

Järjestölehtien merkitys 2017

Selvitys Aikakausmedialle

Katri Isotalo, Viestintä Isotalo &
Taru Berndtson, Tutkimus- ja viestintäyriitys Tarubee

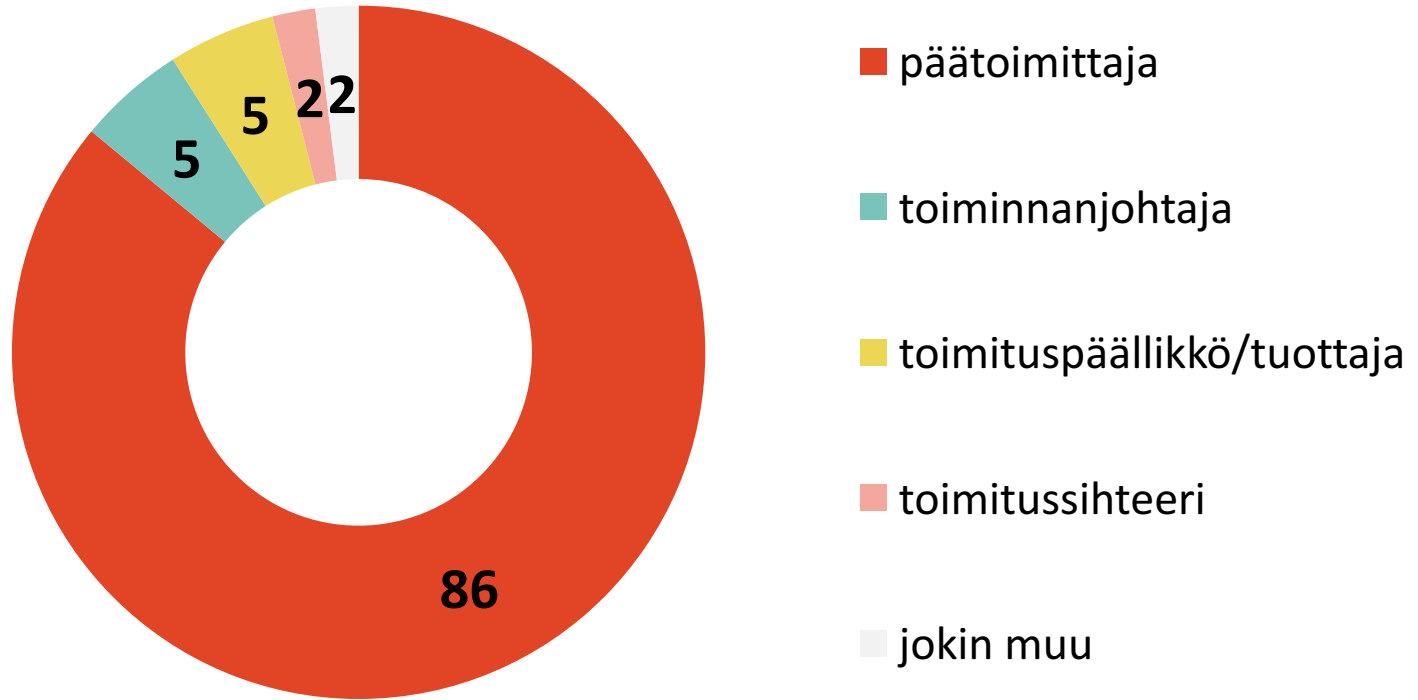
- 1. Selvityksen tavoitteet ja toteutus**
2. Vastaajat
3. Järjestöjen viestintäkanavat
4. Painettu järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa
5. Digitaalinen järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa
6. Yhteenveto

Selvityksessä tarkastellaan painettujen ja digitaalisten lehtien roolia suomalaisten järjestöjen viestinnässä sekä niiden kehityssuuntia tulevaisuudessa.

Raportti pohjautuu järjestölehtien tekijöiden **haastatteluihin** (6 kpl) sekä pääasiassa järjestölehtien päätoimittajille lähetettyyn **nettikyselyyn** (44 vastaajaa).

Kyselyyn vastaajat, %

(”Missä ominaisuudessa vastaat tähän kyselyyn”, n=44)



1. Selvityksen tavoitteet ja toteutus
2. **Vastaajat**
3. Järjestöjen viestintäkanavat
4. Painettu järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa
5. Digitaalinen järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa
6. Yhteenveto

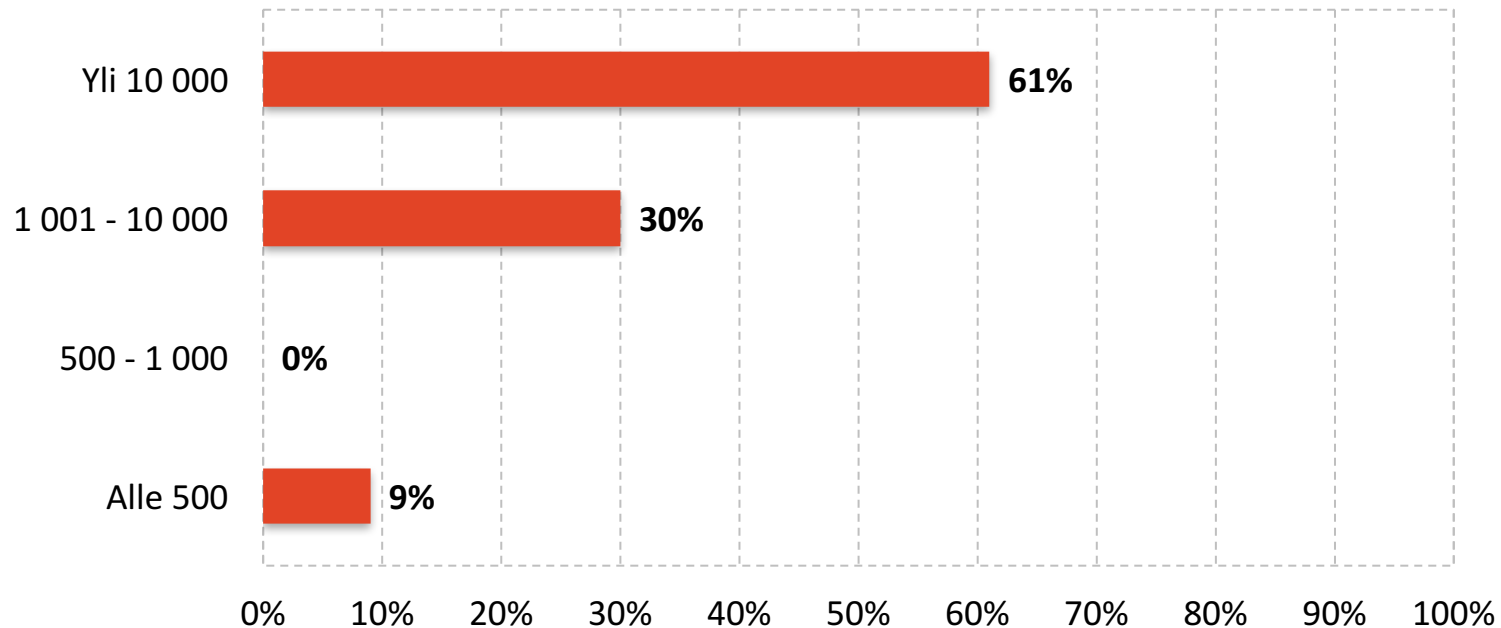
Kyselyyn vastanneiden edustamissa järjestöissä oli useimmiten **yli 10 000 henkilöjäsentä** (61 %).

Järjestöjen jäsenet olivat tyypillisesti **keski-ikäisiä** (55 %).

Mukana oli nais- ja miesvoittoisia järjestöjä sekä järjestöjä, joissa sukupuolijakauma oli tasainen.

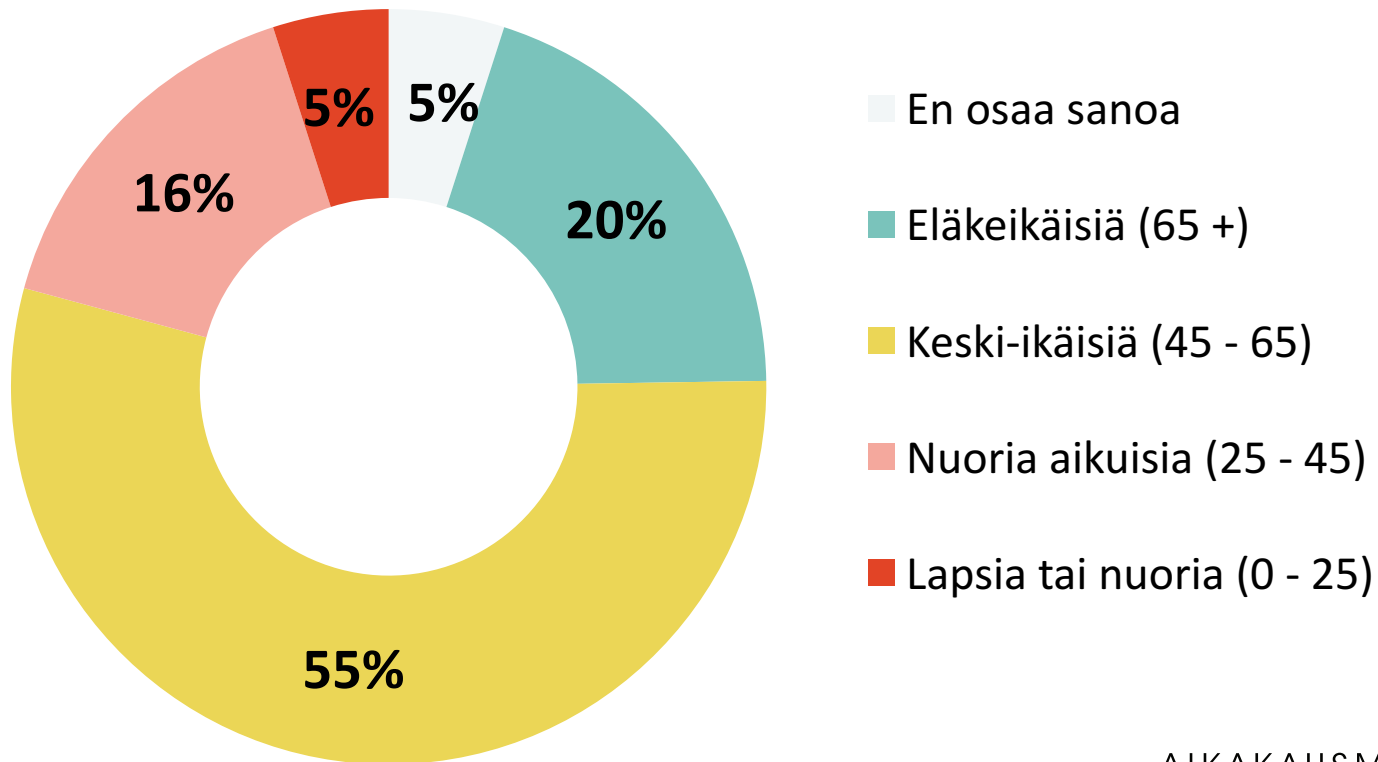
Järjestöjen jäsenmäärät

(”Paljonko edustamassasi järjestössä on henkilöjäseniä?”, n=44)

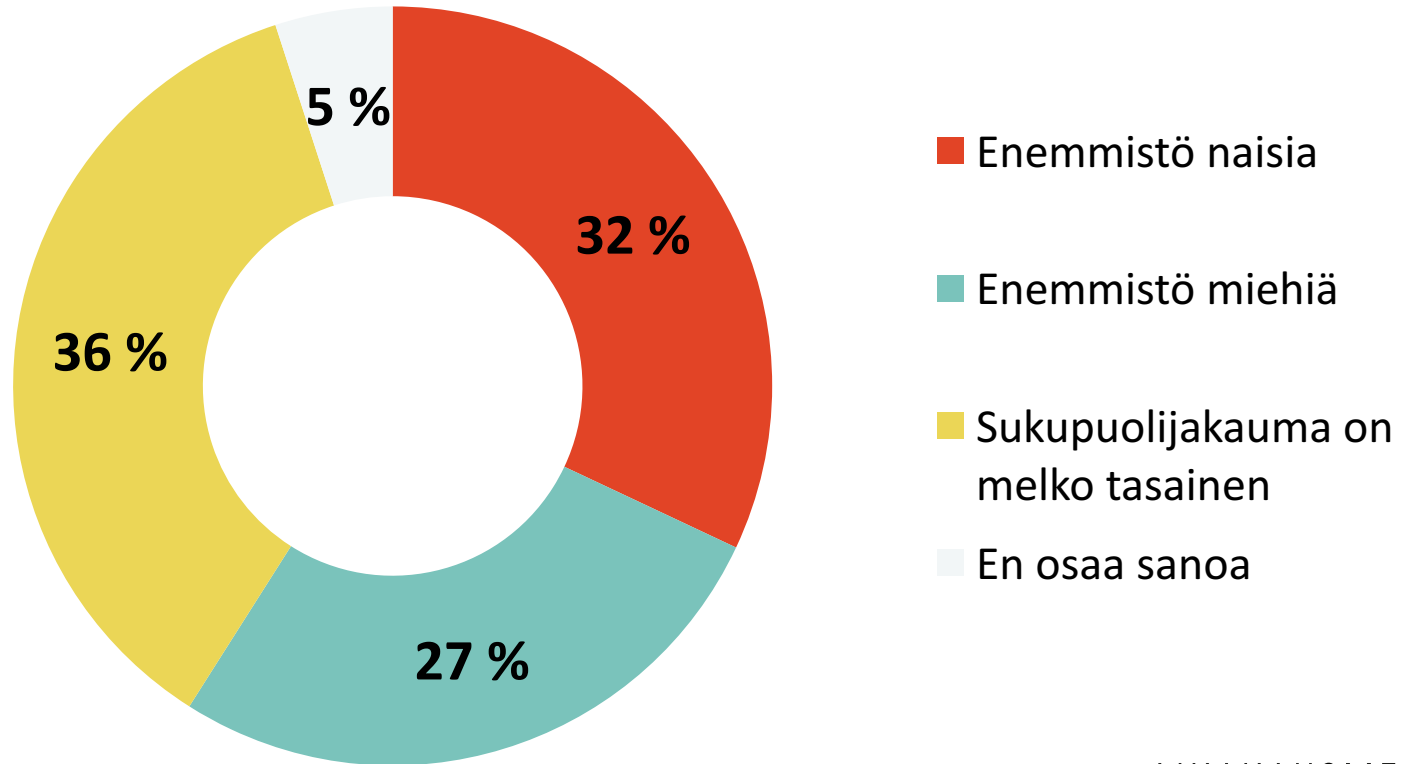


Jäsenistön tyypillinen ikä

(”Minkä ikäisiä suurin osa jäsenistänne on?”, n=44)



