



TAMPEREEN
YLIOPISTO

Yleisradion alueellisten verkkouutisten vaikutus sanomalehtien verkkopalveluiden markkinoihin

Raportti Yleisradion hallintoneuvostolle

Marko Ala-Fossi
Elina Venttola
Esa Reunanen

978-952-03-0482-9 (pdf)



Journalismin, viestinnän ja
median tutkimuskeskus
Tampere Research Centre for
Journalism, Media and Communication

Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus COMET
Viestintätieteiden tiedekunta
Tampereen yliopisto
Tammikuu 2017

Sisällysluettelo

Tiivistelmä	3
1. Johdanto	4
2. Kansalliset selvitykset 2015–2016	7
2.1. Norja	7
2.2. Ruotsi	8
2.3. Iso-Britannia	10
2.4. Suomi	12
2.5. Tanska	13
3. Muut selvitykset	15
3.1. Reuters Institute Digital News Report 2015 –2016	15
3.1.1. Verkkouutisista maksaminen: kuuden maan vertailu 2015 ..	15
3.1.2. Verkkouutisista maksaminen: Suomi 2016	15
3.2. Taloustutkimus: Ylen vaikutus internetin uutispalvelujen käyttöön 2013 ja 2016	17
3.3. Yleisradion alueiden ja maakuntalehtien verkkosivujen kävijämäärät 2015 ja 2016	18
3.4. Yleisradion verkkouutispalveluiden hypoteettinen kaupallinen potentiaali (IUM 2016)	19
4. Yhteenveto	20
5. Lähdeluettelo	21

Tiivistelmä

Tämä raportti on laadittu Yleisradion hallintoneuvoston käyttöön tausta-aineistoksi Viestinnän keskusliiton (VKL, nykyinen Medialiitto) syyskuussa 2016 tekemän ennakoarviointipyynnön käsittelyä varten. Se perustuu samasta aihepiiristä jo aiemmin tehtyjen tutkimusten ja selvitysten analyysiin ja yhteenvedoon, ja siinä tarkastellaan kyseisessä pyynnössä esitettyjä väitteitä sekä niiden taustaoletuksia uusimman käytettävissä olevan tutkimustiedon valossa.

Raportissa esitellään Pohjoismaissa (Norja, Ruotsi, Suomi ja Tanska) sekä Isossa-Britanniassa vuosina 2015–2016 julkaistut kansalliset tutkimusraportit, selvitykset ja mietinnöt, joissa on eri viranomaisten toimeksiannosta selvitetty tai pohdittu julkisen palvelun tarjoamien sisältöjen vaikutusta kaupallisten toimijoiden verkkopalveluihin. Lisäksi siinä tarkastellaan ihmisten halukkuutta maksaa verkkouutisista kuudessa eri maassa ja erikseen Suomessa Reuters-instituutin Digital News Report -kyselyaineiston perusteella sekä Yleisradion aiemmin samasta aihepiiristä tilaamia ja keräämiä aineistoja.

Norjan kulttuuriministeriön teettämässä tutkimuksissa ja selvityksissä ei löydetty selvää näyttöä julkisen palvelun median verkkopalveluiden aiheuttamista haitoista kaupalliselle toiminnalle, mutta ei myöskään kyetty sulkemaan niitä kokonaan pois. Ruotsin radio- ja tv-hallintoviranomaisen ja asiantuntijoiden yhteistyönä tehty raportti päätyi siihen, että julkisen palvelun medially on sekä myönteisiä että kielteisiä vaikutuksia yksityiseen mediasektoriin, mutta siitä ei koidu selkeää häiriötä kaupalliselle toiminnalle.

Myöskään Isossa-Britanniassa tehtyjen tutkimusten perusteella ei ole saatu varmaa näyttöä BBC:n verkkopalveluiden vaikutuksesta sanoma- ja paikallislehtien kysyntään tai verkkouutisten yleisöstä käytävän kilpailun kiristymiseen. Tanskan kulttuuriministeriön tilaama laaja meta-analyysi puolestaan kokosi yhteen aiempien tutkimusten tulokset ja vahvisti, että näyttöä julkisen palvelun kielteisistä markkinavaikutuksista joko ei ole lainkaan tai se jää vähäiseksi.

