11.2016
3. **KMV-LEHTI** 6.11.2016

Kilpailuun lähetettiin yhteensä 150 sivua. Tuomaristo: ulkoasupäällikkö Lars Holm, graafikko Hanna Laurikko ja principal designer Björn Heselius

KAUPUNKILEHTIKILPAILU

UUDELLA KAUPUNKILEHTI

1. **KUOPION KAUPUNKILEHTI**
2. **EPARI**
3. **UUSI ROVANIEMI**

PARAS VERKKOLEHTI: EPARI

Kilpailuun osallistui 24 lehteä ja 11 verkkolehteä. Tuomaristo: Turun ammattikorkeakoulun journalismin erikoistumisen opiskelijoita ohjaajanaan Simo Ahtee sekä päätoimittajat Mikko Lindroos ja Laura Ääri.

LEHDISTÖN IHANNELEHTI: EPARI

KAUPUNKILEHTIEN JUTTUKILPAILU

1. **TIINA NOUSIAINEN:** *12-vuotias torniolaispoika ei mene enää kouluun* (Lounais-Lappi)
2. **GRETA VIRRANNIEMI:** *Tituu Guassi-planeetalta* (Uusi Rovaniemi)
3. **LAURA SYVÄOJA:** *Intuitio ohjaa Simo Valakaria* (Epari)

Kilpailuun lähetettiin yhteensä 46 juttua. Tuomaristo: päätoimittaja Aija Pirinen, Kuopion Kaupunkilehti.

KAUPUNKILEHTIEN KUVAKILPAILU

1. **JOHANNA ERJONSALO:** Helsingin Uutiset, kuva jutussa *Olen miettinyt kuolemaa koko ajan*
2. **PÄIVI TUOVINEN:** Länsiväylä, kuva jutussa *Vesi ja hyvä porukka vetävät treenaamaan*

3. **RIINA SYDÄNMAANLAKKA:** Suur-Jyväskylän Lehti, kuva jutussa *Kauppakatua ravattiin jo silloin edestakaisin*

Kilpailuun lähetettiin yhteensä 27 juttua. Tuomaristo: lehtikuvaaja Eetu Sillanpää.

PAIKALLISLEHTIKILPAILU

KERRAN VIIKOSSA ILMESTYVÄT LEHDET

1. **RANTALAKEUS**
2. **KANGASALAN SANOMAT**
3. **SISÄ-SUOMEN LEHTI**

PARAS VERKKOLEHTI: SIIKAJOKILAAKSO

KAKSI KERTAA VIIKOSSA ILMESTYVÄT LEHDET

1. **ÖSTNYLAND**
2. **VÄSTRA NYLAND**
3. **ALASATAKUNTA**

PARAS VERKKOLEHTI:

VÄSTRA NYLAND

KOLME KERTAA TAI USEAMMIN ILMESTYVÄT LEHDET

1. **ÅBO UNDERRÄTTELSE**
2. **RAAHEN SEUTU**
3. **NOKIAN UUTiset**

PARAS VERKKOLEHTI: KOILLISSANOMAT

Tuomaristo: Haaga-Helia ammattikorkeakoulun journalistiopiskelijat ohjaajanaan journalismin lehtori Sari T. Tiiri.

LEHDISTÖN IHANNELEHTI: RANTALAKEUS

Paikallislehtikilpailuun osallistui 79 lehteä ja 37 verkkopalvelua.

LUKIJAN VALINTA

Luova johtaja Jani Halme valitsi ensimmäisen Lukijan valinnan vuoden 2017 kaupunki- ja paikallislehtikilpailuihin ilmoitettujen lehtien joukosta.

Vuoden 2017 Lukijan valinta on **KARJALAN HEILI**.

Sanomalehtien Liiton jäsenet 31.12.2017

Sanomalehtien Liitossa oli 120 jäsenyritystä, jotka julkaisivat yhteensä 237 lehteä. Lehdet on luokiteltu seuraavasti:

● erikoislehti, ● iltapäivälehti, ● kaupunkilehti, ● paikallislehti, ● päivälehti, ● verkkojulkaisu ja ● muu lehti.

AJAN SANA OY

- Uusi Aika

AKAAN SEUTU LEHTI OY

- Akaan Seutu

ALMA MEDIA KUSTANNUS OY

- Aamulehti
- Janakkalan Sanomat
- Jokilaakso
- Jämsän Seutu
- Kankaanpään Seutu
- KVM-lehti
- Lapin Kansa
- Lounais-Lappi
- Luoteisväylä
- Merikarvia-lehti
- Nokian Uutiset
- Rannikkoseutu
- Satakunnan Kansa
- Suur-Keuruu
- Sydän-Satakunta
- Tyrvään Sanomat
- Uusi Rovaniemi
- Valkeakosken Sanomat
- Vekkari

ALMA MEDIA SUOMI OY

- Iltalehti

ALMA TALENT OY

- Kauppalehti
- Uusi Suomi

ESV-PAIKALLISMEDIAT OY

- Juven Lehti
- Kaakonkulma
- Kangasniemen Kunnallislehti
- Keskilaakso
- Luumäen Lehti
- Länsi-Saimaan Sanomat
- Paikallislehti Joutseno
- Pitäjänuutiset
- Puruvesi

ETELÄ-SUOMEN MEDIA OY

- Aamuposti
- Helsingin Uutiset
- Hyvinkään Viikkouutiset
- Iltamakasiini
- Imatralainen
- Keski-Uusimaa
- Lappeenrannan Uutiset
- Länsi-Uusimaa
- Länsiväylä
- Mäntsälän Uutiset
- Nurmijärven Uutiset
- Riihimäen seudun Viikkouutiset

- Seinäjoen Sanomat
- Sipoon Sanomat
- Tamperelainen
- Turkulainen
- Uusimaa
- Vantaan Sanomat
- Vihdin Uutiset
- Viikkouutiset Keski-Uusimaa

