

Landrapport: Finland

Medieägande

Digitaliseringen av medieinnehåll utmanar de äldre medieprodukterna och denna digitalisering bidrar till att allt flera företag lämnat marknaden och lett till en allt högre geografisk konsolidering över marknaden. Mediemarknadens strukturer förändras kontinuerligt och iakttagelsen av en allt mer tilltagande marknadskoncentration är inte något nytt under solen. Utvecklingen under de senaste tre decennierna inom den finska massmediamarknaden är ett exempel av detta: den finska marknaden har blivit mycket koncentrerad. Ala-Fossi et al. (kommande, 2022) har presenterat tre anledningar till detta. För det första var utländska investeringar tidigare strikt begränsade i Finland, men sedan 1990-talet har den finska mediepolitiken inte aktivt eftersträvat till att förhindra förvärv eller konsolidering av mediemarknaden med några ägarbegränsningar eller regleringar. För det andra kan indirekta skattesubventioner, det vill säga en reducerad momsats som gynnar de största tidningsförlagen, till och med ha accelererat ägarkoncentrationen av nyhetsmedierna. För det tredje finns det ingen särskild konkurrenslagstiftning för mediemarknaden som skulle ha kapaciteten att förhindra ägarkoncentrationen eller skydda mångfalden av ägande.

Den högsta koncentrationsgraden finns inom radiosektorn, som domineras av tre nyckelaktörer, offentliga programföretaget Yleisradio Oy, Sanoma Media Finland Oy (en del av Sanoma-koncernen) och Bauer Media Finland Oy (dotterbolag till tyska Bauer Media Group). De två största företagen samlar in cirka fyra femtedelar av alla intäkter från kommersiella radiostationer i Finland. De tre största aktörerna inom tv-sektorn är Yleisradio Oy, kommersiella programföretaget Sanoma Media Finland Oy och MTV Oy (ett dotterbolag till ett svenskt multinationellt telekommunikationsföretag Telia Company Ab). Till andra tv-sändare hör bland annat diverse dotterbolag till internationella mediegrupper som Warner Bros. Discovery och The Walt Disney Company Ltd. På nationell nivå är tidningsägandet något mindre koncentrerat än radio- eller tv-sektorn (Ala-Fossi et al., 2020; Manninen & Hjerpe, 2021).

Ändå präglas tidningsutgivningen idag av täta sammanslagningar och konsolideringar. Vid bedömningen av ägarkoncentrationen av tidningar eller, mer allmänt, tryckta nyhetsmedier, måste marknadernas struktur beaktas. Endast ett fåtal tidningstitlar, inklusive tabloider, kan klassificeras som nationella och förlagsmarknaden är uppdelad i flera regionala marknader som kännetecknas av relativt stora företag som ger ut en eller flera tidningar med övervägande regional upplaga. Genom koncentration och konsolidering har de flesta av de regionala tidningsföretagen nått en monopolliknande position på sina marknader, eftersom de äger majoriteten av eller alla lokaltidningar och gratisblad i närområdet (Björkroth & Grönlund, 2021). År 2021 ägde Keski-suomalainen-koncernen nästan en tredjedel (31 %) av de 234 medlemspublikationerna i News Media Finland (NMF). De fem största tidningsförlagen, mätt i antal titlar (inklusive Keski-suomalainen Oyj, Sanoma Oyj, Hilla Group Oyj, Kaleva Oy och TS-Yhtymä Oy), ägde mer än hälften (59 %) av alla medlemstitlar i NMF.