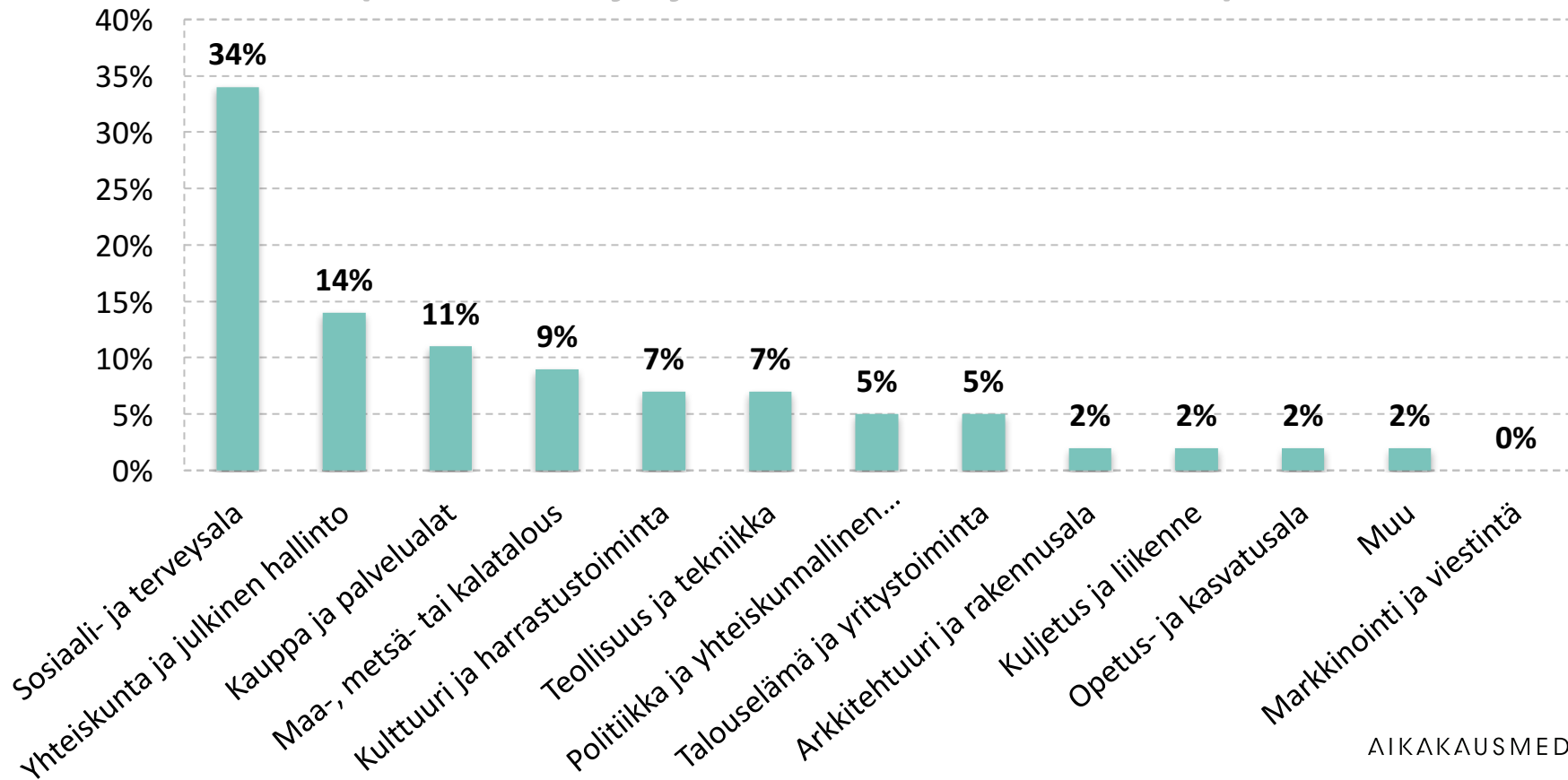
Järjestöjen jäsenistön tyypillinen sukupuolijakauma (n=44)



Eri aloista kyselyssä parhaiten edustettuna olivat **sosiaali- ja terveysala (34 %)**, **yhteiskunta ja julkinen hallinto (14 %)** sekä **kauppa ja palvelualat (11 %)**.

Järjestöjen ala

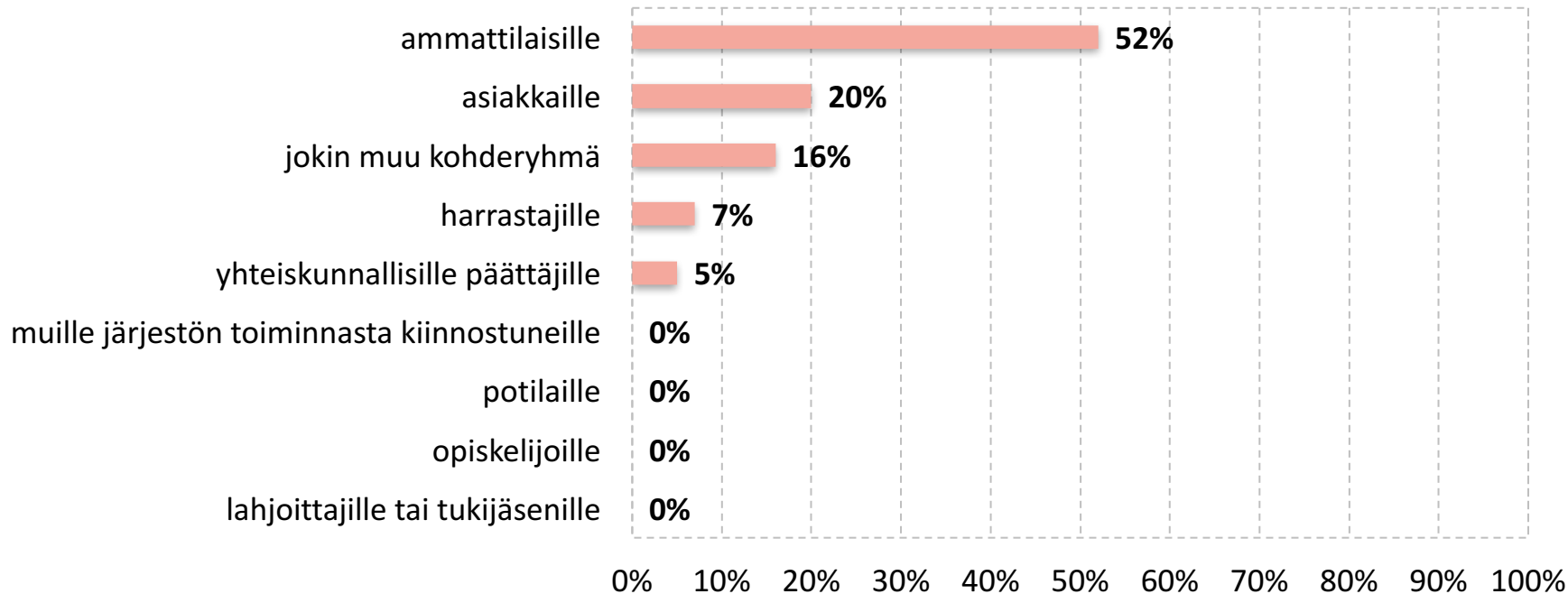
(”Mitä alaa järjestönne edustaa?”, n=44)



Ensisijainen järjestöjen viestinnän kohderyhmä
olivat **ammattilaiset** (52 %).

Kenelle järjestö viestii ensisijaisesti

(”Kenelle järjestönne viestii ensisijaisesti?”, n=44)

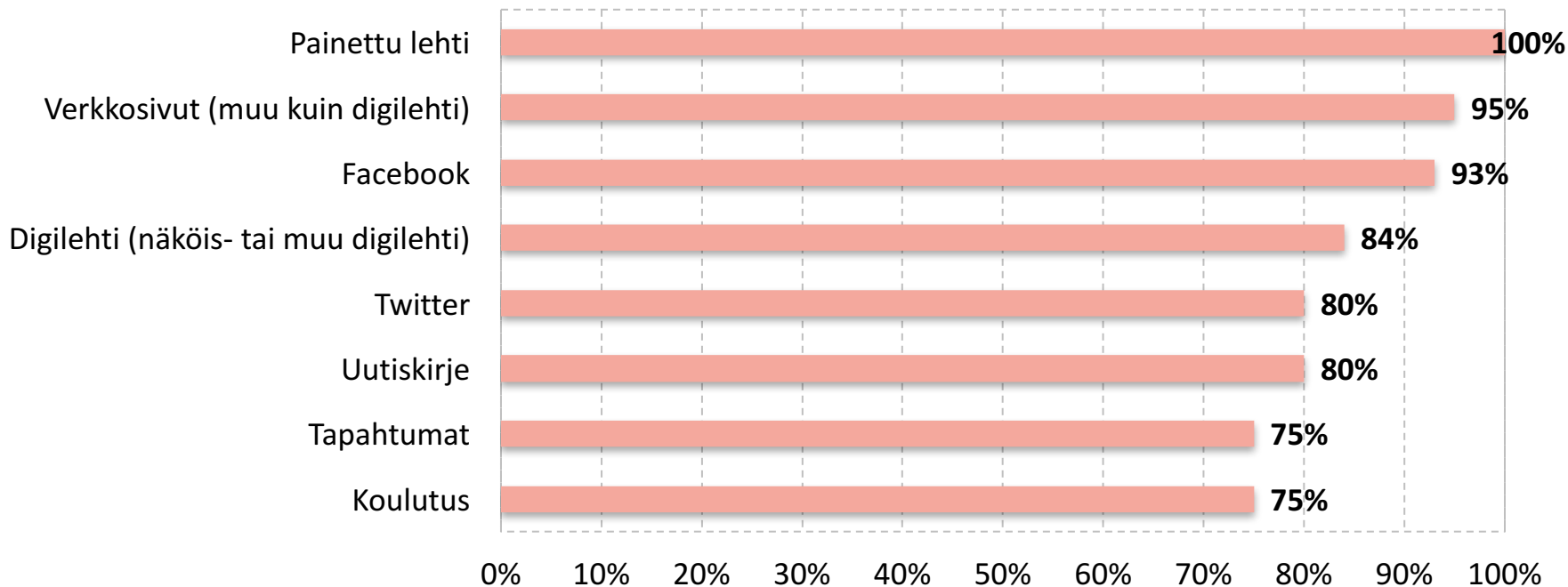


1. Selvityksen tavoitteet ja toteutus
2. Vastaajat
3. **Järjestöjen viestintäkanavat**
4. Painettu järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa
5. Digitaalinen järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa
6. Yhteenveto

**Järjestöjen käytetyimmät viestintäkanavat olivat
painettu lehti (100 %), verkkosivut (95 %) ja
Facebook (93 %).**

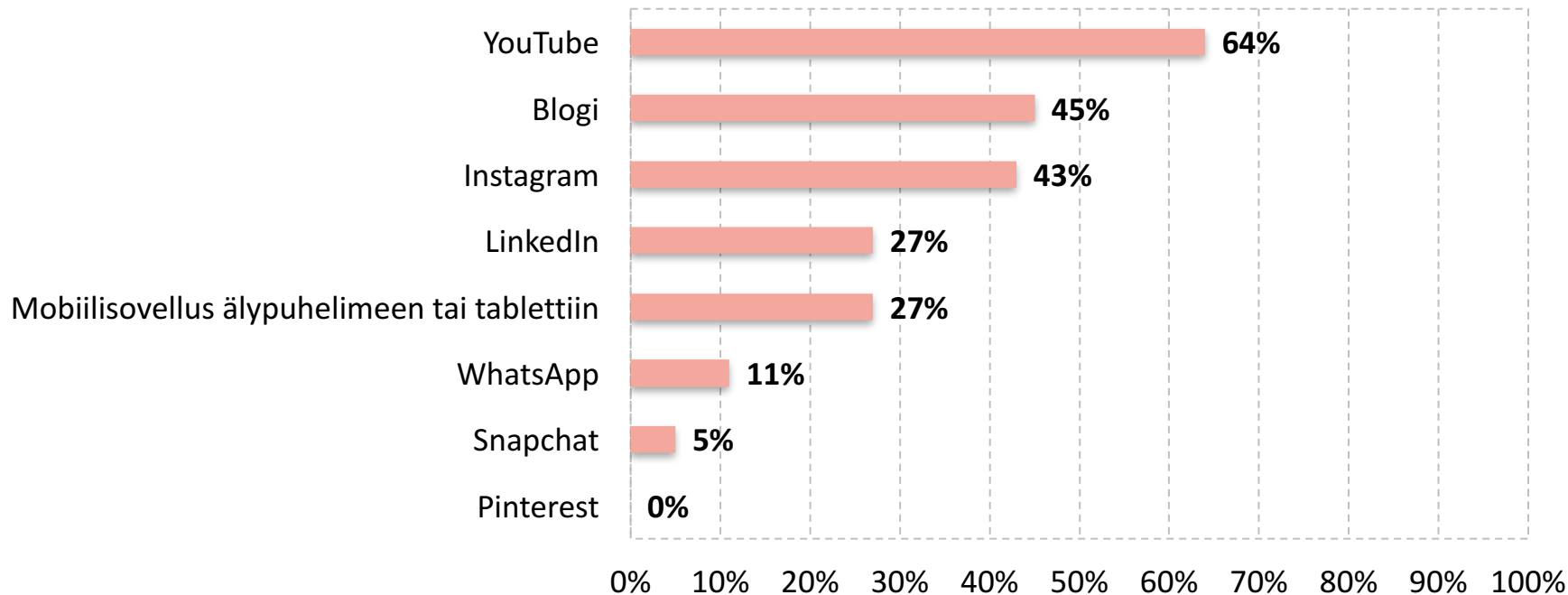
Järjestöjen käytössä olevat viestintäkanavat, 1/2

(”Mitä kanavia käytätte järjestön viestinnässä tällä hetkellä?
Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot”, n=44)



Järjestöjen käytössä olevat viestintäkanavat, 2/2

(”Mitä kanavia käytätte järjestön viestinnässä tällä hetkellä?
Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot”, n=44)

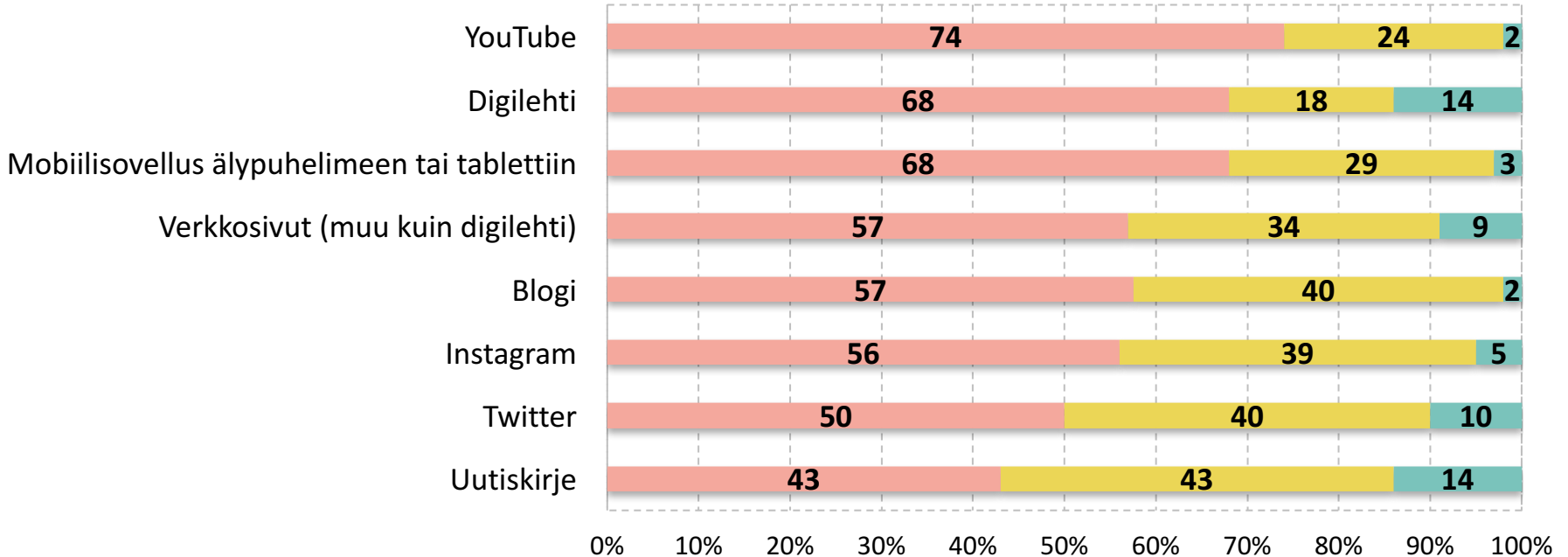


Viiden vuoden kuluttua erityisesti YouTube (74 %), mobiilisovellusten (68 %) ja digilehden (68 %) merkityksen arvioidaan kasvavan.

