

TAMPEREEN YLIOPISTO

Riikka Oosi

SUURI JA MAHTAVA YLEISRADIO?

Yleisradion rooli julkisessa keskustelussa sen rahoituksesta ja tehtävistä 2012–2015

Journalistiikan pro gradu –tutkielma

Toukokuu 2016

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

OOSI, RIIKKA: Suuri ja mahtava Yleisradio? Yleisradion rooli julkisessa keskustelussa sen rahoituksesta ja tehtävistä 2012–2015.

Pro gradu –tutkielma, 101 s., 11 liites.

Journalistiikka

Toukokuu 2016

Tässä pro gradu –työssäni olen tutkinut Yleisradion rahoituksesta ja tehtävistä sanomalehdissä käytyä julkista keskustelua ja yhtiön roolia yhtenä keskustelun osapuolena. Julkisesta palvelusta on keskusteltu 1980-luvun lopulta lähtien enenevässä määrin ympäri Eurooppaa kun taas Suomessa laajempi keskustelu käynnistyi kymmenkunta vuotta myöhemmin. Erityisen vilkasta keskustelua julkisen palvelun ympärillä on meillä käyty aivan viime vuosina, minkä taustalla on Yleisradion rahoitusmallin uudistaminen 2000-luvun lopulla.

Tarkastelen Ylestä käytyä julkista keskustelua Helsingin Sanomissa ja Kalevassa 1.1.2012–31.3.2015 välisenä aikana julkaistuissa kirjoituksissa, joissa otetaan selkeästi kantaa joko Ylen rahoitukseen tai sen tehtäviin. Ylen roolia keskustelussa on puolestaan pyritty avaamaan Ylen lehdille samana ajankohtana osoittamien vastineiden ja oikaisupyyntöjen sekä Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen teemahaastattelun kautta. Aineistoa on lähestytty median yhteiskunnallisen kontekstin sekä julkisen keskustelun kontekstin kautta.

Sanomalehdissä Ylestä käydyssä keskustelussa esiintyi tutkimusaikana kolme teemaa: Ylen rahoitus ja muu medialous, Ylen tehtävä ja Ylen tuottama sisältö. Vaikka teemojen ympärillä käytiin runsaasti keskustelua, ei Yle-yhtiönä osallistunut siihen kovinkaan aktiivisesti. Keskustelu oli enimmäkseen kaupallisen median dominoimaa ja sitä käytiin lähinnä markkinatalouden näkökulmasta. Näkyvämpää roolia keskustelun yhtenä osapuolena Yle ryhtyi ottamaan vasta tutkimusajankohdan loppupuolella. Julkisen keskustelun ideaalin näkökulmasta tarkasteltuna tutkimusaineistossa käyty keskustelu jäi siten vajavaiseksi, eikä siinä syntynyt kunnollista vuoropuhelua. Keskustelussa esiin nostettuihin ongelmiin ei myöskään kyetty esittämään sellaisia ratkaisuehdotuksia, joihin eri osapuolet olisivat voineet tarttua.

Julkinen keskustelu on yksi yritys määritellä julkista palvelua ja sen tehtävää yhteiskunnassa. Puutteellisenakin tällä keskustelulla on yhteiskunnallista merkitystä, sillä median kautta sitä seuraa iso joukko kansalaisia. Keskustelussa esitetyillä argumenteilla pyritään vaikuttamaan yleiseen mielipiteeseen, jonka tulisi julkisen keskustelun periaatteen mukaisesti ohjata päätöksentekoa. Viimeaikaista keskustelua on kuitenkin leimannut monotonisuus ja polarisoituminen. Keskustelun osapuolten tulisikin luopua lukkiutuneista asemistaan, jotta kotimainen media-ala voisi aidosti tarkastella yhteistyössä niitä keinoja, joilla pärjätä median murroksessa.

Asiasanat: Yleisradio, Yle, julkinen palvelu, julkisen palvelun media, Yle-vero, kaupallinen media, sanomalehdistö, julkinen keskustelu, median murros, mediakonvergenssi.

Sisällysluettelo

1. Johdanto	1
1.1. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja tutkimuskysymykset	4
1.2. Tutkimuksessa käytetyt käsitteet	7
1.3. Saatesanat	9
2. Suomalainen mediamaisema: julkista palvelua ja kaupallista tarjontaa	10
2.1. Media osana yhteiskuntajärjestelmää – demokraattisen korporatistisen malli	10
2.2. Joukkoviestinnän synty Suomessa: sanomalehdistöstä Yleisradioon ja kaupalliseen yleisradiotoimintaan	15
3. Median murroksen vaikutukset kotimaiseen mediaan	22
3.1. Journalismin kaupallistuminen	23
3.2. Laskevat levikit ja kilpailtu televisiotoiminta: kaupallisen median talouskehitys Suomessa	28
3.3. Lupamaksuista Yle-veroon: Yleisradion rahoituksen kehitys	30
4. Julkinen keskustelu periaatteena ja käytäntönä	34
4.1. Ideali haastaa käytännön	34
4.2. Julkisuuden muuttumisen vaikutukset julkiseen keskusteluun	36
4.3. Keskustelu julkisen palvelun mediasta: informaatio-osotia meillä ja muualla	40
5. Tutkimusaineisto ja oman tutkimuksen positointi	47
5.1. Sanomalehtiaineisto: Helsingin Sanomat ja Kaleva	49
5.2. Ylen vastineet ja oikaisut sekä lehtijutut, joihin niillä vastataan	51
5.3. Teemahaastattelu	53
6. Pakkovero vai paras huonoista vaihtoehdoista? Ylen rahoitus ja sen vaikutukset muuhun mediatalouteen	55
6.1. Indeksikorotus piikkinä lehdistön lihassa	57
6.2. Puolustuksen puheenvuoro: mitä Yle-verolla saa?	61
6.3. Hillittyä ja hallittua – Ylen näkökulma rahoituskeskusteluun	67
7. Liian laava vai juuri sopiva? Taistelu Ylen tehtävästä	69
7.1. Kuka saa toimia verkossa? Mediatonttien jako lehtien sivuilla	69
7.2. Verkko kuuluu kaikille: Yle yleisön perässä uusille mediakentille	74
7.3. Yle julkisen palvelun puolustajana	79
8. Uudistusvimmaa ja heikkoa laatua vai ainutlaatuista julkisen palvelun ohjelmatarjontaa? Ylen tuottaman sisällön puntarointia	82
8.1. Jotain uutta, jotain vanhaa, jotain lainattua: Yle lehtien mediakritiikin kohteena	82
8.2. "Ei kaikille kaikkea, vaan jokaiselle jotakin"	88

8.3. Kadonneet kansalaiset ja keskustelun uudet käänneet	92
9. Johtopäätökset	94
9.1 Yle-keskustelu julkisena keskusteluna: teemat ja asetelmat	94
9.2. Media muuttuu, mutta muuttuuko siitä käyty keskustelu?	97
11. Lähteet	102
Liite 1.	107
Liite 2.	113
Teemahaastattelun liite 2a	114
Teemahaastattelun liite 2b.	115

1. Johdanto

Suomessa siirryttiin julkisen palvelun yleisradiotoiminnassa uuteen aikaan vuoden 2013 alussa, kun Yleisradion rahoitusmalli muuttui vastaanottimeen sidotusta televisiomaksusta henkilökohtaiseen, tulotasoon perustuvaan Yle-veroon (L. 1998/745 ja L. 484/2012). Rahoitusmallin uudistaminen oli prosessina pitkä ja monivaiheinen. Vuoden 2008 alkupuolella silloinen viestintäministeri Suvi Lindén (kok.) asetti työryhmän uudistamaan Yleisradion rahoitusta, yhtiön ohjausta ja valvontaa sekä julkisen palvelun määrittelyä.¹ Käytännön tasolla suurimmat muutospaineet koskivat yhtiön rahoitusta, sillä lupamaksujen tuotto oli ollut laskussa jo useamman vuoden ajan ja esimerkiksi pelkästään vuoden 2007 aikana irtisanottiin 55 000 tv-maksua. Ministeri itse kuitenkin pysäytti parlamentaarisen työryhmän uudesta rahoitusmallista tekemän esityksen etenemisen miltei maaliskuun alkuun.² Kansanedustaja Mika Lintilä (kesk.) vetämä työryhmä oli ehdottanut Yleisradion rahoituksen järjestämistä siten, että televisiomaksu olisi korvattu kaikilta asuntokunnilta sekä osalta yrityksiltä ja yhteisöiltä perittävällä julkisen palvelun mediamaksulla.³ Sen suuruudeksi arvioitiin noin 175 euroa. Vaikka työryhmän esitys oli yksimielinen, Lindénin mukaan sen eteenpäin viemiseksi ei ollut enää riittävää parlamentaarista tukea ja niinpä se palautettiin jatkovalmisteluun. Taustalla vaikutti sanomalehdistön voimakas kampanjointi mediamaksua vastaan ja Ylen budjettirahoituksen puolesta. Asia politisoitui eikä sen tiimoilta enää löydetty vaadittua yhteisymmärrystä. (Ala-Fossi 2012, 34, 38)

Seuraavaan hallitusohjelmaan kirjattiin, että päätös Ylen rahoituksen uudistamisesta olisi tehtävä vuoden 2011 aikana.⁴ Periaatepäätös⁵ Yle-veron ja siihen liitetyn indeksikorotuksen käyttöönotosta tehtiinkin saman vuoden syksyllä uuden viestintäministerin, Krista Kiurun (sd.) johdolla ja eduskunta hyväksyi hallituksen lakiesityksen seuraavana kesänä (HE 28/2012). Myös lakia Yleisradiosta muutettiin täsmentämällä siihen sisältyvää julkisen palvelun tehtävänantoa. Velvoite täyden palvelun ohjelmistosta korvattiin velvoitteella "-- tuoda monipuolinen ja kattava televisio- ja radio-ohjelmisto jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin". Siihen lisättiin myös täydennys, jonka mukaan "-- palveluja voidaan tarjota yleisissä viestintäverkoissa valtakunnallisesti ja alueellisesti". (L. 1380/1993)

¹ Liikenne- ja viestintäministeriön tiedote 12.2.2008. Saatavilla: <http://www.lvm.fi/tiedote/818573/lind-n-asetti-tyoryhman-uudistamaan-yleisradion-rahoitusta>

² Liikenne- ja viestintäministeriön tiedote 11.3.2010. Saatavilla: <http://www.lvm.fi/tiedote/1150286/ylen-kokonaisuudistus-jatkovalmisteluun>

³ Yleisradio Oy:n julkinen palvelu ja rahoitus. Työryhmän loppuraportti. Liikenne- ja viestintäministeriön Julkaisuja-sarja 23/2009. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-055-7>

⁴ Pääministeri Jyrki Kataisen hallituksen ohjelma. 22.6.2011. Hallituksen julkaisusarja 1/2011. Saatavilla: <http://vnk.fi/julkaisu?pubid=3604>

⁵ Liikenne ja viestintäministeriön tiedote 21.12.2011. Saatavilla: <http://www.lvm.fi/tiedote/1281279/ylen-rahoituksesta-periaatepaatos>

Samaan aikaan, kun Ylen rahoitusratkaisua puntaroiitiin päättäjien keskuudessa, keskustelu siitä, miten julkisen palvelun yleisradiotoiminta tulisi meillä järjestää, kävi vilkkaana sanomalehdissä. Kaupallinen media olisi mieluusti nähnyt Ylen rahoituksen siirtyvän valtion budjetin sisälle, vaikka sen toisaalta pelättiin altistavan yhtiön liiaksi poliittisille suunnanvaihteluille. Median murroksen myötä kaupallisen median ansaintalogiikka alkoi takkuilla entistä enemmän ja kritiikki Yleä ja sen rahoitusta kohtaan kasvoi.

Vaikka Ylen rahoitusratkaisu saatiin lopulta nuijittua pöytään jo miltei tasan neljä vuotta sitten, ei julkisuudessa käyty kiivas keskustelu yhtiön rahoituksesta ja sen tehtävistä ole laantunut. Uutta tuulta keskustelu on saanut muun muassa Yle-veroon liitetystä indeksikorotuksesta, mediamarkkinoiden syventyneestä syöksykierteestä sekä Yleisradion tehtäväkuvasta julkisen palvelun yhtiönä erityisesti verkossa. Siirtyminen verorahoitukseen on muuttanut julkisen palvelun yhtiön yhteiskunnallista legitimitettä, sillä lupamaksut ovat perinteisesti luoneet yleisradioyhtiöiden ja niiden yleisöjen välille suoran suhteen. Hujasen (2010) mukaan lupamaksujen on myös katsottu edistäneen julkisen palvelun yhtiöiden riippumattomuutta, kun ne ovat voineet lupamaksujen avulla etäännyttää itseään valtiosta uusliberalismin kyseenalaistaessa enenevässä määrin kaikenlaisen valtio-ohjauksen merkityksen yhteiskunnassa (Hujanen 2010, 150). Veroluonteinen maksu taas sitoo julkisen palvelun yleisradioyhtiöt organisaatioina vahvasti valtioon ja herättää kysymyksen, onko yleisön rooli niiden asiakkaana muuttunut toissijaiseksi, kun se ei maksakaan enää niin sanotusti käyttämästään palvelusta vaan sen mahdollisuudesta kuten minkä tahansa verovaroin tuotettavan palvelun kohdalla. Myös koko yhteiskuntaa koetteleva talouskurimus ja median murros vaikuttavat vahvasti tilanteeseen: Ylen katsotaan vääristävän media-alan kilpailua saadessaan rahoituksensa valtion kassasta korkojen kera samalla, kun kaupallinen media joutuu turvautumaan tiukassa taloustilanteessa toimintansa tehostamiseen ja irtisanomisiin.

Vaatus Ylen tehtävien uudelleen määrittelystä ja kysymys sen olemassaolon oikeutuksesta nykyisenkaltaisena organisaationa liittyy sekin vahvasti mediankäytön tapojen uudistumiseen. Erityistä huolta kaupallisen mediateollisuuden puolella on herättänyt yhtiön toiminta verkossa: Yle on panostanut määrätietoisesti verkkotarjontansa samalla kun lehdistössä on mietitty kuumeisesti, miten lukijat saataisiin maksamaan lehtien digitaalisista sisällöistä. Kritiikistä huolimatta Yle on jatkanut verkon haltuunottoa. Syksyllä 2014 se ilmoitti ryhtyvänsä "-- uudistamaan toimintatapojaan ja kehittämään uudenlaiseen mediakäyttöön soveltuvia sisältöjä ja palveluita".⁶ Koska Yle-veroon ei oltu myönnetty indeksikorotusta vuodelle 2015, suunnanmuutos oli toteutettava yt-neuvottelujen kautta, jotka johtivat 74 työntekijän irtisanomiseen Ylestä.⁷

⁶ Yle 15.9.2014 Yle siirtää painopistettä verkkoon ja aloittaa yt-neuvottelut. Saatavilla: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/09/15/yle-siirtaa-painopistetta-verkkoon-ja-aloittaa-yt-neuvottelut>

⁷ Yle 11.12.2014 Ylen yt-neuvottelut päätökseen: irtisanomistarve ennakoitua pienempi. Saatavilla: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/12/11/ylen-yt-neuvottelut-paatokseen-irtisanomistarve-ennakoitua-pienempi>

Kaiken kaikkiaan keskustelu julkisen palvelun järjestämisestä ja Yleisradion roolista suomalaisessa mediamaisemassa on ollut kiihkeää ja se on saanut aika ajoin hyvinkin värikkäitä piirteitä. Sanomalehtien sivuilla Yle on tuntunut uhkaavan kaupallista mediaa niin maalla, merellä kuin ilmassa: sitä on nimitetty muun muassa Pasilanmäeltä suomalaista viestintäpolitiikkaa yksinvaltiaan tapaan johtavaksi paaviksi, kaikkeen tarttuvaksi ameebaksi ja mediapesän paisuneeksi linnunpojaksi, joka suu ammollaan odottaa veronmaksajien ruokkivan sitä loputtomasti, kunnes se kasvettuaan tarpeeksi suureksi saa tilaisuuden työntää muut alan toimijat pois pesästä.

Tämä tutkimus sai alkunsa henkilökohtaisista lähtökohdista tässä tilanteessa. Työskentelen toimittajana Ylen aluetoimituksessa Oulussa ja olen siksi seurannut keskustelua Ylen rahoituksesta ja sen tehtävistä erityisellä mielenkiinnolla. Rahoitusratkaisun lukkoon lyöminen vaikutti myös minun, kuten monien muidenkin Ylen työntekijöiden työhön. Kun Yleä koskeva julkinen keskustelu kiihtyi lehdistössä, ihmettelimme, miksi siihen ei reagoitu Ylen taholta voimakkaammin. Yhtiön rahoituksen ja toiminnan arvostelu laajeni lehtien sivuilta toimittajien välisiin tapaamisiin ja myös me rivitoimittajat saimme osamme kaupallisen median kollegoiden Yle-kritiikistä juttukeikoilla tavatessamme. Pisteliäät kommentit koskivat lähinnä sitä, kuinka hyvin meillä Ylessä asiat nyt olivatkaan, kun kansalaisten rahahanat oli väännetty valtion toimesta auki. Heitoista oli kuultavissa kokemus epäreiludesta, jota moni tunsu media-alan talousahdingon syventyessä. Yle-veron myötä meistä oli tuntunut tulleen yleisesti hyväksytyjä syntipukkeja kaikelle sille negatiiviselle, mitä suomalaisessa mediakentässä oli meneillään. Tämä aiheutti hämmennystä: oli vaikeaa ymmärtää, miksi Yle tuntui asettuneen vapaaehtoisesti kaupallisen median maalitauluksi puolustamatta juurikaan itseään. Oliko tämä se hinta, joka onnistuneesta rahoitusratkaisusta oli maksettava?

Alkuvuodesta 2015 lähestyvät eduskuntavaalit vauhdittivat Yle-keskustelua entisestään ja sitä käytiin sanomalehtien lisäksi myös televisiossa.⁸ Kaupallisen median yhä kriittisemmäksi muuttuva asenne Ylestä käydyssä julkisessa keskustelussa sai viimein jopa Ylen työntekijät ärähtämään. Yleisradion ohjelmatyöntekijät (YOT ry) julkaisi viime vuoden maaliskuussa vuosikokouksensa yhteydessä "Yleä koskevaan ajojahtiin" liittyvän kannanoton, jossa arvosteltiin kaupallisen median kärkevää kielenkäyttöä Yleä kohtaan. Vaikka julkisuudessa esitetty kritiikki kohdistuikin ensisijaisesti Yleen yhtiönä, sen todettiin kannanotossa kyseenalaistavan jokaisen yleläisen tekemän työn. Samalla muistutettiin, että median murros koski myös Yleisradiota eikä yhtiön rajaaminen esimerkiksi verkon ulkopuolelle toisi ratkaisua kaupallisen median ongelmiin. Alan kaupallisten toimijoiden Yle-kritiikkiä kutsuttiinkin kannanotossa suoraan politikoinniksi: "Ylen ja sen

⁸ Aiheeseen otti voimakkaasti kantaa esimerkiksi MTV3-kanavalla 15.3.2015 esitetty Ylen suuri tehtävä-tv-dokumentti (Franck Media 2015). Keskustelua käytiin myös Ylen Aamu-tv:ssä 3.2.2015, jossa Ylen uutis- ja ajankohtaistoiminnan johtaja, vastaava päätoimittaja Atte Jääskeläinen ja Helsingin Sanomien päätoimittaja Kaius Niemi keskustelivat kotimaisen median tilanteesta ja Ylen roolista Suomen mediakentässä. Saatavilla: <http://areena.yle.fi/tv/2634992>

työntekijöiden ottaminen median murroksen syntipukiksi on valitettavaa ja lyhytnäköistä politiikkaa, joka luo hajaannusta mediakenttään."

Käydyn keskustelun voidaan katsoa ainakin jossakin määrin tuottaneen myös tulosta: vaalien jälkeen Sipilän hallitus linjasi, että Yleisradion rahoitusta ja tehtäviä oli arvioitava parlamentaarisen työryhmän toimesta. Sen lisäksi tarvittiin toinen työryhmä selvittämään kotimaisten mediamarkkinoiden tilaa. Jälkimmäisen ryhmän raportti julkaistiin joulukuussa ja Ylen toimintaa koskevan selvityksen odotetaan valmistuvan lähiviikkoina. Sen katsotaan linjaavan julkisesta palvelusta ja Ylen roolista meillä jatkossa käytävää keskustelua ja siten myös siitä tehtäviä päätöksiä.

1.1. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja tutkimuskysymykset

Julkinen palvelu on ollut meillä akateemisen tutkimuksen kiinnostuksen kohteena pitkään ja yleisradiotutkimuksen perinne onkin Suomessa vahva. Julkista palvelua on tutkittu meillä muun muassa yleisötutkimuksen kautta (esim. Mäntymäki 2006), yleisradiomarkkinoiden kehittymisen kannalta (Hellman 1988 ja 1999), sisällöntuotannon näkökulmasta (Hujanen 2002) ja rahoituksen tiimoilta (Ala-Fossi & Hujanen 2010, Ala-Fossi 2012, Herzog & Karppinen 2014). Tutkimuksessa on myös valotettu julkisen palvelun uusia haasteita (muun muassa mediakonvergenssin vaikutuksista ks. Lowe & Hujanen 2003).

Kansainvälistä kiinnostusta on herättänyt erityisesti Tampereen yliopiston puitteista alkunsa saanut, professori Gregory F. Lowen alulle panema RIPE-verkosto (Re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise)⁹. Se kokoaa yhteen julkisen palvelun median tutkijoita ja yleisradioyhtiöiden toiminnasta sekä kehittämisestä vastaavia tahoja eri puolilta maailmaa. Verkosto kokoontuu joka toinen vuosi konferensseihin, joiden aiheina ovat julkista palvelua koskevat ajankohtaiset asiat. Tapaamisissa esitellyistä tutkimustuloksista kootaan myös julkaisu. Esimerkiksi vuonna 2011 konferenssin teemana oli julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden rooli yhteiskunnassa ja mediamarkkinoilla sekä niitä koskeva päätöksenteko (ks. Lowe & Steemers 2012). Vuoden 2013 tapaamisessa pohdittiin puolestaan sitä, millaista arvoa julkisen palvelun media tuottaa yhteiskunnalle (ks. Lowe & Martin 2014). Viimeksi mainittu teema liittyi tutkijoita tällä hetkellä erityisesti kiinnostavaan laajempaan kysymykseen siitä, mihin suuntaan julkisen palvelun rooli yhteiskunnassa on muuttumassa median murroksen myötä. Esimerkiksi parhaillaan Tampereen yliopistossa käynnissä olevassa nelivuotisessa, Suomen Akatemian rahoittamassa tutkimuksessa analysoidaan julkisen palvelun yhtiön mahdollisuuksia toimia verkossa.¹⁰

⁹ Lisätietoa Ripe-verkostosta ja sen toiminnasta ks. <http://ripeat.org/>

¹⁰ Ks. lyhyt luonnehdinta tutkimuksen tavoitteista Tampereen yliopiston sivuilta osoitteessa <http://www.uta.fi/cmt/post-broadcast/suomeksi.html>

Oma tutkimukseni asettuu tämän akateemisen yleisradiokeskustelun jatkumoon. Aiemmin kuvasin niitä ajatuksia, joita Ylen rahoituksesta ja sen tehtävistä käytävä julkinen keskustelu herätti sekä kaupallisessa mediassa että Ylessä työskentelevissä kollegoissani. Itse päädyin pohtimaan asiaa myös laajemmassa, julkisen keskustelun yhteiskunnallisessa kontekstissa. Oma mielenkiintoni kohdistui etenkin Yleä koskevan julkisen keskustelun prosessiin. Halusin selvittää, millainen Ylen rooli tässä – periaatteessa kaikille avoimessa – keskustelussa on. Lisäksi päädyin tarkastelemaan myös sitä, millaisia puheenvuoroja keskustelussa käytetään. Tutkimukseni kannalta tärkeää on siis sekä se, kuka puheenvuoroja käyttää, että se, mitä niissä sanotaan.

Tarkastelen Ylestä käytyä julkista keskustelua kahta kontekstia vasten, jotka muodostavat tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen. Ensimmäinen konteksti käsittelee median roolia demokraattis-korporatistisessa yhteiskunnassa sekä kaupallistumisen ja median murroksen asettamia haasteita journalismin yhteiskunnalliselle tehtävälle. Toinen konteksti on julkisen keskustelun konteksti, jossa tarkastelen julkista keskustelua prosessina ja sen toteutumista käytännön tasolla. Käyn myös läpi julkisesta palvelusta tähän saakka käytyä keskustelua niin meillä kuin muualla. Vaihtoehtoisia tapoja lähestyä omaa tutkimusaiheittani olisivat voineet olla esimerkiksi agenda setting – ja kehysteoriat, joiden lähtökohtana on median vaikutus mielipiteiden muodostamiseen.¹¹ Tämä tapahtuu esimerkiksi median valitsemien näkökulmien kautta: jos tietty näkökulma toistuu tekstissä tarpeeksi usein tai se esitellään lukijalle ensisijaisena merkityksenä, lukija omaksuu sen helpommin myös omaksi tulkintatavakseen (agenda setting –teoriasta tarkemmin ks. esimerkiksi Weaver, McCombs & Shaw 2004). Myös tekstilähtöiset tarkastelutavat kuten tekstianalyysi ja sisällönanalyysi olisivat olleet tässä tutkimuksessa käyttökelpoisia. Esimerkiksi Esa Reunanen (2003) on tutkinut budjettijournalismia julkisen keskustelun näkökulmasta tekstianalyysin keinoin käyttäen pääsyn, dialogisuuden ja harkitsevuuden kriteereitä. Eeva Mäntymäen (2006) väitöstutkimuksessa taas selvitettiin Yleisradion rakentumista nettikeskustelussa diskurssianalyysin avulla. Yksi vaihtoehto olisi myös ollut tarkastella Yleä viestijänä strategia- ja organisaatioviestinnän näkökulmasta (Moilanen 2013).

Medialla on ollut perinteisesti tärkeä rooli pohjoiseurooppalaisessa demokratiassa. Se on ollut mukana rakentamassa kansalaisyhteiskuntaa ja edistänyt julkista keskustelua, jonka kautta tavoitellaan yhteistä etua. Myös meillä kaupallinen media ja julkisen palvelun media ovat saaneet alkunsa kansansivistyksellisistä lähtökohdista. Ne ovat olleet historiansa aikana kumppaneita, jotka ovat kirittäneet toisiaan ja luoneet yhdessä suomalaista mediamaisemaa. Nyt käydyssä julkisessa keskustelussa kuilu osapuolten välillä on kuitenkin kasvanut. Ensimmäisen kontekstin tarkoituksena onkin avata laajempi näkökulma siihen, mitä suomalaisessa mediakentässä on tapahtumassa ja minkälaiset julkisen palvelun median ja kaupallisen median asetelmat siinä tällä hetkellä ovat. Julkisen keskustelun kontekstin avulla voidaan puolestaan avata ja arvioida tarkemmin sitä

¹¹ Median kykyä "virittää" keskustelua sivuankin luvussa 4, jossa tarkastelen julkista keskustelua periaatteena ja käytäntönä.

prosessia, mikä Ylestä käytävässä julkisessa keskustelussa on tällä hetkellä käynnissä: miten ja minkälaisia merkityksiä keskustelussa tuotetaan ja onko niillä jotakin vaikutusta päätöksentekoon.

Erityisen kiinnostavana pidän kysymystä siitä, millaisissa rooleissa kaupallinen media ja Yleisradio ovat, kun julkisen palvelun rahoituksesta ja tehtävistä käydään julkista keskustelua. Pohdin myös, onko Ylellä samanlaiset mahdollisuudet osallistua siitä käytävään keskusteluun kuin muilla keskustelun osapuolilla vai asettaako asema julkisen palvelun yhtiönä sille myös joitakin rajoituksia. Entä onko sillä oikeus tai jopa velvollisuus puolustautua julkisessa keskustelussa? Mielestäni tämänkaltainen pohdinta on perusteltua, sillä julkisen palvelun median Yle erottuu kaupallisen median toimijoista monin eri tavoin. Se saa rahoituksensa suoraan kansalaisilta kerätyn veron muodossa ja sen toiminnasta päättää viime kädessä eduskunta. Väitän, että juuri tämän yhteiskunnallisen ja parlamentaarisesti johdetun asemansa vuoksi se ei voi ajaa asiaansa julkisessa keskustelussa yhtä voimakkaasti kuin alan kaupalliset toimijat.

Tämän pohdinnan lopputuloksena varsinaisiksi tutkimuskysymyksiksi muodostuivat seuraavat:

- millaista julkista keskustelua lehdistössä on viime vuosina käyty Ylen rahoituksesta ja sen tehtävistä?
- millaisia teemoja keskustelussa on noussut esiin?
- millainen rooli Ylellä on ollut tässä keskustelussa?
- mihin asioihin ja millä tavoin Yle on ottanut sitä koskevassa julkisessa keskustelussa kantaa?

Etsin vastauksia edellä mainittuihin kysymyksiin taustoittamalla ensin sitä, millainen yhteiskunnallinen rooli medialla on meillä ollut ja millaisten vaiheiden kautta suomalainen mediamaisema on syntynyt. Tarkastelen tätä kehitystä sekä mediamarkkinoiden muotoutumisen että journalismiin kohdistuneiden muutosten kautta. Käyn läpi median murroksen sekä julkisen palvelun medialle että kaupalliselle medialle asettamia haasteita ja niiden myötä osapuolten välillä kärjistynyttä vastakkainasettelua. Tämän jälkeen avaan julkista keskustelua sekä periaatteena että käytäntönä ja sen merkitystä yhteiskunnassa. Väitän, että julkisessa keskustelussa myös luodaan aktiivisesti erilaisia käsityksiä siitä, mitä julkinen palvelu tai kaupallinen mediateollisuus on.

Tutkimusaineistoni koostuu kolmesta osasta. Ensimmäisen osan muodostaa sanomalehtiaineisto, joka on koottu Helsingin Sanomissa ja sanomalehti Kalevassa vuosina 2012–2015 maaliskuun loppuun mennessä julkaistuista, Ylen rahoitukseen tai tehtäviin kantaa ottavista kirjoituksista. Tämän aineiston tarkoituksena on avata sitä, mitä sanomalehdissä käydyssä julkisessa keskustelussa on sanottu Ylestä viime vuosina. Toinen osa koostuu Ylen samalla ajanjaksolla julkaisemista vastineista ja oikaisuista sekä niistä lehtikirjoituksista, joihin Yle vastineillaan vastaa. Vastineaineiston kautta pyrin muodostamaan kuvan siitä, millainen Ylen rooli siitä käydyssä

julkisessa keskustelussa on ollut. Kolmas osa aineistoani, Ylen viestintäjohtaja Reija Hyvärisen teemahaastattelu tarkentaa tätä kuvaa. Aineiston analyysissä erottelen tutkimuskohteenani olevien lehtien kirjoituksista ja Ylen vastineista muodostuvassa julkisessa keskustelussa esille nousevat kolme teemaa, jotka ovat Ylen rahoitus, Ylen tehtävät sekä sen tuottama sisältö. Niiden avulla on mahdollista hahmottaa tarkemmin sitä, mistä Ylestä käydystä julkisessa keskustelussa on lopulta kysymys ja minkälaisista asetelmista keskustelua käydään. Lopuksi pohdin tutkimuksen johtopäätöksissä sitä, millainen merkitys käydylle keskustelulla on yhteiskunnalliselle päätöksenteolle Ylestä.

1.2. Tutkimuksessa käytetyt käsitteet

Tutkimuksessa käytettyyn käsitteistöön kuuluvat keskeisimmin julkinen palvelu, julkisen palvelun yleisradioyhtiö, julkisen palvelun media, julkinen keskustelu, Yle-vero, kaupallinen media, sanomalehdistö, median murros ja mediakonvergenssi. Avaan seuraavaksi muutamaa tutkimuksessa eniten käyttämäni käsitettä.

Julkisen palvelun yleisradioyhtiön (public service broadcaster, PSB) rinnalle on viime vuosina otettu käyttöön käsite **julkisen palvelun media** (public service media, PSM). Sillä halutaan kiinnittää huomiota median tämänhetkiseen tilanteeseen, jossa verkolla ja sosiaalisella medialla on yhä suurempi rooli kansalaisten mediankäytössä. Ei-lineaaristen palveluiden käyttö kasvaa jatkuvasti eikä julkista palvelua tarjoavien yleisradioyhtiöidenkään sisällön jakelu rajoitu enää perinteiseen lähetystoimintaan. (Jakubowicz 2010, 128) Radion ja television ohella julkisen palvelun mediat toimivat yhä laajemmin myös muilla jakelukanavilla ja siksi uusi käsite kuvastaa niiden tämänhetkistä toimintaa paremmin, vaikka siirtymä julkisen palvelun yleisradioyhtiöistä julkisen palvelun medioiksi onkin vielä kesken.¹² Myös Yleä voi mielestäni jo pitää julkisen palvelun mediana, sillä sen rooli radion ja television ulkopuolisilla alustoilla on vahvistunut viime vuosina selvästi. Yle tuottaa yhä enemmän sisältöjä, jotka julkaistaan vain verkossa tai sosiaalisen median alustoilla. Yhtenä esimerkkinä tästä voitaneen pitää myös suuren suosion saavuttanutta Yle Arenaa, joka välittää toki edelleen radio- ja televisiokanavien ohjelmistoa, mutta myös paljon sellaista ohjelmatarjontaa, joka on saatavilla vain sen omalla alustalla. En tee tutkimuksessani kuitenkaan jyrkkää jakoa julkisen palvelun yleisradioyhtiön ja julkisen palvelun median käsitteen välillä, vaan käytän niitä toisilleen vaihtoehtoisina käsitteinä muistuttamaan median murroksen vaikutuksista myös julkiseen palveluun.

¹² Public service media –käsitteen käytöstä ks. myös Lowe 2010, Lowe & Bardeol 2007 sekä Jauert & Lowe 2005. Myös Euroopan ministerineuvosto on antanut suosituksen sanan käytöstä: Recommendation CM/Rec(2007)3 of the Committee of Ministers, hyväksytty 31.1.2007. Saatavilla: <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089759&Site=CM&BackColorInternet=C3C3C3&BackColorIntranet=EDB021&BackColorLogged=F5D383>

Kaupallisen median käsitteellä viitataan tutkimuksessa termiin **private, commercial broadcaster (PCB)**. Kaupallisen median käsitteen alle ei tässä kuitenkaan lasketa pelkästään kaupallisia yleisradioyhtiöitä vaan myös sanomalehdistö. Käsitteellä on siis tarkoitus kattaa koko kaupallinen mediateollisuus, vaikkakin alan kaikkien kaupallisten toimijoiden niputtamista saman käsitteen alle voidaan pitää kyseenalaisena. Tällä yksinkertaistuksella haen tutkimukseeni ensisijaisesti selkeyttä. Media-alan toimijoiden jakamista julkisen palvelun mediaan ja kaupalliseen mediaan voidaan tarkastella neljästä eri näkökulmasta, joita ovat rahoitus, omistuspohja ja toimijoiden mahdolliset velvollisuudet ja etuoikeudet. Julkisen palvelun media saa meillä rahoituksensa valtiolta kansalaisten maksaman veron muodossa kun taas kaupallisten toimijoiden rahoitus muodostuu tilausmaksuista ja mainostuloista. Yleisradio on valtio-omisteinen yhtiö kaupallisen median omistuspohjan ollessa yksityinen. Julkisen palvelun yhtiöllä on meillä kaupallisiin toimijoihin verrattuna etuoikeutettu asema, jonka myötä esimerkiksi sen rahoitus on turvattu valtion toimesta. Sitä koskevat myös erilaiset yhteiskunnalliset velvoitteet, kuten sen tarjoamille palveluille asetetut vaatimukset, joista on säädetty lailla. Toki myös kaupallisella medialla on etuoikeuksia ja velvoitteita: esimerkiksi jo radio- tai tv-toimiluvan saamista voidaan pitää tietynlaisena etuoikeutena ja toisaalta myös julkisen palvelun velvoitteet ovat koskeneet osittain myös kaupallista mediaa.¹³ (Hellman 1999, 11-12) Tätä tarkastelua vasten julkisen palvelun median ja kaupallisen median väliset erot lienevät meillä Suomessa varsin selkeät.

Julkisen keskustelun käsite on käyttämistäni käsitteistä kaikkein mutkikkain. Alunperin sillä on tarkoitettu jossakin julkisen piirissä tapahtuvaa, kansalaisten käymää vuoropuhelua, jonka tähtäimessä on muodostaa yhteiskunnan toimintaan vaikuttava julkinen mielipide. Julkisen keskustelun tulisi siis olla periaatteessa kaikille avointa, julkisessa tilassa toimintaan ryhtyvien kansalaisten eli julkison käymää keskustelua, jonka avulla voidaan muodostaa julkisia mielipiteitä. Näiden Jürgen Habermasin (2004) julkiselle keskustelulle asettamien, useiden erilaisten vaatimusten toteutumista käytännössä on kuitenkin lähes mahdotonta osoittaa ja siksi julkinen keskustelu periaatteena ja käytäntönä on syytä erottaa toisistaan. Perinteisesti journalismin tehtävänä on katsottu olleen tarjota julkiselle keskustelulle sekä tila, jossa sitä voidaan käydä että sytykkeet sen syntymiseksi. Siten myös mediassa käytyä keskustelua voidaan pitää käytännön tasolla julkisena keskusteluna. Se on kuitenkin rajattua eivätkä kaikki mielipiteet tule siinä huomioiduksi. Mediassa käydyissä keskusteluissa esitetään kyllä julkisia mielipiteitä, joilla voi olla vaikutusta (tai ainakin yritystä vaikuttaa) yleiseen mielipiteeseen, mutta prosessin kulkua saati sen merkitystä päätöksenteon kannalta on vaikea tavoittaa.

Niinpä myöskään Ylestä sanomalehtien sivuilla käyty keskustelu ei täytä julkisen keskustelun ideaalille asetettuja ehtoja. Kaikilla ei ole siihen pääsyä ja aktiivisesti siihen osallistuvia on vain vähän. Useimmiten keskustelun osapuolet ovatkin eri institutionaalisten tahojen edustajia eivätkä

¹³ Esimerkiksi osalta kaupallisia tv-kanavia on vaadittu toimiluvassa uutis- ja ajankohtaisohjelmistoja.

kansalaisia. Keskustelussa kyllä esitetään erilaisia mielipiteitä, mutta aitoa vuoropuhelua siitä syntyy vain harvoin. Julkisen keskustelun väljähtäminen on nähtävillä koko yhteiskunnassa, niin poliittisessa päätöksenteossa, talouselämässä kuin mediassakin. Yhteisen edun saavuttaminen sen kautta on yhä vaikeampaan, sillä julkinen keskustelu koostuu enenevässä määrin yksittäisistä mielipiteistä, jotka eivät kohtaa toisiaan. Halukkuutta hakeutua kompromissiin, yhteisesti hyväksyttävissä olevaan ratkaisuun ei juurikaan ole myöskään nähtävissä. Tämä on ollut huomattavissa myös Ylestä käydyssä keskustelussa.

Näistä haasteista huolimatta julkisella keskustelulla on edelleen yhteiskunnallista merkitystä, vaikka se ei käytännön tasolla täyttäisikään kaikkia sille asetettuja ehtoja. Esimerkiksi mediassa tapahtuvaa Yle-keskustelua seuraa iso joukko kansalaisia, vaikka he eivät itse osallistuisikaan siihen aktiivisesti. Keskustelussa esitetään julkiselle palvelulle erilaisia vaatimuksia, joiden mukaan sen tulisi toimia. Näitä vaatimuksia puntaroidaan keskustelun eri osapuolten toimesta. Kun otetaan huomioon, että Ylen rahoitusta ja tehtäviä on kuluneen vuoden aikana selvitetty yhtäaikaisesti jopa kahden eri työryhmän toimesta, voidaan myös katsoa, että Ylestä käydyllä keskustelulla on ollut vaikutusta haluan tarkastella julkista palvelua tarkemmin myös poliittisella tasolla.

1.3. Saatesanat

Julkisen palvelun ympärillä on siis käyty viime vuosina runsaasti keskustelua ja uskon, että oma tutkimukseni tuo siihen yhden tarpeellisen näkökulman lisää. Tavoitteenani on lisätä ymmärrystä siitä, mistä Ylestä käydyssä julkisessa keskustelussa on oikein kysymys, ketkä siihen osallistuvat ja millaisia puheenvuoroja keskustelussa käytetään. Lienee kuitenkin syytä vielä täsmentää, ettei tutkimukseni tarkoitus ole olla Ylen puolustuspuheenvuoro. Oma lähtökohtani Ylen työntekijänä on toki asettanut tälle tutkimukselle omat haasteensa. Tutkimusprosessin myötä olen mielestäni kuitenkin pystynyt painamaan roolini Ylen työntekijänä taka-alalle ja lähestymään tutkimuskohdettani akateemisen tutkijan näkökulmasta. Tähän olen ainakin aktiivisesti pyrkinyt. Tästä perspektiivin laajenemisesta olen hyvin kiitollinen ja tutkimuksen onnistumisen kannalta se on tietysti ollut myös välttämätöntä.

Erityiskiitokset haluan esittää Heikki Heikkilälle innoittavista keskusteluista graduohjauksen merkeissä, jonka ansiosta tämä tutkimus sai selkeän suunnan ja asettui lopulliseen muotoonsa.

2. Suomalainen mediamaisema: julkista palvelua ja kaupallista tarjontaa

One cannot understand the news media without understanding the nature of the state, the system of political parties, the pattern of relations between economic and political interests, and the development of civil society, among other elements.
(Hallin & Mancini 2004, 8)

Media on meillä perinteisesti koettu tärkeäksi osaksi toimivaa yhteiskuntaa. Sen tehtävänä on ollut vahvistaa demokratiaa, välittää tietoa päättäjien ja kansalaisten välillä, nostaa erilaisia mielipiteitä laajempaan tietoisuuteen sekä osallistaa kansalaisia yhteiskunnan toimintaan. Samalla media on valvonut päätöksentekoa ja tuonut keskusteluun asioita, jotka on koettu tärkeiksi yhdessä toimimisen ja koko yhteiskunnan kehittämisen kannalta.

Tässä luvussa tarkastelen median merkitystä yhteiskunnassa ja joukkoviestinnän syntyä Suomessa. Meillä, kuten myös muissa Pohjoismaissa ja Pohjois-Euroopassa valtiolla on ollut läheiset suhteet mediaan, mutta se ei silti ole pyrkinyt ohjaamaan sen toimintaa liikaa, vaan media on toiminut itsenäisenä organisaationa. Tämän demokraattisen korporatistisen mallin tarkastelu on merkityksellistä siksi, että se auttaa ymmärtämään medialle annettua yhteiskunnallista tehtävää, joka puolestaan antaa mahdollisuuden lähestyä mediasta käytyä julkista keskustelua laajemmassa kontekstissa. Julkinen keskustelu on meillä osa demokraattiseen korporatistiseen elimellisesti kuuluvaa konsensushakuista päätöksentekoa ja siten myös mediaa koskevan julkisen keskustelun voidaan katsoa olevan yhteisistä asioista käytävää julkista neuvottelua. Parhailtaan käynnissä olevaa, mediaa koskevaa julkista keskustelua on syytä tarkastella myös sen kautta, miten nykyinen mediamaisemamme on syntynyt. Se, millaisia päätöksiä meillä on vuosien varrella median suhteen tehty ja mistä syistä auttaa ymmärtämään sitä, mistä nyt käydyissä keskusteluissa on kysymys ja mihin suuntaan sekä media että koko yhteiskunta on muuttumassa.

2.1. Media osana yhteiskuntajärjestelmää – demokraattisen korporatistisen malli

Tarkastelen demokraattista korporatistia Hallinin ja Mancinin (2004) teoksen *Comparing Media Systems* pohjalta, jossa eri maiden poliittiset järjestelmät ja mediajärjestelmät jaetaan kolmeen eri ryhmään: demokraattisen korporatistisen malliin, liberaaliin eli pohjoisatlanttiseen malliin sekä pluralistiseen eli välimerelliseen malliin. Hallin ja Mancini tarkastelevat kutakin mallia neljästä eri näkökulmasta kiinnittäen huomiota mediamarkkinoiden kehitykseen, median poliittisiin yhteyksiin, valtion ja median suhteeseen sekä journalismiprofessioon eli median ammatillistumiseen ja lehdistön vapauteen eri maissa. Nämä seikat selittävät sitä, millaiseksi median rooli yhteiskunnassa on kussakin maassa muodostunut.

Demokraattisen korporatistisen mallin maissa, Pohjois- ja Keski-Euroopassa sekä erityisesti Pohjoismaissa, omaksuttiin jo varhain liberalismille tyypillisiä instituutioita, kuten markkinatalous ja perustuslaillinen, edustuksellinen valtiovalta. Tämä edesauttoi sanomalehtiteollisuuden, lehdistön vapauden, journalistien ammatillisen järjestäytymisen ja journalismiprofession kehittymistä verraten nopeasti. Mailla on pitkä poliittisen lehdistön historia, mutta myös kaupallinen media alkoi muotoutua vain hieman sitä myöhemmin. Mallin maissa media nähdään tärkeänä osana toimivaa valtiota ja valtiolla on ollut sen suhteen aktiivinen rooli. Samalla on kuitenkin pidetty tärkeänä, ettei valtio puutu median toimintaan liikaa, vaan pikemminkin mahdollistaa sen toimimisen yhteiskunnassa. Media on osa yhteiskuntarakennetta ja sillä on vahvat siteet erilaisiin sosiaalisiin ja poliittisiin ryhmittymiin. Vaikka politiikan toimijat ovat osallistuneet median hallinnointiin myös julkisen palvelun osalta, journalistit ovat olleet ammatillisessa mielessä hyvin itsenäisiä ja autonomisia. Myös kaupallinen media on ollut monipuolista. Kaikki tämä on vaikuttanut siihen, että yhteiskunnallinen elämä niin politiikan, median kuin muidenkin sosiaalisten instituutioiden osalta on ollut demokraattisen korporatistisen mallin maissa moniäänistä ja tasapuolista.

Liberaaliin malliin puolestaan kuuluvat Britannia, Irlanti ja Pohjois-Amerikka. Myös näissä maissa varhain omaksuttu liberalismi on vaikuttanut siihen, että sanomalehtien levikit kasvoivat nopeasti ja lehdistön vapaus kehittyi jo aikaisessa vaiheessa. Markkinajärjestelmän asema yhteiskunnassa on kuitenkin vahvempi valtion jäädessä enemmän taka-alalle. Kaupallinen media hallitsee etenkin sanomalehtiä ja median suhde markkinavoimiin on läheisempi kuin sen suhde valtioon. Tosin Irlannissa ja Kanadassa valtion rooli median suhteen on ollut merkittävämpi ja myös Britanniassa julkinen palvelu sekä kaupallisen median sääntely on perinteisesti ollut vahvaa.

Sen sijaan **polarisoituneen pluralistisen mallin** maissa, Etelä-Euroopassa ja Välimeren alueella, valtiolla on vahva asema koko yhteiskunnassa ja myös suhteessa mediaan. Valtio omistaa, sääntelee ja rahoittaa mediaa, vaikka sen sääntelymahdollisuudet ovatkin usein rajoitettuja. Media on integroitunut voimakkaasti puoluepolitiikkaan ja yhteiskunnan eliittiin. Näissä maissa liberalismi omaksuttiin hitaasti ja se on osaltaan vaikuttanut siihen, että myös lehdistön vapauden, journalismiprofession ja kaupallisen median kehitys on ollut verkkaista. Sanomalehtien levikit ovat olleet pieniä ja lehdet riippuvaisia valtion tuesta.

Nämä kolme mallia eroavat toisistaan selkeästi sen osalta, millainen suhde medialla on niissä yhteiskunnan eri toimijoihin. Esimerkiksi demokraattisen korporatistisen mallin maissa median suhteet sekä politiikkaan että talouselämään ovat olleet vahvat, mutta media on silti säilynyt niissä itsenäisenä instituutiona. Sen sijaan liberaalin mallin maissa media on lähempänä yritysmaailmaa kun taas pluralistisessa mallissa se on kytkeytynyt voimakkaasti politiikkaan. (Hallin & Mancini 2004, 11 ja 73-76)

Suomi ja muut Pohjoismaat sekä Pohjois-Eurooppa kuuluvat siis demokraattisen korporatistien maihin. Niitä yhdistää paitsi maantiede myös historia: vuosisatojen ajan maat ovat olleet tiiviissä kanssakäymisessä ja vaikuttaneet siten toisiinsa sekä poliittisella että kulttuurisella tasolla. Kuten Katzenstein [1985] Hallinin & Mancinin mukaan toteaa, maat omaksuivat jo varhain 1900-luvun alussa samankaltaiset poliittiset mallit, joissa painotettiin konsensusajattelua ja vallan jakamista. Myös niiden mediajärjestelmissä on paljon samoja erityispiirteitä. (ks. emt. 143-144)

Demokraattinen korporatismi syntyi Katzensteinin [1985] mukaan 1930-luvulla yhteiskunnalliseen tarpeeseen, kun lamavuodet koettelivat Eurooppaa. Yhteiskuntaelämän palauttamiseksi paremmalle tolalle tarvittiin poliittista yhteisymmärrystä ja tahtotilaa. Jo tuolloin tehdyt linjaukset taloudellisen ja poliittisen elämän vakauttamiseksi vaikuttivat maissa nyt vallitsevan vahvan hyvinvointivaltion ja monipuoluejärjestelmän syntyyn. Yhteiskunta järjestäytyi erilaisten ryhmittymien, kuten puolueiden, ammattiliittojen ja uskonnollisten ryhmien kautta, joiden kumppanina valtio ryhtyi toimimaan. Tämänkaltaisella yhteiskuntarakenteella on ollut merkitystä myös median kehitykseen, sillä toimiakseen yhteiskunnassa kansalaiset ovat tarvinneet tietoa eri asioista. Kun eri ryhmittymät ovat olleet keskeisessä roolissa julkisessa keskustelussa ja poliittisen moniäänisyyden rakentamisessa, on median tehtävänä ollut tuoda erilaiset näkökannat kuuluviin ja edesauttaa sitä julkista prosessia, jonka kautta asioihin on etsitty yhteistä ratkaisua. Valtion tehtävänä on puolestaan ollut varmistaa kansalaisten tasapuoliset mahdollisuudet osallistua yhteiskunnalliseen elämään. Tästä näkökulmasta katsottuna media on nähty sosiaalisena instituutiona, josta valtio kantaa vastuuta eikä pelkästään yksityisenä, kaupallisena yrityksenä. Käytännössä tämä on näkynyt vahvana yleisradiotoimintana, mediateollisuuden sääntelynä ja valtion lehdistölle maksamina tukina. (ks. emt. 160-1, 183-190)

Median keskeistä merkitystä demokraattisen korporatistien mallin maissa selittää osaltaan myös valistuksen aatteen vahva vaikutus. Sen myötä lukutaito omaksuttiin suurilta osin Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa ja Islannissa osin jo ennen 1800-lukua. Siihen vaikutti teollistumisen käynnistyminen ja markkinajärjestelmän kasvu. Kun kansa halusi tietää asioista yhä enemmän, muodostui sanomalehtien perustamiselle kysyntää ja kustannustoiminta muuttui nopeasti taloudellisesti kannattavaksi. Erityisen suosituiksi nousivat paikallislehdet, joiden menestys on ollut leimallista Pohjoismailla vielä myöhemminkin. Myös poliittiset lehdet ovat olleet täällä luettuja ja nekin ovat osaltaan tukeneet yhteiskunnan moniäänisyyttä. Tosin myöhemmin kaupallisten sanomalehtien merkitys on ajanut niiden ohitse. (ks. emt. 148-154, 158-160)

Pohjois-Euroopan maat ovat toimineet pioneereina myös lehdistön vapaudelle. Ruotsi oli ensimmäinen maa maailmassa, joka otti käyttöön julkisuuden ja lehdistön vapauden periaatteet jo 1700-luvun loppupuolella. Sen lisäksi demokraattisen korporatistien mallin maissa on haluttu sopia media-alan yhteisistä pelisäännöistä. Useimmissa malliin kuuluvissa maissa on median toimintaa säänteleviä elimiä, jotka eivät kuitenkaan ole valtion ohjauksessa. Hallin ja Mancini pitävät niiden

olemassaoloa yhtenä esimerkkinä siitä, miten maissa on haluttu jakaa valtaa ylhäältä alaspäin, valtiolta kansalaisyhteiskunnalle. (emt. 146-7, 163-4, 173)

Suomessa hyvän journalistisen tavan noudattamista ja sanan- ja ilmaisunvapauden toteutumista seuraa Julkisen sanan neuvosto (JSN), jonka jäsenet koostuvat alan ammattilaisista, tutkijoista ja yleisön edustajista. Neuvostoon ovat printtimedian lisäksi kuuluneet jo 1960-luvun loppupuolelta lähtien myös sähköiset välineet, radio ja televisio.¹⁴

Myös ammatillinen järjestäytyminen on ollut media-alalla aktiivista demokraattisen korporatistimallin maissa. Høyer ja Lorentzen [1977] tulkitsevat Hallinin & Mancinin mukaan, että sanomalehtien korkeat levikkiluvut edesauttoivat osaltaan myös journalismiprofession syntyä, kun hyvää tulosta tehneet lehdet pystyivät maksamaan toimittajilleen kunnollista palkkaa, ja journalistin työtä voitiin näin tehdä päätoimisesti. Pohjoismaissa journalistit järjestäytyivät jo varhaisessa vaiheessa ja täällä perustettiin myös ensimmäiset alan ammattiliitot, joista Suomen Sanomalehtimiesten Liitto (SSL) sai alkunsa vuonna 1921.¹⁵ Liittoihin kuuluvien journalistien määrä on edelleen prosentuaalisesti korkea, vaikka esimerkiksi Suomen Journalistiliiton jäsenmäärät ovatkin olleet viimeiset pari vuotta laskussa.¹⁶ Osaltaan journalismin muotoutumista ammattiprofessioksi on myös edesauttanut alan koulutus, joka tosin useissa mallin maissa vakiintui vasta ammatillisen järjestäytymisen jälkeen. Pohjoismaista ensimmäisenä korkeakoulutasoinen toimittajakoulutus aloitettiin Suomessa Kansalaiskorkeakoulussa vuonna 1925 (Pietilä K. 2012, 193-194). Myös journalistien autonomisuus on korkean koulutuksen ja ammatillisen järjestäytymisen ohella tyypillistä demokraattisen korporatistimallille. Median murroksesta huolimatta journalistit kokevat edelleen olevansa itsenäisiä ja riippumattomia työnsä harjoittamisessa esimerkiksi esimiehiinsä nähden. (Hallin & Mancini 2004, 170-174)

Pääsääntöisesti valtion tehtävänä on demokraattisessa korporatistimallissa ollut median osalta luoda suotuisat edellytykset sen toiminnalle. Valtion rooli on kuitenkin ollut erilainen lehdistön ja sähköisen median suhteen. Kun printtimedian puolella yksityisomistukselle perustuneet markkinat ovat ensisijaisesti olleet vapaat, yleisradiotoiminnan vaikutusta yhteiskuntaan on pidetty sen sijaan liian suurena, jotta se voitaisiin jättää pelkästään yksityisten toimijoiden hoidettavaksi. Sen vuoksi yleisradiotoimintaa on tullut harjoittaa yleistä etua edustavan valtion ohjauksessa. Tämä on johtanut siihen, että valtio kontrolloi yleisradiotoimintaa voimakkaasti monissa mallin maissa vielä 1990-luvulle saakka ja kaupallinen lähetystoiminta aloitettiin verraten myöhään, kuten myös meillä. Julkisen palvelun yleisradiotoimintaan valtiot ovat olleet erityisen sitoutuneita: yhtiöiden talous on turvattu valtion toimesta ja vain pieni osuus niiden tuloista on muodostunut mainosrahoituksesta.