Suomessa liikenne- ja viestintäministeriö tai sen asettamat työryhmät eivät ole tehneet tai tilanneet tutkimusta Yleisradion alueellisen verkkouutistarjonnan vaikutuksista sanomalehtien alueellisten ja paikallisten verkkopalveluiden markkinoihin. Asiaa onkin selvitetty Yleisradion toimeksiannosta kysely- ja yleisötutkimusten avulla. Näiden selvitysten lisäksi tässä raportissa esitellään Reuters-instituutin Digital News Report -kyselyaineistosta tehdyn kansainvälisen analyysin ja siitä tätä raporttia varten tehdyn kotimaisen analyysin tuloksia. Nämäkin tulokset eivät tue käsitystä julkisen palvelun verkkouutisistä aiheuttamasta merkittävästä haitasta kaupalliselle toiminnalle.

1. Johdanto

Tämä raportti on laadittu Yleisradion hallintoneuvoston käyttöön tausta-aineistoksi Viestinnän keskusliiton (VKL, nykyinen Medialiitto¹) syyskuussa 2016 tekemän ennakoarviointipyynnön käsittelyä varten. Se perustuu samasta aihepiiristä jo aiemmin tehtyjen tutkimusten ja selvitysten analyysiin ja yhteenvedoon. Siinä tarkastellaan kyseisessä pyynnössä esitettyjä väitteitä ja niiden taustaoletuksia uusimman käytettävissä olevan tutkimustiedon valossa.

Suomalaiset sanomalehtiyhtiöt ovat jo pitkään halunneet eri tavoin rajoittaa Yleisradion verkkopohjaisia sisältöpalveluita ja erityisesti sen uutistarjontaa internetissä. VKL:n hallituksen silloinen puheenjohtaja, Sanoman toimitusjohtaja Hannu Syrjänen esitti vuonna 2004, että Yleisradio tulisi pitää kokonaan poissa internetistä.² VKL:n nykyinen hallituksen puheenjohtaja, Keskisuomalainen-konsernin toimitusjohtaja Vesa-Pekka Kangaskorpi ja Keskisuomalaisen päätoimittaja Pekka Mervola taas ehdottivat vuonna 2012, että Yleisradiolta pitäisi kieltää tekstien julkaiseminen internetissä.³ Esityksiä perusteltiin sillä, että Yleisradion uskottiin häiritsevän sanomalehtien sähköisten markkinoiden muotoutumista ja toimintaa. Kangaskorven ja Mervolan mukaan nimenomaan Yleisradion verkossa tarjoama maksuton tekstisisältö ”tekee sanomalehdille erittäin vaikeaksi saada maksua verkossa ja uusissa jakelukanavissa olevista tekstimuotoisista uutisista”. (Keskisuomalainen 2012)

Nyt käsillä olevan ennakoarviointipyynnön (VKL, 2016) perustana on sama erikseen julkilausumaton taloustieteellinen oletus siitä, että alueelliset ja paikalliset uutiset ovat normaaleja markkinahyödykkeitä (market good), joiden rajahyöty kuluttajalle on jyrkästi aleneva. Pyynnössä nimittäin oletetaan, että Yleisradion verkkosivuilta alueellisia uutisia lukevat kansalaiset eivät enää uutisnälkensä tyydyttyään haluaisi seurata sanomalehtien verkossa julkaisemaa mainosrahoitteista tai käyttömaksullista uutistarjontaa. Alan tutkimuskirjallisuudessa uutisjournalistiset sisällöt, kuten alueelliset ja paikalliset uutiset, on kuitenkin yleisesti ymmärretty julkishyödykkeiksi (public good), joiden kulutus ei estä muita kuluttamasta samaa hyödykettä tai ainakin hyötymästä siitä – tai meriittihyödykkeiksi (merit good), joita on tuotettava kulutettavaksi yhteiskunnalle merkittävien myönteisten vaikutusten takia, mutta joista kuluttaja ei ole valmis maksamaan täyttä hintaa (Doyle, 2002; Freedman, 2008; Ali, 2016).

Pyynnössä katsotaan myös, että Yleisradion verkkopalveluissa tehdyt muutokset ohjaavat Ylen verkkopalveluiden käyttäjät lukemaan julkisen palveluntuottajan tarjoamia alueellisia ja paikallisia uutisia tavalla, jolla olisi ”vähäistä suurempaa merkitystä yksityisten alueellisten ja paikallisten sanomalehtien verkkopalveluiden markkinoihin” (VKL, 2016).