Eri viestintäkanavien merkitys 5 vuoden päästä, 1/2

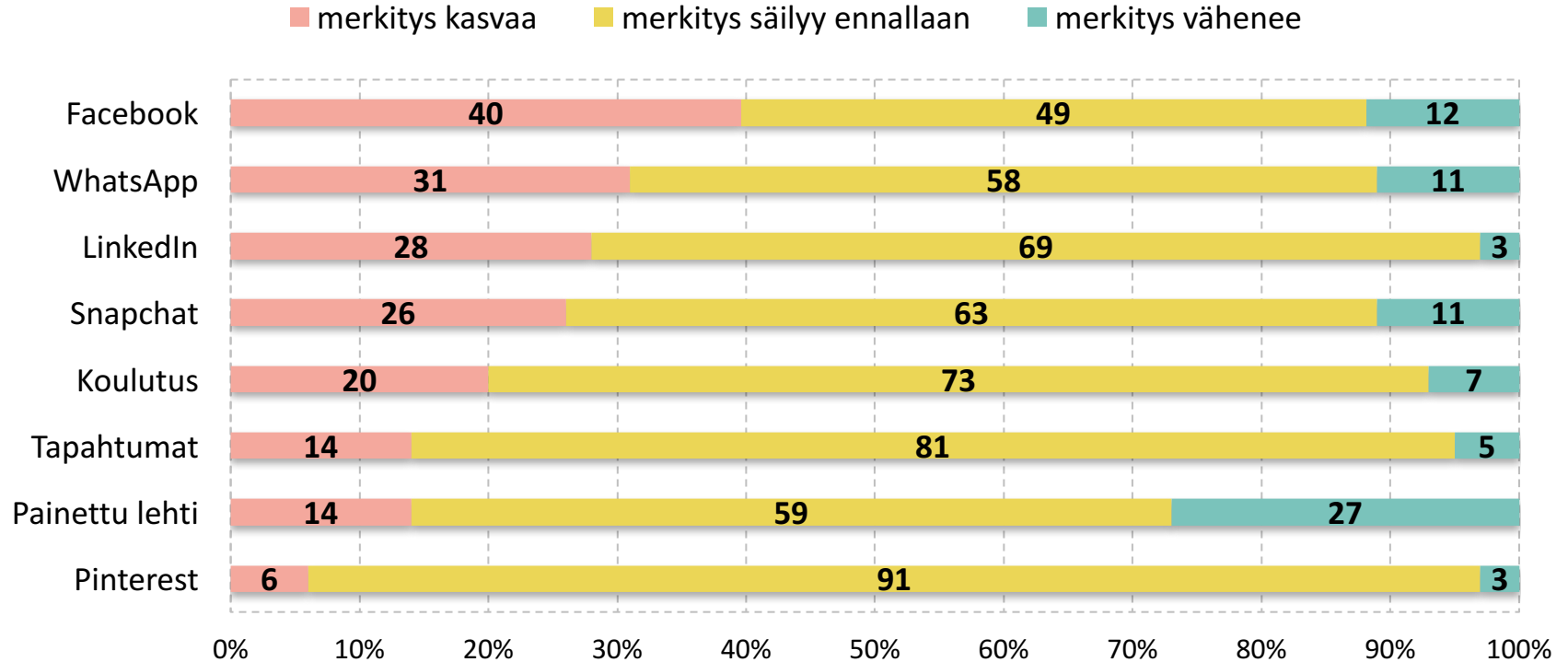
(”Miten arvioit eri kanavien merkitystä järjestönne viestinnässä viiden vuoden kuluttua”, n=33-44)

merkitys kasvaa merkitys säilyy ennallaan merkitys vähenee



Eri viestintäkanavien merkitys 5 vuoden päästä, 2/2

(”Miten arvioit eri kanavien merkitystä järjestönne viestinnässä viiden vuoden kuluttua”, n=33-44)



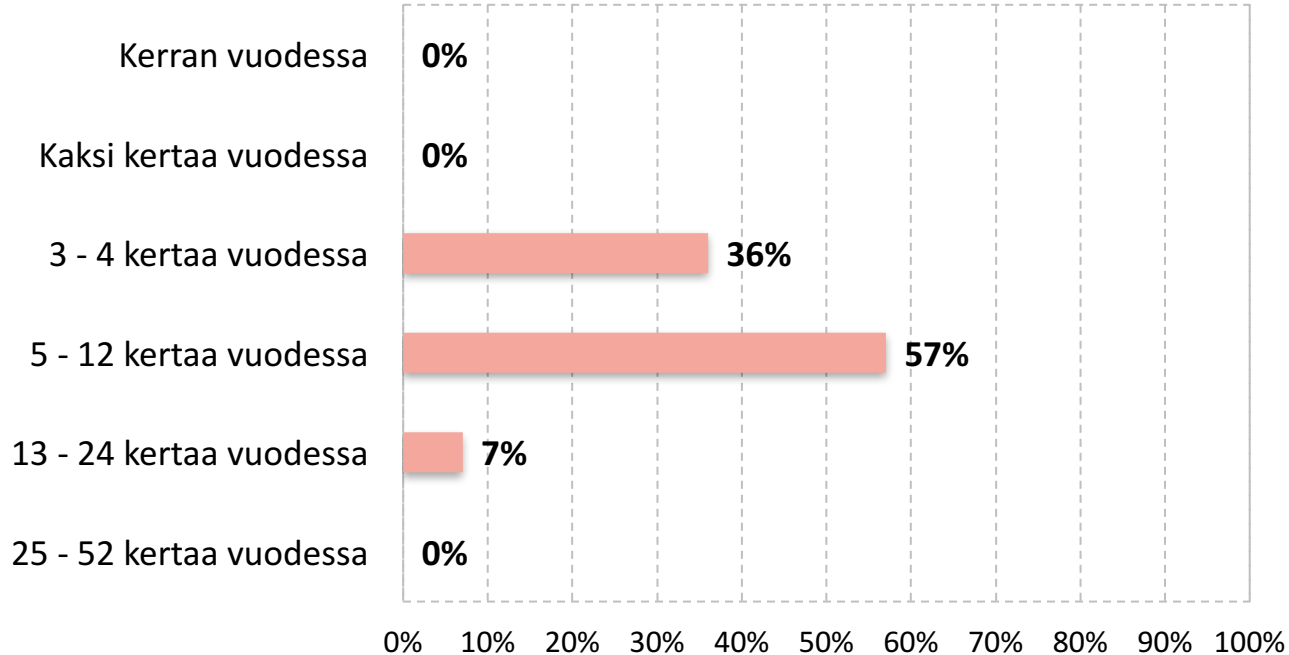
1. Selvityksen tavoitteet ja toteutus
2. Vastaajat
3. Järjestöjen viestintäkanavat
4. **Painettu järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa**
5. Digitaalinen järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa
6. Yhteenveto

**Kaikki kyselyn järjestöt julkaisivat
painettua lehteä.**

**Lehdistä 64 % ilmestyi useammin kuin
neljästi vuodessa.**

Painetun lehden ilmestyminen tällä hetkellä

(”Kuinka monta kertaa vuodessa painettu lehtenne ilmestyy tällä hetkellä?”, n=44)

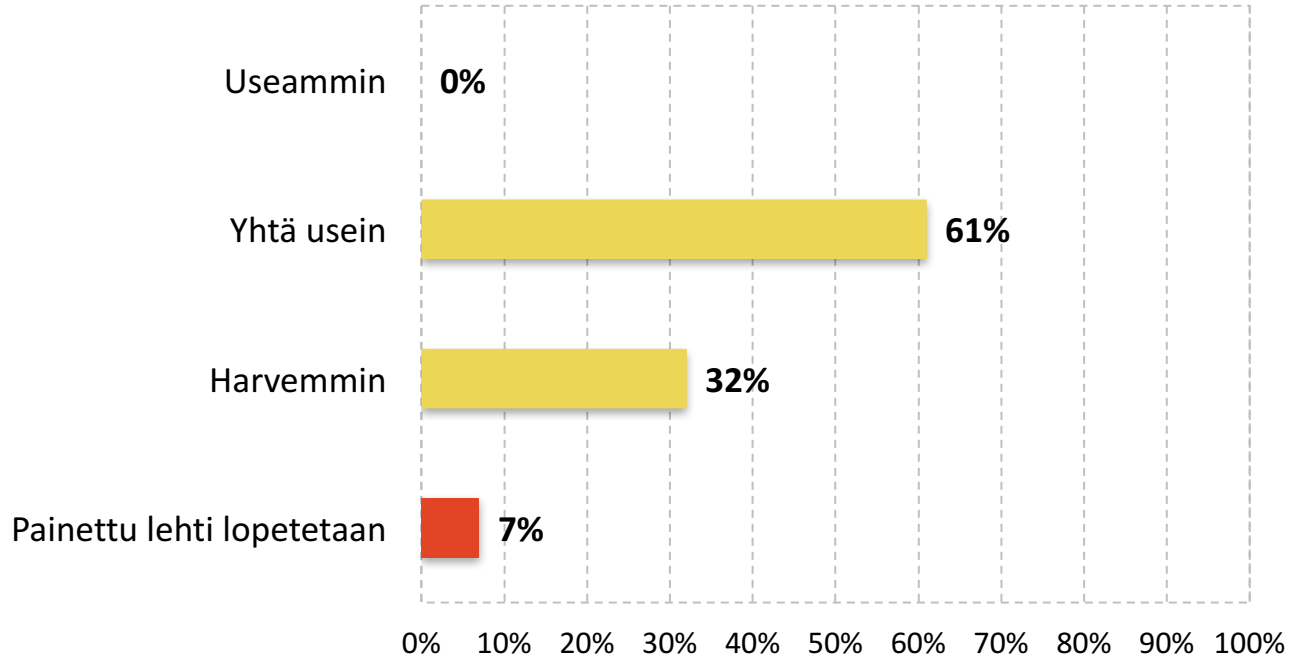


**61 % vastaajista arvioi painetun lehden
ilmestyvän tulevaisuudessa yhtä usein kuin
tällä hetkellä.**

**7 % vastaajista uskoi, että painettu lehti
lopetetaan.**

Arvio painetun lehden ilmestymisestä viiden vuoden kuluttua

(”Miten usein arvioit painetun lehden ilmestyvän viiden vuoden päästä verrattuna nykytilanteeseen?”,
n=44)

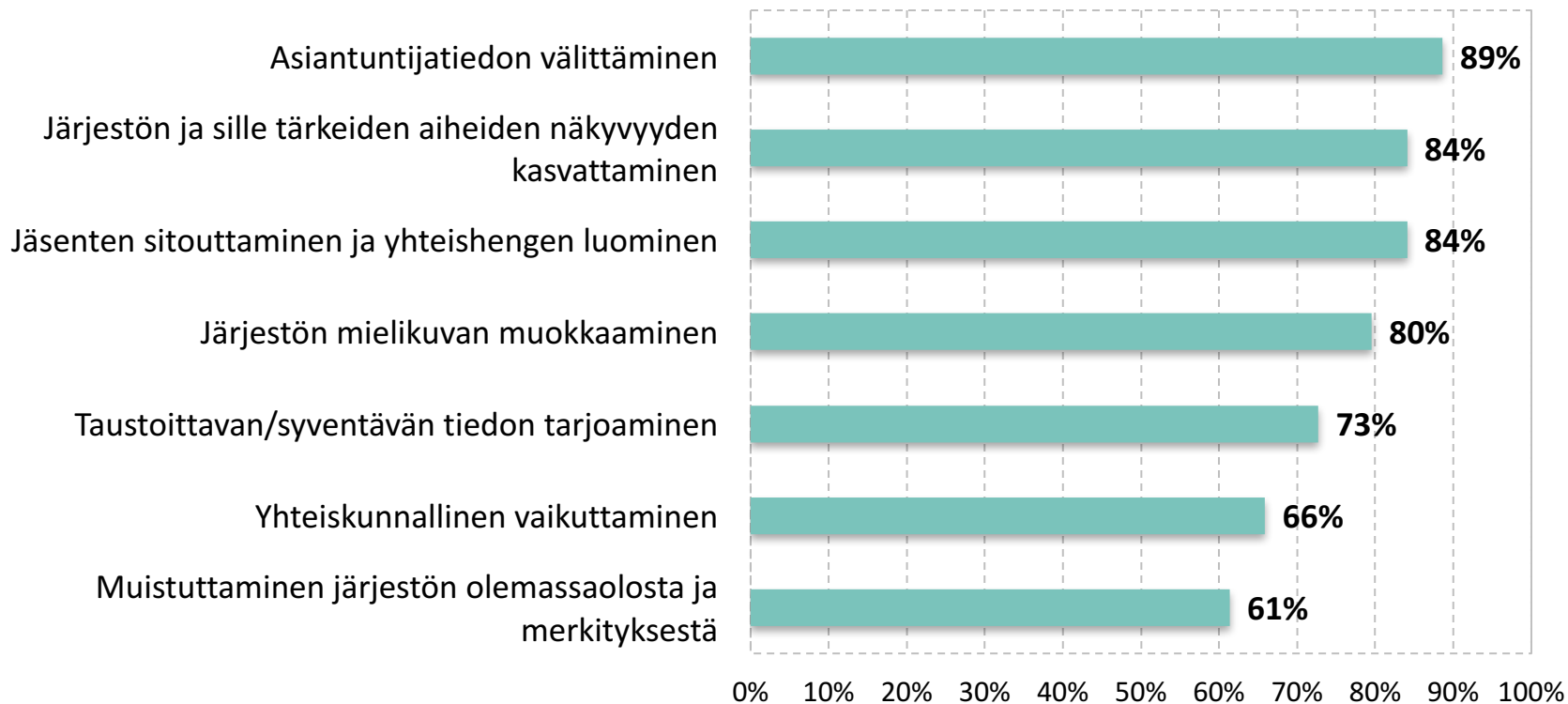


Painetulla lehdellä oli kaiken kaikkiaan paljon tehtäviä järjestön viestinnässä. Tärkeimmät niistä olivat

- **asiantuntijatiedon välittäminen (89 %),**
- **järjestön ja sille tärkeiden aiheiden näkyvyyden kasvattaminen (84 %) sekä**
- **jäsenten sitouttaminen ja yhteishengen luominen (84 %).**

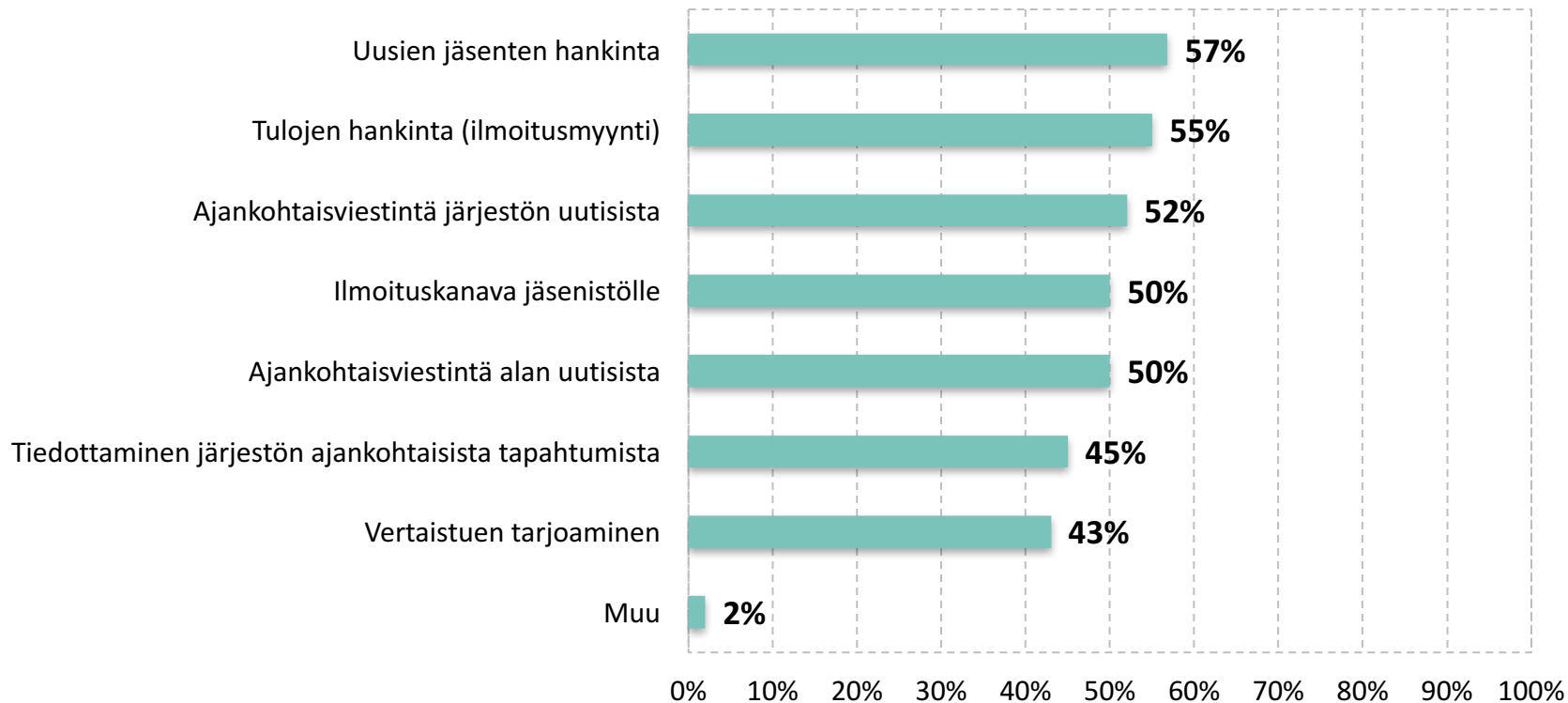
Painetun lehden tehtävät, 1/2

(”Mitä tehtäviä painetulla lehdellä on järjestönne viestinnässä?”, n=44)



Painetun lehden tehtävät, 2/2

("Mitä tehtäviä painetulla lehdellä on järjestönne viestinnässä?", n=44)



”

Jäsenet kokevat lehden tärkeänä jäsenetuna; sen takia jäsenmaksu kannattaa maksaa. Tuntuisi, että lehdelle on siis paikkansa. Lehden teko on myös halpaa suhteessa esimerkiksi somekanaviin.

