

# Finland

## Median omistus

Sisällön digitalisointi on haastanut perinteiset mediatuotteet. Se on lisännyt markkinoilta poistumista sekä konsolidoitumista eli mediarytysten yhdistymistä ja fuusioitumista maantieteellisillä markkinoilla. Mediamarkkinoiden rakenteet muuttuvat jatkuvasti, eikä markkinoiden keskittyminen ole lainkaan uusi ilmiö. Suomen joukkomediamarkkinat ovat viimeisen kolmen vuosikymmenen aikana keskittyneet voimakkaasti. Ala-Fossi et al. (tulossa, 2022) ovat esittäneet siihen kolme syytä. Ensinnäkin ulkomaiset investoinnit Suomeen olivat aikaisemmin tiukasti rajoitettuja, mutta 1990-luvulta lähtien Suomessa harjoitettu mediapolitiikka ei ole aktiivisesti pyrkinyt estämään yritysostoja tai konsolidaatiota minkäänlaisilla omistusrajoituksilla tai määräyksillä. Toiseksi välillinen verotuki eli suurimpia sanomalehtien kustantajia suosiva alennettu arvonnisäverokanta on saattanut jopa kiihdyttää uutismedian omistuskeskittymistä. Kolmanneksi tiedotusvälineille ei ole olemassa erityistä kilpailulainsäädäntöä omistuksen keskittymisen estämiseksi tai omistuksen monimuotoisuuden suojelemiseksi.

Mediatoimialoista keskittymisaste on korkein radiotoiminnassa, jota hallitsee kolme avaintoimijaa, julkisen palvelun yleisradioyhtiö Yleisradio Oy, Sanoma Media Finland Oy (osa Sanoma-konsernia) ja Bauer Media Finland Oy (saksalaisen Bauer Media -konsernin tytäryhtiö). Edellä mainittujen kahden suurimman kaupallisen mediayhtiön osuus kaupallisten radioiden kokonaistuotoista on noin neljä viidesosaa. Maanpäällisen televisiotoiminnan kolme suurinta toimijaa ovat Yleisradio Oy sekä kaupalliset toimijat Sanoma Media Finland Oy ja MTV Oy (ruotsalaisen monikansallisen teleyhtiö Telia Company Ab:n tytäryhtiö). Muita toimijoita Suomen ovat kansainvälisten mediakonsernien, kuten Warner Bros Discoveryn ja The Walt Disney Company Ltd:n, tytäryhtiöt. Valtakunnallisella tasolla sanomalehtien omistus on hieman vähemmän keskittynyt kuin radio- tai televisiotoiminta (Ala-Fossi ym., 2020; Manninen & Hjerpe, 2021).

Tällä hetkellä sanomalehtikustantamisalalle on kuitenkin ominaista toistuvat fuusiot ja konsolidoituminen. Arvioitaessa sanomalehtien tai laajemmin painetun uutismedian omistuksen keskittymistä on otettava huomioon markkinoiden rakenne. Suomessa vain harvat sanomalehdet, mukaan lukien iltapäivälehdet, voidaan luokitella valtakunnallisiksi. Sanomalehtien markkinat jakautuvatkin useiksi alueellisiksi markkinoiksi, joille on ominaista suhteellisen suuret yritykset, jotka julkaisevat yhtä tai useampaa pääasiallisesti alueellista/maakunnallista sanomalehteä. Keskittymisen ja konsolidoitumisen myötä useimmat alueelliset sanomalehtiyhtiöt ovat saavuttaneet monopolimaisen aseman markkinoillaan, sillä ne omistavat suurimman osan tai kaikki ilmestymisalueensa maksulliset paikallislehdet ja ilmaislehdet (Björkroth & Grönlund, 2021). Vuonna 2021 Uutismedian liiton (ent. Sanomalehtien Liitto) 234 jäsenjulkaisusta lähes kolmannes (31 %) kuului Keskisuomalainen-konserniin. Lehtien lukumäärällä mitattuna viisi suurinta sanomalehtikustannusyrittystä (Keskisuomalainen Oyj, Sanoma Oyj, Hilla Group Oyj, Kaleva Oy ja TS-Yhtymä Oy) omistivat yli puolet (59 %) kaikista Uutismedian liiton jäsenlehtinimikkeistä.