VKL ei tarkemmin yksilöi tai kuvaa näiden markkinoiden kokoa, luonnetta tai viimeaikaista kehitystä. Tilastojen mukaan vuonna 2015 painettujen lehtien osuus sanomalehtien kokonaistuloista (912 miljoonaa euroa) oli 90,9 prosenttia ja digitaalisten palveluiden 9,1 prosenttia (83 miljoonaa euroa). Lukijoilta kerätyt maksut verkkosisällöistä kasvoivat 33 prosenttia, mutta pääosa (61 miljoonaa euroa) digituloista tuli edelleen mainosmyynnistä (+14 %). Kokonaisuutena lehtien digituotot kasvoivat noin viidenneksen. Valtaosa maakuntalehtien digitilauksista myydään paine-

1 <http://www.medialiitto.fi/medialiitto>

2 <http://mediaviikko.fi/aiheet/internet/uutinen/sanomawsoy-vastustaa-ylen-laajentumista-internet-vestintaan.html>

3 <https://www.lvm.fi/lvm-mahti-portlet/download?did=63993>

tun lehden ohessa, eli pelkkien digitilaaajien määrä on suhteellisen alhainen. Päivälehdistä eniten digitilaustuottoja vuonna 2015 kasvatti (+2500 %) Iisalmen Sanomat, joka oli tilaushintojen tarkistuksen yhteydessä paketoitunut digitilauksen osaksi paperilehden tilausta. Keski-suomalainen-konserniin kuuluvan Savon Median levikkijohtajan Aki Pöntisen mukaan hinnoittelun muutos oli tarpeen, koska pelkät Iisalmen Sanomien digitilaukset eivät sellaisenaan oikein menneet kaupaksi. (Holmberg, 2016; Autio, 2015; Autio, 2016)

Ennakoarviointipyyntöissä ilmaistu huoli kansalaisten saatavilla olevien sisältöpalvelujen kokonaisuudesta ja viestinnän moniarvoisuuden heikentymisestä on sinällään aiheellinen. Vähintään kolmesti viikossa ilmestyviä eli silloisen määritelmän mukaisia varsinaisia sanomalehtiä Suomessa oli 1980-luvun lopussa yhteensä 102, ja niitä ilmestyi useammalla paikkakunnalla (67) kuin koskaan aiemmin, joskin useimmissa kaupungeissa (51) enää yksi (Jyrkiäinen, 1994). Tätä kirjoitettaessa vähintään kolmesti viikossa ilmestyy enää 55 lehteä, joista päivälehtiä (6–7 kertaa viikossa) on 31. Sanomalehtien liitossa on jäsenlehtiä nykyään 236, ja vain kuudessa kaupungissa ilmestyy enemmän kuin kolme lehteä. (Suomen Lehdistö, 4/2016: 27–77) Helsingin Sanomilla on koko maassa enää neljä aluetoimitusta, MTV:n uutisten alihankintayhtiöllä kaksi aluetoimittajaa ja STT:llä ei ainuttakaan. Vastoin alkuperäisiä odotuksia paikallisradiot eivät ole profiloituneet uutiskanavina (Ala-Fossi ja Haara, 2010), eikä nykyisissä toimiluvissa sitä enää edes edellytetä.

Koska sanomalehtien omistuksen keskittyminen on jatkunut Suomessa jo pitkään, useiden alueiden uutistarjontaa hallitsee nyt yhden ainoan kustannusyhtiön omistama maakuntalehti seuranaan useita saman konsernin paikallis- ja kaupunkilehtiä. Maan suurin aluemedia eli Keski-suomalainen-konserni omistaa 22 prosenttia Sanomalehtien Liiton jäsenlehdistä eli yhteensä 52 lehteä Pohjois-Savossa, Keski-Suomessa, pääkaupunkiseudulla sekä syyskuusta 2016 alkaen myös Päijät-Hämeessä (Seppälä, 2016). Käytännössä Yleisradiosta onkin tullut yhä useammalla alueella ainoa varteenotettava vaihtoehtoinen alueellisten ja paikallisten uutisten lähde. Tätä taustaa vasten on yllättävää, että Yleisradion tehtäviä ja rahoitusta arvioinut parlamentaarinen työryhmä piti kesällä 2016 perusteltuna, että Yleisradio oma-aloitteisesti luopuisi verkossa julkaistusta alueellisista uutisetusivuista. Työryhmän puheenjohtaja Arto Satosen mukaan näin haluttiin antaa maakuntalehdille ”paremmat edellytykset pärjätä päivittäisessä uutiskilpailussa”. (Mikkonen, 2016) Kun Yleisradio sittemmin sulki toimitetut alueelliset etusivut ja korvasi ne algoritmin ohjaamalla hakutoiminnolla, se kertoi pyrkivänsä alueellisen verkkopalvelunsa tehostamiseen ja parantamiseen (Jääskeläinen, 2016), mutta VKL:n tulkinnan mukaan ”yhtiö on tosiasiassa hyökännyt syvemmälle alueellisten ja paikallisten sanomalehtien markkinoille” (VKL, 2016).