Det finns också betydande skillnader i ägarstrukturen hos de största tidningsutgivarna. Bland börsbolagen är till exempel Keski-suomalainen Oyj:s ägande brett spridd och ägarandelen hos den största ägaren är endast cirka 5 procent. Merparten av företagets ägare är privatpersoner. Sanoma Oyj å sin sida ägs av flera stiftelser och institutionella investerare. Den största ägarens andel är cirka en fjärdedel. TS-Yhtymä Oy och Kaleva Oy är

däremot onoterade bolag där ägandet har koncentrerat till en eller ett fåtal familjer. Uppgifterna om direkt ägande i den finska tidningsbranschen uppvisar betydande grader av korsägande mellan de stora tidningsförlagen. Ytterligare drag som kan påverka den effektiva koncentrationen av mediemarknaden är förekomsten av samriskföretag, det indirekta ägandet av flera konkurrenter och att vissa tidningsbolag har gemensamma institutionella aktieägare (Björkroth & Grönlund, 2021).

Information som saknas

Vad gäller transparens och typ av information som saknas i databasen, finns det avsevärda skillnader i hur generöst de olika bolagen rapporterar ägarrelaterade data till allmänheten. Enligt aktiebolagslagen måste bolagen bevara en alfabetisk förteckning över aktieägare i enlighet med aktielistan, vilken ska innehålla aktieägarens namn och adress samt antalet aktier för varje aktieägare per aktieslag. Förteckningen av aktieägarna är offentlig. Den måste enligt lag förvaras på företagets huvudkontor för alla att se. Alla personer utanför bolaget har med andra ord rätt att ta del av aktieboken utan särskild begäran. Därutöver har var och en rätt att få en kopia av aktieboken efter att ha ersatt bolagets kostnader av att förse denna kopia. Skillnaderna i transparens är naturligtvis mest påtagliga mellan börsnoterade bolag och onoterade bolag, som inte handlas på börsen. Ett fåtal av aktiebolagen gav dock ingen information om sina ägare på sin hemsida eller i sina årsredovisningar och försåg oss inte med dessa uppgifter när vi begärde en aktieägarförteckning per e-post. I en studie som genomfördes 2018 hade cirka 25 % av finländska medier (n=197) ingen hänvisning till sina ägare på framsidan av sina webbplatser (Ala-Fossi et al., 2018).

Ovan har vi en del av anledningarna till att Finland har presterat rätt så svagt i den internationella jämförelsen vad gäller ägartransparens och rapportering av skatteinformation (Finnwatch – Financial Secrecy Index). Nya ändringar av handelsregisterlagen träder i kraft i augusti 2022 och dessa ändringar torde förbättra ägartransparensen för företag i Finland. I penningtvättslagen avses dessutom en förmånstagare som en person som antingen äger företaget eller på något sätt kontrollerar det. I de flesta fall är det förmånstagarna de som äger företaget. Det finska patent- och registreringsverket (PRH) ger uppgifter om verkliga ägare som är införda i handelsregistret. Uppgifterna om verkliga ägare är dock inte offentliga på samma sätt som andra företagsuppgifter som införts i handelsregistret. Uppgifterna om huruvida anmälan om verkliga ägare har registrerats är offentliga och avgiftsfria. PRH tillhandahåller uppgifter om verkliga ägare endast till dem vars syfte med användningen av uppgifterna är i enlighet med lagen om penningtvätt. Uppgifterna är dock avgiftsbelagda. Forskning om att tydliggöra ägarkoncentrationen inom mediemarknaden hör inte till verksamhet som faller under denna kategorisering.

I Finland reglerar stiftelselagen (487/2015) stiftelsernas verksamhet och tillsyn. Varje stiftelse har sitt eget syfte som avgör varför den stiftelsen finns. Etablissemang av en stiftelse kommer att tillhandahålla medel för att uppfylla ett nyttigt syfte enligt reglerna. Syftet kan inte vara att bedriva affärsverksamhet eller generera en ekonomisk fördel för en närstående och kan endast ändras i begränsad omfattning. Stiftelserna har en egen administration, skild från sina grundare och andra donatorer. Tre av de analyserade mediebolagen ägdes av stiftelser, vilket givetvis inte är en transparensfråga av samma

magnitud som med aktiebolag – stiftelser ägs i själva verket inte av någon. Dessa stiftelser (Allerfonden, Harry Schaumans Stiftelse och Konstsamfundet), som är ägare till majoriteten av de svenskspråkiga tidningstitlarna i Finland, var dock mycket transparenta i sin årsredovisning i förhållande till ekonomiska siffror och vilka företag de ägde.