FORUM24 OY

- Forum24

FÖRLAGS AB SYDVÄSTKUSTEN

- Pargas Kungörelser - Paraisten Kuulutukset
- Åbo Underrättelser

HAAPAJÄRVI-SEURA RY

- Maaselkä

HSS MEDIA AB

- Syd-Österbotten
- Vasabladet
- Österbottens Tidning

HUITTISTEN SANOMALEHTI OY

- Lauttakylä

HÄMEEN PAIKALLISMEDIA OY

- Hämeenkulma
- Keski-Häme

HÄMEEN SANOMAT OY

- Forssan Lehti
- Hämeen Sanomat
- Hämeenlinnan Kaupunkiutiset
- Seutu-Sanomat

IITIN LEHTI OSAKEYHTIÖ

- Iitinseutu

ILMAJOKI-LEHTI OY

- Ilmajoki-lehti

I-MEDIAT OY

- Epari
- Ikkuna
- Ilkka
- Jurvan Sanomat
- Järviseu
- Komiat
- Pohjalainen
- Suupohjan Sanomat
- Viiskunta

ITÄVÄYLÄ VIESTINTÄ OY

- Itäväylä

JALASJÄRVI OY

- JP Kunnallissanomat

JOUTSAN SEUTU OY

- Joutsan Seutu

JOUTSEN MEDIA OY

- Iijokiseutu
- Koillissanomat

- Oulu-lehti
- Rantalakeus
- Siikajokilaakso
- Suomenmaa

JUUKA-SEURA RY

- Vaarojen Sanomat

JÄRVISEUDUN MEDIATALO OY

- Järvisaudun Sanomat

KAAKON VIESTINTÄ OY

- Etelä-Saimaa
- Itä-Savo
- Kouvolan Sanomat
- Kymen Sanomat
- Länsi-Savo
- Uutisvuoksi
- Vartti Etelä-Karjala

KALEVA365 OY

- Kaleva
- Pyhäjokiseutu
- Raahelainen
- Raahen Seutu

KANGASALAN

SANOMALEHTI-OSAKEYHTIÖ

- Kangasalan Sanomat

KANSALLISKUSTANNUS OY

- Nykypäivä
- Verkkouutiset

KANSAN UUTiset OY

- Kansan Uutiset Viikkolehti

KARELIA VIESTINTÄ OY

- Karjalan Heili

KARKKILAN MEDIATALO OY

- Karkkilalainen

KAUHAJOEN KUNNALLISLEHTI OY

- Kauhajoki-lehti

KAUPUNKILEHTI

POHJOIS-KYMENLAAKSO OY

- Kaupunkilehti Pohjois-Kymenlaakso

KESKI-KARJALAN KUSTANNUS OY

- Parikkalan-Rautjärven Sanomat

KESKI-KARJALAN PAIKALLISLEHTI OY

- Koti-Karjala

KESKI-POHJANMAAN KIRJAPAINO OYJ

- Haapavesi-lehti
- Kalajokilaakso
- Kalajokiseutu
- Keskipohjanmaa
- Kokkola-lehti
- Lestijoki
- Nivala-lehti
- Perhönjokilaakso
- Pietarsaaren Sanomat

- PS Pulssi
- Selänne

KESKI-SUOMEN MEDIA OY

- Hankasalmen Sanomat
- Keskisuomalainen
- Laukaa-Konnevesi
- Pikkukaupunkilainen
- Sampo
- Sisä-Suomen Lehti
- Suur-Jyväskylän Lehti
- Viispiikkinen
- Viitasaaren Seutu

KIURUVESI LEHTI OY

- Kiuruvesi-lehti

KORPILAHDEN PAIKALLISLEHTI OY

- Korpilahti-lehti

KSF MEDIA AB

- Hangötidningen - Hangon lehti
- Hufvudstadsbladet
- Loviisan Sanomat
- Västra Nyland
- Östnyland

KUHMOISTEN SANOMAT OY

- Kuhmoisten Sanomat

KURIIRILAINEN OY

- Kuriiri

KURIKKA-LEHTI OY

- Kurikka-lehti

KUSTANNUS OY DEMOKRAATTI

- Demokraatti

KUSTANNUS OY PUOLANGAN DTP

- Puolanka-lehti

KUSTANNUSLIKE ALUELEHDET OY

- Alueviesti

LALLI OY

- Satakunnan Viikko
- Ulvilan Seutu

LAPUA-SÄÄTIÖ

- Lapuan Sanomat

LAUTTASAARI-SEURA RY

- Lauttasaari-lehti

LEMPÄÄLÄN-VESILAHDEN SANOMAT OY

- Lempäälän-Vesilahden Sanomat

LIEKSAN LEHTI OY

- Lieksan Lehti

LIPERIN KOTISEUTU-UUTISET OY

- Kotiseutu-uutiset

MARVA MEDIA OY

- Länsi-Suomi
- Raumalainen

MEDIATALO ESA OY

- Etelä-Suomen Sanomat
- Itä-Häme
- Seutu4 Hollolan Sanomat
- Seutu4 Nastola-lehti
- Seutu4 Orimattilan aluelehti
- Seutu4 Päijät-Häme
- Uusi Lahti

