

## Mediatalouden ja viestintäpolitiikan työryhmä

Työryhmän vetäjät

**Katja Lehtisaari**, Tampereen yliopisto

**Marko Ala-Fossi**, Tampereen yliopisto

Työryhmä kokoontuu tilassa **A4**

### pe 12.4. klo 14.45–16.15

Ville Manninen ja Markus Mykkänen: *Mitä tiedämme suomalaismedian moninaisuudesta? Systemaattinen kirjallisuuskatsaus vuosiin 2000–2023*

Mikko Grönlund, Tuomas Ranti, Heikki Hellman, Katja Lehtisaari ja Risto Suikkanen: *Uutismedian keskittyminen ja sen vaikutukset – mediajohtajien näkemyksiä*

Matleena Ylikoski: *Median moniäänisyyteen ja sen säätelyyn liittyvät riskit ja muutokset Media Pluralism Monitor 2024 -tutkimuksen silmin*

### pe 12.4. klo 16.30–18.00

John Grönvall and Kari Karppinen: *Framing Nordic Public Service Media*

Aura Lindeberg: *Kohtalonkysymyksenä nuoret: Pohjoismaisten yleisradioyhtiöiden audiotarjonta nuorille yleisöille*

### la 13.4. klo 9.00–10.30

Ville Manninen ja Lauri Haapanen: *Vaikuttaako omistajanvaihdos paikallis- ja aluelehtien sisältöihin? Tutkimus 2013–2023 suurempaan konserniin myydyistä sanomalehdistä*

Mikko Grönlund, Marko Ala-Fossi ja Mikko Villi: *Lehdistötuet ja sanomalehtiliiketoiminnan taloudellinen tila kolmessa pohjoismaisessa mediahyvinvointivaltiossa*

Heikki Hellman, Mikko Grönlund, Katja Lehtisaari, Tuomas Ranti ja Risto Suikkanen: *Toimiala vai relevantit markkinat? Kaksi näkökulmaa sanomalehdistön keskittymiseen*

# Työryhmäabstraktit

**Mikko Grönlund**, Turun yliopisto, **Mikko Villi**, Jyväskylän yliopisto ja **Marko Ala-Fossi**, Tampereen yliopisto

## **Lehdistötuet ja sanomalehtiliiketoiminnan taloudellinen tila kolmessa Pohjoismaisessa mediahyvinvointivaltiossa**

Pohjoismaita on perinteisesti kutsuttu ""median hyvinvointivaltioiksi"" (media welfare state), joissa valtio tukee myös kaupallisen uutismedian toimintaa. Pohjoismainen lehdistötukijärjestelmä on 1960-luvulta lähtien perustunut kohdennetun suoran valikoivan tuen ja koko toimialaan kohdistuvan alennetun tai nollaverokannan yhdistelmään (Ots et al., 2016). Vaikka sanomalehdille on myönnetty merkittäviä julkisia tukia vuosikymmenten ajan, akateemista tutkimusta niiden vaikutuksista tai siitä, miten erilaiset kansalliset tukijärjestelmät ja niiden tavoitteet ovat saattaneet vaikuttaa sanomalehtimarkkinoiden rakenteeseen Pohjoismaissa, on tehty vain vähän (ks. esim. Wiren et al., 2021). Samanaikaisesti sanomalehtikustantajat ovat kaikissa Pohjoismaissa kohdanneet merkittäviä muutoksia ja haasteita liiketoimintaympäristössään (Björkroth & Grönlund, 2015).

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan ""median hyvinvointivaltion"" kontekstissa sanomalehtikustantajien taloudellista tilaa kolmessa Pohjoismaassa: Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa.

Tutkimuskysymyksemme on: Miten sanomalehtikustantajien taloudellinen tila eroaa kolmessa Pohjoismaassa, joissa on erilainen mediatukipolitiikka?

Analyysimme perusteella voimme todeta, että Ruotsin ja Norjan suorat lehdistötuet eivät ole estäneet lehtien määrän vähenemistä, levikkien laskua tai lehtiyritysten aseman heikentymistä mainosmarkkinoilla. Erityisesti Ruotsissa suorat mediatuet näyttäisivät johtaneen suureen määrään liiketaloudellisesti kannattamattomia tukiriippuvaisia sanomalehtikustantajia. Suomessa puolestaan sanomalehtikustannusalan taloudellinen tila on tunnuslukujen valossa ollut parempi, siitä huolimatta että suorista lehdistötuista luovuttiin meillä käytännössä jo 1990-luvulla.