Suurimpien sanomalehtikustantajien omistusrakenteessa on kuitenkin merkittäviä eroja. Pörssiyrityksistä esimerkiksi Keskisuomalainen Oyj:n omistus on laajalle hajautunut. Suurimmankin yksittäisen omistajan osuus on vain noin 5 prosenttia ja suurin osa yhtiön omistajista on yksityishenkilöitä. Sen sijaan esimerkiksi Sanoma Osakeyhtiön omistajissa on paljon sekä säätiöitä että institutionaalisia sijoittajia. Lisäksi suurimman omistajan osuus on neljännes (25 %). TS-Yhtymä Oy ja Kaleva Oy ovat puolestaan listaamattomia yrityksiä, joissa omistus on keskittynyt yhteen tai muutamaan perheeseen. Suomalaisten sanomalehtikustannusyrittysten omistustiedoista voidaan havaita myös huomattavia keskinäisiä omistussuhteita. Muita tosiasialliseen keskittymiseen mahdollisesti vaikuttavia piirteitä ovat sanomalehtiyrittysten erilaiset yhteisyritykset, kilpailijoiden

väliset keskinäiset omistukset ja se, että joillakin sanomalehtiyrityksillä on yhteisiä institutionaalisia osakkeenomistajia (Björkroth & Grönlund, 2021).

## Puutteet tietokannan tiedoissa

Eri yritysten omistajuuteen liittyvien tietojen julkisen raportoinnin avoimuudessa on huomattavia eroja, mikä ilmenee läpinäkyvyyden puutteena ja tietokannasta puuttuvina tietotyypeinä.

Osakeyhtiölain mukaan osakkeenomistajista on pidettävä aakkosellista osakasluetteloa, jossa on käytävä ilmi osakkeenomistajan nimi ja osoite sekä kunkin osakkeenomistajan osakkeiden lukumäärä osakelajeittain. Osakasluettelo on julkinen ja se on lain mukaan säilytettävä yrityksen pääkonttorissa kaikkien nähtävillä. Toisin sanoen jokaisella yhtiön ulkopuolisella henkilöllä on oikeus tutustua osakasluetteloon ilman erillistä pyyntöä. Lisäksi jokaisella on oikeus saada yhtiön kulut korvattuaan jäljennös osakasluettelosta tai sen osasta. Suurimmat erot omistuksen läpinäkyvydessä ovat luonnollisten julkisesti noteerattujen yhtiöiden ja listaamattomien osakeyhtiöiden välillä. Muutamat listaamattomat osakeyhtiöt eivät kerro omistajistaan verkkosivuillaan tai vuosikertomuksissaan, eivätkä toimittaneet näitä tietoja, kun pyysimme osakasluetteloa sähköpostitse. Vuonna 2018 tehdyn tutkimuksen mukaan noin 25 prosentilla suomalaisista tiedotusvälineistä (n=197) ei ollut verkkosivustojensa etusivulla mitään viittausta niiden omistajiin (Ala-Fossi ym., 2018).

Edellä esitetyt tekijät ovat joitakin niistä syistä, minkä takia Suomi on menestynyt varsin heikosti kansainvälisessä omistuksen läpinäkyvyyden ja verotietojen raportoinnin vertailussa (Finnwatch – Financial Secrecy Index). Kaupparekisterilain muutokset astuivat voimaan elokuussa 2022 ja niiden tarkoitus on lisätä yritysten omistuksen läpinäkyvyyttä. Lisäksi rahanpesulaissa tosiasiallisella edunsaajalla tarkoitetaan henkilöä, joka joko omistaa yrityksen tai muuten hallitsee sitä. Useimmissa tapauksissa tosiasialliset omistajat ovat yrityksen omistajia. Patentti- ja rekisterihallitus (PRH) antaa tiedot kaupparekisteriin merkityistä tosiasiallisista edunsaajista, mutta todellisten edunsaajien tiedot eivät kuitenkaan ole julkisia samalla tavalla kuin muut kaupparekisteriin merkityt yritystiedot. Tieto siitä, onko tosiasiallisten edunsaajien ilmoitus rekisteröity, on julkista ja maksutonta. Tiedot tosiasiallisista edunsaajista ovat saatavilla PRH:sta maksua vastaan vain niille, joiden tietojen käyttötarkoitus on rahanpesulain mukainen. Mediaomistuksen keskittymisen selvittämiseen tähtäävä tutkimustyö ei kuulu tähän luokkaan.