Konstsamfundets huvudsyfte, enligt stadgarna, är att stöda konst och olika kulturområden för de svenskspråkiga finländarna i vårt samhälle. Harry Schaumans Stiftelse stöder kultur, utbildning och vetenskap i den svenskspråkiga Österbotten. Den största ägaren av Sanoma Group är dessutom Jane och Aatos Erkko Stiftelsen, vars syfte är att stöda internationell vetenskaplig forskning på hög nivå samt konst och kultur. Dessutom är Sanoma Groups femte största ägare Helsingin Sanomats Stiftelse, vars syfte är att säkra framtiden för finsk media och kvalitetsjournalistik samt att stödja yttrandefriheten. I finskt sammanhang har stiftelser flera mål och ambitioner som ägare till medieföretag. Döljandet av stiftelsernas grundare och ägare är dock inget större incitament eller prioritet för stiftelserna.

Annan slags information som saknades var främst marknadssektorrelaterad data (absoluta siffror för distribuerad upplaga och siffror om online publik) och information om nyhetsrummets deltagande i valet av chefredaktör. Data i relation till online publik för de olika medierna var undervärdigande och rapporterades inte av företagen själva på något sätt. Den enda tillförlitliga informationen för att mäta räckvidden online hos dessa medier hittades hos FIAM (Finish Internet Audience Measurement). Deras reportage består främst av olika tidningars internetpublik och därmed kunde vi inte få en heltäckande bild av hur relevant online marknaden för bland annat radiosektorn verkligen är. Sanoma Oyj och Bauer Media Oy:s åtgärder för att koncentrera nästan all sin (radio)verksamhet online till applikationerna Supla (Sanoma) och Radioplay (Bauer Media) förvärrade också problemet – Supla till exempel erbjöd ingen information i appen eller på nätsidan angående vem som var redaktionellt ansvarig för det nyhetsrelaterade innehållet.

Distribution

Rollen av linjär vs. Icke-linjär distribution

Finland är ett relativt stort och glest befolkat land med många tidningar. Under 2016 fanns det 39 dagstidningar (som publicerades fyra till sju gånger i veckan) och 135 andra tidningar med en gemensam total upplaga på 1,6 miljoner exemplar (Ala-Fossi et al. 2018). Antalet tidningstitlar har bevarats nästan lika, men nu har bara fem av de finska tidningarna prenumererat en rapport om deras upplagor (Media Audit Finland, 2022). Den finska postservicen, Posten, hade tidigare ett specifikt offentligt stöd för tidningsutdelning fram till 1993. Utdelningsstödet är dock på väg att återinföras, åtminstone tillfälligt. Detta återspeglar både volymens kollaps på postmarknaden och den fortsatta betydelsen av de tryckta tidningarna. Riksdagen förväntas bevilja ett årligt statsbidrag på 15 miljoner euro för tidningsutdelning fram till 2027, vilket skulle vara tillgängligt för Posti såväl som privata utdelningsföretag. Bidraget skulle täcka kostnaden för tidningsutdelning de två dagar i veckan då ingen annan post längre levereras. Ändringen av postlagen bör träda i kraft i slutet av 2022 (MINTC, 2022).

Den viktigaste sändningsdistributören, Digita, ägs för närvarande av ett globalt privat investeringsbolag DigitalBridge. Rundradios (YLE) tidigare distributionsavdelning för public service-företaget Rundradion Ab. är fortfarande det enda företaget i Finland som driver

rikstäckande sändningsnät med nästan 100 % geografisk täckning och det enda företaget med rikstäckande digital marksänd tv-multiplexlicens. Inom radiodistribution är Digita det enda företaget med FM-sändarplatser med hög effekt, medan de andra distributörerna av radiosändningar endast har mindre torn med kortare sändningsmöjligheter. Digita har identifierats av den nationella tillsynsmyndigheten som ett företag med betydande marknadsinflytande på grossistmarknaden av sändningsdistribution.