MIKKELIN KAUPUNKILEHTI OY

- Mikkelin Kaupunkilehti

ML-MEDIAT OY

- Turun Seutusanomat

ORIVEDEN SANOMALEHTI OSAKEYHTIÖ

- Oriveden Sanomat

PADASJOEN SANOMAT OY

- Padasjoen Sanomat

PERNIÖNSEUDUN LEHTI OY

- Perniönseudun Lehti

PIHTIPUDAS-SEURA RY

- Kotiseudun Sanomat

PITÄJÄSANOMAT OY

- Orimattilan Sanomat

PLARI OY

- Laitilan Sanomat

POGOSTAN SANOMAT OY

- Pogostan Sanomat

POHJANKYRÖN MEDIA OY

- Kyrönmaa-lehti
- Pohjankyrö-lehti
- Tejuka-lehti

POHJANMAAN VIITOSMEDIA OY

- SeutuMajakka

POHJOIS-KARJALAN

PAIKALLISLEHDET OY

- Outokummun Seutu
- Pielisjokiseutu

POIJU JULKAISUT OY

- Kaupunkilehti Ankkuri

PRIMUS MEDIA OY

- Auranmaan Viikkolehti
- Loimaan Lehti

PRÄNTTI OY

- Seutulehti UutisOiva

PUNKALAITUMEN SANOMAT OY

- Punkalaitumen Sanomat

PUUMALA-SEURA RY

- Puumala-lehti

PYHÄJÄRVEN SANOMAT OY

- Pyhäjärven Sanomat

PYHÄJÄRVISEUDUN PAIKALLISLEHTI OY

- Alasatakunta

RANTAPOHJA OY

- Rantapohja

RUOVEDEN SANOMALEHTI OY

- Ruovesi-lehti
- Teisko-Aitolahti-lehti

SALON SEUDUN SANOMAT OY

- Kaarina-lehti
- Kunnallislehti
- Paimio-Sauvo-Kaarina
- Paikallislehti Somero
- Salon Seudun Sanomat

SALONJOKILAAKSON SANOMA OY

- Salonjokilaakso

SANOMA MEDIA FINLAND OY

- Helsingin Sanomat
- HS Metro
- Ilta-Sanomat

SANOMALEHTI KARJALAINEN OY

- Karjalainen

SAVON MEDIA OY

- Heinäveden Lehti

- Iisalmen Sanomat
- Joroisten Lehti
- Koillis-Savo
- Kuopion Kaupunkilehti
- Matti ja Liisa
- Miilu
- Paikallislehti Sisä-Savo
- Pieksämäen Lehti
- Pielavesi-Keitele
- Pitäjäläinen
- Savon Sanomat
- Soisalon Seutu
- Uutis-Jousi
- Warkauden Lehti
- Viikkosavo

SIEVI-SEURA RY

- Sieviläinen

SLP KUSTANNUS OY

- Kainuun Sanomat
- Koti-Kajaani
- Koti-Lappi
- Kuhmolainen
- Sotkamo-lehti
- Ylä-Kainuu

SULKAVAN KOTISEUTULEHTI OY

- Sulkavan Kotiseutulehti

SUOMEN HEVOSURHEILULEHTI OY

- Hevosurheilu

SYDÄN-HÄMEEN KUSTANNUS OY

- Sydän-Hämeen Lehti

TERVAREITTI OY

- Tervareitti

TORNIOLAINEN OY

- Kemi-Tornio kaupunkilehti

TURUN SANOMAT OY

- Turun Sanomat

TURUN SEUTU OY

- Turun Tienoo

TURUN TIETOTARJONTA OY

- Aamuset

URJALAN SANOMAT OY

- Urjalan Sanomat

UUDENKAUPUNGIN SANOMAT OY

- Uudenkaupungin Sanomat

VAKKA-SUOMEN MEDIA OSUUSKUNTA

- Vakka-Suomen Sanomat

VIESTILEHDET OY

- Maaseudun Tulevaisuus

VIESTINTÄ ALANKO OY

- Elimäen Sanomat

VIESTIPANTTERI OY

- Paikallisuutiset

YLÄ-KARJALA OY

- Ylä-Karjala

YLÄ-SATAKUNNAN SANOMALEHTI OY

- Ylä-Satakunta

YLÖJÄRVEN UUTISET OY

- Ylöjärven Uutiset

ÄKS - ÄÄNEKOSKEN

KAUPUNKISANOMAT OY

- ÄKS Äänekosken Kaupunkisanomat

Muut jäsenet

ALMA MANU OY
ALMA MEDIA OYJ
ARENA PARTNERS OY
ILKKA-YHTYMÄ OYJ
ILVES JAKELU OY
I-PRINT OY
KALEVA OY
KESKISUOMALAINEN OYJ
KÄRKIMEDIA OY
LEHTISEPÄT OY
LÄNNEN MEDIA OY
LÄNSI-SAVO OY
MARVA GROUP OY
OULUN JAKELUTOIMISTO OY
OY SUOMEN TIETOTOIMISTO - FINSKA
NOTISBYRÅN AB
POHJOIS-KARJALAN KIRJAPAINO OYJ
SANOMA OYJ
SAVON JAKELU OY
SUOMEN PAIKALLISMEDIAT OY
TS-YHTYMÄ OY
VÄLI-SUOMEN MEDIA OY

Uudet jäsenet

KARKKILAN MEDIATALO OY (1.4.2017)
LÄNNEN MEDIA OY (1.2.2017)
MIKKELIN KAUPUNKILEHTI OY (1.6.2017)

Uudet jäsenlehdet

Kaupunkilehti Karkkilalainen
(Karkkilan Mediatalo Oy, 1.4.2017 alkaen)
Mikkelin Kaupunkilehti
(Mikkelin Kaupunkilehti Oy, 1.6.2017 alkaen)
Pikkukaupunkilainen
(Keski-Suomen Media Oy, 16.3.2017 alkaen)
Uusi Suomi (Alma Talent Oy, 12.10.2017 alkaen)

Muut muutokset jäsenlehdissä

Pohjolan Sanomien ilmestyminen loppui 10.4.2017.
Vartti Kymenlaakson ilmestyminen loppui 1.5.2017.
Viikkosten ilmestyminen loppui 1.5.2017.
Raahen Seudun, Pyhäjokiseudun ja Raahelaisen
liiketoiminta myyty Kaleva365 Oy:lle 1.10.2017.

