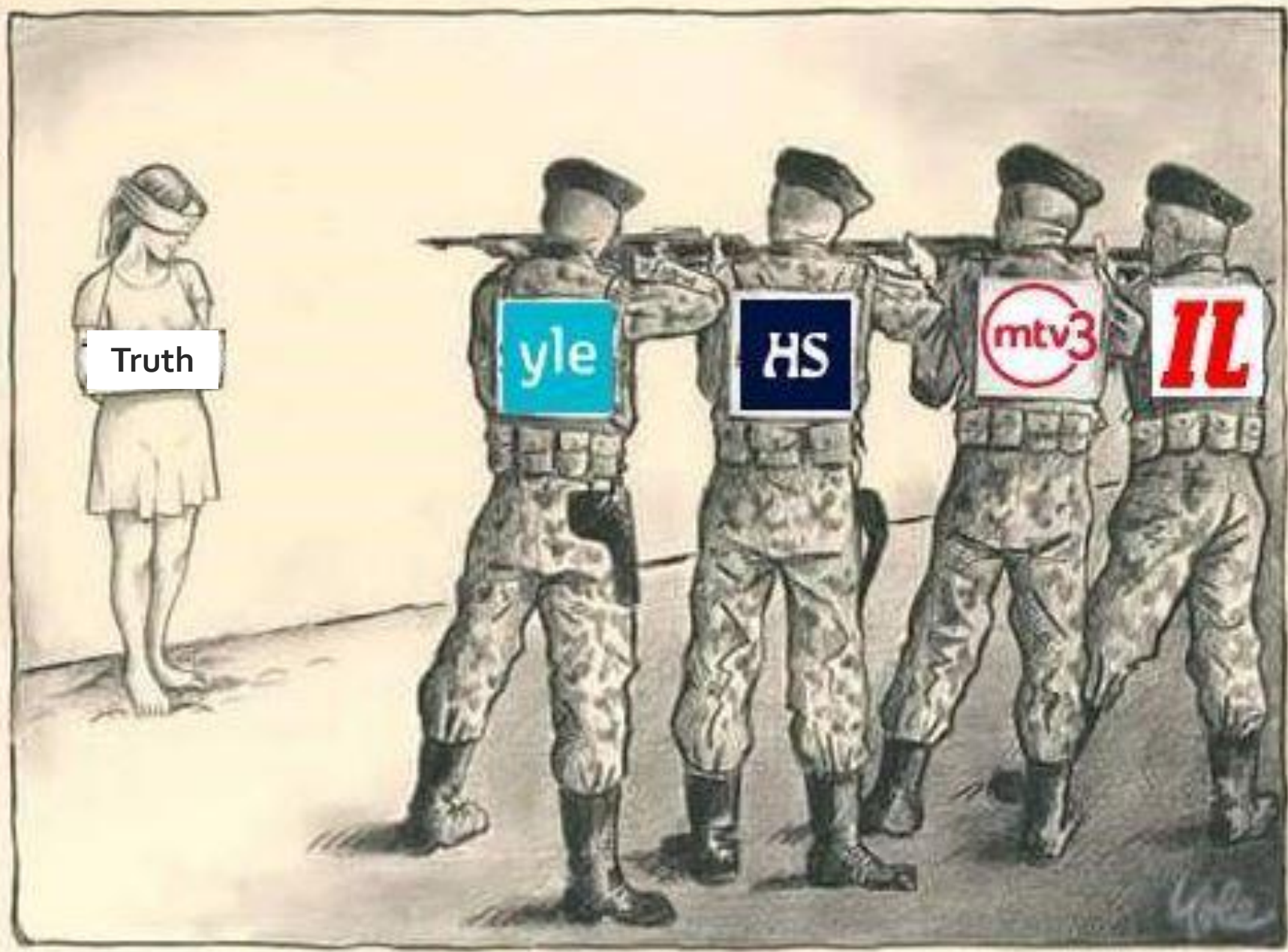


November 28<sup>th</sup> 2017

# **Reliability as competitive advantage for media industry**

Arno Ahosniemi, Editor-in-chief, Kauppalehti, Alma Talent





# Uusi Suomi

# nykypäivä



## NYKYSUOMI

---

SENSUROIMATON ITSENÄINEN MEDIA



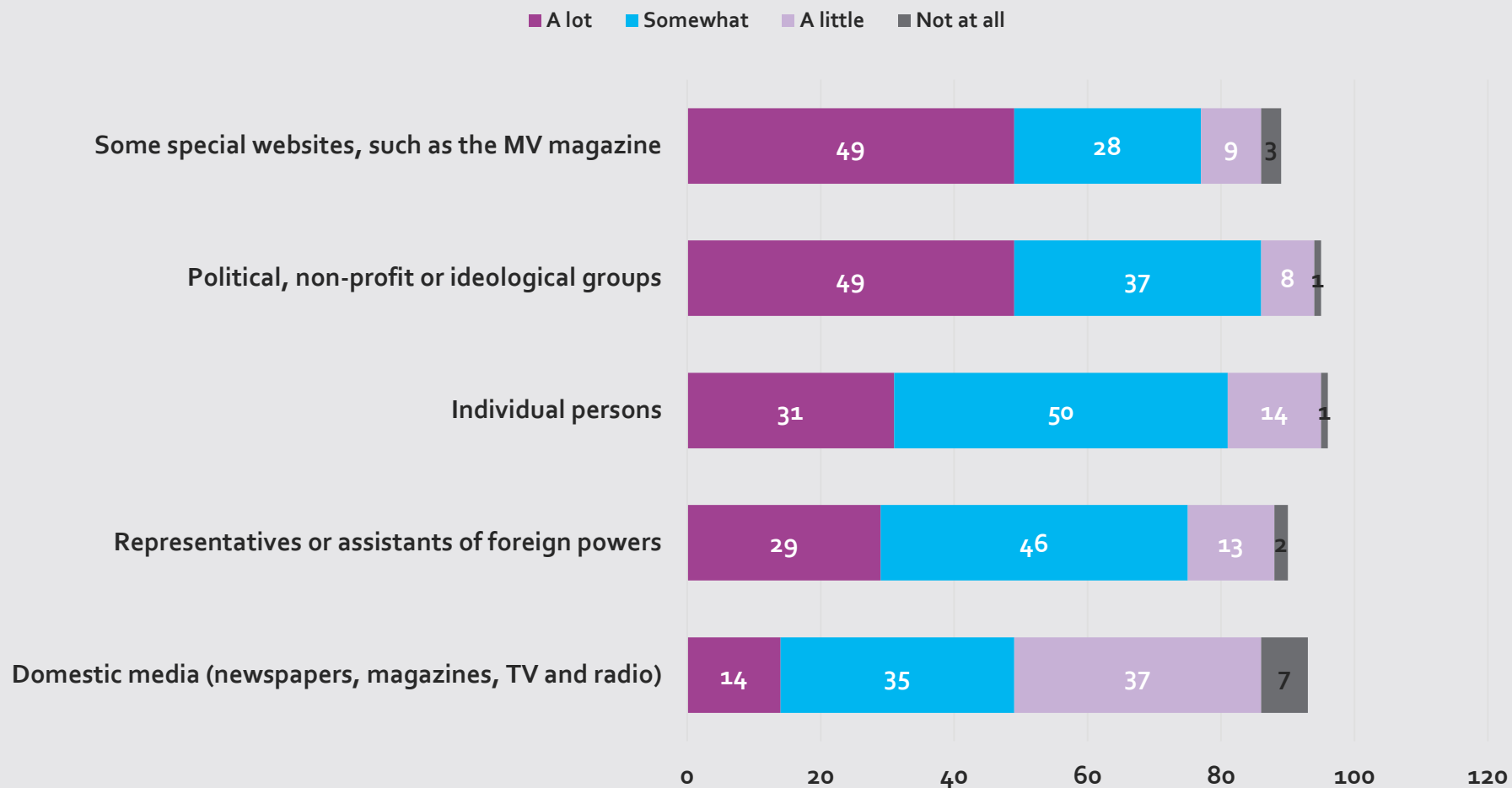
# Finns and fake news

- 29% of Finns spot fake news weekly.
- In general, Finnish audiences trust their ability to identify fake news.
- The majority of people (67%) believe that fake news influences the understanding of current issues.
- Finnish audiences evaluate traditional, reliable media as very important, but reliable media has to respond to the challenge to be neutral and independent.