Digita levererar TV-tjänster i två digitala format (DVB-T och DVB-T2), medan radio i Finland endast sänds på FM. Både AM-radio och digitalradio på DAB, DVB-T och DVB-H har lagts ned. Andelen hushåll som använder antenner för TV-mottagning är cirka 50 %. I maj 2022 kunde 89 % av alla tv-hushåll och 77 % av antenn-tv-hushåll ta emot HDTV med DVB-T2. Finska TV-bolag gick ursprungligen med på att byta ut DVB-T med DVB-T2 till år 2020, men denna plan avbröts 2018 och inget nytt datum för avstängning av DVB-T har bestämts (Ala-Fossi et al. 2018; Ala-Fossi et al. . 2020; Traficom 2022a). År 2021 var 74 % av allt tv-tittande i Finland fortfarande baserat på antenn- eller kabelmottagning medan 26 % använde sig av bredband. Bland personer under 45 år utgör bredbands-tv redan 54 % av tv-tittandet (Brun, 2022).

I Finland har 96 % av hushållen en internetuppkoppling och endast 2 % förlitar sig enbart på fast bredband, medan 51 % av hushållen använder både fast och mobilt bredband. 43 % av de finska hushållen är beroende av enbart mobilt bredband, vilket är proportionellt mer än någon annanstans i EU (Traficom, 2022b). Finland är också världsledande inom mobil datakonsumtion med 31 GB per abonnemang under en månad (OECD, 2020). En anledning till detta är att den finska regeringen beviljade licenser för mobilspektrum utan några auktioner fram till 2013, och på grund av detta var teleoperatörerna mer intresserade av att utveckla sin mobilverksamhet istället för att göra ytterligare investeringar i fasta nätverk. Till följd av detta har tillgången på fast höghastighetsbredband förbättrats relativt långsamt. År 2021 hade 71 % av hushållen möjligheten att anskaffa sig minst en 100 Mbit/s anslutning (Ala-Fossi et al., 2018; Traficom, 2022c).

Relevanta icke-linjära distributörer

Det finns tre stora telekombolag: Telia, Elisa och DNA, som dominerar både marknaderna för fast bredband och mobilt bredband i Finland. Inom fasta nät är DNA marknadsledare med en 32%:s andel, följt av Elisa med 30% och Telia med en 25%:s marknadsandel. Övriga aktörer är Finnet med 9 % och alla övriga operatörer har tillsammans en andel på 4 %.

Mobilmarknaden är ännu mer konsoliderad, där Elisa har en 39%:s andel, Telia 31% och DNA 29% (Traficom, 2022d; Traficom, 2022e). I alla dessa tre stora företag finns ett betydande nordiskt statligt ägarskap. 2019 blev DNA ett dotterbolag till norska Telenor, där den norska staten äger direkt aktiemajoriteten (54 %). Den svenska staten äger 39,5 % av Telia (inklusive det tidigare Telecom Finland) och den finska statens holdingbolag äger cirka 10 % av Elisa. Telenor är störst av dessa tre: Telenors omsättning år 2020 var mer än sex gånger större än Elisas omsättning. Förutom telekomverksamheten är Telia också involverad i TV-verksamheten eftersom Telias dotterbolag äger ett stort kommersiellt programföretag i Finland, MTV3 (Koskinen, 2021).