Samalla kun parlamentaarinen työryhmä on siis nähnyt Ylen alueuutisetusivujen sulkemisen hyvänä ja perusteltuna keinona antaa sisällöllistä kilpailuetua kaupallisesti rahoitetuille maakuntalehdille, Yleisradio taas katsoo tehostaneensa ja parantaneensa alueellista verkkouutispalveluaan hakurobotin avulla. Millainen vaikutus tällä Ylen verkkouutissivujen yksittäisellä toiminnallisella muutoksella mahdollisesti on sanomalehtien alueellisten ja paikallisten verkkouutispalveluiden käyttöön Suomessa? Kysymykseen on mahdoton vastata tyhjentävästi ainakin ilman tarkkaan suunniteltua ja huolellisesti Suomessa toteutettua tieteellistä tutkimusta.

Koska nyt käsillä olevaan työhön oli käytettävissä ainoastaan kaksi kuukautta, tätä raporttia varten ei kerätty uutta empiiristä aineistoa. Sen sijaan raportissa esitellään Pohjoismaissa (Norja, Ruotsi, Suomi ja Tanska) sekä Isossa-Britanniassa vuosina 2015–2016 julkaistut kansalliset tut-

kimusraportit, selvitykset ja mietinnöt, joissa on eri viranomaisten toimeksiannosta selvitetty tai pohdittu julkisen palvelun tarjoamien sisältöjen vaikutusta kaupallisten toimijoiden verkkopalve-
luihin. Lisäksi raportissa tarkastellaan Reuters-instituutin Digital News Report -kyselyaineiston
perusteella ihmisten halukkuutta maksaa verkkouutisista kuudessa eri maassa sekä erikseen Suo-
messä. Maksuhalukkuutta tarkastellaan myös Yleisradion aiemmin samasta aihepiiristä tilaamien
ja keräämien aineistojen avulla.

2. Kansalliset selvitykset 2015–2016

2.1. Norja

Norjan uuden hallituksen muodostaneet konservatiivipuolue Høyre ja Edistyspuolue kirjasiivat lokakuussa 2013 hallitusohjelmaansa⁴, että kansallisen yleisradioyhtiön eli NRK:n (Norsk Riksringkasting) roolia ja tehtäviä muuttuvassa mediamaisemassa tarkastellaan uudelleen. Norjan kulttuuriministeriön pääosin virkamiestyönä valmisteleva 137-sivuinen mietintö *Open og opplyst: Allmennkringkasting og mediemangfald* annettiin Norjan parlamentille (Stortinget) kesäkuussa 2015. (Kulturdepartement, 2015)

Kuten jo mietinnön otsikko kertoo, tarkastelun lähtökohtana on ensisijaisesti median monimuotoisuuden säilyttäminen. Julkisen palvelun yleisradiotoiminnan roolin, tehtävien ja rahoituksen lisäksi mietinnössä pohditaan NRK:n vaikutusta mediamarkkinoilla. Siksi haluttiin erikseen tutkia, onko NRK:n toiminnalla vaikutuksia Norjan mediamarkkinoihin ja jos on, millä palveluista on merkittäviä vaikutuksia kaupalliseen mediatoimintaan. Tehtävänannossa pyydettiin käsittelemään erityisesti uutis- ja ajankohtaispalveluita kansallisesti ja alueellisesti. Jos NRK:n toiminnalla olisi kilpailussa merkittävä vaikutus, olisi selvitettävä myös, kuinka suuri vaikutus on.