Aineistona olemme käyttäneet ruotsalaisten, norjalaisten ja suomalaisten sanomalehtiä kustantavien yritysten keskeisiä tilinpäätösanalyysiin perustuvia taloudellisia tunnuslukuja vuosilta 2005-2019. Tilinpäätöstiedot kerättiin Bureau van Dijkin Orbis-tietokannasta, joka on kattava maailmanlaajuinen yritystietokanta ja tarjoaa laajan kokoelman talous-, omistus- ja yritystietoja julkisista ja yksityisistä yrityksistä ympäri maailmaa.

Asiasanat: lehdistötuet; mediahyvinvointivaltio; sanomalehdet; Norja; Ruotsi; Suomi; liiketaloudellinen kannattavuus"

**Mikko Grönlund**, Turun yliopisto, **Tuomas Ranti**, Turun yliopisto, **Heikki Hellman**, Tampereen yliopisto, **Katja Lehtisaari**, Tampereen yliopisto ja **Risto Suikkanen**, Tampereen yliopisto

## **Uutismedian keskittyminen ja sen vaikutukset – mediajohtajien näkemyksiä**

Suomen uutismediamarkkinat ovat kuluneella vuosituhanella, erityisesti alueellisella ja paikallisella tasolla, keskittyneet voimakkaasti. Sanomalehtikustantamisen liikevaihto samoin kuin kustantajien määrä on puolittunut. Samanaikaisesti sanomalehtinimikkeiden määrä on vähentynyt vain noin viidenneksellä ja sanomalehtien henkilökunnan määrä kolmanneksella. Nykyisin kaksi mediakonsernia, Sanoma-konserni ja Keskisuomalainen-konserni, hallitsevat noin 57:ää prosenttia markkinoista, kun taas CR4:n (neljän suurimman), johon sisältyvät Alma Median ja TS-Yhtymän osuudet, osuus on 72 prosenttia.

Tämän tutkimuspaperin tavoitteena on selvittää suomalaisen uutismedian johtajilta heidän näkemyksiään ja kokemuksiään toimialan keskittymisestä. Miten he arvioivat muutoksia ja niiden taustalla olevia syitä sekä mitä pitäisi tehdä? Mitkä ovat vaikutukset mediasisällön monimuotoisuuteen, ja mitkä olisivat parhaat välineet estää alan liiallinen keskittyminen ja säilyttää samalla median vapaus? Ensimmäisenä aineistona käytämme kahdeksaa puolistrukturoitua päätoimittajien haastattelua, jotka toteutettiin etäyhteydellä. Toisen aineistomme muodostavat Webropol-kyselytyökalulla toteutetun

päätoimittajille ja muille avainhenkilöille suunnatun kyselyn vastaukset. Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 64 kappaletta, ja vastausaste oli 21 prosenttia.

Useimmat kyselyyn vastanneet ja haastatellut ilmaisivat, että uutismedian omistus Suomessa on alueellisella ja paikallisella tasolla voimakkaasti keskittynyttä ja keskittyminen on kiihtynyt viime vuosina. Vastajien mukaan keskittyminen johtuu samanaikaisista tekijöistä, kuten kotimaisten mediatalojen pyrkimyksestä turvata kannattavuutensa, digitaalisen tuotekehityksen skaalaeduista ja kustannusten karsimisesta. Merkittävänä tekijänä pidettiin myös esimerkiksi Alphabetin ja Metan kaltaisten alustayhtiöiden vaikutusta mainosmarkkinoihin.

Uutismedian keskittymisen vaikutuksia arvioitiin moninaisuuden näkökulmasta, ja suuri osa päätoimittajista katsoi, että keskittyminen vähentää uutismedian moniäänisyyttä ja muodostaa uhan monimuotoisuudelle. Keskittymisen arvioitiin myös johtavan mielipiteiden kirjon vähenemiseen, yleisön tiedonsaannin kaventumiseen ja sananvapauden heikentymiseen. Päätoimittajien näkemykset ulkopuolisen sääntelyn tarpeellisuudesta vaihtelivat.