”

(haastattelu)

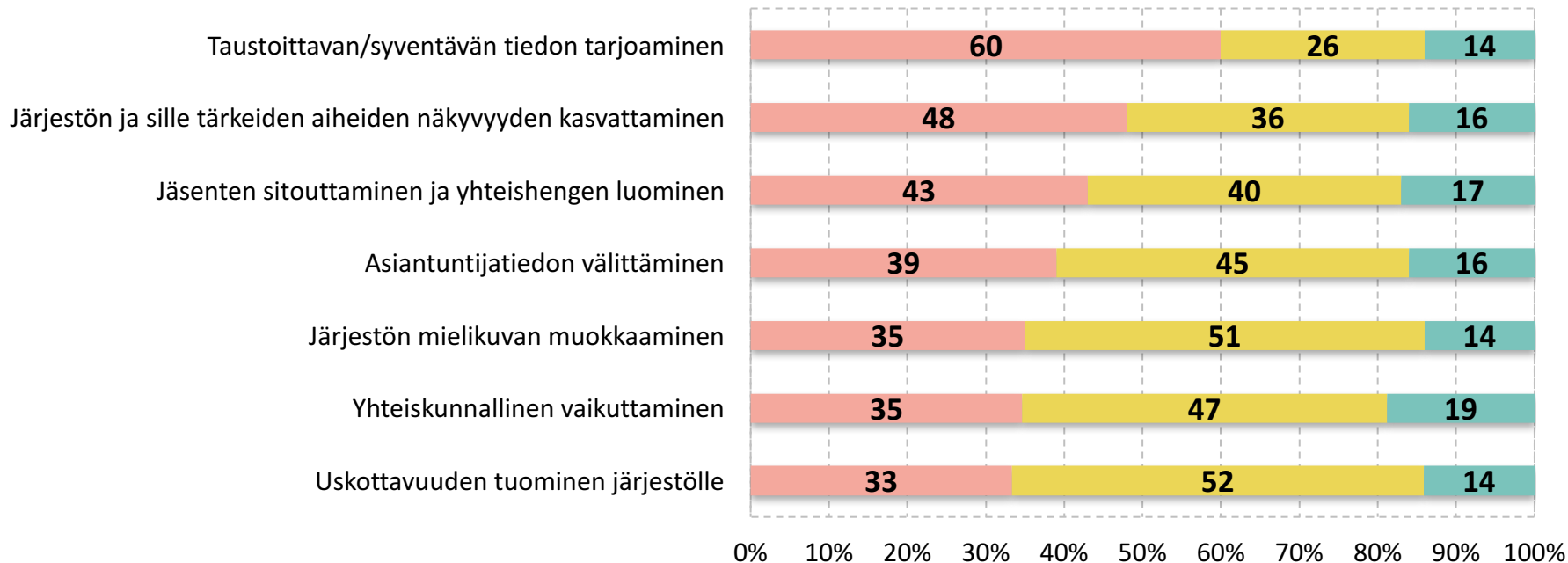
Tulevaisuudessa painetun lehden merkityksen arvellaan korostuvan erityisesti taustoittavan ja syventävän tiedon tarjoajana.

Ajankohtaisviestintä sen sijaan siirtynee painetusta lehdestä yhä enemmän digitaalisiin kanaviin.

Painetun lehden tehtävien muuttuminen, 1/2

(”Miten arvioit painetun lehden tehtävien muuttuvan seuraavan viiden vuoden aikana?”, n=34-37)

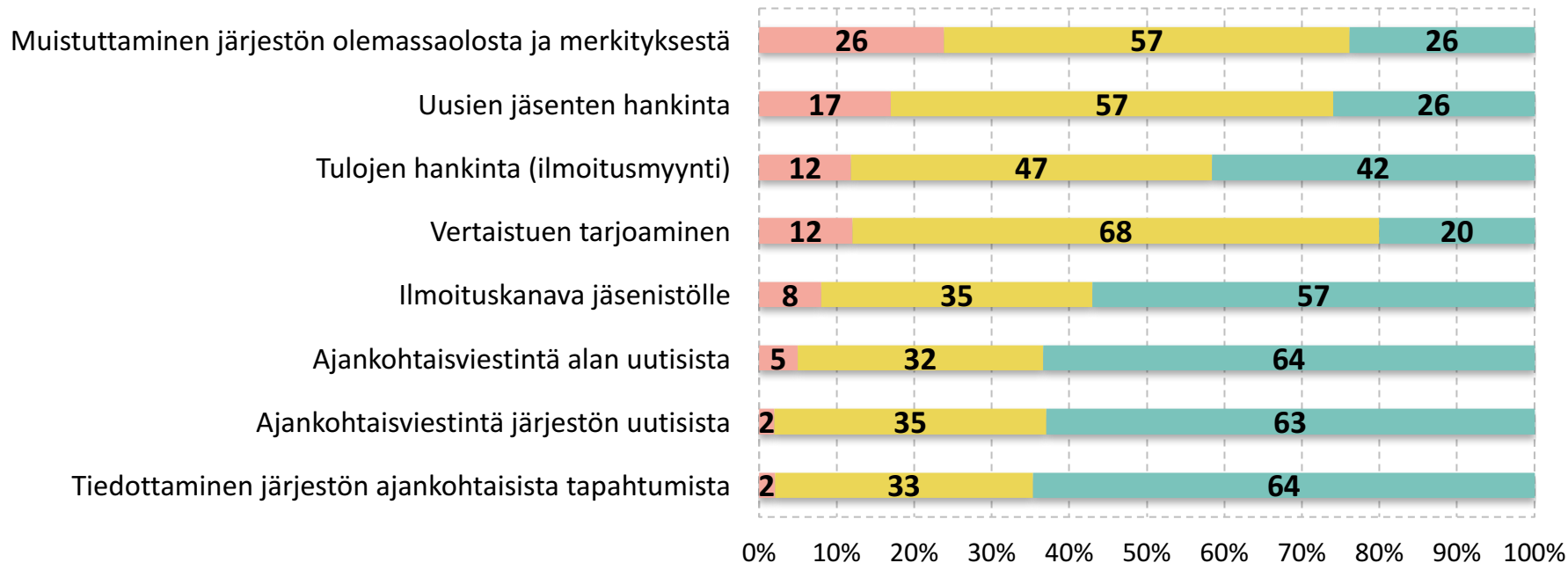
■ merkitys kasvaa ■ merkitys säilyy ennallaan ■ merkitys vähenee



Painetun lehden tehtävien muuttuminen, 2/2

(”Miten arvioit painetun lehden tehtävien muuttuvan seuraavan viiden vuoden aikana?”, n=34-37)

■ merkitys kasvaa ■ merkitys säilyy ennallaan ■ merkitys vähenee



”

[Printtilehden] tehtävänä on sitoa jäsenistö yhteen, että ollaan samaa porukkaa. Informaatiomerkitys on muuttunut taustoittavaksi, sitä rakennetaan kiinnostavimman kautta.

”

(haastattelu)

”

Jäsentyytyväisyyskyselyssä lehti on jatkuvasti arvioitu kuuluvan tärkeimpien jäsenetujen joukkoon.

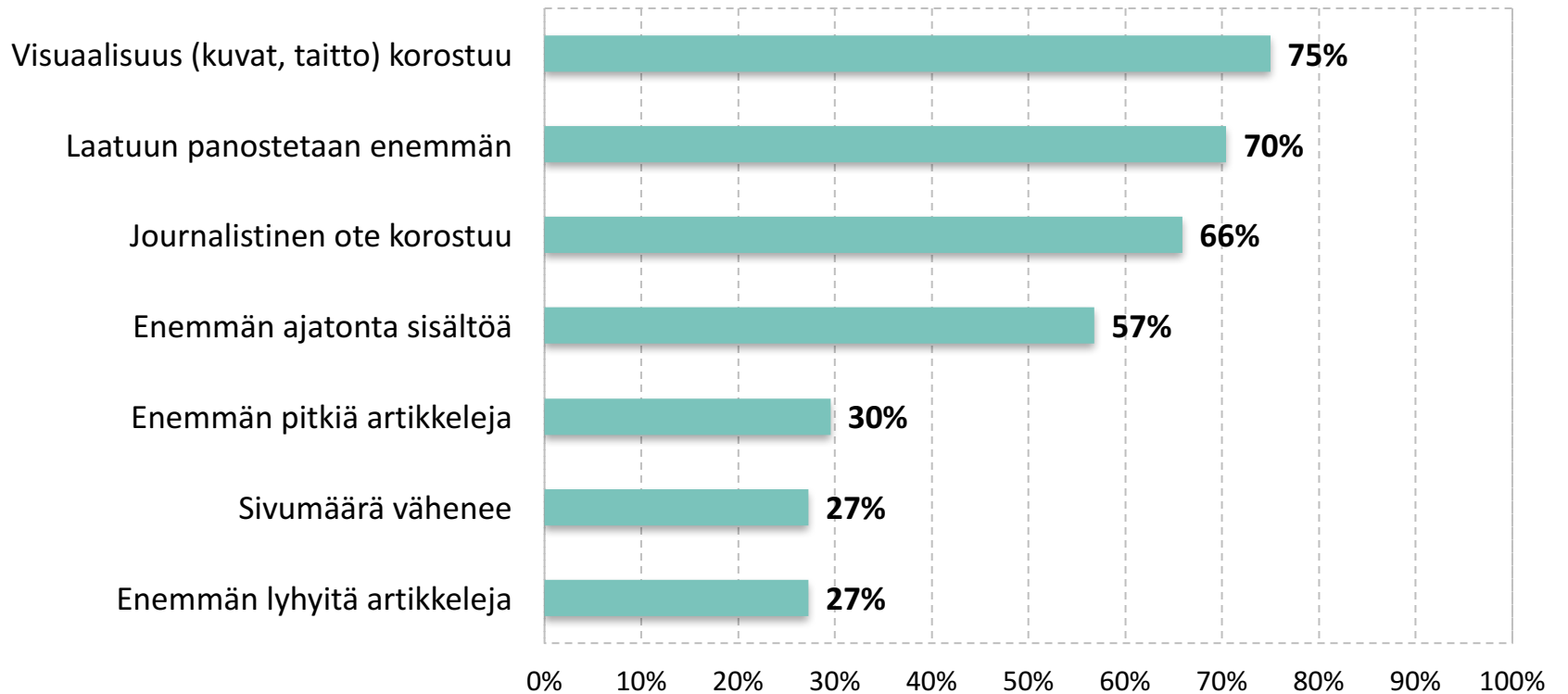
”

(kysely)

**Järjestölehtien arvellaan jatkossa muuttuvan
laadukkaiden yleisaikakauslehtien suuntaan:
visuaalisuus, laatu ja journalistinen ote korostuvat.**

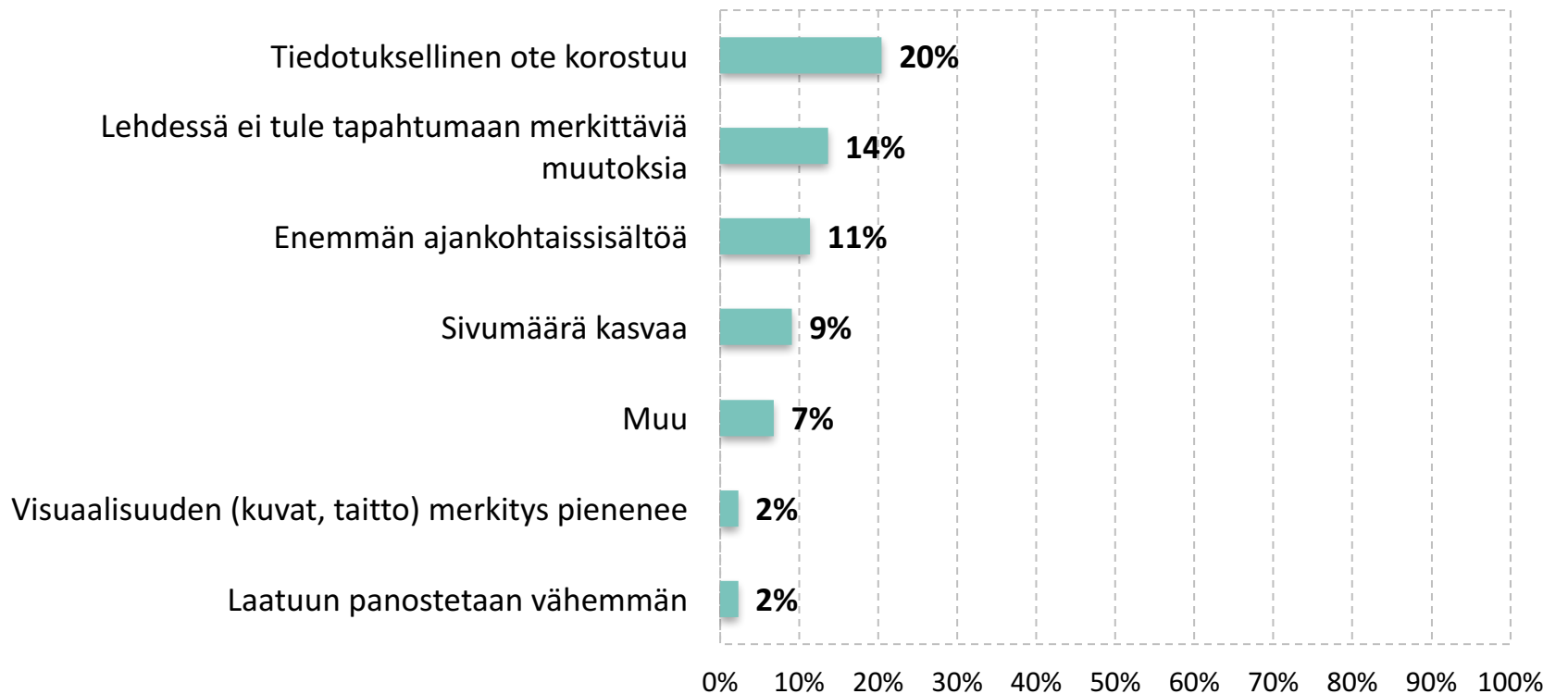
Muut muutokset painetussa lehdessä, 1/2

(”Mitä muita muutoksia uskot painetussa lehdessä tapahtuvan seuraavan viiden vuoden aikana?”, n=44)