Kulttuuriministeriön mietinnön markkinavaikutuksia käsittelevä osuus perustuu kahteen tutkimukseen. Ensinnäkin, mediatutkija Lotte C. Andersen (2015) on tehnyt ministeriön toimeksiannosta meta-analyysin siihenastisesta julkisen palvelun markkinavaikutuksia käsittelevästä tutkimuksesta. Andersen toteaa, ettei empiiristä tutkimusta yleisradiotoiminnan markkinavaikutuksista ole juurikaan tehty (em. 2–3). Vielä vähemmän on tutkittu julkisrahoitteisten verkko-uutisten vaikutusta: Andersen löysi aineistoksi vain neljä aiempaa tutkimusta, joista yksikään ei käsittele suoraan internetin uutispalveluita. Tutkimuksista kaksi on Isosta-Britanniasta, yksi Yhdysvalloista ja yksi Hollannista. Kolme neljästä tutkimuksesta tuo jollain tapaa esille sen, että vahva julkisen palvelun media tukee median monimuotoisuutta.

Andersenin mukaan tutkimuksessa on ollut vuoteen 2015 mennessä kolme vaihtoehtoista lähtöoletusta, joiden perusteella tutkimuskysymykset on muotoiltu. Ensimmäisen mukaan julkisrahoitteinen media täydentää markkinoita tarjoamalla sisältöä, jota kaupallinen media ei julkaise. Toinen näkökulma olettaa, että digitalisaation myötä markkinat tarjoaisivat monipuolista sisältöä ilman yleisradioyhtiötäkin. Suuri osa tutkimuksesta perustuu kolmanteen näkökulmaan, jossa julkisrahoitteisen median oletetaan lähtökohtaisesti vaikeuttavan kaupallista toimintaa. (em. 4–5)

Toinen Norjan kulttuuriministeriön mietintöään varten tilaama tieteellinen tutkimus (SNF, 2015) vertaa yleisradioyhtiö NRK:n verkkosisältöjä kaupallisten toimijoiden vastaaviin sisältöihin. Bergenissä toimivan Norjan kauppakorkeakoulun tutkimuskeskuksen (SNF) työryhmä on analysoinut NRK:n sisältöjä suhteessa yksityisen median uutisiin ja muihin palveluihin sekä verkkoliikennemääriä kaupallisen ja julkisrahoitteisen median verkkosivuilla. Lisäksi SNF:n raporttia varten on tehty kysely, jossa vastaajat ovat arvioineet NRK:n merkitystä suhteessa muuhun verkkomediaan.

4 https://www.regjeringen.no/contentassets/a93b067d9b604c5a82bd3b5590096f74/politisk_platform_eng.pdf

Suomen ja VKL:n tekemän ennakkoarviointipyynnön kannalta olennaista on, että SNF:n raportti tarkastelee nimenomaan verkkouutisointia. Vertailu on tehty kahdella Norjan alueella: Sogn og Fjordanessa ja Sør-Trøndelagissa, jotka edustavat verkkokävijämäärien eri puolia. Ensiksi mainitulla alueella NRK:lla on vahva rooli kyselytutkimukseen osallistuneiden ensisijaisena internet-uutislähteenä, kun taas jälkimmäisessä NRK on useille vastaajille toissijainen lähde.

Tutkimuksen keskeinen lopputulos on, että Norjan yleisradioyhtiön vaikutus markkinoihin on hyvin rajallinen sekä valtakunnallisesti että alueellisesti. Näin siksi, että ensinnäkin NRK:n alueelliset verkkouutiset kattavat eri sisältöjä kuin tyypilliset paikalliset verkkouutiskanavat, ja toiseksi ne limittyvät kaupallisten uutisten kanssa vain osittain. Jopa niillä alueilla, joissa NRK:n verkkosivuilla on paljon liikennettä, NRK:n verkkosivu ei ole varteenotettavampi kilpailija kuin muillakaan alueilla. On kuitenkin huomioitava, että esimerkiksi Sogn og Fjordanen alueella toimivat lehdet eivät kata koko aluetta toisin kuin NRK:n alueellinen uutispalvelu (em. 46–49). Kyselytutkimuksen perusteella vastaajat kokevat, että NRK täydentää kaupallisen median sisältöjä. Tutkimuksen johtopäätöksissä todetaan, että monet käyttäjät selaavat useampia internetin uutislähteitä (multihomer), eikä NRK:n alueuutisten seuraaminen siten sulje muuta paikallista mediaa pois (em. 75–77).