Tulevaisuudessa mediayhtiöiden edustajat odottivat keskittymiskehityksen jatkuvan ja tuotemerkkien yhdistämisiä voivan tapahtua. Digitaalisen muutoksen odotetaan kiihtyvän. Tekoälyllä voi olla merkittävä vaikutus uutismedian toimintaympäristöön, etenkin jos se pystyy tarjoamaan monipuolista suomenkielistä uutissisältöä. Tekoälyn kehitykseen vastaaminen voi olla haasteellista erityisesti pienille toimijoille resurssipulan vuoksi.

Asiasanat: Uutismedia, päätoimittajat, omistuksen keskittyminen, keskittymisen vaikutukset

**John Grönvall**, University of Helsinki, Arcada and **Kari Karppinen**, University of Helsinki

### **Framing Nordic Public Service Media**

The aim of the paper is to analyse how the roles and remit of public service media (PSM) and its relationship to current media and societal developments are framed in recent media policy discourses in Finland, Sweden, Norway, and Denmark.

Through framing analysis of recent reports and policy documents, we determine the values associated with public service as well as the problem definitions, causal interpretations, and possible remedies invoked in the respective PSM policies. We analyse how the remit and contribution of PSM have been framed in Nordic media policy documents and assessments in the last decade

In line with the tradition of interpretative or discursive policy analysis, our aim is primarily not to compare the policy actions taken by the four countries. We do not regard the policy documents simply as descriptions of the state of the PSM policy in different Nordic countries. Instead, we argue that the specific framings of the policy context and current developments entrenched in policy debates can have a crucial impact on future policy options and considerations.

Research questions:

How is the role of PSM framed in relation to current problems and changes in the media landscape in Finland, Sweden, Norway, and Denmark?

How do the national differences in the framing of the PSM remit manifest ideologically?

The material spans 10 years and consists of 154 documents from the four countries. Official government policy reports provide an outside view of the PSM's. For an inside perspective, we use PSM yearly reports. We also include national government programmes for an overarching view.

Preliminary results indicate that the Nordic PSM's are largely reacting, not acting. The ongoing platformization, a perceived increase in competition, and the fragmentation and individualization of media consumption all greatly affect PSM domains and duties. Consequently, their obligations to citizens have become incoherent.

**Heikki Hellman**, Tampereen yliopisto, **Mikko Grönlund**, Turun yliopisto, **Katja Lehtisaari**, Tampereen yliopisto, **Tuomas Ranti**, Turun yliopisto ja **Risto Suikkanen**, Tampereen yliopisto

### **Toimiala vai relevantit markkinat? Kaksi näkökulmaa sanomalehdistön keskittymiseen**

Kun mediatutkijat ja viestintäpolitiikan toimijat puhuvat median keskittymisestä, he tarkoittavat yleensä omistuksen keskittymistä yksittäisillä mediatoimialoilla valtakunnallisesti. Kun taas taloustieteilijät ja Kilpailu- ja kuluttajavirasto puhuvat samasta asiasta, he tarkoittavat myynnin tai jonkin muun tuotannon tekijän keskittymistä kulloinkin tarkastelluilla relevanteilla markkinoilla. Sanomalehdistön tapauksessa edelliset kiinnittävät huomionsa lehtikonsernien valtakunnallisiin markkinaosuuksiin, jälkimmäiset taas esimerkiksi tietyssä maakunnassa ilmestyvien lehtien keskinäiseen kilpailutilanteeseen.

Edellinen näkökulma korostaa keskittymisen yhteiskunnallisia, poliittisia ja kulttuurisia seurauksia, kuten suurten mediakonsernien valtaa vaikuttaa uutisagendaan ja uutisten moniäänisyyden kaventumista. Jälkimmäinen taas on huolissaan keskittymisen kilpailuvaikutuksista ja markkina-aseman mahdollisesta väärinkäytöstä jonkin suuren toimijan päästessä määräämään ilmoitushinnoista ja tuotevalikoimasta. Edellistä kutsutaan tässä demokratianäkökulmaksi, jälkimmäistä markkinanäkökulmaksi.