Suomessa säätiöiden toimintaa ja valvontaa säädellään säätiölaissa (487/2015). Jokaisella säätiöllä on oma tarkoituksensa, joka määrittää, miksi säätiö on olemassa. Säätiön perustaminen tarjoaa varoja säännöissä määritellyn hyödyllisen tarkoituksen toteuttamiseen. Tarkoituksena ei voi olla liiketoiminnan harjoittaminen tai taloudellisen edun tuottaminen lähipiirille, ja sitä voidaan muuttaa vain rajoitetusti. Säätiöllä on oma hallintonsa, joka on erillään perustajista ja muista rahoittajista. Tätä hanketta varten analysoiduista mediayhtiöistä kolme oli säätiöiden omistuksessa, mikä ei luonnollisestikaan ole yhtä suuri läpinäkyvyyssymboli kuin osakeyhtiöiden kohdalla – sillä säätiöt eivät käytännössä ole kenenkään omistuksessa. Säätiöt (Allerfonden, Harry Schaumans Stiftelse ja Konstsamfundet), jotka omistavat suurimman osan ruotsinkielisistä sanomalehdistä Suomessa, raportoivat vuosikertomuksissaan hyvin läpinäkyvästi taloudellisista luvuistaan ja omistamistaan yhtiöistä. Konstsamfundetin päätarkoituksena on sen sääntöjen mukaan tukea ruotsinkielisille suomalaisille suunnattua taidetta ja kulttuuria yhteiskunnassamme. Harry Schaumans Stiftelse tukee kulttuuria, koulutusta ja tiedettä ruotsinkielisellä Pohjanmaalla. Lisäksi Sanoma-konsernin suurin omistaja on Jane ja Aatos Erkon säätiö, jonka tehtävänä on tukea korkeatasoista kansainvälistä tieteellistä tutkimusta sekä taidetta ja kulttuuria. Lisäksi Sanoma-konsernin viidenneksi suurin omistaja on Helsingin Sanomien Säätiö, jonka tehtävänä on turvata suomalaisen median ja laadukkaan journalismin tulevaisuus sekä tukea sananvapautta. Suomen kontekstissa säätiöillä on useita erilaisia tavoitteita ja päämääriä mediaryritysten omistajina.

Säätiöiden perustajien omistuksen piilottaminen ei kuitenkaan ole niille merkittävä kannustin tai prioriteetti.

Muita puuttuvia tietoja olivat lähinnä markkinasektorikohtaiset tiedot (kuten esimerkiksi tarkistetut levikkiluvut sekä verkkoyleisön lukija-/kävijämäärät) sekä tiedot lehtien toimitusten osallistumisesta päätoimittajan valintaan. Sekä painoviestintä- että radio- ja televisioyhtiöiden tiedot niiden verkkokäyttäjien määristä olivat hyvin puutteellisia, eivätkä yritykset itse raportoineet niistä millään tavoin. Ainoat luotettavat tiedot verkkoyleisön mittaamiseen löytyivät FIAMista (Finnish Internet Audience Measurement). FIAM:n julkaisemat raportit sisältävät pääosin tietoa sanomalehtien verkkoyleisöstä, joten kattavan kuvan luominen radioalan verkkomarkkinoiden merkityksestä ei ollut mahdollista. Kokonaiskuvan selvittämistä vaikeutti myös se, että Sanoma Oyj:n ja Bauer Media Oy:n ovat keskittäneet lähes kaiken radioasemiensa toiminnot Supla (Sanoma) ja Radioplay (Bauer Media) sovelluksiin. Esimerkiksi Supla-sovelluksesta ei löydy tietoa, josta selviäisi kuka on toimituksellisessa vastuussa sen uutissisällöstä.