Muut muutokset painetussa lehdessä, 2/2

(”Mitä muita muutoksia uskot painetussa lehdessä tapahtuvan seuraavan viiden vuoden aikana?”, n=44)

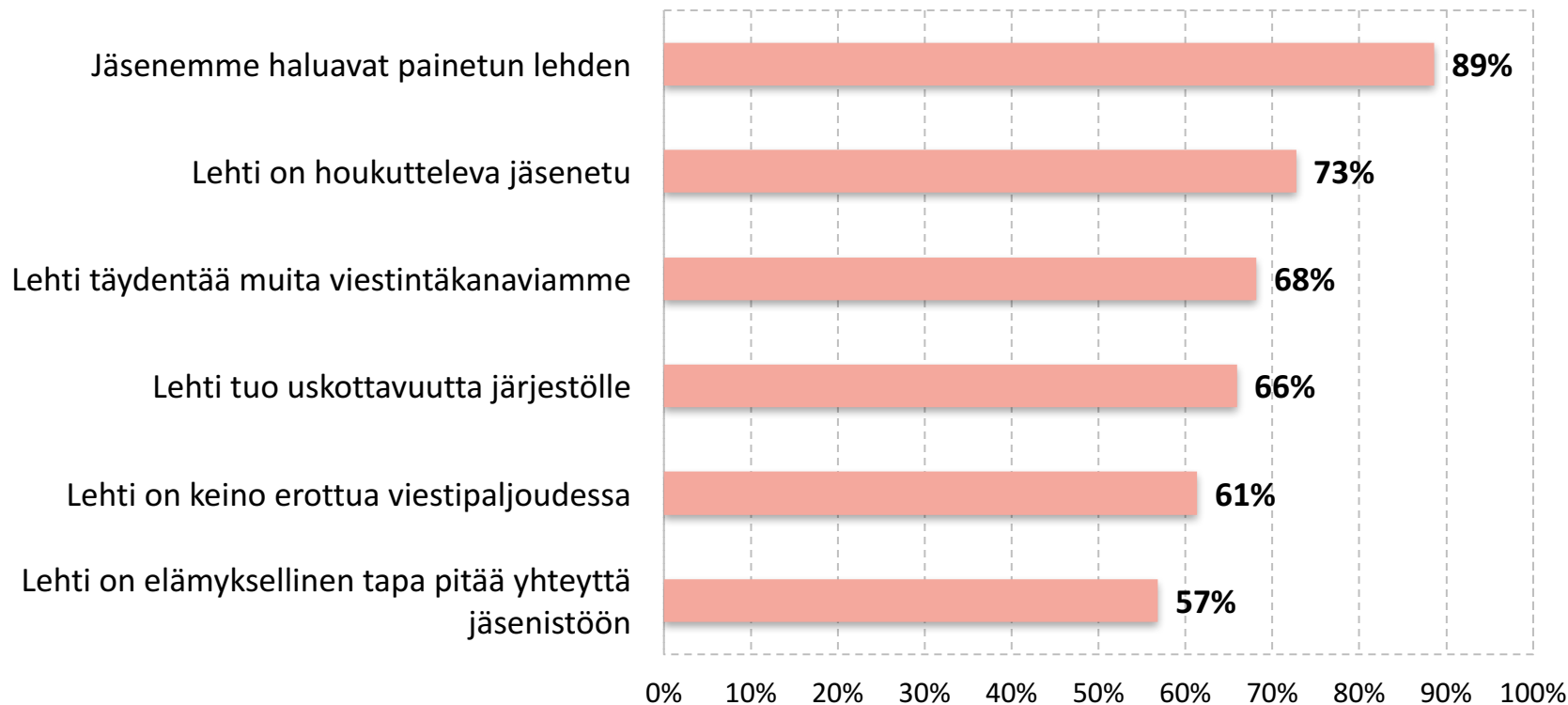


Painettua järjestölehteä julkaistaan ennen kaikkea jäsenten toiveesta. Se on houkutteleva jäsenetu.

Osalle vastaajista lehdestä saatavat mainostulot olivat tärkeitä, ja mainostilan myyminen printtiin koettiin helpommaksi digilehteen verrattuna.

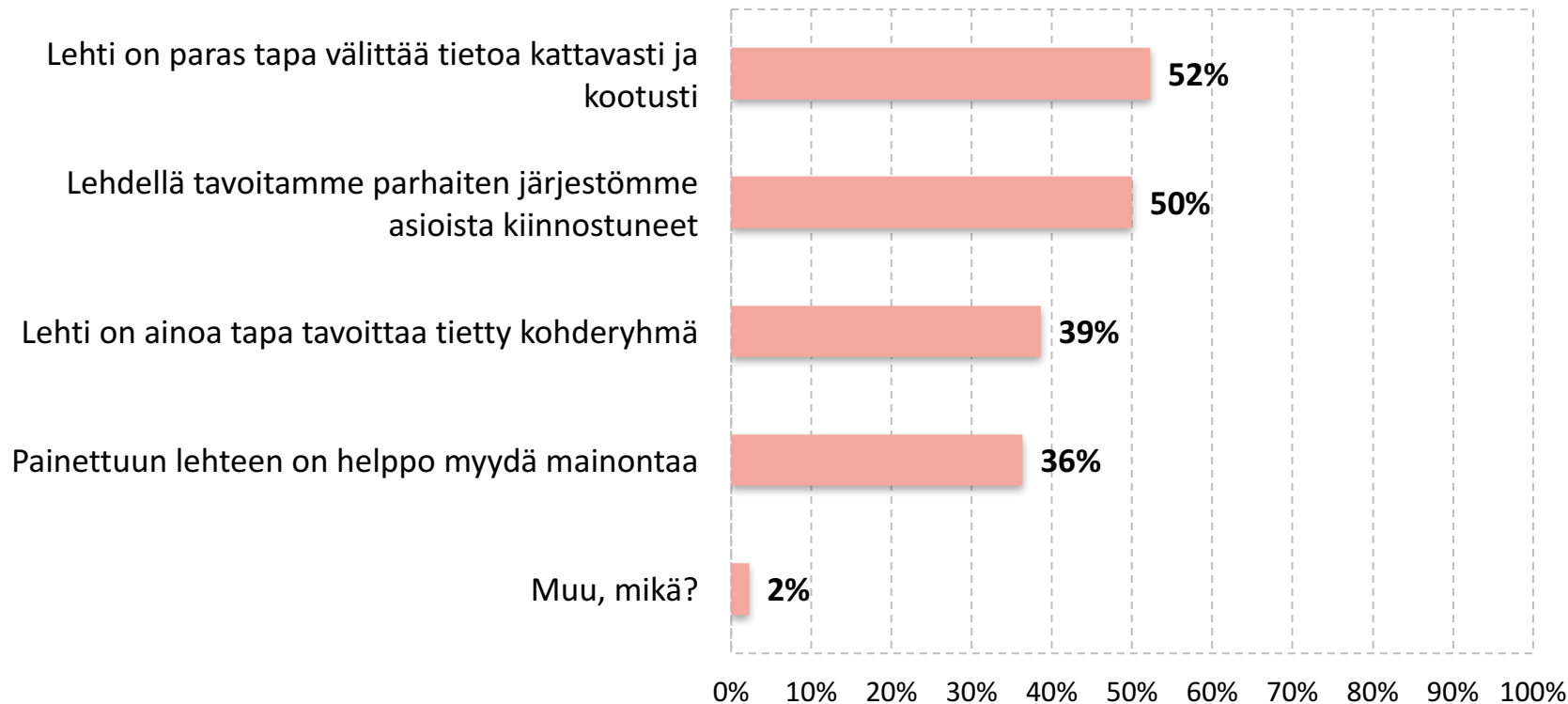
Syyt julkaista painettua lehteä, 1/2

(”Miksi julkaisette painettua lehteä?”, n=44)



Syyt julkaista painettua lehteä, 2/2

(”Miksi julkaisette painettua lehteä?”, n=44)



”

Ilman painettua lehteä meillä ei olisi juuri lainkaan mainostuloja, eikä näin ollen myöskään jäsenlehteä missään muodossa.

”

(kysely)

”

***Painetulla lehdellä erotumme muusta tietovirrasta
sekä liiton jäsenten että sidosryhmien silmissä.***

”

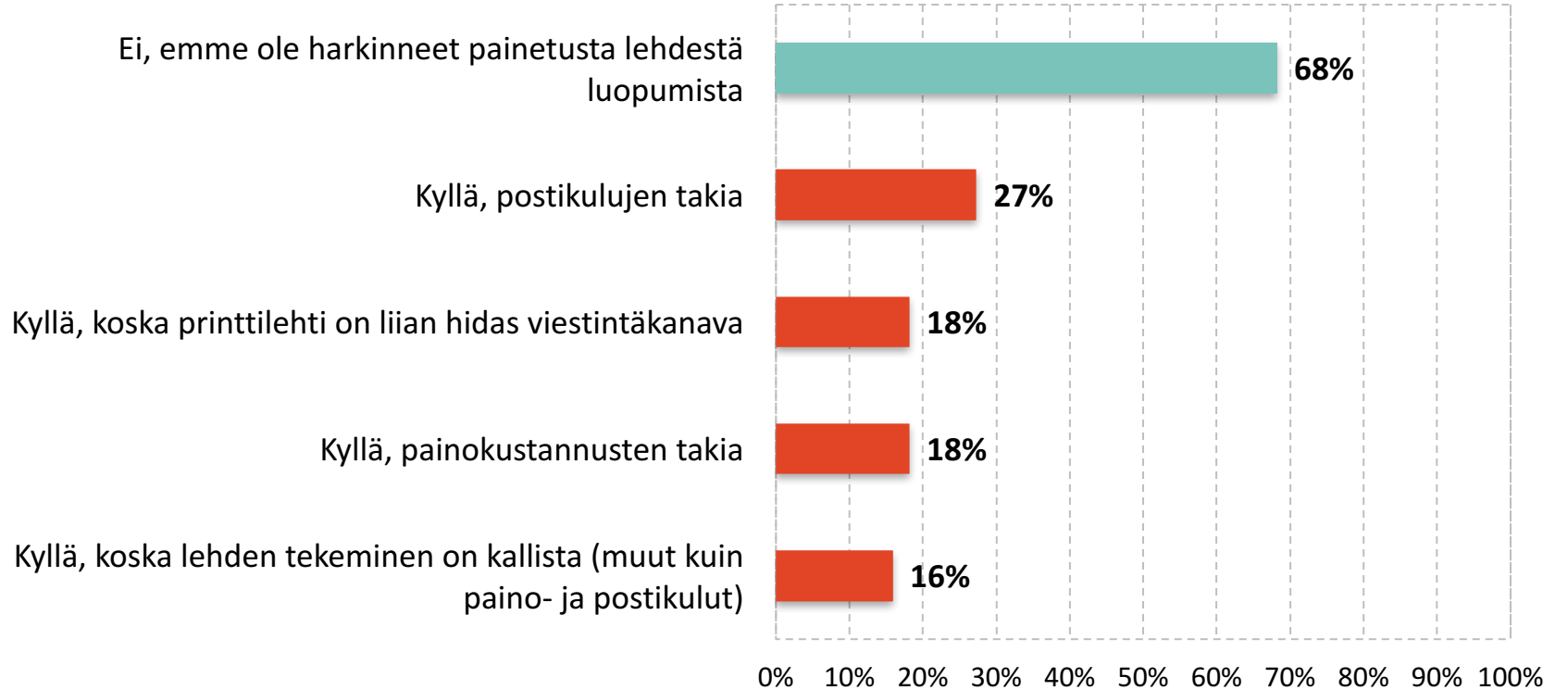
(kysely)

68 % ei ole harkinnut painetusta lehdestä luopumista.

Suurin syy, miksi printtilehdestä luopumista on harkittu, on jakelukustannukset (27 %).

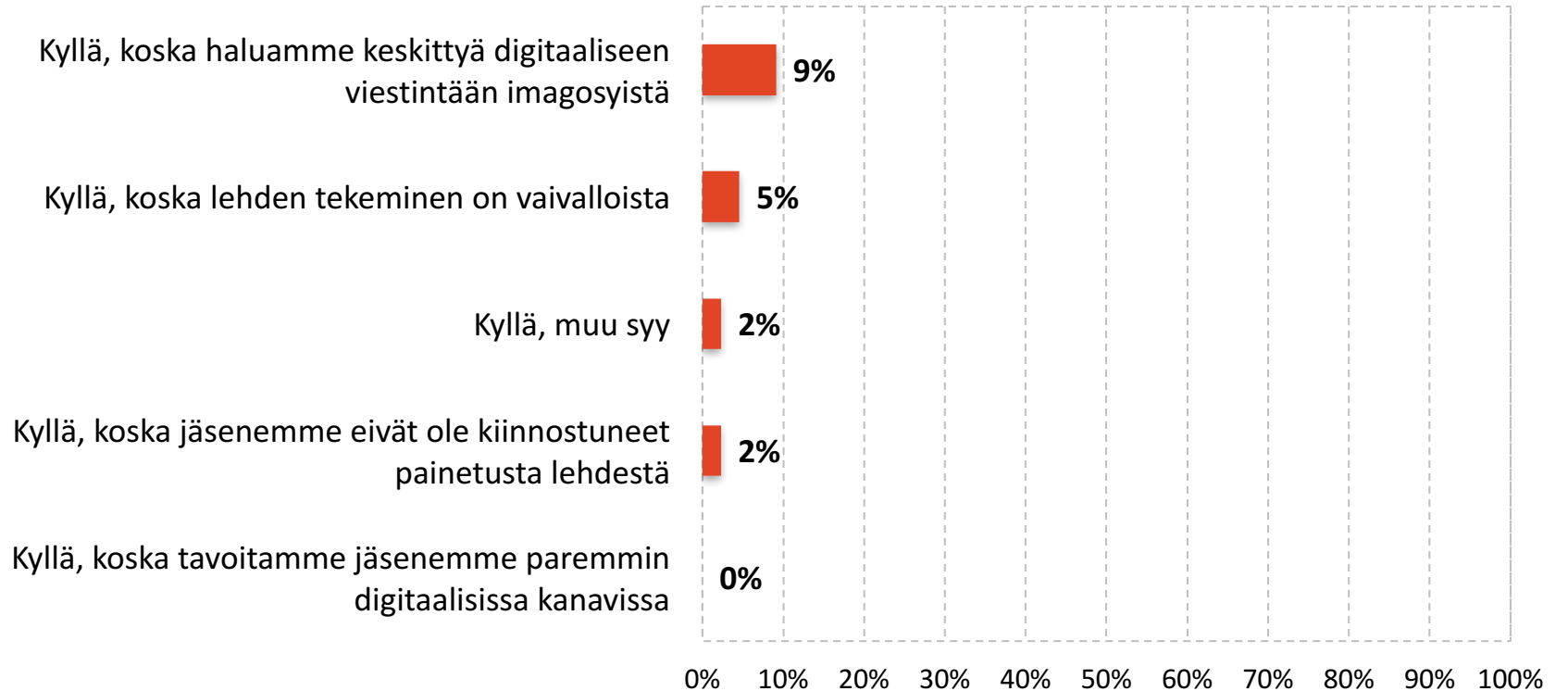
Onko järjestö harkinnut painetusta lehdestä luopumista, 2/2

(”Oletteko harkinneet luopuvanne painetusta lehdestä? Jos olette, miksi?”, n=44)



Onko järjestö harkinnut painetusta lehdestä luopumista, 2/2

(”Oletteko harkinneet luopuvanne painetusta lehdestä? Jos olette, miksi?”, n=44)



”

[...] moni liittyy jäseneksi vain lehden saadakseen. Lehden julkaiseminen on kuitenkin tyyristä, joten paineet ovat kovat siirtää aineistoa yhä enemmän verkkolehteen. Verkkomainonnan tulot ovat kuitenkin marginaaliset printtiin verrattuna. Toisaalta lehden sivumäärää ei voi enempää vähentää ilman, että lehdestä tulee ilmoitusluettelo.