Tutkimuksen mukaan kaupallisen median keskinäinen kilpailu on monin paikoin tiiviimpää kuin NRK:n ja kaupallisen median kilpailu. Valtakunnallinen media kilpailee myös suurten kansainvälisten toimijoiden ja sosiaalisen median uutisvirran kanssa. NRK:n rooli varteenotettavana kilpailijana korostuu siis lähinnä alueuutisissa ja sellaisilla alueilla, joilla ei ole montaa kaupallista toimijaa. Sogn og Fjordanen kaltaiset alueet, joissa kaupallista kilpailua on vähän, ovat kenties parhaiten vertailukelpoisia Suomen maakuntiin, joissa toimii usein vain yksi kaupallinen maakuntamedia ja erilaisia paikallislehtiä.

Norjan kulttuuriministeriön mietinnön yksi keskeinen näkökohta on se, että NRK:lle on määriteltävä tavoitteeksi mahdollisimman suuren yleisön tavoittaminen. Jos NRK vetäytyisi verkkosisällöistä, ministeriö pelkää, että se menettäisi osan tavoitavuudestaan ja varsinkin nuoresta yleisöstä. Kulttuuriministeriö toteaaakin, että yksi NRK:n päätehtävistä on edistää viestinnän monimuotoisuutta, mihin myös sen verkkotoiminnan tulee perustua. Vaikeuksien kanssa kamppailevaa kaupallista mediaa NRK voisi auttaa esimerkiksi sijoittamalla alueellisiin verkko-uutisisiin linkkejä kaupallisten kilpailijoiden maksullisiin uutisiin. (SNF, 2015: 85–86). NRK:n verkkopalveluiden nykyisillä alueuutisetusivuilla on vain yhtiön omia sisältöjä, mutta yksittäisissä jutuissa on linkkejä myös samasta aiheesta kirjoittaneiden alueen lehtien verkkosivuille. Osa linkitetystä sisällöstä on maksumuurin takana.⁵

Yhteenvedon Norjassa tehdyistä tutkimuksista ja raporteista voi sanoa, että selvää näyttöä yleisradioyhtiön toiminnan aiheuttamista haitoista ei ole löydetty. Se ei välttämättä tarkoita, että haitat voisi sulkea kokonaan pois. Norjassa tehty selvitys kuitenkin toteaa, ettei tulosten perusteella ole tarvetta rajoittaa NRK:n toimintaa internetissä. Näin siksi, että NRK:n ydintehtävä on tavoittaa norjalaiset ja edistää norjalaisen mediamaisen monimuotoisuutta.

2.2. Ruotsi

Ruotsin hallitus antoi joulukuussa 2013 maan radio- ja tv-hallintoviranomaiselle (Myndigheten för radio och tv, MRTV) toimeksiannon (Ku2013/2522/MFI) selvittää, miten julkisen palvelun

5 Katso esimerkiksi <https://www.nrk.no/rogaland/>

median eli Ruotsin kolmen kansallisen yleisradioyhtiön – Sveriges Televisionin (SVT), Sveriges Radion (SR) ja Sveriges Utbildningsradionin (UR) – toiminta vaikuttaa median kilpailutilanteeseen ja markkinoiden kehitykseen. Lisäksi selvityksessä oli määrä arvioida ennakoarviointimenetelmän toimintaa. Hankkeen loppuraportti *Utveckling och påverkan i allmänhetens tjänst* (MRTV, 2015) valmistui syyskuussa 2015, ja se toimii osaltaan pohjana toimilupakauden puolivälin arvioinnille.

152-sivuinen raportti on toteutettu virkamiestyönä yhteistyössä eri alojen asiantuntijoiden kanssa. Keväällä 2014 projektiryhmä haastatteli suurimpia media-alan toimijoita tarkoituksenaan tunnistaa keskeiset aihealueet myöhempiä analyysia varten. Kysymykset julkaistiin myös viranomaisen verkkosivulla. Monien vastanneiden kanssa käytiin syventäviä keskusteluja, ja myöhemmin raporttia varten kuultiin myös kuutta johtavaa ruotsalaista media-alan tutkijaa ja kahta muuta asiantuntijaa. Vertailukohtia etsittiin ulkomailta kirjallisuuden, viranomaiskontaktien ja eri järjestöjen kautta. Raportin toteutuksessa avusti tutkimusyriitys Stelacon ja sen faktantarkistuksesta vastasi Göteborgin yliopiston tutkija Jonas Ohlsson.