Esityksen väite on, että demokratianäkökulma ja markkinanäkökulma eivät ole niin vastakkaiset kuin yleensä ajatellaan. Näkökulmat täydentävät toisiaan hyödyllisellä tavalla. Toimialan keskittymisellä on aina markkinavaikutuksia ja markkinoiden keskittymisellä demokratiavaikutuksia. Sen tähden sanomalehdistön keskittymistä tutkittaessa on tarpeellista ottaa huomioon sekä valtakunnallinen keskittymiskehitys toimialatasolla kuin lehdistön alueellisten markkinoiden keskittymät. Johtuen lehdistön alueellisesta rakenteesta toimialan keskittymisen demokratiavaikutuksia voidaan ymmärtää ainoastaan, jos analyysi sisältää myös alueelliset markkinavaikutukset.

Esitys demonstroi väitettään analysoimalla sanomalehdistön keskittymiskehitystä Suomessa vuosina 2000–2022 rinnakkain sekä toimialan että relevantin markkinan (maakunta) tasolla. Tarkasteltuja muuttujia on kolme: nettomyynti, levikki ja toimittajien määrä. Tunnuslukuina käytetään tavanomaisia keskittymisen mittareita (CR1, CR4 ja HHI). Aineistona ovat Uutismedian liiton tilastot, jotka tarjoavat mahdollisuuden pitkittäisanalyysiin. Aineiston aukkoja on paikattu estimaateilla.

Sanomalehtitoimiala on tarkastelun kannalta otollinen, koska alalla on nähty 2000-luvulla merkittäviä yrityskauppoja ja keskittyminen on kiihtynyt sekä toimialan tasolla että markkina-alueittain. Kilpailutilanne aktivoituu sekä valtakunnallisesti että alueellisesti aina, kun kokonaiset lehtitalot siirtyvät omistajalta toiselle tai suuri lehtitalo tunkeutuu toisen lehtitalon reviirille. Tuorein yrityskauppa tapahtui helmikuussa, kun Keski-suomalainen-konserni ilmoitti ostavansa PunaMusta Median lehdet Pohjois-Karjalasta.

Vuoden 2022 tilanteen perusteella sanomalehdistö Suomessa on toimialan tasolla kohtalaisen keskittynyttä mutta alueellisten markkinoiden tasolla erittäin keskittynyttä – jopa niin, että muutamissa maakunnissa valitsee yhden lehtitalon monopoli. Alueellinen dominanssi antaa lehtitalolle runsaasti valtaa maakunnan julkisessa keskustelussa ja mielipiteenmuodostuksessa."

**Aura Lindeberg**, Tampereen yliopisto

### **Kohtalonkysymyksenä nuoret: Pohjoismaisten yleisradioyhtiöiden audiotarjonta nuorille yleisöille**

Pohjoismaisten yleisradioyhtiöiden kilpailutilanne audion saralla on muuttunut radikaalisti viimeisen vuosikymmenen aikana, kun erilaisia audiosisältöjä tuottavat kaupalliset tahot ovat tulleet markkinoille. Vaikka yleisradioyhtiöt ovat edelleen merkittäviä radio- ja audiotoimijoita omissa maissaan, ne kohtaavat uutta kilpailua yleisön ajankäytöstä. Esimerkiksi EBU:n tutkimukseen vastanneista 18–29-vuotiaista eurooppalaisista 56 % kertoi maksavansa ainakin yhdestä musiikin ja podcastien tilauspalvelusta (EBU 2023).

Perinteinen radio on jäämässä alakynteeseen kuuntelutottumuksissa. Ruotsissa digitaalisen audion kuuntelu ohitti radion kuuntelun selvästi vuonna 2023 (Mediavision 2023). Radion kuuntelu on kyselytutkimuksen mukaan vähentynyt 10 prosenttiyksikköä vuoden takaisesta ja digitaalisen audion

käyttö noussut 15 prosenttiyksikköä. Euroopan tasolla nuoren yleisön radion kuuntelu on puolittunut 2000-luvulta, ja podcastit tavoittavat miltei yhtä suuren osuuden (44 %) 15-24 -vuotiaista kuin radio (46%) (EBU 2023).