¹⁴ Luettelo JSN:n jäsenistä ja lisätietoa neuvoston toimintatavoista ks. <http://www.jsn.fi>

¹⁵ Sanomalehtimiesten liiton nimi muutettiin vuonna 1992 Suomen journalistiliitoksi. Ks. <http://www.journalistiliitto.fi/liitto/historia/>

¹⁶ SJL:n jäsenmäärien kehitys vuosina 1925-2014. Saatavilla: <http://www.journalistiliitto.fi/liitto/tietoa-jasenistamme/jasentilastoja/jasenmaaran-kehitys/>

Yhtiöiden toiminnassa on painotettu viihdearvon sijaan julkisen palvelun tehtävää ja samalla on haluttu varmistaa, että yhteiskunnan eri toimijat ovat niiden kautta saaneet äänensä tasapuolisesti kuuluviin. Tämä on tapahtunut muun muassa antamalla poliittisille toimijoille merkittävän roolin julkisen yleisradiotoiminnan hallinnoimisessa. Sen sijaan journalistien rooli on ollut autonominen, eikä politiikka ole päässyt vaikuttamaan itse lähetystoimintaan. (emt. 164-166)

Suomi on monella tapaa demokraattisen korporatismiin mallimaa. Siihen kiinteästi kuuluva, erilaisia yhteiskunnallisia ryhmiä ja puolueita koskeva tasapuolisuuden vaatimus ja konsensusajattelu ovat leimallisia myös omalle yhteiskunnallemme. Demokraattisen korporatismiin periaatteen mukaisesti meilläkin on perinteisesti ajateltu, että asioiden järjestämiseksi yhteiskunnassa tarvitaan kollektiivista sopimisen mekanismia, jolla yhteinen etu saavutetaan. Keskenään ristiriitaiset näkemykset eivät ole aiheuttaneet ylitsepääsemättömiä ongelmia, sillä asioista yhteisesti sopimista on pidetty tärkeämpänä kuin kunkin osapuolen yksittäistä mielipidettä. Tätä kautta on myös uskottu päästävän parempaan lopputulokseen. Tämä yhdessä sopimisen perinne on ulottunut meillä eri aloille aina politiikasta talouteen, työmarkkinoihin ja myös mediaan. Esimerkiksi Yleisradion perustamisesta sovittiin aikanaan yhteisesti eri yhteiskunnallisten ryhmien kesken ja sen toiminnasta, rahoituksesta ja tehtävistä on myöhemminkin neuvoteltu julkisesti punniten sitä, mitä lisäarvoa julkinen palvelu voi yhteiskunnalle tuottaa ja mikä sen rooli meillä on. Lisäksi valtio on meillä halunnut turvata julkisen palvelun yleisradiotoiminnan sekä sen rahoituksen että tehtävien osalta.

Yhdessä sopimisen tavassa on kuitenkin ollut havaittavissa murtumisen merkkejä eri puolilla yhteiskuntaa. Pyrkimys yhteisen edun tavoitteluun on ollut viime aikoina koetuksella muun muassa hallituksen jo viime kesänä aloittamissa, ensin yhteiskuntasopimusneuvotteluiksi ja myöhemmin kilpailukyky sopimukseksi nimetyissä työmarkkinaneuvotteluissa, jotka ovat kokeneet kuukausien aikana monta takaiskua eikä niissä tätä kirjoittaessa ole vielääkään päästy maaliin saakka. Kun sopua neuvotteluissa ei ole tahtonut löytyä, on useampi taho uhannut jättäytyä kokonaan sopimuksen ulkopuolelle. Tämä sotii suomalaisen demokraattisen korporatismiin ja konsensusdemokratian periaatteita vastaan, kun yhdessä sopimista ei enää koeta niin tärkeäksi, että se erimielisyyksistä huolimatta ajaisi osapuolten omien intressien ohitse. Samaan tapaan Ylen rahoitus ja sen tehtävät ovat tuntuneet olleen viime vuodet jatkuvassa selvitystilassa, vaikka yksituumaisia poliittisia päätöksiä niiden osalta onkin tähän saakka saatu tehtyä. Kaikkia osapuolia ne eivät kuitenkaan ole tyydyttäneet, ja siksi keskustelu Ylen roolista suomalaisessa mediakentässä ja koko yhteiskunnassa on jatkunut kiivaana. Yleä koskeva keskustelu voidaan myös liittää laajempaan, median yhteiskunnallista merkitystä arvioivaan prosessiin. Medialla ei meillä enää ole sellaista kansakunnallista arvoa, joka sillä joukkoviestinnän syntyvaiheiden aikaan reilut sata vuotta sitten oli. Sitä tarkastelen seuraavaksi lähemmin.

2.2. Joukkoviestinnän synty Suomessa: sanomalehdistöstä Yleisradioon ja kaupalliseen yleisradiotoimintaan

Since the introduction of radio in the 1920's, a dominant, politically regulated, public service broadcaster (PSB) has been a key feature of the Nordic media systems. (Ohlsson 2015, 20)

Valistuksen aatteella ja sitä myöhemmin seuranneella kansallisuusaatteella on ollut suuri vaikutus joukkoviestinnän syntyyn Suomessa. Se on osaltaan myös syynä siihen, että media on jakanut meillä saman julkisen palvelun eetoksen huolimatta siitä, onko se ollut yksityisesti omistettua vai valtion hallinnoimaa. Esimerkiksi suomenkielisen lehdistön tavoitteena oli sen ensiaskelista, 1700-luvun lopulta lähtien sivistää kansaa ja osallistaa se mukaan yhteiskunnan toimintaan. Sitä mukaa kun kansa oppi lukemaan, sanomalehtien kysyntäkin kasvoi. Jo 1800-luvun puolivälissä sanomalehdet osallistuivat kansallisuusaatteen siivittämisen, uudenlaisen kansalaisyhteiskunnan rakentamiseen. Kansalaisten alkaessa kokoontua yhteen erilaisten aatteiden ympärille sanomalehdistä tuli väline saada kansalaiset liikkeelle kunkin aatteen puolesta. Samalla tavalla 1900-luvun alun poliittiset suuntaukset, kuten nationalismi, sosialismi ja liberalismi kiihdyttivät sanomalehdistön kasvua ja lehdistö laajeni yhtäaikaaisesti puoluejärjestelmän rakentuessa maahan. Itsenäistymisen myötä lehdistön rooli puolueiden äänenkannattajana vahvistui entisestään, ja aina 1930-luvulle saakka Suomessa elettiinkin puoluelehtien kulta-aikaa. (Salokangas 1999, 79-84)

Myös paikallislehtien määrä on meillä ollut alunperinkin runsas, ja 1950-luvulla niiden määrä ylitti jo puoluesidonnaisten sanomalehtien lukumäärän. Lehden poliittinen kanta lakkasi hiljalleen olemasta sen lukijoille ensisijainen syy lehtitilaukseen, ja poliittisten lehtien merkitys alkoi hiipua. Kun puoluelehtien tiukka poliittinen linja ei enää tavoittanut laajaa lukijakuntaa, useimmat niistä pienuivat niin sanotuiksi kakkoslehdiksi yleissanomalehtien syrjäyttäessä ne johtavasta markkina-asemastaan. 1990-luvulle tultaessa puolueiden pää-äänenkannattajien osuus sanomalehtien kokonaislevikistä oli enää vain viidennes, kun se vielä parikymmentä vuotta aiemmin oli ollut siitä puolet. Sanomalehtien vahva poliittinen menneisyys näkyy tänä päivänä siinä, että vaikka suurin osa Suomessa julkaistavista sanomalehdistä on nykyään itsenäisiä, miltei kaikilla niistä on poliittinen tausta. (Salokangas 1999, 85-89, 97-98)

Sanomalehdistön asema suomalaisessa mediakentässä on edelleen vahva ja taloudelliselta volyymitään se on maan joukkoviestintämarkkinoiden suurin yksittäinen media.

Sanomalehtitarjonta on meillä runsasta: valtakunnallisia, maakunnallisia, alueellisia ja paikallisia sanomalehtiä ilmestyy Suomessa lähes 200. Lehtien levikit, lukijamäärät ja tavoitavuus ovat korkeita myös kansainvälisesti mitattuna.¹⁷ (Jyrkiäinen 2012, 67)

¹⁷ Ajantasaisin tieto Suomessa julkaistavien sanomalehtien levikeistä on saatavissa Media Audit Finlandin levikkitilastosta. Saatavilla: <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2016/05/LTtilasto2015.pdf>

Esimerkiksi vertailtaessa Suomen, Ruotsin, Norjan ja Tanskan suurimpien sanomalehtien levikkejä, Suomi erottuu selvästi joukosta. Vuonna 2013 laajin levikki näiden neljän maan sanomalehdistä oli Helsingin Sanomilla, yli 313 000 kappaletta. Kakkoseksi yltävä norjalainen Aftenposten jäi aamupainoksen levikillään miltei 100 000 kappaletta kauemmas, reiluun 214 000 kappaleeseen. Vielä kauemmaksi jäivät Ruotsin (Göteborgs-Posten, 190 700 kpl) ja Tanskan (Politiken 88 597 kpl) suurimpien sanomalehtien levikit.

Eniten sanomalehtiä julkaistiin Suomessa vuosina 1985–1990. Sen jälkeen tullut lama kuitenkin leikkasi miltei kaikkien lehtien levikkiä pienemmäksi tilausmäärien laskiessa ja lehtiomistuksen muuttuessa yhä keskitetyimmäksi. Miltei samoista syistä lehtien levikit ovat laskussa tälläkin hetkellä. (Salokangas 1999, 100-102)

Valtion rooli suhteessa printtimediaan on meillä ollut maltillinen, kuten demokraattiseen korporatismiin kuuluukin. Markkinoiden mekanismeja on säädelty verotuksen lisäksi lehdistötuen kautta, jota Suomessa ryhdyttiin myöntämään 1970-luvun alusta lehdistön toimintaedellytysten parantamiseksi. Sen avulla on haluttu vahvistaa lehdistön moniäänisyyttä tukemalla muun muassa puolue-, kulttuuri- ja mielipidelehtiä. 1960- ja 70-luvuilla lehdistötuen avulla onnistuttiinkin pelastamaan useampia talousvaikeuksien kanssa kamppailevia puoluelehtiä. (Jyrkiäinen 2012, 72-73) Tuen merkitys on kuitenkin viime vuosina romahtanut ja sitä on maksettu vuosittain enää vain puoli miljoonaa euroa. Nykyisin se on suunnattu valtakunnallisilla vähemmistökielillä julkaistaville sanomalehdille, niitä vastaaville verkkojulkaisuille sekä ruotsinkieliseen uutispalveluun.¹⁸

Myös yleisradiotoiminnan aloittaminen sai alkunsa sanomalehtien tapaan kansansivistykselliseltä pohjalta. Radion ajateltiin olevan hyvä väline valistuksen levittämiseksi 1920-luvun Suomessa. Lehdistökin kiinnostui radion tuomista mahdollisuuksista ja se päätyi olemaan vahvasti mukana Yleisradion perustamisessa. Ensimmäiset linjaukset yleisradiotoiminnan aloittamisesta tehtiin väliaikaisessa yhteiskomiteassa, jonka ehdotukset linjasivat pitkälle Yleisradion perustamista. Myös lehdistöllä oli vankka edustus toimikunnassa ja sen lisäksi siihen kuului jäseniä muun muassa sanomalehtien omistamasta Suomen Tietotoimistosta. Suomen Sanomalehtimiesten sekä Sanomalehdenkustantajain liitot olivat mukana myös valtioneuvostolle vuonna 1925 jätetyssä anomuksessa Suomen Yleisradion yhtiöjärjestyksen vahvistamisesta. Lisäksi yhtiön ensimmäisten osakkeenomistajien joukkoon kuului muun muassa Sanoma Osakeyhtiö ja muita kustannusalan toimijoita.

¹⁸ Suomen virallinen tilasto (SVT): Joukkoviestintä [verkkojulkaisu]. ISSN=2323-6329. Taulukko: Valtion tuki sanomalehdistölle. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu 26.5.2015]. Saantitapa: http://pxweb2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0001.htm Ks. myös Liikenne- ja viestintäministeriön tiedote 30.1.2015. Saatavilla: <http://www.lvm.fi/-/vuoden-2015-lehdistotuki-haettavana-750263>

Yleisradion perustamiskokous pidettiin keväällä 1926 ja lähetykset aloitettiin jo saman vuoden syksyllä. Valtion rooli yleisradiotoiminnassa on meillä ollut alusta asti huomattavasti merkittävämpi kuin printtimedian osalta. Ilman valtion ohjausta ja sääntelyä radion pelättiin tulevan valjastetuksi pelkästään liiketoiminnalliseen käyttöön ja siksi sitä harjoittavalle yleisradioyhtiölle haluttiin monopolioikeus. Samalla sen talouden katsottiin olevan paremmin turvattavissa. Tehtyjen linjausten mukaan radiota ei saisi käyttää "yksityisiin taloudellisiin tarkoituksiin" ja yleisradioyhtiön tulisi pysytellä poliittisen elämän ulkopuolella. Yleisradion valistustehtävä konkretisoitui sen radio-ohjelmistossa, jonka päämääränä oli "-- kansansivistyksen edistäminen, hyödyllisten tiedonantojen toimittaminen -- sekä yleensä sivistyskeskuksiin kerääntyneen tiedon ja taiteen levittäminen kansamme laajoille piireille". (Lyytinen 1996, 16-23)

Alkuvuotensa Yleisradio toimi yksityisenä yhtiönä, joka vastasi pelkästään ohjelmien teosta valtion huolehtiessa lähetyksensä ja muun laitteiston hankinnasta, rakentamisesta ja ylläpidosta. Ohjelma- ja tekninen toiminta yhdistettiin saman yhtiön hoidettavaksi vuonna 1934. Valtio luovutti yleisradioasemat uudestaan muodostettavalle yleisradioyhtiölle, jonka pääomistajaksi se samalla siirtyi. Näin pääasiassa kulttuuri- ja talouselämän yhdistysten ja järjestöjen perustama, pelkkänä ohjelmayhtiönä taipaleensa aloittanut Yleisradio siirtyi "täyden palvelun taloksi" valtioenemmistöisessä omistuksessa. (Lyytinen 1996, 85-88)

Tekniikan kehityksen myötä radion rinnalle kiri myös televisio. Yleisradio oli saanut jo vuosien 1954–1958 toimiluvan yhteydessä oikeuden myös "näköradiotoimintaan", mutta uuden välineen käyttöönottoon oli suhtauduttu vastahakoisesti lähinnä kustannussyistä. Niinpä kaupallinen toimija, Tesvisio (myöhemmin TES-TV), ennätti aloittamaan säännölliset tv-lähetykset ensimmäisenä Suomessa vuonna 1956. Yleisradiossa kalliin televisio toiminnan aloittaminen aiheutti päänvaivaa muun muassa siksi, että sen kustannuksia jouduttaisiin mahdollisesti kattamaan Tesvision tapaan mainostuloilla. Ongelma ratkaistiin perustamalla erillinen mainosyhtiö, Oy Mainos-TV Reklam Ab (myöhemmin MTV), joka ryhtyi myymään Yleisradion vuokraamaa ohjelma-aikaa. Mainos-TV:n toiminta oli rajattua, eikä sillä saanut olla omia uutis- tai ajankohtaisohjelmia. Itse mainokset sijoittuivat erillisinä jaksoina ohjelma-ajan sisälle. Säännölliset TV-lähetykset Yleisradio aloitti vuoden 1958 alussa. (Salokangas 1996, 15, 115-119)

Televisio osoittautui kansan keskuudessa ennako-odotuksia suosittumaksi ja jo vuonna 1965 sen osalta siirryttiin Suomessa kahden kanavan järjestelmään, kun Yleisradio hankki Tesvision ja sen sisarkanavan Tamvision omistukseensa. Varhaista suomalaista televisiota leimasi se, että suuri osa ohjelmistosta oli kaupallisesti rahoitettua ja televisio-ohjelmaa oli tarjolla runsain mitoin. Salokankaan (1996) mukaan juuri kanavakilpailun johdosta suomalaisesta televisiosta tuli kaupallisempi ja viihdepitoisempi kuin muissa Pohjoismaissa. (Salokangas 1996, 121-123, 146-148)

Sanomalehdet pääsivät meillä mukaan sähköiseen mediaan kaapelitelevisiojärjestelmän kautta 1970-luvulla. Omaa, laajempaa ohjelmatuotantoa kaapelitelevisioon ei kuitenkaan saatu silloin luotua, vaan useimmista kaapelijärjestelmistä tuli aluksi pelkkiä satelliittikanavien ja maksutelevision välitysjärjestelmiä. (Jyrkiäinen 2012, 89-90) Toinen merkittävä askel sähköisen median puolelle lehdistöstä otettiin vuoden 1985 jälkeen, jolloin yksityinen paikallisradiotoiminta aloitettiin paikallislehdistön myötävaikutuksella. Se haastoi vahvasti Yleisradion aluetoiminnan, jota vahvistettiin yhdistämällä yksittäisten paikkakuntien ympärille syntyneitä alue- ja paikallisohjelmia maakunnallisiksi ohjelmakokonaisuuksiksi. Vuonna 1990 Yleisradiossa tapahtuneen "suuren kanavauudistuksen" myötä radioon muodostettiin kolme kohderyhmien ja ohjelmatyyppien mukaan jaoteltua kanavaa. Radiota ryhdyttiin siis profiloimaan kunkin kanavan kohderyhmän mukaan ja samalla siirryttiin niin sanottuun lähetyvirtaradioon. Muutosta on kuvattu merkittävimmäksi radiouudistukseksi radiotoiminnan aloittamisen jälkeen.¹⁹ (Salokangas 1996, 364-368)

Myös television puolella kuohui. Yleisradion monopoli television ainoana uutistoimijana päättyi, kun MTV sai pitkällisten neuvottelujen jälkeen luvan aloittaa omat uutislähetysensä vuonna 1981. Niitä oli vastustettu pitkään, sillä uutis- ja ajankohtaistoimintaa pidettiin eräänlaisena politiikan välineenä, jonka katsottiin kaupallisen televisiotoimijan harjoittamana saattavan johtaa siihen, " '--- ettei mikään estä puoluepoliittista linjaa pyrkimästä mukaan MTV:n toimintaan' ". Uutisten lisäksi MTV oli tavoitellut alusta saakka omaa kanavaa ja toimilupaa, mutta näille ajatuksille Yleisradiossa oli lämmenty vielä vähemmän. Kaapeliverkoissa leviävät satelliittilähetykset kiristivät kuitenkin kilpailutilannetta myös television puolella ja vastaiskuksi sille Yleisradio, MTV ja Nokia perustivat kaupallisen Kolmoskanavan vuonna 1986. Se toimi Yleisradion verkossa ja sen toimiluvalla. (Salokangas 1996, 317-321)

MTV sai pian hankittua Kolmoskanavan kokonaan omaan omistukseensa ja vuonna 1993 se sai viimein myös oman valtakunnallisen toimiluvan kaupallisen televisiotoiminnan harjoittamiseen. Sen ohjelmat siirtyivät kokonaan kolmosverkkoon TV1- ja TV2-kanavien jäädessä Yleisradion hallintaan. Yhtiön monopoliasema murtui näin myös television puolella. Muutosten myötä julkisen palvelun asemaa sähköisessä viestinnässä haluttiin vahvistaa ja yleisradiolain valmistelu aloitettiin. Muualla Länsi-Euroopassa julkisen palvelun yleisradiotoiminta olikin jo lailla säädettyä ja laki Yleisradiosta tuli meillä voimaan vuoden 1994 alusta. Sen myötä julkisen palvelu käsite vahvistui ja Yleisradion autonomia lisääntyi, kun se ei ollut enää riippuvainen kausittain myönnettävistä toimiluvista ja sen asemaa koskevista muutoksista tuli lain mukaan päättää eduskunnassa. (Salokangas 1996, 407-9 ja 428-431)

¹⁹ Yksityiskohtaisemmin radion kanavauudistuksesta ks. esim. Salokangas 1996, 375-388.

Vain pari vuotta myöhemmin suomalaisessa mediamaisemassa koitti jälleen uusi aika, kun Aamulehti yhdistyi MTV:n kanssa vuonna 1997. Sen myötä sanomalehti, radio (ensimmäinen valtakunnallinen mainosradiokanava Radio Nova) ja televisio alkoivat toimia ensimmäistä kertaa samassa mediayhtiössä. Samana vuonna maahan saatiin myös toinen kaupallinen televisiokanava, kun Sanoma perusti Nelosen. 1980-luvun puolivälistä lähtien suuret sanomalehtikustantamot ovatkin muuttuneet yhden lehtituotteen kustannus- ja painoalan yrityksistä monimediakonserneiksi. Samalla sanomalehtien julkaiseminen on siirtynyt enemmän lehtiketjuihin, jotka julkaisevat vähintään kahta tilattavaa tai irtonumerona myytävää sanomalehteä. Vuonna 2010 lehtiketjujen osuus 4-7-päiväisten sanomalehtien levikeistä oli hieman yli 90 prosenttia. Suurimmat ketjuista ovat Sanoma News ja Alma Media, jotka ovat myös maan suurimpia kaupallisia mediayrityksiä. (Jyrkiäinen 2012, 89-91)

Muutokset jatkuivat myös Ylen osalta, kun Yle yhtiöitti vuonna 1999 jakelutekniikkansa omaksi tytäryhtiökseen, Digitaksi.²⁰ Muutamaa vuotta myöhemmin Digita myytiin lopulta kokonaan ranskalaisomistukseen. Kauppa oli merkittävä muutos Ylen siihenastiseen rooliin lähetyksen ylläpitäjänä, mikä oli ollut myös yksi peruste kaupallisten yleisradioyhtiöiden Ylelle maksamaan julkisen palvelun maksuun. Käytännössä muut toimijat olivat maksaneet Ylelle sen omistaman, rakentaman ja ylläpitämän lähetyksen käytöstä. (Hellman 1999, 181) Kauppa herätti aikanaan paljon närää kaupallisessa mediassa ja sitä on kritisoitu vielä myöhemminkin etenkin jakeluverkon nykyisen, kansainvälisen omistajan tv-lähetysten jakelusta perimien maksujen suuruuden vuoksi.²¹

Digitan myynnillä valmistauduttiin tv-lähetysten digitalisoinnin aiheuttamiin kustannuksiin ja maanpäällisten, digitaalisten tv-verkkojen rakentamisesta tehtiinkin päätös vuosituhaten alussa. Analogisista lähetyksistä luovuttiin radiossa ja televisiossa vuonna 2007.²² Digitalisointi on mahdollistanut suomalaisen sähköisen mediamaiseman huomattavan laajenemisen. Tällä hetkellä yksistään Ylellä on neljä televisiokanavaa (TV1, TV2, Yle Teema ja Yle FST), joista on tarjolla myös teräväpiirto- eli HD-kanavat. Radion puolella sillä on kuusi perinteistä radiokanavaa (Yle Radio Suomi sekä sen taajuuksilla toimivat 25 maakuntaradiota, Yle Radio 1, YleX, Yle Puhe, Yle Radio Vega ja Yle X3M) sekä neljä nettiradiota. Kaupallisia televisiokanavia toimii Suomessa antenniverkossa viitisenkymmentä, joista osa on maksullisia ja osa vapaasti vastaanotettavia. Suurimmat kaupallista televisiotoimintaa harjoittavat toimijat ovat tällä hetkellä ruotsalaisen kustannusyhtiö Bonnierin omistama MTV Oy sekä Sanoma-konserniin kuuluva Nelonen Media (Wiio & Uronen 2012, 155). Kaupallisradiotoimintaan myönnettyjä lupia on puolestaan yhteensä

²⁰ Yle 31.12.1998 Digita valmis aloittamaan. Saatavilla: <http://avoinyyle.fi/www/kuvat/Tiedotteet1998.pdf>

²¹ Asiaa käsiteltiin esimerkiksi Helsingin Sanomissa 17.8.2014 ilmestyneessä, Jyri Hännisen ja Tuomo Pietiläisen artikkelissa Suomen tv-verkosta tuli ulkomaisten sijoittajien rahasampo. Saatavilla: <http://www.hs.fi/sunnuntai/a1408086091307>

²² Digita: Digitaalisen television kehitysvaiheet Suomessa. Saatavilla: http://www.digita.fi/kuluttajille/tv/tv_ohjeet_ja_tietopankki/kehitysvaiheet

hieman alle sata, joista kymmenkunta on tarkoitettu valtakunnalliseen tai osavaltakunnalliseen lähetystoimintaan ja loput alueelliseen tai paikalliseen toimintaan.²³

Digitalisoitumisen myötä internet ja sosiaalinen media ovat nousseet yhä suurempaan rooliin yhtenä sekä julkisen palvelun median että kaupallisen median välineenä. Sanomalehdet ovat laajentaneet uutistarjontaansa verkkoon ja suurin osa meillä ilmestyvistä sanomalehdistä on luettavissa digiversiona. Myös Yle on panostanut viime vuosina mobiili- ja verkkopalveluihinsa kehittämällä uutispalveluita esimerkiksi älypuhelimille (Uutisvahti-sovellus²⁴) ja laajentamalla sen radio- ja televisio-ohjelmia tarjoavan verkkoalustan, Yle Areenan²⁵, valikoimaa. Yle.fi -sivusto tarjoaa puolestaan runsaasti sekä valtakunnallisia että alueellisia uutisia. Myös sosiaalisen median käyttö yhtenä Ylen julkaisuvälineenä on lisääntynyt huomattavasti ja yhtiö toimii aktiivisesti niin Facebookissa, Twitterissä kuin Instagrammissa. Uusien alustojen käyttö on ollut innovatiivista, josta esimerkkinä voidaan pitää esimerkiksi syksyllä 2015 toimintansa aloittanutta Yle Folk – palvelua, joka rahoittaa kansalaisten tekemiä videoita ja julkaisee niitä verkkosivuillaan.²⁶

Joukkoviestinnän kehittyminen julkisen palvelun median ja kaupallisen median osalta on siis tapahtunut Suomessa rinta rinnan. Kuten aiemmin olen todennut, sanomalehdistön edustajat olivat aktiivisesti mukana Yleisradion perustamisessa sekä osallistumalla sen toiminnan linjaamiseen että uuden yhtiön osakkeenomistajina. Myös Yleisradion uutistoiminta hoidettiin pitkään lehdistön avustuksella. Sanomalehtien omistaman Suomen Tietotoimiston, STT:n uutiset kattoivat koko Yleisradion uutistarjonnan aina vuoteen 1965 saakka, jolloin Yleisradiossa aloitettiin oma uutistoiminta (Salokangas 1996, 148).

Kaupallisella medially on ollut merkittävä rooli myös julkisen palvelun yleisradiotoiminnan talouden turvaajana. MTV perustettiin aikanaan rahoittamaan Yleisradion televisiotoimintaa ja sen lisäksi yhtiö sai toimilupamaksuja myös muilta kaupallisilta tv-toimijoilta kuten Kolmostelevisiolta ja Ruutuneloselta (myöhemmin MTV:ltä ja Neloselta). MTV:n kanssa tehty yhteistyö oli pitkään muutenkin tiivistä, sillä jopa yhtiöiden ohjelmistot suunniteltiin rinta rinnan. Kun Yleisradio keskittyi ohjelmistossaan perinteisiin julkisen palvelun yhtiön velvoitteisiin, MTV houkutteli katsojia kaupalliselle kanavalle tyypillisemmällä tarjonnalla. Kaupallista televisiota ei pidetty Yleisradion kilpailijana, vaikka kisa katsojista rasittikin yhtiöiden välejä. Päinvastoin niiden kumppanuus, Yleisradion ja MTV:n muodostama duopoli, piti muut kilpailijat poissa kansallisilta tv-markkinoilta aina 1990-luvun alkuun saakka. (Hellman 1999, 1-4, 181)

²³ Liikenne- ja viestintäministeriö: Matkaviestimet, televisio ja radio. Saatavilla: <http://lvm.navigo.fi/matkaviestimet-radio-televisio>. Alkuperäinen verkkosivu on poistettu ministeriön sivuilta, mutta oikeisen linkin kautta sivu on edelleen luettavissa.

²⁴ Lisätietoa Uutisvahti-palvelusta ks. <http://yle.fi/uutisvahti/>

²⁵ Yle Areena toimii osoitteessa <http://areena.yle.fi/tv>

²⁶ Lisätietoa Yle Folk –palvelusta ks. <http://folk.yle.fi>

Samaan aikaan julkisen palvelun median ja kaupallisen median välillä on niiden toiminnan alusta lähtien ollut jännitteitä. Ennen kuin Yleisradio aloitti toimintansa, lehdistö oli vastannut käytännössä yksin koko kansan uutisvälityksestä. Radion pelättiin nopeana välineenä syrjäyttävän sanomalehdet kokonaan ja Yleisradiota pidettiin vakavana kilpailijana lehdistölle.

Yleisradiotoiminnan aloittaminen koettiin myös valtion puuttumisena uutisvälitykseen.

Myöhempinä vuosina, kun lehdistö yritti päästä mukaan televisiotoimintaan, Sanoma tavoitteli useampaan otteeseen omistukseensa sekä MTV:tä että Kolmoskanavaa yrittäen samalla horjuttaa Yleisradion ja MTV:n duopolia. (ks. esimerkiksi Lyytinen 1996, 21, 91, 398-403)

Ristiriidoistaan huolimatta julkisen palvelun media ja kaupallinen media ovat toteuttaneet meillä pitkälle samaa roolia kansan sivistäjänä ja tiedonvälittäjänä. Molempien toiminnan kulmakiviin on kuulunut objektiivisuuden vaaliminen ja yhteiskunnallisesti merkittävän informaation levittäminen. Tahoillaan ne kummatkin ovat siis toteuttaneet julkisen palvelun eetosta. Tarve vahvalle julkisen palvelun yleisradiotoiminnalle on tunnustettu yhteiskunnassa yleisesti ja siten julkinen palvelu on koettu asiaksi, jolla on tietynlaista itseisarvoa. Myös alan kaupallisten toimijoiden on katsottu tarpeelliseksi osallistua sen tuottamiseen muun muassa vaatimalla niiltä uutis- ja ajankohtaisohjelmia. Julkisen palvelun yleisradiotoiminnan, sanomalehdistön ja muiden kaupallisten mediatoimijoiden on katsottu yhdessä takaavan suomalaisen mediamaiseman monipuolisuuden. Ne ovat kirittäneet toinen toisiaan ja parantaneet siten journalismin laatua. Lisäksi Yleisradion toiminnasta, kuten muistakin yhteiskunnallista asioista, on meillä sovittu yhteisesti ja kaupalliset media-alan toimijat on otettu mukaan Yleä koskevaan päätöksentekoon muun muassa pyytämällä niiltä lausuntoja esimerkiksi Yle-lakia valmisteltaessa. Muutoksiakin järjestelmään on tehty: sekä radio- että televisiotoiminta on avattu myös kaupallisille toimijoille, Yleisradion monopoli alalla on purettu ja kaupallisten yleisradiotoimijoiden Ylelle maksamat toimilupamaksut on poistettu.

Muinainen pelko Yleisradion monopoliasemasta mediamarkkinoilla on kuitenkin herännyt uudestaan. Samalla valtion rooli julkisen palvelun yleisradiotoiminnan turvaajana on haastettu voimakkaasti markkinoiden noustessa yhä keskeisempään asemaan yhteiskunnan toiminnassa. Tähän saakka konsensukseen Yleisradion asemasta suomalaisessa yhteiskunnassa on päättäjien keskuudessa päästy, mutta nähtäväksi jää, löytyykö samankaltaista yksimielisyyttä enää jatkossa. Ratkaisevaa on, jatkuuko yhteisen sopimisen perinne media-alalla vai siirtyvätkö kilpailu ja keskinäiset konfliktit määrittämään mediamaisemaa entistä enemmän. Nieminen ja Nordenstreng (2012) katsovat, että mediaa ei tarkastella meillä enää yhteiskunnallisena seikkana, vaan "tapauskohtaisesti ja pragmaattisesti". Alan toimijat myös harjoittavat enenevässä määrin sekä kansallista että kansainvälistä painostusta meillä tehtävää viestintäpolitiikkaa kohtaan. (Nieminen & Nordenstreng 2012, 331-332). Selvimmin media-alan yhteisen toimintakulttuurin on viime aikoina haastanut median murros. Se on asettanut sekä julkisen palvelun yleisradiolle että alan kaupallisille toimijoille uusia haasteita, joita tarkastelen seuraavaksi tarkemmin.

3. Median murroksen vaikutukset kotimaiseen mediaan

Radion välityksellä pääsemme helpoimmin osallisiksi aikamme korkeimmistakin saavutuksista tiedon ja taidon alalla. Radio pystyy tarjoamaan voimme sanoa kaikkein parhainta, mitä koti- ja ulkomailla puhutun sanan tai musiikin alalla on aikaansaatu. Se on poistanut välimatkat kaukaisimpienkin maitten väliltä ja tehnyt kulttuurin ihmiskunnan yhteisomaisuudeksi. (*Neuvoja radiokuuntelijoille*, Yleisradion esitelmäsarjoja esittelevä vihkonen vuodelta 1931, ks. Lyytinen 1996, 34)

85 vuotta sitten radio oli uusinta tekniikkaa, väline, joka yhdisti ihmisiä ja jonka uskottiin tuovan miltei koko maailman kaukaisimpienkin pirttien asukkaiden ulottuville. Samoja sanoja, joilla radiota kuvattiin 1930-luvulla ilmestyneessä Yleisradion ohjelmia esitelleessä vihkosessa, voisi käyttää nyt kerrottaessa siitä, mikä merkitys internetillä on tämän päivän ihmisten elämässä. Mediankäytön välineiden muuttuessa median rooli ihmisten arjessa on kasvanut entisestään. Tässä luvussa käyn läpi median murroksen vaikutuksia julkisen palvelun mediaan ja kaupalliseen mediaan Suomessa. Lisäksi tarkastelen lyhyesti journalismia kohdanneita taloudellisia haasteita ja sen kaupallistumista. Käyn tarkemmin läpi Ylen rahoitusta ja siinä tapahtuneita muutoksia, sillä yksi suurimmista julkista palvelua koskevista kysymyksistä on viime aikoina ollut juuri sen rahoitus.

Median murroksen voidaan katsoa vaikuttaneen julkisen palvelun median ja kaupallisen median suhteeseen meillä vähintäänkin kahdella, toisilleen vastakkaisella tavalla. Yhtäältä se on lähentänyt niitä tuoden osapuolet kilpailemaan yleisöistä samoille alustoille ja osin jopa samoin keinoin kun mediatoimijoita erottaneet välinekohtaiset rajat ovat hälvenneet. Toisaalta median murroksen on nähty myös voimistaneen niiden välisiä eroavaisuuksia, kun Ylen asema ja rahoitus on säilynyt suhteellisen muuttumattomana viime vuosiin saakka kaupallisen median talousahdingon samalla syventyessä.

Mediakentän nopean muutoksen moottorina toimii Ohlssonin (2015) mukaan jatkuvasti kehittyvä teknologia. Se vaikuttaa suoraan niihin tapoihin, joilla vastaanotamme ja yhä enemmän myös jaamme mediasisältöjä. Kun viimeisetkin medioiden väliset raja-aidat kaatuvat, yhdistyvät kansalliset mediamarkkinat yhdeksi markkinapaikaksi, jota hallitsevat monikansalliset yhtiöt kuten Google, Facebook ja Apple. Uuden teknologian ansiosta koko maailma mahtuu yhtäkkiä älypuhelimien näytölle kenen tahansa taskuun. (Ohlsson 2015, 9)

Median digitalisointi eli siirtyminen tietokonepohjaisiin järjestelmiin on edistänyt eri viestintäjärjestelmien teknistä yhdentymistä, konvergenssia. Se on mahdollistanut saman materiaalin kierrättämisen mediasta toiseen vaivattomasti. Tämä saavutettu synergiaetu on puolestaan antanut mediayrityksille uusia mahdollisuuksia kehittää sisältönsä tuotantoa, jakelua ja markkinointia. (Herkman 2009, 37)

Digitalisaatio ja mediakonvergenssi ovat siis kaventaneet eri välineiden välisiä eroja ja osittain jopa poistaneet niitä. Monimediaisen toimintaympäristön myötä eri teknologiat ja sisällöt sekoittuvat toisiinsa yhä enemmän. Erityisesti tämä näkyy siinä, miten verkko on hälventänyt eroa lehdistön ja sähköisen median välillä. Sanomalehtien verkkosivut tarjoavat artikkeleiden ohessa videoklippejä, kun taas pitkät tekstimuotoiset uutiset kuuluvat myös perinteisen sähköisen median toimijan, kuten Ylen tarjontaan verkossa. Median murroksen myötä radio- ja televisiotoimijat ja lehdistö eivät olekaan enää tiukasti omilla sektoreillaan työskenteleviä erillisiä toimijoita. Tämä pätee myös eri mediayhtiöiden välisiin suhteisiin eikä vain esimerkiksi saman konsernin sisällä toimiviin tahoihin. Lowe (2010) nimittää tämänhetkistä tilannetta mediateollisuudessa osuvasti "suureksi sekaannukseksi" (*The Big Blur*), kun mediayritykset yrittävät löytää toimintaansa tasapainoa eri teknologioiden, sisältöjen sekä toiminta- ja rahoitusperiaatteiden sekoittuessa keskenään. (Lowe 2010, 27-28)

Jyrkimpien mielipiteiden mukaan mediakonvergenssi kyseenalaistaa myös koko julkisen palvelun yleisradioyhtiön olemassaolon. Kun median käyttö muuttuu yksilölähtöiseksi ja ei-lineariseksi, ei tarvetta julkisen palvelun medialle enää ole. (Jakubowicz 2010, 134) Aika näyttää, voiko näin radikaalilta kuulostava kuva tulevaisuuden mediamaisemasta käydä toteen esimerkiksi meillä Suomessa.

3.1. Journalismin kaupallistuminen

Median rakenteissa tapahtuneet muutokset näkyvät myös sen lopputuotteessa, journalismissa. Herkmanin (2009) mukaan journalismin moraalinen tehtävä, tiedon välittäminen kansalle, on saanut haastajan median taloudellisista lähtökohdista. Herkman nimittää tätä muutosta median markkinoitumiseksi. Sen myötä yksityisen pörssiomistuksen suhteellinen painoarvo on kasvanut Suomen mediakentässä. Tällä hetkellä Suomen mediamarkkinoita hallitsee ylivoimaisesti Sanoma-konserni.²⁷ (Herkman 2009, 32-38)

Hallinin & Mancinin mukaan median kaupallistuminen Pohjois-Euroopassa alkoi jo 1960- ja 70-luvuilla. Kuten Nieuwenhuis [1992] heidän mukaansa toteaa, media kääntyi jo tuolloin tavoittelemaan mahdollisimman suurta yleisöä eräänlaisena "yleismediana" eikä yleisöä enää nähty niinkään jonkin tietyn sosiaalisen ryhmän jäsenenä, vaan ensisijaisesti yksilönä ja kuluttajana. Samalla journalistinen eetos alkoi vaihtua valistuksen tehtävästä enemmän viihdyttämiseen.

²⁷ Vuonna 2013 Sanomakonsernin liikevaihto oli maan toiseksi suurimpaan alan yritykseen, Yleisradioon verrattuna lähes viisinkertainen ja kolmantena listalla olevaan Bonnieriin verrattuna miltei kuusinkertainen. Ks. Suomen virallinen tilasto (SVT): Joukkoviestintä [verkkajulkaisu]. ISSN=2323-6329. Taulukko: Suurimmat joukkoviestintäyritykset vuoden 2013 liikevaihdon mukaan: Toimialat. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 26.5.2015]. Saantitapa: http://pxweb2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0000.htm

Journalismin huomio kiinnittyi siis hiljalleen siihen, minkä yleisö koki kiinnostavaksi ja pois siitä, minkälaisen tiedon katsottiin olevan yleisölle tarpeen. (ks. Hallin & Mancini 2004, 179-180)

Bardoel & d'Haenens [2008] näkevät asian Lowen mukaan niin, että yksityisesti omistetusta, kaupallisesti johdetusta ja markkinavetoisesta mediasta on tullut yhteiskunnan muutoksen myötä jo normi, josta julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden olemassaolon oikeutus poikkeaa (ks. Lowe 2010, 29).

Tämä näkyy myös käsitteellistämisen tasolla: kaupallistumisen myötä median riippumattomuutta ei välttämättä määritelläkään enää esimerkiksi sen rahoituksen ja omistuksen pohjalta, vaan myös sen suhdetta valtioon voidaan pitää määrittävänä tekijänä sen vapaudelle. Kun juuri julkinen palvelu on aiemmin nähty riippumattomana mediana, käyttää kaupallinen media itsestään enenevässä määrin termiä "vapaa media". Sen taustalla vaikuttaa julkisen palvelun median ja valtion välinen sidos, jonka katsotaan ohjaavan julkisen palvelun median toimintaa. Kaupallinen media tarjoaakin Hujasen (2010) mukaan julkisen palvelun medialle vaihtoehdoisen "riippumattomuuden utopian", joka perustuu vapautteen valtiosta. Sen juuret ovat Pohjois-Amerikassa ja sikäläisessä uusliberaalin mallin mukaan toimivassa kaupallisessa radiossa ja televisiossa, jossa riippumattomuutta perustellaan poliittisella neutraaliudella. Käsitteen tasolla "vapaus" ja riippumattomuus" määrittyvät aina suhteessa johonkin toiseen käsitteeseen eli siihen, mistä jokin asia on vapaa tai riippumaton. Riippuen näkökulmasta, "vapaan median" käsitteellä voidaan siis tarkoittaa joko vapautta markkinavoimista (julkisen palvelun media) tai vaihtoehtoisesti vapautta valtiosta ja sen ohjauksesta (kaupallinen media). (Hujanen 2010, 147-8)

Väitöstutkimuksessaan vapauden eri diskursseja Ylestä käydyssä nettikeskustelussa tarkastelevan Mäntymäen (2006) mukaan vapaus markkinavoimista kytkeytyy perinteiseen laatudiskurssiin, jossa laadun keskeinen kriteeri on nimenomaan julkisen palvelun median ei-kaupallisuus. Kaupallisuus ja ei-kaupallisuus näyttävät siis myös laadun näkökulmasta tarkasteltuna toisilleen vastakkaisina asioina, valtion ja markkinoiden välisenä mittelonä. Yleisradioyhtiöt itse ovat korostaneet autonomisuuttaan suhteessa niihin molempiin. Ne ovat olleet riippumattomia markkinavoimista ja niiden rahoitus ja organisaatiomuoto ovat olleet toisistaan erillisiä asioita. Valtion suhteen ne taas ovat olleet journalistisesti itsenäisiä. (Mäntymäki 2006, 183-184)

Hadenius [2003] muistuttaa Hallinin & Mancinin mukaan, etteivät median markkinointuminen ja liberalistisen journalismikäsitteilyn valtaannousu ole kuitenkaan poistaneet yksityisen median taustalla olevaa ideologiaa (ks. Hallin & Mancini 2004, 177). Suomessakin sitoutumattomat sanomalehdet ovat taustaltaan porvarillisia ja liikevoiton periaate ohjaa kaupallista mediaa, haluttiin sitä myöntää tai ei (Tommila [2001] Herkmanin 2009, 38 mukaan). Myös Lowe toteaa, että "Ilmaista, eli siinä mielessä vapaata mediaa ei kuitenkaan itse asiassa ole olemassa. Kaikella on

hintansa, jonka yleisö eli median kuluttajat joutuvat tavalla tai toisella maksamaan." (Lowe 2010, 32)

On myös selvää, että kaupallisella medialla on oltava kyky tarjota sellaista sisältöä, joka houkuttelee sekä yleisöä että mainostajia (ns. kaksoismarkkinat). Ohlssonin (2015) mukaan yleisön tavoitavuudella onkin ollut kaupalliselle medialle suurempi merkitys kuin julkisen palvelun yleisradioyhtiöille, joiden ei ole tarvinnut välittää niin mainostajista kuin mediataloudessa tapahtuvista muutoksista tai edes niiden kuuntelija- ja katsojaluvuista (Ohlsson 2015, 20).

Jälkimmäistä määrittelyä ei kuitenkaan voida enää tänä päivänä pitää pätevänä. Esimerkiksi Storsul & Syvertsen [2007] katsovat Lowen mukaan, että digitalisaatio, globalisaatio, mediakonvergenssi, yleisöjen sirpaloituminen ja markkinaliberalismi, jotka parhaillaan mullistavat mediateollisuutta, vaikuttavat myös julkisen palvelun yleisradiotoimintaan. Myös sen on sopeuduttava kasvavaan kilpailuun ja median monimuotoistumiseen. Tämä tapahtuu panostamalla toiminnan tehokkuuteen, investoimalla uuteen mediaan sekä määrittelemällä julkisen palvelun yleisradiotoiminnan rooli uudelleen ja perustelemalla sen oikeutus julkiseen rahoitukseen. Osa perinteisistä yleisradioyhtiöistä on myös mukana kaupallisessa toiminnassa: esimerkiksi BBC:n kaupallinen yhtiö BBC Worldwide tuottaa konsernille miljardien puntien lisätuloja lupamaksutulojen rinnalla. (ks. Lowe 2010, 29-30, 34) Myös Pohjoismaista esimerkiksi Norjan yleisradioyhtiö NRK on rahoittanut toimintaansa mainosvaroin. Tosin viime vuosina menettelyä on karsittu sen herätettyä kritiikkiä etenkin kaupallisessa mediassa.

Syvertsen [1997] näkeekin Hellmanin mukaan, että kaikkien ohjelmatoiminnan harjoittajien on noudatettava tiettyä alan logiikkaa selviytyäkseen mediamarkkinoilla. Sekä julkisen että kaupallisen median on tähdättävä mahdollisimman korkeisiin katsojalukuihin, tarjottava mahdollisimman paljon ohjelmistoa pienimmillä mahdollisilla kustannuksilla, vahvistettava legitimeettiään sekä katsojien että poliittisen eliitin silmissä ja valmistauduttava tulevaisuuden tuomiin teknologisiin ja taloudellisiin haasteisiin. (ks. Hellman 1999, 37)

Julkisen palvelun median suhdetta kaupallistumiseen ja sen asemoitumista uudenlaiseen markkinatilanteeseen voidaan pitää näistä lähtökohdista tarkasteltuna monitahoisena ja vaikeana. Yhtäältä se on elinehto sen säilymiselle, toisaalta vaikea yhtälö toteutettavaksi käytännössä siten, että ero kaupalliseen mediaan ja siten oikeutus julkisen palvelun median erityisasemaan ja sen olemassaoloon yhteiskunnassa ylipäättään säilyvät. Myös Yle on joutunut ottamaan markkinoiden muuttumisen ja journalismin kaupallistumiskehityksen huomioon. Yhtiönä sitä alettiin muuttaa yritysmäisempään suuntaan jo vuoden 1994 alusta voimaantullutta Yleisradiolakia hahmoteltaessa. Kulttuurilaitosluonteen sijaan yhtiön toiminnassa haluttiin korostaa sen yritysmäisyyttä muun muassa tehostamalla sen johtamista. (Salokangas 1996, 430)

Kaupallisuuden mukanaan tuomaan kiristyneeseen kilpailuun yleisöistä Hujanen [Hujanen T. 2002] katsoo Herkmanin mukaan Ylen vastanneen muun muassa ohjelmistosuunnittelun ja eri yleisösegmenttien perusteella tehdyn kanavaprofiloinnin avulla (ks. Herkman 2009, 40). Mainonnan käyttöönottoon osana Ylen rahoitusta on yhtiössä sen sijaan aina suhtauduttu torjuvasti, vaikka asia on noussutkin esille aika ajoin yhtiön historian aikana kuten televisio toiminnan alkuvuosina ja radiotoiminnan osalta 1960-luvulla (Salokangas 1996, 201).

Kaupallinen media on kokenut Ylen kilpailijakseen yhtiön alkuaajoista lähtien, jolloin sen pelättiin heikentävän radion uutistoiminnallaan lehdistön kiinnostavuutta kansalaisten silmissä. Hellmanin (2010b) mukaan ajatus Ylen toimimisesta osittain kaupallisen median tontilla muotoutui ensi kertaa julkisesti vuonna 1996, kun Kilpailuvirasto kyseenalaisti MTV:n ja Nelosen Ylelle maksamat julkisen palvelun maksut. Viraston mukaan Ylen sisältöihin kuului kaupallisille toimijoille sopivammaksi katsottuja, suuria katsojamääriä tavoittelevia ohjelmia, kun taas MTV ja Nelonen tarjosivat ohjelmistossaan myös julkiseen palveluun kuuluvia uutisia. (Hellman 2010b, 9-10) Tuorein julkisen palvelun mediaa koskeva reviirikiista liittyy sen toimintaan verkossa.

Näkyvimpiä keskusteluita julkisen palvelun yleisradioyhtiölle sopivista toimintatavoista on käyty viime vuosina Ylen hallituksen keväällä 2014 hyväksymän yhtiön uuden kolmivuotisstrategian tiimoilta.²⁸ "Uudeksi julkiseksi palveluksi" nimetyn strategian painopisteet olivat verkossa (verkon entistä suuremman roolin suomalaisten elämässä on näyttävä myös yhtiön toiminnassa), kumppanuuksien lisäämisessä (yhteistyön lisääminen muiden alan toimijoiden kanssa) sekä tehokkuudessa (hyvä taloudenpito sekä sujuva ja joustava työkuulttuuri). Pitkän aikavälin tavoitteisiin laskettiin mukaan kaikkien suomalaisten palveleminen, arvon tuottaminen yhteiskunnalle sekä media-alan paras osaaminen. Yleisösuhteen osalta tähtäimessä olivat erityisesti tavoitavuus, kiinnostavuus ja merkityksellisyys ja asiakkuustavoitteiksi tulevalle kolmivuotiskaudelle asetettiin seuraavat päämäärät:

- 100% eli jokainen suomalainen käyttää Ylen palveluja vuositasolla (syksy 2014: 99%)
- 90% suomalaisista pitää jotain Ylen palvelua kiinnostavana (syksy 2014: 77%)
- 80% suomalaisista käyttää jotain Ylen palvelua joka päivä (syksy 2014: 73%)

Kaupallisen median nostattamassa keskustelussa kiisteltiin etenkin siitä, tavoitteliko Yle strategiallaan media-alan markkinajohtajuutta vai ei. Terminologian tasolla kiista koski tavoitavuuden ja markkinaosuuden käsitteitä, joista etenkin jälkimmäistä kaupallinen media on tottunut käyttämään omassa toiminnassaan.²⁹ Yle on kuitenkin toistuvasti kieltänyt, että se käyttäisi markkinaosuutta toimintansa tai menestyksensä mittarina sen keskittyessä enemmän tavoitavuuden

²⁸ Ylen toimintasuunnitelma 2015 – tiivistelmä ja sisältöpainotukset. Saatavilla:

<https://drive.google.com/file/d/0B-v6fV6ewetZbGFVbnc4d21vOU0/view?pref=2&pli=1>

²⁹ On tosin huomattava, että kumpaakaan käsitettä ei löydy Ylen vuoden 2015 toimintasuunnitelmasta.

mittaamiseen. Kaupallisten toimijoiden mukaan kyseessä on yksi ja sama asia.³⁰ Lowen (2010) mukaan kaupallisen retoriikan omaksuminen ja markkinaorientoitunut johtamisen tapa ovat näkyvimpiä merkkejä kaupallistumiskehityksen julkisen palvelun yleisradioyhtiöille asettamista paineista. Lowe kuitenkin varoittaa, että niiden kilpaillessa yhä enemmän kaupallisten toimijoiden kanssa samoista yleisöistä ja sisällöistä julkisen palvelun eetos joutuu törmäyskurssille näiden pyrkimysten kanssa. Suurimpana uhkana julkiselle palvelulle Lowe pitääkin tilannetta, jossa julkisen palvelun median lähdettyä "yksityissektorin viitoittamalle tielle" ero sen ja kaupallisen median välillä hämärtyy ja julkisen palvelun on yhä vaikeampaa perustella omaa legitiimiä asemaansa yhteiskunnassa. Lowe kehottaakin kyseenalaistamaan julkisen palvelun yhtiöiden kaupallisen lähestymistavan ja korostamaan sen sijaan niiden historiallista eetosta yleisön palvelijana, mikä muodostaa myös julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden olemassaolon oikeutuksen. (Lowe 2010, 32-34)

Neuvo on varteenotettava, sillä yleisöllä on tärkeä rooli minkä tahansa median yhteiskunnallisen legitimitietin muodostumisessa ja juuri siksi mediataloissa kannetaan huolta niiden yleisösuhteesta. Median murroksesta ja mediatarjonnan lisääntymisestä alkunsa saaneen uudistamisen kulttuurin myötä yleisö on kuitenkin yhtäältä jäänyt toimituksissa vaille huomiota siinä mielessä, ettei mediaa uudisteta yleisölähtöisesti. Toisaalta sosiaalinen media on antanut toimituksille mahdollisuuksia huomioida yleisönsä yhä paremmin ja näin on osittain tehtykin. Esimerkiksi uutisaiheiden osalta sosiaalista mediaa hyödyntävän, "yleisölähtöisemmän" lähestymistavan on kuitenkin kritisoitu jäävän valitettavan usein erilaisissa yhteisöpalveluissa jo kertaalleen sanotun referoinniksi. Heikkilä (2012) toteaaakin, että "--taloudellis-teknologinen kehitys yhtä aikaa etäännyttää ja lähentää journalismia ja sen yleisöä." (Heikkilä et al. 2012, 36-38)

Jauert & Lowe [2005] huomauttavat lisäksi, että huolimatta esimerkiksi julkisen palvelun yhtiöiden toimintakentän laajenemisesta verkkoon teknologisen muutoksen myötä, "-- uusi julkisen palvelun media on perinteisen yleisradiotoiminnan seuraaja niin poliittisen mandaatin, institutionaalisen identiteetin, yhteiskunnallisten suhteiden kuin yleisön odotustenkin suhteen." Keskusteltaessa julkisen palvelun yhtiöiden toiminnasta Lowe pitääkin keskeisenä kysymyksenä kulttuurin ja kaupan välistä jakolinjaa. Sen molemmin puolin kiistellään nyt siitä, kuinka pitkälle julkisen palvelun median annetaan tällä akselilla liikkua. (ks. Lowe 2010, 26, 34-35) Tästä on osittain kysymys myös meillä käydyssä julkisessa keskustelussa.