”

(kysely)

”

[Lehti] koetaan luotettavaksi, helppolukoiseksi ja tärkeäksi osaksi oman ammattitaidon kehittämistä. Ainakin tähän asti mobiililehti on vain hyvin pienen osan käytössä, vaikka sen kehittämiseen on panostettu. Sen suurin merkitys onkin toimia ammatillisen tiedon sähköisenä arkistona.

”

(kysely)

”

Se on ainoa viesti, minkä jäsenet varmasti (tai erittäin todennäköisesti Postin sekoiluista huolimatta) saavat perille asti.

”

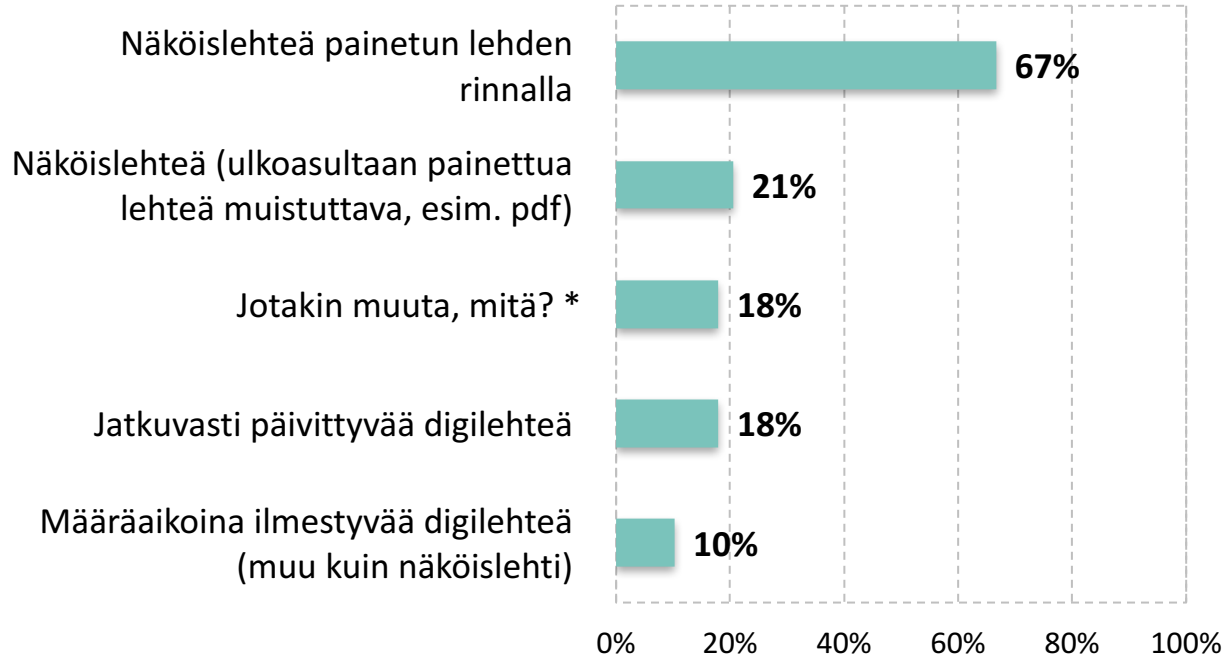
(kysely)

1. Selvityksen tavoitteet ja toteutus
2. Vastaajat
3. Järjestöjen viestintäkanavat
4. Painettu järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa
5. **Digitaalinen järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa**
6. Yhteenveto

**Suurin osa järjestöistä julkaisee näköislehteä
painetun lehden rinnalla. Ns. ”aidosti digitaalista”
lehteä julkaisee 23 % kyselyyn vastanneista.**

Minkälaista digitaalista lehteä järjestö julkaisee

("Minkälaista digitaalista lehteä/lehtiä julkaisette?", n=38)



**) Jotakin muuta, mitä:*

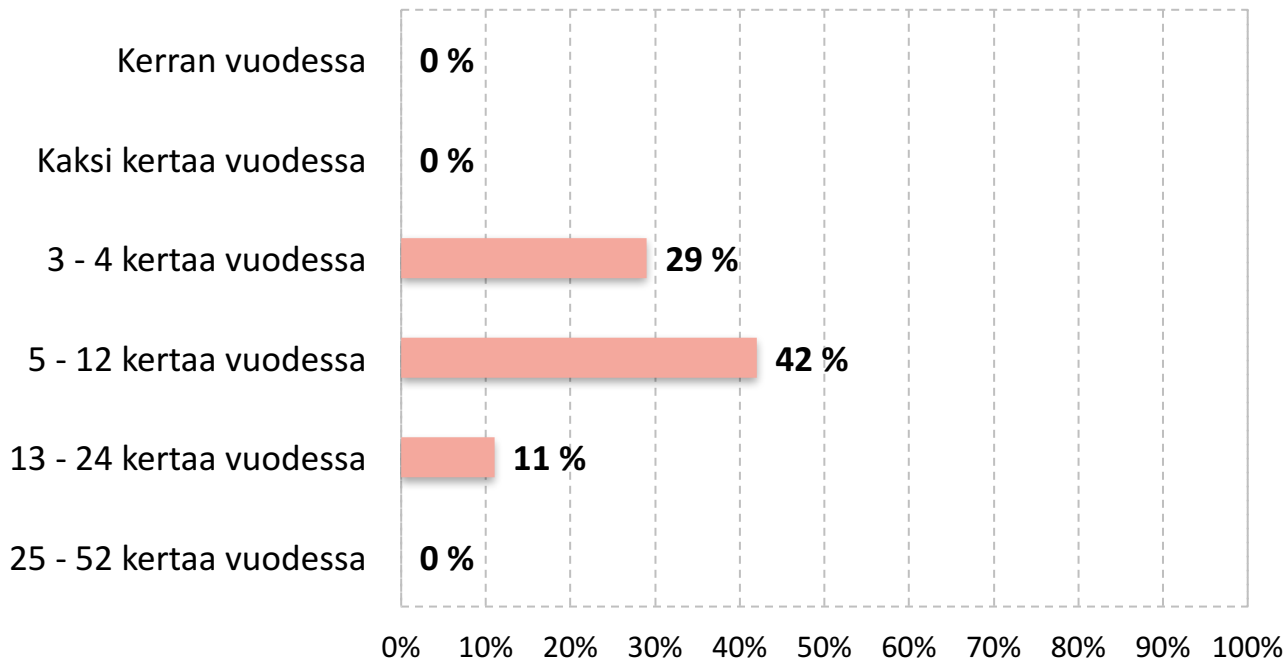
- Lehden artikkeleita verkkosivuillamme
- lehden juttuja uutisina
- lisättynä rikasteilla so linkeillä, videoilla ja kuvakoosteilla
- Päivittäinen uutisvirta verkossa
- verkkosivu
- lehden oma verkkosivu
- Julkaisemme pääkirjoitukset.

Digilehti ilmestyi suurimmalla osalla vastaajista korkeintaan 12 kertaa vuodessa.

Viiden vuoden kuluttua lähes kaikki arvioivat digilehden ilmestyvän yhtä usein tai useammin kuin tällä hetkellä.

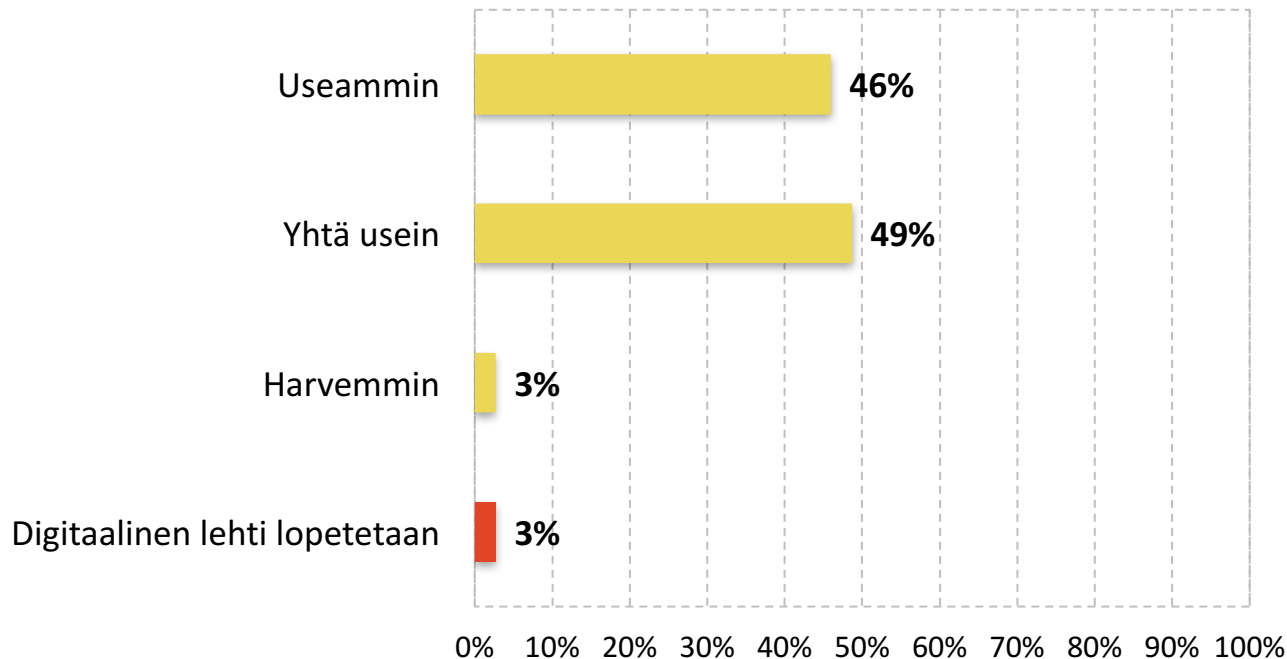
Digilehden ilmestyminen tällä hetkellä

(”Kuinka monta kertaa vuodessa digitaalinen lehtenne ilmestyy tällä hetkellä?”, n=38)



Arvio digilehden ilmestymisestä viiden vuoden kuluttua

(”Miten usein arvioit digitaalisen lehden ilmestyvän viiden vuoden päästä verrattuna nykytilanteeseen?”, n=37)

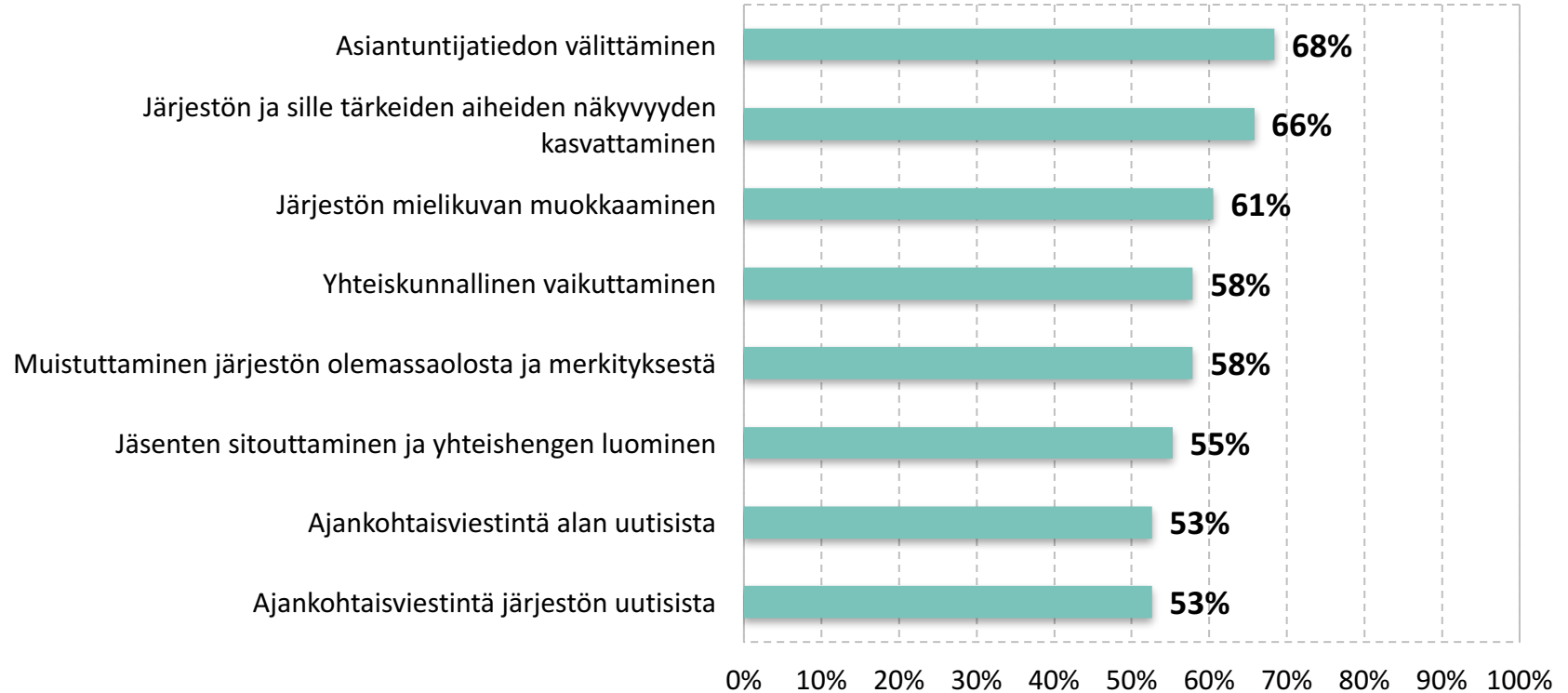


Digilehden tehtävät olivat suureksi osaksi samoja kuin painetulla lehdellä, mutta tehtäviä nimettiin huomattavasti painettua lehteä vähemmän.