Lehtiketjut 31.12.2017

AINA GROUP OYJ
Forssan Lehti
Hämeen Sanomat
Hämeenlinnan Kaupunkiuutiset
Seutu-Sanomat
ALMA MEDIA OYJ
Aamulehti
Iltalehti
Janakkalan Sanomat
Jokilaakso
Jämsän Seutu
Kankaanpään Seutu
Kauppalehti
KMOV-lehti
Lapin Kansa
Lounais-Lappi
Luoteisväylä
Merikarvia-lehti
Nokian Uutiset
Rannikkoseutu
Satakunnan Kansa
Suur-Keuruu
Sydän-Satakunta
Tyrvään Sanomat
Uusi Rovaniemi
Uusi Suomi
Valkeakosken Sanomat
Vekkari
ETEENPÄIN OY
Kaupunkilehti Ankkuri
Kaupunkilehti
Pohjois-Kymenlaakso
FÖRLAGS AB SYDVÄSTKUSTEN
Pargas Kungörelser
- Paraisten Kuulutukset
Åbo Underrättelser
HSS MEDIA AB
Syd-Österbotten
Vasabladet
Österbottens Tidning
HÄMEEN PAIKALLISMEDIA OY
Hämeenkulma
Keski-Häme
ILKKA-YHTYMÄ OYJ
Epari
Ikkuna
Ilkka
Jurvan Sanomat
Järviseutu
Komiati
Pohjalainen
Suupohjan Sanomat
Viiskunta

**JOUTSEN MEDIA OY**

Iijokiseutu
Koillissanomat
Oulu-lehti
Rantalakeus
Siikajokilaakso
Suomenmaa

KALEVA OY

Forum24
Kaleva
Pyhäjokiseutu
Raahelainen
Raahen Seutu

KANSALLISKUSTANNUS OY

Nykypäivä
Verkkouutiset

KESKI-POHJANMAAN KIRJAPAINO OYJ

Haapavesi-lehti
Kalajokilaakso
Kalajokiseutu
Keskipohjanmaa
Kokkola-lehti
Lestijoki
Nivala-lehti
Perhonjokilaakso
Pietarsaaren Sanomat
PS Pulssi
Selänne

KESKISUOMALAINEN OYJ

Aamuposti
Etelä-Suomen Sanomat
Hankasalmen Sanomat
Heinäveden Lehti
Helsingin Uutiset
Hyvinkään Viikkouutiset
Iisalmen Sanomat
Iltamakasiini
Imatralainen
Itä-Häme
Joroisten Lehti
Keskisuomalainen
Keski-Uusimaa
Koillis-Savo
Kuopion Kaupunkilehti
Lappeenrannan Uutiset
Laukaa-Konnevesi
Länsi-Uusimaa
Länsi-Uusimaa Ilta
Länsiväylä
Matti ja Liisa
Miilu
Mäntsälän Uutiset
Nurmijärven Uutiset

Paikallislehti Sisä-Savo
Pieksämäen Lehti
Pielavesi-Keitele
Pikkukaupunkilainen
Pitäjäläinen
Riihimäen seudun Viikkouutiset
Sampo
Savon Sanomat
Seinäjoen Sanomat
Seutu4 Hollolan Sanomat
Seutu4 Nastola-lehti
Seutu4 Orimattilan aluelehti
Seutu4 Päijät-Häme
Sipoon Sanomat
Sisä-Suomen Lehti
Soisalon Seutu
Suur-Jyväskylän Lehti
Tamperelehti
Turkulainen
Uusi Lahti
Uusimaa
Uutis-Jousi
Vantaan Sanomat
Warkauden Lehti
Vihdin Uutiset
Viikkosavo
Viikkouutiset Keski-Uusimaa
Viispiikkinen
Viitasaaren Seutu

KSF MEDIA AB

Hangötidningen - Hangon lehti
Hufvudstadsbladet
Loviisan Sanomat
Västra Nyland
Östnyland

LALLI OY

Satakunnan Viikko
Ulvilan Seutu

LÄNSI-SAVO OY

Etelä-Saimaa
Itä-Savo
Juven Lehti
Kaakonkulma
Kangasniemen Kunnallislehti
Keskilaakso
Kouvolan Sanomat
Kymen Sanomat
Luumäen Lehti
Länsi-Saimaan Sanomat
Länsi-Savo
Paikallislehti Joutseno
Pitäjän uutiset
Puruvesi

Uutisvuoksi
Vartti Etelä-Karjala

MARVA GROUP OY

Länsi-Suomi
Raumalainen

PIRKANMAAN LEHTITALO

Akaan Seutu
Lempäälän-Vesilahden Sanomat
Sydän-Hämeen Lehti
Ylöjärven Uutiset

POHJOIS-KARJALAN KIRJAPAINO OYJ

Karjalainen
Karjalan Heili
Lieksan Lehti
Outokummun Seutu
Parikkalan-Rautjärven Sanomat
Pielisjokiseutu
Pogostan Sanomat
Ylä-Karjala

RUOVEDEN SANOMALEHTI OY

Ruovesi-lehti
Teisko-Aitolahti-lehti

SANOMA OYJ

Helsingin Sanomat
HS Metro
Ilta-Sanomat

SUOMALAINEN LEHTIPAINO OY

Kainuun Sanomat
Kemi-Tornio kaupunkilehti
Koti-Kajaani
Koti-Lappi
Kuhmolainen
Sotkamo-lehti
Ylä-Kainuu

TS-YHTYMÄ OY

Aamuset
Auranmaan Viikkolehti
Kaarina-lehti
Kunnallislehti
Paimio-Sauvo-Kaarina
Laitilan Sanomat
Loimaan Lehti
Paikallislehti Somero
Salon Seudun Sanomat
Turun Sanomat
Uudenkaupungin Sanomat

UJAISEN LEHTIPERHE

JP Kunnallissanomat
Kurikka-lehti
Kyrönmaa-lehti
Pohjankyrö-lehti
Tejuka-lehti



VALHEELLA ON LYHYET JÄLJET UUTISPÖYDÄSSÄ.