Kaupallistumiskehityksen ja markkinavoimien noustessa myös median toiminnassa yhä merkittävämpään rooliin, on niiden pahimmillaan nähty tallovan jalkoihinsa kriittisen journalismin ihanteen. Antti-Pekka Pietilä [2007] katsoo Herkmanin mukaan, että sisältöjen kiinnostavuus on jo ajanut uutisen tärkeyden ohi. Kiinnostavuus puolestaan määrittellään yleisön

³⁰ Asiaan otettiin kantaa muun muassa Ylen kehityspäällikkö Pia Hagströmin Avoin Yle -blogissa 6.2.2015 julkaistussa kirjoituksessa. Saatavilla: <http://blogit.yle.fi/avoin-yle/ei-suuruudenhullua-vaan-reilua-ja-oikein>

kuluttajakäyttäytymisen perusteella. Jaana Hujanen [Hujanen J. 2006] näkee tilanteen vielä synkempänä: journalismin oikeutus perustellaan kaupallisesti määrittävässä toimintaympäristössä julkisen palvelun sijaan "yleisön palvelulla". (ks. Herkman 2009, 41) Ajatusta voisi johtaa nyky-yhteiskunnassa perustellusti vieläkin pidemmälle, jolloin sana "yleisö" korvattaisiin sanalla "kuluttaja".

Markkinoitumisella on katsottu kuitenkin olleen mediaan myös hyviä vaikutuksia. Median yksityisen pörssiomistuksen kasvaessa poliittisideologisesti suuntautuneen omistuksen painoarvo on vähentynyt eikä journalismi ole enää niin voimakkaassa poliittisessä ohjauksessa kuin aiemmin. Liberalistisen journalismikäsityksen mukaan media ei ole muutenkaan enää niin vahvasti sidoksissa päättäjiin ja politiikkaan ja sen myötä se on voinut toteuttaa kriittistä vallan vahtikoiran rooliaan paremmin. (Herkman 2009, 38-39) Lienee kuitenkin paikallaan kysyä, onko politiikan tilalle tullut jotain muuta, joka nyt ohjailee mediaa, kuten kiristynyt kilpailu yleisöstä tai talouden medialle asettamat reunaehdot.

3.2. Laskevat levikit ja kilpailtu televisiotoiminta: kaupallisen median talouskehitys Suomessa

Heikkilän mukaan talouden näkökulmasta tarkasteltuna journalismin edellytykset julkisen palvelun tuottajana ovat olleet Suomessa suhteellisen suotuisat aina 1980-luvulle saakka. Siihen saakka maakuntien ykköslehdet hallitsivat sanomalehtimarkkinoita kun taas sähköisellä puolella, radiossa ja televisiossa kilpailua rajoitettiin valtiollisen sääntelyn kautta. Media-alan tulevaisuus näytti vielä tuolloin kaikin puolin turvatulta. (Heikkilä et al. 2012, 33)

Kasvu jatkui aina vuosikymmenen lopulle saakka, jolloin sanomalehtien levikit alkoivat kääntyä laskuun. Muutoksen taustalla oli talouden notkahdus, alkava median teknologinen murros ja tarjonnan kasvu. Tilausten väheneminen, mainoksista saatavien tulojen pieneneminen ja verkon ilmainen uutistarjonta on syönyt kaupallisen median ja etenkin sanomalehdistön taloutta myös Suomessa. Kuten Löyttyniemi [1997] toteaa Jyrkiäisen mukaan, sanomalehdet ovat herkkiä taloussuhdanteille ja niiden vaihteluille. Talouden muutokset vaikuttavat nopeasti lehtien tuottoihin, joita saadaan tilauksista, irtonumeromyynnistä sekä mainos- ja ilmoitusmyynnistä. Sekä 1990-luvun alussa Suomea koetellut, niin sanotun kasinotalouden jälkeen koettu lama että vuoden 2008 finanssikriisistä alkunsa saanut taloustaantuma ovat vaikuttaneet merkittävästi sanomalehtien taloudellisiin toimintaedellytyksiin. Sanomalehtien osuus mediamainonnasta onkin pienentynyt viime vuosina selvästi (ks. Jyrkiäinen 2012, 67-68)

Ohlssonin mukaan taantuman vaikutukset näkyvät edelleen taloudellisena epävarmuutena koko Pohjoismaiden mainosmarkkinoilla. Suomessa markkinat painottuvat sanoma- ja aikakauslehtiin kun taas muissa Pohjoismaissa televisio- ja verkkomainonnan osuus on meihin verrattuna

huomattavasti suurempi. Esimerkiksi Tanskassa verkkomainonnan suhteellinen osuus maan mainosmarkkinoista oli vuonna 2012 maailman mittakaavassa tarkasteltuna suurinta ja Suomeen verrattunakin kaksinkertainen. (Ohlsson 2015, 17-19, 37).

Suomessa painettujen sanomalehtien osuus mainosmarkkinoista oli vuonna 2014 reilu kolmannes. Vuoteen 2008 verrattuna määrä on laskenut noin kymmenellä prosentilla.³¹ Myös koko joukkoviestintämarkkinoiden arvo on viime vuosina laskenut. Vuonna 2013 se oli 4,12 miljardia euroa, josta päivälehtien ja muiden sanomalehtien osuus oli 25 prosenttia (sisältäen myös digitaalisen myynnin).³² Eduskunnassa tehdyt arvonlisäveroratkaisut ovat heikentäneet kotimaisen lehdistön asemaa entisestään. Vuonna 2012 vähintään kuukaudeksi tilattujen sanoma- ja aikakauslehtien arvonlisävero nostettiin nollassa yhdeksään prosenttiin. Samalla liikenne- ja viestintäministeriö asetti lehtiasiain neuvottelukunnan selvittämään, miten kotimaisten sisältöjen tuotanto voitaisiin turvata ja lehtialan toiminnalle saataisiin luotua taloudellisia mahdollisuuksia. (Jyrkiäinen 2012, 73)

Neuvottelukunta päätyi esittämään vuoden 2013 lopussa 18 kohdan toimenpide-ehdotusta, johon sisältyi lehtitilausten arvonlisäveron asettaminen mahdollisimman alhaiselle tasolle myös sähköisten lehtien osalta, määräaikaisen valtion lehdistötuen käyttöönotto sekä erilaisten yhteistyömallien arviointi.³³ Lähtökohtaisesti neuvottelukunta kuitenkin katsoi, että vastuun lehdistön tulevaisuudesta on oltava ensisijaisesti lehtien kustantajilla. Lisäksi se esitti selvityksen laatimista suomalaisen lehdistön nykytilasta ja tulevaisuudesta. Selvitys valmistui seuraavana keväänä ja siinä esitettiin, että meillä otettaisiin käyttöön Tanskan mediatukijärjestelmän kaltainen tuotanto- ja innovaatiotuesta koostuva tukipaketti. Lisäksi lehtien arvonlisäveroa ehdotettiin alennettavaksi alimmalle EU:ssa hyväksytylle alv-kannalle eli viiteen prosenttiin.³⁴ Toistaiseksi mitään edellä esitettyjä keinoja ei kuitenkaan ole otettu käyttöön. Valtion rooli kaupallisen median, etenkin sanomalehdistön tukijana onkin hiipunut selvästi viime vuosikymmeninä. Edellisessä luvussa mainitulla lehdistötuella ei ole enää merkitystä kuin pienelle osalle erityisryhmien lehtiä. Verrattuna muihin Pohjoismaihin meillä maksetun lehdistötuen määrä, 500 000 euroa, on häviävän pieni. Esimerkiksi Ruotsissa tukea maksettiin vuonna 2013 62 miljoonaa euroa.³⁵

³¹ Suomen virallinen tilasto (SVT): Joukkoviestintä [verkkajulkaisu]. ISSN=2323-6329. Taulukko: Medioiden mainontaosuudet 1995-2014. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 26.5.2015]. Saantitapa: http://pxweb2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0000.htm

³² Suomen virallinen tilasto (SVT): Joukkoviestintä [verkkajulkaisu]. ISSN=2323-6329. 2013. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 26.5.2015]. Saantitapa: http://www.stat.fi/til/jvie/2013/jvie_2013_2014-11-25_tie_001_fi.html

³³ Lehdistön tulevaisuus. Liikenne- ja viestintäministeriön Julkaisuja-sarja 35/2013. Saatavilla: <http://www.lvm.fi/julkaisu/4374951/lehdiston-tulevaisuus>

³⁴ Median murros. Selvitysmiehen ehdotus toimenpiteiksi. Liikenne- ja viestintäministeriön Julkaisuja-sarja 7/2014. Saatavilla: <http://www.lvm.fi/julkaisu/-/view/4390164>

³⁵ Suomen Lehdistö 4.9.2013 Suomi on hännänhuippu lehdistötuessa. Saatavilla: <http://www.suomenlehdisto.fi/naapurit-nauttivat-tukia/>

Ristiriitaiseksi lehdistön vaikean taloustilanteen tekee se, että Jyrkiäisen mukaan esimerkiksi vuonna 2012 sanomalehdillä oli enemmän lukijoita kuin koskaan aikaisemmin juuri niiden verkkosivustojen ansiosta. Verkko siis tarjoaisi lehdille ainakin potentiaalista kasvunvaraa, mutta ensin on ratkaistava, miten lukijat saadaan maksamaan lehtien verkossa tarjoamasta sisällöstä, joka on ollut tähän saakka suurimmalta osin ilmaista. Jyrkiäinen kuitenkin uskoo, että koska kuluttajat ovat jo tottuneet sähköisten viestintäpalvelujen tilaajamaksuihin matkapuhelinten kautta, myös sähköisten sanomalehtien tilausmaksuihin voitaisiin tottua. Jos lehdet saavat verkkoliiketoiminnastaan tulevat tuotot nousuun, voisi se hillitä myös paperilehtien synkkiä tulevaisuuden ennusteita. (Jyrkiäinen 2012, 68, 97)

Sähköisellä puolella televisiotoiminta on laajentunut merkittävästi 2000-luvulle tultaessa erityisesti digisiirtymän ansiosta. Alalle on tullut lisää toimijoita ja kanavamäärät ovat kasvaneet. Kun katsojamäärät eivät kuitenkaan ole lisääntyneet samassa suhteessa, on kaupallisen televisiotoiminnan mainosrahoitus muuttunut entistä epävarmemmaksi. Uudet jakelukanavat, kuten verkko ja mobiili, ovat huonontaneet mahdollisuuksia perinteisellä television liiketoiminta-alalla pärjäämiseen. Televisiotoiminnan harjoittamisen taloudellisesti kannattavalla tavalla onkin luonnehdittu olevan vaikeaa ansaintalogiikasta riippumatta. (Wiio & Uronen 2012, 151-158)

Viime aikoina erityisesti television uutistoiminta on ollut vaikeuksissa. Nelonen lopetti omat uutislähetyksensä vuonna 2013 Sanoman käymien yt-neuvottelujen tuloksena.³⁶ MTV ulkoisti kesällä 2015 uutistyönsä ja irtisanoi samalla 82 työntekijää.³⁷ Myöhemmin loppukesästä myös Sanoma ilmoitti uusien yt-neuvottelujen aloittamisesta, jotka koskivat kaikkia Sanoman julkaisuja, radiota ja televisiota. Lopputuloksena oli 241 työntekijän vähentäminen.³⁸ MTV:n osalta uusi yt-neuvottelukierros alkoi tänä keväänä, mutta tällä kertaa yhtiön uutistoiminta jäi sen ulkopuolelle.³⁹

3.3. Lupamaksuista Yle-veroon: Yleisradion rahoituksen kehitys

Julkisen palvelun yleisradioyhtiöitä rahoitetaan monin eri tavoin Euroopassa. Jakubowicz (2010) jakaa niiden rahoitusmuodot julkiseen rahoitukseen, kaupalliseen rahoitukseen ja näiden kahden yhdistelmään. Julkista rahoitusta ovat muun muassa lupamaksut, valtion tuki ja sen budjettiin sisältyvät erilaiset tukiohjelmat, tuloveroista kerätyt määrärahat, alijäämän kattaminen ja pääoman korottaminen. Kaupallisia tuloja julkinen palvelu voi saada esimerkiksi mainonnasta,

³⁶ Yle 31.10.2013 Sanoma lopettaa Nelosen uutiset ja vähentää väkeä. Saatavilla: http://yle.fi/uutiset/sanoma_lopettaa_nelosen_uutiset_ja_vahentaa_vakea/6909999

³⁷ MTV 11.6.2015: MTV:n yt-neuvottelut päättyneet – 82 irtisanoitaan. Saatavilla: <http://www.mtv.fi/uutiset/talous/artikkeli/mtv-n-yt-neuvottelut-paattyneet-82-irtisanoitaan/5180462>

³⁸ Yle 19.10.2015 Sanoman yt-tulos: 241 tehtävää loppuu. Saatavilla: http://yle.fi/uutiset/sanoman_yt-tulos_241_tehtavaa_loppuu/8390654

³⁹ MTV 7.4.2016 MTV satsaa kotimaiseen sisältöön ja aloittaa yt-neuvottelut. Saatavilla: <http://www.mtv.fi/uutiset/talous/artikkeli/mtv-satsaa-kotimaiseen-sisaltoon-ja-aloittaa-yt-neuvottelut/5830616>

sponsoroinnista, maksutelevisiosta, ohjelmien myynnistä ja lisensioinnista, kaupallisten yhtiöiden niille maksamista toimilupamaksuista ja julkisen palvelun tytäryhtiöiden tuloista. (Jakubowicz 2010, 130)

Ensimmäinen lupamaksut käyttöönottanut julkisen palvelun yhtiö oli Isossa-Britanniassa toimiva British Broadcasting Company BBC. Meillä mallia julkisen palvelun yhtiön perustamiselle otettiin naapurimaa Ruotsista, jossa yleisradiotoiminta oli niinkään lupamaksurahoitteista. Lupamaksujen kerääminen alkoi samoihin aikoihin Yleisradion lähetysten kanssa vuoden 1926 syksyllä.

Ensimmäisinä vuosina kuunteluluvista saadut tulot jaettiin Yleisradion ja valtion kesken vuosittain uusittavilla sopimuksilla. Jaon perusteena olivat muun muassa kuuntelulupamaksujen kasvu ja uuden ohjelmatoiminnan aiheuttamien kustannusten kattaminen. Valtio määräsi lupia koskevista maksuista ja kertyneitä varoja ohjattiin myös radiorahastoon yleisradiotoiminnan kehittämiseksi. Yleisradion rahoitus vakiinnutettiin vuonna 1934 tehdyllä päätöksellä, jonka myötä yhtiö sai lupamaksuista kertyneet tulot käyttöönsä täysimääräisinä. Samalla sen toimilupasopimukset muuttuivat yksivuotisista viisivuotisiksi. (Lyytinen 1996, 126-128).

Radiovastaanottimien ja kuuntelulupien määrä kasvoi sotavuosista huolimatta reippaasti seuraavan vuosikymmenen aikana. Niiden ansiosta yhtiön talous pysyi kunnossa, vaikka kulurakenne kasvoi ja inflaatio söi tulosta. Vuoden 1949 lopulla lupia oli jo reilusti yli puoli miljoonaa. Lupien määrissä mitattuna Suomi sijoittui tuolloin Keski-Euroopan maiden joukkoon. (Vihavainen 1996, 278)

Yleisradion aloitettua televisiotoiminnan vuonna 1958 kuunteluluvan rinnalle tuli katselulupa. Televisio kasvatti suosiotaan vielä radiotakin nopeammin ja katselulupia lunastettiin tiiviiseen tahtiin. 1969 alkaneille väritelevisiolähetyksille asetettiin lisämaksu, joka korvattiin vajaat kymmenen vuotta myöhemmin mustavalkoluvalla vaihtoehtoisella, kalliimmalla väriluvalla. Samaan aikaan luovuttiin erillisestä radioluvasta. (Salokangas 1996, 116-123, 253).

Kuten sanomalehdistön, myös Yleisradion tulot kasvoivat tasaisesti aina vuoteen 1990 saakka, jolloin lama ja talouskriisi iskivät Suomeenkin. Tv-lupien määrä tipahti ensimmäistä kertaa alaspäin kahtena vuonna peräkkäin. Lupamaksujärjestelmää yksinkertaistettiinkin vuosikymmenen lopulla luopumalla kokonaan mustavalkoluvasta ja muuttamalla televisiolupamaksu myöhemmin televisiomaksuksi. (Ala-Fossi 2012, 37)

Kuten olen aiemmin tuonut ilmi, lupamaksujen lisäksi Yleä rahoitettiin pitkään myös sen kaupallisten kilpailijoiden toimesta. MTV (vuodesta 1957) ja Nelonen (vuodesta 1997) maksoivat Ylelle vuosituotoistaan erityistä "julkisen palvelun maksua". Vuonna 1998 maksun nimi muutettiin toimilupamaksuksi ja se laajennettiin koskemaan kaikkia kaupallisia televisiotoimijoita. Maksu poistui kuitenkin käytöstä vuonna 2009 analogisten tv-lähetysten loppuessa. (Ala-Fossi 2012, 38)

Kansalaisten innokkuus televisiomaksun maksamiseen alkoi uudistuksista huolimatta hiipua. Kun lisäksi digi-TV:n aiheuttamat kustannukset olivat olleet Ylellekin korkeat, oli selvää, että Ylen rahoitusta oli uudistettava (Ala-Fossi 2012, 38-40). Uutta rahoitusmallia ryhdyttiin valmistelemaan vuoden 2008 alussa. Prosessi tuli viimein päätökseen vuoden 2013 alusta, jolloin televisiomaksu korvattiin Yle-verolla. Jokainen verovelvollinen maksaa Yle-veroa 0,68 prosenttia omista ansio- ja pääomatulojensa yhteissummasta. Veroa eivät maksa alle 18-vuotiaat eivätkä vähätuloiset ja sitä peritään myös yhteisöiltä. Käytännössä Yle-veron tilittäminen Ylelle sen käyttösuunnitelman ja rahoitustarpeen mukaan hoidetaan valtion televisio- ja radorahaston kautta. Rahaston varoja voidaan käyttää muuhunkin televisio- ja radiotoiminnan edistämiseen ja varojen jakamisesta päätetään vuosittain. Erityisestä syystä suunnitelmaa voidaan muuttaa myös kesken vuoden. (L. 745/1998 ja L. 484/2012) Käytännössä liikenne- ja viestintäministeriö on käyttänyt kyseisiä varoja Ylen toiminnan rahoittamisen lisäksi lähinnä televisio- ja radiotoiminnan tutkimus- ja kehittämistoimintaan.⁴⁰

Julkisen palvelun yleisradioyhtiön lupakäytäntöjen muutokset ovat vuosien varrella johtuneet siis sekä uuden tekniikan käyttöönotosta (ensin television, sitten väritelevision ja myöhemmin television digitalisoinnin aiheuttamat kustannukset), mutta myös tarpeesta tasapainottaa Ylen taloutta. Lupamaksujen korotukset ovat olleet hyvä tapa saada sitä paremmalle tolalle – kunhan niille on voitu myös esittää pitävät perustelut. Lupamaksukäytännöistä on kuitenkin luovuttu yhä useammassa maassa myös muualla Euroopassa ja yleisradioyhtiöitä on siirrytty rahoittamaan verovaroin. Tosin Pohjoismaissa tämänkaltainen rahoitusmuoto on vielä harvinaisempaa. Tällä hetkellä vain Suomi ja Islanti (Islannin yleisradioyhtiö Ríkisútvarpið, RÚV) rahoittavat julkista palveluaan verotuksen kautta. Islannissa verorahoitus otettiin julkisen palvelun yleisradiotoiminnassa käyttöön jo vuonna 2009 ja laki sallii myös mainostamisen yhtiön radio- ja tv-kanavilla. Vuonna 2013 noin kolmannes RÚVin tuloista muodostui mainosrahoista. Kansalaisten maksama vero on lähtökohtaisesti kaikille samansuuruinen, 115 euroa, mutta vähätuloiset ja eläkeläiset ovat vapautettuja verosta. Veron suuruudesta päätetään budjetin laatimisen yhteydessä. Budjettirahoitukseen siirtymisen ja maan heikon talouden vuoksi RÚVin palveluita on leikattu viime vuosina merkittävästi.

Tanskassa (Danske Radio DR), Norjassa (Norsk Rikskringkasting NRK) ja Ruotsissa (Sveriges Television SVT, Sveriges Radio SR sekä Utbildningsradion UR) julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden käytössä on vielä talouskohtainen lupamaksujärjestelmä. Näissä maissa valtio päättää lupamaksujen suuruuden, mutta yleisradioyhtiöt hoitavat sen keräämisen. Pohjoismaiden lupamaksut ovat maailman yleisradioyhtiöistä korkeimpia: kärkiviisikkoon lupamaksujensa suuruuden perusteella niistä ylsivät vuonna 2014 Norja, Tanska ja Ruotsi. Ykkössijaa piti Norja,

⁴⁰Esimerkiksi vuonna 2014 virasto käytti rahoja tähän tarkoitukseen 240 000 euron verran. Ks. Valtion televisio- ja radorahaston tilinpäätös vuodelta 2014. Saatavilla: https://www.viestintavirasto.fi/attachments/Rahaston_tilinpaaotos_2014.PDF

kakkoseksi ylsi Tanska, kolmannella ja neljännellä sijalla olivat Itävalta ja Sveitsi ja viidenneksi kipusi Ruotsi. Kaikkien Pohjoismaiden yleisradioyhtiöiden, paitsi Islannin, rahoitus nousikin vuosina 2007-2012. (Ohlsson 2015, 20-21, 51)

Lupamaksutulot ovat siis muodostaneet julkisen palvelun median yhtiöille suhteellisen turvatun ja tasaisen tulonlähteen aina viime vuosiin saakka. Kansalaisten mediankäytössä tapahtuneiden muutosten ja lisääntyneen maksuhaluttomuuden myötä lupamaksuille on kuitenkin todennäköisesti haettava korvaavia vaihtoehtoja Suomen ja Islannin lisäksi muissakin Pohjoismaissa. Oma merkityksensä lienee myös poliittisen ilmapiirin muutoksella ja julkisen palvelun legitimitetin haastamisella kaupallisen median toimesta. Rahoituksen osalta julkisen palvelun median ja kaupallisen median eroja ja samankaltaisuuksia voisi tarkastella siitäkkin näkökulmasta, että jos kaupallisen median toimintaan vaikuttavat markkinasuhdanteet ovat epävakaita ja vaikeasti ennustettavia, ei poliittinen ilmapiiri julkisen palvelun ympärillä ole sekään säilynyt viime vuosina enää yhtä horjumattomana kuin ennen (ks. esimerkiksi Jakubowicz 2010, 133). Tästä osoituksena voitaneen pitää myös Yleisradion rahoitusuudistuksessa tapahtuneita käännteitä.

4. Julkinen keskustelu periaatteena ja käytäntönä

Jotta demokraattisessa korporatismissa tärkeäksi koettu yhteinen etu voitaisiin saavuttaa, tarvitaan eri osapuolten välistä vuoropuhelua. Laajaan julkiseen keskusteluun nojaava päätöksenteko onkin luonteenomaista konsensusdemokratialle. Sen kautta tuodaan esiin mielipiteitä, otetaan kantaa erilaisiin näkemyksiin ja neuvotellaan siitä, mikä olisi paras yhteisesti saavutettavissa oleva ratkaisu. Kyse on siis julkisesta neuvonpidosta tärkeimpien toimijoiden kesken, jonka lopputuloksena on usein kompromissi. Sitä voidaan kuitenkin pitää legitimiinä juuri asioista käydyn keskustelun ansiosta. (Hellman 2012, 242-243)

Avasin aiemmin median roolia demokraattisen korporatistisen mallissa, jossa sen tehtävänä on ollut tuoda julki erilaisia näkökantoja ja edesauttaa siten yhteisen ratkaisun löytymistä julkisen prosessin kautta. Julkisen keskustelun osalta median on perinteisesti katsottu olevan sekä keskustelun synnyttäjä että sen mahdollistaja. Tässä tutkimuksessa Yleisradiosta käytyä julkista keskustelua tarkastellaan juuri mediassa käydyn keskustelun, lehtikirjoituksissa ja Ylen vastineissa sanotun osalta. Ne muodostavat keskustelun organisoidun, institutionaalisen osan, jonka ulkopuolelle jää esimerkiksi suurin osa kansalaisten käymästä keskustelusta. Mediassa keskustelua käyvätkin vain harvat ja valitut, eikä kaikilla ole siihen pääsyä. Mediajulkisuus laajemmassakaan merkityksessä ei ole sellaista julkisuutta, joka olisi automaattisesti ja jatkuvasti kaikkien kansalaisten yhteisesti jaettavissa. Se on vain tietyssä julkisen piirissä tapahtuvaa, rajattua keskustelua, jota käy aktiivisesti pieni joukko.

Julkisen keskustelun periaatteella on kuitenkin merkitystä myös julkisesta palvelusta käytyä mediakeskustelua tarkasteltaessa. Erilaiset ideaalit ohjaavat vahvasti käyttäytymistämme, vaikka ne eivät toteutuisikaan käytännössä sellaisinaan. Ne ovat jotakin tavoittelemisen arvoista, johon meidän tulisi pyrkiä, joko yksittäisinä henkilöinä tai kansakuntana. Ja vaikka Yleä koskeva, mediassa tapahtuva julkinen keskustelu ei täytäkään julkisen keskustelun ideaalin tunnusmerkkejä, voidaan ajatella, että sen periaatteet toteutuvat siinä ainakin jossakin muodossa: myös Ylestä käytävä julkinen mediakeskuselu nostaa esille mielipiteitä, näkemyksiä, väitteitä ja ongelmia, joiden ratkomiseksi esitetään erilaisia ratkaisuja. Huolimatta Yle-keskusteluun aktiivisesti osallistuvien niukasta määrästä, iso joukko kansalaisia seuraa sitä median välityksellä.

4.1. Ideaali haastaa käytännön

Julkisen keskustelun käsite liittyy siis tiiviisti kansalaisyhteiskunnan syntyyn ja demokraattisiin yhteiskuntarakenteisiin. Toteutuakseen se tarvitsee julkisen tilan, jossa muotoutua. Tällä julkisuudella voidaan tarkoittaa esimerkiksi julkisten sosiaalisten instituutioiden toimintaa, mutta myös jotakin abstraktimpaa "julkista" toimintaa. (Karpainen & Matikainen 2012, 8) Julkisuuden

rakennemuutosta tutkinut Jürgen Habermas määrittelee julkisuuden seuraavasti: "Julkisuudella tarkoitamme ensi sijassa yhteiskunnallisen elämän aluetta, jossa jotakin sen tapaista kuin julkinen mielipide voi muodostua. Osanotto siihen on periaatteessa avoin kaikille kansalaisille. Julkisuutta muodostuu jokaisessa keskustelussa, jossa yksityiset kansalaiset kerääntyvät yleisöksi." Habermas jatkaa, että yleisön ollessa suuri, se tarvitsee välineitä, joilla se voi kommunikoida keskenään. Tällöin kuvaan astuu media, joka toimii julkisuuden välittäjänä. (Habermas [1985] 2010, 163)

Veikko Pietilä (2010a) tulkitsee Habermasia siten, että ihannetapauksessa julkisuus on yhteiskuntarakenteellinen tila, jossa kansalaiset keskustelevat tasaveroisina yhteisistä asioistaan. Dahgrenia [1995] ja Pricea [1995] mukaellen Pietilä kutsuu julkisuudessa keskenään aktiivisesti toimivia kansalaisia julkisiksi. Juuri yhteisesti jaettu julkisuus erottaa yleisön ja julkison toisistaan: kun yleisö kuluttaa mediaa "omassa yksityisyydessään", julkiso ryhtyy aktiiviseen toimintaan julkisesti keskustelevina ryhmittyminä sellaisessa vuorovaikutustapahtumassa, joka on jossakin julkisen piirissä. Julkisiksi voidaan siten kutsua ihmisjoukkoa, joka osallistuu mediassa, esimerkiksi sanomalehtien sivuilla käytävään keskusteluun. On kuitenkin tärkeää huomata, että Pietilän mukaan julkisot eivät synny ainoastaan erilaisten viestinten käyttäjistä, vaan "-- termi viittaa mihin tahansa julkisesti keskustelevaan ja osallistuvaan ihmisryhmään". Julkison käymän keskustelun tähtäimessä on saavuttaa julkinen mielipide, jonka avulla voidaan vaikuttaa yhteiskunnan toimintaan. (Pietilä V. 2010a, 201-202)⁴¹

Viestimillä on siis katsottu olevan tärkeä rooli julkisen mielipiteen muodostumisessa. Beetham & Boyle [1995] toteavat Pietilän mukaan, että vallan vahtikoirana toimimisen lisäksi viestinten tärkein tehtävä on tarjota julkiselle keskustelulle tila, jossa sitä voidaan käydä. Tätä kautta syntynyt julkinen mielipide esitetään vallanpitäjille niinkään median avulla tapahtuvan julkisen keskustelun kautta. Mediassa käydyllä julkisella keskustelulla on siis merkittävä funktio demokraattisen yhteiskunnan toimivuuden kannalta. (ks. Pietilä V. 2010c, 373) Media voi myös olla "virittämässä" tällaista keskustelua ja Pietilä muistuttaakin, ettei moni asia olisi noussut julkiseen keskusteluun ilman mediaa:

On selvää, että jos viestimet eivät ota asialistalleen jotain kysymystä, sen mahdollisesti kylvämä julkiso ei pääse välttämättä edes taimelle. Toisaalta viestimet voivat tehdä tikusta asiaa ja polkaista julkison pystyyn sellaisenkin asian tiimoilta, joka ei olisi idättänyt julkisoa omasta voimastaan. (Pietilä V. 2010a, 209)

Julkisen keskustelun vaaliminen on siten koko yhteiskunnan asia. Habermasin mukaan julkisessa keskustelussa saavutetun 'julkisen mielipiteen' (sitaatit Habermasin) kautta kansalaiset harjoittavat kritiikin ja kontrollin tehtäviä suhteessa valtiollisesti organisoituun valtaan (Habermas [1985] 2010, 164). Julkisessa keskustelussa syntyneen yleisen mielipiteen tulisi siis luoda perusta koko yhteiskuntaa koskeville päätöksille. Myös Piispa [1997] tulkitsee Pietilän mukaan, että

⁴¹ Ks. myös Pietilä V. 2010c, 388-389

yhteiskunnalliset ongelmat muodostetaan yhteisesti määritellen eivätkä ne ole suoraa seurausta "--objektiivisista yhteiskunnallisista olosuhteista". Julkinen keskustelu toimii siten paikkana, jossa määritellään yhteiskunnan ongelmia. Asiat voivat saada ongelman aseman julkisen keskustelun kautta kun julkisella areenalla käydään diskursiivista kamppailua. (ks. Pietilä V. 2010c, 378; tarkemmin julkisesta keskustelusta ongelmanmäärittelyn ja diskursiivisen kamppailun prosessina ks. myös 379-382)

Tämän julkisen keskustelun ideaalin toteutuminen käytännössä on kuitenkin hyvin kiistanalaista. Ensinnäkään yhtä julkista keskustelua, johon kaikki kansalaiset voisivat tasa-arvoisesti ja samanaikaisesti osallistua, ei ole olemassa, vaan niitä on käynnissä yhtä aikaa useita ja niihin pääsy on usein rajoitettua. Yksimielisiä ei olla edes siitä, voidaanko puhua yhdestä julkisuudesta vai lukuisista (osa)julkisuuksista (Karppinen & Matikainen 2012, 8). Toiseksi vaikka julkisessa keskustelussa esiintyy tälläkin hetkellä erilaisia julkisia mielipiteitä, ne eivät ole Habermasin tarkoittamia, yhteiskunnan toimintaa sääteleviä yleisiä mielipiteitä. Niillä on toki vaikutusta yleiseen mielipiteeseen, mutta epäselväksi jää, mikä niiden tosiasiallinen merkitys yhteiskunnan toimintaan on. On myös muistettava, että yleinen mielipide kansan tahdon yhteisenä ilmentymänä on sekin abstrakti käsite, jolla on merkittävä rooli demokraattisessa yhteiskunnassa, mutta jota on käytännössä vaikea tavoittaa.

4.2. Julkisuuden muuttumisen vaikutukset julkiseen keskusteluun

Edellä kuvaamani julkisuuden käsitteet ovat siis tavallaan itsensä ideaaleja, jotka käytännön tasolla ovat huomattavasti niiden periaatteellista tulkintaa monimutkaisempia ja epävarmempia prosesseja. Julkisuus on myös kokenut viimeisten vuosikymmenten aikana rajuja muutoksia, jotka asettavat haasteita julkisuudelle paikkana, jossa julkista keskustelua voidaan käydä sen ideaalin vaatimalla tavalla. Vielä 70 vuotta sitten julkisuus oli paljon yhtenäisempää kuin nyt. Toisen maailmansodan jälkeinen julkinen elämä nojasi Hallin [1992; 2006] mukaan kansallisvaltioon, jossa ammatit kehittyivät professioiksi ja journalistit omaksuivat objektiivisuuden ihanteen. Yhteiskunta oli rationaalinen ja hyvin organisoitunut, instituutioita kunnioitettiin. Myös Suomessa tuonaikainen julkinen elämä oli harmonista ja kansallisesti yhtenäistä. Kansallisessa julkisuudessa myötäiltiin päättäjiä ja pidettiin yllä me-henkeä. (Kantola 2011, 24, 35)

Kuitenkin jo pari vuosikymmentä myöhemmin, 1960-luvulla, Habermas [2004] esitti, että julkinen elämä on kaupallistettu ja jyrätty hallinnon toimesta niin, ettei vapaa keskustelu ole siellä enää mahdollista. Kansallisvaltioiden hallitsema julkisuus alkoi murtua ja kilpailu näkyvyydestä julkisessa elämässä alkoi. (Kantola 2011, 11, 25-26)

Muutoksen myötä korkean modernin yhteiskunta on muuttunut notkean modernin yhteiskunnaksi, jossa vakiintuneet instituutiot ja auktoriteetit ovat menettäneet asemiaan. Suomessa julkinen elämä on muuttunut notkeammaksi etenkin 1980-luvun alusta lähtien. Enää ei ole olemassa yhtä, yhteistä kansallista julkisuutta. Mediassa kilpailu on kasvanut, julkisen palvelun yleisradiotoiminta on menettänyt monopoliasemansa, kaupallisten toimijoiden määrä alalla on kasvanut ja sosiaalinen media on vallannut siltä tilaa aggressiivisesti. Luvussa 2 kuvaamani "kansallinen projekti" hyvinvointivaltion rakentamiseksi, johon myös journalistit osallistuivat sotavuosien jälkeisessä jälleenrakennuksen hengessä, on tullut tiensä päähän. (Kantola 2011, 13-15)

Viime vuosina julkisuuden tahti on kiihtynyt entisestään. Yleisön rooli julkisuudessa on kasvanut ja media käy kiihkeää kamppailua sen suosiosta. Koko julkisuuden toimintalogiikka on muuttunut ja jatkuvasti kovenevan mediakilpailun myötä julkinen elämä on nyt Kantolan mukaan aiempaa "-- nopeampaa, henkilökeskeisempää, aktiivisempää ja röyhkeämpää." Tämä näkyy myös käytännön journalismissa siten, että kiinnostavuus on uutiskriteerinä ajanut Kantolankin mukaan jo ajat sitten asioiden yhteiskunnallisen merkityksen ohitse. Media ei kannata enää huolta "kansallisesta yhtenäisyydestä", vaan "-- suuri kansallinen julkisuus suurine tiedotusvälineineen on heikentynyt ja ohentunut". Tilalle on tullut sosiaalisen median myötä syntyviä "osajulkisuuksia", joita tavalliset kansalaiset organisoivat ilman valtamedioiden apua. (Kantola 2011, 27-29, 117)

Kun tähän muutoksen lisätään vielä teknologian huima kehitys, syntyneitä lopputulosta voidaan tarkastella esimerkiksi kahdesta, toisilleen vastakkaisesta näkökulmasta. Yhtäältä yhteiskunnan julkisen elämän voidaan katsoa rapautuneen, kun ihmiset ovat vetäytyneet omiin yksityisiin julkisuuksiinsa uuden teknologian myötä. Asioista ei kyetä enää muodostamaan julkisuuden avulla yhteistä mielipidettä, vaan julkinen elämä hajoaa lukuisiksi yksityisiksi ongelmiksi. Toisaalta muutoksen voidaan katsoa myös avanneen julkisuutta siten, että entistä useampi voi osallistua siihen aiempaa tasavertaisemmin. Julkisuuden ei välttämättä pidäkään olla vain yksi yhteinen tila, vaan se voi säilyttää kykynsä toimia yhteisenä ongelmien ratkomisen paikkana monista, erilaisista julkisuuksista huolimatta. (Kantola 2011, 11-12)

Millaiseksi median tehtävä näissä "uusissa julkisuuksissa" sitten muodostuu? Periaatteen tasolla median rooli julkisessa keskustelussa olisi sekä synnyttää julkista keskustelua että tarjota sille areena, jossa sitä voidaan käydä. Median murroksen mukanaan tuomat muutokset, uudet mediankäytön välineet, talouden haasteet ja yleisön pirstoutuminen, ovat kuitenkin kyseenalaistaneet journalismin yhteiskunnallisuuden samalla, kun kaupallisuuden vaatimukset ja markkinoiden merkitys ovat kasvaneet yhä suuremmaksi. Kun media lähestyy yleisöään nykyään enemmän yksityishenkilönä ja kuluttajana, eikä osana yhteiskuntaa, julkisuuden merkitys paikkana, jossa voidaan käydä julkista keskustelua, kärsii. Julkisen keskustelun elvyttämiseksi mediassa onkin esitetty erilaisia ratkaisuja. Joidenkin näkemysten mukaan juuri julkinen palvelu tulisi palauttaa joukkoviestinnän ydinalueeksi, jossa yhteiskunnallisista asioista käytävä, eri mielipiteitä esiin

nostava demokraattinen julkinen keskustelu saisi luotettavan foorumin [Garnham 1986] (ks. Pietilä V. 2010c, 375-377).

Voiko julkisen keskustelun toteutumista mediassa säilyttää kuitenkin kokonaan pelkästään julkisen palvelun harteille? Kauko Pietilä (2010) lähestyy ongelmaa laajemmasta näkökulmasta, kaikkia alan toimijoita koskevan journalistiprofession kautta. Tässä tarkasteltavassa professionaalisuus nähdään osana yhteiskunnan itsepuolustusta, jonka tarkoituksena on rajoittaa markkinoiden muodostumista perustaksi sille, miten koko yhteiskunta on organisoitunut. Professionaalisuuden näkökulmasta katsottuna journalismin tehtävä on nimenomaan yhteiskunnallinen, ei niinkään tiedonvälityksellinen. Jotta journalistiprofessio voisi taas palvella yhteiskunnallista tehtäväänsä median, julkisuuden ja sen kautta koko yhteiskunnan kaupallistumista vastaan, se kaipaa kuitenkin uudistamista. (Pietilä K. 2010, 17)

Pietilä lähestyy asiaa Tönniesin [1922 [1887]] ja Polanyin [2009 [1944]] avulla, jotka kiinnittävät huomiota siihen, että modernin yhteiskunnan muodostuksen myötä ammattien harjoittaminen *kutsumuksena* on vaihtunut *liiketoimeen* (kursivointi Pietilän). Yhteisen elämän muuttumisen markkinoiden kautta organisoiduksi katsotaan johtavan lopulta yhteiskunnan tuhoon. Professio nähdään tässä tilanteessa ammattien itsepuolustuksena, jolla pyritään takamaan se, ettei esimerkiksi journalistiprofessiossa pelkkä markkina-arvo pääse vastoin nykyisiä kehityssuuntia määrittelemään journalismia. Journalistiprofessiolla on merkittävä vaikutus journalismin laatuun. Myös julkisen palvelun eetos on syntynyt journalistin ammatin professionaalistumisen myötä. Vapaan lehdistön opin mukaisesti media on säädellyt ja valvonut itse omaa toimintaansa ulkopuolisten siihen puuttumatta. Samalla journalismi on omaksunut sosiaalisen vastuun teorian, jonka mukaan vapaa lehdistö kantaa vastuun siitä, että yhteiskunta saa puolueetonta ja totuudellista tietoa, joka on kaikille avointa. Tämä kehitys on ollut voimakasta etenkin toisen maailmansodan jälkeen, mutta 1960-luvulta eteenpäin julkisen palvelun eetos on muuttunut kaupallisempaan suuntaan, professionalismiin, jota markkinavoimat määrittelevät entistä enemmän. Kun journalismin yhteiskunnallisesta tehtävästä on luovuttu, on samalla siirrytty palvelujen tarveperusteisesta tuottamisesta liikevoiton tavoitteluun. Siten journalistiprofession yhteisöä luovat arvot ja julkisen palvelun yhteisöfunktio lakkaa olemasta ja palvelusta tulee yksityistä. Tätä kautta professio muuttuu bisnekseksi, mikä rapauttaa loputkin journalistiprofession alkuperäisestä ideasta. (ks. Pietilä K. 2010, 19-22)

Ratkaisuksi Pietilä esittää etsiytymistä journalistiprofession juurille ja sen mieleen palauttamista, mistä journalismissa on lopulta kysymys: ei yksisuuntaisesta viestinnästä journalisteilta yleisölle, ylhäältä alaspäin, vaan kolmijäsenisestä viestinnästä, jossa julkisuuden toimijat kommunikoivat journalistien kautta yleisölle ja takaisin. Median ei tulisi käsitellä julkisuuden toimijoita yleisölle vastakkaisina kohteina, eikä yleisön pitäisi kiinnostaa mediaa vain kuluttajuuden kautta. Kyse on yleisön ja julkisuuden toimijoiden yhteisestä toiminnasta, "*yhteiskunnan* muodostuksesta"

(kursivointi Pietilän). Näin ollen "Julkisen palvelun (eli professionaalinen) journalismi palvelisi kuvion kumpaakin puolta, olematta sidottu kumpaankaan; tämä mahdollistaa sen riippumattomuuden". Tämänkaltainen kommunikaatio toteuttaisi myös journalismin yhteiskunnallistamisen tehtävää: yhteiskunta olisi jotakin, mikä tapahtuisi journalismissa. Samalla journalismi toimisi yhteiskunnan itsepuolustuksena vastaan sitä kehitystä, jonka kautta markkinat säätelevät yhteiskuntaa. (Pietilä K. 2010, 27-29)

Toivonpilkahduksia lienee nähtävillä jo nyt. Vaikka median onnistumista julkisen keskustelun mahdollistajana ja sytyttäjänä on kritisoitu kovin sanoin, Veikko Pietilän (2010) mukaan media-areenoille nousee usein yhteiskunnallisia kysymyksiä, jotka saavat aikaan erilaisia reaktioita. Julkisesti esitetyt väitteet ja vaatimukset, joiden kautta jostakin asiasta rakennetaan ongelma, tuottavat Pietilän mukaan ainakin "-- jotakin julkisen keskustelun tai väittelyn kaltaista". (Pietilä V. 2010c, 381) Mediassa voidaan siis katsoa esiintyvän tälläkin hetkellä vuorovaikutteista mielipiteenvaihtoa, joka täyttää julkiselle keskustelulle asetettuja kriteereitä, mutta matka Habermasin tarkoittamaan julkisen keskustelun ideaaliin on pitkä. Jos sille asetetut vaatimukset ovat olleet jo alun perinkin vaikeita tavoittaa, vuosikymmenten aikana tapahtunut julkisuuden hajoaminen, pinnallistuminen ja kaupallistuminen on tehnyt siitä entistäkin haastavampaa.

Ehkä taivalta ei kuitenkaan tarvitsekaan taittaa kokonaan: huolimatta siitä, että julkisen keskustelun ideaalin asettamat vaatimukset ovat lähes mahdottomia saavuttaa ja että median muutos on syventänyt kuilua julkisen keskustelun periaatteen ja käytännön välillä entisestään, on sillä edelleen yhteiskunnallista merkitystä. Yhteistä etua haetaan yhä, vaikka yleinen mielenkiinto onkin kääntymässä yhteiskunnallisten asioiden sijaan kohti markkinoiden vaatimuksia ja yksittäisten mielipiteiden äänenpainot ovat nousseet keskustelussa yhä äänekkäämmiksi. Juuri sen vuoksi median tulisikin terhaa julkisessa keskustelussa ja kantaa vastuunsa siitä myös silloin, kun keskustelun keskiössä on se itse – julkisen palvelun yleisradioyhtiö, kaupallisen median ongelmat tai suomalainen viestintäpolitiikka. Jos pelkän markkina-arvon ei pidä määritellä journalismia, ei sen pitäisi määritellä journalismista käytävää keskusteluakaan. Etenkin julkisesta palvelusta keskusteleminen on ennen muuta yhteiskunnallinen, ei markkinataloudellinen kysymys, vaikka tähän saakka sitä koskevaa keskustelua on käyty lähinnä jälkimmäisestä näkökulmasta. Tämä käy ilmi, kun seuraavaksi käyn läpi sitä, mitä julkista palvelua koskevassa keskustelussa on sanottu meillä ja muualla Euroopassa.

4.3. Keskustelu julkisen palvelun mediasta: informaatioisotia meillä ja muualla

Tällä hetkellä suhteellisesti upporikas Yleisradio hakee koolleen oikeutusta tähtäämällä mahdollisimman suureen markkinaosuuteen. Suhteellisesti köyhtynyt yksityinen media taas saneeraisi Yleisradion selvästi nykyistä pienemmäksi. Näiden näkemysten väliin mahtuu valtava keskustelu, jota kukaan ei Suomessa käy. (Ylen suuri tehtävä –raportti)

Yllä oleva sitaatti on ote keväällä 2015 julkaistusta kaupallisen median rahoittamasta, Yleä käsittelevästä raportista. Yleisradio nykymuodossaan nähdään siinä kärjistetyksi ongelmana, joka uhkaa kotimaisen mediakentän monimuotoisuutta ja sitä kautta pahimpien kauhukuvien mukaan jopa demokraattista tiedonvälitystä. Raportti ja siihen liittyvä tv-dokumentti ovat yksi tapa herättää keskustelua julkisen palvelun yleisradiotoiminnan järjestämisestä Suomessa. Omassa aineistossani tähän keskusteluun osallistuvat niin kaupallinen media, Yle, poliitikot, erilaisten eturyhmien edustajat kuin jonkin verran myös kansalaisetkin. Taustalla on tavoite vaikuttaa julkista palvelua koskeviin asioihin, kansan mielipiteeseen ja jopa poliittiseen päätöksentekoon.

Julkisesta palvelusta käyty kriittinen keskustelu ei ole uusi asia, sillä julkisen palvelun mediaa on kritisoitu sen alkua ajoista lähtien. Vain kritiikin luonne ja sen kärki ovat vaihdelleet aikojen saatossa. (Nord 2012, 46) Se, miten julkiseen palveluun suhtaudutaan, korreloi vahvasti sen kanssa, mitä asioita yhteiskunnan toiminnassa halutaan korostaa: markkinoita ja yksilön valintaa vai yhteistä etua ja tasapuolisuutta. Jakubowiczin (2010) mukaan Euroopassa aiheesta käytyjen keskustelujen taustalla on 1980-luvulla yhteiskunnassa tapahtunut uusliberalistinen käänne. Siitä lähtien kolme keskenään kilpailevaa ideologiaa on käynyt julkisessa keskustelussa kamppailua siitä, mitä julkinen palvelu on tai mitä sen tulisi olla. Ensimmäinen niistä lähestyy julkista palvelua pitkälti demokraattisen korporatismen hengessä korostamalla sen olevan tärkeä ja olennainen osa yhteiskuntaa. Siksi sen on tavoitettava jokainen kansalainen ja tarjottava kaikilla tarpeellisiksi katsotuilla alustoilla kattava ohjelmisto huomioiden myös erityisryhmät. Tämä saavutetaan takaamalla julkisen palvelun medialle vakaa ja riittävä rahoitus. Julkisen palvelun yleisradiotoimintaa pidetään kuitenkin malliltaan jo hieman vanhentuneena ja se tulisivikin uudistaa perinpohjin samalla, kun suhdetta yleisöön olisi kehitettävä kohti kumppanuutta kansalaisten kanssa.

Toisessa lähestymistavassa julkisen palvelun rooli yhteiskunnassa nähdään huomattavasti rajatumpana, lähinnä vain kaupallisen median toiminnan täydentäjänä ja markkinoiden korjaajana. Julkisen palvelun avulla tulisi tuottaa vain sellaista rajattua ohjelmistoa, joka ei kilpailisi kaupallisten toimijoiden tarjoaman sisällön kanssa. Sen rahoitus voisi tulla yhä valtiolta, mutta mainosrahoituksen osalta se olisi jätettävä kokonaan sen ulkopuolelle.

Kolmannessa eli uusliberalistisessa lähestymistavassa julkisella palvelulla ei juuri ole enää sijaa yhteiskunnassa. Valtion osallistuminen yhteiskuntaelämään on epätoivottavaa, sillä sekä yksilön

että yhteiskunnan tarpeet voidaan tyydyttää vain markkinoiden avulla. Niinpä julkisen palvelun media – ainakin organisaatiotasolla – tulisi lopettaa kokonaan ja kaupallinen media voisi huolehtia myös julkisen palvelun ohjelman välittämisestä ilman erillisen julkiseen palveluun erikoistuneen yhtiön olemassaoloa. Vaihtoehtoisesti se voisi jatkaa toimintaansa huomattavasti pienempänä ja ilman taattua rahoitusta, jolloin se joko kilpailisi rahoituksesta kaupallisten toimijoiden kanssa tai sen toiminta perustuisi tilausmaksuihin. Suurin osa sen sisällöistä tulisi kaupallisilta toimijoilta. Joka tapauksessa julkinen palvelu olisi vain yksi, nykyistä huomattavasti kapeampi siivu muun mediatarjonnan joukossa. (Jakubowicz 2010, 133-134)

Julkiselle palvelulle yhteiskunnassa jäävä toimintakenttä on selvästi pienin viimeisessä vaihtoehdossa. Halu julkisen palvelun rajuun supistamiseen juontuu Nordin (2012) mukaan siitä, että liberaaleista lähtökohdista katsottuna jo julkisen palvelun ideologia on virheellinen sen tarjotessa kansalaisille sitä, mitä he tarvitsevat, eikä sitä, mitä he haluaisivat. Valtiorahoitteisena yhtiönä julkisen palvelun yleisradioyhtiöt sotivat myös liberalismissa korkealle arvotettua markkinavapautta vastaan vääristäessään alan kilpailua vieläpä valtion tukemana.

Julkisen palvelun markkinavaikutusten ohella keskustelua on viime vuosina käyty erityisen paljon myös sen reviiristä. Siitä huolimatta, että julkisen palvelun legitiimi asema radio- ja tv-toiminnassa on tunnustettu kaupallisessa mediassa, sen laajentunut toiminta verkossa on nostattanut vastarintaa niin meillä kuin muuallakin ja sitä on vaadittu rajoitettavaksi. EU:n tasolla kaupallisen median kritiikki on voimistunut vuodesta 2004 lähtien, jolloin kolme alan johtavaa etujärjestöä, The European Publisher's Council (EPC), The Association of Commercial Television (ACT) ja The Association Europeenne des Radios (AER) julkaisivat dokumentin, jossa julkisen palvelun medioita syytettiin epäreilusta kilpailusta ja markkinoiden häirinnästä.⁴² Vuonna 2009 voimaan tulleella uusien palvelujen ja toimintojen ennakoarvioinnilla (ex ante) onkin haluttu varmistaa, että julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden suunnittelemien uusien palvelujen kokonaisvaikutus markkinoihin ja kilpailuun selvitetään ennen niiden aloittamista. Kyse on samalla myös yhtiöiden rahoituksen tarpeenmukaisuuden arvioinnista: käyttävätkö julkisen palvelun yleisradioyhtiöt saamansa rahoituksen oikein suhteessa niiden tehtävään ja muuhun mediakenttään. Samaan aikaan julkisen palvelun medioiden oikeus tarjota ja kehittää sellaisia palveluita, joita niiltä kussakin Euroopan Unionin jäsenmaassa edellytetään, on kuitenkin haluttu turvata lainsäädännöllä. (Nord 2012, 46-47)

Samaa keskustelua on käyty myös Pohjoismaissa, jossa julkisen palvelun yleisradioyhtiöillä on ollut perinteisesti vahva asema yhteiskunnassa. Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa yhtiöiden toiminta verkossa on ollut kaupallisen median suurennuslasin alla jo 2000-luvun alusta.

Yleiseurooppalaiseen tapaan keskusteluissa on väitetty, etteivät verkkosisällöt kuulu julkisen

⁴² EPC 30.3.20014 Safeguarding the future of European audiovisual market. Saatavilla: <http://epceurope.eu/wp-content/themes/striking/presscentre/archive/epc-white-paper-safeguarding-the-future-of-the-european-audiovisual-market-30-march-2004.pdf>

palvelun ydintehtävään, jonka on nähty koskevan pelkästään radiota ja televisiota. Kaupallisen median mukaan julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden toiminta verkossa on johtanut jopa siihen, ettei verkkosisältöjä ole lähdetty edes kehittämään kaupallisella puolella, vaikka myös siellä pystyttäisiin ainakin periaatteessa tuottamaan samankaltaisia sisältöjä. Myös julkisen palvelun median alueellista toimintaa verkossa on kritisoitu väittäen, että se vie elannon maakunta- ja paikallislehdiltä.

Nordin mukaan julkisen palvelun mediaa kohtaan Pohjoismaissa esitetty kritiikki on sisällöltään niin samankaltaista ja toistuvaa, että sen voidaan katsoa olevan osa suurempaa strategiaa ('*grand strategy*'). Vaikutteita siihen haetaan koko Euroopan tasolla käytävästä keskustelusta. Maakohtaisia eroja toki on, ja ne liittyvät julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden erilaisiin toimintatapoihin. Kovinta kaupallisen median kritiikki on ollut Tanskassa, jossa julkisen palvelun media on laajentanut toimintaansa verkossa verraten aggressiivisesti ja sen verkkosivustot ovat olleet maan suosituimmat. Kaupallisen median painostuksesta johtuen se on kuitenkin joutunut jo luopumaan osasta verkkotarjontaansa. Norjassa julkisen palvelun media on taas saanut sapiskaa kaupalliselta medialta siitä, että lupamaksujen lisäksi se on kerännyt rahoitusta myös mainostoiminnan kautta, jonka osuutta sen rahoituksessa onkin sittemmin vähennetty. Julkisen palvelun median toiminta verkossa on kuitenkin saanut siellä osakseen huomattavasti vähemmän arvostelua kuin Tanskassa, mikä johtunee osaltaan sekä maan poliittisen ilmapiirin myönteisyydestä julkista palvelua kohtaan että lehdistön hyvästä taloustilanteesta. Ruotsissa julkisen palvelun median rooli verkossa ja samoin siitä käyty keskustelu on ollut näistä kolmesta maasta vähäisintä. Taustalla on sanomalehtien kunnianhimoisempi suhtautuminen verkkojulkaisujen kehittämiseen, ja vasta sanomalehtien tuottojen lasku ja kasvava kilpailu yleisöstä on nostanut yleisradioyhtiöiden toimimisen verkossa kansallisen mediakeskustelun agendalle myös Ruotsissa. (Nord 2012, 50-57)

Kyse on pitkälti siis uuden mediankäytön välineen, internetin, kirvoittamasta reviiikiistasta ja siitä, millä alustoilla julkisen palvelun yleisradioyhtiön katsotaan saavan toimia. Lowen mukaan keskustelun taustalla vaikuttaa selvä agenda: julkisen palvelun institutionaalista pohjaa ja sitä kautta koko julkista palvelua halutaan heikentää. Tällä pyritään turvaamaan kaupallisen median omia tarkoitusperiä. (ks. Lowe 2010, 37)

Suomessa julkisen palvelun median ja kaupallisen median välillä on ollut jännitteitä jo Ylen toiminnan alkuvuosista lähtien. Sen sijaan varsinaista kiistelyä Ylen julkisen palvelun tehtävästä ja sen toiminnan oikeutuksesta on Hellmanin (2010a ja 2010b) mukaan käyty vasta 1990-luvun loppupuolelta lähtien. Ennen sitä Yleisradion olemassaolon oikeutusta ei juuri kyseenalaistettu, vaikkakin sen aiempi monopoliasema ehdittiin haastaa useaan otteeseen ennen kuin radio- ja televisiotoiminta avattiin meilläkin kilpailulle. Hellman jakaa Ylen rahoituksesta ja sen tehtävistä käydyn julkisen keskustelun – tai kuten hän itse sitä nimittää, "informaatiosodan" – neljään eri

vaiheeseen (lainausmerkit Hellmanin), joita tarkastelen seuraavaksi lähemmin.⁴³ Keskustelun sytykkeinä ovat toimineet sekä kansalliset ristiriidat että julkisen palvelun mediaan Euroopan tasolla kohdistunut kritiikki.