Rollen av förmedlarna

Finska nyhetsmedier har jämförelsevis en något bättre ställning när det gäller beroendet av tech-jättarna (Linden et al, 2021). Enligt studien av Reunanen och Pöyhtäri (2021) har äldre medieföretags nyhetssajter på nätet en räckvidd på 81 % per vecka. Detta är högre än i något annat land i den internationella undersökningen som genomförs årligen av Reuters Institute vid Oxford University (Newman et al., 2021). Finländarna går vanligtvis direkt till traditionella mediers webbsidor eller appar för nyhetsförmedling (71 %), medan 45 % får tillgång till sina nyheter via sociala medier, vilket är mindre än i de flesta länder.

De globala förmedlarna är dock stora anhängare av journalistik på en global plan. Företag som Google och Facebook har skapat en mängd olika utbildningsinitiativ, laboratorier och pågående samarbeten med nyhetsorganisationer för att hjälpa journalistiken lyckas i det nya, digitala medielandskapet. Dessa initiativ inkluderar också finansiering och stöd för att förbättra redaktionernas kapacitet att öka produktiviteten och samarbetet inom nyhetsproduktionen och distributionen med den nya teknologin. Många nyhetsmedieföretag har gått med på att delta i dessa initiativ. Till exempel, i april 2020, lanserade Google News Initiative den globala Journalism Emergency Relief Fund för att stöda små och medelstora nyhetsorganisationer som producerar egna nyheter för mindre kommuner och orter. Målet med fonden var att stöda produktionen av ursprunglig journalistik (eng. original journalism) för mindre orter inför Covid-19-pandemin. Enligt uppgifter från Google, fick 80 finska nyhetsredaktioner finansiering (Lindén et al., 2022).

De största riskerna för transparensen

Tidningens tryckta cirkulationsdata produceras inte längre för kommersiella ändamål och därför har alla jämförelser baserade på cirkulationsdata i dagens läge blivit omöjliga. Dessutom publicerar Posten inte längre sin statistik över tidningsmarknaden på grund av affärsskäl. Även den nationella tillsynsmyndigheten måste förlita sig på uppskattningar.

Prissättningen för sändningsleveransföretaget (eng. broadcast delivery company) med ett betydande marknadsinflytande, Digita, är inte transparent. Till exempel måste de exakta Digita-priserna för att leverera offentliga tv-tjänster för Yleisradio tas bort från alla offentliga dokument och ersättas med ett visst prisintervall.

Ägandet av de stora telekomoperatörerna är inte tillräckligt transparent. Exempelvis är nästan 50 % av Elisäs ägare utländska företag som är endast förvaltarregistrerade. Uppgifterna om aktierna är införda i förvaltarregistret och kunskapen om dessa företags ägarandelar är inte i första hand offentliga.

Under de senaste tio åren har online annonsering vuxit till hälften (50 %) av all media annonsering och två internationella förmedlare, Google och Facebook, samlar in merparten av intäkterna i Finland. Facebook och Google publicerar inte landspecifik information om deras vinster från annonsering, så uppskattningar baseras på sekundär information. (Lindén et al., 2022)

Det juridiska ramverket

Det finns olika typer av transparenskrav inom aktiebolagslagen och annan bolagsrelaterad lagstiftning, men det finns inga specifika regleringar för mediabolag. Den finska bolagsstyrningsmodellen för börsbolag bygger på principen om majoritetsstyre, som främjar en stark ägarroll och balanseras av principen om likabehandling, krav på kvalificerad majoritet och de rättigheter som ges till minoritetsaktieägare, samt en tydlig uppdelning mellan ansvaret för bolagets styrande organ. De viktigaste inhemska lagbestämmelserna finns i aktiebolagslagen, lagen om värdepappersmarknaden, revisionslagen och bokföringslagen. Finska börsbolag är också bundna av regleringen på EU-nivå samt Helsingforsbörsens reglering (inklusive koden för bolagsstyrning och tillhörande rapporteringskrav), samt de föreskrifter och riktlinjer som utfärdats av Finansinspektionen (FIN-FSA).