Kaikkea et voi olla omin silmin todistamassa.
Silloin tarvitset kumppanin, jonka sanaan voit luottaa.
Toimittajan tehtävä on löytää tärkeät asiat ja uutisoida niistä
totuudenmukaisesti – niin verkkoon, printtiin kuin mobiiliin.

Sanomalehti – totta, tärkeää ja kiinnostavaa.



SANOMALEHTIEN LIITTO

LEHDEN OMA LOGO

Henkilökunta

Kaikki Sanomalehtien Liiton toimihenkilöt ovat osa Medialiiton henkilökuntaa. Liiton palveluksessa oli vuoden 2017 lopussa yhdeksän henkilöä.

Liittojohtajana toimi filosofian tohtori Jukka Holmberg. Hän toimi myös Medialiiton toimitusjohtajana.

Markkinointi- ja tutkimusjohtajana toimi kauppatieteiden maisteri Sirpa Kirjonen.

Mediakasvatusasiantuntijana toimi filosofian maisteri Hanna Romppainen. Määräaikaisena *Meidän juttu* -verkkojulkaisun päätoimittajana työskenteli Piia Hietämäki.

Järjestöpäällikkönä toimi humanististen tieteiden kandidaatti Ilona Hannikainen. Hän vastasi myös paikallislehti- ja kaupunkilehtiasioista.

Sanomalehtien Liiton ja Medialiiton yhteisenä viestintäpäällikkönä toimi valtiotieteiden maisteri Päivi Mykkänen. Viestintäpäällikön vuorotteluvapaan sijaisena 1.8.–31.12. toimi Medialiiton tiedottaja Ilmari Tuomivaara. Sanomalehtien Liiton tiedottajana toimi 31.5. asti valtiotieteiden kandidaatti Anne Suvanto. Suvannon opintovapaan sijaisena 22.2.–30.6. toimi Johanna Strömsholm. Liiton vakituksena tiedottajana aloitti 7.8. yhteiskuntatieteiden maisteri Eeva Hemanus.

Suomen Lehdistön päätoimittajana toimi filosofian maisteri Riikka Virranta ja toimitussihteerinä filosofian maisteri Noora Autio.

Toimielimet

SANOMALEHTIEN LIITON HALLITUS

PUHEENJOHTAJA

Kaupallinen johtaja Petteri Putkiranta,
Sanoma Media Finland Oy

VARAPUHEENJOHTAJAT

Vastaava päätoimittaja Jouko Jokinen,
Alma Media Kustannus Oy (8.10.2017 asti)
Toimitusjohtaja Vesa Pihlajamaa,
Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oy

MUUT JÄSENET

Vastaava päätoimittaja Arno Aho, Arno Aho Oy
Alma Talent Oy (14.11.2017 alkaen)
Toimitusjohtaja Jens Berg,
KSF Media Ab (4.5.2017 asti)
Toimitusjohtaja Jukka Haapalainen,
Kaleva Oy (30.4.2017 asti)
Toimitusjohtaja Anna-Mari Karhunen,
HSS Media Ab (14.11.2017 alkaen)
Liiketoimintajohtaja Jarkko Haukilahti,
Mediatlo ESA Oy
Konsernijohtaja Vesa-Pekka Kangaskorpi,
Keskisuomalainen Oy

Toimitusjohtaja Jaakko Ketonen,
Turun Sanomat Oy
Toimitusjohtaja Matti Korkiatupa,
Ilkka-Yhtymä Oy (4.5.2017 asti)
Toimitusjohtaja Jarmo Koskinen,
Kaakon Viestintä Oy (4.5.2017 asti)
Toimitusjohtaja Juha Laakkonen,
Kaleva Oy (4.5.2017 alkaen)
Hallituksen varapuheenjohtaja
Heikki Laurinen, Viestilehdet Oy
Toimitusjohtaja Olli Pirhonen,
Ilkka-Yhtymä Oy (4.5.2017 alkaen)
Toimitusjohtaja Raimo Puustinen,
Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oy
Toimitusjohtaja Olli Sirén,
Pirkanmaan Lehtitalo
Toimitusjohtaja Tenna Talvi-Pietarila,
SLP Kustannus Oy
Liiketoimintajohtaja Juhana Tikka,
Kaakon Viestintä Oy (4.5.2017 alkaen)
Toimitusjohtaja Svante Wahlbeck,
KSF Media Ab (4.5.-9.11.2017)

SIHTEERI

Järjestöpäällikkö Ilona Hannikainen

KOKOUKSIA 6

TILINTARKASTAJA Oy Tuokko Ltd

STRATEGIARYHMÄT JA JAOSTOT

SANOMALEHTIALAN KILPAILUKYKY JA MIELIKUVAT -STRATEGIARYHMÄ

PUHEENJOHTAJA

Liiketoimintajohtaja Jarkko Haukilahti,
Mediatlo ESA Oy

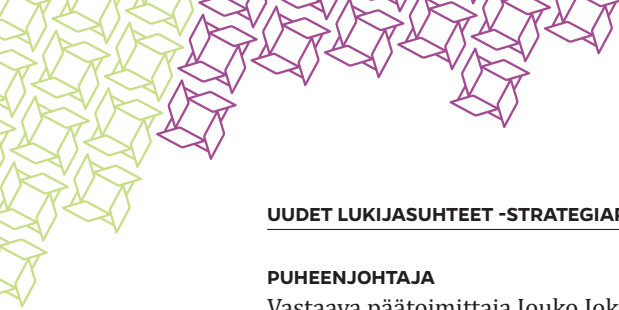
JÄSENET

Digitaalisen liiketoiminnan johtaja Kirsi Hakaniemi,
Keskisuomalainen Oy
Päätoimittaja Jouni Kemppainen,
Viestilehdet Oy
Sisältöjohtaja Pekka Lakka,
Kaakon Viestintä Oy
Kehityspäällikkö Maarit Lamminmäki,
Sanoma Media Finland Oy (30.8.2017 asti)
Markkinointijohtaja Christoffer Lundén,
KSF Media Ab (30.9.2017 asti)
Sisältömyynnin myyntijohtaja Pauliina Makkonen,
Alma Media Kustannus Oy
Brändijohtaja Kati Méléart,
Kärkimedia Oy
Markkinointipäällikkö Tommi Peura,
I-Mediat Oy
Päätoimittaja, toimitusjohtaja Tuula Ruusumaa,
Kangasalan Sanomalehti-Osakeyhtiö
Sisältöjohtaja Kaija Ulmanen,
Marva Media Oy