Kuvio 1. Ylestä käydyn "informaatio sodan" eli julkisen keskustelun eri vaiheet Hellmanin (2010b) mukaan jaoteltuna

Keskustelun vaiheet	Osallistujat	Kritiikin kohde	Keskustelun taustalla vaikuttava laajempi teesi
1. vaihe: 1996–2000	MTV	Kaupallisten kanavien Ylelle maksamat julkisen palvelun maksut	Yle toimii kaupallisen median tontilla
2. vaihe: 2000–2002	MTV, Nelonen	Toimilupamaksut ja Ylen tuottamat sisällöt	Yle toimii kaupallisen median tontilla ja vääristää mediamarkkinoita
3. vaihe: 2008–2010	Sanoma, Viestinnän Keskusliitto	Ylen tehtävä	Ylen julkisen palvelun tehtävää on tarkennettava ja sen valvontaa uudistettava
4. vaihe: 2010–2012 ⁴⁴	Viestinnän Keskusliitto, Sanoma, Alma Media, MTV, Turun Sanomat, Keski-suomalainen ⁴⁵	Ylen rahoitus, tehtävä, valvonta ja yhtiön tuottamat sisällöt	Ylen julkisen palvelun tehtävää on rajattava, sen rahoitusta on pienennettävä ja valvontaa uudistettava

Ensimmäisen keskustelun vaiheen alun Hellman sijoittaa siis 1990-luvun lopulle. Se käynnistyi, kun Nelonen sai oman toimiluvan televisiotoiminnan harjoittamiseen vuonna 1996. Yhtiö maksoi Ylelle pienempää julkisen palvelun maksua kuin sen kilpikumppani MTV, joka pyysi Kilpailuvirastoa selvittämään asiaa. Kilpailuviraston mukaan pienemmän maksun periminen uudelta, markkinoille juuri tulleelta toimijalta oli kuitenkin sallittua. Sen sijaan se kyseenalaisti koko maksun mielekkyyden, sillä Kilpailuviraston mukaan rajat julkisen palvelun toiminnan osalta olivat hämärtyneet MTV:n ja Nelosen esittäessä myös perinteisesti julkiseen palveluun kuuluvaksi miellettyjä ohjelmia kuten uutisia, kun taas Ylen ohjelmistosta löytyi kaupalliselle medialle paremmin sopivia ohjelmia. Seuraavana vuonna julkisen palvelun maksu korvattiinkin lakisääteisellä toimilupamaksulla.

⁴³ Ks. kuvio 1.

⁴⁴ Hellman määrittelee keskustelun neljännen vaiheen osalta ainoastaan sen alkamisajankohdan eli vuoden 2010. Taulukossa käytetyt muut kyseistä vaihetta koskevat määrittelyt ovat oman tutkimukseni pohjalta tehtyjä.

⁴⁵ Kaikki tässä luetellut tahot rahoittivat Franck Median (2015) Ylen suuri tehtävä –raporttia ja dokumenttia.

Muualla Euroopassa suuret mediatalot olivat ryhtyneet kyseenalaistamaan julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden legitiimiä asemaa jo kymmenkunta vuotta aiemmin, 1980-luvun lopulla. Julkisen palvelun yleisradiotoiminnan puolustukseksi Euroopan Unionin perussopimuksen täydentämisen yhteydessä (ns. Amsterdamin sopimus) vuonna 1997 laadittiinkin lisäpöytäkirja, jolla vastattiin sitä kohtaan esitettyyn kritiikkiin. Yleisradiotoiminta määriteltiin pöytäkirjassa yhteiskunnan demokraattisiin tarpeisiin kuuluvaksi ja sen katsottiin turvaavan viestinnän moniarvoisuutta. Unionin jäsenmailla todettiin myös olevan oikeus rahoittaa yleisradioyhtiöitä parhaaksi katsomallaan tavalla siten, ettei se kuitenkaan vääristänyt alan kilpailua. (Hellman 2010b, 11)

Meillä keskustelun käynnistyessä esiin nousseeseen väitteeseen Ylen ja kaupallisten toimijoiden tuottamien sisältöjen samankaltaisuudesta palattiin keskustelun **toisessa vaiheessa**. Vuonna 2000 julkaistun selvityksen mukaan Ylen ohjelmisto oli viihteellistynyt siinä määrin, että se kilpaili jo osittain samoista yleisöistä, ohjelmantekijöistä ja esitysoikeuksista kuin kaupalliset kanavat. Selvitys oli MTV:n ja Nelosen perustaman Suomen Kaupallisten Televisioiden Liiton tilaama eikä siinä Hellmanin mukaan tosiasiallisesti vertailtu ohjelmistojen kehitystä. Kilpailuolosuhteita vääristävää toimilupamaksua vaadittiin poistettavaksi kokonaan ja Ylen toiminta tulisi samalla rajata kaupallisten tuotantojen ulkopuolelle. Kaupallisen median näkökulmasta oli kestävämpää, että Yle kilpaili toimilupamaksujen rahoittamana sen kanssa samoista sisällöistä ja yleisöistä.

Samaa keskustelua tiukemmasta yleisradiopolitiikasta ja julkisen palvelun yhtiöiden rahoituksesta käytiin myös Euroopan tasolla. Vuonna 2001 Euroopan komissio joutuikin täsmentämään tiedonannossaan sitä, milloin julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden saama julkinen tuki oli hyväksyttävissä. Ehtoina oli, että yhtiöiden tehtävät oli määriteltävä täsmällisesti ja niiden toteutumista oli valvottava. Käytännössä jäsenmaat saivat siis edelleen itse ratkaista, mitä julkiseen palveluun katsottiin kuuluvaksi. Suomessa keskustelu rauhoittui, kun kaupallisten tv-kanavien Ylelle maksamat toimilupamaksut puolitettiin painostuksen myötä vuonna 2002 ja poistettiin kokonaan analogisten lähetysten päättyessä. Sen sijaan Ylen tehtävät täyden palvelun laajuudessa haluttiin säilyttää eikä mitään ohjelmatyyppiä rajattu sen toiminnan ulkopuolelle. Tämä vahvistettiin myös lainmuutoksella, jonka myötä myös "virikkeellisen viihteen" tarjoamisen katsottiin kuuluvan julkiseen palveluun. (Hellman 2010b, 11-12)

Kolmannessa vaiheessa 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen lopulla keskustelun ytimessä ei enää niinkään ollut julkisen palvelun rahoitus, vaan sen tehtävä ja laajuus. Kaupallinen mediateollisuus niin Suomessa kuin muualla Euroopassa vaati julkisen palvelun tehtävän tarkentamista. Kiihtä herätti etenkin julkisen palvelun median toimiminen verkossa, sillä sen ei katsottu kuuluvan enää julkisen yleisradioyhtiön toimialan piiriin. Euroopan komissiolta yleisradiotoiminta sai kuitenkin jälleen tuen laajan ohjelmiston tarjoamiseen, vaikkakin

merkittäväksi katsottujen uusien palvelujen osalta tulisi suorittaa ennakoarviointi.⁴⁶ Suomessa esitys julkisen palvelun tehtävän täsmentämisestä "täyden palvelun televisio- ja radio-ohjelmistosta" vaatimukseksi "monipuolisesta ja kattavasta ohjelmistosta" tyssäsi samalla, kun parlamentaarisen työryhmän mediamaksuehdotus jäädettiin vuonna 2010. Tästä alkoi Hellmanin mukaan keskustelun **neljäs vaihe**, jonka viimeinen vuosi sisältyy myös omaan tutkimukseeni. (Hellman 2010b, 12-13)

Keskustelun kolmanteen ja neljänteen vaiheeseen, vuosiin 2008–2012 sisältyivät niin kiistat Ylen rahoituksesta, valvonnasta kuin sen tehtävistäkin. Vääntöä käytiin siitä, tulisiko Ylen toiminta rahoittaa erillisellä (media)maksulla vai olisiko sen rahoitus siirrettävä osaksi valtion budjettia, riittikö hallintoneuvosto enää sen valvojaksi ja minkälaiseksi Ylen tehtäväkuva tulisi määritellä. Keskustelu oli ristiriitaista ja repivää, ja se päättyi viestintäministeri Suvi Lindénin päätökseen palauttaa Yleisradion rahoitus uudelleen valmisteluun. Hellmanin mukaan samalla neljännesvuosisadan yleisradiopolitiikassa jatkunut konsensus mureni, kun poliittista yksimielisyyttä yhtiön rahoituksesta ei enää löytynyt. (Hellman 2010b, 9)

Toivottamalta vaikuttaneesta tilanteesta päästiin kuitenkin eteenpäin suhteellisen nopeasti: periaatepäätös Yle-verosta tehtiin jo seuraavana vuonna ja voimaan uusi laki tuli vuoden 2013 alusta. Ylen tehtävänanto säilyi julkisuudessa esitetyistä äänekkäistä vaatimuksista huolimatta entisellään, ehkä jopa hieman laajentuen.⁴⁷ Myös hallintoneuvosto yhtiön toimintaa valvovana elimenä jäi niille sijoilleen. Rahoitusratkaisun myötä alkoi keskustelun tämänhetkinen, viides vaihe. Pääpiirteittäin sen teemat ovat samat kuin Hellmanin erittelemässä, 1990-luvun lopulta alkaneiden "informaatio-sotien" aikaisemmissa vaiheissa. Ylen väitetään vääristävän mediamarkkinoiden kilpailuasetelmaa sekä rahoituksensa että liian laajan tehtävänsä kautta, ja siksi molempia tulisi rajata jollakin tavalla. Tuoreimmissa keskusteluissa on lisäksi kiinnitetty huomiota Ylen tuottaman sisällön laatuun, jonka on kritisoitu huonontuneen yhtiön keskittyessä liiaksi uusien mediankäytön välineiden haltuunottoon ja yhä suurempien yleisöjen tavoitteluun.

Kuten edellä kerroin, Nord (2012) pitää julkisesta palvelusta käytyjen keskustelujen teemoja ylikansallisina. Myös Hellmanin jaottelua tarkasteltaessa voidaan nähdä, että samaa Euroopan tasolla jo kohta 30 vuotta sitten alkanutta keskustelua, jonka taustalla vaikuttavat kaupallisen median omat intressit, käydään edelleen myös meillä. Kaupallinen media on Suomessakin tarkastellut kriittisesti julkisen palvelun vaikutuksia mediamarkkinoihin ja ottanut toistuvasti aktiivisesti kantaa siihen, miten julkinen palvelu tulisi meillä järjestää sekä sen rahoituksen että tehtävien osalta. Kuviosta 1 on myös nähtävissä, että keskusteluun osallistujien määrä on kasvanut

⁴⁶ Kyseessä on siis sama keskustelu, johon Nord (2012) viittaa sivulla 42.

⁴⁷ Kuten tutkimuksen johdannossa totean, Yle-lain julkisen palvelun velvoitteeseen lisättiin tässä yhteydessä täydennys, jolla varmistettiin yhtiön oikeus tarjota palveluja yleisissä viestintäverkoissa sekä valtakunnan tasolla että alueellisesti.

vuosien mittaan – tosin vain kaupallisten toimijoiden osalta. Sen vuoksi onkin mielestäni perusteltua pohtia, onko meillä tapahtuneessa kehityksessä havaittavissa myös media-alan aiempaa järjestäytyneempää organisoitumista vastavoimaksi julkiselle palvelulle.

Pohdin aiemmin tämän luvun alussa julkisen keskustelun kohtaamia haasteita ja sen toteutumista julkista palvelua ja Yleä käsittelevässä keskustelussa. Julkisen keskustelun prosessin – erilaisten näkökantojen esiin tuomisen, niistä vuorovaikutteisesti keskustelemisen ja yhteisten ratkaisujen etsimisen – voidaan katsoa toteutuvan siinä tällä hetkellä suhteellisen huonosti. Ensimmäinen ongelma on mielestäni se, ettei Ylestä käydyssä julkisessa keskustelussa ole sanottavasti vielä ylletty kunnolliseen vuoropuheluun. Viime vuosina eniten äänessä on sen osalta ollut kaupallinen media Ylen roolin jäädessä keskustelussa vähäiseksi, vaikka se onkin hiljalleen siinä aktivoitunut. Aidon vuoropuhelun rakentuminen olisi julkisen keskustelun kannalta kuitenkin olennaisen tärkeää, sillä jos siinä esitetyt mielipiteet hajoavat eivätkä ne kohta toisiaan, kunnollista keskustelua ei synny. Toisaalta Veikko Pietilän (2010) mukaan julkiselle keskustelulle on tyypillistä, että se koostuu käytännön tasolla usein monologeista, joissa esitetään puheenvuoroja samasta aiheesta, mutta ne eivät reagoi – ainakaan tunnistettavalla tavalla – toisiinsa. (Pietilä V. 2010c, 403)

Toinen Ylestä käydyin julkisen keskustelun ongelma on se, että siihen osallistuvia on vain vähän. Teemahaastattelussa Ylen viestintäjohtaja Reija Hyvärinen peräänkuulutti niin kansalaisten, tutkijoiden kuin kulttuurialan toimijoidenkin osallistumista keskusteluun. Tällä hetkellä siinä aktiivisesti mukana olevilla on vahvat omat intressit, joita ajetaan keskustelun kautta. Keskustelusta tulee siten helposti väittelyä, kun sen osapuolet eivät ole valmiita tinkimään omista vaatimuksistaan eikä yhteistä etua löydetä. Lisäksi tähän saakka julkista palvelua on keskustelussa lähestytty lähinnä markkinoiden näkökulmasta, vaikka sitä tulisi arvioida myös sen yhteiskunnallisen tehtävän valossa.

Kolmanneksi voidaan pohtia, millainen merkitys tällaisella keskustelulla on. Pystytäänkö julkisen palvelun roolia yhteiskunnassa pohtimaan sen kautta aidosti? Jos keskustelu koostuu yksittäisistä vaatimuksista, joista toiset esitetään äänekkäämmin kuin toiset, kenen huutoon päättäjät vastaavat? Kysymys on ratkaiseva, sillä Ylestä käydyin julkisen keskustelun puutteista huolimatta sen kautta esitetyillä argumenteilla on vaikutusta siihen, mitä julkisesta palvelusta meillä ajatellaan. Viitteitä siitä, että tällä vajavaisellakin keskustelulla on jotakin vaikutusta päätöksentekoon, on myös ollut viime aikoina nähtävissä. On siis syytä kysyä, miten julkisesta palvelusta voitaisiin käydä parempaa julkista keskustelua. Ratkaisun löytämiseksi siirryn seuraavaksi tarkastelemaan omassa tutkimuksessani julkisesta palvelusta käytyä keskustelua.

5. Tutkimusaineisto ja oman tutkimuksen positiointi

Kaupallisella medially on siis ollut aktiivinen rooli julkisesta palvelusta käydyssä julkisessa keskustelussa niin meillä kuin muuallakin Euroopassa. Sanomalehdistössä Ylestä käytyä julkista keskustelua ovat tutkineet opinnäytetöissään muun muassa Antti Laakso (2012) ja Terhi Pirilä-Porvali (2014). Molempien pro gradu –töiden kiinnostuksen kohteena oli se, oliko sanomalehdillä yhteinen linja Yleä ja sen rahoitusta koskeneessa uutisoinnissa Ylen rahoitusratkaisusta päätettäessä. Laakson gradussa tarkasteltiin 13 sanomalehden vuosina 2009–2010 mediamaksuun ja Ylen rahoitukseen liittyviä kirjoituksia. Pirilä-Porvalin tutkimusaineiston muodostivat puolestaan viiden sanomalehden kirjoitukset miltei samalta ajankohdalta (vuosilta 2008–2010). Molemmat opinnäytetyöt sijoittuvat Hellmanin (2010b) tulkinnan mukaisesti Ylestä käydyn julkisen keskustelun kolmosvaiheeseen.⁴⁸ Tutkimusten johtopäätös oli, että suurin osa sanomalehdistä otti tutkimusajankohtana hyvinkin voimakkaasti kantaa mediamaksuun sekä Ylen rahoittamiseen ja toimintaan ylipäättäen. Lehtien mielipiteet olivat myös yhteneväisiä sekä sisällöllisesti että ajallisesti. Teemallista yhteyttä nähtiin myös Sanomalehtien liiton kannanottoihin.

Laajemmin julkisen palvelun yleisradioyhtiöitä ja myös niistä käytyä julkista keskustelua ovat tutkineet esimerkiksi jo aiemmin mainitut Mäntymäki (2006), Hellman (1999 ja 2010), Ala-Fossi (2012) ja Nord (2012). Mäntymäen väitöstutkimus on yleisötutkimus, jonka verkkokeskusteluista koostuva aineisto sijoittuu 2000-luvun alkuun eli Ylestä käydyn julkisen keskustelun toiseen vaiheeseen. Ajankohtaa voinee kutsua Søndergaardia [1999] mukailleen julkisen palvelun yhtiön identiteettikriisin alkuvuotiksi, jonka taustalla oli median kaupallistumisen lisäksi digitaalisen teknologian esiinmarssi, joka haastoi myös julkisen palvelun median. Mäntymäen mukaan juuri "-- uusi teknologiavetoinen murros nosti Yleisradion aseman ja tehtävät uudella tavalla kriittiseen julkiseen keskusteluun". (ks. Mäntymäki 2006, 17)

Hellmanin myöhempiä (2010a ja 2010b) jaottelua Yleä koskevan "informaatiosodan" vaiheista olen avannut edellisessä luvussa. Myös Hellmanin väitöstutkimus (1999) televisiotoiminnan kehittymisestä Suomessa sekä sen myötä tapahtuneista muutoksista Ylen ja kaupallisen median välisessä suhteessa linkittyy omaan aihepiiriini. Se nostaa esille Ylen ja kaupallisen median välisen kumppanuuden sekä niiden suhdetta jo aiempina vuosina rasittaneet ristiriidat ja sen, miten niitä on pyritty ratkomaan.

Ala-Fossin (2012) tutkimus julkisen palvelun median rahoituspohjan muutoksesta ja erityisesti Lintilän työryhmän esittämän mediamaksun kohtalosta kertoo sekin jotain hyvin olennaista Ylestä käydyn keskustelun ilmapiiiristä vuosina 2008–2012 eli keskustelun kolmannesta ja neljännessä vaiheesta.

⁴⁸ Ks. kuvio 1 sivulla 43.

Nordin (2012) tutkimus, jota niinkään kävin läpi edellisessä luvussa, käsittelee julkisen palvelun mediasta vuosina 2000–2010 käytyä keskustelua Skandinavian ja koko Euroopan tasolla. Vaikka suomalaista julkista palvelua koskeva keskustelu ei sisällykään Nordin aineistoon, antaa se sille hyvän vertailukohteen kattaen Hellmanin erittelemistä, kotimaisen keskustelun vaiheista toisen ja kolmannen vaiheen.

Suomalaisessa mediassa käydyin julkisen keskustelun tulisi joidenkin tulkintojen mukaan herättää nykyistä enemmänkin kiinnostusta akateemisen tutkimuksen parissa. Veikko Pietilän (2010) mukaan tutkijat ovat kuitenkin jättäneet sen tähän saakka liian vähälle huomiolle. Julkisen keskustelun termi vaikuttaa Pietilän mukaan linkittyvän meillä mediaan ainoastaan sen vuoksi, että sillä katsotaan olevan "--jotakin tekemistä julkisuuden kanssa". Vaikka tutkimuskohteena olisikin julkinen keskustelu mediassa, sitä ei lähestytä vuorovaikutusprosessina, vaan keskustelujen sisällön analyysinä, kiinnittäen huomiota siihen, mitä on sanottu ja miksi. Tällöin median rooli julkisen keskustelun foorumina kärsii. (Pietilä V. 2010c, 387, 391)

Toivon omalla tutkimuksellani tavoittavani edes osan Pietilän peräänkuuluttamasta, mediassa käydyssä julkisessa keskustelussa syntyvästä vuorovaikutusprosessista tarkastelemalla eri osapuolten roolia keskustelussa ja prosessin mahdollisia vaikutuksia päätöksentekoon. Tutkimusaineistoni koostuu kolmesta osasta: lehtiaineistosta, Ylen pääosassa sanomalehdille osoittamista vastineista ja oikaisuista sekä Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen kanssa tehdystä teemahaastattelusta. Lehtiaineisto pitää sisällään Helsingin Sanomissa ja sanomalehti Kalevassa ajanjaksolla 1.1.2012–31.3.2015 julkaistut, Ylen rahoitukseen ja sen tehtäviin kantaa ottavat kirjoitukset. Lehdet edustavat tutkimuksessani otantaa mediassa tutkimusajankohtana käydystä, Yleä koskevasta julkisesta keskustelusta. Toisen osan aineistoa muodostavat Ylen samalla ajanjaksolla julkaisemat vastineet ja oikaisu kaupallisen median Yleä koskevaan kirjoitteluun sekä ne lehtitekstit, joihin Yle ottaa vastineillaan kantaa. Tämän aineiston tehtävänä on avata Ylen roolia julkisessa keskustelussa tarkastelemalla, mihin keskustelussa esitettyihin asioihin Ylen taholta on haluttu vastata ja mitä seikkoja siinä on nostettu esille Ylen toimesta. Kolmas osa aineistoa eli Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen teemahaastattelu toimii syventävänä aineistona edelliselle. Sen avulla olen halunnut selvittää, miksi Yle on reagoinut juuri tiettyihin kaupallisessa mediassa julkaistuihin, Yleä koskeviin kirjoituksiin ja miten niihin on haluttu vastata. On myös kiinnostavaa tietää, millaisena julkinen keskustelu Ylestä ja yhtiön oma rooli siinä on nähty talon sisällä.

Tutkimusajankohta pitää sisällään vuoden ennen Ylen rahoituksen muuttumista veroperusteiseksi sekä reilut kaksi vuotta Yle-veron voimaantulon jälkeen. Lehti- ja vastineaineiston vertailun kannalta aikarajaus on hieman ongelmallinen, sillä siihen sisältyvä viimeinen tutkimusvuosi pitää sisällään vain kolme kuukautta. Näin ollen se ei ole määrällisesti vertailukelpoinen muiden vuosien kanssa. Halusin kuitenkin sisällyttää sen aineistooni siksi, että mielestäni se antaa jo merkkejä siitä, mihin suuntaan Ylestä käyty julkinen keskustelu on kääntymässä ja myös Yle aktivoitui

keskustelussa etenkin tutkimusajankohdan loppupuolella. Aikarajauksen avulla olen siis halunnut saada mahdollisimman ajankohtaisen kuvan Ylestä käydystä julkisesta keskustelusta. Sinänsä lyhyen ajanjakson aikana julkisen palvelun järjestämisestä on ehditty käydä hyvinkin vilkasta keskustelua. Keskustelun kiihkeyttä voidaan tosin pitää ymmärrettävänä ajanjaksolle sijoittuvan, yleisradiopolitiikan kannalta historiallisen vaiheen johdosta, kun julkisen palvelun yhtiö siirtyi lupamaksuista koostuvasta rahoituksesta verorahoitukseen. Kuten olen aiemmin todennut, juuri lupamaksujen on katsottu muodostaneen julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden ja niiden yleisöjen välille suoran suhteen ja hälventävän samalla valtion merkitystä niiden toiminnan turvaajana. Siirtyminen veron kautta kerättävään rahoitukseen katkaisi tuon suhteen. Kaupallisessa mediassa esitetyn kritiikin mukaan yhtiön riippumattomuus kokikin uuden rahoitusmuodon myötä kolauksen, sillä sen nähtiin kiinnittävän Yleisradiota entistä tiukemmin valtioon. (ks. Hujanen 2010)

Aineistoni avulla pyrin muodostamaan käsityksen siitä, millaista Ylestä lehdistössä käyty keskustelu on viime vuosina ollut, mikä on Ylen rooli keskustelussa ja mihin asioihin ja millä tavoin Yle on ottanut keskustelussa kantaa. Aineiston pääpaino on Ylen vastineissa ja oikaisuisissa kun taas Helsingin Sanomien ja Kalevan lehtiaineistot sekä teemahaastattelu auttavat ymmärtämään aineistoa syvemmin ja liittämään sen laajempaan Ylestä käytyyn julkiseen keskusteluun.

5.1. Sanomalehtiaineisto: Helsingin Sanomat ja Kaleva

Helsingin Sanomissa ja Kalevassa 1.1.2012–31.3.2015 julkaistuista, Ylen rahoitusta ja sen tehtäviä koskevista kirjoituksista koostuva lehtiaineisto pitää sisällään niin uutisartikkeleita, pääkirjoituksia, kolumneja kuin yleisönosastokirjoituksiakin. Alun perin lehtiaineiston oli tarkoitus koostua pelkästään toimituksellisesta aineistosta, mutta koska Ylen vastineista ja oikaisuisista koostuvasta aineistosta löytyy myös kannanottoja, joilla vastataan lehtien mielipideosastoilla julkaistuihin lukijoiden kommentteihin, myös Yleä koskevat yleisönosasto- ja mielipidekirjoitukset on otettu mukaan tähän aineistoon.

Helsingin Sanomat ja Kaleva valikoituivat mukaan tutkimukseen, koska ne molemmat ovat osallistuneet aktiivisesti Ylestä käytyyn julkiseen keskusteluun. Yhdessä ne myös muodostavat valtakunnallisen ja maakunnallisen otoksen maan sanomalehdistä. Helsingin Sanomat on valtakunnallinen sanomalehti, joka kuuluu isoon mediakonserniin ja Kaleva puolestaan edustaa itsenäisen lehtitalon maakuntalehteä, vaikka sitä luetaan laajasti myös oman maakuntakeskuksensa, Oulun ulkopuolella miltei koko pohjoista Suomea myöten. Molemmat lehdet ovat sitoutumattomia 7-päiväisiä päivälehtiä, joiden juuret ovat 1900-luvun alun nuorsuomalaisessa puolueessa ja sittemmin kansallisessa edistyspuolueessa. Poliittisista puolueista ne irtaantuivat viimeistään 1900-luvun puoliväliin mennessä. (Tommila & Salokangas 1998, 165-167 ja Suistola 1999, 258-261)

Helsingin Sanomat on levikiltään Suomen ja koko Pohjoismaiden suurin sanomalehti. Vuonna 2014 sen levikki oli 285 223 kappaletta (painetun lehden levikki).⁴⁹ Lehti ilmoittaa tavoittavansa eri kanaviensa kautta reilut kaksi miljoonaa suomalaista viikottain. Päivälehden lisäksi Helsingin Sanomiin kuuluu muun muassa viikoittain ilmestyvä Nyt-liite, Kuukausiliite, HS Teema, verkkosivusto HS.fi, HSTV ja televisiokanava Nelosella lähetettävät HS-utiset. Helsingin Sanomat on osa Sanoma-konsernia, joka on maan suurin joukkoviestintäyrittäjä. Sanoma omistaa myös maan toiseksi suurimman lehden, Ilta-Sanomat. Konserniin kuuluu lisäksi lukuisia muita lehtiä, toimintaa ulkomailla sekä muun muassa Nelonen Media, jolla on useita televisio- ja radiokanavia.⁵⁰

Kaleva kuuluu puolestaan maakuntakeskuksissa ilmestyviin maakunnallisiin ykköslehtiin, joiden levikki on markkina-alueidensa suurimpia (Jyrkiäinen 2012, 79). Kaleva on levikiltään Pohjois-Suomen suurin ja Suomen neljänneksi suurin seitsenpäiväinen sanomalehti. Sen levikki oli vuonna 2014 65 572 kappaletta (painetun lehden levikki, LT2014). Lehti on osa Kaleva-konsernia, joka on oman ilmoituksensa mukaan Pohjois-Suomen suurin media-alan yritys. Konserni julkaisee sanomalehti Kalevaa sekä kaupunkilehti Forum24:ää. Sanomalehden verkkosivustolla, kaleva.fi:ssä vieraillee lehden mukaan parhaimmillaan yli 300 000 eri kävijää viikossa.⁵¹

Suhteessa Yleen molempia lehtiä voidaan pitää sen kilpailijoina etenkin, kun Helsingin Sanomat omistava Sanoma-konserni toimii myös radiossa ja televisiossa. Maakunnissa Ylen aluetoiminta taas kilpailee samoista sisällöistä ja yleisöistä maakunnan ykköslehden kanssa, kun toista saman volyymin toimijaa ei printtipuolelta usein löydy. Internet häivyttää toimialakohtaisia eroja entisestään, ja siellä kilpailu lehtien ja sähköisen median välillä onkin kovenemassa niin valtakunnallisesti kuin alueellisesti.

Lehtiaineistoon valittiin mukaan vain sellaiset Kalevassa ja Helsingin Sanomissa ilmestyneet kirjoitukset, joissa otettiin kantaa joko Ylen rahoitus – tai Ylen tehtävä –teemaan. Ylen tuottama sisältö –teeman alle kuuluvia kirjoituksia ei siis automaattisesti valittu aineistoon, jos ne eivät ottaneet kantaa kumpaankaan kahdesta ensimmäisestä teemasta. Lehtitekstit on kerätty lehtien sähköisistä arkistoista tekemällä jokaiseen tutkimukseen kuuluvan vuoden lehtiaineistoon erillinen haku. Hakusanana käytettiin sanaa ”Yleisradio*”. Sanaan liitetyn katkaisumerkin avulla haku tunnisti myös eri sijamuodoissa olevia sanoja. Hakusanaksi valikoitui yhtiön virallinen nimi, vaikka yhtiö käyttääkin itsestään ensisijaisesti nimeä Yle. Pelkän Yle-sanan käyttö hakusanana on kuitenkin ongelmallinen, sillä se palauttaa haussa suuren määrän aiheeseen liittymättömiä sanoja (esimerkiksi yleinen, yleis- ja niin edelleen). Aineistoa tarkasteltaessa kävi myös ilmi, että molemmat yhtiöstä käytettävät nimet esiintyivät yhtäaikaaisesti suurimmassa osassa lehdissä

⁴⁹ Levikintarkastus LT2014. Saatavilla: <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2015/09/LTtilasto2014.pdf>

⁵⁰ Tiedot koottu Sanoma Media Finlandin verkkosivuilta osoitteesta <https://www.sanoma.com/fi/media/finland/liiketoiminta>

⁵¹ Tiedot koottu Kaleva Oy:n verkkosivuilta osoitteesta <http://www.kalevakonserni.fi/index.php?1>

ilmestyneistä yksittäisistä kirjoituksista. Nimiä käytetään siis yleisesti rinnakkain. Näin ollen voidaan olettaa, että Yleisradio-hakusanaa käyttäen on löydetty suurin osa lehtien Yleä koskevista kirjoituksista.

Yleisradio-hakusanaa käyttäen Helsingin Sanomien aineistosta löytyi tutkimusajankohdalta kaikkiaan 1948 ja Kalevasta 1069 Yleä koskevaa kirjoitusta. Haku kohdistettiin koko lehtiaineistoon, ei pelkästään sanomalehtien tiettyihin osastoihin. Tästä aineistosta karsittiin pois ohjelmatiedot, muissa sanomalehdissä julkaistut jutut (kuten lehtien pääkirjoitussivulla yleensä olevat lyhyet viittaukset muiden lehtien pääkirjoituksiin tai niiden suorat lainaukset) sekä nimitysuutiset. Tämä rajaus jätti aineiston vielä suhteellinen laajaksi. Lopulliseen tutkimusaineistoon päätyivät tutkimuskysymyksiä mukaillen vain ne tekstit, joissa käsiteltiin jollakin tavalla Ylen rahoitusta tai sen tehtäviä ja kirjoituksessa otettiin selvästi kantaa jompaankumpaan. Kannanottaja saattoi siis olla esimerkiksi joko jutun kirjoittaja, haastateltava tai joku muu jutussa esiintynyt henkilö. Ylen rahoitusta tai tehtäviä koskevan kannanoton ei kuitenkaan tarvinnut välttämättä olla aineistoon valitun kirjoituksen ydinsanoma, mutta esitetyn näkökulman piti tulla tekstissä selvästi esille. Esimerkkinä tästä voitaneen mainita vaikkapa Ylen ohjelmien laatua käsittelevä kirjoitus, jossa todetaan, että pakkoverolla tulisi saada parempaa ohjelmaa. Kirjoitus pitää sisällään näkemyksen siitä, että koska Yleä rahoitetaan verovaroin, sen tulisi tehdä/olla tekemättä tiettyntyyppistä ohjelmaa. Sen voidaan myös tulkita ottavan kantaa siihen, ettei Yleä tulisi rahoittaa verovaroin ollenkaan.

5.2. Ylen vastineet ja oikaisut sekä lehtijutut, joihin niillä vastataan

Ylen vastineet ja oikaisut ovat osa Ylen yhtiöviestintää. Sen näkyvimpiä kanavia ovat yhtiön verkkosivut, joilla Yle kertoo palveluistaan ja ohjelmatarjonnastaan, mutta myös muusta toiminnastaan, hallinnostaan ja rahoituksestaan.⁵² Sivustolla on lukuisia artikkeleita, joissa käsitellään muun muassa Ylen ohjelmia, yhtiön historiaa sekä sen roolia suomalaisessa mediaympäristössä. Sivustoa uudistettiin kevään 2015 aikana ja samalla Yleä yhtiönä sekä sen julkisen palvelun tehtävää koskevan tiedon määrä lisääntyi. Ylen verkkosivuilta löytyvät myös yhtiön kirjoittamat vastineet ja oikaisut, joista suurin osa ottaa kantaa sanomalehdissä julkaistuihin, Yleä koskeviin kirjoituksiin, mutta myös muualla mediassa esitettyihin näkemyksiin Ylestä.

Käsitettä vastine käytetään tässä tutkimuksessa alkuperäisen merkityksensä lisäksi myös yleissanana Ylen pääosin sanomalehdille osoitetuista vastineista ja kannanotoista samaan tapaan kuten ne oli luokiteltu Ylen verkkosivuilla aineiston keräämisen aikana. Julkisen sanan neuvosto JSN määrittelee vastineen ja oikaisun seuraavasti: "Oikaisulla tarkoitetaan tiedotusvälineessä julkistetun virheellisen asiatiedon korjaamista. Vastineella tarkoitetaan arvostelun tai loukkauksen

⁵² Ks. <http://yle.fi/> ja <http://yle.fi/aihe/yleisradio>, joista jälkimmäinen tarjoaa tietoa Ylestä yhtiönä.

kohteeksi joutuneen oikeutta vastata julkistettuun tietoon."⁵³ Sananvapauslain mukaan vastineoikeus on vain luonnollisilla henkilöillä, mutta myös yhteisöillä, säätiöillä ja viranomaisella on oikeus oikaista itseään koskeva virheellinen tieto. Laki kattaa niin aikakautisessa julkaisussa, verkkojulkaisussa kuin niihin rinnastettavassa ohjelmassa esitetyt loukkaavat tai virheelliset väitteet. Lain mukaan vastine ja oikaisu on julkaistava "ilman aiheetonta viivytystä" samalla tavalla kuin alkuperäinen teksti, johon niillä vastataan. (L. 460/2003) Vaikka vastineoikeus ei koskekaan yhteisöjä, hyvän journalistisen tavan mukaisesti on yleensä katsottu, että myös niiden osalta vastineet julkaistaan, ellei siitä ole perusteltua syytä kieltäytyä. Tällöin voidaan puhua myös omasta kannanotosta. Niiden julkaisemista perustellaan myös näkökulmien monipuolisuuden lisäämisellä.⁵⁴

Tätä tutkimusta varten kootut Ylen vastineet ja oikaisut on kerätty pääosin Ylen verkkosivuilla ajanjaksolla 1.1.2012–31.3.2015 julkaistuista tiedotteista. Kaikkia tutkimusajankohtana Ylestä lehdille lähetettyjä vastineita ei kuitenkaan löydy Ylen sivuilta. Tämä tuli ilmi koostettaessa sanomalehtiaineistoa, josta löytyi muutama Ylen vastine, joita ei ollut Ylen verkkosivuilla. Lehtiaineistosta löytyneet vastineet poimittiin mukaan vastineaineistoon, mutta niitä ei siis etsitty sieltä erikseen, vaan ne löytyivät lehtiaineistoa koskevan "Yleisradio*"–sanahaun perusteella. Pääasiassa vastineet haluttiin kerätä nimenomaan Ylen verkkosivuilta, missä ne ovat kootusti ja avoimesti kaikkien nähtävillä. Siksi niitä ei esimerkiksi pyydetty erikseen Ylen viestinnästä ja niiden kerääminen kaikista Suomessa ilmestyvistä sanomalehdistä olisi taas ollut liian mittava urakka. On myös syytä mainita, että Ylen verkkosivuilla keväällä 2015 tehty uudistus muutti sivuston toimintaa siten, että vastineiden haku ei tapahdu enää samaan tapaan kuin tätä aineistoa koottaessa ja vanhempia vastineita on vaikeampaa löytää.⁵⁵ Sanomalehdissä julkaistut tekstit, joihin vastineilla vastataan, on haettu erikseen sanomalehtien sähköisistä arkistopalveluista.

Aineistossa on mukana myös kaksi poikkeusta. Olen sisällyttänyt siihen Ylen hallintoneuvoston puheenjohtajan, kansanedustaja (sd.) Ilkka Kantolan vastineen⁵⁶, joka on osoitettu keskustan puheenjohtajan, kansanedustaja Juha Sipilän verkkosivuilla julkaistuu blogikirjoitukseen⁵⁷. Tämä blogiteksti-vastine-pari on sisällytetty mukaan vastineaineistoon, koska kyse on poliittisten päättäjien Yleä koskevasta keskustelusta. Sipilän kirjoitusta siteerattiin useammassa lehdessä ja sen pohjalta tehtiin useisiin lehtiin, myös Helsingin Sanomiin ja Kalevaan erillisiä juttuja. Toinen poikkeus on vastineaineiston lehtiteksteihin mukaan otettu Aamulehden päätoimittajan Jorma Pokkisen 1.7.2012 julkaistu kirjoitus *Yle hylkäsi Pirkanmaan*. Yle ei osoittanut vastinetta Pokkisen

⁵³ Julkisen sanan neuvosto. Vastine. Saatavilla: <http://www.jsn.fi/periaatelausumat/vastine/>

⁵⁴ Julkisen sanan neuvosto. Blogi-kirjoitus 18.5.2012. Vastine, oikaisu ja oma kannanotto. Saatavilla: <http://www.jsn.fi/blog/vastine--oikaisu-ja-oma-kannanotto/>

⁵⁵ Ylen lehdille lähetettävät vastineet ja muut kommentit on nyt kerätty Ylen verkkosivuille Vastaukset-otsikon alle. Listauksen historia ei kuitenkaan näytä enää ulottuvan kuin vuoden 2015 kevääseen saakka. Saatavilla: <http://yle.fi/aihe/termi/finto/httpwwwwysofiontokokop36342/vastaukset>

⁵⁶ Yle 4.11.2013 Ylen hallintoneuvoston puheenjohtaja: Selvitys Yle-veron indeksikorotuksesta luopumisen vaikutuksista

⁵⁷ Juha Sipilä 4.11.2013 Suomalaisen median tilanne huolestuttava. Blogikirjoitus. Saatavilla: <http://www.juhasipila.fi/blogi/2013/11/04/97>

kirjoitukseen, vaan muutama päivä myöhemmin samaa aihetta käsitelleeseen, lehdessä julkaistuun yleisönosastokirjoitukseen. Pokkisen kirjoitus on kuitenkin mukana vastineaineistossa siksi, että se on mielestäni hyvä esimerkki siitä, miten Yle suuntaa vastauksensa mieluummin kansalaisille kuin ottaa kantaa lehdissä julkaistuihin toimituksellisiin kirjoituksiin, vaikka niissä käsiteltäisiin käytännön tasolla samoja asioita.

5.3. Teemahaastattelu

Teemahaastattelun tarkoituksena oli selventää ja syventää Ylen vastineiden ja oikaisujen kautta syntynyttä kuvaa siitä, minkälainen rooli Ylellä on sitä koskevassa julkisessa keskustelussa ja mihin asioihin Yle on halunnut ottaa siinä kantaa. Haastateltavaksi valikoitui Ylen viestintäjohtaja Reija Hyvärinen, sillä hän vastaa Ylen organisaatioviestinnästä ja näin ollen myös Ylen julkisten kannanottojen valmistelusta. Hyvärinen on itse kirjoittanut lehtiin useita vastineita ja myös tutkimusaineiston vastineista suurin osa on hänen kirjoittamiaan. Haastattelusta sovittiin sähköpostitse ja kysymykset lähetettiin Hyväriselle etukäteen. Haastattelu tehtiin Ylen Isossa Pajassa Helsingissä helmikuussa 2015.

Teemahaastattelu toteutettiin siis puolistrukturoituna haastatteluna, jossa keskustelua vietiin eteenpäin ennalta muotoiltujen kysymysten avulla. Kysymysten järjestystä saatettiin muuttaa sen mukaan, tuliko haastateltava oma-aloitteisesti jo vastanneeksi seuraavaan kysymykseen edellisessä vastauksessa. Ennakkoon laadittujen kysymysten lisäksi voitiin myös esittää tarkentavia kysymyksiä. Valmiita vastausvaihtoehtoja ei haastattelussa ollut. Esimerkkinä Ylen lehdille osoittamista vastineista käytettiin haastattelussa Hyvärisen Turun Sanomille 3.7.2014 osoittamaa vastinetta *Yle sopeuttaa menot tuloihin*. Vastineella vastattiin Turun Sanomien vastaavan päätoimittajan Kari Vainion 29.6.2014 julkaistuun pääkirjoitukseen *Menot sovitettava tuloihin, Ylessä päivittäin*. Molemmat kirjoitukset ovat mukana vastineaineistossa ja löytyvät tämän tutkimuksen liitteistä. Niiden pohjalta haastattelussa pyrittiin selvittämään, miksi juuri kyseiseen lehtikirjoitukseen oli haluttu Ylen taholta vastata, mihin seikkoihin vastineessa haluttiin kiinnittää huomiota ja millaisia ajatuksia kirjoitus herätti Yleä koskevasta julkisesta keskustelusta ylipäätään.

Itselläni ei ollut teemahaastattelun suhteen juurikaan ennakko-oletuksia ja haastattelu tuottikin aiheeseen liittyvää uutta tietoa. Se avasi Ylestä käytyä julkista keskustelua yhtiön näkökulmasta ja selkeytti Ylen keskustelussa tavoittelemaa roolia. Haastattelua pidetäänkin yleensä hyvänä tutkimuksen metodina: etenkin laajempaan kontekstiin sijoitettuna, kuten sitä tässä työssä käytetään, se voi tuottaa monitahoisia vastauksia ja syventää saatavia sekä jo olemassa olevia tietoja. Lisäksi sen avulla voidaan kerätä sellaista informaatiota, johon tutkijalla ei ehkä muutoin olisi pääsyä. Tutkimusmetodissa on kuitenkin myös ongelmansa. Haastattelun katsotaan sisältävän monia virhelähteitä, jotka voivat riippua sekä haastateltavasta että haastattelijasta. Haastattelun

luotettavuus voi esimerkiksi kärsiä, jos haastateltava haluaa antaa sosiaalisesti suotuisia vastauksia. Haastatteluaineiston tulkinta on myös ongelmallista, koska valmista mallia siihen ei ole. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 35). Pelkän teemahaastattelun avulla saatu kuva Ylen roolista siitä käydyssä julkisessa keskustelussa olisi epäilemättä jäänyt liian suppeaksi, mutta omassa tutkimuksessani sen tehtävänä on täydentää lehti- ja vastineaineiston kautta syntynyttä vaikutelmaa. Siten tämän tutkimuksen kautta saatu käsitys Ylestä yhtenä sitä koskevan julkisen keskustelun osapuolena on huomattavasti laajempi. Toki useamman haastattelun tekeminen olisi myös avannut aihetta lisää ja samalla haastatteluita olisi voinut peilata toisiinsa. Tässä tutkimuksessa halusin kuitenkin keskittyä ensisijaisesti lehti- ja vastineaineiston tarkasteluun. Siten teemahaastattelun jäämistä sekundääriseksi, muuta tutkimusmateriaalia täydentäväksi aineistoksi, voidaan pitää perusteltuna. Sen tuottaman uuden tiedon johdosta sitä voitaneen myös pitää onnistuneena tutkimusmenetelmän valintana.

6. Pakkovero vai paras huonoista vaihtoehtoista? Ylen rahoitus ja sen vaikutukset muuhun mediatalouteen

Mitä eroa on Suomen ja Kreikan yleisradioilla? Vastaus: Kreikassa rahat ovat loppu sekä valtiolta että maan yleisradiolta, Suomessa vain valtiolta. (Kaleva 16.6.2013, toimituksellinen)

Ylestä lehdistössä viime vuosina käydyssä julkisessa keskustelussa on aineistoni pohjalta erotettavissa kolme selkeää teemaa, jotka toistuvat lehtikirjoitusten lisäksi myös Ylen vastineissa: Ylen rahoitus ja muu mediatalous, Ylen tehtävä sekä Ylen tuottama sisältö. Niistä ensimmäinen eli Yleisradion toiminnan rahoittaminen on ollut kiinnostuksen kohteena yhtiön alkuajoista saakka. Tuolloin lupamaksujärjestelmä nähtiin luonnollisena tapana rahoittaa julkisen palvelun yhtiötä, mutta tilanne mutkistui nopeasti, kun televisiotoiminnan aloittamiseen tarvittiin lisää varoja. Kansalaisten lisäksi Yleisradiota päätyivät rahoittamaan myös sen kaupalliset kilpakumppanit ja lupamaksujärjestelmä ehti käydä läpi monta muodonmuutosta ennen kuin yhtiö siirrettiin verorahoitukseen vuoden 2013 alusta. Varsin tuoreesta rahoitusratkaisusta huolimatta keskustelu siitä, miten Ylen toiminta pitäisi rahoittaa, käy tälläkin hetkellä kiivaana.

Myös Ylen tehtävä on sekin keskusteluissa säännöllisesti esiintynyt teema. Alun perin tehtävä oli suhteellisen yksinkertainen: tavoitteena oli sivistää kansaa radion avulla. Myöhemmin kansanvalistuksellinen tehtäväkuva laajeni monipuolisemmaksi, koko kansan kattavaksi, myös vähemmistöt huomioivaksi laajaksi julkisen palvelun tehtäväksi. Kysymys siitä, tulisiko Ylen tehtäviä jollakin tapaa rajata nykyisestä, on ollut keskustelun ytimessä pitkään. Viime aikoina julkisen palvelun määrittely on kuitenkin ollut esillä ehkä enemmän kuin koskaan aikaisemmin. Siihen ovat vaikuttaneet niin uudet mediankäytön välineet, media-alaa koskevat taloushaasteet kuin koko julkisen palvelun kyseenalaistaminen yhteiskunnan kaupallistumisen myötä. Etenkin yhtiön tehtäväkentän laajeneminen internetiin ja sosiaalisen median alustoille on herättänyt vastustusta kaupallisessa mediassa.

Eniten keskustelua näistä kolmesta teemasta lienee aina käyty Ylen tuottamasta sisällöstä. Siitä keskusteleminen on olennainen osa julkisen palvelun arviointia ja toisaalta myös mediakritiikkiä, joka koskee kaikkia alan toimijoita. Sisältöjensä kautta Yle toteuttaa käytännön tasolla sille annettuja tehtäviä. Niinpä sisältöjen avulla arvioidaan sitä, miten yhtiö tehtävistään selviytyy ja minkälaiset sisällöt ylipäätään kuuluvat julkisen palvelun yleisradioyhtiön tuotettavaksi. Viime aikoina keskustelua on käyty etenkin Ylen sisältöjä ohjaavasta strategiasta ja tuotetun sisällön journalistisesta laadusta.

Aineistossani esiintyvät teemat ovat siis jatkuvia teemoja, jotka ovat nousseet esiin toistuvasti Ylestä käydyissä keskusteluissa. Median murroksen ja keskustelun kiihtymisen myötä ne kuitenkin näyttävät tässä tutkimuksessa uudessa valossa. Julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden entinen

monopoliasema on murtunut yhteiskunnan muuttuessa markkinavetoisemmaksi samalla, kun sekä kansallinen että kansainvälinen mediatarjonta on lisääntynyt. Yleisön suhde mediaan on puolestaan yhä yksilöllisempi ja lineaarisen median aikakauden on povattu olevan pian jo kokonaan ohitse. Niinpä julkisen palvelun yhtiö, sen rooli ja tehtävä yhteiskunnassa ovat aivan uudenlaisten haasteiden edessä kuin ennen.

Nämä kolme teemaa – Ylen rahoitus, tehtävä ja sen tuottama sisältö – muodostavat mielestäni yhdessä kattavan lähestymistavan julkiseen palveluun. Tämän tutkimuksen aineistossa ne myös kytkeytyivät tiiviisti toisiinsa esiintyen usein rinnakkaisina teemoina. Rahoitus- ja tehtäväteemoja saatettiin lehtikirjoituksissa käsitellä yhtäaikaisesti esimerkiksi vaatimalla sekä Ylen rahoituksen että sen tehtävän uudelleen tarkastelua, koska Yle-veron myötä kasvaneen yhtiön rahoituksen nähtiin antavan Ylelle mahdollisuuden laajentaa tehtäväkenttäänsä kaupallisen median reviirille. Ylen tuottamaa sisältöä taas tarkasteltiin kriittisesti kyseenalaistamalla, kuuluiko kyseinen sisältö Ylelle laissa määriteltyihin tehtäviin. Ylen lehdille osoittamissa vastineissa yhtiön sisältöjä perusteltiin puolestaan juurikin Ylen tehtävillä, joista muistutettiin päätetyn yksimielisesti eduskunnassa samoin kuin sen rahoitusratkaisunkin osalta.

Kuvio 2. Teemojen esiintyminen lehtiaineistossa

Yle-keskustelun teemat Helsingin Sanomissa ja Kalevassa julkaistuissa kirjoituksissa	2012	2013	2014	2015*	Yhteensä
Ylen rahoitus ja muu mediatalous	13	36	15	2	66
Ylen tehtävä	9	20	6	3	38
Ylen tuottama sisältö	16	23	30	4	73
Yhteensä	38	79	51	9	177

*31.3.2015 saakka

Huolimatta teemojen sidonnaisuudesta toisiinsa olen pyrkinyt luokittelemaan lehtiaineistossa ja Ylen vastineissa esiintyvät kirjoitukset vain yhden teeman alle määrittelemällä, mihin näistä kolmesta teemasta kirjoitus pääasiassa ottaa kantaa (ks. kuvio 5 yllä). Kirjoitusten luokittelu teemoittain auttoi jäsentämään Ylestä käytyä julkista keskustelua ja ymmärtämään, mistä eri osapuolten siinä esittämissä argumenteissa on kyse ja millaiset Ylen ja kaupallisen median roolit tässä keskustelussa ovat. Omassa aineistossani teemojen esiintyvyys ja niiden yhteydessä käytetyt argumentit mukailevat pääosin aikaisempia Ylestä käytyjä keskusteluja. Eniten lehtiaineistossa käsiteltiin Ylen tuottamia sisältöjä, vaikkakin ero rahoitus-teeman alle sijoittuviin kirjoituksiin on määrällisesti pieni. Jälkimmäisen teeman runsasta esiintymistä aineistossa selittää Ylen rahoitusratkaisun ajoittuminen tutkimusajankohdalle, vaikkakin julkisen palvelun yleisradioyhtiön

vaikutuksesta kotimaisiin mediamarkkinoihin on käyty meillä julkista keskustelua jo 1990-luvun lopulta lähtien (Hellman 2010b).

6.1. Indeksikorotus piikkinä lehdistön lihassa

Aiemmissa sanomalehtien Yle-kirjoittelua tarkastelevissa opinnäytetöissä päädyttiin siihen johtopäätökseen, että sanomalehdet ottivat aktiivisesti ja yhteneväisin mielipitein kantaa Yleä koskevaan keskusteluun vuosina 2008–2010 (Laakso 2013 ja Pirilä-Porvali 2014). Tuolloin sanomalehtien agendalla oli erityisesti Ylen rahoituksen järjestäminen ja mediamaksu.

Saman teeman käsittely jatkui myös omassa lehtiaineistossani. Helsingin Sanomissa ja Kalevassa Ylen rahoitusratkaisun syntyä seurattiin tarkkaan ja aihetta ruodittiin molemmissa lehdissä useaan otteeseen myös Yle-veron jo tultua voimaan. Uuden rahoitusmuodon saama huomio on perusteltua, sillä kuten olen todennut, julkisen palvelun yhtiön siirtyminen verorahoitukseen oli iso muutos Pohjoismaiden ja koko Euroopan mittakaavassa tarkasteltuna. Suomen lisäksi Pohjoismaista vain Islanti kerää tällä hetkellä varat julkisen palvelun yleisradiotoiminnan järjestämiseen verotuksen kautta. Muualla Euroopassa siihen käytetään edelleen yleisesti lupamaksuja, joiden ohella tuloja saadaan esimerkiksi mainonnasta. (Ala-Fossi 2015, 163-166)

Yle-veron voimaantulo koko yhteiskunnan kannalta taloudellisesti haastavana ajankohtana herätti aineistossani vilkkaan keskustelun rahoituksen oikeudenmukaisuudesta. Uutta rahoitusmallia pidettiin jonkinlaisena raha-automaattina, johon siirtyminen oli ollut tietystä määrin pakotettua, koska kansalaiset eivät olleet enää valmiita maksamaan Ylen tarjoamista sisällöistä televisiomaksun muodossa. Laakson (2012) opinnäytetyön mukaan lehdistö liputti vuosina 2009–2010 Ylen rahoituksen sitomiseksi valtion budjettiin ja kaikuja tästä oli kuultavissa vielä omassa aineistossanikin. Vaikka lehdistön toiveet budjettiin liitetystä rahoituksesta kaatuivatkin Yle-veron myötä, sen perään haikailtiin vielä yleisönosastokirjoituksissa:

Ylelle taataan noin 500 miljoonan euron rahoitus vuosittain riippumatta siitä, mitä se tekee. Järjestely ei sovi nykyaikaan, koska kytkentä Ylen ja rahoittajien eli veronmaksajien väliltä on katkaistu. Toimintaan tyytymätön ei voi vaikuttaa suoraan Ylen sisältöön ja laatuun esimerkiksi luopumalla palvelusta, kuten kaikkialla muualla markkinataloudessa voi. -- Mitä sellaista Yle tekee, jota kilpailevat mediat eivät tarjoa? Jos sellaisia tehtäviä on, ne voidaan määritellä Ylen tehtäviksi ja varata niitä varten rahoitus budjetista. (HS 9.1.2013 Yle-vero on vanhanaikainen, yleisönosasto)

Kirjoituksen logiikka noudattelee uusliberalistista näkemystä siitä, että kansalaisen (tai kuluttajan, asiakkaan) on saatava itse valita, mitä hyödykkeitä hän käyttää, jolloin hän myös maksaa vain kuluttamistaan palveluista. Juuri tästä syystä Yle-veroa pidettiin epäpareiluna: se ei ollut käyttöperusteinen maksu, vaan kaikki joutuivat maksamaan sitä riippumatta siitä, kokivatko he käyttävänsä Ylen tarjoamia palveluja vai eivät.