**Molemmissa tärkeimmäksi tehtäväksi nimettiin
asiantuntijatiedon välittäminen.**

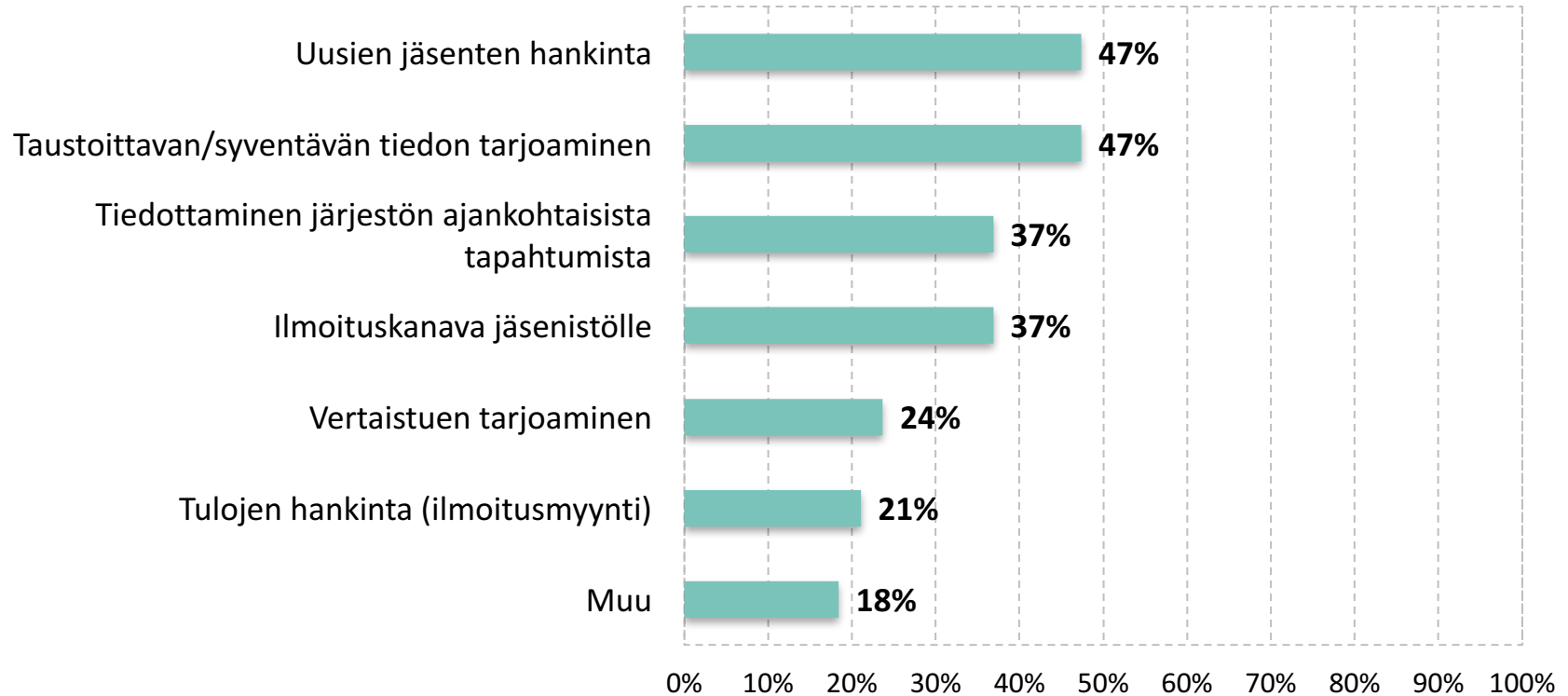
Digilehden tehtävät, 1/2

(”Mitä tehtäviä digitaalisella lehdellä on järjestönne viestinnässä?”, n=38)



Digilehden tehtävät, 2/2

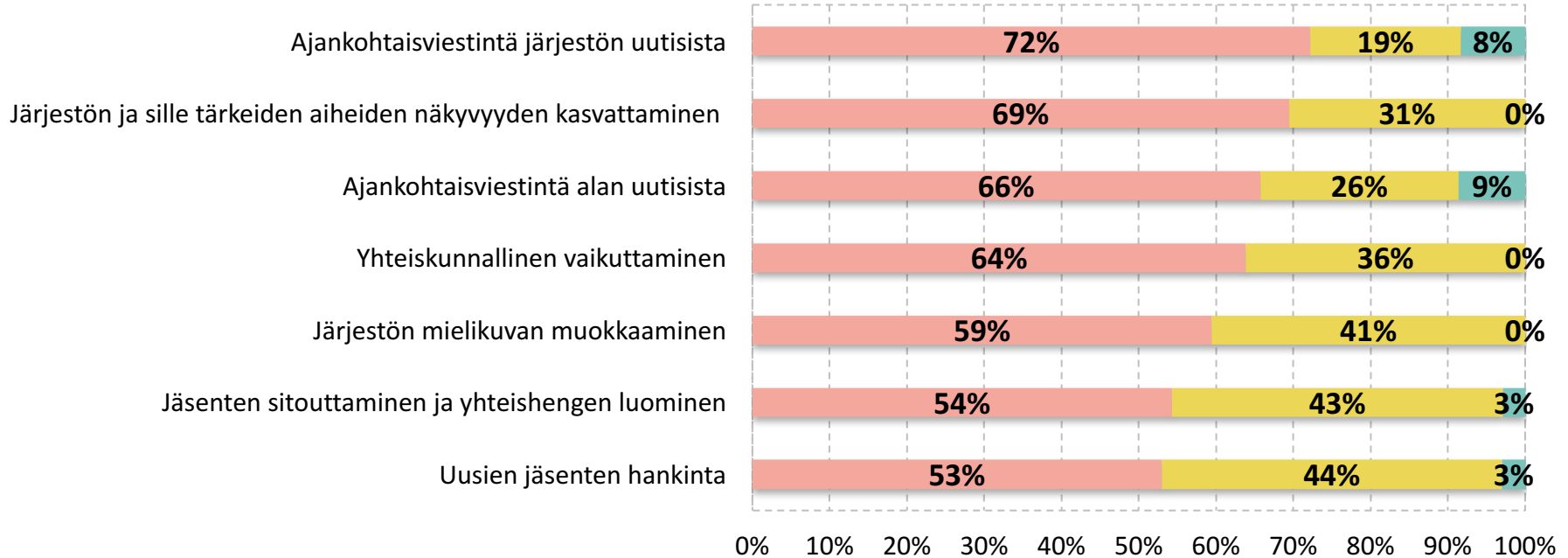
(”Mitä tehtäviä digitaalisella lehdellä on järjestönne viestinnässä?”, n=38)



Digilehden tehtävien muuttuminen, 1/2

("Miten arvioit digitaalisen lehden tehtävien muuttuvan seuraavan viiden vuoden aikana?", n=34-37)

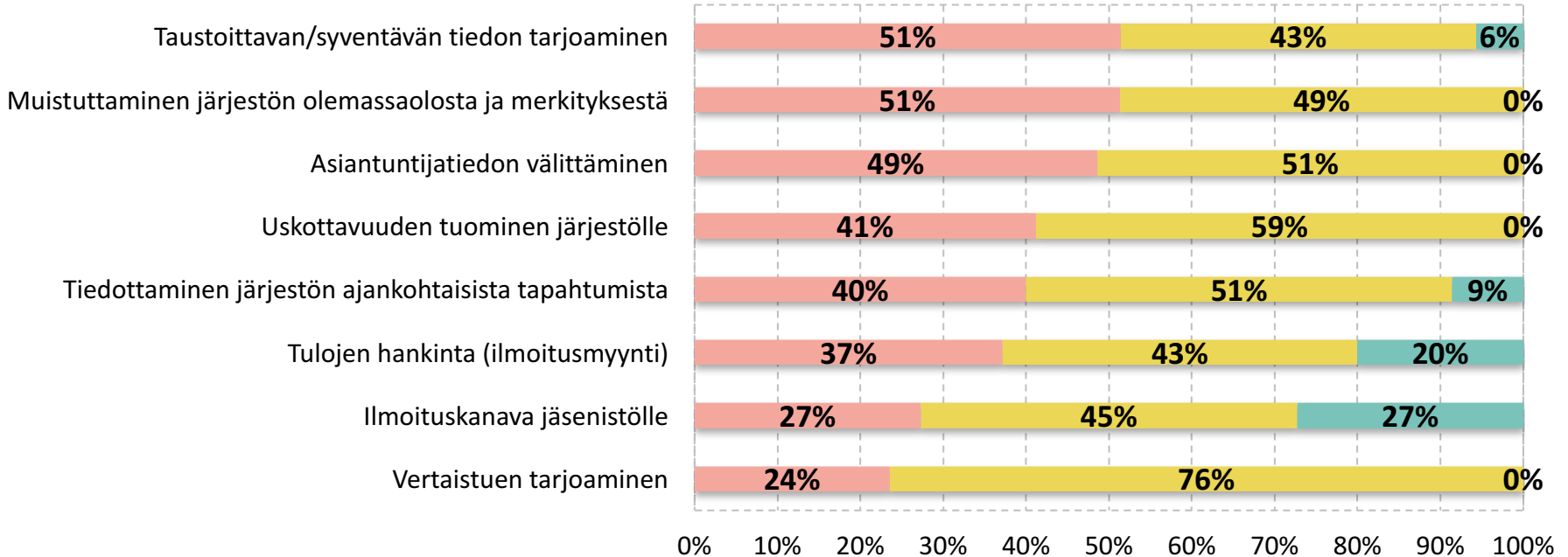
■ merkitys kasvaa ■ merkitys säilyy ennallaan ■ merkitys vähenee



Digilehden tehtävien muuttuminen, 2/2

("Miten arvioit digitaalisen lehden tehtävien muuttuvan seuraavan viiden vuoden aikana?", n=34-37)

■ merkitys kasvaa ■ merkitys säilyy ennallaan ■ merkitys vähenee



Suurimmat erot painetun ja digitaalisen lehden tehtävissä olivat **tulojen hankinnassa** (painettu +34 %-yksikköä), **sitouttamisessa** (painettu +30 %-yksikköä) sekä **syventävän tiedon tarjoamisessa** (painettu +26 %-yksikköä)

Digilehden tehtäväksi mainittiin painettua lehteä useammin ajankohtaisviestintä alan uutisista (3 %-yksikköä enemmän mainintoja) sekä ajankohtaisviestintä järjestön uutisista (erotus 1 %-yksikkö).

PRINTTILEHDEN TEHTÄVÄT

Tärkeimmät

- **Asiantuntijatiedon välittäminen** (89 %)
- **Järjestön ja sille tärkeiden aiheiden näkyvyyden kasvattaminen** (84 %)
- **Jäsenten sitouttaminen ja yhteishengen luominen** (84 %)

Vähiten tärkeät

- **Ajankohtaisviestintä alan uutisista** (50 %)
- **Tiedottaminen järjestön ajankohtaisista tapahtumista** (45 %)
- **Vertaistuen tarjoaminen** (43 %)

DIGILEHDEN TEHTÄVÄT*

- **Asiantuntijatiedon välittäminen** (68 %)
- **Järjestön ja sille tärkeiden aiheiden näkyvyyden kasvattaminen** (66 %)
- **Järjestön mielikuvan muokkaaminen** (61 %)

- **Ilmoituskanava jäsenistölle** (37 %)
- **Vertaistuen tarjoaminen** (24 %)
- **Tulojen hankinta (ilmoitusmyynti)** (21 %)

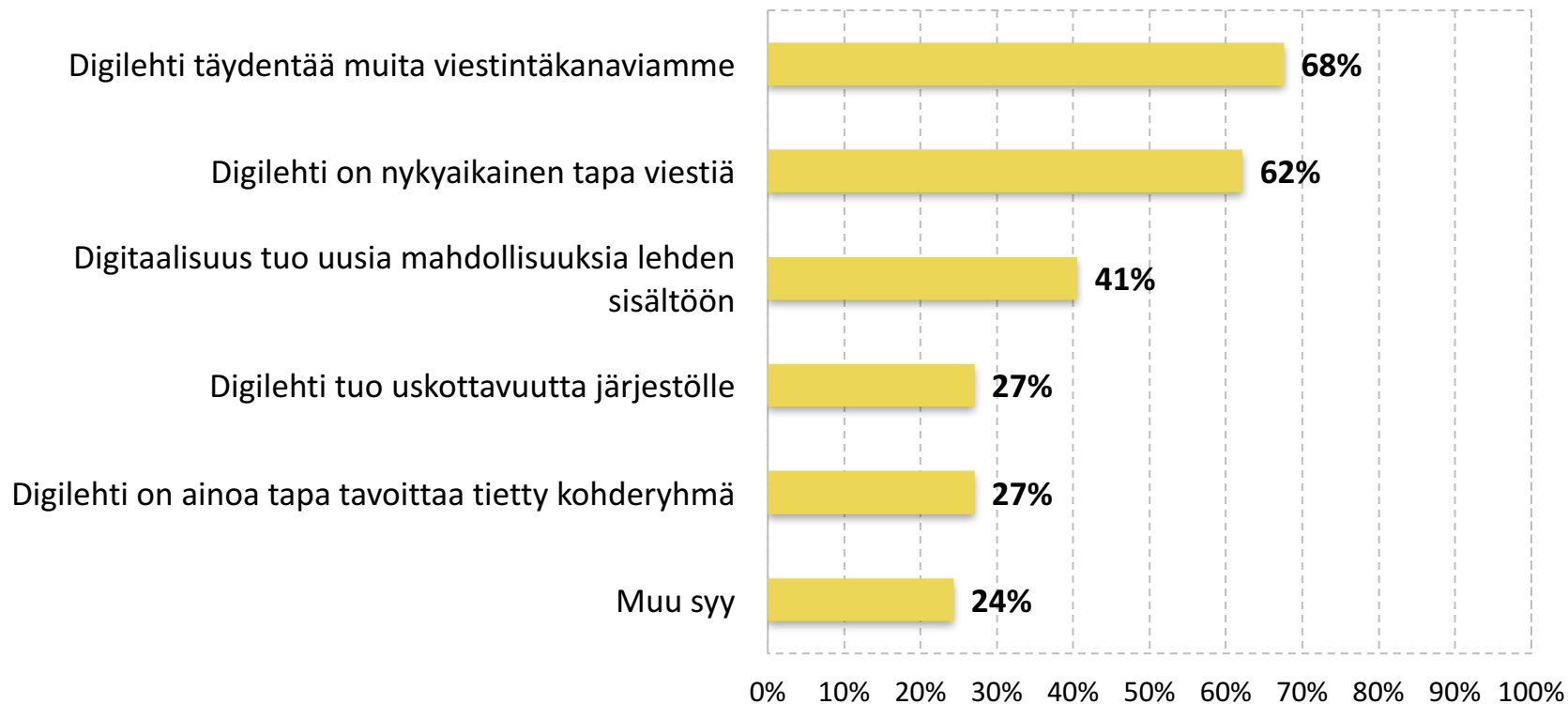
* Digilehden tehtävät kysytyt vain digitaalista lehteä julkaisevilta

Tärkeimmät syyt julkaista digilehteä:

- 1. Digilehti täydentää muita viestintäkanavia**
- 2. Digilehti on nykyaikainen tapa viestiä**
- 3. Digitaalisuus tuo uusia mahdollisuuksia lehden sisältöön**

Syyt julkaista digilehteä, 1/2

(”Miksi julkaisette digitaalista lehteä?”, n=38)

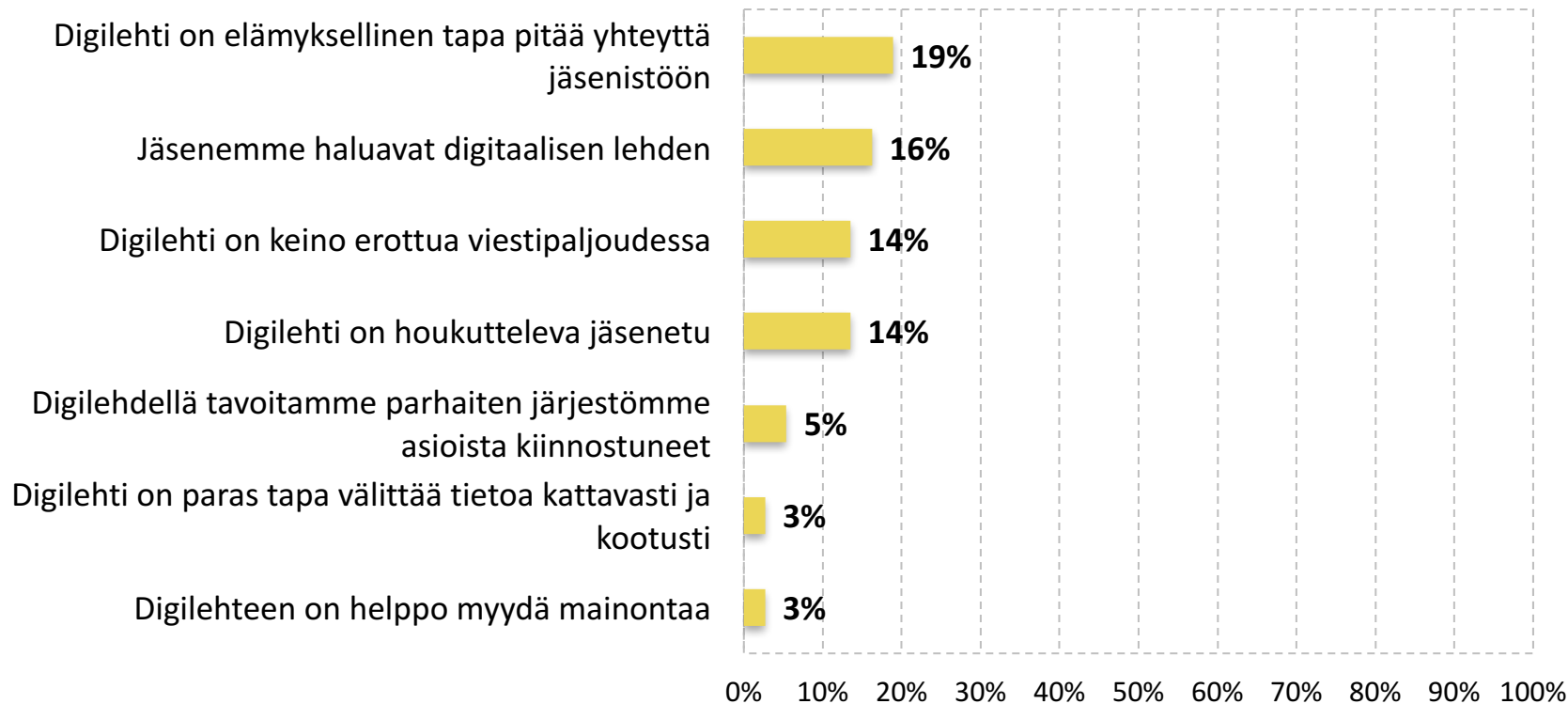


Kysytty vain digitaalista lehteä julkaisevilta

AIKAKAUSMEDIA

Syyt julkaista digilehteä, 2/2

("Miksi julkaisette digitaalista lehteä?", n=38)



Kysytty vain digitaalista lehteä julkaisevilta

AIKAKAUSMEDIA

Digilehden rooli on vielä pieni verrattuna painettuun lehteen, mutta lehtien tekijöiden toiveissa on, että sekä mainostajat että yleisö löytäisivät digilehden tulevaisuudessa.