## Jakelu

### Lineaarisen vs. epälineaarisen jakelun rooli

Suomi on suhteellisen suuri ja harvaan asuttu maa, jossa on edelleen runsaasti sanomalehtinimikkeitä. Vuonna 2016 päivälehtiä ilmestyi 39 (julkaistiin 4–7 kertaa viikossa) ja 135 muuta sanomalehteä, joiden yhteislevikki oli 1,6 miljoonaa kappaletta (Ala-Fossi ym. 2018). Sanomalehtien nimikkeiden määrä on pysynyt lähes ennallaan, mutta nykyään enää viisi suomalaista sanomalehteä on mukana virallisessa levikintarkastuksessa (Media Audit Finland, 2022). Suomen Posti sai erityistä julkista tukea sanomalehtien jakeluun vuoteen 1993 asti. Jakelutuki on kuitenkin tulossa uudelleen käyttöön ainakin väliaikaisesti. Tämä kuvastaa sekä postimarkkinoiden volyymin romahdusta että painettujen sanomalehtien jatkuvaa merkitystä. Eduskunnan odotetaan myöntävän sanomalehtien jakeluun vuosittain 15 miljoonan euron valtiontuen vuoteen 2027 asti, mikä olisi sekä Postin että yksityisten jakeluyhtiöiden saatavilla. Tuki kattaisi sanomalehtien jakelukulut niinä kahtena päivänä viikossa, jolloin muuta postia ei enää jaeta. Postilain muutoksen pitäisi tulla voimaan vuoden 2022 loppuun mennessä (LVM, 2022).

Tärkeimmän televisio- ja radiolähetysten jakelijan, Digitan, omistaa tällä hetkellä globaali yksityinen sijoitusyhtiö DigitalBridge. Yleisradion entinen jakelutoiminta on edelleen ainoa yritys Suomessa, joka operoi valtakunnallisia lähetyverkkoja lähes 100-prosenttisella maantieteellisellä kattavuudella ja ainoa yritys, jolla on valtakunnalliset maanpäällisen digitaalisen television multipleksi- eli verkkotoimiluvut. Radiojakelussa Digita on ainoa yritys, jolla on suuritehoisia FM-lähetinpaikkoja, kun taas muilla radiolähetysten jakelijoilla on tarjolla vain pienempiä mastoja pienemillä tehoilla. Valvontaviranomainen on tunnistanut Digitan merkittävän markkinavoiman omaavaksi yritykseksi televisio- ja radiolähetysten jakelun tukumarkkinoilla.

Digita jakelee tv-lähetyksiä kahdessa digitaalisessa muodossa (DVB-T ja DVB-T2), kun taas radiota lähetetään Suomessa vain FM-muodossa. Sekä AM-radio että digitaalinen radio DAB:ssa, DVB-T:ssä ja DVB-H:ssa on lopetettu. Television vastaanottoon antennia käyttävien kotitalouksien osuus on noin 50 prosenttia. Toukokuussa 2022 89 prosenttia kaikista tv-talouksista ja 77 prosenttia antennitalouksista pystyi vastaanottamaan HDTV:tä DVB-T2:lla. Alun perin suomalaiset televisioyhtiöt sopivat siirtyvänsä DVB-T2:een vuonna 2020, mutta tämä suunnitelma peruttiin vuonna 2018 eikä uutta päivää siirtymälle ole asetettu (Ala-Fossi ym. 2018; Ala-Fossi ym. 2020; Traficom 2022a). Vuonna 2021 74 prosenttia television katselusta Suomessa perustui edelleen antenni- tai kaapelivastaanottoon (lähetyks), kun taas 26 prosenttia käytti laajakaistaa. Alle 45-vuotiaiden keskuudessa laajakaistatelevision katseluosuus on jo 54 prosenttia (Brun, 2022).

Suomessa 96 prosentilla kotitalouksista on internetyhteys ja vain 2 prosentilla kotitalouksista on pelkästään kiinteä laajakaista. Sen sijaan 51 prosentilla kotitalouksista on sekä kiinteä että mobiililaajakaista, mutta 43 prosenttia suomalaisista kotitalouksista on riippuvaisia pelkästään mobiililaajakaistasta. Tämä on suhteellisesti enemmän kuin missään muussa EU-maassa (Traficom, 2022b). Suomi on 31 Gt:lla kuukaudessa liittymää kohden myös maailman johtava maa mobiilidatan käytössä (OECD, 2020). Yhtenä syynä tähän on se, että Suomen valtio myönsi matkaviestintäaajuuksilupa ilman huutokauppaa vuoteen 2013 asti, joten teleyritykset olivat kiinnostuneempia mobiililiiketoimintansa kehittämisestä kuin lisäinvestoinneista kiinteisiin verkkoihin. Tämän seurauksena nopean kiinteän laajakaistan saatavuus on parantunut suhteellisen hitaasti. Vuonna 2021 71 prosentilla kotitalouksista oli käytettävissä vähintään 100 Mbit/s yhteys (Ala-Fossi ym., 2018; Traficom, 2022c).