Source: Medialiitto – Finnmedia November 14th 2017



# To which degree do you think the following parties provide fake news?



Source: Medialiitto –  
Finnmedia 14.11.2017



# **N.Y. Times CEO Thanks Trump for Boosting Subscription Growth**

The New York Times digital subscriptions exceeded three million. Signed more than 600 000 NEW subscriptions in H1 2017. Also magazine The Atlantic and newspaper Washington Post gained new audience.

# Kauppalehti front page March 1st 2016

The declaration was published simultaneously in more than 20 media: several newspapers, national broadcasting company morning show, commercial television, in social media etc.

# Kauppalehti

TIISTAINA  
1. MAALISKUUTA 2016

IKTNUMERO 2.80€, TIILÄTTUNA 1.48€/PV N:o 40 / 2016  
WWW.KAUPPALEHTI.FI / MOBIILI: M.KAUPPALEHTI.FI  
PERUSTETTU VUONNA 1898

## Luotettavan median puolesta

Suomalainen keskustelutapa on muuttunut nopeasti. Eritoten sosiaalisessa mediassa solvaaminen, halventaminen, mustamaalaaminen ja suoranainen valehtelu ovat arkipäiväistyneet. Mediaksi itseään nimittävät tahot myrkyttävät yhteiskunnallisen keskustelun ja yhteiskunnan ilmapiirin johtamalla yleisöä tahallisesti harhaan valheellisilla viesteillään. Hyvän maun ja soveliaisuuden rajat on jo aikaa sitten ylitetty.

Moniarvoinen viestintä ja sananvapaus sallivat erilaiset mielipiteet. Se ei tarkoita, että kuka tahansa voi levittää mitä tahansa kenenkään siihen puuttumatta.

Me hyvää journalistista tapaa noudattavat päätoimittajat emme aio olla valemedian hiljaisia tukijoita ja myötäjuoksijoita. Sitoudumme oikeisiin tietoihin perustuvaan ja merkitykselliseen journalistisiin. Kun tietoja pyritään tahallisesti hämärtämään tai vääristelemään, puutumme siihen omilla medioissamme. Tuemme yksittäisiä journalisteja, jotka työnsä vuoksi joutuvat parjauksen ja kampanjojen kohteeksi. Emme salli, että journalisteja vaiennetaan painostamalla.

Otamme jatkossakin vastuun julkaisemistamme uutisista ja niiden oikeellisuudesta, ja vastaamme myös toimitustemme tekemistä virheistä ja niiden korjaamisesta. Aiomme vastaisuudessaakin olla demokratian ja sananvapauden tukipilareita, osa toimivaa suomalaista yhteiskuntaa. Eettisesti kestäviin periaatteisiin sitoutuneen ammattimedian tehtävä on vaikeinakin aikoina kirkas.

Arno Ahosieni, Kauppalehti ja Päätoimittajien yhdistys  
Mika Pettersson, STT  
Merja Yli-Anttila, MTV  
Kaius Niemi, Helsingin Sanomat  
Tapio Sadeoja, Iltä-Sanomat  
Atte Jääskeläinen, Yle  
Jouko Järvinen, Aamulehti  
Kari Kiveli, Ilalehti  
Antti Kokkonen, Lapin Kansan

Tommi Lähdeniemi, Satakunnan Kansan  
Reijo Ruokanen, Talouselämä  
Pekka Mervola, Keski-suomalainen  
Seppo Rönkkö, Savon Sanomat  
Kari Vainio, Turun Sanomat  
Ryösti Karvonen, Kaleva  
Satu Takala, Ilkka  
Tommi Viljamaa, Pohjalainen  
Tommy Westerlund, Hufvudstadsbladet  
Niklas Nyberg, Vasabladet



# Declaration in English



In the defense of honest and reliable media

The face of public discourse in Finland has changed rapidly. Verbal abuse, defamation, slander and outright lies run rife especially in social media. Parties calling themselves media are poisoning both the public discourse and the atmosphere of our society by purposefully misleading the public with their deceitful messages. The line of good taste and decency has long since been crossed.