Tarkastelen tässä tutkimuksessa vertailevalla otteella, minkälaisia palveluita ja sisältöjä pohjoismaiset yleisradioyhtiöt Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa tuottavat nuorille, alle 30-vuotiaille yleisöille tällä hetkellä ja millainen niiden yleisösuhte nuoriin yleisöihin on. Yleisradioyhtiöiden omista audiostrategioissa 2020-luvun strategia on ollut alle 30-vuotiaille suunnatun digitaalisen tarjonnan vahvistaminen (Lindeberg 2023). Olen kiinnostunut siitä, miten yhtiöissä on vastattu kansallisten audiomarkkinoiden ja toimintaympäristön muutokseen erityisesti nuorille yleisöille suunnattujen audiosisältöjen tarjoilussa.

Tutkimuksen taustana toimii mediapolitiikan ja pohjoismaisen mediamaiseman muutoksen (Enli & Syvertsen 2020; Ihlebæk & Sundet 2023) tutkimus sekä aiempi tutkimus yleisradioyhtiöiden nuorille suunnatuista sisällöistä (Sundet 2023; Lowe & Maijanen 2019).

Nuorten yleisöjen saavuttamista on pidetty yleisradioiden kohtalonkysymyksenä vuosikymmenien ajan, mutta huolen fokus on ajan saatossa muuttunut kaupallisen radiotoiminnan muodostamasta uhasta (Kemppainen 1998) kansainvälisten alustajättien aikaan (Redvall et al 2023). Julkisen palvelun missio on palvella kaikkia yleisönosia. On aiheellista kysyä, missä määrin siinä onnistutaan audion puolella, kun radion luvut pienenevät ja nuori yleisö tulee palveluksi jossain muualla.

**Ville Manninen**, Jyväskylän yliopisto ja **Lauri Haapanen**, Jyväskylän yliopisto

### **Vaikuttaako omistajanvaihdos paikallis- ja aluelehtien sisältöihin? Tutkimus 2013–2023 suurempaan konserniin myydyistä sanomalehdistä.**

Suomalainen sanomalehtikenttä on keskittynyt 2000-luvulla yhä harvemmille omistajille. Monessa maakunnassa vallitsee jo alueellinen monopolitilanne (Hellman 2022). EU:n laajuisessa MPM-mittauksessa juuri omistuksen keskittyminen on katsottu yhdeksi tärkeimmistä riskeistä median moninaisuudelle Suomessa (esim. Mäntyoja & Manninen 2023). Tutkimusnäyttö ei kuitenkaan ole riittänyt osoittamaan uhkaa sen enempää todelliseksi kuin olemattomiksi – omistusmuutosten vaikutuksia mediasisältöihin ei Suomessa ole juurikaan tutkittu.

Tutkimuksemme tarkastelee, miten kahdeksan suomalaisen sanomalehden sisällöt ovat kehittyneet niiden omistuksen siirtyessä entistä suurempaan konserniin. Olemme tutkineet kustakin lehdestä seitsemän numeroa vuodelta 2013 ja seitsemän numeroa vuodelta 2023. Tällä ajanjaksolla jokainen aineiston lehdistä on vaihtanut omistajaa vähintään kerran. Lisäksi aineistoon kuuluu kaksi verrokkilehteä, joiden omistuksessa ei ole tapahtunut muutoksia. Kaikkiaan aineisto koostuu siis 10 lehtinimikkeestä, 140 lehtinumerosta ja yli 6 600 tekstistä.

Olemme tarkastelleet aineistoa ”kriittisten informaatiotarpeiden” (critical information needs, CIN) kehyksen kautta (Friedland ym. 2012). Olemme muokanneet alun perin amerikkalaista kontekstia varten kehitetyn mallin Suomeen soveltuvaksi ja koodanneet aineistomme yhdeksän tiedontarve-kategorian mukaan. Lisäksi jutuista on kirjattu ylös kuvailutietoja, kuten juttujen paikallisuuden aste. Tämän perusteella voimme esimerkiksi havaita, että siinä missä paikallisten juttujen osuudet ovat kasvaneet, CIN-juttujen osuudet ovat laskeneet. Myös juttujen kokonaismäärät ovat pääsääntöisesti laskeneet.