”

***Digilehti on rinnakkainen paperilehden kanssa.
Merkitys vielä pieni. Ilmoittajatkaan eivät ole vielä
omaksuneet tätä kanavaa.***

”

(kysely)

”

Digilehti toimii lehtemme näköislehtenä, joten siitä hyötyvät erityisesti he, joille lehti ei ehkä tule, mutta jotka haluavat silti seurata toimintaamme.

Sitä käytetään pitkälti paperilehden markkinointitarkoituksiin, eikä sen merkitys siten ole läheskään paperilehden tasolla.

”

(kysely)

Digilehti koetaan helppona tapana arkistoida juttuja ja tavoittaa uutta kohderyhmää. Tekijät pitävät digilehteä tärkeänä imagollisena tekijänä.

”

...Digilehden merkitys on kuitenkin nopeasti kasvanut ja on ennen kaikkea järjestön imagon kannalta iso. Meillä on vahva oletus, että etenkin nuorempien ikäluokkien ja järjestäytymättömien tavoittamiseen digilehti soveltuu selvästi printtilehteä paremmin.

”

(kysely)

Digilehden interaktiiviset mahdollisuudet kiinnostavat tekijöitä.

”

Digilehteen siirtyminen oli silmiä avaavaa. Se antaa printtilehden rinnalla valtavasti mahdollisuuksia mm asiatiedon jakamiseen ja palautteen saamiseen.

”

(kysely)

”

Painettuun lehteen tehtyjä juttuja voidaan jakaa myös netissä erikseen ja esimerkiksi käydä niistä keskustelua sosiaalisessa mediassa. Verkkoon valikoidut jutut saavat enemmän näkyvyyttä ja niitä voivat lukea muutkin kuin jäsenet.

”

(kysely)

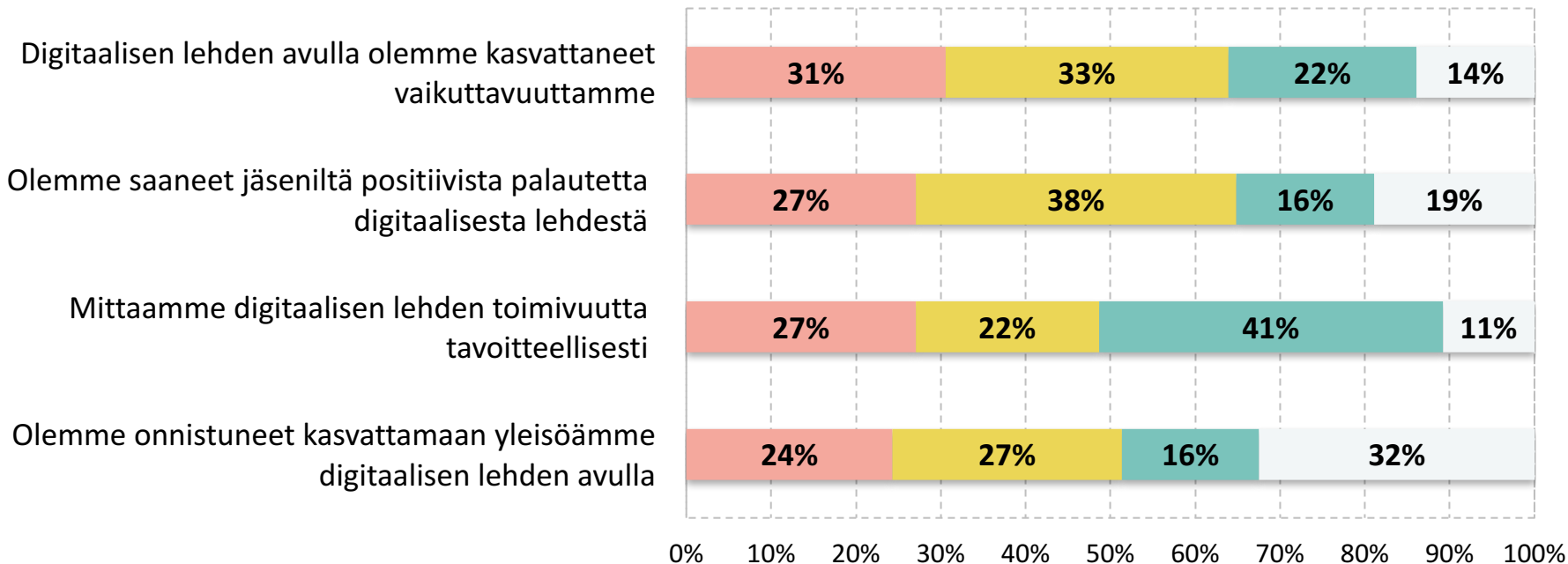
**Noin puolet mittaa digilehden toimivuutta
tavoitteellisesti ainakin jollain tavalla.**

**44 % sanoo, että digilehdelle on vaikea saada
lukijoita.**

Väittämiä digilehdistä 1/2

(”Mitä mieltä olet seuraavista digitaalista lehteä koskevista väittämistä?” n=36-37)

■ samaa mieltä ■ osittain samaa mieltä ■ eri mieltä ■ en osaa sanoa



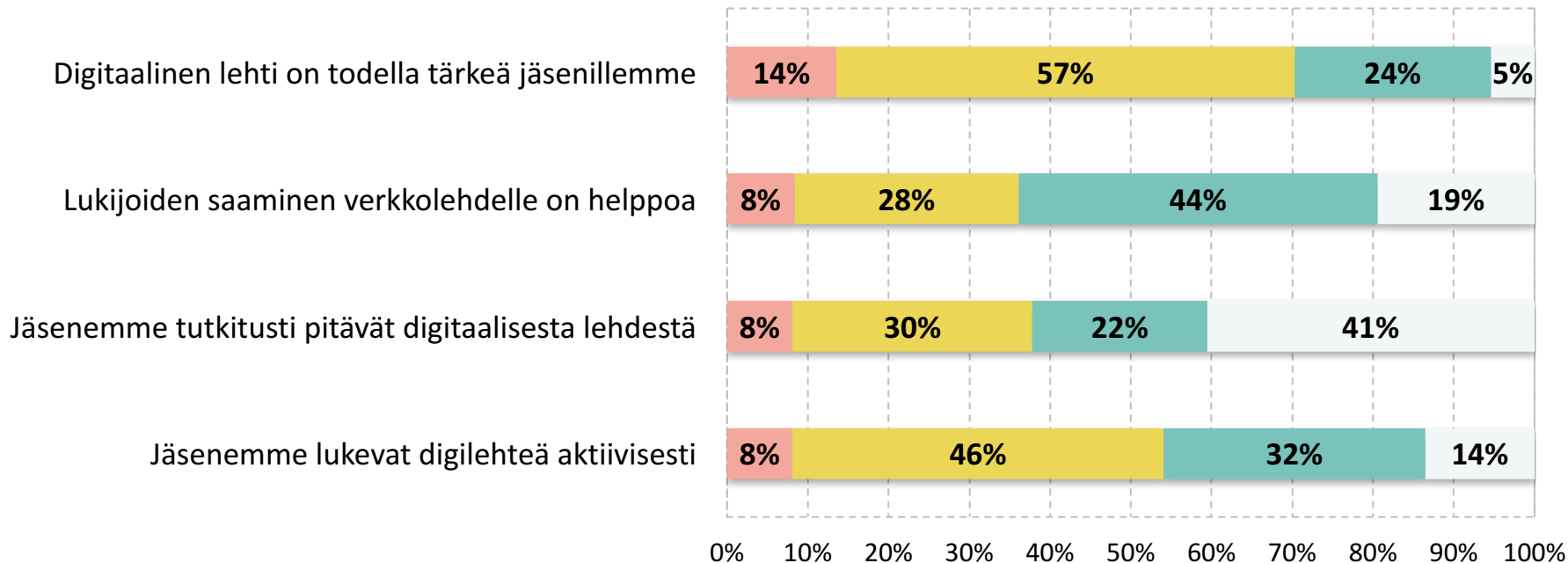
Kysytty vain digitaalista lehteä julkaisevilta

AIKAKAUSMEDIA

Väittämiä digilehdistä 2/2

(”Mitä mieltä olet seuraavista digitaalista lehteä koskevista väittämistä?” n=36-37)

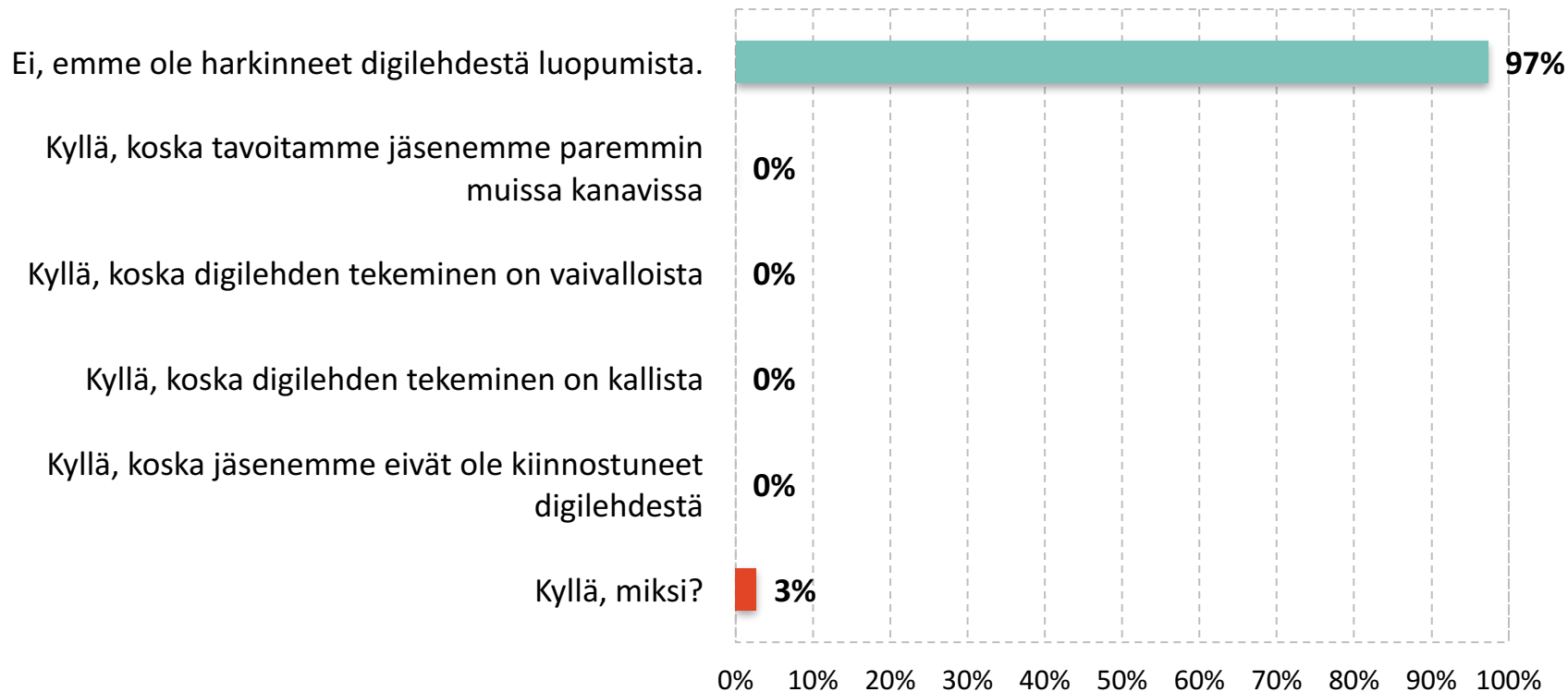
■ samaa mieltä ■ osittain samaa mieltä ■ eri mieltä ■ en osaa sanoa



Digilehteen uskotaan – vain yksi vastaaja sanoi harkitsevansa digilehdestä luopumista, koska ”emme halua sen kilpailevan painetun lehden kanssa”.

Onko järjestö harkinnut digilehdestä luopumista

(”Oletteko harkinneet luopuvanne digitaalisesta lehdestä? Jos olette, miksi?”, n=37)



”

Emme ole suunnitelleet digilehdestä luopumista. Mutta seuraamme jatkuvasti sen merkitystä lukijoille ja siihen uhrattujen panosten suhdetta saavutettuihin tuloksiin. Mikäli huomamme, että panokset ja tulokset eivät ole oikeassa suhteessa, harkitsemme muita parempia vaihtoehtoja tilalle.

”

(kysely)

”

Verkkojulkaisu on meillä jo nyt ensisijainen julkaisu, mutta painettu lehti on ja pysyy vielä pitkään tärkeänä jäsenviestinnän välineenä sekä jäsenkuntamme ikärakenteen että painotuotteen sitouttamisen kannalta ylivoimaisen käyttöliittymän takia.

”

(kysely)

1. Selvityksen tavoitteet ja toteutus
2. Vastaajat
3. Järjestöjen viestintäkanavat
4. Painettu järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa
5. Digitaalinen järjestölehti nyt ja tulevaisuudessa
6. **Yhteenveto**

Painetun ja digitaalisen lehden tehtävät eivät eroa merkittävästi toisistaan. Painetulle lehdelle tehtäviä nimettiin kuitenkin useammin.

Lukijoille painetun lehden merkitys on suuri.

89 % järjestöistä julkaisee painettua lehteä, koska ”jäsenemme haluavat painetun lehden”.

16 % julkaisee digitaalista lehteä, koska ”jäsenemme haluavat digitaalisen lehden”.

**Tekijät uskovat digitaaliseen lehteen ja haluavat
jatkossa panostaa siihen.**

**Lähes kaikki vastanneet uskovat digilehden
ilmestyvän jatkossa useammin tai yhtä usein.**

Kustannuspaineet vaikuttavat sekä painetun että digitaalisen lehden julkaisemiseen tulevaisuudessa.

Suurin syy, miksi painetusta lehdestä luopumista harkitaan, ovat jakelukustannukset.

Toisaalta erityisesti haastatteluissa kävi ilmi, että digilehti ja sen yhdistäminen somekanaviin ei välttämättä säästä rahaa tai työaikaa vaan saattaa vaatia niitä jopa enemmän kuin painettu lehti.

Digitaalinen lehti ei ole monilla vielä löytänyt luontevaa muotoa – suurimmalla osalla lehti on näköisversio painetusta lehdestä.

Printtilehdet ilmestyvät jatkossa harvemmin, mutta laatuun panostetaan enemmän.

”

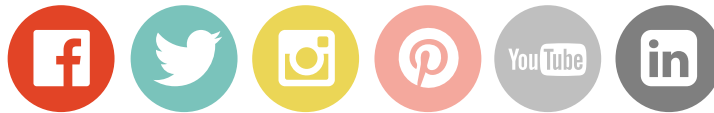
Työnjako on vaikeaa. Samoja asioita monessa mediassa.

”

(haastattelu)

AIKAKAUSMEDIA

www.aikakausmedia.fi • www.mediakortit.fi



@aikakausmedia