Media diversity and freedom of speech allows for differing opinions. This does not mean that anyone can spread whatever they wish without interference.

We, the Editors-in-Chief upholding good journalistic practices, do not intend to go along with fake media or support it with our silence. We commit ourselves to fact-based, relevant journalism. When facts are purposefully obscured or distorted we will intervene in the discussion through our respective medias. We offer our support to journalists who are targeted with smear campaigns because of their work. We will not allow journalists to be coerced into silence.

We will continue to take responsibility of the news we publish and its reliability. We hold ourselves accountable for the mistakes made in our newsrooms and for correcting those mistakes. We will remain staunch supporters of democracy and the freedom of speech, part of a functioning Finnish society. The purpose of professional media with ethically sustainable principles is clear even in difficult times.”

# Reliable media: Editor-in-Chief is responsible

- Reliability has become a competitive advantage for traditional media: more fake news and false media, the most crucial factors are reliability, quality and credibility.
- Reliable media admits its mistakes and publishes corrections.
- Fact checking is part of the journalistic process. Quality is paramount.
- The Editor-in-Chief is responsible and always personally at the audience's disposal.
- Reliable media makes its journalistic processes transparent.
- The Editor-in-chief secures industrial peace in the editorial office and blocks any inappropriate pressure.

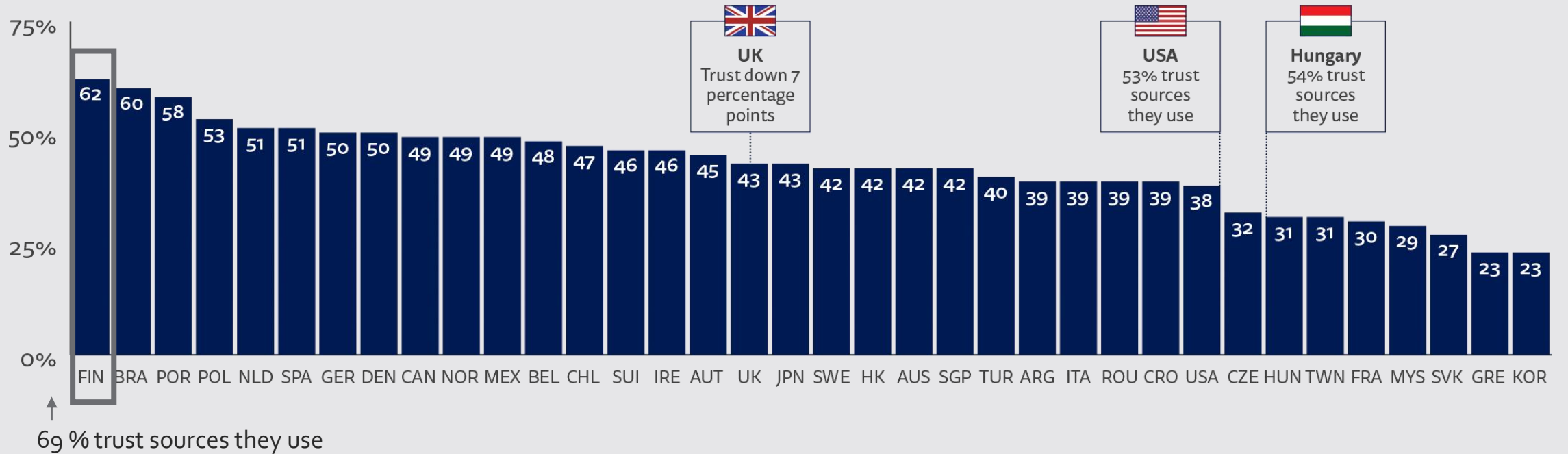
# Alma Media: KPI's for responsible journalism

- The percentage of Alma Media's media of all condemnatory decisions by the Council for Mass Media (Julkisen sanan neuvosto) is less than 20%
- Alma's biggest media brands set annual quality and reliability goals. Monitoring with surveys.