Tulosten perusteella suurin osa tutkituista lehdistä on ”tyhjentyneet”: niissä on vähemmän juttuja, ja niiden informaationsisältö on aiempaa köyhempi. Tuloksemme osoittavat eroja omistajien välillä, mikä puolestaan herättää uusia, konsernifuusioiden toteutustapojen vaikutuksiin liittyviä kysymyksiä.

#### Lähteet

Friedland, L., P. M. Napoli, K. Ognyanova, C. Weil & E. J. Wilson III. (2012). Review of the literature regarding critical information needs of the American public. [http://transition.fcc.gov/bureaus/ocbo/Final\\_Literature\\_Review.pdf](http://transition.fcc.gov/bureaus/ocbo/Final_Literature_Review.pdf)

Hellman, H. (2022). Sanomalehdistön kilpailu ja keskittyminen merkityksellisillä markkinoilla. *Media & viestintä*, 45(3), 1–29. <https://doi.org/10.23983/mv.122138>

Mäntyoja, M. & V. J. E. Manninen. (2023). Monitoring media pluralism in the digital era. Country report: Finland. Centre for Media Pluralism and Freedom. <https://doi.org/10.2870/893239>

**Ville Manninen**, Jyväskylän yliopisto ja **Markus Mykkänen**, Jyväskylän yliopisto

### **Mitä tiedämme suomalaismedian moninaisuudesta? Systemaattinen kirjallisuuskatsaus vuosiin 2000–2023**

Median moninaisuus on usein kulttuuri- ja politiikkakeskusteluissa käytetty käsite. Siihen ja sen semanttisiin naapureihin viitataan usein mediapolitiikassa itseisarvoisina tavoitteina (Hellman ym. 2018: 113). Käsitteiden määritelmällinen hajanaisuus tekee moninaisuuden arvioinnista ja tukemisesta epäluotettavaa.

Median moninaisuutta voidaan perustellusti pitää tavoiteltavana asiana. Philip Napoli (1999) jakaa moninaisuuden seitsemään kategoriaan, joilla kaikilla on – tai ainakin voi olla – merkitystä demokratian toteutumisen ja aktiivisen kansalaisuuden kannalta. Pohjimmiltaan kyse on julkisuudesta “ideoiden markkinapaikkana”, jossa kansalaiset oppivat ja vaihtavat mielipiteitä (emt. 9).

Suomalaisen median moninaisuus nousee julkiseen keskusteluun usein kahdesta syystä: joko median omistuksen tai sisältöjen arvomaailman takia. Ensiksi mainittuun liittyy esimerkiksi Media Pluralism Monitor -hankkeen katsaukset, joissa toistuvasti kiinnitetään huomiota suomalaismedian korkeaan keskittymisasteeseen (esim. Mäntyoja & Manninen 2023). Jälkimmäinen liittyy poliittisiin näkemyksiin, joissa “valtamedian” katsotaan hylkivän jotain näkökulmaa (esim. Tuomola 2023: 46).

Usein huoliin liittyy toimenpide-ehdotuksia: sääntelyä, rahoituksen myöntämistä tai sen leikkaamista. Interventioiden harkittu toteuttaminen ilman riittävää tietoa on kuitenkin vaikeaa. Tässä tutkimuksessa esittelemme suomalaismedian moninaisuutta 2000–2023 julkaistun tutkimuksen mukaan.

Tarkastelemme aineistoa Napolin (1999) mallista täydennetyin moninaisuus-kehiksen kautta, jota jo aiemmin ehdotimme yhdessä Hellmanin ja Kuutin kanssa (Hellman ym. 2018: 101).

Kirjallisuuskatsauksemme osoittaa moninaisuustutkimuksen olevan paitsi vähäistä myös temaattisesti ja ajallisesti hajanaista.