### Merkittävimmät epälineaariset jakelijat

Suomessa on kolme suurta teleoperaattoria/teleyritystä (Telia, Elisa ja DNA), jotka hallitsevat sekä kiinteän laajakaistan että mobiililaajakaistan markkinoita. DNA on 32 prosentin osuudellaan markkinajohtaja kiinteissä verkoissa. Sitä seuraavat Elisa 30 prosentin markkinaosuudella ja Telia 25 prosentin markkinaosuudella. Muut toimijat ovat Finnet 9 prosentin osuudella ja kaikki muut operaattorit yhteensä 4 prosentin osuudella. Matkapuhelinmarkkinat ovat vieläkin keskittyneempiä, sillä Elisalla on 39 prosentin, Teliällä 31 prosentin ja DNA:lla 29 prosentin markkinaosuus (Traficom, 2022d; Traficom, 2022e). Kaikissa näissä kolmessa suuressa yhtiössä on merkittävä pohjoismainen valtionomistus. DNA:sta tuli vuonna 2019 norjalaisen Telenorin tytäryhtiö, jossa Norjan valtio omistaa suoraan enemmistön osakkeista (54 %). Ruotsin valtio omistaa Teliasta 39,5 % (mukaan lukien entinen Telecom Finland) ja Suomen valtion holdingyhtiö noin 10 prosenttia Elisasta. Telenor on näistä kolmesta suurin, sillä sen liikevaihto vuonna 2020 oli yli kuusi kertaa Elisän liikevaihtoa suurempi. Teletoiminnan lisäksi Telia on mukana myös tv-liiketoiminnassa, sillä se omistaa Suomessa myös suuren kaupallisen MTV3:n (Koskinen, 2021).

### Välittäjäryitysten/Teknologiäjätien rooli

Suomalainen uutismedia ei ole toistaiseksi erityisen riippuvainen verkon teknologiäjätteistä (Linden ym., 2021). Reunasen ja Pöyhtärin (2021) tutkimuksessa perinteisten mediaryitysten verkkouutissivustojen viikoittainen tavoitavuus on 81 prosenttia. Tämä on korkeampi kuin missään muussa Oxfordin yliopiston Reuters Institutin vuosittain tekemässä kansainvälisessä tutkimuksessa mukana olevassa maassa (Newman et al., 2021). Suomalaiset siirtyvät uutissisältöjä hakiessaan yleensä suoraan perinteisen median internetsivuille tai sovelluksiin (71 %), kun taas 45 % hakee uutisia sosiaalisen median kautta, mikä on vähemmän kuin useimmissa tutkimukseen osallistuneissa maissa.

Globaalit teknologiaryitykset ovat kuitenkin maailmanlaajuisesti suuria journalismin rahoittajia. Yritykset, kuten Google ja Facebook, ovat luoneet erilaisia koulutushankkeita, laboratorioita ja jatkuvaa yhteistyötä uutisorganisaatioiden kanssa auttaakseen journalismia menestymään uudessa digitaalisessa toimintaympäristössä. Näihin toimenpiteisiin sisältyy myös rahoitusta ja tukea sellaisten valmiuksien parantamiseksi, jotka lisäävät uutistoimitusten tuottavuutta ja yhteistyötä uutisten tuotannossa ja jakelussa teknologian avulla. Monet uutismediaryitykset ovat osallistuneet näihin ohjelmiin. Esimerkiksi huhtikuussa 2020 Google News Initiative perusti maailmanlaajuisen Journalism Emergency Relief Fund -rahaston tukemaan pieniä ja keskisuuria uutisorganisaatioita, jotka tuottavat uutisia paikallisille yhteisöille. Sen tavoitteena oli auttaa paikallisen journalismin tuottamista Covid-19 pandemian aikana. Googlen antamien tietojen mukaan 80 suomalaista uutismediaa sai tätä rahoitusta (Lindén ym., 2022).