# Finnish media environment is trusted

OVERALL TRUST IN NEWS MEDIA – ALL MARKETS



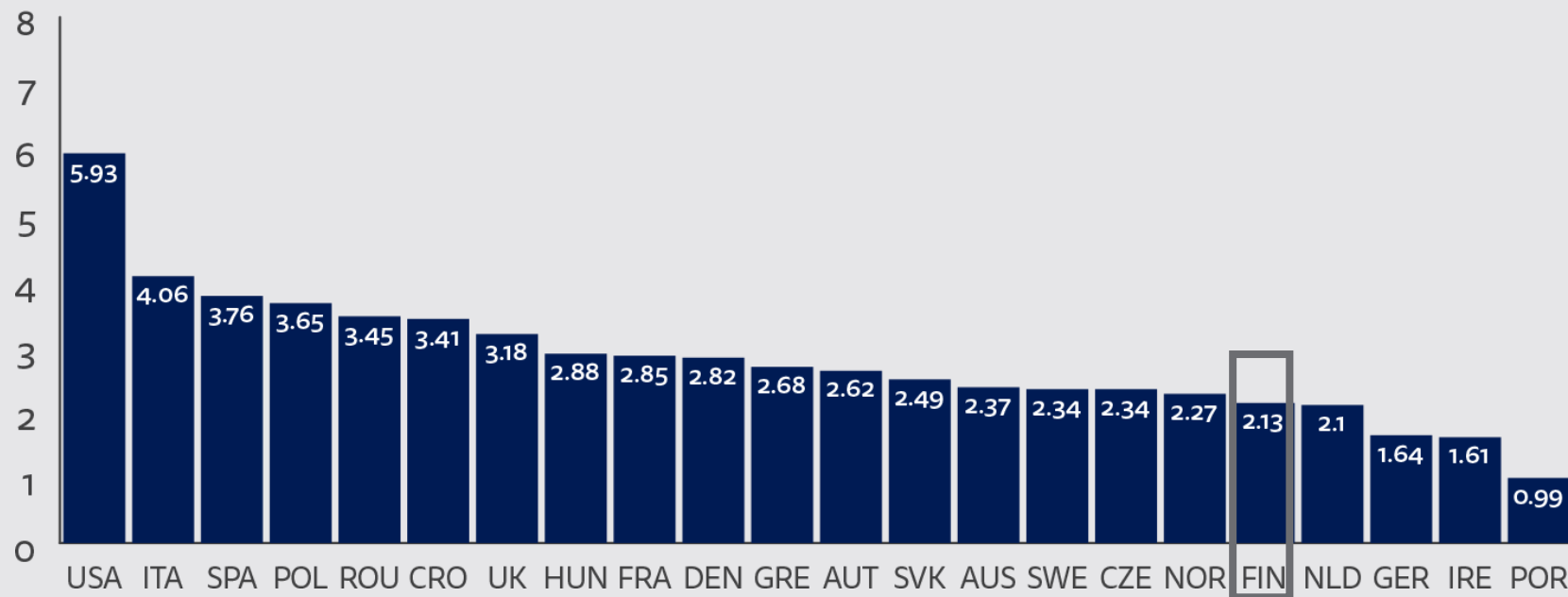
Source: Reuters Institute Digital News Report 2017





# ... and polarisation of news media has not progressed

ONLINE NEWS MEDIA POLARISATION SCORE – SELECTED COUNTRIES



Source: Reuters Institute Digital News Report 2017