-- Tammikuun alusta voimaan tullut ja kaikkia kansalaisia koskeva Yle-vero on epäoikeudenmukainen. En omista enää televisiota enkä radiota. En aio sellaisia hankkiakaan, koska ohjelmatarjonta on pääsääntöisesti huonoa tai erittäin huonoa. -- Pidän hyvin vastenmielisenä sitä, että joudun maksamaan pakollista veroa täyteen turhuuteen. (HS 3.1.2013 Yle-vero ei ole reilu, yleisönosasto)

Erityistä närä herätti se, että myös pienituloiset joutuivat maksamaan Yle-veroa⁵⁸. Monessa mielipidekirjoituksessa esitettiin, etteivät esimerkiksi eläkeläiset, sotaveteraanit tai vammaiset joutuisi maksamaan veroa ollenkaan. Lisäksi yrittäjien asema ns. kaksinkertaisina Yle-veron maksajina sai paljon kritiikkiä osakseen ja aiheeseen tartuttiin myös Helsingin Sanomien pääkirjoituksessa:

-- Monet yrittäjät ovat nostaneet esiin myös periaatteellisesti tärkeän kysymyksen, miksi yritysten pitää maksaa Yle-veroa, kun vero peritään yrittäjiltä ja heidän aikuisilta perheenjäseniltään myös henkilökohtaisesti. Miksi yrittäjien pitää moneen kertaan rahoittaa Yleisradiota? Kysymys on paikallaan. Mikä on se julkinen palvelu, jota Yleisradio yrityksille tuottaa? (HS 26.5.2012, Yrittäjän moninkertainen Yle-vero, toimituksellinen)

Toimituksellisessa aineistossa kritiikin terävin kärki suunnattiin veroon liitettyyn indeksikorotukseen, vaikka jonkin verran toiveita koko rahoituksen uudelleen aukaisemisesta esiintyi edelleenkin. Erityisen ongelmallisena pidettiin aikaa, jolloin Yle-vero korotuksineen astui voimaan. Ylen rahoituksen turvaaminen indeksikorotuksen avulla koettiin epäoikeudenmukaiseksi, kun muualla yhteiskunnassa vedettiin vyötä tiukemmalle:

--Niukkuus ei kuitenkaan koske kaikkea: ainutlaatuisen erityiskohtelun saa Yleisradio, jolle luvataan ensi vuonna 500 miljoonaa euroa. Ylen rahoitus kasvaa tämän vuoden tasosta 32 miljoonaa euroa. Lisäksi rahan luvataan lisääntyvän indeksikorotuksin. -- On ymmärrettävää, että Ylen lisärahoitus herättää hämmästyä. Miksi niukkuuden jakaminen ei koske julkista mediapalvelua, kun se koskee kaikkea muuta julkista palvelua? Hyvään kysymykseen ei ole saatu hyvää vastausta. (HS 6.4.2012 Ylen mukavaa elämää, toimituksellinen)

-- Samaan aikaan kun säästöjä haetaan joka taholla kääntämällä kaikki kivet, Yleisradion rahoituksesta on tullut pyhä lehmä. Siitä aiotaan pitää huolta vaikka taloudessa tapahtuisi mitä tahansa. Uutisia ja muuta ohjelmaa siis pukkaa, vaikka suuri lama iskisi. Normaalissa markkinataloudessa myös Yleisradion ensi vuoden rahoitusvajetta olisi voitu paikata sopeutustoimilla. Yleisradio ei kuitenkaan elä normaalissa markkinataloudessa. (Kaleva 6.9.2012 Ylen rahoitus turvataan, vaikka sitten velanotolla, toimituksellinen)

-- Ylellä on varaa kehittää järjestelmiään ja jatkaa siirtymistään perinteisille printin markkinoille. Tilanne ei helpotu tulevaisuudessakaan. Nykyisellä inflaatiolla indeksiin sidottu 500 miljoonan Yle-vero saattaa vuoteen 2026 mennessä kasvaa lähemmäksi miljardia euroa. Juuri sopivasti Suomen Yleisradion satavuotisjuhlaan. (HS 13.12.2012, Median murros haastaa myös kuluttajat, yleisönosasto)

Kalevassa myös muistutettiin jo pelkän Ylen indeksikorotuksen olevan suunnilleen koko lehden toimituksen vuosibudjetin suuruinen.⁵⁹ Lehtikirjoituksissa annettiin myös ymmärtää, että Ylen

⁵⁸ Vuoteen 2016 saakka vain alle 7500 euroa vuodessa ansaitsevat olivat vapautettuja Yle-verosta. Yle-veron alin tuloraja nostettiin 2016 alusta noin 10 300 euroon vuodessa, jolloin veron maksuvelvollisuus poistui 300 000 pienituloiselta.

⁵⁹ Kaleva 17.12.2013 Oi suuri ja mahtava Yleisradio, toimituksellinen

indeksikorotukseen varatut miljoonat saattoivat olla pois mistä tahansa muista yhteiskunnan palveluista – kuten esimerkiksi lapsiperheiden tukemisesta.

Eduskunnassa tehtiin viime vuonna erikoinen ratkaisu Yleisradion rahoituksesta. Vaikka valtiontalouden käyrät liukuivat reipasta alamäkeä, Yleisradiolle päätettiin turvata alati kasvava rahoitus tuomiopäivään asti. Lähtötasoksi määriteltiin 500 miljoonaa euroa vuodessa, ja päälle lätkäistiin vuotuinen indeksikorotus. Samaan aikaan indeksikorotukset oli päätetty viedä lapsilisistä. Realismi on nyt palannut Yleisradionkin rahoitukseen, sillä hallitus jäädytti kehysriihessä Yle-rahojen indeksikorotukset. Yle ei voi ollakaan muusta maailmasta erillinen saareke. Korotuksittakin yhtiö elää muuhun viestintäalaa nähden kissan päiviä. (Kaleva 23.3.2013 Hox!, toimituksellinen)

Talouden notkahduksen koetellessa koko yhteiskuntaa indeksikorotuksen sama arvostelu on ymmärrettävää. Lehdissä vaadittiinkin siitä luopumista, tai ainakin Ylen rahoituksen jyvittämistä myös muille media-alan toimijoille. Sen lisäksi indeksikorotus herätti lehtiaineistossa myös pohdintaa julkisen palvelun roolista ylipäätään. Yleisönosastossa julkaistuissa kirjoituksissa mediaa ei pidetty samanarvoisena muiden verovaroin tuotettavien palveluiden kanssa ja siksi Ylen rahoitusratkaisu koettiin erikoiseksi valinnaksi:

--Asia ydin on tämä: Yleisradion mediasisältö ei ole samaa tai samanarvoista kuin koulutus, jätehuolto, katuvalaistus ja niin edelleen. Se on mediasisältöä eikä mitään muuta. Siis juuri sitä samaa, mitä muutkin tiedotusvälineet tuottavat. Erona on vain se, että Ylen toiminta rahoitetaan verovaroin, muut saavat tulla toimeen omillaan. Paras tapa Ylen rahoittamiseksi olisikin maksukorttijärjestelmä, kuten monilla muillakin televisioyhtiöillä. (HS 10.1.2013 Vain Ylen sisältö tehdään verovaroin, yleisönosasto)

Toimituksellisissa kirjoituksissa ei sen sijaan lähdetty ymmärrettävistä syistä haastamaan median yhteiskunnallista merkitystä yhtä innokkaasti. Niissä Yle-vero sai taakseen myös puolustajia, vaikkakin ratkaisua oikeana päätöksenä pitävät puheenvuorot olivatkin selvässä vähemmistössä. Siihen myönteisesti suhtautuvissa kirjoituksissa verorahoituksen nähtiin kuitenkin olevan oikeastaan ainoa vaihtoehto Ylen toiminnan turvaamiseen sen julkisen palvelun tehtävän toteuttamiseksi.

Paljon vaikerointia aiheuttanut Yle-vero on vähän kuin demokratia. Se ei ole täydellinen, mutta se on huonoista vaihtoehdoista silti paras. (Kaleva 22.5.2013 Hetkinen, toimituksellinen)

-- Tässäkin ajassa tärkeintä on puolustaa demokratiaa, jokaisen oikeutta olla oma itsensä. Se ei tapahdu yksinkertaistamalla vaan antamalla tilaa toista kunnioittavalle keskustelulle ja erilaiselle ajattelulle, myös hiljaiselle puheelle. Juuri tässä on syy siihen, miksi Yleisradiota kannattaa verorahoilla rahoittaa. Kun kaupallinen media omassa kriisissään helposti ajautuu viihteellisyyteen ja yksinkertaistuksiin, Yleisradion ei tarvitse toimia niin, vaan se voi rahoituspaineista vapaana vahvistaa vuorovaikutuksen, keskustelun ja suvaitsevaisuuden ilmapiiriä. (HS 10.6.2014 Eläköön perusjamma, toimituksellinen)

Oheiset otteet ovat esimerkkejä julkisen palvelun tarkastelusta sen yhteiskunnallisen roolin tunnustavassa kehyksessä. Osassa lehtikirjoituksia pitäydettiin meillä yhteisesti hyväksytyssä näkemyksessä siitä, että sekä julkisen palvelun median että kaupallisen median vahva rinnakkainen

läsnäolo on tärkeää koko yhteiskunnan kannalta. Tähän voitaneen laskea kuuluvaksi myös julkisessa keskustelussa käydyn "mediasodan" näkyväksi tekeminen lehtikirjoituksissa. Termillä viitattiin lehdistössä esiintyneeseen, Yleä kohtaan esitetyn kritiikin ajoittaiseen tarkoitushakuisuuteen, johon etenkin Kalevassa kiinnitettiin useampaan otteeseen huomiota. Lehden Kotistudiossa-kolumnia toimittanut Tero Vainio nosti asian esille muun muassa ottamalla kantaa Helsingin Sanomissa keväällä 2013 julkaistuun Susanna Reinbothin juttuun.⁶⁰ Siinä kerrottiin kuurosokeasta ja cp-vammaisesta henkilöstä, joka ei pystynyt käyttämään Ylen palveluja, mutta joutui silti maksamaan Yle-veroa. Mitään muuta veroa hän ei minimitulojensa vuoksi ollut koskaan maksanutkaan. Vainion mielestä kyseinen juttu ylitti jo hyvän maun rajat:

-- Yle-verosta, sen suuruudesta ja toteutuksesta voidaan toki – tietysti – keskustella. Samoin siitä, millaisin painotuksin Yle näitä varojaan käyttää (ei aina parhaalla tavalla, ei). Mutta jotain rajaa voisi myös tähän päästelyyn toivoa. Seuraavan kerran kun vammaisia aletaan valjastaa oman taloudellisen intressin edistämiseen, se voitaisiin jutussa reilusti tunnustaa. (Kaleva 13.4.2013, Suomalaisen mediasodan uudet kierrokset, toimituksellinen)

Vainio arvosteli kolumnissaan myös toista Helsingin Sanomissa samoihin aikoihin julkaistua, Ylen rahoitukseen kantaa ottanutta juttua, jossa Sanoman hallituksen puheenjohtajan paikalta väistynyt Jaakko Rauramo esitti, että Ylen budjetista voitaisiin leikata 300 miljoonaa euroa.⁶¹ Rauramo kertoi samassa haastattelussa Sanoman markkinaosuuden suomalaisesta mediakentästä nousseen hänen aikanaan 55 prosenttiin. Vainio arvelikin pisteliäästi, että Sanoma varmasti mielellään hallitsisikin koko kotimaista media-alaa. Hän myös muistutti, että vaikka alan toimijat olivat viime vuosina tehneet hyvää tulosta, kertyneitä tuottoja ei silti oltu suunnattu oman toiminnan kehittämiseen:

-- Mediakentän murroksesta ja taloudellisista vaikeuksista jaksetaan rummuttaa. Lukija- ja ilmoitusmäärien notkahduksesta huolimatta mediabisnes on tahkonnut mukavia voittoja. Silti moni toimija on ratkennut reaktioihin, joissa palvelua ja työntekijöiden asemaa on heikennetty. Loppujen lopuksi sellainen osuu yleisöön ja sitä kautta omaan nilkkaan. Ylelle kiukuttelu on osa samaa oireilua. (Kaleva 13.4.2013, Suomalaisen mediasodan uudet kierrokset, toimituksellinen)

Kalevan näkökulmasta Helsingin Sanomien nähtiin siis harjoittavan Yle-kirjoittelullaan omaan pussiinsa pelaavaa mediapolitiikkaa. Samankaltaista kritiikkiä ei kuitenkaan kohdistettu omaan lehteen, vaikka Kaleva käsittelikin Ylen rahoitusta lehtiaineistossa huomattavasti aktiivisemmin ja räväkämällä otteella kuin Helsingin Sanomat. Lehtien väliseen keskinäiseen nahisteluun vaikuttanee osittain niiden välinen kilpailuasema, vaikka maantieteellisesti ne toimivatkin eri alueilla. Pohjoisesta katsottuna Helsingin Sanomien (tai Sanoma-konsernin) dominoima kotimainen mediakenttä ei kuitenkaan olisi sen parempi vaihtoehto kuin Ylenkään ylivalta.

Kaiken kaikkiaan tapa, millä Ylen rahoitusta lehtikirjoituksissa käsiteltiin, sai ajoittain hyvinkin monivivahteisia muotoja. Kalevan sivuilla Yleä käsitellessä pääkirjoituksissa ja kolumneissa

⁶⁰ HS 10.4.2013 Yle-vero ei armahda ketään, toimituksellinen

⁶¹ HS 8.4.2013 Iso mies on poistunut talosta, toimituksellinen

käytettiin esimerkiksi usein melko värikästä kieltä, vaikka toki ironian ja huumorin käyttö sekä kohteen kriittinen lähestymistapa ovatkin oleellisesti kolumneihin kuuluvia tyyllilajeja. Erityisen suosittuja olivat viittaukset itänaapuriin, joissa Yleä verrattiin edesmenneeseen Neuvostoliittoon valtio-ohjauksensa ja paisuneen organisaationsa vuoksi.

-- Yleisradiosta on paisunut mediapesän linnunpoika, jonka suuta me veronmaksajat ruokimme kiltisti. -- Mieleen tulee, niin, Neuvostoliitto. Kun korvataan sana Neuvostoliitto sanalla Yleisradio, sana Venäjänmaa sanalla Suomenmaa ja sana kansat sanalla kansa, ensimmäinen säkeistö kuuluu näin: Oi suuri ja mahtava Yleisradio / sun synnytti valtava Suomenmaa / Sun luonut on kansan yhteinen tahto / sun mahtis on säilyvä aikojen taa. No, kaikki tietävät, miten Neuvostoliiton kävi loppujen lopuksi. Miten käy Yleisradion? (Kaleva 17.12.2013, Oi suuri ja mahtava Yleisradio, toimituksellinen)

Ylen rahoitusta kritisoivissa lehtikirjoituksissa toistuivat usein jo aiemmissa Yle-keskusteluissa kuullut argumentit, vaikka kritiikin kohde, Yle-vero indeksikorotuksineen, olikin uusi asia. Väitteet byrokraattisesta ja tehottomasta yhtiöstä hulppeine työntekijämäärineen ovat tuttuja jo vuosien takaa. Kun uuden rahoitusmuodon ja sen myötä nousseen yhtiön budjetin nähtiin nyt takaavan Ylelle jatkuvan kasvun ja palauttavan sen entiseen monopoliasemaansa kotimaisilla mediamarkkinoilla, samaan markkinahäirikön rooliin Yleä aseteltiin meillä 1990-luvun lopulla käydyissä keskusteluissa.

Pakkoveron turvin ja indeksikorotuksella porskuttava Yleisradio saa ensi vuonna 512 miljoonaa euroa. Ylen johtoporraskin on hämmentynyt rahatulvan edessä, eikä ole vielä osannut päättää, mihin kasvaneet rahamäärät käytetään. Ylen väkeä riittää pilvin pimein erilaisiin tilaisuuksiin. Moskovan MM-kisoissa Yleisradion 38 hengen tiimi on lähes nelinkertainen Suomea kisassa edustaviin urheilijoihin nähden. (Kaleva 16.8.2013 Hox!, toimituksellinen)

Arvonlisävero, talouden taantuma sekä printin ja digitaalisen sisällön siirtymävaihe nakertavat sanomalehtien kannattavuutta. -- Lehtitalojen vaikeuksia lisää se, että myllerrys ei yllä Yleisradioon. Päinvastoin. Keskellä rakennemurrosta Yleisradion asema on betonoitu antamalla sille vuosittainen puolen miljardin euron potti indeksikorotuksineen. Yleisradio käy kilpailua markkinaehtoisen median kanssa kaikilla rintamilla, mutta ilman talouspaineita. Pakkoveron myötä Ylen ei uusintojen lomassa edes tarvitse hakea yleisön hyväksyntää. Vapaan lehdistön pohjan murentuminen johtaa Yleisradion dominoimaan mediamaailmaan. (Kaleva 4.10.2013, Lehdistön pohja alkaa murentua, toimituksellinen)

6.2. Puolustuksen puheenvuoro: mitä Yle-verolla saa?

Huolimatta lehdissä käydystä, Ylen rahoitusta koskevasta vilkkaasta keskustelusta, Ylen vastineissa yhtiön rahoitukseen ei juuri otettu kantaa. Ylipäätään Yle julkaisi vastineita etenkin tutkimusajankohdan ensimmäisinä vuosina niukasti ja kaikista tutkimusaikana julkaistusta 47 vastineesta vain yhdeksän käsitteli pääasiallisesti Ylen rahoitusta ja muuta mediataloutta (ks. kuvio 3 seuraavalla sivulla).

Kuvio 3. Teemojen esiintyminen Ylen vastineissa

Yle-keskustelun teemat vastineissa	2012	2013	2014	2015*	Yhteensä
Ylen rahoitus ja muu mediatalous	-	3	3	3	9
Ylen tehtävä	1	2	-	3	6
Ylen tuottama sisältö	8	10	10	4	32
Yhteensä	9	15	13	10	47

*31.3.2015 saakka

Yhtiön rahoitusta käsiteltiin useimmiten Ylen puolelta epäsuorasti nostamalla esiin yhtiön roolia kotimaisen media-alan merkittävänä työllistäjänä. Tämä näkyy muun muassa Ilta-Sanomille Yle-veron voimaantulon ensimmäisenä vuonna osoitetussa vastineessa, joka koski lehden politiikan toimittajan Kyösti Hagertin juttua. Siinä siteerattiin tuolloista pääministeriä, Jyrki Kataista (kok.), jonka mielestä Ylen rahoituksen määrää pitäisi pohtia uudelleen koko yhteiskuntaa koettelevan vaikean taloustilanteen vuoksi. Jutussa myös kerrottiin Kataisen kiinnittäneen huomiota Ylen toimittajien suureen määrään tiedotustilaisuuksissa. Tähän seikkaan Hagertin itsensäkin voidaan katsoa ottaneen kantaa, sillä lehtijutun alussa oleva paikkatieto oli kirjoitettu muotoon "Joensuu, mikkien ristitulessa". Hagert myönsikin olevansa itsekin Ylen rahoituksen uudelleen arvioinnin kannalla:

-- Kokonaiskuvassa on oikein, että myös Ylessä säästetään, kun kaikkialla muuallakin. -- Ylellä on arvokas rooli meidän mediakulttuurissa, mutta näinä taloudellisina aikoina meillä tulee olla valmiutta pohtia tarkkaan, että tilanne menee oikein. Ylellä on hyvät ammattitaitoiset toimittajat, mutta olennaista on pohtia rahoituksen tasoa aina kunakin aikana ja taloudellisessa tilanteessa. (IS 15.8.2013 Katainen: Ylenkin säästettävä, toimituksellinen)

Kirjoitukseen kantaa ottaneessa Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen vastineessa kiinnitettiin Ylen rahoituksen suuruuden sijaan huomiota siihen, mitä yhteiskunta Yle-verolla sai: työpaikkoja.

-- Karkeasti arvioiden lähes 90 prosenttia Yle-veron tuotosta jää tänäkin vuonna Suomeen, kun Yle ostaa tuotantoyhtiöltä, elokuvantekijöiltä, muusikoilta, kirjailijoilta jne. luovaa työtä. Ostojen määrää on lisätty tänä vuonna 4 miljoonalla ja työpaikkoja yrityksiin syntyy. Tekijänoikeuspalkkioina Yle tilittää tänäkin vuonna reippaasti yli 40 miljoonaa euroa suomalaisen musiikin, journalismin ja kulttuurin tekijöille. Ulkomailta Yle ostaa käytännössä vain noin 10-12 miljoonan edestä ohjelmia vuosittain, kansainvälisiä urheilu-oikeuksia ja teknisiä laitteita, jotka nekin asennetaan valtaosin suomalaisvoimin Suomeen. (Yle 23.8.2013 Neljä miljoonaa suomalaista Ylen palvelujen äärellä päivittäin)

Ylen rahoitusta käsitelleissä vastineissa korostettiin usein myös sitä, että yhtiössä ymmärrettiin hyvin, miten vastuullista rahankäyttöä siltä edellytettiin etenkin nyt, kun sen rahoitus kerättiin veron muodossa. Sitä lehdet peräänkuuluttivatkin useampaan otteeseen. Asiasta käytiin keskustelua muun muassa seuraavana kesänä, kun Ylen työntekijöiden lukumäärään kiinnitettiin tällä kertaa huomiota

Turun Sanomissa. Lehden päätoimittaja Kari Vainio arveli, että valtio oli päätynt Ylen rahoittamiseen verovaroin, koska muuten yhtiön rahoitusta ei olisi saatu tasapainoon. Vainio perusti väitteensä yhtiön vuoden 2013 vuosikertomukseen, jossa todettiin, että Yle-veron myötä tavallista enemmän kasvanut yhtiön rahoitus perustui tavoitteeseen saattaa tulot tasapainoon menojen kanssa. Budjettivajetta oli siis paikattu lisäämällä tuloja eikä karsimalla menoja. Esimerkkinä yhtiön holtittomasta rahankäytöstä Vainio piti kymmeniä keskustan ja kokoomuksen puoluekokouksiin lähetettyjä Ylen toimittajia.

-- Ylen tuotannolla kahden viikon takainen viikonloppu oli toki työntäyteinen. Keskusta piti Turussa rutiinipuoluekokousta, josta ei isoja uutisia irronnut. Niitä varten Ylen työntekijöille oli kaupungista varattu 36 hotellihuonetta. Tärkeämpi kokous oli Lahdessa, josta kokoomuksen uuden puheenjohtajan valintaa seurattiin suorissa lähetyksissä. Lahteen matkanneen Yle-karavaanin pituutta voi vain arvailla. Sen verran yhtiö tai sen henkilöstö kantoi huolta työtunneista, että paikalle oli lähetty muiden mukana oma työaikatarkastaja (TS 29.6.2014 Menot sovittava tuloihin, Ylessä päivittäin, toimituksellinen)

Vainion kritiikkiin runsaskätisen rahoituksen turvin pyörivästä, ylisuuresta Yle-organisaatiosta vastattiin Ylen taholta tällä kertaa yllättävän yksityiskohtaisesti. Viestintäjohtaja Reija Hyvärinen vastineessa painotettiin Ylen ensinnäkin tekevän luotettavaa journalismia. Kannanotossa myös muistutettiin, että yhtiön tehtäviin kuuluvan laajan julkisen palvelun tuottaminen, josta suomalaiset myös maksoivat, vaati erilaisten alan ammattilaisten työpanoksen. Hyvärinen kumosi Vainion väitteet Ylen työntekijöiden lukumääristä viikonlopun tapahtumissa yksi toisensa jälkeen ihmetellen, miksei Turun Sanomat ollut tarkistanut kirjoituksessa käytettyjä tietoja. Vastineessa kerrottiin jopa se, että väitetty työaikatarkastaja oli yöpynyt työmatkalla ilmaiseksi sukulaistensa luona:

-- Turussa yöpyi hotellissa perjantain ja sunnuntain välillä 17 yleläistä. Samana viikonloppuna Lahdessa, Kokoomuksen puoluekokouskaupungissa yöpyi perjantain ja sunnuntain välillä 27 yleläistä. Tieto työaikatarkastajasta ei pidä paikkaansa. Ilmeisesti Vainio viittaa uudessa tehtävässä aloittaneeseen työvuorosuunnittelijaan, joka paneutui tuotantoon ja järjestykseen osana työhönsä perehdyttämistä. Tiedoksi tämäkin: hän yöpyi ilmaiseksi appivanhempiensä sohvalla. Yle 3.7.2014 Yle sopeuttaa menot tuloihin)

Ylen rahankäytön vastuullisuuden kyseenalaistamiseen puututtiin myös vastineaineiston ainoassa oikaisuvaatimuksessa⁶², joka koski Seuran samana kesänä julkaisemaa, Ylen johtajistolle maksettuja bonuksia käsittelevää juttua. Siinä annettiin ymmärtää, että Ylen johtajien saamien palkkioiden nousu oli suoraa seurausta Yle-veron käyttöönotosta.

Vuoden 2013 alusta voimaan tullut Yle-vero paitsi turvasi Yleisradion talouden myös antoi mahdollisuuden jakaa aikaisempaa enemmän kuukausipalkkojen päälle maksettavia lisäbonuksia. Jaettavaa olikin nyt 150 000 euroa edellisvuotista enemmän. Yleisradio maksoi osalle henkilöstöään viime vuoden saavutuksista yhteensä 2 650 000 euron kannustus-palkkiot. Se vastaa yli 18 000 ylevero-velvollisen vuotuista maksua. (Seura 11.6.2014, Yle vakautti tuloja Yle-verolla – samalla bonukset kasvoivat, toimituksellinen)

⁶² Yle 11.6.2014 Yle vastaa: Ylen johdon palkkioista virheellistä tietoa. Oikaisuvaatimus Seuran toimitukselle.

Viestintäjohtaja Hyvärisen vastineessa kiistettiin sekä Yle-veron liittyminen bonusten maksuun että niiden kasvaminen ylipäätään. Seuran jutun tapaan myös Ylen vastineessa käytiin tarkkaan läpi, minkä suuruisia palkkioita Ylen johdolle oli maksettu.⁶³

Myös lehdissä runsaasti kritiikkiä saaneeseen indeksikorotukseen jouduttiin ottamaan kantaa Ylenkin taholta, kun Keskustan puheenjohtaja Juha Sipilä esitti loppuvuodesta 2013 verkkosivuillaan julkaistussa blogikirjoituksessa⁶⁴ Yle-veron indeksikorotuksesta luopumista ainakin kolmen vuoden määräajaksi, jotta media-alan tasapuolinen kehitys voitaisiin turvata:

-- Alan kehitys vääristyy, kun yksi toimija saa lakisääteisen korotuksen vuosittain, mutta muualla jaetaan niukkuutta. Ylen ja yksityisen median pitäisi myös etsiä uusia yhteistyömuotoja, jotka hyödyttäisivät molempia. Uuden lehtitukijärjestelmän käyttöönotto ei ole nykyisessä taloudellisessa tilanteessa realistinen, mutta Yle-verolla kerättyjä varoja voisi käyttää muualla tuotetun journalismin hyväksi. (4.11.2013 Suomalaisen median tilanne huolestuttava, blogikirjoitus)

Näin suoraa esitystä Ylen rahoitukseen puuttumisesta ei voitu Ylessäkään ohittaa, etenkin, kun se tuli tuolloin puolueiden kannatuslukemissa kärkipaikkaa pitäneen Keskustan puheenjohtajalta.⁶⁵ Ylen hallintoneuvoston puheenjohtaja, kansanedustaja Ilkka Kantola (sd.) tyrnäsi vastineessaan Sipilän ehdotuksen täysin:

Yleisradion hallintoneuvoston puheenjohtaja Ilkka Kantola (sd.) jakaa Keskustan puheenjohtajan Juha Sipilän huolen median yksipuolistumisesta kaupallisen median vaikean tilanteen takia. Kantolan mielestä on kuitenkin absurdia esittää, että tämä ongelma ratkaistaisiin luopumalla Yle-veron indeksikorotuksesta. Indeksikorotuksen merkitys kaupallisen median menestymiselle on marginaalinen. (4.11.2013 Ylen hallintoneuvoston puheenjohtaja: Selvitys Yle-veron indeksikorotuksesta luopumisen vaikutuksista)

Kantola kertoi kuitenkin pyytävänsä Ylen hallitusta selvittämään, mitä seuraavan vuoden indeksikorotuksesta luopuminen merkitsisi yhtiölle.⁶⁶ Päätös indeksikorotuksen jäädyttämisestä tehtiinkin, mutta vasta vuodelle 2015. Kun Yle sitten kertoi syksyllä 2014 aloittavansa yt-neuvottelut, oli se monelle todiste siitä, ettei yhtiön talous tosiaankaan ollut tasapainossa sen ajautuessa yt-neuvotteluihin pelkän indeksikorotuksen leikkauksen myötä. Turun Sanomissa väen vähentämisen tarpeellisuus tosin kyseenalaistettiin kokonaan ja sitä pidettiin pelkkänä pr-temppuna.

-- Ylen palkkalistoilla on 3100 työntekijää. Vika ei ole Ylen. Se käyttää tehokkaasti kaiken rahan, minkä poliitikot sille antavat. Ylilyöntiin se syyllistyi vasta, kun yhtiö ei saanut ensi vuoden budjettiesityksessä kymmenen miljoonan euron indeksikorotusta. Yhtiö aloitti yt-

⁶³ Seuran vastaava päätoimittaja Saija Hakoniemi totesi lehden verkkosivuilla 12.6.2014, ettei kyseisessä jutussa ollut kuitenkaan mitään oikaistavaa, sillä siinä ei verrattu Ylen johdon saamia bonuksia ajallisesti. Saatavilla: <http://seura.fi/puheenaihe/yle-vaati-oikaisua-seuran-juttuun-utinen-piti-kutinsa/>

⁶⁴ Saatavilla: <http://www.juhasipila.fi/blogi/2013/11/04/97>

⁶⁵ Tässä yhteydessä on syytä huomata, että Kantola kirjoitti vastineensa Ylen hallintoneuvoston puheenjohtajan ominaisuudessa eli Ylen hallinnon eikä yhtiön edustajana.

⁶⁶ Ylen selvityksessä todettiin, että indeksikorotuksen menetykset mm. vaikeuttaisi yhtiön vastaamista mediankäytön muutokseen, johtaisi ohjelmatarjonnan supistamiseen ja henkilökunnan vähentämiseen. Ks. Yle: Selvitys Yle-indeksin merkityksestä (päiväämätön). Saatavilla: <https://drive.google.com/file/d/0BwqHwnIemJZiBjg2anF5aTlxd1U/view?pref=2&pli=1>

neuvottelut, joissa on uhattuna 185 työpaikkaa. Taidokas viestintäoperaatio hakee vertaistaan idästä. (TS 12.10.2014 Median innovaatiotuki on irvokas julkisuustemppu, toimituksellinen)

Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen vastineessa yhteys indeksikorotuksesta luopumisen ja yt-neuvottelujen aloittamisen välillä kiistettiin kuitenkin jyrkästi.⁶⁷

-- Yt-neuvotteluja Ylessä ei nyt käydä siksi, että yhtiö ei selviäisi ensi vuoden verojäädytyksestä ilman irtisanomisia. Yhtiön yt-neuvotteluja käydään, koska Ylen on muututtava mediankäytön muuttuessa: uudet yleisöt kasvavat verkkoon. (Yle 15.10.2014 Suomalaisen kansanvallan tuki on vakaa)

Kokonaisuutena Ylen rahoitus oli vastineaineiston perusteella kuitenkin selvästi asia, johon yhtiö ei halunnut ottaa kantaa kuin välillisesti. Usein vastineissa tyydyttiin toteamaan rahoitusratkaisun syntyneen poliittisessa yhteisymmärryksessä, mistä päättäjiä myös kiiteltiin. Näin tehtiin esimerkiksi Kalevan Kyösti Karvosen Kotistudiossa-kolumniin osoitetussa vastineessa. Karvonen listasi kirjoituksessaan media-alaa koskevia viimeaikaisia uutisotsikoita, joita hän käytti esimerkkinä kuvatessaan sitä, mitä medialle oli Suomessa tapahtumassa:

-- ”Potkut vai ei? Länsi-Savon ex-päätoimittaja kertoo yllätyslähdestään – video.”
”Yle pyrkii näyttämään kaikki tv-kanavansa HD:nä helmikuussa.”
”Keskisuomalainen jakaa potkuja ja lisäosinkoja samaan aikaan.”
”Ylen ensi vuoden indeksikorotuksesta päätös.”
-- Yllä oleva kertoo kaikessa karuudessaan, mitä Suomen mediakentässä tapahtuu. On irvokasta, että samana päivänä kun hallitus sopi itkua ja hammastenkiristystä tuovasta rakennepaketista, eduskunnan valtiovarainvaliokunta päätti, että Ylen yli 500 miljoonan budjettia kasvatetaan kahdeksan miljoonan indeksikorotuksella. (Kaleva 17.12.2013 Oi suuri ja mahtava Yleisradio, toimituksellinen)

Ylen vastineessa eduskunta sai kuitenkin päinvastoin kehuja hyväksytyään Ylen indeksikorotuksen vielä vuodelle 2014:

-- Karvonen pitää Ylen julkista palvelua koskevaa eduskunnan joulukuista [indeksikorotus]päätöstä irvokkaana. Lehtikirjoittajat ajavat tässä omaa asiaansa. Toinen näkökulma voisi olla, että suomalaiset päättäjät ansaitsevat irvailun sijaan kiitoksen siitä ryhdyttyä ja itsenäisyydestä, jolla he ovat puolustaneet Ylen tasa-arvoista, kaikkia suomalaisia yhdenvertaisesti kohtelevaa julkista palvelua kaupallisen median jatkuvan ryökytyksen edessä. (Yle 2.1.2014 Yle-vero on reilu tapa rahoittaa Ylen julkisen palvelun tarjonta)

Lehdissä uskottiin kuitenkin vahvasti, että myös päättäjät olivat panneet merkille, millaiseksi markkinahäiriköksi Yle oli muuttumassa. Toiveissa olikin, että kevään 2015 eduskuntavaalien jälkeen Ylen rahoitusta tultaisiin arvioimaan uudestaan.

⁶⁷ Yt-neuvotteluja koskeneessa yhtiön tiedotteessa neuvottelujen aloittamista perusteltiin Hyvärisen vastineen tapaan tarpeella muuttaa yhtiön toimintatapoja ja kehittää uudenlaisia palveluita samalla, kun sen tuli karsia kustannuksiaan indeksikorotuksen poisjäännin vuoksi. Sitä, kuinka suora vaikutus indeksikorotuksen leikkauksella lopulta yhtiön toimintaan oli, voinee siis pitää tulkinnanvaraisena kysymyksenä. Ks. Yle 15.9.2014 Yle siirtää painopistettä verkkoon ja aloittaa yt-neuvottelut. Saatavilla: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/09/15/yle-siirtaa-painopistetta-verkkoon-ja-aloittaa-yt-neuvottelut>

-- Poliitikot ovat kuulleet kohtuuttoman kasvun kritiikin. Puoluejohtajat miettivät, mitä tehdä Yle-verolle ja Yle-laille. Poliitikot ovat havahtuneet tosiasiaan, että taisi tulla säädettyksi mitään tarkoittamaton laki. Yle-vero oli lottovoitto ja jättipotti. Uutis- ja ajankohtaistoiminnan johtaja Atte Jääskeläinen on puolustanut terhakkaasti työnantajaansa. Yhtiön toimitusjohtaja, hallituksen puheenjohtaja tai poliittinen eliitti eivät juurikaan ole osallistuneet keskusteluun. Vaikeneminen on viisautta. Vaalien jälkeen tarvitaan parlamentaarinen komitea viileästi ja ilman ennakkosenteita päättämään, minkä kokoisen verovaroista elävän Ylen Suomi tarvitsee ja pystyy elättämään. (AL 14.2.2015 Yle käy vaalitaistoon, toimituksellinen)

Ylen puolelta luottamusta yleisradiopolitiikassa saavutettuun konsensukseen vaikutti kuitenkin löytyvän eikä sen uskottu – ainakaan julkisesti – murenevan vaalienkaan jälkeen. Kun Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen Aamulehdelle vaalikeväänä osoittamassa vastineessa muistutettiin jälleen Ylen rahoitusratkaisun syntyneen yksimielisesti ja pitkäjänteisen työn tuloksena, herättää se väistämättä kuitenkin kysymyksen siitä, kenen muistia tässä loppujen lopuksi oltiin virkistämässä, kaupallisen median – vai sittenkin päättäjiä?

-- Nykyistä Ylen rahoitusmallia ja lakia edelsi useiden vuosien perusteellinen, ajoittain eripurainenkin yhteiskunnallinen keskustelu. Sen lopuksi pari vuotta sitten Suomen kansan valitsema eduskunta teki yksimielisen päätöksen vahvasta Ylestä. Tämä parlamentaarinen, hallituksen ja opposition yhdessä tekemä ratkaisu on arvokas. (Yle 19.2.2015 Yle ei ole aiheuttanut kaupallisen median ahdinkoa)

Ylen vastineissa kiinnitettiin myös enenevässä määrin huomiota median yleiseen taloustilanteeseen. Niissä huomautettiin median olevan muutoksessa koko maailmassa ja kaikkien perinteisten mediatalojen etsivän keinoja pärjätä alan murroksessa. Julkisen palvelun yhtiöt, kuten Yle, olivat sen sijaan kaupallisen median syyttömiä syntipukkeja:

-- Yle ei ole syytä median murrokseen eikä kaupallisen median ahdinkoon Suomessa. Median murros on maailmanlaajuinen ilmiö. Sanomalehdet ovat vaikeuksissa myös USA:ssa, missä ei julkista palvelua edes ole. Internet ei ole paha uni, eikä sen mukana tullut mediankäytön muutos tule lehdille yllätyksenä. Sanomalehdillä on ollut aikaa varautua mediankäytön muutokseen. Kustantajat ovat tehneet erittäin hyvää tulosta ja jakaneet omistajilleen suuria osinkoja viimeisen kymmenen vuoden ajan - ja vielä tänäkin vuonna. (Yle 2.1.2014 Yle-vero on reilu tapa rahoittaa Ylen julkisen palvelun tarjonta)

Mediatiloutta ruodittiin myös muun muassa Ylen uutis- ja ajankohtaistoiminnan johtajan, vastaavan päätoimittajan Atte Jääskeläisen Helsingin Sanomille vuoden 2015 helmikuussa osoittamassa vastineessa. Siinä Jääskeläinen vastasi lehden päätoimittajan Kaius Niemen väitteisiin siitä, että Yle uhkasi uudella strategiallaan koko kaupallista mediaa tavoittelemalla valtion tukemana alan monopoliasemaa uudestaan itselleen.⁶⁸

-- Jos sanomalehdet kuihtuvat, kaupallinen tv-uutistoiminta on ongelmassa ja iltapäivälehdet hallitsevat markkinaa, mitä Ylen pitäisi tehdä? Lopettaa kehittyminen ja jättää tehtävänsä hoitamatta? -- Ylen osuus kaikesta suomalaisten verkossa kuluttamasta ajasta on kaksi prosenttia. Suomalaisen lehdistön, varsinkaan maakuntalehdistön, digitaalinen tulevaisuus ei ole Ylestä kiinni. -- Epämiellyttävä piirre keskustelussa on, että samalla kun kaupallinen media imee verta toisistaan – niin kuin kilpailutaloudessa kuuluukin – se syyttää ongelmistaan

⁶⁸ HS 1.2.2015 Aika käy vähiin Ylen tehtävän kirkastamiseksi, toimituksellinen

Yleä ja vertailee lukuja tarkoitushakuisesti." (Yle 2.2. Kaupallisen median ongelmat ovat kaupallisia)

Jääskeläisen vastine on myös esimerkki siitä, miten Yle ryhtyi ottamaan suuremmin kantaa kaupallisen median rooliin Ylestä käydyssä keskustelussa tutkimusaineiston loppupuolelle tultaessa.

6.3. Hillittyä ja hallittua – Ylen näkökulma rahoituskeskusteluun

Huolimatta Ylen varovaisesta osallistumisesta sen rahoituksesta käytävään keskusteluun, yhtiössä on seurattu tarkasti, mitä siitä sanotaan julkisesti. Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen mukaan keskustelua tarkkaillaan systemaattisesti päivittäin sekä Ylen viestinnän että muun yhtiön henkilöstön, toimivan johdon ja omistajatahon eli eduskunnan ja kansanedustajien toimesta. Viimeksi mainittujen osalta kyse tosin lienee suurimmalta osin toissijaisesta toiminnasta.

Hyvärisen mukaan Ylen rahoitusta on käsitelty viimeaikaisessa julkisessa keskustelussa kahdessa vaiheessa. Ensimmäisessä vaiheessa, vuosina 2012–2013 eduskunnan päätös Ylen rahoittamisesta verovaroin herätti tuoreeltaan runsaasti keskustelua ja sen voimaantumista seurattiin tarkkaan. Samaan aikaan keskusteluun nostettiin myös rahoitukseen liitetty indeksikorotus, mihin vaikutti Hyvärisen mukaan kansantalouden heikko tilanne. Indeksikorotus oli keskiössä myös keskustelun toisen vaiheen aikana vuonna 2014, jolloin päätettiin korotuksen jäädyttämisestä seuraavalle vuodelle. Hyvärisen erottelemat keskustelun vaiheet sijoittuvat Hellmanin (2010b) jaotteluun nojaten Ylestä käydyin "informaatio-osodan" neljänteen vaiheeseen, jonka teemana on Ylen rahoituksen pienentäminen sekä sen tehtävän rajaaminen (ks. kuvio 4 sivulla 43).

Ylen näkökulmasta katsottuna käytyä keskustelua ei selvästikään pidetä kovin ansiokkaana. Ylen rahoituksen Hyvärinen näkee nousseen julkiseen keskusteluun ensisijaisesti kaupallisen median toimesta ja etenkin mediatalouteen liittyvää keskustelua hän kritisoi kontekstistaan irrotetuksi, historiattomaksi ja näköalattomaksi. Kaupallinen media ei ole kantanut keskustelussa Hyvärisen mukaan vastuuta omasta talouskehityksestään vaan se on jättäytynyt passiivisen uhrin rooliin, jolla ei ole mahdollisuuksia parantaa omia toimintaedellytyksiään. Hyvärisen mukaan Yle yhtiönä on taas haluttu asettaa aktiivisen toimijan rooliin, vaikka sen toimiva johto ei ole päättänyt esimerkiksi Ylen rahoitusta tai sen tehtäviä koskevista linjauksista, vaan päätökset niistä on tehty eduskunnassa. Vastineaineiston tapaan Hyvärinen kritisoi teemahaastattelussa kaupallista mediaa siitä, ettei median murroksen mukanaan tuomiin muutoksiin, kuten digitalisoitumiseen ja yleisön pirstoutumiseen oltu varauduttu. Samaan aikaan julkista palvelua on pidetty syynä kaupallisen median talousahdinkoon eikä toimialan muutosta ole nähty keskustelussa globaalina ilmiönä, vaikka se koskee kaikkia alan toimijoita. Sinänsä kaupallisen median ahdingon nouseminen sekä päättäjien että kansalaisten tietoisuuteen on Hyvärisen mielestä hyvä asia, sillä ongelma on todellinen. Hyvärisen teemahaastattelussa esiin nostamat seikat myötäilevät pitkälle Ylen

vastineissa esitettyjä argumentteja. Havaintoa siitä, että Yle kiinnittää julkisessa keskustelussa mieluummin huomiota koko media-alan taloustilanteeseen kuin ottaa kantaa omaan rahoitukseensa, voidaankin siis pitää oikeana.

Ristiriitaista on kuitenkin se, että vaikka Ylestä käytyä julkista keskustelua seurataan yhtiössä tarkkaan, yhtiö itse osallistuu siihen vain harvakseltaan etenkin keskustelun koskiessa Ylen rahoitusta. Hyvärinen perustelee tätä valintaa sillä, että julkista palvelua koskeva päätös- ja toimeenpanovalta kuuluvat Suomessa kahdelle eri taholle. Linjaukset yhtiön rahoituksesta ja tehtävänkuvasta ovat poliittisten päättäjien vastuulla ja lakiin kirjatut, kun taas Yle yhtiönä ja sen toimiva johto vastaa tehtyjen päätösten toimeenpanosta. Hyvärisen mukaan tätä taustaa vasten Yle yhtiönä ei voi olla osapuolena siinä julkisessa keskustelussa, joka koskee julkisen palvelun järjestämistä, sillä se on Ylen omistajatahon, eduskunnan ja viime kädessä kansalaisten asia. Yhteenvetona voidaan siis sanoa, että Ylestä käytävää julkista keskustelua ei nähdä yhtiössä sellaisena prosessina, jossa haluttaisiin – tai edes voitaisiin – olla aktiivisemmin mukana.

Mutta onko valinta sitten oikea? Nyt käydyllä keskustelulla on kuitenkin Hyvärisen mukaan selkeät tavoitteet: kyseenalaistaa Ylen tehtävä, sen kyky toteuttaa tehtävänsä ja sille tähän tarkoitukseen suunnatut resurssit. Ylen johto, hallintoneuvosto ja viime kädessä eduskunta on nähty keskustelussa epäsuotuisassa valossa pelkkänä "poliittisena koneistona", jonka toimintakyky ei ole ollut ajan tasalla. Lopulta tähtäimessä on Hyvärisen mukaan ollut vaikuttaa päättäjien mielipiteisiin ja "kutistaa" Yle. Tätä taustaa vasten Ylen valinta osallistua keskusteluun rajatusti voi olla myös riskialtis, vaikka sitä perustellaankin sillä, ettei yhtiön toimiva johto voi ottaa keskusteluun osaa ainakaan niiden asioiden osalta, joista päättäminen kuuluu yhtiön ulkopuolisille tahoille.

Lienee syytä myös pohtia, millainen merkitys julkisella keskustelulla Ylelle lopulta on, kun siitä tehtävät päätökset tehdään keskustelun ulkopuolella muiden kuin siihen osallistuvien tahojen toimesta? Lähtökohtaisesti Hyvärinen pitää Ylestä ja julkisesta palvelusta käytyä keskustelua hyvänä asiana, sillä se kannustaa yhtiötä parempaan palveluun. Myös julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden on uusiuduttava jatkuvasti ja siksi onkin aiheellista kysyä, miten julkista palvelua voitaisiin tehdä paremmin tuoden lisäarvoa yhteiskunnalle. Tällaisella keskustelulla onkin julkiselle palvelulle valtava merkitys, sillä sen toiminnan on oltava läpinäkyvää ja altista jatkuvalla arvostelulle. Yhteiskunnallisena palveluna se ei voisi toimia muuten kestävästi. Myös sen kritiikin sietokyvyn on siksi oltava korkea, mikä voi myös osaltaan selittää sitä, ettei keskusteluun haluta osallistua kovinkaan aktiivisesti. Vaikuttaa siis siltä, että tutkimuksen alussa esittämäni hypoteesi Ylen roolista siitä käydyssä julkisessa keskustelussa pitää paikkansa: yhtiön mahdollisuudet ottaa julkisesti kantaa sen rahoituksesta ja tehtävistä käytyyn keskusteluun ovat rajalliset eikä sillä siten ole samoja edellytyksiä osallistua keskusteluun kuin sen muilla osapuolilla.

7. Liian laava vai juuri sopiva? Taistelu Ylen tehtävästä

Rahaa tärkeämpi kysymys on, millaista Yleä tarvitsemme. Yle rönsyyä kuin ukonputki. (Aamulehti 1.7.2012 Yle hylkäsi Pirkanmaan)

Yle-veron käyttöönoton jälkeen Yleä koskevan julkisen keskustelun agendalle nousi yhtiön rahoituksen ohella jälleen kerran myös sen tehtävä. Kaupallinen media ryhtyi haastamaan yhä voimakkaammin Ylen toiminnan oikeutusta ja sitä, mihin yhtiö käytti veron kautta kerätyt euronsa. Lehdistössä riitti nieleskelemistä siinä, että Ylen tehtävänkuva oli vastoin odotuksia määritelty rahoitusratkaisun yhteydessä edelleen laajaksi. Ongelmaksi muodostui etenkin Ylen toiminnan laajeneminen verkossa ja yhtiön sinne tekemät satsaukset. Lehtikirjoitusten rivien välistä olikin luettavissa toive siitä, että Yle palaisi toteuttamaan vanhaa, analogisen ajan tehtäväänsä pelkkänä radio- ja tv-toimijana jättäen verkon kokonaan kaupallisten toimijoiden pelikentäksi. Myös yhtiön päivitetty strategia kiihdytti keskustelua, sillä sen katsottiin johtavan Ylen yhä suurempien yleisöjen tavoitteluun kaupallisilta kopiaidoituin keinoin.

Ylen puolelta verkkopanostuksia perusteltiin sillä, että myös julkista palvelua oli tarjottava siellä, missä yleisökin oli eikä mitään mediatoimijaa voitu rajata jonkin tietyn mediankäytön välineen ulkopuolelle. Päinvastoin: Ylen tuli jo uuden rahoitusmuotonsakin vuoksi tarjota jokaiselle suomalaiselle jotakin kiinnostavaa sisältöä – missä kansa sitten olikin.

7.1. Kuka saa toimia verkossa? Mediatonttien jako lehtien sivuilla

Lehtiaineistossa Ylen tehtävä –teemaa käsiteltiin kaikista kolmesta teemasta selvästi vähiten. Tulos on yllättävä, sillä oletin etukäteen tehtäväteeman esiintyvän aineistossa useammin. On kuitenkin todettava, että se nousi esiin toistuvasti myös niissä lehtikirjoituksissa, joissa käsiteltiin pääasiallisesti Ylen tuottamaa sisältöä. Niiden osalta se jäi kuitenkin toissijaiseksi teemaksi kirjoitusten tarkastellessa pääasiallisesti jonkin Ylen yksittäisen ohjelman sisältöä tai Ylen tuottamaa sisältöä laajemmin.

Rahoituspäätöksen yhteydessä Yle-lakiin uudelleen muotoiltu yhtiön tehtävänkuva ja julkista palvelua koskeva määrittely oli siis ollut lehdistölle pettymys. Lain vaatimuksen vaihtuminen "täydestä palvelusta" "monipuoliseksi ja kattavaksi" ei muuttanut käytännössä mitään entiseen tehtävänmäärittelyyn verrattuna, vaikka toiveita Ylen tehtävän rajaamisesta oli esitetty jo miltei siitä asti, kun Yle-laki tuli alunperin voimaan (Hellman 2010a, 48-51, 54).⁶⁹

⁶⁹ Täsmennettäköön vielä, että Hellman viittaa tekstissään Lintilän työryhmän (2009) esitykseen Yleisradion julkisen palvelun määrittelystä ja rahoituksesta. Vaikka esitykselle ei löytynyt tuolloin poliittista konsensusta, sama tehtävänmäärittely päättyi kuitenkin lakitekstiin kolme vuotta myöhemmin.

Lehtikirjoituksissa asia tosin esitettiin siten, ettei julkista palvelua oltu vieläkään määritelty laissa tarpeeksi tarkkaan.

-- Omituista on, ettei Ylen roolia julkisen palvelun laitoksena määritelty siinä vaiheessa, kun päätettiin television lupamaksut korvaavasta Yle-verosta. Olisi ollut järkeenkäyvää, että ensin lyödään lukkoon tehtävät ja vasta sen jälkeen katsotaan, mitä ne maksavat ja millä ne kustannetaan. Nyt edettiin takapuoli edellä puuhun. -- Yleisradio on aina toiminut kuin valtio valtiossa, ja Yle-veron turvin se voi jatkaa koetellulla linjallaan. Yleä tarvitaan. Siitä ei ole kysymys. Mutta koska sille suodaan verotusoikeus, sen tehtävät pitää määritellä tarkasti ja niin, ettei se astu reviirille, joka ei sille kuulu. (Kaleva 20.10.2012 On jo korkea aika pohtia Ylen roolia, toimituksellinen)

Ylen toiminnalle haluttiin selkeät rajat, sillä muutoin julkisen palvelun pelättiin nielevän Moolokin kidan tavoin sisäänsä kaiken mahdollisen. Koko julkisen palvelun käsite koettiin hankalaksi, sillä sen lisäksi, että sitä pidettiin miltei mahdottomana määritellä, se myös koettiin nyky-yhteiskunnan näkökulmasta jo vanhentuneeksi vaatimukseksi. Erityistä pohdintaa herätti se, mitä sellaista julkista palvelua Yle tarjosi, mitä kaupalliset eivät tuottaneet? Ja mitä se julkinen palvelu lopulta oli, joka turvasi Ylelle sen erikoisaseman suomalaisessa mediakentässä?

-- Ylen olemassaolon peruste on se, että se on julkisen palvelun laitos. Laki määrittelee Ylen julkiset tehtävät varsin avarasti, mutta julkisen yhtiön luonteeseen ainakin pitäisi kuulua se, että se palvelee niitä, jotka eivät muuten saisi palveluja, ja tarjoaa sellaisia palveluja, joita muuten ei olisi. (HS 22.4.2012 Älä pyllistä Yle, toimituksellinen)

Lehdissä muistutettiin, että myös kaupallisella medialla oli merkittävä rooli julkisen palvelun tarjoajana: olivathan sanomalehdet antaneet kansalle demokraattisen yhteiskunnan rakennusaineita Suomessa jo paljon ennen Yleisradion syntyä.