SIHTEERI

Markkinointi- ja tutkimusjohtaja Sirpa Kirjonen

KOKOUKSIA 4



UUDET LUKIJASUHTEET -STRATEGIARYHMÄ

PUHEENJOHTAJA

Vastaava päätoimittaja Jouko Jokinen,
Alma Media Kustannus Oy (8.10.2017 asti)

JÄSENET

Toimituspäällikkö Pia Hunnako,
I-Mediat Oy
Päätoimittaja Päivi Kallo,
Etelä-Suomen Media Oy
Toimituspäällikkö Kimmo Pietinen,
Sanoma Media Finland Oy
Päätoimittaja Markus Pirttijoki,
SLP Kustannus Oy
Päätoimittaja Ville Pohjonen,
Salon Seudun Sanomat Oy
Liiketoimintajohtaja Juha Portaankorva,
Kaleva365 Oy

SIHTEERI

Mediakasvatusasiantuntija Hanna Romppainen

KOKOUKSIA 3

KAUPUNKILEHTIJAOSTO

PUHEENJOHTAJA

Liiketoimintajohtaja Jarkko Haukilahti,
Mediatulo ESA Oy

JÄSENET

Päätoimittaja Juha Honkala,
Joutsen Media Oy
Kustannusjohtaja, päätoimittaja, lehtiryhmän johtaja
Karri Kannala, Etelä-Suomen Media oy
Kaupallinen johtaja Jari Koskikuru,
Kaakon Viestintä Oy
Toimitusjohtaja Sami Latva,
Kustannusliike Aluelehdet Oy
Päätoimittaja Tiina Nousiainen,
Alma Media Kustannus Oy
Julkaisuliiketoiminnan johtaja Alpo Ohtamaa,
Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oyj
Toimitusjohtaja, päätoimittaja Petri Piipari,
Kaupunkilehti Pohjois-Kymenlaakso Oy
Päätoimittaja Laura Syväoja,
I-Mediat Oy

SIHTEERI

Järjestöpäällikkö Ilona Hannikainen

KOKOUKSIA 3

PAIKALLISLEHTIJAOSTO

PUHEENJOHTAJA

Toimitusjohtaja Olli Sirén,
Pirkanmaan Lehtitalo

JÄSENET

Päätoimittaja Jarkko Ambrusin,
Alma Media Kustannus Oy

Toimitusjohtaja Kaija Huuhtanen,
ESV-Paikallismediat Oy

Toimittaja Kari Kauppinen,
Puumala-Seura ry

Toimitusjohtaja, päätoimittaja Marja Mölsä,
Lieksan Lehti Oy

Julkaisuliiketoiminnan johtaja Alpo Ohtamaa,
Keskipohjanmaan Kirjapaino Oyj

Paikallisjohtaja, päätoimittaja Olli Pursiainen,
I-Mediat Oy

Päätoimittaja Asko Virtanen,
Priimus Media Oy

Liiketoimintajohtaja Mika Väisänen,
Savon Media Oy

SIHTEERI

Järjestöpäällikkö Ilona Hannikainen

KOKOUKSIA 4

JAKELUN EDUNVALVONTARYHMÄ

PUHEENJOHTAJA

Liittojohtaja Jukka Holmberg

JÄSENET

Toimitusjohtaja Tero-Pekka Hämäläinen,
Viestilehdet Oy

Toimitusjohtaja Kari Juutilainen,
Alma Media Kustannus Oy

Toimitusjohtaja Matti Korkiatupa,
Ilkka-Yhtymä Oy (4.5.2017 asti)

Kaupallinen johtaja Petteri Putkiranta,
Sanoma Media Finland Oy

Liiketoimintajohtaja Erkki Summanen,
Keskisuomalainen Oyj

SIHTEERI

Senior Associate Henriikka Piekkala,
Borenus Oy

KOKOUKSIA 2

Edustukset

JULKISEN SANAN NEUVOSTO

NEUVOSTON JÄSENET

Päätoimittaja Antti Kokkonen,
Alma Media Kustannus Oy

Päätoimittaja Hannu Helineva,
Kaakon Viestintä Oy

NEUVOSTON VARAJÄSENET

Toimituspäällikkö Riitta Raatikainen,
Savon Mediat Oy

Päätoimittaja Katariina Anttila,
Keskipohjanmaan Kirjapaino Oyj

NEUVOSTON KANNATUSYHDISTYKSEN HALLITUS

Liittojohtaja Jukka Holmberg

NEUVOSTON KANNATUSYHDISTYS

Liittojohtaja Jukka Holmberg
Päätoimittaja Arto Henriksson,
KSF Media Ab

KOPIOSTO RY

HALLITUS

Liittojohtaja Mikko Hoikka,
Aikakauslehtien Liitto

VALOKOPIOJAOSTO

Järjestöpäällikkö Ilona Hannikainen

MEDIA AUDIT FINLAND OY

HALLITUS

Toimitusjohtaja Tom Jungell,
Kärkimedia Oy
Vice president Caroline Lilius,
Sanoma Media Finland Oy
Myyntijohtaja Pauliina Makkonen,
Alma Media Kustannus Oy