## Merkittävimmät läpinäkyvyyteen liittyvät riskit

Sanomalehtien levikkitietoja ei enää tuoteta kaupallisiin tarkoituksiin, ja siksi kaikki levikkitietoihin perustuvat vertailut ovat nykyään mahdottomia. Lisäksi Posti ei liiketoiminnallisista syistä enää julkaise tilastojaan sanomalehtien jakelumarkkinoista ja jopa kansallinen sääntelyviranomaisen joutuu luottamaan arvioihin.

Merkittävän markkinavoiman omaavan jakeluyhtiö Digitan hinnoittelukäytännöt eivät liioin ole läpinäkyviä. Esimerkiksi Digitan Yleisradiolta julkisten tv-palveluiden jakelusta veloittamat tarkat hinnat on poistettava kaikista julkisista asiakirjoista ja korvattava tietyllä hintaluokalla.

Suurten teleoperaattoreiden omistus ei ole täysin läpinäkyvää. Esimerkiksi Elisan omistajista lähes 50 % on ulkomaisia yrityksiä, jotka voivat Suomessa olla hallintarekisteröityjä. Osakkeita koskevat tiedot on merkitty hallintarekisteriin, eikä niiden omistus ole näin ollen pääsääntöisesti julkista.

Viimeisen kymmenen vuoden aikana verkkomainonta on kasvanut puoleen (50 %) kaikesta mediamainonnasta ja kaksi kansainvälistä toiminta, Google ja Facebook, keräävät suurimman osan verkkomainonnan tuotoista Suomessa. Facebook ja Google eivät julkaise mainostuotoistaan maakohtaisia tietoja, joten arviot niiden suuruudesta perustuvat toissijaisiin tietoihin. (Lindén ym., 2022)

## Oikeudellinen kehys/ympäristö

Osakeyhtiölain ja muun yrityksiin kohdistuvan lainsäädännön kautta on asetettu erilaisia läpinäkyvyysvaatimuksia, mutta tällä alueella ei ole erityisiä mediayhtiöihin liittyviä säännöksiä. Suomalainen listautuneiden pörssiyhtiöiden hallinnointimalli perustuu vahvaa omistajaroolia edistävään enemmistön periaatteeseen, jota tasapainottavat tasa-arvoisen kohtelun periaate, määräenemmistövaatimukset ja vähemmistöosakkaille annetut oikeudet sekä selkeä vastuunjako yhtiön hallintoelinten välillä. Keskeisimmät kotimaiset säännökset sisältyvät osakeyhtiölakiin, arvopaperimarkkinalakiin, tilintarkastuslakiin ja kirjanpitolakiin. Suomalaisia pörssiyhtiöitä sitovat myös EU-tason määräykset sekä Helsingin Pörssin säännöt (mukaan lukien listayhtiöiden hallinnointikoodi ja siihen liittyvät raportointivaatimukset) sekä Finanssivalvonnan määräykset ja ohjeet (Finanssivalvonta).

Yritysten toimintaa lainsäädännössä ei ole erityisiä mediayhtiöiden sulautumisia ja yritysostoja koskevaa sääntelyä. Kilpailulainsäädäntö ei myöskään sisällä erityisiä säännöksiä mediayritysten omistuskeskittymisen estämiseksi tai niiden omistuksen monimuotoisuuden suojelemiseksi. Kilpailulain ja EU:n kilpailusääntöjen mukaan yritysten toiminta ei kuitenkaan saa rajoittaa kilpailua. Yritykset eivät saa osallistua kartelliin, rajoittaa liiallisesti sopimuskumppanin toimintaa tai käyttää väärin määräävää markkina-asemaansa. Tässä mielessä mediayhtiöitä kohdellaan lainsäädännön näkökulmasta ainakin suurimmaksi osaksi samalla tavalla kuin mitä tahansa muita yrityksiä.

Kuten edellä mainitussa avoimuusasetuksessa, tiedotusvälineiden oikeudellinen kehys on suurimmaksi osaksi katettu yleisellä lainsäädännöllä. Suomessa on kuitenkin kaksi mediakohtaista lakia: laki sähköisistä viestintäpalveluista (917/2014) ja laki Yleisradio Oy:stä (1380/1993). Sähköisistä viestintäpalveluista annetulla lailla pyritään varmistamaan radiotaajuuksien tehokas käyttö, edistämään kilpailua markkinasektorilla sekä varmistamaan, että valtakunnalliset viestintäverkot ja -palvelut ovat teknisesti edistyksellisiä, laadukkaita, edullisia, luotettavia ja turvallisia. Laki Yleisradio Oy:stä määrittelee valtionyhtiön hallintoneuvoston tehtävät ja muun muassa yhtiön julkisen palvelun tehtävät. Yhtiön tehtävänä on luoda monipuolinen ja kattava televisio-, radio- ja lisäpalvelu yleisölle, ja näiden palvelujen tulee olla kaikkien saatavilla tasavertaisesti.