-- On selvää, että Suomi tarvitsee laadukkaan julkisen palvelun Yleisradion. Ongelma syntyy siitä, ettei eduskunta omistajana rajaa millään tavoin sen toimintaa: mikä on Ylen tontti ja millä muut mediat liikkuvat. -- Suomalainen sanomalehdistö on ollut tsaarin ajoista lähtien kansalaisyhteiskunnan ja demokratian vahva puolustaja. Pirstoutuvassa ja globalisoituvassa maailmassa näiden arvojen ylläpito ja kehittäminen vaatii monipuolista, toisiaan täydentävää ja kunnioittavaa mediakenttää. (Kaleva 11.1.2014 Lainlaatijat uhka monipuoliselle medialle, toimituksellinen)

Osassa kirjoituksia kuitenkin myönnettiin sekin, ettei julkisen palvelun tarjoaminen ollut helppo tehtävä median ja koko yhteiskunnan käydessä läpi suurta murrosta:

-- Tämä on julkisen palvelun paradoksi: sen pitäisi puhutella ”koko kansaa”, mutta aineistolla, josta ainakin osalla on valistuksellinen aspekti, vaikka kansa haluaisikin mieluummin katsella Salkkareita. Postmodernistisen nyky-yhteiskunnan yleisövetoisuus ja modernin projektin valistuksellinen perintö ovat hankalia petikumppaneita, sen on Ylekin saanut tuta. (Kaleva 23.2.2013 Katsojalukuja vai valistusta, siinä Ylen pulma, toimituksellinen)

-- Julkisen palvelun yleisradioyhtiön tehtävä on kaikissa maissa tasapainoilua kahden, osin ristiriitaisen tavoitteen kanssa. Suosion varmistaminen houkuttelee toisaalta tavoittelemaan mahdollisimman suuria yleisöjä mahdollisimman houkuttelevilla ja viihdyttävillä sisällöillä. Silloin liikutaan kaupallisten toimijoiden kyljessä. Toinen tavoite on korostaa toiminnan yleishyödyllistä puolta. Silloin yleisradioyhtiö menee usein kentille, jotka eivät ole

kaupallisesti houkuttelevia mutta joiden yhteiskunnallinen merkitys on suuri. (HS 3.12.2012 Yle joutuu hakemaan tasapainoa, toimituksellinen)

Yritys määrittellä julkisen palvelun tehtävä oli siis haastava yhtälö, mutta yksi selkeä rajanveto lehdissä onnistuttiin silti tekemään: verkkoon julkisen palvelun yleisradioyhtiöllä ei ollut asiaa. Internet oli muuttunut hiljalleen tulenaraksi maaperäksi siitä lähtien, kun mediassa huomattiin yleisöjen siirtyvän yhä enemmän sen tarjoamien sisältöjen pariin. Niinpä lehdistö yritti rajata Ylen toimintaa verkossa jo Yle-lain uudistuksen valmisteluvaiheessa, sillä sitä pidettiin printtimedian luonnollisena laajentumana. Ylen sen sijaan tulisi pysyä ensisijaisesti vanhassa lestissään radio- ja tv-sisältöjen tuottajana ja jakelijana.

-- Keskisuomalaisen mukaan Yleisradion tekstimuotoiset sisällöt vääristävät kilpailua. Verovaroin tuotetut sisällöt tekevät lehdille erittäin vaikeaksi saada maksua verkossa julkaistavista tekstimuotoisista uutisista. "Ilman sisällöstä saatavaa maksua on vaikea nähdä, että sanomalehdet voisivat koskaan muuttua laajasti tai pelkästään sähköisiksi", Keskisuomalainen sanoo. (HS 16.3.2012 Keskisuomalainen kieltäisi Yleltä tekstien julkaisun, toimituksellinen)

-- Utittisisällön jakelussa Yleisradio tunkeutuu lehtien perinteiselle alueelle verkkotekniikan avulla aikaisempaa raivokkaammin. Yle tulee kanavamassallaan (neljällä televisiokanavalla, kuudella radiokanavalla, nettitelevisiolla, maakuntaradioilla sekä aluetelevisioilla) ja tuhannen uutistoimittajan voimin suoraan jokaisen ansaintapohjaisen lehden perinteiselle levikkialueelle. Sanomalehtien on keskityttävä palvelemaan pienemmillä resursseilla entistä määrätietoisemmin kuluttajia yhdistämällä osaamisensa monimediaan. Jos tämä ei onnistu, paluuta takaisin ei ole. Kansainvälinen pääoma tulee, nappaa mielenkiintoisimmat mediatatolot ja vie eurot veroparatiiseihin. (HS 26.4.2013 Lehdistön monipuolinen julkaisuvapaus on vaarassa, yleisönosasto)

Esitettyä vaatimusta perusteltiin lehdissä monin – keskenään osin ristiriitaisinkin – argumentein. Samalla, kun Ylen toiminnan verkossa nähtiin heikentävän kaupallisen median mahdollisuuksia kehittää maksullisia verkkosisältöjä, muistutettiin maakuntalehtien ilmaisten verkkosivujen olevan selvästi Ylen uutisivustoja suosittumia. Tätä pidettiin merkinä siitä, ettei Ylen kannattanut yrittää mukaan markkinoille, jotka joku toinen jo hallitsi. Pessimistisimmissä lehtikirjoituksissa kotimaisen median keskinäistä kilpailua verkon herruudesta pidettiin jo hävittynä taisteluna Googlen ja Facebookin kaltaisten kansainvälisten mediajättien dominoimassa koko alustaa enenevässä määrin.

Mediatonttien jakaminen lehtien sivuilla käydyissä keskusteluissa on tietysti kyseenalaista joukkoviestinnän sisällä tapahtuvaa maankäytön politiikkaa. Edellä mainitun kaltainen jakolinja on kestävämpi jo siitäkin syystä, että yksinkertaistettuna verkko ja sosiaalinen media ovat vain yksi uusi mediankäytön väline ja samanlainen teknologisen kehityksen tulos kuin televisiokin aikanaan oli. Yhtäkään toimijaa ei kuitenkaan ole lähtökohtaisesti rajattu televisiotoiminnan ulkopuolelle Ylen monopolin purkamisen jälkeen, vaikka toimilupien myöntämisen yhteydessä alalle pyrkivien tuleekin täyttää tietyt kriteerit. Vaatimusta Ylen pidättäytymisestä tekstimuotoisten verkkosisältöjen tarjoamisesta voi myös verrata tilanteeseen, jossa lehdet määrättäisiin poistamaan verkkosivuiltaan kaikki siellä julkaistut videosisällöt. Käytännössä kaupallisen median yksinoikeutta verkossa

toimimiseen onkin mahdotonta perustella mitenkään. Reilua media-alan maankäyttöä ei ole sekään, että yksi toimija rajataan kokonaan jonkin tietyn välineen ulkopuolelle. Samalla menetettäisiin meillä perinteisesti tärkeäksi koettu media-alan moniäänisyys eli se, että julkisen palvelun media kirittää myös muita alan toimijoita parempaan ja nostaa näin journalismin laatua.

Myös Ylen toimintaa ohjaavat strategiat liittyvät läheisesti media-alan toimijoiden väliseen reviiritistelukseen. Strategia-ajattelu omaksuttiin yhtiössä jo vuosituhaten vaihteessa, mutta suuremman kiinnostuksen kohteeksi se nousi vasta rahoitusratkaisun yhteydessä. Noin vuosi ennen sen syntymistä Ylen tekemissä strategisissa linjauksissa painotettiin muun muassa julkisen palvelun asiakaslähtöisyyttä ja yhtiön tavoitteeksi muotoutui pyrkimys suomalaisten tärkeimmäksi sähköisen viestinnän sisällöntuottajaksi.⁷⁰ Tuolloin määriteltiin myös yhtiön asiakkuustavoitteet, joiden mukaan vuoteen 2013 mennessä kaikki suomalaiset käyttäisivät vuositasolla Ylen palveluja, 90 prosenttia kansasta pitäisi vähintään yhtä sen tarjoamista palveluista kiinnostavana ja 80 prosenttia käyttäisi jotakin niistä päivittäin. Vaikka tavoitteet ovat pysyneet samoina jo viimeisen viiden vuoden ajan, lehdissä käydyssä keskustelussa juuri verorahoituksen nähtiin piiskaavan Yleä kilpailemaan yhä useamman suomalaisen ajasta:

-- Yhtiön kaikki muutossuunnitelmat lähtevätkin siitä, että sen pitää palvella entistä suurempaa osaa kansalaisista, koska lähes kaikkien on pakko maksaa sen palveluksista. Yle ei hae nuoriso- ja varhaiskeski-ikäisjähdillään ensisijaisesti lisää markkinaosuutta vaan sitä, että kaikki suomalaiset kohtuullisen säännöllisesti kuuntelisivat tai katselisivat ainakin joitakin Ylen tuottamia ohjelmia. (HS 22.4.2012 Älä pyllistä Yle, toimituksellinen)

Ensimmäisenä Yle-verovuonna 2013 yhtiön strategian tähtäimessä oli erityisesti "koko suomalaisen yleisön palveleminen".⁷¹ Ajatusta "koko kansan Ylestä" ei luonnollisestikaan toivotettu kaupallisen median puolella kovinkaan lämpimästi tervetulleeksi, sillä sen nähtiin vievän yhtiötä yhä lähemmäs yhteisiä kilpakenttiä muiden media-alan toimijoiden kanssa:

-- Sitä voi aina pohtia, onko Yleisradion tehtävälle ja olemassaolon syyllä asiaankuuluvaa, että katsoja on kuin maksava asiakas, jolta kysellään että mitäs tänään laitetaan. Eikö tällainen kuuluisi ennemminkin kaupallisille kanaville? Toimintatavan muutos on valtava 1970-luvulta, jolloin yhteiskunnallisen valistuksen eetos oli vahvimmillaan ja Yle tämän valistuksen ylivoimainen tuottaja. 70-luvun tyyliin kuului, että toimittajat etujoukkona tiesivät, mitä kansan kuului tietää, ja tarjosivat sitä. (Kaleva 6.7.2013 Kun katsojasta tuli asiakas, toimituksellinen)

-- Joidenkin tarkkailijoiden mukaan Ylen viihteellistyminen on kytköksissä sen rahoitusratkaisuun. Yle on kuulemma omissa tilaisuuksissaan ohjeistanut toimittajiaan, että koko kansalta tuleva verorahoitus velvoittaa heitä myös tekemään koko kansalle. Tällaiseen ajattelun virhe on populistinen oletus, että mikä on suosittua, on myös tärkeää. Näin tullaan apinoineeksi kaupallisen puolen trendejä ja ilmiöitä. -- Verorahoitus vaikuttaakin olleen Yleisradiolle sekä jättipotti että kirous: kuvaannollisesti ilmaistuna Ylellä on pensseleitä millä sutia, mutta sen on samalla maalattava itsensä nurkkaan. Liikkumatilaa

⁷⁰ Yleisradion hallintoneuvoston kertomus eduskunnalle vuosilta 2011 ja 2012. Saatavilla: <https://docs.google.com/a/yle.fi/file/d/0BwuyxSDWW6WwmbhETGRmNEk3aGM/edit?pref=2&pli=1>

⁷¹ Yleisradion hallintoneuvoston kertomus eduskunnalle yhtiön toiminnasta vuodesta 2013. Saatavilla: <https://docs.google.com/file/d/0BwuyxSDWW6WwaDFRZmRUYy1zN1E/edit?pref=2&pli=1>

kansanvalistukselliseen toimintaan kun tuntuu olevan entistä vähemmän. (Kaleva 16.11.2013 Julkisen palvelun identiteettikriisi, toimituksellinen)

Ylen strategian kyseenalaistamisen taustalla vaikuttava pelko Ylen ylivallasta kuuluu sekin menneisyyden äänien joukkoon. Keväällä 2014 se sai kuitenkin uutta pontta yhtiön verkkolähtöisestä strategiasta. Hallintoneuvoston hyväksyessä Ylen talouden ja toiminnan suuntaviivat vuosille 2015–2017, päätti yhtiön hallitus uusista toiminnan painopisteistä, joilla vastattaisiin kansalaisten muuttuvaan mediankäyttöön.⁷² Niiden joukossa oli myös panostaminen verkkoon, mihin lehdistössä suhtauduttiin epäilevästi.

-- Verkko edellä on hyvä hokema, joka voi tarkoittaa melkein mitä vain. Ylen kohdalla se voi tarkoittaa esimerkiksi entistä laajempaa tuotannon jakelua verkossa tai erikseen verkkoon tehtyä ohjelmaa. Pahimmillaan se tarkoittaa entistä roimempaa kilpailua klikkauksista kaupallisen median kanssa. -- Tien päässä hämöttää valtiollinen mediamonopoli. Siitäkin on ulkomailta kokemuksia. Harmi vain, että vääristä maista. (Kaleva 18.11.2014 Valtiontelevisio saippuaooppera uuteen ohjaukseen, toimituksellinen)

Sen lisäksi, että Ylen uutta strategiaa pidettiin "digitaalisen kasvustrategiana", mitä se osittain olikin, katsottiin lehdistössä yhtiön tähtäävän strategiallaan yhä määrätietoisemmin alan markkinajohtajan tittelin tavoitteluun. Asiaan otettiin voimakkaasti kantaa Helsingin Sanomien päätoimittajan, Kaius Niemen kirjoituksessa:

-- Koska Yleisradiolaki ei määrittele riittävän tarkasti verorahoitteen yhtiön tehtäviä, Ylen itselleen laatima strategia asettuu keskiöön. Ylen johto on ryhtynyt hyödyntämään epäselvää tilannetta ja toimii hegemonisen markkinajohtajan tavoin. Johto ei tyydy perustehtävien mahdollisimman hyvään hoitamiseen vaan tähtää kaikessa ykkössijaan. -- Strategia kuulostaa johdonmukaiselta. Ongelma on, että "asiakkuustavoitteiden" saavuttaminen edellyttää markkinajohtajuutta kaikissa kohderyhmissä ja kaikissa välineissä. Siispä Ylen johto toteuttaa markkinajohtajastrategiaa, ei julkisen palvelun strategiaa. Todellisuus sumennetaan korvaamalla sana "markkinaosuus" sanalla "tavoittavuus". (HS 1.2.2015 Aika käy vähiin Ylen tehtävän kirkastamiseksi, toimituksellinen)

Niemen mukaan valitsemallaan strategialla Yle oli valtion tuella lyömässä viimeisiä nauvoja talousahdingossa kieriskelevän kaupallisen median arkkuun:

-- Ylen strategia on liian mahtipontinen ja iso Suomen kokoiseen maahan eikä se ota huomioon vaikutuksia muuhun mediakenttään. Jos Ylen strategialle ei aseteta pian selkeitä rajoja, taloudellisissa vaikeuksissa ja digitaalisen murroksen keskellä painivan yksityisen median kantokyky alkaa pettää lähivuosina. Emme ole vielä nähneet kuin alkusoiton. Yle vasta käynnistelee digitaalista kasvustrategiaansa. (HS 1.2.2015 Aika käy vähiin Ylen tehtävän kirkastamiseksi, toimituksellinen)

Niemen kirjoitusta voinee pitää yhtenä eduskuntavaalikevään 2015 tärkeimmistä mediaa koskevista keskustelunavauksista. Kun kaupallinen media ei ollut saanut vaatimuksilleen tarpeeksi vastakaikua Ylen rahoitusta ja Yle-lakia uudistettaessa, katseet alkoivat kääntyä uuden, keväällä valittavan eduskunnan puoleen. Tähän kategoriaan on laskettavissa myös Viestinnän keskusliiton ja

⁷² Ylen toimintasuunnitelma 2015 – tiivistelmä ja sisältöpainotukset. Saatavilla: <https://drive.google.com/file/d/0B-v6fV6ewetZbGFVbnc4d21vOU0/view?pref=2&pli=1>

kaupallisten media-alan toimijoiden rahoittama, noin kuukausi ennen eduskuntavaaleja esitetty Ylen suuri tehtävä –tv-dokumentti ja siihen liittyvä raportti, joihin palaan tarkemmin hieman myöhemmin.⁷³

Tavoitteeseen Ylen tehtävänkuvan täsmentämisestä liitettiin keskusteluissa jo pitkään toistunut vaatimus yhtiön valvonnan uudistamisesta, joka sekkin oli jälleen kerran karahtanut kiville Yle-lain viimeisimmän uudistuksen yhteydessä. Hallintoneuvosto näyttäytyi lehtikirjoituksissa eräänlaisena suojeluskuntana, jonka tarkoituksena oli varjella Yleä ulkopuolisten hyökkäyksiltä ja säilyttää sen asema suomalaisessa mediakentässä mahdollisimman muuttumattomana. Kaupallisen median näkökulmasta jonkinlaisena erävoittona tässä taistelussa voitaneen pitää Viestintäministeriön keväällä 2013 tekemää päätöstä siirtää Lotto-lähetykset pois Ylen kanavilta.⁷⁴ Samalla hallintoneuvosto sai julkisen näpättyksen, kun julkisuudessa epäiltiin Lotto-lähetystyksiä katsotun hallintoneuvostossa vuosien ajan tarkoituksellisesti läpi sormien sen tuottaessa Ylelle miljoonien eurojen lisätulot.

Lehdissä käydyissä keskusteluissa heräteltiin useaan otteeseen ajatusta Yle-lain uudelleen avaamisesta yhtiön tehtävien osalta. Vaihtoehtoisesti vaadittiin jonkinlaisen selvityksen tekemistä Ylen toiminnasta. Nopeimmat ehdottivat sitä jo uudistetun Yle-lain ensimmäisenä vuonna.⁷⁵ Nykymuodossaan laki ja sitä käytännön tasolla toteuttava Ylen strategia mahdollistivat lehtikirjoitusten mukaan sen, että yhtiö laajensi toimintaansa kaupallisen median tontille yrittäessään oikeuttaa rahoitusratkaisuaan tarjoamalla "kaikille kaikkea". Tämä näkyi etenkin Ylen panostuksissa verkkotoimintoihinsa. Hallintoneuvosto ei täyttänyt tehtävänsä Ylen valvojana, vaan se siunasi kaiken, mihin yhtiö ryhtyikin – vaikka se olisi ollut julkisen palvelun yhtiölle jälkikäteen jopa laittomaksi todettua toimintaa, kuten Lotto-lähetysten osalta oli huomattu.

7.2. Verkko kuuluu kaikille: Yle yleisön perässä uusille mediakentille

Lehtikirjoitusten tapaan myös vastineaineistossa Ylen tehtävä –teema oli kolmesta tarkastelemastani teemasta vähiten käsitelty. Sitä sivuttiin kyllä useasti, mutta tässä aineistossa pääasialliseksi teemaksi se nousi vain kuudessa Ylen vastineessa. Määrällisesti eniten Ylen tehtävää käsiteltiin vastineissa vuoden 2015 alussa, jolloin julkaistiin puolet kaikista tehtäväteeman alle sijoittuneista vastineista. Niissä puolustettiin lehdistön kyseenalaistamaa Ylen toimintaa verkossa ja

⁷³ Ks. Franck Media 2015: Ylen suuri tehtävä. Raportti Yleisradion roolista muuttuvassa mediakentässä. Saatavilla: http://www.ylensuuritehtava.fi/Ylen_Suuri_Tehtava.pdf

⁷⁴ Viestintäministeriön asiasta tekemän selvityksen mukaan Lotto-arvonnan näyttäminen Ylen kanavalla oli lainvastaista, sillä laki Yleisradiosta kielsi yhtiöltä mainonnan lähettämisen ja sponsoroitujen ohjelmien tuottamisen.

⁷⁵ Asian nostivat esille lehtiaineistossa kokoomuksen kansanedustajat Kimmo Sasi ja Sinuhe Wallinheimo. Ks. Kaleva 11.9.2013 Sasi vaatii selvitystä Ylen rajoista, toimituksellinen ja Kaleva 3.10.2013 Wallinheimo puolustaa lehtiä, toimituksellinen

sosiaalisessa mediassa sekä otettiin kantaa yhtiön strategiaan. Lisäksi kaupallisen median omia tavoitteita Ylen tehtävän supistamisesta täydestä palvelusta täydentäväksi palveluksi tuotiin esiin.

Yle oli nostanut panoksiaan verkon suhteen vähitellen ja samalla myös aihetta koskeva keskustelu oli vilkastunut. Ylen vastineissa verkkoon satsaamista perusteltiin sillä, ettei Yle voinut jättäytyä kehityksen kelkasta, internetistä ja sosiaalisesta mediasta pois vain siksi, että se oli julkisen palvelun yhtiö. Sen velvollisuutena oli tarjota sisältöjä mahdollisimman monelle suomalaiselle siellä, missä he olivat. Näin vastattiin muun muassa Helsingin Sanomien toimittajan Teemu Luukan kolumniin, jossa ihmeteltiin Facebookin käyttöön kannustamista Ylen Aamu-tv:ssä. Luukan mielestä esimerkiksi kysymysten kerääminen kansalaisilta pääministerin haastattelua varten sosiaalisen median kautta oli laskettavissa jo yhteisöpalvelun mainostamiseksi, mikä oli Yleltä kielletty. Ylen olisikin tullut Luukan mukaan miettiä suhdettaan sosiaaliseen mediaan tarkemmin:

-- Yksi ratkaisu voisi olla ohjelmatoiminnan sääntöjen muuttaminen niin, että sosiaalisen median yrityksiä koskevat eri säännöt kuin muita yrityksiä. Hyvältä sekään ei näyttäisi, mutta käytäntö se jo on. (HS 22.5.2012 Yleisradion suhde Facebookiin haisee, toimituksellinen)

Sosiaalisesta mediasta on tullut olennainen osa kaikkien mediatalojen toimintaa. Niinpä sen käytön kyseenalaistamista juuri julkisen palvelun median kohdalla voi pitää tarkoitushakuisena, vaikka Facebookin kaltaiset sosiaalisen median alustat eivät toki ole journalismin näkökulmasta täysin ongelmattomia. Vaikka ne ovat käyttäjilleen ilmaisia, ovat ne samalla myös miljardien liikevaihdolla pyörivää yritystoimintaa. Lehtitekstien kautta piirtyvä haavekuva julkisen palvelun yleisradioyhtiöstä oli kuitenkin usein auttamattoman vanhanaikainen, mikä tietysti olisi toteutuessaan ollut etu sen kaupallisille kilpakumppaneille. Niinpä Ylen strategijahtaja Gunilla Ohlsin vastineessa puolustettiin myös Ylen oikeutta käyttää sosiaalista mediaa:

-- Yle haluaa tavoittaa suomalaiset siellä, missä he ovat. Sosiaaliset verkostot ovat yhä useammalle suomalaiselle tapa löytää, käyttää ja jakaa keskenään mediasisältöjä. -- Yle ei julkisen palvelun yhtiönä voi toimia niin, että tätä muuttunutta todellisuutta ei otettaisi huomioon, ikään kuin sitä ei olisi olemassa. -- Julkisen palvelun ydin ovat Ylen tekemät sisällöt. Ne ovat suomalaisten vapaasti käytettävissä television, radion ja julkisen internetin kautta. (Yle 24.5.2012 Yle ei voi olla huomioimatta sosiaalista mediaa)

Lisäksi vastineissa muistutettiin, että lehdistä toistuvasti esiintynyt väite Ylen yrityksistä vallata verkko itselleen oli turha, sillä kaupallisen median pahimmat kilpailijat olivat siellä lähempänä kuin se halusi myöntääkään: iltapäivälehdet, sanomalehdet ja maakuntalehdet tavoittivat ilmaisilla uutissivustoillaan selvästi enemmän käyttäjiä verrattuna Ylen verkkosisältöihin:

-- Iltalehdellä ja Ilta-Sanomilla on yhteensä yli puolet kaikesta internet-utiskäytöstä Suomessa. Jompikumpi näistä tulee olemaan yleisöltään laajin ja internetin tärkein uutismedia tulevaisuudessa. Juuri iltapäivälehdillä on tappava vaikutus maakuntalehtien liiketoimintaan tulevaisuudessa. Miksi ihmiset ovat haluttomia maksamaan verkon uutispalveluista? Kaksi prosenttia ilmoitti syyksi Ylen ilmaisen tarjonnan, 26 prosenttia sanomalehtien ilmaisen tarjonnan. (Yle 2.2.2015 Kaupallisen median ongelmat ovat kaupallisia)

-- Tutkitusti maakuntalehtiä uhkaavat verkossa enemmän ilmaiset iltapäivälehdet kuin Yle. Mainosrahoitteista televisiota taas vaivaavat matalasuhdanne, investoinnit moniin uusiin kanaviin sekä verkkovideopalvelut, kuten Netflix. (Yle 19.2.2015 Yle ei ole aiheuttanut kaupallisen median ahdinkoa)

Vastineissa vastattiin myös lehdissä runsaasti kritiikkiä saaneeseen Ylen strategiaan. Helsingin Sanomien Petteri Järvisen kolumnissa kiteytyi lehdissä usein toistunut näkemys Ylen strategia-ajattelusta: sen nähtiin syntyneen liian väljästi muotoillun Yle-lain ansiosta ja strategian tähtäimessä oli muuttaa Yle yhä enemmän kaupallisten kilpailijoidensa kaltaiseksi.

-- Yle-veroon siirtyminen on hämärtänyt tehtävää entisestään, sillä nyt Yle katsoo velvollisuudekseen tuottaa kaikkea kaikille – halusivat he sitä tai eivät. Tarve palvelulla kaikkia on saanut Ylen omaksumaan yhä enemmän kaupallisten toimijoiden käytäntöjä. -- Yhtiön uusi strategia mennä tulevaisuuteen "verkko edellä" herättää syystäkin huolta sekä talon vanhoissa toimittajissa että kilpailijoissa. Vanhan median asetelmat muuttuvat hitaasti, mutta netissä tontit ovat yhä jakamatta. Omilla pelisäännöillä pelaavan Ylen asema verkossa näyttää ylivoimaiselta. (HS 18.2.2015 Yle pelaa nettiajassa 1980-luvun säännöillä, toimituksellinen)

Ylen vastineissa Yle-veron voimaantumisen myötä tapahtunut ajattelutavan muutos myönnettiin. Sen korostettiin kuitenkin merkitsevänä sitä, että jokaisen veroa maksavan tuli kokea saavansa vastinetta rahoilleen, mutta ei kuitenkaan niin, että yhtiö yrittäisi kattaa tarjonnallaan kaikki mahdolliset osat alueet:

-- Koska kaikki maksavat nyt Ylestä, on Ylen tarjottava jokaiselle häntä palvelevaa sisältöä. Ei kaikille kaikkea, kuten kirjoitat, vaan jokaiselle jotakin. Se on oikeus ja kohtuus. (Yle 20.2.2015 Ylekin muuttuu median myllerryksessä)

Lehdissä toistuvasti tehtävä-teeman tiimoilta esiin nostettua perusongelmaa, Ylen tuottaman julkisen palvelun laajuutta lähestyttiin vastineissa siitä näkökulmasta, että Ylen tehtäväkuva oli pulmallinen ainoastaan kaupalliselle medialle, joka mieluusti olisi lohkonut Ylen tontista osia itselleen. Monen muun lehden tapaan myös Iltalehden pääkirjoituksessa kuitenkin epäiltiin, että Ylen laajentaessa reviiriään kaupallisen median omanaan pitämälleen alueelle yhtiön alkuperäinen sivistystehtävä jäisi hoitamatta.

-- Suomen olohuoneissa ei enää lämmitellä yhteisen tv-leiritulen äärellä, mutta kilpa median edelläkävijöistä ja viihteen ahmijoista ei saa johtaa siihen, että Yleisradion sivistys-, opetus- ja kulttuuritehtävä himmenee. Etenkin kun taistoa nuorista aikuisista käydään nykyisin kaupallisen median rinnalla. (IL 22.8.2013 Yleisradio-laivan suuntaa tarkistettava, toimituksellinen)

Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen vastineessa Iltalehdelle tehtiin selväksi, että Ylen tehtävä oli hyvinkin selkeä ainakin eduskunnalle ja kansalaisille, vaikka kaupallinen media sitä yrittikin hämärtää.

-- Ylen perustehtävän kirkastamista vaativat nimenomaan sanomalehdet. Eduskunnassa asia ei ole epäselvä, uudistettu Yle-laki linjaa tehtävän selvästi. Myös suomalaiset ovat tutkimusten mukaan Yleen tyytyväisiä. Eniten kertoo yleisösuhte. Neljä miljoonaa suomalaista on Ylen

palvelujen äärellä päivittäin. Yhtenäiskulttuuri Suomessa murtuu, mutta Yle luo suomalaisille tasa-arvoisia mahdollisuuksia kuluttaa kulttuuria monipuolisesti, seurata maailman tapahtumia ja osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun. (Yle 26.8.2013 Yle haluaa palvella hyvin kaikkia)

Lehtikirjoituksissa ei päättäjien päitä kuitenkaan silitelty. Kansanedustajia yritettiin edelleen herätellä kaupallisen median ahdinkoon, jota Yle valtion tuella syvensi entisestään. Nyt jos koskaan Ylen tehtävä olikin määriteltävä tarkemmin:

-- Ylen ja kansanedustajien välit ovat aina olleet läheiset. Tämän voi nähdä muun muassa siitä, että moni on noussut Ylestä eduskuntaan ja päinvastoin. "Yle on eduskunnan radio", sanovat kansanedustajat ja odottavat jatkossakin kutsuja Ylen ohjelmiin. Jos Suomessa halutaan säilyttää länsimainen, monipuolinen viestintäkenttä, seuraavan eduskunnan on otettava kantaa Ylen julkisen palvelun rooliin. Kyse ei ole siitä, että Yleä haluttaisiin karsia tai sen sananvapautta rajoittaa. Päinvastoin: Ylelle on kansainvälisen viihteen ja tosi-tv:n puristuksessa yhä enemmän ja yhä tärkeämpää tehtävää. -- Julkinen palvelu ei voi tarkoittaa netin ylivaltaa eikä suoraa kilpailua muiden kanavien kanssa. Ylen tulee muuttua erilaisemmaksi, ei samanlaisemmaksi. (HS 18.2.2015 Yle pelaa nettiajassa 1980-luvun säännöillä, toimituksellinen)

Vastineissa puolestaan todettiin, että median murros oli otettu huomioon jo Yle-lakia laadittaessa ja siksi pelkoa siitä, että Ylen laaja tehtäväkuva vääristäisi alan kilpailua, pidettiin perusteettomana.

-- Suomalainen yhteiskunta on vastikään käynyt perusteellisen keskustelun Ylen tehtävästä. Internetin tuomat haasteet ja hyödyt olivat keskustelun aikana jo hyvin näkyvissä. Äänensä sai tuolloin kuuluviin myös kaupallinen media. Vuosia kestäneen käsittelyn jälkeen Suomen kansan valitsema eduskunta päätti, että Suomessa tarvitaan vahva Yle. Päätös oli yksimielinen. (Yle 20.2.2015 Ylekin muuttuu median myllerryksessä)

Ylen vastineissa sen tehtävän määrittelevää Yle-lakia pidettiin koko yhteiskunnan yhteisen tahdon ilmentymänä – olihan yhtiö saanut mandaattinsa nykyisiin tehtäviinsä kansan valitsemalta eduskunnalta. Lain uudelleen avaamista tai Ylen tehtävien rajaamista muulla tavoin ei myöskään pidetty lopulta kenenkään etuna:

-- Ylen yhteiskunnallisen tehtävän ja koon määrittää yhteiskunta, ei Yle itse. Suomalainen yhteiskunta kävi vastikään vuosia kestäneen perusteellisen, eripuraisenkin keskustelun Ylen julkisesta tehtävästä ja sen rahoituksesta. Keskustelun päätteeksi eduskunta päätti yksimielisesti haluavansa vahvan Ylen toteuttamaan julkisen palvelun tehtävää. Nykyinen laki Yleisradiosta turvaa tämän. Ylen toiminnan rajaaminen ei paranna muun median menestystä, eikä se myöskään ole suomalaisten etu. (Yle 6.3.2015 Yle toteuttaa lain määräämää tehtävää)

Myös julkisen palvelun tehtävää ja tarpeellisuutta yhteiskunnassa pidettiin Ylen vastineissa selkeänä. Ylen ja kaupallisen median tehtävät alalla olivat Ylen näkökulmasta katsottuna täysin erilaiset: ensimmäisen tehtävä perustui lakiin kun taas jälkimmäisen tavoitteena oli tuottaa voittoa omistajilleen. Ylen tarjoamaa julkista palvelua verrattiin vastineissa muihin julkisen sektorin tuottamiin peruspalveluihin, minkä lisäksi Yle tietysti huolehti myös erityisryhmien palveluista. Näin ollen ajatusta siitä, että Ylen tulisi tarjota vain sellaista palvelua, joka ei kaupalliselle medialle kelvannut, pidettiin Ylen vastineissa mahdottomana. Näin vastattiin muun muassa Maaseudun

tulevaisuuden haastattelussa Ylen asemaa kommentoineelle, Sanoma Oy:n hallituksen puheenjohtajalle Antti Herlinille, joka arvosteli Ylen kilpailevan verovaroin kaupallisen median markkinoilla, vaikka sen tulisi keskittyä enemmän kotimaiseen tuotantoon:⁷⁶

-- Yle toteuttaa lain sille määräämää julkisen palvelun tehtävää. Ylen tehtävä ei ole täydentää kaupallista mediaa, sen enempää kuin peruskoulu täydentää yksityiskouluja tai julkinen terveydenhuolto yksityisiä lääkäriasemia. Ylen julkinen palvelu on suomalaisten oikeus. Yhtiö on olemassa, jotta kaikille suomalaisille, kaikkialla Suomessa, voidaan taata yhtäläinen mahdollisuus tietoon, sivistykseen ja elämyksiin. (Yle 6.3.2015 Yle toteuttaa lain määräämää tehtävää)

Vastineissa muistutettiin myös, ettei kaupallinen media edes pystyisi korvaamaan Ylen tuottamaa julkista palvelua:

-- Yle luo suomalaista kulttuuria tekemällä sisältöjä kansalliskielillämme: lastenohjelmia, kuunnelmia ja uutisia, esimerkiksi. Yle myös välittää viranomaistiedotuksia ja varautuu palvelemaan poikkeusoloissa. Näitä palveluja eivät satunnaiset, yksittäiset toimijat pystyisi järjestämään. (Yle 6.3.2015 Ylellä ei ole verotusoikeutta)

Ylen vastineissa otettiin kantaa myös vanhaan vaatimukseen yhtiön valvonnan uudistamisesta. Turun Sanomien entinen päätoimittaja Ari Valjakka arvosteli kovin sanoin vuoden 2013 alkupuolella Helsingin Sanomien yleisönosastossa hallintoneuvoston toimintaa ja sen puheenjohtajaa, kansanedustaja Ilkka Kantolaa (sd.). Valjakan viesti oli sama, mitä lehdistä oli totuttu lukemaan aiemminkin: hallintoneuvosto oli pelkkä Ylen leimasin, joka ei kyennyt toteuttamaan tehtävänsä Ylen valvojana:

-- Yleisradion poliittiselta johdolta on turha odottaa suomalaisen median kokonaisuutta ymmärtävää käytöstä tässä asiassa. Hallintoneuvoston puheenjohtaja, kansanedustaja Ilkka Kantola (sd) siunaa kaiken, mitä linja ehdottaa. Kaiken tämän seurauksena hallitus ja eduskunta kaventavat olennaisesti vapaan lehdistön mahdollisuuksia hoitaa tehtävänsä ja vaarantavat Yleisradion välityksellä monipuolisen julkaisuvapauden. (HS 26.4.2013 Lehdistön monipuolinen julkaisuvapaus on vaarassa, yleisönosasto)

Kantolan vastineessa kiistettiin Valjakan esittämät väitteet ja vakuutettiin hallintoneuvoston toimivan riippumattomasti valvoen sitä, että Yle yhtiönä toteutti sen toimintaa määrittävää Ylelakia. Sen sijaan ohjelmasisältöjä koskevat linjaukset tehtiin Ylen toimivassa johdossa hallintoneuvostosta irrallaan.

-- Hallintoneuvoston tehtävänä on huolehtia siitä, että Yle tekee niitä asioita, joita sen lain mukaan tulee tehdä ja ettei se siirry tekemään asioita, jotka eivät sen tontille kuulu. Hallintoneuvosto ei kuitenkaan ole ohjelmaneuvosto. Sen asiana ei ole ohjata journalistisia painotuksia tai päättää ohjelmasisällöistä. Ylen taloudellinen ja poliittinen riippumattomuus on eduskunnan ja hallintoneuvoston mielestä itseisarvo. (Yle 27.4.2013 Viholliskuvat eivät kuulu Ylen strategiaan)

⁷⁶ MT 2.3.2015 Ylen asema närästää, toimituksellinen

Lisäksi Kantola vakuutti hallintoneuvoston ottavan huomioon Ylen toiminnan vaikutukset muuhun mediakenttään. Tästä esimerkkinä Kantola mainitsi hallintoneuvoston juuri rekrytoineen avukseen julkisen palvelun asiantuntijan, jonka tehtävä liittyi Yle-laissa mainittuun julkisen palvelun markkinavaikutusten arviointiin.⁷⁷

Ylen hallintoneuvosto ja yhtiön asioista lopulta päättävä eduskunta näyttäytyivät siis Ylen vastineissa täysin toisenlaisena toimijana kuin lehtikirjoituksissa. Sen lisäksi myös Ylen tehtävän ytimessä olevasta julkisesta palvelusta esitetyt käsitykset poikkesivat aineistoissa selvästi toisistaan. Lehtikirjoitusten mukaan Ylen tarjoamaksi julkiseksi palveluksi olisi riittänyt huomattavasti vähempikin, kun taas Ylen mukaan sen laaja julkinen palvelu ei ollut korvattavissa tai tuotettavissa mitenkään muuten. Ylen tehtävä –teeman alla käytyä keskustelua voineekin näistä lähtökohdista tarkasteltuna siten pitää erityisen polarisoituneena.

7.3. Yle julkisen palvelun puolustajana

Rahoitusteeman tapaan Yle ei juuri ottanut tutkimusaikana kantaa myöskään sen tehtävää käsitteleviin lehtikirjoituksiin. Tämä liittyy Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen jo aiemmin esille nostamaan seikkaan siitä, ettei yhtiön toimiva johto voi puuttua Ylen toiminnasta viime kädessä päättävän elimen, eduskunnan, tekemiin ratkaisuihin – kuten lakiin Yleisradiosta. Päättäjien tehtävänä on määritellä, mitä Ylen tehtäviin kuuluu ja miten sen tuottama julkinen palvelu rahoitetaan. Tämä tehtävä annetaan Ylelle ja sen toteuttamista myös valvotaan muun muassa hallintoneuvoston avulla.

Julkisessa keskustelussa esitettyä väitettä siitä, että yleisradioyhtiön tuottama julkinen palvelu olisi syyppää kaupallisen median ahdinkoon, tuettiin keskustelussa Hyvärisen mukaan lähinnä juuri Ylen tehtävään liittyvillä argumenteilla. Niiden mukaan Ylen tehtävää tai julkisen palvelun tehtävää ylipäätään ei oltu määritelty joko tarpeeksi tarkasti tai ollenkaan. Hyvärisen mukaan tämä johtuu siitä, ettei lakia Ylestä tai julkisen palvelun tehtävää, sen historiaa ja roolia yhteiskunnassa tunneta tai haluta tunnistaa. Sen sijaan julkinen palvelu halutaan nähdä suhteessa kaupalliseen mediaan, vaikka Hyvärisen mukaan molemmilla toimijoilla on yhteiskunnassa oma roolinsa ja tehtävänsä. Lehti- ja vastineaineistosta käykin ilmi, että Ylen ja sen kaupallisten kollegoiden näkemykset poikkeavat myös tässä asiassa rajusti toisistaan. Ydinkysymys koskee sitä, tuleeko julkista palvelua määritellä suhteessa muuhun mediaan vai ei. Kyse on kamppailusta täyden ja täydentävän julkisen palvelun välillä. Voiko verorahoilla esimerkiksi tuottaa samankaltaista sisältöä, mitä yksityisetkin toimijat tarjoavat?

⁷⁷ Tehtävää hoitaa viestinnän professori, filosofian tohtori Hannu Nieminen. Lisäksi hallintoneuvosto valitsi vuoden 2015 loppupuolella ohjelmien ja palvelujen ennakoarviointeja varten toiseksi asiantuntijakseen kilpailuoikeuteen perehtyneen asianajajan Ilkka Aalto-Setälän.

Tähän saakka meillä kysymykseen annettu vastaus on ollut yksiselitteisen myönteinen. Toimiessaan samoilla tonteilla kaupallisen median kanssa julkisen palvelun median on katsottu parantavan monipuolisella ohjelmistollaan koko toimialan tarjoamien tuotteiden laatua (Hellman 2010a, 61). Itse en lähtisi tarkastelemaan Yleä ja sen kaupallisia kilpakumppaneita yhtä erillisinä toimijoina kuin Hyvärinen, sillä yhteiskunnan kannalta myös koko mediakenttää on kyettävä katsomaan kokonaisuutena etenkin nyt, kun kotimaisen median edellytyksiä toimia koko ajan globaalistuvassa maailmassa haastetaan enenevässä määrin ulkopuolelta, kansainvälisten toimijoiden taholta.

Ylen vastineissa korostettiin usein päättäjien yksimielisyyttä julkisen palvelun yhteiskunnallisesta roolista ja sen tehtävän laajuudesta. Myös teemahaastattelussa Hyvärinen painotti samaa asiaa. Hänen mukaansa juuri Ylen riippumattomuuden varmistaminen oli ollut Yle-lain ja yhtiön rahoituksen uudistamisen ytimessä. Tämä "riippumattomuuden logiikka" puuttui Hyvärisen mukaan kokonaan Ylestä käytävästä julkisesta keskustelusta. Oman aineistoni lehtikirjoituksista ymmärrystä verorahoituksen roolista Ylen riippumattomuuden turvaajana kuitenkin löytyi jonkin verran. Sen sijaan Yle-lain osalta yhtiö laajaksi määriteltyä tehtävää ei yleensä yhdistetty julkisen palvelun vapaan toiminnan turvaamiseen, vaan sen nähtiin päinvastoin johtavan yhtiön muuttumiseen markkinahäiriköksi.

Hyvärisen näkemyksen mukaan se, mitä Yle itse voi yhtiönä tuoda sen tehtävästä käytävään keskusteluun, on kertoa siitä, mistä julkisessa palvelussa on kysymys, mihin eurooppalaiseen perinteeseen se liittyy sekä miten ja miksi sitä tehdään. Tärkeänä pidetään myös Ylen tehtävään tai rahoitukseen liittyvien virheellisten tietojen korjaamista. Hyvärinen muistuttaa, että suomalaisilla on oikeus saada Ylestä oikeaa tietoa ja jos kaupallinen media ei kykene sitä tarjoamaan, jää se Ylen tehtäväksi. Printtimediasta faktoihin perustuvaa analyttistä tietoa julkisesta palvelusta on Hyvärisen mukaan ollut saatavilla viime aikoina vain harvakseltaan. Sen sijaan keskustelussa on esitetty vääriä tietoja ja asenteellisia väitteitä Ylestä ja sen toiminnasta. Kaupallinen media onkin Hyvärisen mukaan käyttänyt keskusteluissa yhtenä vaikuttamisen keinona tarkkaan valittua retoriikkaa, jolla on haluttu luoda yhtiöstä tietynlaisia mielikuvia. On kuitenkin muistettava, että myös Yle tekee aktiivisia valintoja vastatessaan siitä käytyyn keskusteluun. Usein Ylen vastineissa ei esimerkiksi vastattu suoraan lehdissä esiintyneeseen yhtiön rahoitusta tai tehtäviä koskevaan kritiikkiin, vaan vastineissa saatettiin painottaa enemmän ohjelmatoimintaan liittyviä asioita.⁷⁸

Hyvärinen kutsuu Ylen tehtävästä viime aikoina käytyä keskustelua kaupallisen median ja Viestinnän keskusliiton Yleä vastaan suunnatuksi kampanjaksi. Siihen Hyvärinen laskee kuuluvaksi jo aiemmin mainitsemani, Viestinnän Keskusliiton, Sanoman, Alma Median, MTV:n, Turun Sanomien ja Keskisuomalaisen rahoittaman Ylen suuri tehtävä –raportin ja siihen perustuvan samannimisen tv-dokumentin. Vuoden 2015 keväällä julkaistu vajaan tunnin mittainen tv-

⁷⁸ Esimerkki tästä on löydettävissä luvusta 8.2. sivulla 89.

dokumentti käsitteli Yleisradion tehtävää suomalaisessa mediakentässä. Haastateltavina oli yhteensä kolmisenkymmentä media-alan suomalaista ja ruotsalaista vaikuttajaa: mediayritysten toimitusjohtajia ja päälliköitä, toimittajia, tutkijoita, poliitikkoja ja virkamiehiä. Dokumentissa käytiin lyhyesti läpi Yleisradion historiaa ja rahoitusta, median murrosta, kaupallisen median ahdinkoa ja sitä, miten ylimitoitettu, mutta silti tehoton Yle uhkaa koko suomalaista mediakenttää kilpailemalla kaupallisen median kanssa samoista yleisöistä samoilla keinoilla. Kärkevimmillään dokumentissa haastettiin koko julkisen palvelun yleisradioyhtiön olemassaolon merkitys.

Hyvärisen mukaan myös sanomalehtien päätoimittajien aktivoituminen Yleä koskevassa julkisessa keskustelussa kevättalven 2015 aikana liittyi tähän Ylen vastaiseen kampanjaan. Selittäväenä tekijänä julkisen keskustelun vilkastumiselle juuri tänä ajankohtana Hyvärinen piti kevään eduskuntavaaleja, joiden vuoksi kaupallinen media yritti vaikuttaa päättäjiin ja yleiseen mielipiteeseen Ylestä. Hyvärinen ei pitänyt tällaista vaikuttamisen keinoa sinällään poikkeuksellisena, mutta hän peräänkuulutti lehtien ja journalistien riippumattomuutta ja pyrkimystä puolueettomiin arviointeihin. Tätä taustaa vasten hän myös piti lehdistön kampanjointia yllättävänä etenkin, kun siihen osallistui Hyvärisen luonnehdinnan mukaan myös "laatumedioiden" pääkirjoitustoimittajia. Lehdistön lisäksi kuitenkin myös Yle aktivoitui keskusteluun osallistumisessa juuri samana ajankohtana. Kärjistäen voisi siis sanoa, että hyökkäys aktivoi puolustuksen.

8. Uudistusvimmaa ja heikkoa laatua vai ainutlaatuista julkisen palvelun ohjelmatarjontaa? Ylen tuottaman sisällön puntarointia

Ylen tuottaman sisällön ympärillä on aina käyty runsaasti keskustelua, eikä siten ole yllätys, että se oli myös omassa tutkimuksessani useimmiten esiintyvä teema sekä lehti- että vastineaineiston osalta. Sen tiimoilta käyty keskustelu oli runsasta ja värikästä, eikä lehdissä säästely sanoja etenkään silloin, kun Ylen katsottiin epäonnistuneen sisältöjensä suhteen. Mediakritiikkiä esitetään toki kaikkia alan toimijoita kohtaan, mutta Ylen kohdalla sillä on erityinen merkitys etenkin nyt, kun kaikki joutuvat Yle-veron myötä maksamaan yhtiön sisällöistä huolimatta siitä, kokeeko yksittäinen kansalainen niitä käyttävänsä. Samalla Ylen sisällöistä käyty keskustelu on laajempaa julkisen palvelun aktiivista ja julkista arviointia. Julkisen palvelun yleisradioyhtiön uusiutuminen median murroksen myötä ei myöskään ole prosessina ollut helppo. Paikkaa muuttuneessa mediakentässä on haettu sisältöjen suhteen välillä myös erehdysten kautta ja siihen tuleekin kiinnittää huomiota varsinkin, kun se tapahtuu kansalaisten verovarolla. Toki suurena mediatalona Yle tuottaa myös määrällisesti paljon sisältöjä, joten on ymmärrettävää, että se on niiden suhteen toistuvasti tarkastelun kohteena.

Ylen tuottamaa sisältöä käsittelevä keskustelu palautui tutkimusaineistossani useimmiten Ylen tehtävään ja yhtiön rahoitukseen. Sisältöjen kautta punnittiin sitä, miten Yle toteutti sille annettuja lakisäateisiä tehtäviään. Tehtävässä onnistumista tai epäonnistumista peilattiin puolestaan siihen, oliko Ylen saama rahoitus ansaittua, käytettiinkö rahat oikein ja tarvittiinko tehtävän toteuttamiseen lähes puoli miljardia euroa vai ei.

8.1. Jotain uutta, jotain vanhaa, jotain lainattua: Yle lehtien mediakritiikin kohteena

Rahoitusratkaisun myötä yhtiön ohjelmapolitiikkaa ryhdyttiin seuraamaan julkisessa keskustelussa entistä tarkemmin. Edellisessäkin luvussa tarkastellun Ylen strategian katsottiin konkretisoituvan käytännön tasolla yhtiön tuottamissa sisällöissä ja niiden osalta kiistaa käytiin siitä, ajoiko strategia ohjelmatoiminnan osalta yhtiötä yhä suuremmille yleisöille suunnattujen ohjelmien tekemiseen. Uuden ajattelutavan ei katsottu lehdissä käydyissä keskusteluissa sopivan julkisen palvelun yleisradioyhtiölle, vaan sen olisi mieluummin nähty palvelevan pienempiä, erityisiä yleisöryhmiä.

Ensimmäinen tutkimusaineistossa suurta huomiota herättänyt ohjelmiston uudistus oli radiokanava Yle Puheen muuttuminen vuoden 2012 alussa valtakunnalliseksi. Samalla uutis- ja ajankohtaisaiheita käsittelevälle, puheradiona profiloituneelle kanavalle siirtyivät aiemmin Radio

Suomessa kuullut tapahtumaurheilulähetykset. Tämä nostatti valtavan palautetulvan sosiaalisessa mediassa ja aihetta käsiteltiin myös lehtien palstoilla.

-- Yleisradion puhekanavan uudistus on herättänyt ansaittua kummastusta. Korkeatasoiset asiaohjelmat on yhtäkkiä korvattu urheilulla ja hömppävihteellä. -- Yleltä näyttää unohtuneen sen lakisäätöinen tehtävä julkisen palvelun ohjelmistotuottajana. Lain mukaan Ylen pitäisi ohjelmatoiminnassaan ottaa huomioon myös sivistysnäkökohdat sekä tarjota kuuntelijoilleen mahdollisuus oppimiseen ja itsensä kehittämiseen. (HS 12.1.2012 Yle laiminlyö sivistystehtävänsä, yleisönosasto)

Yle Puheen uudistusta perusteltiin Ylen taholta sillä, että kanavan muututtua valtakunnalliseksi sen haluttiin tavoittavan myös nuorempia, ruuhkavuosiaan eläviä kuulijoita.⁷⁹ Lehtikirjoituksissa kuitenkin epäiltiin, että ratkaisun taustalla oli pyrkimys kasvattaa kanavan kokonaisyleisömäärää, mitä pidettiin julkisen palvelun yhtiölle vääränä lähestymistapana.

-- On todennäköistä, että Yleisradion ohjelmatoiminnasta vastaavat perustelevat ratkaisuaan sillä, että entisellä Radio Puheella ei ollut riittävästi kuulijoita. Tähän on vain todettava, että eivät suuret katsojajoukot myöskään katso Yle Teemaa. Yleisradion on palveltava myös niitä, jotka edellyttävät yhtiöltä syvällisempää ja pohtivampaa ohjelmatarjontaa, vaikka heitä ei olisikaan sadointuhansin. (HS 6.6.2012 Radio Puheesta tuli Radio Urheilu, yleisönosasto)

Myös Ylen tuottaman journalismin laatu nousi sisältötason keskusteluissa voimakkaasti esiin. Kuten olen jo aiemmin todennut, Nordin (2012) mukaan julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden tuottamaa journalismia itsessään ei ole juurikaan aiemmin arvosteltu julkisessa keskustelussa. Yle-
veron lisäksi laatuks keskustelua kiihdyttivät nyt Ylen ohjelmatoiminnan uudet aluevaltauks² kaupallisen median omanaan pitämille alueille nuorison, viihte³en ja verkkojulkaisujen osalta. Parantamisen varaa oli kuitenkin myös perinteisemmissä sisällöissä, kuten ajankohtaisohjelmissä. Esimerkiksi Ajankohtaisen Kakkosen Venäjä-iltaa pidettiin Ylen taholta luokattomana epäonnistumisena, kun tunteet kuumenivat suorassa lähetyksessä niin, etteivät juontajat saaneet pidettyä keskustelua asiallisena:

-- Ääripäiden höyrypäiden keskinäinen istunto ei muistuttanut keskustelua vaan häiriköiden yhteenottoa, jossa mitä pöljimmät lausahdukset lentelivät kameroiden edessä. Ylen täytyy jatkossa ymmärtää, että Venäjän kaltaisten vaikeiden asioiden pohdintaan tarvitaan analyysoivaa otetta eikä nähdyn kaltaista suunsoittoa. Erittäin tärkeästä aiheesta viritetty Venäjä-ilta aliarvioi katsojien ymmärryskyvyn kokonaan. Keskustelu ei ollut edes hyvää viihdettä vaan suoranaista piinaa, josta jäi ahdistava tunne. Näinkö typerää ja mustavalkoista ohjelmaa Yle-verolla tuotetaan? (Kaleva 17.4.2014 Järjettömän höperö Venäjä-ilta televisiossa, toimituksellinen)

Ylen nähtiin koettelevan sisällöillään jopa sovinnaisuuden rajoja. Esimerkiksi TV1:llä arkipäivisin tulevan *Puoli seitsemän* –ohjelman seksiä käsittelevän teemaviikon jakso, jossa Anu Saagim vaikutti kokeilevan suorassa lähetyksessä niin sanotuilla geishapalloilla tehtävää lantionpohjajumppaa, sai osakseen voimakasta paheksuntaa.

⁷⁹ STT 16.11.2011 Ohjelmistoja uudistetaan vuoden 2012 alusta alkaen - Yle panostaa verkkoon ja nuoriin. Saatavilla: <https://www.sttinfo.fi/release/ohjelmistoja-uudistetaan-vuoden-2012-alusta-alkaen---yle-panostaa-verkkoon-ja-nuoriin?releaseId=52007&publisherId=1886>

Yle on laajentanut julkista palveluaan paljon viime päivinä. Lasten parhaaseen katselu-aikaan TV1:n Puoli seitsemän -ohjelmassa virolainen Anu Saagim opetti kädestä pitäen, kuinka seksikuulat työnnetään housun vyötäisiltä hellimään sukuelimiä. Yle Lappi taas esitteli pettäjien minttukaakon, jota pettäjät juovat laskettelun lomassa Levillä. Siinä sitä julkista palvelua kerrakseen. (Kaleva 23.2.2013 Hox!, toimituksellinen)

Eniten vastaavankaltaista kritiikkiä saivat kuitenkin osakseen yllä olevassa otteessakin mainitut Ylen verkkosivujen uutissisällöt, joissa irroteltiin tutkimusajankohtana julkisen palvelun yhtiölle – tai mille tahansa itseään vakavasti otettavana pitämälleen mediatoimijalle – aivan uudella tavalla.