KMT ASIAANTUNTIJAT -RYHMÄ

Suunnittelupäällikkö Heli Virola,
Alma Media Kustannus Oy
Tutkimuspäällikkö Heikki Nykänen,
Etelä-Suomen Media Oy
Tutkimuspäällikkö Katri Åberg,
Kärkimedia Oy

LEVIKINTARKASTUSJAOSTO

Markkinointipäällikkö Heidi Landström,
Turun Sanomat Oy
Markkinointipäällikkö Tommi Peura,
I-Mediat Oy
Bisnesanalyttikko Janne Numminen,
Sanoma Media Finland Oy

MAINONNAN EETTINEN NEUVOSTO

SANOMALEHTIEN LIITON JA AIKAKAUSLEHTIEN LIITONYHTEISENÄ EDUSTAJANA

vastaava päätoimittaja Ville Pohjonen,
Salon Seudun Sanomat Oy

VARAJÄSENEÄ

päätoimittaja Tarja Hurme,
Otavamedia Oy

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA

Markkinointi- ja tutkimusjohtaja Sirpa Kirjonen

NEWS MEDIA EUROPE

BOARD

Liittojohtaja Jukka Holmberg

COPYRIGHT TASK FORCE

Johtaja Satu Kangas,
Medialiitto

VAT TASK FORCE

Ekonomisti Elias Erämaja,
Medialiitto

TAMPEREEN YLIOPISTON NUORET ESTRADILLE -HANKKEEN OHJAUSRYHMÄ

Mediakasvatusasiantuntija Hanna Romppainen

SUOMEN ITSENÄISYYDEN 100-VUOTIS- JUHLAVUODEN VALTUUSKUNTA (VALTONEUVOSTON KANSLIAN ASETTAMA)

Liittojohtaja Jukka Holmberg

TEKIJÄNOIKEUSNEUVOSTO (OPETUS- JA KULTTUURIMINISTERIÖN ASETTAMA)

Johtaja Satu Kangas,
Medialiitto

VARAJÄSENEÄ

lakimies Ismo Huhtanen,
Sanoma Oyj

TEKIJÄNOIKEUSTOIMIKUNTA (OPETUSMINISTERIÖN ASETTAMA)

Johtaja Satu Kangas,
Medialiitto

WAN-IFRA (WORLD ASSOCIATION OF NEWSPAPERS AND NEWS PUBLISHERS)

BOARD, EXECUTIVE COMMITTEE

Konsernijohtaja Vesa-Pekka Kangaskorpi,
Keski-suomalainen Oyj

THE COMMITTEE OF DIRECTORS

Liittojohtaja Jukka Holmberg

YOUNG READER COMMITTEE

Mediakasvatusasiantuntija Hanna Romppainen



Sammandrag

Berättelseåret var Tidningarnas Förbunds 109:e verksamhetsår.

År 2017 låg förbundets tyngdpunkter på att bevaka dagstidningars intressen, stärka dagstidningsbranschens konkurrenskraft och image samt stödja medieläskunnighet.

I Tidningarnas Förbunds intressebevakning betonades särskilt utdelning och postlagsreform. Den nya postlag som riksdagen godkände bibehöll femdagarsutdelningen i glesbygden men gjorde det möjligt att reducera utdelningen till tre dagar i veckan i områden med tidigutdelning av dagstidningar. Posti måste konkurrensutsätta åtminstone utdelningen av brev som räknas till samhällsomfattande tjänster utanför tidigutdelningsområdena.

Medieförbundet ansvarade för mediebranschens gemensamma intressebevakning. Sänkningen av mervärdesskatt på digitala tidningars prenumerationsavgifter till tryckta tidningars nivå körde fast på grund av kravet på enhällighet i EU:s beslutsfattande. Medieförbundet lämnade in en klagan om statsstödet till Rundradions dagspresslika webbtjänster till Europeiska kommissionen. Ett förslag som skulle förbättra förläggarnas rättsställning och handlade om skyddet av tidningspublikationer i en digital affärsverksamhet fick stöd hos Europaparlamentet men inte i Finland.

Betydelsen av pålitliga nyhetsmedier som eftersträvar sanning och korrigerar sina fel identifierades såväl i Finland som internationellt. Facebook, Google och Twitter kritiserades för att sprida falska nyheter, begränsa medborgarnas perspektiv och tillåta hatretorik, vilket framhävde betydelse av pålitliga dagstidningar. Stabiliteten i ett demokratiskt samhälle förutsätter att medborgarna kan grunda sina åsikter på korrekta fakta.

Förbundet satsade på att stärka finländarnas medieläskunnighet. Under hela sitt verksamhetsår gav förbundet ut webbtidningen *Meidän juttu*. Redaktörer var barn och unga under ledning av sina lärare och i samarbete med lokala tidningar. Projektet var en del av Finland 100-jubileumsårets program.

DEN DIGITALA ANVÄNDNINGEN VÄXER

Andelen läsande, prenumerationer och reklam i digital form fortsatte att öka. Ändå kom närmare 90 procent av tidningarnas intäkter fortfarande från tryckta tidningar.

Antalet digitala tidningsprenumerationer ökade med över 30 procent om året. Vid upplagekontrollen våren 2017 var 52 procent av prenumerationerna kombinationsprenumerationer av print- och digitalversioner, 36 procent endast print- och 12 procent

endast digitala prenumerationer. Antalet prenumerationer av tryckta dagstidningar fortsatte att minska med 5–6 procent.

NÄSTAN ALLA LÄSER TIDNINGAR

Enligt Nationella Medieundersökningen läste 89 procent av finländarna dagstidningar varje vecka hösten 2017. 71 procent av finländarna läste dagstidningar i tryckt format, 43 procent på dator, 47 procent på mobiltelefon och 24 procent på en elektronisk läsenhet. Drygt 60 procent av finländarna läste dagstidningar dagligen.