## Normatiivisten odotusten vastaavuus

Vuosina 2000-2021 Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) on antanut päätöksensä noin 30 mediayhtiöihin liittyvästä yritysostosta. Lähes kaikki niistä on hyväksytty sellaisenaan ja vain osa päätöksistä liittyy suoraan uutismedioihin. KKV teki samana aikana noin kaksikymmentä muuta mediayhtiötä koskevaa päätöstä, jotka liittyivät pääasiassa epäiltyihin määrävän aseman väärinkäyttöihin.

## Huomattavimmat riskit

Ad hoc -mediapolitiikka, josta puuttuu pitkän aikavälin tavoitteet ja sitoutuminen:

Mediatoimijat/toimialan edustajat ja viestintäpolitiikan tutkijat ovat pitkään arvostelleet suomalaista viestintäpolitiikkaa kokonaisnäkemyksen puutteesta sekä tiettyyn tilanteeseen tai tarkoitukseen käyttöön otetusta ja yksipuolisesta lähestymistavasta. Lisäksi ei ole olemassa yhtä ainoaa toimielintä tai viranomaista, joka olisi täysin vastuussa mediapolitiikan johtamisesta ja koordinoinnista, vaan päätöksenteko ja sen toimeenpano on hajallaan usealle eri hallinnonalalle ja ministeriölle. Lisäksi päätöksenteon perustana oleva tieto on usein varsin hajanaista, sisällöltään vajavaista tai toimialakohtaista sen ilmeisestä runsaudesta huolimatta (ks. Ala-Fossi ym., 2018).

Ei suoria tukia medialle:

Suomessa ei tällä hetkellä ole pysyvää suoran mediatuen järjestelmää pienen kulttuurijulkaisujen erityistuen lisäksi, joten Suomen valtio on joutunut pelastamaan kaksi merkittävää yksityistä ja kaupallista uutisorganisaatiota (Oy Suomen Tietotoimisto – Finska Notisbyrån Ab 2018 ja MTV3 Uutiset 2015-2018) ajautumasta konkurssiin erillisillä räätälöidyillä tukipaketeilla. Korona- eli Covid-19 -pandemian aikana Suomessa jouduttiin kehittämään erillinen väliaikainen tukijärjestelmä. Samaan aikaan, alennetun arvonlisäveron muodossa jaettava välillinen tuki on edelleen merkittävä, mutta se jätetään usein huomiotta julkisessa medioiden tukia käsittelevässä keskustelussa.

Rajat ylittävän omistajuuden avoimuus on edelleen ratkaisematon kysymys:

Suomessa jokaisella osakkeita omistavalla suomalaisella on lain mukaan oltava tili Euroclear Finlandissa, joten meillä on tarkat tiedot suomalaisista omistajista. Tällainen suoraomistusjärjestelmä ei kuitenkaan ole kovin tyypillinen EU:ssa. Lisäksi Suomessakin kaikki ulkomaiset sijoittajat voivat halutessaan käyttää hallintatiliä, jonka avulla todellisten omistajien nimet voidaan piilottaa.

## Lähteet

Ala-Fossi, M.; Alén-Savikko, A.; Grönlund, M.; Haara, P.; Hellman, H.; Herkman, J.; Hildén, J.; Hiltunen, I.; Jääsaari, J.; Karppinen, K.; Koskenniemi, A.; Kuutti, H.; Lehtisaari, K.; Manninen, V.; Matikainen, J. and Mykkänen, M. (2018). Media- ja viestintäpolitiikan nykytila ja mittaaminen: Loppuraportti. Publications of the Ministry of Transport and Communications, no. 4/2018. Helsinki. Retrieved from: [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160714/04\\_18\\_Media-%20ja-viestintapolitiikan-nykytila.pdf](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160714/04_18_Media-%20ja-viestintapolitiikan-nykytila.pdf)