Raportin lähtökohtana on, että jokaisella yrityksellä sen rahoitusmuodosta riippumatta on jo pelkän olemassaolonsa kautta joku vaikutus kilpailutilanteeseen markkinoilla. Ruotsin kilpailuviranomaisen (Konkurrensverket) kanssa käytyjen keskustelujen perusteella MRTV on tarkastellut julkisen palvelun markkinavaikutuksia sekä yhteiskunnallisten ja kulttuuristen vaikutusten että toiminnan rahoitukseen kytkeytyvien taloudellisten vaikutusten näkökulmista. Näin on päädytty tuloksiin, joiden mukaan julkisen palvelun media vaikuttaa sekä myönteisesti että kielteisesti kaupallisiin toimijoihin. Myönteiset vaikutukset syntyvät monipuolisemmasta sisällöstä sekä perinteisillä että uusilla alustoilla, mikä parantaa kokonaistarjontaa ja kilpailun kautta myös kaupallisen ja julkisen palvelun sisältöjen laatua. Kielteiset vaikutukset puolestaan näkyvät koventuneena kilpailuna yleisöstä.

Huolimatta kielteisistä vaikutuksista MRTV arvioi, ettei julkisen palvelun media selkeästi häiritse kaupallisen toiminnan perustamista, toimintaa tai kehitystä. Verkkopalvelut täydentävät julkisen palvelun ydintehtäviä samalla, kun suurin markkinavaikutus kaupallisiin palveluihin on suurelta osin seurausta globalisaatiosta ja digitalisaatiosta. Toisaalta mediamarkkinoista ja kilpailutilanteen kehittymisestä on vaikea muodostaa kokonaiskuvaa, koska aiheesta ei ole tarpeeksi riippumatonta tutkimustietoa (MRTV 2015, 13). Raportissa ei liioin esitetä muutoksia Ruotsin yleisradioyhtiöiden internet-toimintaan. Tällä erää sekä Ruotsin radiolla (SR) että televisiolla (SVT) on omat alueelliset uutissivut verkossa.⁶

Ruotsissa on samaan aikaan ollut käynnissä myös toinen ja huomattavasti laajempi hallituksen vireille panema (Dir. 2015:26) viestintäpoliittinen selvitys (Medieutredning). Ruotsin kulttuuriministeriö nimitti maaliskuussa 2015 hankkeen vetäjäksi Norran -lehden entisen päätoimittajan, mediateknologian tutkimusyhtiö Interactiven toimitusjohtaja Anette Novakin. Hänen johdollaan toimineen työryhmän tehtävänä oli pohtia, miten turvata ruotsalaisen median tulevaisuus, kun nykymuotoinen painettujen lehtien tuki loppuu vuonna 2019. Työryhmä julkaisi kaikkiaan kuusi väliraporttia. Julkisesti rahoitetun median tulevaisuutta käsittelevässä väliraportissa keväällä 2016 ehdotettiin muun muassa hallituksen tilaamaa kilpailuviranomaisen analyysia julkisen ja kaupallisesti rahoitetun median – sekä ruotsalaisen että kansainvälisen – keskinäisestä

6 Katso esimerkiksi <http://sverigesradio.se/norrboten> ja <http://www.svt.se/nyheter/lokalt/norrboten/>

kilpailusta.⁷ Väli­raportti ehdotuksineen sisältyy myös hankkeen 548-sivui­seen loppuraporttiin (SOU 2016:80)⁸, joka julkistettiin marraskuun 2016 alussa.