Vad gäller bolagslagstiftningen i relation till fusioner och uppköp, så finns det ingen mediespecifik konkurrenslagstiftning för att förhindra ägarkoncentration eller för att skydda mångfalden i ägandet. Enligt konkurrenslagen och EU:s konkurrensregler får företagets verksamhet dock inte begränsa konkurrensen. Företag får inte delta i en kartell, överdrivet begränsa avtalspartners verksamhet eller missbruka sin dominerande marknadsställning. I denna mening behandlas medieföretag, ur lagstiftningssynpunkt, åtminstone till största del på samma sätt som alla andra företag.

Liksom med den ovannämnda transparensregleringen, täcks mediernas rättsliga ram till största delen av allmän lagstiftning. Det finns dock två lagar som är relevanta och mediespecifika i Finland: lagen om tjänster in elektronisk kommunikation (917/2014) och lagen om Rundradion Ab (1380/1993). Lagen om tjänster in elektronisk kommunikation syftar till att säkerställa en effektiv användning av radiofrekvenser, främja konkurrensen inom marknadssektorn och att säkerställa att de nationella kommunikationsnäten och -tjänsterna är tekniskt avancerade, av god kvalitet, prisvärda, tillförlitliga och säkra. I lagen om Rundradion Ab definieras bland annat uppgifterna för det statliga bolagets förvaltningsråd och bolagets public service-uppgifter. Bolagets uppgift är att skapa en mångsidig och heltäckande tv-, radio- och tilläggstjänster till allmänheten och dessa tjänster ska vara tillgängliga för alla på lika villkor.

Motsvarighet till normativa förväntningar

Mellan 2000 och 2021 har den finska konkurrens- och konsumentmyndigheten (FKKM) fattat sina beslut på cirka 30 medieföretagsrelaterade förvärv. Nästan alla har godkänts som sådana och endast ett fåtal av besluten är direkt relaterade till nyhetsmedia. Under samma period fattade FKKM ett tjugotal andra beslut, de flesta relaterade till misstänkt missbruk av dominerande ställning, gällande medieföretag.

Huvudsakliga risker

Ad hoc mediepolicy som saknar långsiktiga mål och engagemang:

Medieaktörer/branschföreträdare och forskare inom kommunikationspolicy har länge kritiserat den finländska kommunikationspolicyn för dess bristande helhetssyn och för ad hoc och ensidiga tillvägagångssätten. Det finns dessutom inget enskilt organ eller myndighet som helt och hållet skulle ha ansvaret för att leda och samordna mediepolitiken, utan beslutsfattandet och dess genomförande är spritt över några olika förvaltningar och departement. Detta har lett till att informationen som används som underlag för beslutsfattande är ofta rätt så fragmenterad, tunn innehållsmässigt eller branschspecifik, trots dess uppenbara överflöd (se Ala-Fossi et al., 2018).

Inga direkta subventioner till media:

Finland har för närvarande inget permanent system för direkt mediestöd förutom ett litet särskilt stöd för kulturpublikationer, så den finska regeringen har hittills varit tvungen att rädda två avgörande privata nyhetsorganisationer (Finska nyhetsbyrån 2018 och MTV3 Nyheter 2015–2018) från konkurs med separata "skraddarsyddas kontantinjektioner". Återigen, under Covid-19-epidemin, måste ett separat tillfälligt subventionssystem utvecklas. Samtidigt är de indirekta subventionerna i form av reducerad moms fortfarande betydande, men försummas ofta i den offentliga diskussionen.

Transparens i gränsöverskridande ägande är fortfarande en olöst fråga:

I Finland är varje finländare som äger aktier skyldig enligt lag att ha ett konto hos Euroclear Finland, så att exakta uppgifter om de finska ägarna kan innehas. Denna typ av direktinnehavssystem är dock inte särskilt typiskt i EU. Dessutom kan även i Finland alla utländska investerare använda sig av förvaltarkonton, som möjliggör döljandet av namnen på de verkliga ägarna.

Källförteckning

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

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

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

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

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

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>