-- Sosiaalisessa mediassa kiersi hiljattain Yle Satakunnan verkkotoimituksen juttu soivasta harjanvarresta. Jutun ingressi kuuluu näin: ”Harjavaltaismiehen mukaan kiinteistöharjan soikeasta varresta kuuluu navakalla tuulella kaunista musiikkia.” -- Yleisradio voi tietysti vedota, että luodakseen yleisösuhteen sen on ”oltava lähellä median käyttäjiä” ja ”heidän arjessaan mukana”, mutta löytyisikö Suomen valtakunnasta ja maailmalta monen vuoden toimittajakoulutuksen läpikäyneille ihmisille tähdellisempääkin tutkittavaa? Iltapäivälehdet ja muu kaupallisen median viihdeosasto kyllä varmasti hoitaa nämä hassut pikku-uutiset ja ”hullu maailma” -tyyppiset ilmiöt tarpeeksi tarkkaan. (Kaleva 15.2.2014 Soiva harjanvarsi ja Yleisradion uutiskriteerit, toimituksellinen)

Soivan harjanvarren lisäksi Helsingin Sanomat uutisoi myös muista Ylen sivuilla samoihin aikoihin julkaistuista omistuksista uutisartikkeleista, kuten Yle Keski-Suomen jutusta, jonka mukaan eräs radionkuuntelija oli tartuttanut flunssan omalla virtsallaan. Yle Pohjois-Karjala oli puolestaan raportoinut toisen radionkuuntelijan ”kakkavedeltä” haisemista appelsiineista ja Kalevankin merkille panemassa Yle Lapin uutisessa kerrottiin seuranhakuyhtiön selvittämästä pettäjien lempijuomasta. Uutiset olivat aiheuttaneet kohua sosiaalisessa mediassa ja Helsingin Sanomissa kyseltiinkin – täysin aiheellisesti – Ylen uutiskriteereiden perään:

-- Ylen eettisten ohjeiden mukaan Ylen journalismin tulee perustua totuudenmukaiseen, olennaiseen ja monipuoliseen tiedonvälitykseen. Onko Yleisradio muuttanut uutiskriteereitään viime aikoina, Yle Alueiden päällikkö Jyri Kataja-Rahko? ”Ei ole muutettu.” Ovatko nämä virtsankurlausjutut teidän mielestänne uutisia, joiden vuoksi kansalaisten pitää maksaa Yle-vero? ”Sanotaan niin, että aina nämä uutiset eivät ole menneet ihan putkeen. On verkkojuttuja, jotka olisi pitänyt taustoittaa paremmin tai hankkia lisämateriaalia tai kirjoittaa eri tavalla. On ollut ohilaukauksia, jotka olisi voinut jättää julkaisematta.” (HS 2.3.2014 Ylen oudot uutiset herättävät kummastusta, toimituksellinen)

Epäonnistuneet sisällöt tulkittiin todisteiksi siitä, ettei julkisen palvelun yleisradioyhtiön tarvinnut enää piitata yleisösuhteestaan, sillä sen rahoitus oli nyt turvattu huolimatta siitä, katseliko ja kuunteliko yleisö sen tuottamia sisältöjä.

-- Nyt Ylellä ei ole huolta ohjelmien tasosta, kiinnostavatko ne katsojia. Eduskunta kun kerää tarvittavan rahamäärän meiltä kansalaisilta, toisilta enemmän ja toisilta vähemmän, riippumatta siitä katsomme vai ei ohjelmia, jotka eivät kiinnosta. (Kaleva 7.1.2013 Yle kohtelee katsojia kuin rupusakkia, yleisöosasto)

-- Höpsistä on mennyt tarjonta. Ruuanlaittoa, asunto-ohjelmia, puutarhaohjelmia ja niiden ympärille tehtyjä lisukkeita. Tähänkö se meni kun automaattista rahaa tulee, ei voi enää perua lupamaksuaan ja näin äänestää parempien ohjelmien puolesta. (Kaleva 12.12.2014 Haluan televisioluvan takaisin, yleisöosasto)

Vaikka ohjelmien laatua koskeva kritiikki olikin ainakin oheisten esimerkkien osalta oikeutettua, väite siitä, ettei sisältöjen laadulla olisi rahoitusratkaisun myötä Ylelle enää merkitystä, on tietysti kärjistys, joka ei pidä paikkaansa. Julkisen palvelun mediayhtiön on lunastettava olemassaolonsa oikeutus ja legitiimi asemansa samaan tapaan kuin muidenkin alan toimijoiden eli yleisöjensä kautta siitä huolimatta, että sen rahoitus muodostuu verovaroista. Jos kansalaiset, siis yhteiskunta, päättää, ettei julkisen palvelun mediaa enää tarvita, ei sillä ole mitään mahdollisuuksia jatkaa toimintaansa. Juuri siksi sen sisältöjä koskeva laatukseskustelu onkin äärimmäisen tärkeää.

Rajanvetoa yksittäisten sisältöjen kohdalla käytiin jatkuvasti myös siitä, mitkä niistä kuuluivat Ylen tehtävään ja mitkä sen sijaan tulisi jättää kaupallisten toimijoiden hoidettavaksi. Tämän keskustelun piiriin kuuluivat esimerkiksi Ylen Lotto-lähetykset, jotka loppuivat Viestintäviraston päätöksellä syyskuussa 2013.

-- Lottoarvonnassa on kyse sponsoroinnista, eikä sellainen kuulu Ylen toimintaan. Viestintävirasto pani Yleisradion ruotuun muistuttamalla sille lakisääteisistä tehtävistään. Keskustelu Ylen roolista ja tehtävistä saa nyt uutta pontta. (Kaleva 15.5.2013 Laiton perinne loppuu Yleisradion kanavilta, toimituksellinen)

Kovinta Yleä kohtaan lehtiaineistossa esitetty kritiikki oli sellaisten sisältöjen kohdalla, joita myös kaupalliset mediat tarjosivat yleisölleen. Niiden osalta lehtiaineistossa pidättäytyttiin samoissa argumenteissa kuin jo Hellmanin määrittelemän, Yleä koskevan informaatio­sodan ensimmäisessä vaiheessa.⁸⁰ Etenkin nuorison "kosiskelu" ulkomaisten ohjelmaformaattien avulla tuomittiin jyrkästi. Yksittäisistä sisällöistä erityisen runsaasti keskustelua herätti nuorille suunnattu Kakkosen tv-sarja *Uusi päivä*. Sarjan katsottiin olevan suora kopio MTV:n *Salatut elämät* –saippuasarjasta ja Yleä arvosteltiin kovin sanoin siitä, että se ryhtyi kilpailemaan kaupallisen median kanssa samasta yleisöstä ja vieläpä samoin keinoin. Kaiken lisäksi sarjan katsottiin epäonnistuneen pahoin, sillä korkeista tuotantokustannuksista huolimatta se ei ainakaan alkuvuosina yltänyt sille asetettuihin katsojatarpeisiin eikä se vielä myöhemminkään kiinnostanut lehtien mukaan tarpeeksi nuorta yleisöä. Lehdissä huomautettiin pisteliäästi, että Ylellä näytti olevan varaa epäonnistua:

-- Myös Yleisradio on nuorten perässä, ja tavallaan samasta syystä kuin kaupalliset kanavat. Ylen rahoitukselle löytyy oikeutus ja jatkuvuus, jos yhtiö pystyy tarjoamaan ohjelmia säännöllisesti koko kansalle. Yle korostaa, ettei sille ole olennaisinta markkinaosuus, vaan se, että yhtiö tavoittaa säännöllisesti suuren määrän erilaisia suomalaisia. Tämän takia Yle tekee viidellä miljoonalla eurolla vuodessa kaiken ikäisille, mutta etenkin nuorille suunnattua *Uutta päivää*. Yle julistaa tyytyväisyyttään siihen, vaikka myös tätä ohjelmaa katsovat eniten yli 60-vuotiaat. -- Ylellä on varaa olla pitkäjänteinen, mutta kaupallisille kanaville *Uuden päivän* katsojaluvut suhteessa sarjan hintaan olisi katastrofi. (HS 19.3.2014 Mato, joka piti vaihtaa, toimituksellinen)

Uusi Päivä on pysynyt Ylen sisältöjä koskevan julkisen keskustelun kestoaiheena hämmästyttävän sitkeästi ottaen huomioon, että sarjaa on tuotettu tähän mennessä jo yli viiden vuoden ajan. Syksyllä

⁸⁰ Ks. kuvio 1 sivulla 43.

2014 Ylen aloittaessa yt-neuvottelut sitä käytettiin jälleen esimerkkinä Ylen resurssien kyseenalaisesta käytöstä julkisen palvelun yhtiönä, kun esimerkiksi kotimaiseen draamaan panostamisen sijaan yhtiö satsasi kaupallisen median esimerkin mukaisesti viihteelliseen, suurta (ja nuorta) yleisöä tavoittelevaan tuotantoon.

-- Nihkeintä koko kuviossa on, että Ylen resurssija syö Kakkosen nuorisosarja Uusi päivä, joka yksinään hotkii draamabudjetista puolet. Kaiken lisäksi sille rakennetaan uutta studiota Tampereen Tohloppiin, eli vaikuttaa siltä, että draamarahoja käytetään seiniin. -- Nuorille voitaisiin tietysti tehdä paljon haastavampaa tavaraa, mutta kuten sanottu, Yle liikkuu tässä Salattujen elämien jalanjäljissä, massayleisöjä houkutellessa. (Kaleva 27.9.2014 Yle-draama laittaa munansa samaan koriin, toimituksellinen)

Uuden Päivän lisäksi lehtiaineistossa suomittiin myös muita kaupalliselta puolelta napattuja, Ylen "nuorennusleikkauksen" mukanaan tuomia ohjelmaformaatteja kuten brittiläisen viihdekanavan Sky1:n kehittämää *Pakko tanssia (Got to Dance)* –tanssikilpailuohjelmaa, joka lopetettiin Ylellä ensimmäisen kauden jälkeen huonojen katsojalukujen vuoksi. Koko TV2:n vuoden 2012 alussa tapahtuneen kanavaudistuksen katsottiin senkin tapahtuneen nuoren yleisön tavoittelemiseksi – mikä ei todennäköisesti kovin kaukaa haettua ollutkaan.

-- TV2:sta yritettiin reivata nuoremmille katsojille suunnatuksi. Etenkin tähtäimessä olivat nuoret naiset. Tuloksena on ollut osin nolostuttava sekametelisoppa. Pahinta on ollut se, että TV2 on yrittänyt apinoida mainoskanavia. -- TV2 menetti uudistuspyrkimyksensä profiilinsa. Siitä ei tullut mainoskanaville vaihtoehtoa tarjoavaa viihdekanavaa, eikä se enää ole ollut vanha tunnistettava Kakkonenkaan. (HS 8.6.2014 Löydä itsesi, TV2, toimituksellinen)

Ylen suhde nuoriin on ollut pitkään kaupallisen median erityistarkkailun kohteena. Viestinnän keskusliitto vaati jo eduskunnan liikenne- ja viestintävaliokunnalle osoitetussa, Ylen rahoitus- ja lakiuudistusta koskevassa lausunnossaan, että maininta nuorille suunnattujen ohjelmistojen painottamisesta tulisi poistaa Yle-laista kokonaan.⁸¹ Sen lisäksi myös Ylen tuottamat viihteelliset sisällöt ovat olleet samaan tapaan aina kaupallisen median suurennuslasin alla. Nuorille suunnattujen ohjelmien ohella viihdettä on pidetty perinteisesti kaupallisten mediayhtiöiden hallitsemana alueena ja keskusteluja viihteen roolista julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden ohjelmistossa on käyty meillä ainakin Yle-lain laatimisesta lähtien. Vaikka muutamassa oman aineistoni lehtikirjoituksessa oltiinkin valmiita antamaan Ylelle sisältöjen suhteen pidempää liekaa, samaa mieltä oltiin siitä, että vaikka Yle tarjoaisi samankaltaisia sisältöjä kuin kaupallinen media, oli niiden erotettava selkeästi toisistaan. Tämän saavuttamiseksi Ylen oli oltava jatkuvasti valppaana, sillä kaupallisen median tarjoamien sisältöjen kopioimisen ja julkisen palvelun omaisen, Yle-lakiinkin jo 2000-luvun puolivälissä kirjatun "virikkeellisen viihteen" tuottamisen välistä rajaa pidettiin hiuksenhienona:

-- Tässä, oman ohjelmatarjonnan erottautumisessa, on kyllä oikeastikin Ylen vaativin paikka. Mutta on silti selvää, että ilman Yleä ainakin lapset ja varhaisnuoret joutuisivat tyystin

⁸¹ Lausunto Yleisradio-uudistuksesta. Viestinnän keskusliitto. Päivätty 12.4.2012. Saatavilla: http://www.vkl.fi/files/1986/120412_VKL_Yle_uudistus.pdf

osattomiksi. Siksi onkin selvää, että Yleisradion julkisen palvelun tehtävään kuuluvat kaikki yleisöt laajalti ymmärrettyinä. Tätä toteuttaessaan Yle epäilemättä astuu joskus yksityisen sektorin varpaille, mutta suurvoittoja tahkoavat ja tekijöidensä oloja kurjistavat mediatalat näyttävät silti pärjäävän kerrassaan mainiosti. (Kaleva 24.3.2012 Media taistelee nuorten sieluista, toimituksellinen)

-- [Kilpailijat] ovat olleet hanakoita määrittelemään erityisesti paljon katsotut ja kuunnellut Ylen ohjelmat julkiseen palveluun kuulumattomiksi. Sen sijaan pienille yleisöille suunnatut ohjelmat olisivat juuri sitä, mitä Ylen pitäisi kilpailijoiden mielestä tuottaa. Eli kärjistäen: Ei Uutisvuodon kaltaisia ohjelmia, vaan lisää ohjelmia esimerkiksi maahanmuuttajavähemmistöille. (Kaleva 18.4.2012, Ylen mukavaa elämää vai laadukkaita tv-ohjelmia, toimituksellinen)

Viihteellisten ja nuorisolle suunnattujen sisältöjen lisäksi myös Ylen aluetoiminta on ollut kaupallisen median hampaissa useaan otteeseen. Omassa aineistossani aluetoiminta liitettiin laatukeskusteluun, sillä sen nähtiin toteuttavan huonosti tehtävänsä alueellisen journalismin tuottajana. Ylen aluetoiminnan katsottiin olevan jo lähtökohtaisesti epäonnistunutta, sillä alueille oli varattu liian vähän ohjelma-aikaa, jotta ne olisivat voineet kertoa kattavasti oman alueensa tärkeimmistä uutisaiheista.

-- Yleisradio, merkittävin tiedonvälittäjä eetterissä, täyttää julkisen palvelun velvoitteensa hyvin valtakunnallisesti, mutta samaa ei voi sanoa alueista. Maakuntaradion 20 toimipisteessä, joista Oulu on yksi, työskentelee yhteensä 400 toimihenkilöä. Helsingistä määrätty ohjelma-ajat, joiden sisällä Oulun alueradio voi toimia, rajaavat toimittajien mahdollisuuksia. Pirstottu ohjelmakartta suo paikallisasioille puheaikaa – uutiset ja haastattelut – viikoittain vain runsaat kuusi tuntia. Loppu ajasta käytetään juonnetun musiikin soitteluun. Vertailun vuoksi, jos Oulun alueradion viikoittainen asiapuheen määrä kirjoitettaisiin tiuhalla tekstillä Kalevan sivuille, se peittäisi runsaat 10 sivua eli viidesosan lehden vastaavan aineiston pinnasta. (Kaleva 13.2.2012 Kuntaudistuksen tahti haaste myös medialle, toimituksellinen)

Rivien välistä oli lisäksi luettavissa, että alueilta puuttui myös osaamista, josta esimerkkinä pidettiin muun muassa jo aiemmin mainitsemiani kyseenalaisia verkkosisältöjä, joista suurin osa oli peräisin Ylen aluetoimituksista. Yksi selittävä tekijä etenkin maakuntalehtien nuivaan asenteeseen Ylen aluetoimintaa kohtaan lienee kuitenkin se, ettei maakuntalehdille usein löydy samanveroista haastajaa alueen muista printtimedioista. Tällöin seuraava varteenotettava kilpailija löytyy sähköiseltä puolelta. Ylen aluetoiminnan supistaminen parantaisi lehtien kilpailuasemaa, kun alueelta ei enää löytyisi sille vaihtoehtoista saman kokoluokan toimijaa.

Perinteisesti paljon kritiikkiä herättäneisiin Ylen sisältöihin kuuluivat myös uusinnat. Kaupallisten tv-kanavien lähettämistä uusintoista ei lehtiaineistossa mainittu mitään, mutta Ylen osalta nekin kytkettiin hieman yllättäen Yle-veroon, jonka voimaantulon olisi monen mielestä pitänyt lopettaa uusinnat kokonaan:

-- Pitäisi joskus nähdä vaiva ja laskea, montako tuntia ja prosenttia Ylen sisällöstä on uusintoja. Lisäksi samaa uutistavaraa lähetetään versioituina tunnista toiseen. Varsinkin nyt kun Ylen tv-kanavat näkee suorana Yle Areenassa, tarve uusintoihin jos ei poistu ainakin vähenee. Veronmaksajan ei pitäisi joutua maksamaan uusintoista. Uusintojen pitäisi päinvastoin olla peruste alentaa veroa. Miten olisi 15–20 prosentin alennus? Muuten verolle ei

tule vastinetta. (Kaleva 23.4.2013 Ylen uusinoista pitäisi saada veron alennus, toimituksellinen)

Myös uusintoja koskeva kritiikki liittyy osittain sisältöjen laadun arviointiin: Ylen epäiltiin näyttävän kanavillaan uusintoja, kun parempaakaan ohjelmaa ei ollut tarjolla. Kaiken kritiikin lisäksi Ylen tuottama sisältö sai kuitenkin lehtiaineistossa kiitostakin, tosin harvakseltaan. On kuitenkin huomattava, että kiitosten koskiessa useimmiten Ylen kulttuuritarjontaa ja erityisryhmien palveluja vahvistettiin samalla vaikutelmaa siitä, että juuri ne – ja ehkä mieluummin vain ne – olivat sellaista sisältöä, mitä julkisen palvelun yleisradioyhtiön tulikin tuottaa.

-- Yle-veron tultua monessa kaupallisessa mediassa valitettiin, kuinka Yle kilpailee ohjelmillaan mainosrahoitteisten kanavien kanssa. Joillain osa-alueilla näin voi ollakin, mutta Äänien ilta osoitti taas, että Yleisradio tekee paljon sellaista, mihin kaupallinen media ei koskisi pitkällä tikullakaan. (Kaleva 15.10.2013 Lantaraappa on siunattua melua, toimituksellinen)

-- Kiitosteni kohde on arkipäivisin lähetettävä viiden minuutin venäjänkielinen uutislähetys, Novosti Yle plus Yleisradion verkkosivujen po-russki –osio. Olen jäänyt niiden koukkuun. Tällainen on julkista palvelua parhaimmillaan. (Kaleva 15.4.2014 Bolšoje spasibo Yle venäjän-kielisistä uutisista! toimituksellinen)

Lehtiaineistossa käydyssä keskustelussa mietittiin myös uusia avauksia Ylen ydintehtävien vaatimien sisältöjen rinnalle. Ajatus Ylen palaamisesta STT:n asiakkaaksi on noussut vuosien varrella kaupallisen median toiveissa toistuvasti esiin, mutta Helsingin Sanomien ex-päätoimittaja Mikael Pentikäinen vei idean vielä hieman pidemmälle esittäessään, että Yle voisi ostaa uutisia myös aluelehdiltä.⁸² Sen lisäksi ehdotettiin Ylen uutisten vapauttamista samaan tapaan kuin joidenkin muiden verovaroin tuotettujen sisältöjen, kuten karttapalvelujen kanssa oli jo tehty. Näin Ylen uutissisältöjen yllätysarvo laskisi, eivätkä ne enää kilpailisi kaupallisen median kanssa, vaan jälkimmäinen voisi keskittyä syvemmälle menevän journalismin tuottamiseen Ylen hoitaessa "perusuutiskauran".⁸³ Esiin nousi myös täysin päinvastainen Ylen ja kaupallisen median välinen tehtävänjako: jos Yle karsisi uutislähetystensä määrää ja keskittyisi ainoastaan syventävien ja taustoittavien uutisjuttujen ja -lähetysten tekoon, kansalaiset saisivat paremmat välineet käsitellä yhä hurjemmaksi muuttuvaa informaatiotulvaa.⁸⁴ Yhteistä kaikille tässä esitetyille uudistuksille on kuitenkin se, että toteutuessaan ne vähentäisivät selvästi Ylen tuottamien sisältöjen määrää nykyisestä.

8.2. "Ei kaikille kaikkea, vaan jokaiselle jotakin"

Ylen vastineista selvästi suurin osa otti kantaa Ylen tuottamiin sisältöihin. Teemaa käsitteleviä vastineita julkaistiin tutkimusaikana peräti 32 kappaletta, mikä on moninkertainen määrä verrattuna

⁸² HS 21.7.2013 Ex-päätoimittaja Pentikäinen: Yle ja lehdet yhteistyöhön, toimituksellinen

⁸³ HS 18.4.2013 Päästäkää Yle vapaaksi, toimituksellinen

⁸⁴ Kaleva 8.8.2013 Yle tarjoaa televisiossa jo liikaakin uutisia, toimituksellinen

Ylen rahoitus – ja tehtäväteemojen alle sijoittuneisiin vastineisiin. Sisältövastineita julkaistiin tutkimusajankohtana suunnilleen kymmenkunta per kokonainen vuosi.⁸⁵ Jos lehtiaineistossa Ylen sisältöjä tarkasteltiin vasten sekä Ylen tehtävää että sen rahoitusta, Ylen vastineissa sisältöjä perusteltiin useimmiten juuri Ylen tehtävällä. Myöhemmin myös Ylen verovaroista kertyvä rahoitus nousi Ylen vastineissa seikaksi, jonka myönnettiin muovaavan Ylen ohjelmapolitiikkaa. Kun Yle-
veron voimaantumisen myötä lähes jokainen maksoi Ylen sisällöistä, tuli niistä myös löytyä jokaiselle jotakin kiinnostavaa.

Ylen vastineissa keskityttiin usein käsittelemään lehdissä esille nousseita ohjelmatason asioita, vaikka kirjoitusten pääpaino olisi ollut vaikkapa Ylen rahoituksen kriittisessä tarkastelussa. Esimerkiksi tästä käynee Aamulehden päätoimittajan, Jorma Pokkisen heinäkuussa 2012 julkaistu pääkirjoitus, jonka Pokkinen aloitti kritisoidulla sitä, ettei Yle televisioinut kesän Sata-Häme Soi – tapahtumaa. Ennen kirjoituksensa puoltavaliä Pokkinen siirtyi kuitenkin ruotimaan Yle-veroa, jota hän luonnehti seuraavasti:

-- Kohtuuttomuutta kohtuullistetaan niin, että alle 7 353 euron vuosituloilla saa katsella ja kuunnella ilmaiseksi. Perusasia pysyy. Kansa sai uuden veron. Etelän maiden moittimisen keskellä unohtuu, että ihan täällä omin voimin pystymme luomaan helpon rahan himmeleitä.
-- Betonoitu perustulo mille tahansa yritykselle on kuin loton jättipotti. Voi hiukka hengähtää eikä ihan kaikesta tarvitse välittää. -- Katsojat ovat kyllästyneet Yleen tai tv-maksuun. Pakkovero oli liki ainoa keino pysäyttää kansan tahto. (AL 1.7.2012 Yle hylkäsi Pirkanmaan, toimituksellinen)

Yle ei kuitenkaan osoittanut vastinetta Pokkiselle, vaan pari päivää myöhemmin julkaistuun yleisönosastokirjoitukseen, jossa ihmeteltiin samaan tapaan Ylen päätöstä jättäytyä pois paikallisesta musiikkitapahtumasta.⁸⁶ Ylen vastineessa ratkaisua perusteltiin tarjonnan uudistamisella ja muuten monipuolisella musiikkiohjelmistolla. Yle-veroon vastineessa ei sen sijaan otettu kantaa.

-- Suomi on täynnä kiinnostavia kesätapahtumia ja myös Ylen musiikkitarjonta kesäaikaan on runsasta ja monipuolista sekä tv- että radiokanavilla. On kuitenkin sula mahdottomuus tehdä tv- ja radiotuotantoja kaikista Suomen musiikkitapahtumista. Ylen tavoite – ja myös velvollisuus – on palvella tarjonnallaan kaikkia suomalaisia. Siksi Yle haluaa tehdä musiikkiohjelmistostaan monipuolisen ja aika ajoin myös uudistaa tarjontaa. Yksikään suomalaisen kesän musiikkitapahtumista tai yleisöistä ei voi vuosi toisensa jälkeen olettaa Yleä tapahtuman välittäjäksi. (Yle 5.7.2012 Ylen musiikkiohjelmiston kesä on runsas ja monipuolinen)

Tällaista toimintatapaa voidaan tarkastella ainakin kahdesta näkökulmasta: yhtäältä se voi antaa kuvan siitä, ettei Yle halua ottaa keskustelussa kantaa tiettyihin asioihin vaan vaikenee niistä mieluummin kokonaan. Samalla syntyy tietynlainen ohipuhumisen vaikutelma, kun keskustelussa käytetyt puheenvuorot eivät kohtaa eikä niistä synny kunnollista dialogia. Toisaalta valintaa vastata

⁸⁵ Ks. kuvio 3 sivulla 62.

⁸⁶ AL 4.7.2012 Miksi Yle hylkäsi Sata-Häme Soin?

pelkästään yleisöltä tulleeseen palautteeseen voidaan myös pitää yhtenä vaikuttamisen keinona ja yrityksenä ohjata keskustelua haluttuun suuntaan.

Vastineet antoivatkin myös Ylelle mahdollisuuden päästä mukaan julkiseen keskusteluun määrittämään sitä, millaisia sisältöjä se sai tuottaa. Kaupallisen median ja Ylen välisen määrittelykamppailun taustalla vaikutti usein Ylen strategia, jonka tiimoilta kiisteltiin siitä, mitä se käytännössä tarkoitti Ylen tuottamien sisältöjen osalta. Esimerkiksi Tuula-Liina Variksen Kansan Uutisissa julkaistussa kirjoituksessa väitettiin, että Ylen tuottamat sisällöt suunniteltiin yhtiön strategian ohjaamana sellaisiksi, että ne tavoittaisivat maksimiyleisöjä mieluiten nuorten keskuudesta ja vieläpä mahdollisimman kevein panostuksin:

-- Yle tavoittelee maksimikatsojamääriä ja samalla rajoittaa tavoitettavat tiettyyn ikään. Ei ole suotavaa, että katsojat ovat yli 65-vuotiaita, eikä lapsistakaan ole niin väliä. -- Laadulla ei ole niin väliä. Hinnalla on, halvalla pitää tehdä, ja se kyllä näkyy ruudussa. Jos kaupallinen kanava alittaa riman, Yle panee riman vielä alemmaksi.. --Moni työntekijä on lausunut järkeviä mm. siitä, että Ylen ohjelmiston laadun esteenä ovat osittain juuri sen tavoitteet: kun Yle yrittää saada lähes kaikki käyttämään palvelujaan, tehdään paljon, mutta ei keskitytä tarpeeksi. (KU 16.6.2014 Minne vie Ylen tie? toimituksellinen)

Ylellä yhtiön saamaan kritiikkiin suurten yleisöjen tavoittelusta oli selvästi jo kyllästytty. Julkaisujohtaja Ismo Silvo kiisti Variksen väitteet jyrkästi painottaen sitä, että ohjelmia tehtiin edelleen siitä lähtökohdasta, että ne palvelisivat parhaiten kohdeyleisöään sekä sisällöltään että muodoltaan:

-- Ylen tavoitteena ei ole eikä ole koskaan ollut maksimoida jokaisen ohjelman yleisöä. ”Yleisön maksimoiminen” ohjelman motiivina on jo vuosia käytetty klassinen höpönpö-pö-hokema, jolla mutu-tuntuma saadaan kuulostamaan uskottavalta. Sekä radiossa että televisiossa on tunneissa laskettuna tuhansittain erityisyleisöjen ohjelmaa. Ajattelemme myös aina sitä, kenelle ohjelma tehdään ja miksi ja miten se sisällöllisesti ja ilmaisullisesti pitää silloin rakentaa. Tämä ei ole sama asia kuin yleisön maksimoiminen. Eikä se varsinkaan tarkoita sitä, että jokaiselle ohjelmalle yritettäisiin saada maksimaalinen nuorisoyleisö, kuten Varis epäilee! (Yle 7.7.2014 Ylen tie vie tulevaisuuteen)

Ylen sisältöjä käytettiin keskustelussa toistuvasti käytännön esimerkkinä yhtiön nykyisestä toimintatavasta niin hyvässä kuin pahassakin. Puhujasta riippuen ne toimivat joko todistusaineistona siitä, miten huonoa ohjelmaa Yle tuotti tai miten kattavasti se toteutti tehtävänsä monipuolisten sisältöjen kautta. Ylen vastineissa esiintyi tietysti jälkimmäinen näkökulma.

-- Yle on Suomen suurin ja monipuolisin draaman tuottaja. Teemme ja yhteistuotamme tv-sarjoja, tv-elokuvia, radiodraamaa ja teatteritaltiointeja. Suomalainen yleisö on aina arvostanut kotimaista draamaa ja sen monimuotoisuutta. Tarjontaa on erilaisille yleisöille, myös lapsille. Esimerkkejä viimeaikaisista tuotannoista ovat suuren suosion nuorten parissa saaneet monimedialainen sarja #lovemilla ja Kimmo tai miljoonayleisöjä keränneet Pirunpelto ja Taivaan tulet. Syksyn kotimaisen draaman kattaus Ylen kanavilla on kiinnostava ja runsas. (Yle 23.8.2013 Yle panostaa aiempaa enemmän kotimaiseen draamaan)

Myös yhtiön rahoitusratkaisun vaikutus sen tuottamiin sisältöihin näyttäytyi Ylen vastineissa täysin päinvastaisena lehtikirjoituksiin verrattuna. Sen sijaan, ettei laadulla olisi yhtiölle enää tasaisen tulonlähteen vuoksi merkitystä, juuri rahoituspäätöksen kerrottiin avanneen Ylelle uusia mahdollisuuksia eritoten sisältöjen laatuun panostamiseen.

-- Kun Ylen rahoitusratkaisu varmistui, pystyimme lupaamaan lisää panoksia draamaan ja yhteistuotantoihin. Yle tekee suuren osa draamatarjonnasta yhteistyössä suomalaisten tuotantoyhtiöiden kanssa, joten draaman resursseista suurin osa ohjautuu suoraan kotimaiselle luovalle alalle. Olemme myös päättäneet panostaa käsikirjoittamisen kehittämiseen, mikä varmasti näkyy lähivuosina. (Yle 23.8.2013 Yle panostaa aiempaa enemmän kotimaiseen draamaan)

Panostamista nuorille suunnattuihin sisältöihin Ylen vastineissa perusteltiin puolestaan sillä, että huolimatta kaupallisen median vastustuksesta, julkinen palvelu kuului kaikille – myös nuorille. Jos Yle ei satsaisi nuoriin tekemällä sisältöjä myös heille, olisi vaarana, ettei yhtiö tulisi tavoittamaan heitä julkisen palvelun asiakkaiksi myöhemminkään. Sen, jos minkä, todettiin julkaisujohtaja Ismo Silvon vastineessa kyseenalaistavan koko Ylen olemassaolon:

-- Julkisen palvelun Yle kyllä haluaa palvella kaikkia edes jollain merkittävällä ja relevantilla tavalla. Jokaiseen halutaan suhde, myös nuoriin ja varhaiskeski-ikäisiin. Nyt Yle tavoittaa yli 50-vuotiaista viikossa käytännössä kaikki. Alle 40-vuotiaita selvästi vähemmän. Yle haluaa määrätietoisesti palvella myös alle nelikymppisiä. -- jos emme nyt kääntyisi myös nuorten palveluun, tavalla joka heille on relevanttia, tekisimme julkisen palvelun historiallisen petoksen: päättäisimme olla viemättä julkisen palvelun perinnettä ja arvomaailmaa tulevaisuuteen. Tähän Yle ei suostu. (Yle 7.7.2014 Ylen tie vie tulevaisuuteen)

Silvon vastine osuu asian ytimeen. On mielenkiintoista, että vaikka Ylestä käytävissä keskusteluissa lapsille suunnattuja julkisen palvelun sisältöjä pidetään itsestäänselvyytenä ja ehdottoman tärkeänä, Ylen ydintehtäviin kuuluvana asiana, sama ei päde nuorille tarkoitettuihin sisältöihin. Toki nuoret ovat myös median kannalta yksi kiinnostavimmista kuluttajaryhmistä, jonka suosioista käydään kovaa kilpailua. Siksi heidät rajattaisiinkin mielellään yhden alan toimijan tavoittamattomiin. Kaupallisen median suhtautumisessa nuoriin onkin nähtävissä hyvin samankaltainen lähestymistapa kuin sen yrityksessä rajata Yle verkon ulkopuolelle.

Myös viihteen huomautettiin Ylen vastineissa kuuluvan kulttuuriin, joka oli puolestaan Ylen tehtävien ytimessä. Ja vaikka yhtiön viihteellisiin sisältöihin kuului myös ulkomailta hankittuja ohjelmaformaatteja, joita lehdissä arvosteltiin kovin sanoin, kotimaisten ohjelmasisältöjen vakuutettiin olevan yhä yhtiön ohjelmapolitiikan keskiössä. Sisältövalintojen tähtäimessä oli toki myös tavoittaa yhä useampi suomalainen ja tämä tunnustettiinkin Ylen vastineissa avoimesti.

-- Toki Yle ostaa ohjelmaa myös maailmalta. Valmiiden ohjelmien lisäksi hankitaan ohjelmaformaatteja, mikä tarkoittaa sitä, että ostetaan ohjelman resepti, tietotaito ja tietyt mietityt ratkaisut. Ohjelmat kuitenkin toteutetaan Suomessa eli ne ovat 100-prosenttisesti kotimaista työtä. Formaattiohjelmaa ovat esimerkiksi suosittu Uutisvuoto tai kiitetty ja palkittu kehitysvammaisten elämästä kertova tosi-tv-sarja Toisenlaiset frendit. -- Rentoutuminen ja viihtyminen ovat kärkisijoilla kun ihmiset määrittelevät motiivejaan katsoa tv:tä. Viihde on

keskeinen osa kulttuuria, ja Yle haluaa tarjota suomalaisille parasta ja laadukasta ohjelmaa myös tällä saralla. (Yle 12.10.2012 Kotimainen sisältö on Ylen ydintehtäviä)

Myös aluetoimintaa puolustettiin Ylen vastineissa hanakasti. Kaupallisen median toiveista huolimatta sitä ei oltu ajamassa alas, vaan sillä oli edelleen tärkeä rooli Ylen koko uutis- ja ajankohtaistarjonnassa, toisin kuin lehdissä annettiin ymmärtää. Vastineissa korostettiin aluetoiminnan tehtävää yhteisöllisyyden luojana sekä sen merkitystä osana Ylen koko maan kattavaa sisällöntuotantoa.

-- Tähän asti maakuntapoliitikot ovat keskittyneet suojelemaan maakuntaradioita. Alueensa ääntä puolustava poliitikko saattaa saada ääniä vaaleissa, mutta veronmaksajan vastine on monesti huono. Alueuutiset ovat usein laimeasti toimitettuja viranomaistiedotteita. Ilmaisjakelulehden toimitussihteeri täyttää samalla tavaralla puolikkaan lehden, ja vieläpä ihan yksin. (Kaleva 18.11.2014 Valtiontelevisio saippuaoppera uuteen ohjaukseen, toimituksellinen)

-- Tiedämme, että alueiden tuottamilla uutisilla sekä muilla ohjelmasisällöillä on merkitystä ihmisille juuri niiden läheisyyden vuoksi. Alueelliset uutiset peilaavat ja luovat myös alueellista identiteettiä. Kehitämme Ylen alueellista journalismia niin sisällöllisesti kuin teknisesti. (Yle 21.11.2014 Ylen aluetoimitukset tekevät vahvaa journalismia)

Vastineissa otettiin kantaa myös paljon parjattuihin uusintoihin. Niiden todettiin herättäneen aina runsaasti mielipiteitä – puolesta ja vastaan. Uusintojen lähettämistä perusteltiin sillä, että koska ensilähetysten määrä tv:ssä oli kasvanut, niiden avulla varmistettiin, että katsojat ehtivät näkemään haluamansa Ylen sisällöt. Kyse oli siis tarjonnan kasvusta, ei tarpeesta täyttää lähetyisaikaa uusinoilla parempien sisältöjen puutteessa. Sen sijaan lehtiaineistossa kritiikkiä saanutta Ylen tuottamien sisältöjen journalistista laatua ei vastineissa juurikaan käsitelty. Esimerkiksi paljon puhuttaneisiin yhtiön verkkosisältöihin ei otettu aineistossa Ylen puolelta lainkaan kantaa laadullisesta näkökulmasta. Pidän tätä erikoisena, sillä myös Ylen sisältöjä koskeva laatu keskustelu on tärkeä osa julkisen palvelun arviointia. Näkisinkin suotavana, että Yle ottaisi siihen oma-aloitteisesti aktiivisemmin osaa.

8.3. Kadonneet kansalaiset ja keskustelun uudet käänneet

Ylen vastineissa sen tuottamia sisältöjä koskevaan julkiseen keskusteluun osallistuttiin siis useimmiten muistuttamalla sen sisältöjen kuuluvan yhtiön lakisääteisiin tehtäviin. Sen lisäksi vastineissa keskityttiin oikomaan lehtikirjoituksissa esitettyjä, Ylen sisältöjä koskevia väärinä väittämiä. Vaikka Ylen tuottamasta sisällöstä keskustellaan paljon ohjelmatasolla sekä kansalaisten että muun median toimesta, Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen mukaan Yle ei yleensä osallistu tähän keskusteluun, koska se kuuluu julkisen palvelun julkiseen arviointiin. Linjaus on vastineaineistoon verrattuna erikoinen, sillä tässä tutkimuksessa tarkastelluista Ylen vastineista suurin osa otti kantaa juuri Ylen tuottamiin sisältöihin. Tosin samalla niissä kommentoitiin myös joko Ylen tehtävää tai sen rahoitusta eikä niissä siis käsitelty pelkästään Ylen tuottamia sisältöjä.

Silti se, että keskustelulle Ylen sisällöistä "halutaan antaa tilaa" ilman, että Yle itse osallistuu siihen, ei mielestäni sulje pois sen mahdollisuutta, että yhtiö voisi ottaa rohkeammin julkisesti kantaa myös sen kritiikkiä saaneisiin sisältöihin. Tämä muuttaisi Ylestä käytyä keskustelua avoimempaan suuntaan ja osoittaisi yhtiön kantavan vastuunsa myös sisältöjensä suhteen.

Hyvärisen mukaan juuri laadukkaiden sisältöjen tuottaminen kuuluu Ylen ydintehtäviin ja niiden kautta saavutetaan myös kansalaisten luottamus. Vaikka Ylen sisällöt ovat aina herättäneet runsaasti keskustelua myös kansalaisten keskuudessa, yhtiöstä yleisemmin käytyyn keskusteluun kansalaiset eivät Hyvärisen mukaan ole rahoitusratkaisun jälkeen enää juurikaan osallistuneet. Näiltä osin Hyvärinen näkikin tutkimusaikana Ylestä käydyn keskustelun poikkeavan selvästi esimerkiksi mediamaksun ympärillä vuosina 2009–2010 käydystä dialogista, jota hän nimitti kansalaiskeskusteluksi. Siihen myös tavalliset kansalaiset ottivat aktiivisesti osaa, sillä mediamaksua ei koettu oikeudenmukaiseksi eikä sille lopulta löytynyt myöskään poliittista yhteisymmärrystä. Yle-veron voimaantulon jälkeen tilanne kuitenkin muuttui Hyvärisen mukaan päinvastaiseksi: uutta rahoitusmuotoa pidettiin kansan keskuudessa toimivana ratkaisuna ja Ylen tekemien mielipidemittausten mukaan suomalaisten luottamus Yleen on hyvä.

Hyvärisen mukaan kansalaisten lisäksi myöskään päättäjät tai tutkijat eivät käyttäneet tutkimusaikana Ylestä käydyssä julkisessa keskustelussa sellaisia puheenvuoroja, joissa olisi kyseenalaistettu puolueiden yhteisymmärrys Yle-ratkaisusta tai Ylen julkisen palvelun tehtävä. Tilanteen voidaan tosin perustellusti sanoa muuttuneen Hyvärisen haastattelun jälkeen, sillä kevääseen 2016 mennessä kysymys Ylen rahoituksen ja jopa sen tehtävän uudelleentarkastelusta nykyisessä taloustilanteessa on noussut julkisuudessa esiin myös eri päättäjien toimesta. Lisäksi Ylen roolia suomalaisessa mediakentässä on selvitetty vuoden sisällä kahden eri työryhmän toimesta yhtäaikaaisesti. Ensisijaisesti Hyvärisen mukaan Ylestä kävi keväällä 2015 keskustelua kaupallinen media, jonka edustajat, kuten lehtien päätoimittajat ja Viestinnän keskusliitto käyttivät omaa journalismiaan keskustelun alustana. Hyvärinen piti tällaista keskustelua haastavana, sillä suomalainen mediakenttä on verraten pieni, mikä johtaa helposti asetelmien polarisoitumiseen ja sen vuoksi olisi arvokasta, että Yleä koskevaa keskustelua voitaisiin käydä rakentavasti.

Hyvärisen mukaan Ylen tehtäväksi siitä käydyssä keskustelussa jäi kertoa rahoittajilleen eli kansalaisille, mitä Yle tekee ja miksi. Viestinnän näkökulmasta tärkeää on myös yhtiön tuottamien sisältöjen markkinointi, mikä tuntui toisinaan korostuvan ehkä liiaksikin yhtiön vastineissa. Hyvärisen mukaan myös Ylellä on mahdollisuus tuoda siitä käytävään julkiseen keskusteluun uusia teemoja esimerkiksi yhtiön ohjelmien ja Ylen verkkosivuilta löytyvän Avoin Yle –blogin kautta. Lehtien sivuilla Ylestä käydyllä keskustelulla on mielestäni kuitenkin aivan omanlaisensa merkitys, sillä siellä keskustelua seuraa iso joukko kansalaisia, jotka eivät välttämättä hakeudu Ylen omilla alustoilla tapahtuvan keskustelun piiriin. Niinpä Ylen äänen soisi kuuluvan vahvemmin myös lehdistössä käydyssä julkisessa keskustelussa.

9. Johtopäätökset

Kuten olen todennut, Ylestä käyty julkinen keskustelu on yksi yritys määritellä, mitä julkinen palvelu on ja millainen rooli sillä on suomalaisessa mediamaisemassa ja koko yhteiskunnassa. Julkista palvelua koskeva keskustelu on ollut meillä viime vuosina vilkasta. Pelkästään tämän tutkimuksen aikana Ylen rahoitukseen ja tehtävään kantaa ottavia lehtikirjoituksia julkaistiin kahdessa maassamme ilmestyvässä sanomalehdessä yhteensä miltei 200 kappaletta. Keskustelua julkisen palvelun roolista yhteiskunnassa on toki käyty sen syntyvaiheista saakka, mutta nykyiset keskustelussa käytetyt argumentit ovat nousseet Euroopan tasolla esiin vasta viime vuosikymmeninä, kun julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden toimintaa on alettu tarkastella markkinalähtöisen kritiikin kautta. Lähetystoiminnan vapautumisen ja kaupallistumisen myötä julkista palvelua koskevassa keskustelussa on arvosteltu sitä, etteivät kansakunnan eliittiin kuuluvien päättäjien ja journalistien hallinnoimat yleisradioyhtiöt ole olleet kiinnostuneita yleisestä kysynnästä. Julkisen palvelun mediayhtiöitä on pidetty erityisasemansa vuoksi myös alttiina päättäjien painostukselle, niiden toiminnan on katsottu maksavan liikaa ja häiritsevän alan kilpailua. (Hellman 1999, 63)

Meillä julkista palvelua koskevassa keskustelussa on Hellmanin (2010) mukaan viimeisten 20 vuoden aikana niinkään pohdittu Ylen vaikutuksia mediamarkkinoihin, kyseenalaistettu sen tuottamien ohjelmien sopivuus julkisen palvelun yhtiölle ja vaadittu sen tehtävän täsmentämistä sekä Ylen rajaamista ainakin osittain niin viihteen kuin internetinkin ulkopuolelle (Hellman 2010b, 10-12). Kyse on siis pelkistetysti ollut julkisen palvelun rahoituksesta, tehtävästä ja sen tuottamista sisällöistä – aivan kuten omassa tutkimuksessanikin.

9.1 Yle-keskustelu julkisena keskusteluna: teemat ja asetelmat

Tällä tutkimuksella halusin selvittää, millaista julkista keskustelua lehdistössä on Ylen rahoituksesta ja sen tehtävistä viime aikoina käyty, millainen rooli Ylellä on tässä keskustelussa ollut ja mihin asioihin se on ottanut siinä kantaa. Julkisesta palvelusta käytiin tutkimusaikana aineistossani runsaasti keskustelua, mikä sinänsä oli odotettavissakin Ylen rahoitusratkaisun syntymisen myötä. Rahoitus-teeman alle sijoittuva keskustelu osoittautui kuitenkin yllättävänkin kohtuulliseksi Yle-veron indeksikorotuksineen astuessa voimaan taloustaantumassa. Ylen rahoituksen turvaaminen koettiin keskustelussa epäoikeudenmukaiseksi, kun samaan aikaan muualta yhteiskunnasta etsittiin jatkuvasti uusia säästökohteita. Rahoituksen uudistuminen antoi myös kaupalliselle medialle mahdollisuuden haastaa julkisen palvelun yleisradio toiminnan legitimitietin uudella tavalla sen siirtyessä lupamaksuista "pakkoveroon". Yle ei juuri itse ottanut keskustelussa suoraan kantaa rahoitukseensa, vaan se tarkasteli mieluummin mediataloutta kokonaisuutena. Sen kautta se pystyi korostamaan rooliaan merkittävänä alan työllistäjänä ja painottamaan rahankäyttönsä vastuullisuutta Yle-verolla kerättyjen rahojen palautuessa takaisin yhteiskuntaan. Samalla huomiota

kiinnitettiin myös koko alaa koettelemaan median murrokseen sekä Yle-kritiikin taustalla vaikuttavaan, kaupallisen median omaan agendaan. Julkisen keskustelun Ylen rahoitusta koskeva keskustelu jäi vuoropuhelun tasolla vaimoksi Ylen vetäytyessä siitä enimmäkseen syrjään. Ylen viestintäjohtajan Reija Hyvärisen mukaan tämä oli kuitenkin yhtiöltä tietoinen valinta, sillä koska sen rahoituksesta ja tehtävästä päätetään muualla, se ei juuri voinut ottaa kumpaankaan asiaan itse kantaa. Julkisen palvelun järjestämistä koskevaa päätöksentekoa voidaankin pitää institutionaalisenä toimintana, joka tapahtuu meillä demokraattisen korporatismien hengessä valtion ohjauksessa ja poliittisten päättäjien toimesta. Siten julkinen keskustelu ei kuulu sellaisen julkisen piiriin, jossa näistä asioista voitaisiin tehdä varsinaisia päätöksiä.

Ylen tehtävä –teeman osalta aineistoni muodostama julkinen keskustelu muuttui reviiritisteluksi, jossa tehtyihin rajanvetoihin on vaikea löytää pitäviä perusteluita. Viihteen ja nuorille suunnattujen ohjelmien lisäksi Ylen toimintaa haluttiin rajoittaa verkossa selvästi nykyisestä. Yhtiön katsottiin tähtäävän markkinajohtajan asemaan mahtipontisen strategiansa avulla ja siksi sen tehtävä tuli määritellä uudestaan. Käytännössä tämä merkitsisi sen toiminnan supistamista. Ylen vastineissa sen tarjoaman julkisen palvelun korostettiin olevan yhteiskunnan yhteisen tahdon tulos eikä sen oma keksintö. Kaupallisen median väitteisiin vastattiin Ylen taholta tiukemmin kuin rahoituskeskustelussa ja keskusteluun yritettiin tuoda myös laajempaa julkisen palvelun näkökulmaa. Juuri tämä olikin Hyvärisen mukaan Ylen tavoitteena. Silti koen, että keskustelussa muodostunut kuva julkisesta palvelusta jäi vielä liian pinnalliseksi, sillä esimerkiksi sen yhteiskunnallista tehtävää ei saatu tuotua esille kovinkaan kattavasti. Ylen tehtävää koskeva keskustelu jäikin lähinnä julkisen palvelun median ja kaupallisen median väliseksi kiistelyksi siitä, tuliko julkisen palvelun tarjota täyttä vai täydentävää palvelua.

Ylen tuottamia sisältöjä koskeva keskustelu toteutti tässä tutkimuksessa kahta tehtävää: se oli sekä julkisen palvelun arviointia että mediakritiikkiä. Koska keskustelun osapuolet koostuivat lähinnä julkisen palvelun median ja kaupallisen median edustajista, näkisin, että ensiksi mainitulla oli tässä keskustelussa suurempi painoarvo. Vaikka Yle osallistui sen sisältöjä koskevaan keskusteluun kaikkein aktiivisimmin, laadullisesti keskustelua on vaikea pitää erityisen ansiokkaana, sillä osapuolet ajautuivat tämänkin teeman yhteydessä vastakkaisiin asemiin käyttäen Ylen sisältöjä todisteina joko hyvin tai huonosti hoidetusta julkisen palvelun tehtävästä. Toki jo pelkkä Ylen vahvempi läsnäolo antoi kuitenkin keskustelusta reagoivamman, dialogisemman kuvan.

Yle yhtiönä tuntuu tiedostavan rajatun roolinsa julkiseen keskusteluun osallistujana varsin hyvin. Ylen viestintäjohtaja Reija Hyvärinen linjasi teemahaastattelussa, ettei Yle ensisijaisesti edes ole osapuolena sen rahoituksesta tai tehtävistä käydyssä keskustelussa. Kun varsinaiset päätökset niistä tehdään muualla, julkisen keskustelun vaikutusta Ylen rahoitusta tai tehtäviä koskevaan päätöksentekoon on vaikeaa todentaa. Siten siihen osallistumisella ei juurikaan ole merkitystä myöskään Ylen kannalta. Sen sijaan keskustelun kolmas teema, Ylen tuottamat sisällöt, on jo

Ylenkin näkökulmasta kiinnostavampi teema: onhan se yhtiön toiminnan ydinaluetta. Sen voidaan myös ajatella olevan yhtiölle turvallisempaa maaperää keskusteluun antautumiselle, sillä sisältökeskustelu ei suoraan liity julkisen palvelun järjestämiseen ja sisältöjä koskevat päätökset tekee Yle itse journalistiselta pohjalta. Siksi tähän keskusteluun voidaan yhtiön puolelta osallistua avoimemmin.

Tässä tutkimuksessa tarkastellussa, Ylestä käydyssä julkisessa keskustelussa teemoja rakensivat pääasiassa sanomalehdet. Lehtien sivuilla esitetyt julkiset mielipiteet Ylestä ja sen tuottamasta julkisesta palvelusta ovat yksi keino vaikuttaa yleiseen mielipiteeseen, vaikka ne eivät sinällään sitä edustakaan. Yle toi keskusteluun jonkin verran myös omia avauksiaan, mutta päällimmäiseksi jäi vaikutelma kaupallisen median dominoimasta keskustelusta. Vaikka Ylen varovainen suhtautuminen keskusteluun osallistumisessa on osittain ymmärrettävää, vaarana on se, että Ylen jäädessä siinä taka-alalle syntyy keskustelusta kuva, että sen osapuolet puhuvat toistuvasti toistensa ohi. Jos Yle osallistuu siitä julkisuudessa käytävään keskusteluun vain osittain, ei keskustelu voi pysyä tasapainoisena. Aineistosta on nähtävissä, että Ylen pyrkimyksenä on usein osoittaa sanomansa keskustelussa suoraan yleisölle, mutta mediajulkisuudessa siitä syntyy vain harvoin toimivaa vuoropuhelua. Yleisön näkökulmasta tarkasteltuna julkisesta keskustelusta tulee pahimmillaan sekavaa, vaikeasti seurattavaa ja sitä, mistä keskustelussa pohjimmiltaan on kysymys, on hankalaa hahmottaa.

Julkiselle keskustelulle asetettujen tavoitteiden tähtäin on kuitenkin paljon korkeammalla. Veikko Pietilän (2010) mukaan julkiselle keskustelulle perinteisesti asetettu vaatimus ei ole ollut sen vähempi kuin toimia "-- elinkelpoisen demokratian kulmakivenä". Sen sijaan "lukkiutuneista asemista käytyä julkista mielipiteenvaihtoa" Pietilä kritisoi näennäiseksi keskusteluksi, joka ei johda "aitoon vuorovaikutukseen". Tällaisessa keskustelussa toistetut väitteet ovat vain "reaktioita" toisiin väitteisiin (Pietilä V. 2010c, 373, 390; kursivointi Pietilän). Näitä piirteitä on nähtävissä myös Ylestä käydyssä julkisessa keskustelussa, jossa mielipiteitä esittää useimmiten kaupallinen media, ja sekin pitkälle yksinpuheluna. Samat teemat ja jopa argumentit toistuvat puheenvuorosta, vuodesta ja osittain jopa vuosikymmenestä toiseen.

On kuitenkin muistettava, että keskustelua julkisen palvelun järjestämisestä käytiin tutkimusaikana runsaasti myös oman aineistoni ulkopuolella. Sen osalta Yle vaikuttikin nostavan profiiliaan erityisesti kevään 2015 aikana, jolloin Ylen verkkosivustolle koottiin tietoa Ylen toiminnasta yhtiönä, sen hallinnosta, tehtävistä ja toimintaympäristöstä. Sivuilta löytyy myös muistio, jossa käydään läpi Ylestä viime aikoina käytyä keskustelua ja Ylen roolia suomalaisessa mediakentässä.⁸⁷ Muistio pitää sisällään pitkälti samoja argumentteja mitä tutkimusaineistoni vastineissa on nostettu esille. Ylen roolia keskustelussa on terävöittänyt myös Ylen uutis- ja ajankohtaistoiminnan johtajan,

⁸⁷ Yle 12.3.2015 Tämä sinun kannattaa tietää Ylen toimintaympäristöstä ja tehtävästä. Saatavilla: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/03/12/tama-sinun-kannattaa-tietaa-ylen-toimintaymparistosta-ja-tehtavasta>

vastaavan päätoimittajan Atte Jääskeläisen profiloituminen keskustelussa eräänlaisena "Yle-yhtiön" virallisena edustajana. Jääskeläinen on ottanut usein kantaa Ylestä käytyyn keskusteluun esimerkiksi Ylen verkkosivuilla julkaistavan Päätoimittajalta-blogin kautta.⁸⁸ Blogia voi pitää eräänlaisena sähköisen median pääkirjoituksena ja lienee selvää, että sillä on osittain haluttu vastata lehtien Yleä koskevaan lisääntyneeseen kirjoitteluun. Toinen samantyyppinen, mutta ehkä enemmän yleisön suuntaan kurottautuva keskusteluareena on ollut niin ikään verkossa toimiva Avoin Yle –blogi, jota päivittävät suurimmaksi osin Ylen johtoryhmään kuuluvat vaihtuvat kirjoittajat.⁸⁹ Myös yleisöä kannustetaan ottamaan blogissa käytyyn keskusteluun osaa.