#### Lähteet:

Hellman, H., V. Manninen, M. Mykkänen & H. Kuutti (2018). Median monimuotoisuus ja moniarvoisuus. Teoksessa M. Ala-Fossi ym. Media- ja viestintäpolitiikan nykytila ja sen mittaaminen. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 4/2018, 98–137. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-548-4>

Mäntyoja, M. & V. J. E. Manninen. (2023). Monitoring media pluralism in the digital era. Country report: Finland. Centre for Media Pluralism and Freedom. <https://doi.org/10.2870/893239>

Napoli, P.M. (1999). Deconstructing the diversity principle. *Journal of Communication*, 49(4), 7–34. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02815.x>

Tuomola, S. (2023). Maahanmuuttovastaisuudesta koronakriittisyyteen: Populistisen vastamedian laajeneva ekosysteemi journalismin näkökulmasta. *Media & viestintä*, 46(2), 43–67. <https://doi.org/10.23983/mv.131188>

**Matleena Ylikoski**, Tampereen yliopisto

### **Median moniäänisyyteen ja sen säätelyyn liittyvät riskit ja muutokset Media Pluralism Monitor 2024 -tutkimuksen silmin**

Vuosittainen Media Pluralism Monitor -tutkimus, jota tehdään EU-komission katseen alla, haravoii laajalla otteella journalistisen median moniäänisyyteen liittyviä riskejä. Riskejä arvioidaan kolmiportaisella asteikolla ja arvio tehdään tukeutuen olemassa olevaan tutkimuskirjallisuuteen, media-

aineistoihin ja asiantuntijahaastatteluihin. Maakohtaisten tutkijatiimien arviolle ja tulkinnalle jää runsaasta lähdeaineistosta huolimatta paljon tilaa.

Vuoden 2024 tutkimuksessa Suomen riskiarviot pysyvät pitkälti samana kuin aiempina vuosina. Joissakin aihepiireissä, kuten tekijänoikeuslainsäädännössä ja ns. whistleblower-lainsäädännössä on päästy eteenpäin ja riskitasot ovat loksahaneet keskitasolta matalaksi, samoin julkisuuslain uudistaminen on loppusuoralla, mutta monet aiemmat kipupisteet ovat ennallaan. Vähemmistöille on edelleen tarjolla vain vähän omankielisiä uutisia, mediaomistuksen keskittymistä ei edelleenkään juurikaan säädellä ja ulkoinen häirintä ja painostus toimittajia kohtaan ei osoita laantumisen merkkejä, päinvastoin.

Sananvapausaiheisten muuttujien riskiarviointia vaikeuttivat useat, sinänsä merkittävät oikeudenkäynnit ja niiden ympärillä käyty keskustelu. Yksittäisten tapahtumien merkitystä sananvapauden ja median toimintaedellytysten tilaan on vaikea arvioida tuoreeltaan: onko riskitasoa syytä muuttaa vai ei?

Suurimmat avoimet kysymykset liittyvät median omistuksen keskittymiseen ja mediatukiin, joiden osalta on viime vuosina tapahtunut paljon. Tukikysymystä selvitettiin edellisen hallituksen aikana asiantuntijaryhmän voimin, suositukset on annettu ja monta kertaluontoista tukipakettia on jaettu. Toisaalta uusia vakituisia mediatukia ei edelleenkään ole ja ne ainoat olemassa olevatkin nykyinen hallitus haluaisi leikata pois. Ylen rahoitusta selvitetään jälleen ja poliittiset paineet leikkauksiin ovat merkittävät.

Mutta ovatko suorat mediatuet median moniäänisyyden tae, niin kuin MPM-tutkimus olettaa? Entä jos mediatuet tarkoittamatta tai tarkoituksellisesti tukevat vain nykyisiä, suurimpia mediatoimijoita, jolloin uutta medialiiketoimintaa ei pääse tuen turvin syntymään? Mikä olisi mediatukien rooli suomalaisessa mediamaisemassa, jota hallitsee valtaosin vain muutama konserni, joista osa on vieläpä ulkomaisessa omistuksessa? Mitä merkitystä moniäänisyydelle on sillä, että suomalainen media jatkaa voimakasta keskittymistään? Uusimmasta konsernitason kaupasta uutisoitiin helmikuussa, ja siinä yhteydessä kuultiin tuttu argumentti: keskittymisellä ”halutaan turvata suomalainen moniarvoinen ja -ääninen media”. MPM-metodologiassa kaupan vaikutukset nähdään täsmälleen päinvastaisina.

Tässä puheenvuorossa käsitellään MPM2024 Suomen aineistonkeruun havaintoja ja riskiarvioinneissa tapahtuneita muutoksia tuoreen maaraportin avulla. Samalla avataan keskustelua yllämainituista kysymyksistä.