Ala-Fossi, M.; Grönlund, M.; Hellman, H. and Lehtisaari, K. (2020). Media- ja viestintäpolitiikan seurantaraportti 2019. Publications of the Ministry of Transport and Communications, no. 4/2020. Helsinki. Retrieved from: [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162144/LVM\\_2020\\_04.pdf](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162144/LVM_2020_04.pdf)



Ala-Fossi, M, Grönlund, M., Hellman, H., Lehtisaari, K., Karppinen, K. & Nieminen, H. (forthcoming, 2022). Prioritizing national competitiveness over support for democracy? Finnish media policy in the 21st century. *Studia Europejskie – Studies in European Affairs*

Björkroth, T. & Grönlund, M. (2021). Measuring cross-ownership and its effects in newspaper publishing industry. Publications of the Brahea Centre at the University of Turku, 2/2021. Turku. Retrieved from: <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/152265/Measuring%20Cross-ownership%20and%20its%20Effects%20in%20Newspaper%20Publishing%20Industry.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Brun, L. (2022). TV Viewing in Finland 2021. Retrieved from: [https://www.finnpanel.fi/lataukset/tv\\_year\\_2022.pdf](https://www.finnpanel.fi/lataukset/tv_year_2022.pdf)

Koskinen, P. (2021). "Teleoperaattoreita on kuin mersuja ja ladoja" – Elisa, Telia ja DNA eivät ole samanlaisia. *Talouselämä* 25.1.2021. Retrieved from: <https://www.talouselama.fi/uutiset/teleoperaattoreita-on-kuin-mersuja-ja-ladoja-elisa-telia-ja-dna-eivat-ole-samanlaisia/931ae6cc-d14d-46bc-a003-a9035c794934>

Lindén, C.-G., Tuulonen, H., Niemi, L., Grönlund, M., Lehtisaari, K. & Villi, M. (2022). Road to freedom: News media breaking free from Silicon Valley's grip. *SSKH Notat* 1/2022. Helsinki. Retrieved from: [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/340138/Linden\\_Road\\_to\\_freedom\\_Notat\\_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/340138/Linden_Road_to_freedom_Notat_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Manninen, V. & Hjerpe, C. (2021). Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, The Republic of North Macedonia, Serbia & Turkey in the Year 2020 – Country Report: Finland. Research Project Report 2021.2812. Badia Fiesolana: European University Institute and Centre for Media Pluralism and Media Freedom. Retrieved from: [https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71945/finland\\_results\\_mpm\\_2021\\_cmpf.pdf](https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71945/finland_results_mpm_2021_cmpf.pdf)

Media Audit Finland (2022). Circulation Audit Statistics 2021. Retrieved from: <https://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2022/05/LT-tilasto-2021.pdf>

MINTC (2022). Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi postilain muuttamisesta ja väliaikaisesta muuttamisesta (HE 58/2022) Helsinki: Ministry of Transport and Communications. Retrieved from: <https://www.eduskunta.fi/pdf/HE+58/2022+vp?lang=fi>

OECD (2020). Mobile data usage per mobile broadband subscription per month, 2020. Retrieved from: <https://www.oecd.org/sti/broadband/1.13-MobileDataUsage-2019-12.xls>

Reunanen, E. & Pöyhtäri, R. 2021. The platforms of journalism. In: *Media Platformisation and Finland: How platforms have impacted on the Finnish mediasphere and public life*, red. E. Sirkkunen, M. Horowitz, H. Nieminen & I. Grigor. Tampere: Tampere University.

Traficom (2022a). Increase in HD ready equipment in households. Retrieved from: <https://tieto.traficom.fi/en/statistics/increase-hd-ready-equipment-households>

Traficom (2022b). Broadband penetration in households. Retrieved from: <https://tieto.traficom.fi/en/statistics/broadband-penetration-households>

Traficom (2022c). Fixed broadband availability. Retrieved from: <https://tieto.traficom.fi/en/statistics/fixed-broadband-availability>

Traficom (2022d). Fixed broadband subscriptions. Retrieved from:  
<https://tieto.traficom.fi/en/statistics/fixed-broadband-subscriptions>

Traficom (2022e). Mobile subscriptions. Retrieved from:  
<https://tieto.traficom.fi/en/statistics/mobile-subscriptions>