Tuoreimmat Ylen tekemät keskustelunavaukset ovat tältä keväältä, jonka aikana Ylen roolia suomalaisessa mediamaisemassa on käsitelty kahdessa Ylen omassa keskusteluohjelmassa television puolella. Mukana keskusteluissa on ollut niin poliitikkoja kuin kaupallisen median, eri kulttuuritoimijoiden ja elinkeinoelämän edustajia.⁹⁰ Ylen omilla alustoillaan tekemät keskustelunavaukset ovat mielestäni tervetullut lisä Ylen tapaan osallistua siitä käytävään julkiseen keskusteluun. Myös sillä, millä arenalla keskustelua käydään, on merkitystä: omien verkkosivujensa ja ohjelmiansa kautta Yle on voinut käydä keskustelua niin sanotusti omalla maaperälläään. Muutosten myötä Ylen rooli siitä käytävässä julkisessa keskustelussa on selkeytynyt ja yhtiön viestintä profiloitunut tarkemmin.

9.2. Media muuttuu, mutta muuttuuko siitä käyty keskustelu?

Aiemmissa luvuissa olen sivunnut julkisen keskustelun merkitystä suomalaisessa yhteiskunnassa yhteisenä päätöksenteon välineenä. Deliberaatiota eli laajaan julkiseen keskusteluun perustuvaa päätöksentekoa on meillä pidetty perinteisesti arvokkaana asiana. Kuten olen tuonut esille, Ylestä lehtien sivuilla käyty keskustelu näyttäytyy kuitenkin julkisen keskustelun ideaalia vasten tarkasteltuna rajattuna ja puutteellisena, eikä se prosessina toteudu tällä hetkellä kovinkaan hyvin. Julkisen keskustelun arvon voidaan muutenkin katsoa olevan yhteiskunnassa tällä hetkellä koetuksella, kun yhteisymmärrystä ei ole saavutettu edes perinteisesti sen avulla ratkotuissa talous- ja työmarkkinapoliittisissa kysymyksissä. Vajavaisellakin julkisella keskustelulla on kuitenkin vaikutusta yhteiskunnan toimintaan. Medialla on aktiivinen rooli julkisuuden tuottajana ja siksi jo sillä, mistä mediassa puhutaan ja miten, on sanomalehtien sivuja pidemmälle ulottuva merkitys (Herkman 2009, 46). Tämä pätee myös julkisen palvelun järjestämisestä käytyyn keskusteluun.

Kiinnostavaa onkin se, että jos julkista palvelua koskeva keskustelu on lähtökohtaisesti epäonnistunut, miten asiat ratkaistaan, jos yhteistä etua ei enää löydetäkään sen kautta? Asiaa voi

⁸⁸ Tuorein Päätoimittajalta-blogikirjoitus saatavilla osoitteessa http://yle.fi/uutiset/paatoimittajalta_suomalainen_hyotyysi_jos_uutismedia_tekisi_yhteistyota/8836643

⁸⁹ Avoin Yle –blogi löytyy osoitteesta <http://blogit.yle.fi/avoin-yle>

⁹⁰ 11.2.2016 TV1 A-Studio: Talk. Hyvä, paha Yle ja 14.4.2016 TV1 Nyt puhutaan Ylestä!

lähestyä tarkastelemalla keskustelussa viime vuosina julkiselle palvelulle esitettyjä vaatimuksia ja niiden toteutumista käytännössä. Tässä suhteessa mielenkiintoista on se, että Ylestä käyty keskustelu on tähän mennessä johtanut konkreettisten toimenpiteiden osalta ainoastaan kaupallisen median Ylelle maksamien maksujen pienentämiseen ja lopulta niiden poistamiseen kokonaan. Sen sijaan Ylen rahoitusta tai tehtävää ei ole supistettu indeksikorotusten jäädyttämistä lukuun ottamatta, vaikka keskustelussa on kovaäänisesti ja toistuvasti esitetty toiveita molemmista. (Hellman 2010b, 10-12) Myös yleisradioyhtiöiden tehtävä on määritelty jo EU:n tasollakin tarkasteltuna toistuvasti laajaksi eikä se Yle-lain sanamuotojen tarkentamisesta huolimatta ole meilläkään supistunut, päinvastoin. Siten käytyä keskustelua voinee tuskin pitää kaupallisen median näkökulmasta kovin onnistuneena. Jatkuvan julkisen painostuksen alla toimiminen ja julkisen palvelun kyseenalaistaminen tai indeksikorotusten jäädyttäminen ei tietenkään ole ollut ihanteellinen tilanne Ylellekään, vaikka julkinen keskustelu ei (toistaiseksi) ole huomattavassa määrin Ylestä tehtäviin päätöksiin vaikuttanutkaan.

Tilanne voi kuitenkin olla muuttumassa. Esimerkkinä Ylestä käydyn julkisen keskustelun mahdollisesti alkuun sysäämistä toimenpiteistä voitaneen pitää liikenne- ja viestintäministeriön viime kesänä asettamia työryhmiä⁹¹, jotka perustettiin Sipilän hallituksen toimeksiannosta.⁹² Kotimaisten mediamarkkinoiden tilaa selvittäneen, professori Anssi Vanjoen vetämän työryhmän raportissa⁹³ Ylen tämänhetkisen strategian katsotaan vaikeuttavan huomattavasti kaupallisen median toimintaa. Siksi yhtiön tehtävää on täsmennettävä, sen hallinnointia ja valvontaa on uudistettava sekä rahoituksen tasoa tarkistettava. Tulevaisuuden Yle nähdään raportissa enemmänkin osto-organisaationa ja jakeluyhtiönä kuin nykyisen kaltaisena täyden julkisen palvelun talona. Vanjoen työryhmän esitys herätti tuoreeltaan runsaasti keskustelua, sillä monia siinä esitettyjä toimenpiteitä perustellaan täsmälleen samoin argumentein ja jopa sanamuodoin, mitä kaupallisen median toimijat itse ovat käyttäneet Yleä koskevassa julkisessa keskustelussa. Julkisuudessa esitetyillä mielipiteillä voidaan siis katsoa olleen vaikutusta Ylestä myös päätöksentekotasolla käytävään keskusteluun. Raportti ei kuitenkaan ole johtanut vielä toimenpiteisiin. Nyt katseet ovatkin kääntyneet hieman myöhemmin työnsä aloittaneen, kansanedustaja Arto Satosen (kok.) vetämän parlamentaarisen työryhmän selvitykseen, jonka valmistelu on sekin tätä kirjoitettaessa jo loppusuoralla. Satosen työryhmän tavoitteena on ollut selvittää Ylen julkisen palvelun tehtävää ja rahoitusta. Julkisuudessa liikkuneiden tietojen mukaan työryhmä on ollut eripurainen, mutta sen raportin odotetaan silti

⁹¹ 3.8.2015 Liikenne- ja viestintäministeriö: Mediamarkkinat ja Yleisradion asema selvitykseen. Saatavilla: <http://www.lvm.fi/-/mediamarkkinat-ja-yleisradion-asema-selvitykseen-795761>

⁹² Valtioneuvoston tiedonanto eduskunnalle 29.5.2015 nimitetyn pääministeri Juha Sipilän hallituksen ohjelmasta. Liitteet. Saatavilla: http://valtioneuvosto.fi/documents/10184/1433371/Tiedonanto_Sipil%C3%A4_29052015_LIITE_yhdistetty.pdf/ff5e74fe-5736-45e9-861e-edf8b39d05d3

⁹³ Pätevät pärjäävät. Kotimaisia mediamarkkinoita arvioivan työryhmän raportti. Raportit ja selvitykset 2/2015. Liikenne- ja viestintäministeriö. Saatavilla: <http://www.lvm.fi/-/patevat-parjaavat-kotimaisia-mediemarkkinoita-arvioivan-tyoryhman-raportti-859711>

linjaavan vahvasti Ylen tulevaisuudesta jatkossa käytävää keskustelua. On siis alkamassa keskustelun kuudes vaihe.

On vaikeaa ennustaa kovinkaan tarkkaan, mihin suuntaan Yleä koskeva keskustelu seuraavaksi kääntyy. Mielenkiintoista on myös se, millainen merkitys tulevilla keskusteluilla tulee olemaan Ylestä tehtäviin päätöksiin. Suhteellisen varma veikkaus lienee kuitenkin se, ettei kaupallinen media hevillä luovu niistä argumenteistaan, joita se tähän mennessä on Yle-kritiikkinsä yhteydessä esittänyt. Tämänhetkisen keskustelun taustalla vaikuttaa vahvasti meneillään oleva median murros, joka koettelee koko toimialaa pakottaen perinteisen median haastamaan itsensä aivan uusin tavoin. On siis selvää, että toimintaympäristön muuttuessa myös median on muututtava, mutta muuttuuko sitä koskeva julkinen keskustelu, jonka teemat ja argumentit ovat pysyneet meillä miltei samoina jo kahden vuosikymmenen ajan?

Jakubowicz (2010) uskoo, että julkisen palvelun median tulevaisuuden ratkaisee ideologinen kamppailu, jossa määritellään, kuinka tärkeä rooli sillä yhteiskunnassa on ja millaiset toimintaedellytykset sille annetaan (Jakubowicz 2010, 128). Tämän kamppailun voidaan ainakin osittain katsoa olevan jo käynnissä Ylen osalta. On mielenkiintoista, että hallitus on halunnut selvittää Ylen rahoitusta ja tehtäviä uudestaan, vaikka se tehtiin viimeksi Ylen rahoitusratkaisun yhteydessä vain muutama vuosi sitten. Jo aiemmin mainitsemissani, lehdistön mahdollisista tukitoimenpiteistä tehdyssä selvityksessä esitettiin myös useita tapoja, joilla lehdistön talouskurimusta voitaisiin helpottaa.⁹⁴ Poliitikot eivät kuitenkaan ole halunneet tarttua esimerkiksi lehtien arvonnisäveron alentamiseen, vaan tahtotilaa tuntuu ainakin puheiden tasolla olevan enemmän Ylen toiminnan tarkasteluun. Toki tämä merkitsisi sitä, että valtio voisi sekä jatkaa lehtien muuhun Eurooppaan verraten ankaraa verotusta että säästää samalla esimerkiksi leikkaamalla Ylen rahoituksesta. Kummankin vaihtoehdon vaikutukset suomalaiselle mediamaisemalle voisivat kuitenkin olla pidemmällä aikavälillä kohtalokkaat.

Onko Ylen tehtävien ja rahoituksen uudelleentarkastelu lyhyen ajan sisällä sitten ainakin osittain seurausta kaupallisen median Yle-kriittisestä kampanjasta? Lowen (2010) mukaan omia etujaan ajavien kaupallisten mediayhtiöiden ei kuitenkaan voi antaa määritellä sitä, mitä julkisen palvelun yhtiö voi tehdä kilpaillessaan kaupallisten toimijoiden kanssa. (Lowe 2010, 38) Myös Hellman (2010) on samoilla linjoilla: "Vielä hullumpaa kilpailun näkökulmasta olisi, jos kaupallinen mediateollisuus saisi määrätä, mitä julkisesti omistettu yleisradioyhtiö saa tehdä ja mitä ei. Vallan on oltava yhteiskunnalla." (Hellman 2010, 7)

Ideaalitilanne olisi siis se, että yhteiskunta – eli kansa – pohtisi yhdessä, millainen julkinen palvelu meillä halutaan media-alalla säilyttää. Saavutettu yhteinen tahtotila myös määrittäisi yhteiskunnassa

⁹⁴ Median murros. Selvitysmiehen ehdotus toimenpiteiksi. Liikenne- ja viestintäministeriön Julkaisuja-sarja 7/2014. Saatavilla: <http://www.lvm.fi/julkaisu/-/view/4390164>

tehtäviä ratkaisuja. Julkisen keskustelun yhteiskunnallisen tehtävän palauttamiseksi keskusteluun on kuitenkin saatava moniäänisyyttä, eikä viimeaikaisessa julkista palvelua koskevassa keskustelussa ole ainakaan tämän tutkimuksen valossa juuri kansalaisten puheenvuoroja kuultu. Ylen rahoituksesta ja sen tehtävistä käytävä julkinen keskustelu on mitä suurimmassa määrin myös arvokeskustelua siitä, mitä asioita yhteiskunnan kannalta pidetään tärkeinä ja millainen merkitys medialla yhteiskunnassa ja lopulta koko demokratiassa on. Yhteiskunnan yhteinen tahto Ylen suhteen lienee kuitenkin vielä selvittämättä. Se, miten julkisen palvelun järjestäminen meillä ratkaistaan jatkossa, vaikuttaa myös valtion rooliin yhteiskunnassa ja kysymys siitä, onko sen tehtävänä jatkossakin turvata yhteiskunnan toimintaedellytykset eri aloilla, tulee siten uudelleen tarkasteltavaksi.

Hellman (2010) katsoo, että sopu julkisen palvelun median ja kaupallisen median välillä löytyy uudestaan Ylen tehtävän tarkemmasta määrittelystä. Hellman ei kuitenkaan tarkoita tällä Ylen tehtävänkuvan rajaamista nykyisestä, vaan sen täyden palvelun mandaatin säilyttämistä, jotta sen muodostama "kansalaisia yhteen kokoava julkisuuden foorumi" voidaan säilyttää. Tärkein syy tähän on demokratian toimivuuden varmistaminen. Tämä puolestaan saavutetaan vain monipuolisella ohjelmistolla, jolla tavoitellaan mahdollisimman montaa kansalaista. Hellman muistuttaa, että julkisen palvelun median on katettava myös sitä kysyntää, joka ei herätä kaupallisen median mielenkiintoa. Samalla kansalaisten on koettava julkisen palvelun median rahoittaminen julkisin varoin oikeutetuksi, eli mahdollisimman monen on koettava saavansa rahoilleen vastinetta. Onnistuessaan toiminnassaan julkisen palvelun media vaikuttaa koko mediakenttään nostoen sen tasoa. (Hellman 2010a, 60-62)

On kuitenkin vaikea uskoa, että julkisen palvelun median tehtävän tarkempi määrittely riittäisi tässä vaiheessa enää sen kaupallisille kilpakumppaneille. Vaikka toive siitä onkin esiintynyt julkisessa keskustelussa toistuvasti, Ylen tehtäväkentän säilyminen ennallaan huolimatta tarkemmasta lain kirjaimesta tuskin enää tyydyttäisi kaupallista mediaa. Itse kääntäisinkin katseen historiaan ja aikaan, jolloin kumppanuus määritteli Ylen ja kaupallisen median suhdetta nykyistä kilpailuasetelmaa huomattavasti leimallisemmin. Jos kerran "uhka tulee ulkoa", kuten eräässä Ylen rahoitusta kriittisesti tarkastelleessa lehtikirjoituksessa todettiin, olisiko siihen syytä vastata yhteisvoimin? Ylikansallisten mediajättien, kuten Googlen ja Facebookin ahmaistessa yhä isomman siivun suomalaisten median parissa käyttämästä ajasta tuntuu oudolta, että kotimainen media keskittyy keskinäiseen nokitteluun ja toistensa heikentämisyhteyksiin.

Julkisessa keskustelussa on väläytelty jo muutamaan otteeseen Ylen ja kaupallisen median välisen yhteistyön mahdollisuutta, mutta tarkempaan tarkasteluun sitä ei vielä ole otettu. Nyt voidaan olla jo lähellä: huhtikuun lopulla Ylen TV1:ssä Ylen tehtävistä ja asemasta mediamarkkinoilla käydyssä keskustelussa osapuolet tuntuivat vihdoinkin kohtaavan toisensa Ylen uutis- ja ajankohtaistoiminnan johtajan Atte Jääskeläisen luvatussa Ylen selvittävän, millaista yhteistyötä se

voisi tehdä kaupallisen median kanssa esimerkiksi verkossa.⁹⁵ Toivottavasti tähän kädenojennukseen ollaan valmiita tarttumaan, sillä Kauko Pietilän (2010) peräänkuuluttama yhteiskunnan itsepuolustus tuntuu meneillään olevassa median globaalissa murroksessa ajankohtaisemmalta kuin koskaan. Journalistiprofession on kannettava oma vastuunsa siitä, ettei yhteiskunta kaupallistu kokonaan, vaan julkinen keskustelu säilyttää merkityksensä yhteisenä asioiden tarkastelun tilana ja päätöksenteon paikkana. Jos se ei kykene tähän, vaan sosiaalisen vastuun teoria puolueettomasta, kaikille avoimesta tiedonvälityksestä ei enää toteudu, ei vain ala, jolla journalistiprofessio toimii, vaan myös koko professio katoaa. Siksi journalismin onkin tavoiteltava tilaa, jossa "--nähtäisiin yhteiskunta viestinnässä/journalismissa tapahtuvana--" eikä päinvastoin. Tämä puolestaan tapahtuu osallistamalla yleisö uudestaan mukaan journalismiin. (Pietilä K. 2010, 21-29)

Ensimmäinen askel tässä prosessissa on nousta ylös tähän mennessä jäärpäisesti puolustetuista poteroista, ottaa julkinen palvelu laajemman julkisen keskustelun agendalle ja pyrkiä pois siitä polarisoituneesta asetelmasta, johon keskustelun osapuolet ovat tällä hetkellä ajautuneet. On keskusteltava siitä, halutaanko meillä jatkaa perinteisen demokraattisen korporatistisen tiellä, jolloin julkisen palvelun yleisradiotoiminnalla on jatkossakin merkittävä asema yhteiskunnassa muiden Pohjois-Euroopan maiden tapaan. Kun tämä kysymys on ratkaistu, voidaan valita, millaista viestintäpolitiikkaa meillä halutaan harjoittaa: jatkammeko julkiseen sääntelyyn luottavaa linjaa, jonka tavoitteena on estää median liiallinen kaupallistuminen ja varmistaa julkisen palvelun median erityisasema? Vai teemmekö täyskäännöksen liberalistiseen suuntaan, joka tähtää markkinoiden vapaaseen toimivuuteen? Entä löytyisikö ratkaisu sittenkin näiden kahden välille sijoittuvasta, suomalaisille jo tutuksi tulleesta konsensushakuisesta politiikasta, joka näkee molemmissa vaihtoehdoissa demokratian toteutumisen kannalta tärkeitä piirteitä? (Nieminen 2015, 18) Olemme isojen kysymysten äärellä. Myös kansalaisten on aika herätä ja pohtia, minkälaista mediaa he haluavat huomenna seurata: kotimaista, demokratiaa tukevaa, luotettavaa ja monipuolista tiedonvälitystä vai ulkomaisten mediajättien sanelemaa, markkinatalouteen perustuvaa viestintää?

⁹⁵ Ks. myös Yle 26.4.2016: Päätoimittajalta: Suomalainen hyötyisi jos uutismedia tekisi yhteistyötä. Saatavilla: http://yle.fi/uutiset/paatoimittajalta_suomalainen_hyotyysi_jos_uutismedia_tekisi_yhteistyota/8836643

11. Lähteet

Ala-Fossi, Marko & Hujanen, Taisto (2010) *The Rise and Fall of Public Service Media Fee Proposal in Finland*. Köln: University of Cologne.

Ala-Fossi, Marko (2012) Social Obsolescence of the TV Fee and the Financial Crisis of Finnish Public Service Media. *Journal of Media Business Studies*, 9 (1): 33-54.

Ala-Fossi, Marko (2015) Julkisen palvelun yleisradiotoiminnan nykyhaasteet. Teoksessa Karppinen, Kari, Ala-Fossi, Marko, Alén-Savikko, Anette, Hildén, Jockum, Jääsaari, Johanna, Lehtisaari, Katja & Nieminen, Hannu *Kenen Media? Johdatus viestintäpolitiikan tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino, 148-175.

Habermas, Jürgen (2004) *Julkisuuden rakennemuutos. Tutkimus yhdestä kansalaisyhteiskunnan kategoriasta*. Suom. Veikko Pietilä. Tampere: Vastapaino. (Alkuteos: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, 1962)

Habermas, Jürgen (2010 [1985]) Julkisuus. Teoksessa Pietilä, Veikko *Julkisot, yleisöt ja media: suomennoksia ja kirjoituksia julkisista vuorovaikutus- ja toimintamuodoista*. Suom. Esa Väliaverronen. Tampere: Tampere University Press, 163-170. (Alkuteos: *Öffentlichkeit*, 1964)

Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004) *Comparing media systems : Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Heikkilä, Heikki, Ahva, Laura, Siljamäki, Jaana & Valtonen, Sanna (2012) *Kelluva kiinnostavuus. Journalismin merkitys ihmisten sosiaalisissa verkostoissa*. Tampere: Vastapaino.

Hellman, Heikki (1988) *Uustelevisiion aika? Yleisradiotoiminnan edellytykset television rakennemuutoksessa*. Helsinki: Hanki ja jää.

Hellman, Heikki (1999) *From companions to competitors: The changing broadcasting markets and television programming in Finland*. Tampere, University of Tampere.

Hellman, Heikki (2010a) Täysi vai täydentävä palvelu? Teoksessa Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.) *Yleisradio median murroksessa*. Tampere: Vastapaino, 43-65.

Hellman, Heikki (2010b) YLE-sopu lähtee tehtävän määrittelystä. *Kanava*, 38(8): 10-14. Saatavilla myös: <http://urn.fi/urn:nbn:uta-3-440>.

- Hellman, Heikki (2012) Kuinka demokraattista on demokraattinen korporatismi? Viestintäpolitiikan pitkä linja ja kamppailu Kolmostelevisiosta. Teoksessa Karppinen, Kari & Matikainen, Janne (toim.) *Julkisuus ja demokratia*. Tampere: Vastapaino, 239-264.
- Herkman, Juha (2009) Journalismi markkinoilla. Konserni- ja mediajournalismia. Teoksessa Väliaverronen, Esa (toim.) *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press, 32-49.
- Herzog, Christian & Karppinen, Kari (2014) Policy streams and public service media funding reforms in Germany and Finland. *European Journal of Communication*. 29 (4): 416-432.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2008) *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Hujanen, Taisto (2002) *The power of schedule: Programme management in the transformation of Finnish public service television*. Tampere: Tampere University Press.
- Hujanen, Taisto (2010) Kenen leipää syöt, sen lauluja laulat? Teoksessa Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.) *Yleisradio median murroksessa*. Tampere: Vastapaino, 147-160.
- Jakubowicz, Karol (2010) Julkisen palvelun median rahoitus poliittisena pelinappulana. Teoksessa Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.) *Yleisradio median murroksessa*. Tampere: Vastapaino, 127-146.
- Jyrkiäinen, Jyrki (2012) Sanomalehdistö. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Suomen mediamaisema*. 3., täysin uudistettu laitos. Tampere: Vastapaino, 67-100.
- Kantola, Anu (2011) (toim.) *Hetken hallitsijat: julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Karppinen, Kari & Matikainen, Janne (2012) (toim.) Esipuhe. Teoksessa Karppinen, Kari & Matikainen, Janne (toim.) *Julkisuus ja demokratia*. Tampere: Vastapaino, 7-11.
- Lowe, G.F. & Hujanen, Taisto (2003) *Broadcasting & convergence: New articulations of the public service remit*. Göteborg: Nordicom.
- Lowe, Gregory F. & Jauert, Per (toim.) (2005) *Cultural dilemmas in public service broadcasting: RIFE@2005*. Göteborg: Nordicom.

- Lowe, Gregory F. & Bardoel, Jo (toim.) (2007) *From public service broadcasting to public service media*. Göteborg: Nordicom.
- Lowe, Gregory F. (2010) Mutkainen taival kohti julkisen palvelun mediaa. Teoksessa Leppänen, Airi, Heino, Timo-Erkki & Mäntymäki, Eeva (toim.) *Yleisradio median murroksessa*. Tampere: Vastapaino, 25-42.
- Lowe, Gregory F. & Steemers, Jeanette (toim.) (2012) *Regaining the initiative for public service media*. Göteborg: Nordicom, 45-62.
- Lowe, Gregory F. & Martin, Fiona (toim.) (2014) *The value of public service media*. Göteborg: Nordicom.
- Lyytinen, Eino (1996) Perustamisesta talvisotaan. Teoksessa Lyytinen, Eino, Vihavainen, Timo & Tommila, Päiviö *Yleisradion historia. 1. osa, 1926-1949*. Helsinki: Yle, 11-128.
- Mäntymäki, Eeva (2006) *Hyvinvointivaltio eetterissä: Yleisradion rakentuminen populaarien diskurssien kentillä*. Tampere: Tampere University Press.
- Nieminen, Hannu (2015). Miksi tutkia viestintäpolitiikkaa? Teoksessa Karppinen, Kari, Ala-Fossi, Marko, Alén-Savikko, Anette, Hildén, Jockum, Jääsaari, Johanna, Lehtisaari, Katja, Nieminen, Hannu *Kenen media? Johdatus viestintäpolitiikan tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino, 14-37.
- Nieminen, Hannu & Nordenstreng, Kaarle (2012). Säätely ja viestintäpolitiikka. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Suomen mediamaisema. 3., täysin uudistettu laitos*. Tampere: Vastapaino, 312-333.
- Nord, Lars (2012) Losing the Battle, Winning the War. Public Service Media Debate in Scandinavia 2000-2010. Teoksessa Lowe, Gregory F. & Steemers, Jeanette (2012) *Regaining the initiative for public service media*. Göteborg: Nordicom, 45-62.
- Ohlsson, Jonas (2015) The Nordic Media Market 2015. *Nordic Media Trends*, 13 (1). Göteborg: Nordicom.
- Pietilä, Kauko (2010) Journalistiprofessio ja yhteiskunnan itsepuolustus. *Media & Viestintä*, 33(3): 17-31.
- Pietilä, Kauko (2012) *Journalismi ammattina: journalistiprofession teoria*. Helsinki: Gaudeamus.

Pietilä, Veikko (2010a) Julkiso ja yleisö. Teoksessa Pietilä, Veikko *Julkisot, yleisöt ja media: suomennoksia ja kirjoituksia julkisista vuorovaikutus- ja toimintamuodoista*. Tampere: Tampere University Press, 201-216.

Pietilä, Veikko (2010c) Pohdintoja julkisesta keskustelusta joukkoviestimissä. Teoksessa Pietilä, Veikko *Julkisot, yleisöt ja media: suomennoksia ja kirjoituksia julkisista vuorovaikutus- ja toimintamuodoista*. Tampere: Tampere University Press, 373-396.

Reunanen, Esa (2003) *Budjettijournalismi julkisena keskusteluna: tekstianalyttisiä näkökulmia suomalaiseen ja ruotsalaiseen budjettikirjoitteluun*. Tampere: Tampere University Press.

Salokangas, Raimo (1996) *Yleisradion historia. 2. osa, 1949-1996. Aikansa oloinen*. Helsinki: Yle.

Salokangas, Raimo (1999) From Political to National, Regional and Local. The Newspaper Structure in Finland. *Nordicom Review*, 20 (1): 77-105.

Suistola, Jouni & Rossi, Matti (1999) *Kaleva: sata vuotta kansan kaikuja*. Oulu: Kaleva Kustannus Oy.

Tommila, Päiviö & Salokangas, Raimo (1998) *Sanomia kaikille: Suomen lehdistön historia*. Helsinki: Edita.

Vihavainen, Timo (1996) Sodan ja vaaran vuodet. Teoksessa Salokangas, Raimo & Tommila, Päiviö *Yleisradion historia. 2. osa, 1926-1949*. Helsinki: Yle, 129-302.

Weaver, David, McCombs, Maxwell & Shaw, Donald L. (2004) Agenda-Setting Research: Issues, Attributes, and Influences. Teoksessa Kaid, Lynda Lee (toim.) *Handbook of Political Communication Research*. Mahwah: Erlbaum Associates, 257-282.

Wiio, Juhani & Uronen Ilkka (2012). Televisio. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Suomen mediamaisema. 3.*, täysin uud. laitos. Tampere: Vastapaino, 150-172.

Julkaisemattomat

Laakso, Antti (2012) "Pakkoavioliitto" vastustamassa. Suomalainen lehdistö ja mediamaksu 2009-2010. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin pro gradu –tutkielma. Saatavilla: <http://urn.fi/urn:nbn:fi:uta-1-22447> [Viitattu 4.5.2015]

Moilanen, Nina (2013) Tapaustutkimus Yleisradio Oy:n strategiaviestinnästä ja siinä tapahtuneista muutoksista vuoden 2010 strategiauudistuksen jälkeen. Tampereen yliopisto: Hallintotieteen pro gradu –tutkielma. Saatavilla: <http://urn.fi/urn:nbn:fi:uta-1-23611> [Viitattu 13.6.2015]

Pirilä-Porvali, Terhi (2014) Sanomalehdet sotajalalla. Yleisradion rahoitusmallia koskeva sanomalehtijulkisuus 2008-2010. Jyväskylän yliopisto: Journalistiikan pro gradu –tutkielma. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201406031912> [Viitattu 4.5.2015]

Lait ja asetukset

HE 28/2012. Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi yleisradioverosta sekä laeiksi eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta. Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2012/20120028> [Viitattu 27.4.2015]

L. 22.12.1993/1380. Laki Yleisradio Oy:stä. Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931380> [Viitattu 29.5.2015]

L. 9.10.1998/745. Laki valtion televisio- ja radiorahastosta. Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1998/19980745> [Viitattu 30.5.2015]

L. 31.8.2012/484. Laki yleisradioverosta. Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2012/20120484> [Viitattu 29.5.2015]

L. 13.6.2003/460. Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä. Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030460#L3P8> [Viitattu 7.6.2015]

Liite 1.

Luettelo Ylen vastineista ja oikaisuista sanomalehdille vuosina 2012-2015 (31.3.2015 saakka).⁹⁶

Vastineen jälkeen suluissa oleva lyhenne kertoo, minkä teeman alle vastine on tässä tutkimuksessa luokiteltu. RV = Ylen rahoitusta pääasiassa käsittelevä vastine; TV = Ylen tehtävää pääasiassa käsittelevä vastine; SV = Ylen tuottamaa sisältöä pääasiassa käsittelevä vastine.⁹⁷

Vuosi 2012 (9 vastinetta)

12.1.2012 Helsingin Sanomat. Yle laiminlyö sivistystehtävänsä. Lauri Lehtimaja, Helsinki. Yleisönosasto.

14.1.2012 Ylen tehtävä edellyttää nuorten huomioimista. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle. (SV)

1.2.2012 Helsingin Sanomat. Se vanhasta Yle Puheesta. Hanna Syrjälä. Toimituksellinen.

3.2.2012 Aamusoitto ei ole unettava ohjelma. Miika Lauriala, musiikkitoimittaja, Yle. (SV)

22.5.2012 Helsingin Sanomat. Yleisradion suhde Facebookin haisee. Teemu Luukka. Toimituksellinen.

24.5.2012 Yle ei voi olla huomioimatta sosiaalista mediaa. Gunilla Ohls, strategiajohtaja, Yle. (TV)

1.6.2012 Helsingin Sanomat. Näkövammaiset heitettiin ulos Yle Areenalta. Riikka Hänninen. Yleisönosasto.

2.6.2012 Yle Areenaan luvassa parannuksia. Kari Haakana, palvelupäällikkö, Yle. (SV)

1.7.2012 Aamulehti. Yle hylkäsi Pirkanmaan. Jorma Pokkinen. Toimituksellinen.

4.7.2012 Aamulehti. Miksi Yle hylkäsi Sata-Häme Soin? Altti Nieminen. Yleisönosasto.

5.7.2012 Ylen musiikkiohjelmiston kesä on runsas ja monipuolinen. Ismo Silvo, julkaisujohtaja, Yle (SV)

4.7.2010 Turun Sanomat. Yle-veron maksajalla oikeus muuhunkin kuin uusintoihin. Jarmo Kaukola. Yleisönosasto.

5.7.2012 Uusimmat ja Yle-vero. Riitta Pihlajamäki, tv:n julkaisupäällikkö, Yle. (SV)

⁹⁶ Selkeyden vuoksi luettelossa on mainittu ensiksi lehtikirjoitus, johon Yle on vastineellaan vastannut ja sen jälkeen Ylen siihen osoittama vastine. Vastineet on poimittu Ylen verkkosivuilta (www.yle.fi), joten niissä oleva päivämäärä ei välttämättä ole sama, jolloin vastine on julkaistu lehdessä. Sitä, onko vastineet ylipäätään julkaistu lehdissä, ei ole tarkistettu.

⁹⁷ Ks. kuvio 3 sivulla 62.

11.10.2012 Helsingin Sanomat. Ylen tulisi keskittyä omaan kotimaiseen tuotantoon. Tuukka Airaksinen. Yleisönosasto.

12.10.2012 Kotimainen sisältö on Ylen ydintehtäviä. Ville Vilén, Ylen Luovat sisällöt -yksikön johtaja, Yle. (SV)

1.12.2012 Helsingin Sanomat. Ajaako Yle joulukalenteriperinteensä alas? Leena Virtanen. Toimituksellinen.

7.12.2012 Yle lisää runsaasti tuotantoja lapsille. Ville Vilén, lasten ja nuorten sisällöistä vastuullinen johtaja, Yle. (SV)

9.12.2012 Helsingin Sanomat. Nähtiinkö Tuntemattomasta siistitty versio? Jorma Aaltonen. Yleisönosasto.

13.12.2012 Sama Tuntematon esitetty vuodesta 1967. Airi Vilhunen, ohjelmapäällikkö, Yle TV1 ja Yle Teema. (SV)

Vuosi 2013 (15 vastinetta)

3.1.2013 Helsingin Sanomat. Yle-vero ei ole reilu. Eeva Tammi. Yleisönosasto.

5.1.2013 Yle-vero takaa kotimaisen sisällön. Mika Ojamies, viestintäpäällikkö, Yle. (RV)

7.1.2013 Kaleva 7.1.2013. Yle kohtelee katsojia kuin rupusakkia. Paavo Peltola. Yleisönosasto.

15.1.2013 Urheilu tärkeä osa Ylen julkista palvelua. Mika Ojamies, viestintäpäällikkö, Yle. (SV)

31.1.2013 Helsingin Sanomat. Monipuolisuutta ohjelmatarjontaan. Veikko Syrjänen. Yleisönosasto.

8.2.2013 Ylellä ohjelmaa ympäri maailmaa. Riitta Pihlajamäki, julkaisupäällikkö, televisio, Yle. (SV)

23.4.2013 Kaleva. Ylen uusinoista pitäisi saada veron alennus. Kyösti Karvonen. Toimituksellinen.

25.4.2013 Uusinoilla on paljon ystäviä. Mika Ojamies, viestintäpäällikkö, Yle. (SV)

26.4.2013 Helsingin Sanomat. Lehdistön monipuolinen julkaisuvapaus on vaarassa. Ari Valjakka. Yleisönosasto.

27.4.2013 Viholliskuvat eivät kuulu Ylen strategiaan. Ilkka Kantola, kansanedustaja (sd), Ylen hallintoneuvoston puheenjohtaja. (TV)

15.8.2013 Ilta-Sanomat. Katainen: Ylenkin säästettävä. Kyösti Hagert. Toimituksellinen.

23.8.2013 Yle vastaa: Neljä miljoonaa suomalaista Ylen palvelujen äärellä päivittäin. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle. (SV)

16.8.2013 Helsingin Sanomat. Aika kallis kuningaslaji. Toni Puurtinen. Toimituksellinen.

23.8.2013 Yle panostaa aiempaa enemmän kotimaiseen draamaan. Ville Vilén, johtaja, Luovat sisällöt, Yle. (SV)

22.08.2013 Iltalehti. Yleisradio-laivan suuntaa tarkistettava. Toimituksellinen.

26.8.2013 Yle haluaa palvella hyvin kaikkia. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle. (TV)

6.9.2013 Helsingin Sanomat. Uusi päivä koittaa ikuisesti. Jyrki Räikkä. Toimituksellinen.

11.9.2013 Yle TV2:n uudistaminen jatkuu. Riku Saaranluoma, ohjelmapäällikkö, Yle TV2. (SV)

9.9.2013 Helsingin Sanomat. Somalinkielisiä uutisia tarvitaan. Taito Taskinen. Yleisönosasto.

12.9.2013 Tuleeko lisää vieraskielisiä uutisia? Uutispäätöimittäjä Jouni Kemppainen, Ylen uutiset. (SV)

4.11.2013 Blogikirjoitus. Suomalaisen median tilanne huolestuttava. Juha Sipilä, kansanedustaja (kesk.).

4.11.2013 Ylen hallintoneuvoston puheenjohtaja: Selvitys Yle-veron indeksikorotuksesta luopumisen vaikutuksista. Ikka Kantola, kansanedustaja (sd.), Yleisradion hallintoneuvoston puheenjohtaja. (RV)

20.11.2013 Turun Sanomat. Ylen rooli median murroksessa. Kimmo Saarikko. Yleisönosasto.

25.11.2013 Ylen alueradiot tarjoavat yleisöä kiinnostavia sisältöjä. Jyri Kataja-Rahko, päällikkö, Yle Alueet. (SV)

26.11.2013 Kaleva. Uusintojen loputon virta ottaa pattiin. Kari Sankala. Toimituksellinen.

3.12.2013 Uusinta-aika on tv-katsojalle usein parempi katseluaika. Riitta Pihlajamäki, televisiopäällikkö, Yle. (SV)

10.12.2013 Turun Sanomat. Ylimielinen Yle? Antti Pajala. Yleisönosasto.

12.12.2013 Yle noudattaa lakia Tuntemattoman sotilaan lähetyksissä. Ismo Silvo, julkaisujohtaja, Yle. (SV)

17.12.2013 Kaleva. Oi suuri ja mahtava Yleisradio. Kyösti Karvonen. Toimituksellinen.

2.1.2014 Yle-vero on reilu tapa rahoittaa Ylen julkisen palvelun tarjontaa. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle. (RV)

Vuosi 2014 (12 vastinetta)

10.1.2014 Aamulehti. Yle lupaa kansalaisille kyllä liikoja. Eeva Liisa Paloheimo. Yleisönosasto.

17.01.2014 Suomalaisten palaute on aina tervetullutta. Marja Niemi, Viestintä, Yle. (SV)

21.1.2014 Helsingin Sanomat. Suomalaismedian uutisointiin voi luottaa. Erik Rissanen. Yleisönosasto.

30.1.2014 Yleisradion uutisiin luotetaan laajasti. Jouni Kemppainen, uutispäätoimittaja, Yle Uutiset. (SV)

5.4.2014 Iltalehti. Pakkoruotsia. Timo Hakkarainen. Toimituksellinen.

7. 5.2014 Yle Femina vaalikeskustelussa puoluejohtajat saivat käyttää omaa äidinkieltään niin halutessaan. Kerstin Häggblom, päällikkö, Yle Nyheter, sport och aktualiteter. (SV)

11.6.2014 Seura. Yle vakautti taloutensa Yle-verolla – samalla bonukset kasvoivat. Ari Korvola. Toimituksellinen.

11.06.2014 Ylen johdon palkkioista virheellistä tietoa. Oikaisuvaatimus Seuran toimitukselle. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle. (RV)

16.6.2014 Kansan Uutiset. Minne vie Ylen tie? Tuula-Liina Varis. Toimituksellinen.

7.7.2014 Ylen tie vie tulevaisuuteen. Ismo Silvo, Ylen julkaisujohtaja. (SV)

29.6.2014 Turun Sanomat. Menot sovitettava tuloihin, Ylessä päinvastoin. Kari Vainio. Toimituksellinen.

3.7.2014 Yle sopeuttaa menot tuloihin. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle. (RV)

2.9.2014 Helsingin Sanomat. Yleisradio hakee rajojaan Venäjällä. Vesa Puttonen. Yleisönosasto.

2.9.2014 KHL - Tehtävä idässä on suomalaisen urheilukulttuurin dokumentointia. Robert Portman, tapahtumaurheilun ja urheilu-oikeuksien päällikkö, Yle Urheilu. (SV)

4.9.2014 Helsingin Sanomat. Viranomaisten vaaratiedotteet ovat huono vitsi. Petteri Järvinen. Toimituksellinen.

5.9.2014 Yle vastaa: vaaratiedotteet jatkossa myös alueellisesti. Simo Alho, turvallisuuspäällikkö, Yle. (SV)

27.9.2014 Kaleva. Yle-draama laittaa munansa samaan koriin. Tero Vainio. Toimituksellinen.

2.10.2014 Yle tähtää monipuoliseen ja kiinnostavaan draamaohjelmistoon. Ville Vilén, Ylen luova johtaja. (SV)

12.10.2014 Turun Sanomat. Median innovaatiotuki on irvokas julkisuustemppu. Kari Vainio. Toimituksellinen.

15.10.2014 Suomalaisen kansanvallan tuki on vakaa. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle. (RV)

14.11.2014 Helsingin Sanomat. Radioon aamunavauksia myös uskonottomille. Seppo Ruotsalainen. Yleisönosasto.

17.11.2014 Päivän mietelause sopii jokaiselle. Marja Keskitalo, julkaisupäällikkö, Yle. (SV)

18.11.2014 Kaleva. Valtiontelevisio saippuaopera uuteen ohjaukseen. Antti Goman. Toimituksellinen.

21.11.2014 Ylen aluetoimitukset tekevät vahvaa journalismia. Aki Karjalainen, päällikkö Yle Kainuu ja Yle Oulu. (SV)

20.12.2014 Helsingin Sanomat. Radio Suomen toinen tyhmennys. Sampsä Oinaala. Toimituksellinen.

5.1.2015 Yle vastaa: Radio Suomen uutta ohjelmistoa kuullaan loppiaisien jälkeen. Marja Keskitalo, radiopäällikkö, Yle. (SV)

Vuosi 2015⁹⁸ (10 vastinetta)

6.1.2015 Savon Sanomat. Kalevi Lähti. Yleisönosasto.

8.1.2015 Panu Pokkisen vastineet Yle Urheilusta. Panu Pokkinen, päällikkö, Yle Urheilu. (SV)

7.1.2015 Kaleva. Kysymys Ylen johdolle. Terttu Siekkinen. Yleisönosasto.

8.1.2015 Panu Pokkisen vastineet Yle Urheilusta. Panu Pokkinen, päällikkö, Yle Urheilu. (SV)

14.1.2015 Iltalehti. Ylen suuri tehtävä uuteen tarkasteluun. Toimituksellinen.

14.1.2015 Ylen suuresta tehtävästä. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle. (RV)

1.2.2015 Helsingin Sanomat. Aika käy vähiin Ylen tehtävän kirkastamiseksi. Kaius Niemi. Toimituksellinen.

2.2.2015 Kaupallisen median ongelmat ovat kaupallisia. Atte Jääskeläinen, johtaja, vastaava päätoimittaja, Yle uutis- ja ajankohtaistoiminta. (RV)

4.2.2015 Helsingin Sanomat. Miksi Yle ei tue kotimaisia musiikintekijöitä? Nina Lith. Yleisönosasto.

6.2.2015 Yle on kotimaisen musiikin merkittävin tukija, Ville Vilén, luova johtaja, Yle. (SV)

14.2.2015 Aamulehti. Yle käy vaalitaistoon. Toimituksellinen.

19.2.2015 Yle vastaa: Yle ei ole aiheuttanut kaupallisen median ahdinkoa. Reija Hyvärinen, Viestintäjohtaja, Yle. (RV)

⁹⁸ 31.3.2015 saakka.

18.2.2015 Helsingin Sanomat. Yle pelaa nettiajassa 1980-luvun säännöillä. Petteri Järvinen.
Toimituksellinen.

20.2.2015 Ylekin muuttuu median myllerryksessä. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle. (TV)

2.3.2015 Maaseudun Tulevaisuus. Ylen asema närästää. Eija Mansikkamäki. Toimituksellinen.

6.3.2015 Yle toteuttaa lain määräämää tehtävää. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle. (TV)

27.2.2015 Talouselämä. Pakkokollektivisoinnista on siirryttävä kansanvaltaan. Ilkka Kartiovaara.
Toimituksellinen.

6.3.2015 Ylellä ei ole verotusoikeutta. Reija Hyvärinen, Viestintäjohtaja, Yle. (TV)

13.3.2015 Aamulehti. Yle Femmalla ei taida mennä kovin hyvin. Eeva-Liisa Paloheimo.
Yleisönosasto.

18.3.2015 Yle Fem mainostaa kiinnostavia. Kirsi Hietanen, Brand Manager, Yle Markkinointi,
Nicolina Zilliacus-Korsström, ohjelmapäällikkö, Yle Fem. (SV)

Liite 2.

11.2.2015 Teemahaastattelu, haastateltavana viestintäjohtaja Reija Hyvärinen, Yle.
Haastattelupaikkana Yle, Helsinki.

Teemahaastattelun kysymykset

Teema 1: julkinen keskustelu Yleisradion rahoituksesta

- millä tavoin julkisuudessa (erityisesti sanomalehdissä) käytyä keskustelua Yleisradion rahoituksesta (ja sen tehtävistä) on seurattu Ylessä?
- kuinka tarkasti sitä seurataan?
- miten luonnehtisit julkisuudessa (erityisesti sanomalehdissä) käytyä keskustelua Ylen rahoituksesta ja sen tehtävistä?
- onko keskustelun luonne mielestäsi jotenkin muuttunut Yle-veron voimaantumisen jälkeen?
- onko keskusteluun osallistuneilla ollut mielestäsi jonkinlaisia tavoitteita?
- millaisia ne ovat olleet?
- miten luonnehtisit Ylen roolia tässä keskustelussa?
- onko Yle mielestäsi ollut aktiivinen osapuoli tässä keskustelussa?
- onko Ylellä omia tavoitteita tässä keskustelussa?
- jos on, mitä ne ovat?
- millä perusteilla ne on valittu yhtiön tavoitteiksi julkisessa keskustelussa?
- minkälaisia vaikutuksia tällä keskustelulla on ollut? (esim. Ylen imagoon)

Teema 2: Ylen vastineet

- millä perusteilla ne lehtikirjoitukset on valittu, joihin Yle on reagoinut?
- millaisiin asioihin keskustelussa on haluttu puuttua?
- millä perusteilla on päätetty siitä, kuka näihin kirjoituksiin tai ohjelmiin vastaa?
- onko keskusteluun osallistuminen ollut jollain tapaa rajattua Ylen puolelta (vain tietyt henkilöt saavat osallistua)?
- millä perusteilla valitaan, mihin kirjoituksiin reagoidaan eli mitkä ovat ne ehdot, jotka tekstissä tulee täyttyä, jotta siihen vastataan?
- onko keskustelu mielestäsi ollut asiallista?
- esimerkki keskustelusta: päätoimittaja Kari Vainion kirjoitus Turun Sanomissa 29.6.2014 ”Menot sovittava tuloihin, Ylessä päinvastoin” ja Ylen vastine kirjoitukseen (liitteet 2a ja 2b)
- > mitä mieltä olet tällaisesta keskustelusta? onko se mielestäsi tarkoituksenmukaista?
- onko keskustelu mielestäsi tarpeeksi moniäänistä?
- onko keskustelu muuttumassa johonkin suuntaan?

- muutaman kuukauden päästä käydään eduskuntavaalit, näkyykö tämä jotenkin Yleä koskevassa julkisessa keskustelussa?
- mihin suuntaan keskustelua on haluttu olla viemässä Ylen osalta?

Teemahaastattelun liite 2a

29.6.2014 Menot sovitettava tuloihin, Ylessä päivittäin. Kari Vainio, vastaava päätoimittaja. Pääkirjoitus. Turun Sanomat.

Jalkapallo herättää maailmalla suuria tunteita, Suomessa jalkapalloselostajat. Hauska studioisäntä ei välttämättä ole asiantunteva tv-selostaja. Toiset taas kuvittelevat kovan huutamisen tuovan uskottavuutta.

Suunnistuksessa on päivittäin. Uskottavuutta on haettu kuiskaamalla. Jukolan viestin radioselostukset ovat osa kansallista mediaperimää. Monen mielestä itse tapahtuma on osa kansallista identiteettiä.

Ei kuitenkaan Yleisradion mielestä. Jotta urheilutapahtumalla olisi yhteiskunnallista merkitystä, sen on kerättävä miljoonayleisö. Kotimaassa siihen sarjaan yltää yleisurheilun Ruotsi-ottelu, ehkä myös Kalevan kisat ja SM-hiihdot.

Siinä, missä puolustusvoimat antaa järjestelyapua yhteiskunnalle tärkeänä pitämälleen suunnistustoiminnalle, Yleisradio edellyttää Jukolan viestin järjestäjien maksavan tv-lähetysten tuotantokustannukset.

Se on osa Yleisradion ja Suunnistusliiton välistä laajempaa sopimusta, jolla taataan lajille kokoaan suurempi tv-näkyvyys. Näin toimitaan muissakin lajeissa eli käytännössä ostetaan lähetyssaikaa.

Kohu asiasta syntyi, kun kahden viikon takaisen Jukolan viestin kuopiolaiset järjestäjät pitivät kohtuuttomana heille koituvaa 150 000–180 000 euron laskua.

Savon Sanomien mukaan tv-tuotanto vei talkootyöllä järjestetyn tapahtuman budjetista yli kymmenen prosenttia. Totuuden nimissä on myönnettävä, että samalla rahalla saatiin tv-kuvaa myös kilpailukeskuksen näyttötauluun.

Ylen tuotannolla kahden viikon takainen viikonloppu oli toki työntäyteinen. Keskusta piti Turussa rutiinipuoluekokousta, josta ei isoja uutisia irronnut. Niitä varten Ylen työntekijöille oli kaupungista varattu 36 hotellihuonetta.

Tärkeämpi kokous oli Lahdessa, josta kokoomuksen uuden puheenjohtajan valintaa seurattiin suorissa lähetyksissä. Lahteen matkanneen Yle-karavaanin pituutta voi vain arvailla. Sen verran yhtiö tai sen henkilöstö kantoi huolta työtunneista, että paikalle oli lähetty muiden mukana oma työaikatarkastaja.

Suomessa Yleisradion hallintoneuvosto kiteytti yhtiön toimintaperiaatteen osuvasti eduskunnalle lähettämässään kertomuksessa (29.4.2014). Tässä suora sitaatti: ”Kun Ylen julkinen rahoitus vuonna 2013 Yle-veron myötä kasvoi tavallista enemmän, se perustui tavoitteeseen saattaa Ylen tuotot tasapainoon menojen kanssa.”

Kannanotto kertoo karusti niin toimintakulttuurista kuin julkisen tehtävän määrittelemättömydestäkin. Kotitalouksissa ja yrityselämässä menot on sopeutettava tuloihin, ei päinvastoin.

Tuskin missään muussa julkisessa tehtävässäkään enää nykyään voidaan ajatella kuten kansanedustajien johtamassa Ylen hallintoneuvostossa.

Ruotsissa uskotaan yhä lupamaksuihin. Nykyisen hallituksen päätöksellä mallia jatketaan vuoteen 2020 saakka. Pari viikkoa sitten Ruotsin korkein hallinto-oikeus linjasi, että vasta television omistaminen velvoittaa lain mukaan maksamaan lupamaksua.

Vuoden verran Ruotsissa elettiin toisessa uskossa. Luulajan hallinto-oikeus oli päättänyt, että koska Ruotsin televisio oli aloittanut suorat nettilähetykset, tietokoneen omistaminen riitti maksun perusteeksi.

Lupamaksua ehdittiin virheellisesti periä 100 000 taloudelta, joissa ei ole televisiota, mutta on nettiyhteydellä tietokone, tabletti tai älypuhelin.

Nyt oikeuden päätös on vauhdittanut poliittista keskustelua tv-maksun korvaamisesta suoralla budjettirahoituksella tai Suomen kaltaisella julkisen palvelun verolla.

Ruotsissa hallitus on myös luvannut selvittää, miten julkinen palvelu vaikuttaa media-alan kilpailuun.

Teemahaastattelun liite 2b.

3.7.2014 Yle vastaa: Yle sopeuttaa menot tuloihin. Reija Hyvärinen, viestintäjohtaja, Yle.

Suomi tarvitsee laatujournalismia, johon kuuluu riippumaton ote ja faktojen tarkistaminen mielikuvien heittelyn sijaan. Ja toisin kuin Kari Vainio (TS 29.6.) ja monet muut sanomalehtien pääkirjoitustoimittajat tuntuvat toivovan, on Ylen tehtävä määritelty laissa ja nimenomaan laajaksi.

Suunnistuksen kuten muidenkin urheilulajien televisioinnista Yle sopii vuosittain lajiliittojen kanssa. Jukolan viestin talkooväen kannattaa keskustella lajin näkyvyydestä ja tuotetun tv-signaalin monipuolisista käyttöoikeuksista ja -mahdollisuuksista faktapohjalta lajiliittonsa kanssa. Kuten Vainio kirjoittaa, kohu asiasta syntyi lehtikirjoittelun seurauksena.

Yle Uutiset tavoittaa päivässä reilusti yli 3 miljoonaa suomalaista radiossa, tv:ssä ja verkossa. Ylen journalismissa faktojen tarkistaminen on tärkeää ja Yle onkin tutkimusten mukaan Suomen luotetuin uutispalvelu.

Suomen Keskustan puoluekokouksesta Turusta 13.-15.6. Ylen väki teki uutis- ja ajankohtaisjuttuja televisioon, radioon ja verkkoon, suomeksi ja ruotsiksi. Kokouksesta myös kirjoitettiin ja tehtiin suora lähetys verkkoon. Lauantaina 14.6. TV1-kanavalle tehtiin Turun kokouksesta ja Lahdessa kokoustaneesta Kokoomuksesta oma erikoislähetys.

Faktat tarkistavien toimittajien lisäksi tämä määrä sähköistä sisältöä vaatii kuvaajia, leikkaajia, äänitarkkailijoita ja muita ammattilaisia, jotka näkymättöminä tuppavat usein unohtumaan, kun yksin lehtiönsä kanssa liikkuvat sanomalehtitoimittajat arvioivat Ylen toimintaa. Vai eikö sanomalehdissä tunneta Ylen sähköisen median ammattiosaamista ja yritystä palvella suomalaisia monipuolisesti ja laadukkaasti?

Kukaan muu kuin Yle ei tee näistä kotimaisen politiikan keskeisistä tapahtumista toimitettuja 3–4 kameran uutistuotantoja. Suomalaiset maksavat laajasta julkisesta palvelusta ja sitä Yle tekee.

Turussa yöpyi hotellissa perjantain ja sunnuntain välillä 17 yleläistä. Samana viikonloppuna Lahdessa, Kokoomuksen puoluekokouskaupungissa yöpyi perjantain ja sunnuntain välillä 27 yleläistä.

Tieto työaikatarkastajasta ei pidä paikkaansa. Ilmeisesti Vainio viittaa uudessa tehtävässä aloittaneeseen työvuorosunnittelijaan, joka paneutui tuotantoon ja järjestelyihin osana työhönsä perehdyttämistä. Tiedoksi tämäkin: hän yöpyi ilmaiseksi appivanhempiensa sohvalla.

Nämä ja monet muut faktat voi jatkossakin helposti tarkistaa Ylestä. Nyt kolumnia kirjoitettiin muiden lehtien, parin twitter-viestin ja vanhan toiston pohjalta.

Ensi vuonna Yle-veroa ei koroteta indeksillä ja tietenkin yhtiö sopeuttaa menot tuloihin. Yle säästi koko 2000-luvun, koska tv-maksukertymä laski. Tällä säästöjen tiellä yhtiö jatkaa.