Förändringen i dagstidningsläsandet speglas tydligt av att läsandet av digitala webbversioner av de 32 stora dagstidningar som deltog i mätningen ökade med 31 procent under det senaste året. Enligt undersökningen prenumererar 66 procent av finländarna på en tryckt eller digital dagstidning eller en kombination av dessa.

TIDNINGARNA DEN STÖRSTA MEDIETRUPPEN

Under år 2017 användes totalt 1,217 miljarder euro på mediereklam. Det innebar en minskning på 0,1 procent jämfört med året innan.

Enligt statistiken *Mediamainonnan määrä 2017* som Kantar TNS och förbunden inom mediebranschen sammanställt utgjorde dagstidningarnas andel av alla medieinvesteringar sammanlagt 35 procent. Med denna andel var dagstidningar fortfarande den överlägset största mediegruppen.

I tryckta dagstidningar investerades 302,6 miljoner euro, i tryckta stadstidningar 59,4 miljoner euro och dagstidningarnas digitala tjänster drygt 70 miljoner euro. Investeringarna i dagstidningsmedier minskade med 6 procent jämfört med året innan.

Summary

The financial year was the 109th year of operation for the Finnish Newspapers Association.

In 2017, the priorities of the Association's activities were the safeguarding the common interests of newspapers, strengthening the competitive ability and image of the newspaper industry, and supporting media literacy.

Distribution and the reform of the Postal Act were the focus of lobbying activities. The new Postal Act adopted by Finland's Parliament retained the five-day postal distribution in sparsely populated areas, yet provided the possibility to reduce distribution down to three days in the early-morning newspaper delivery areas. The Post Office needs to organise competitive bidding for at least the distribution of universal service mail outside early-morning distribution areas.

The Finnish Media Federation was responsible for the general safeguarding of the media industry. The reduction in the value added tax for online newspaper subscriptions to the same level as printed newspapers was shelved in the decision-making of the EU based on the unanimity requirement. The Finnish Media Federation lodged a state aid complaint to the European Commission concerning online news media services, such as that of the Finnish Broadcasting Company, Yleisradio. The proposal for improving the legal status of publishers in the protection of newspaper publications in online business received support from the European Parliament, but not in Finland.

The importance of a reliable, truth-seeking and error-rectifying news media was recognised in Finland and globally. Facebook, Google and Twitter were criticised for spreading fake news, narrowing the viewpoints of citizens and hate speech, which emphasised the importance of reliable newspaper media. The stability of a democratic society requires that citizens are able to base their opinions on real facts.

The Federation focused on the strengthening of Finnish media literacy. Throughout the financial year, the Federation published the *Meidän Juttu* online newspaper with children and young people making articles with their teachers in cooperation with the local newspapers. The project was part of the Finland 100 anniversary of independence.

GROWTH IN ONLINE USAGE

Digital reading, subscribing and advertising experienced further growth of market share. Nevertheless, nearly 90 percent of newspaper revenue still came from printed newspapers.

The number of online subscriptions for newspapers grew at an annual rate in excess of 30 percent. In the distribution review in spring 2017, 52 percent of orders were printed and online combination subscriptions, 36 percent were printed orders, and 12 percent online orders only. The number of printed newspaper subscriptions continued its 5–6 percent downtrend.

ALMOST EVERYONE READS NEWSPAPERS

According to MediaAuditFinland, 89 percent of Finns read a newspaper on a weekly basis in autumn 2017. 71 percent of Finns read printed newspapers, 43 percent read newspapers online, 47 percent using a smartphone, and 24 percent using an electronic reader. Over 60 percent of Finns read a newspaper on a daily basis.

The change in trend for reading newspapers is well depicted by the fact that reading of the online digital newspapers of the 32 large newspapers involved in the survey grew 31 percent over the past year. According to the study, 66 percent of Finns have a subscription for a printed or online newspaper or the combination of the two.

NEWSPAPER MEDIA THE LARGEST MEDIA GROUP

A total of 1.217 billion euros was used for media advertising in 2017. This represents a 0.01 percent fall compared to the previous year.

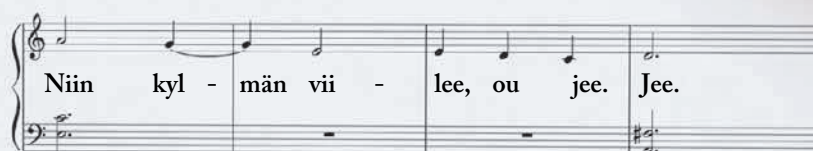
According to the Media Advertising Share 2017 statistics compiled by Kantar TNS and media industry federations, the newspaper share of all media investments totalled 35 percent. This share makes the newspaper media by far the largest media group.

A total of 302.6 million euros was invested in printed newspapers, 59.4 million in printed local newspapers, and over 70 million euros in the digital services of newspapers. Compared to the previous year, the media euros of the newspaper media dropped by six percent.

OPETTAJA, TILAA LEHDET
MAKSUTTA OPETUSKÄYTTÖÖN
OSOITTEESTA:
lehdenosoite.fi/osoite

Rakkauslaulu

Sävel: J. Hyvärinen
Sanat: Taukki



LUE NIIN ET JÄÄ SANATTOMAKSI

Hyvä uutinen on, että rikas kieli tarttuu. Vaan niin tekee köyhäkin. Samalla haalistuu kyky välittää tunteita, rakentaa merkityksiä ja vaihtaa ajatuksia. Vaali kieltä ja lue monipuolisesti kirjoja, sanomalehtiä, blogeja ja muuta, mitä edestäsi löydät.

Testaa sanavarastosi laajuus osoitteessa:
sanomalehtiopetuksessa.fi/sanavarastotesti

KANSAINVÄLISTÄ LUKUTAITOPÄIVÄÄ VIETETÄÄN 8.9.