Ruotsissa julkisen palvelun markkinavaikutuksista on lisäksi keskusteltu ja kiistelty laajasti julkisuudessa sekä ennen MRTV:n raporttia että sen jälkeen. Kaupallinen mediasektori on teettänyt asiasta myös omia selvityksiään. Ruotsin sanomalehtien keskusjärjestö (Tidningsutgivarna, TU) julkaisi tammikuussa 2015 konsulttiraportin, jossa julkisen palvelun median maksuttomilla verkkopalveluilla nähtiin olevan haitallisia vaikutuksia kilpailutilanteeseen ja sanomalehtiin.⁹ Sitten­min TU on muodostanut yhdessä Ruotsin johtavien kaupallisten mediayritysten (Bonnier, MTG Sweden, Schibsted Sweden, Mittmedia ja Bauer Group) oman Public Service -komission, jonka huhtikuussa 2016 julkaistu raportti¹⁰ vuorostaan haastoi koko julkisen palvelun median kansallisenä instituutiona. Oxfordin yliopiston Reuters Institute ei kuitenkaan kelpuuttanut kumpaakaan näistä Ruotsin kaupallisen sektorin tilaamista raporteista tähänastista tutkimusta tarkastelevan meta-analyysinsä aineistoksi.¹¹

2.3. Iso-Britannia

Isossa-Britanniassa maan kulttuuri-, media- ja urheiluministeriö on valmistellut kansallisen yleisradioyhtiön eli BBC:n (British Broadcasting Corporation) toimintaa ohjaavan peruskirjan (Royal Charter)¹² uudistamista tammikuussa 2017 alkaneelle uudelle 11-vuotiskaudelle. Tähän liittyen on tehty useita eri selvityksiä BBC:n markkinavaikutuksista lähinnä yhtiön sidosryhmien tilaamina. Tämän raportin kannalta keskeisin näistä on BBC Trustin eli yhtiön valvonnasta vuoden 2016 loppuun asti vastanneen säätiön tilaama kaksiosainen konsulttiyhtiön raportti (KPMG 2015), joka valmistui lokakuussa 2015. Siinä tarkasteltiin BBC:n markkinavaikutusta kahden kysymyksen pohjalta: 1) voidaanko BBC:n vaikutus nähdä myönteisenä vai kielteisenä ja 2) rajaako BBC kilpailusta kaupallisia toimijoita? Raportin ensimmäinen osa arvioi BBC:n markkinavaikutusta historiallisen ja taloudellisen datan perusteella ja toinen osa selvittää esimerkkitaustusten kautta BBC:n vaikutuksia median ja kansantalouden kehitykseen.

Ensin mainittu KPMG:n ekonometrinen analyysi vertailee a) katsoja- ja lukijamäärien, b) liikevaihdon ja c) hankintoihin käytetyn rahasumman suhdetta yksityisen ja julkisen sektorin välillä. Jos BBC:n ja kaupallisen median lukujen välillä löytyy yhteys, syy- ja seuraussuhteet pyritään selittämään historiallisen datan avulla. Tutkimuksessa käsitellään erikseen tv-uutisten, tv-viihteen ja aluemedian markkinoita. Suomen näkökulmasta on mielenkiintoista, että KPMG:n raportissa verrataan BBC:n verkkouutisoinnin vaikutusta yksityiseen paikallis- ja aluelehdistöön Isossa-Britanniassa, joskaan Suomen ja Britannian julkisen palvelun alueorganisaatiot eivät ole suoraan verrattavissa keskenään. Raportin mukaan Britanniassa aluelehdistön lukijamäärät ja liikevoitto lähtivät laskuun jo ennen vuoden 2007 talouden taantumaa. Selityksiksi kirjoittajat tarjoavat sekä BBC:n verkkopalvelujen kasvua että internetin kasvavia käyttäjämääriä. Tutkimuksessa todetaan, että sanomalehtien kysynnän ja BBC:n verkkopalvelujen välillä on nähtävistä

7 <http://www.mediutredningen.se/wp-content/uploads/2016/03/PM-om-de-offentligt-finansierade-medierna-23-mars-2016.pdf>

8 http://www.mediutredningen.se/wp-content/uploads/2016/11/SOU_2016_80_webb.pdf

9 <http://tu.se/standpunkt/publicservice/hur-paverkas-tidningarna-av-public-service-bolagens-digitala-satsningar/>

10 <http://www.publicservicekommissionen.se/rapporten/>

11 Katso tarkemmin luku 2.5..

12 <https://www.gov.uk/government/publications/bbc-charter-and-framework-agreement>

sä riippuvuus, mutta BBC:n verkkokävijämäärien kehitystä on vaikea erottaa yleisestä internetin käytön lisääntymisestä. (em. 4–5)

Näyttö BBC:n vaikutuksista paikallislehdistöön on heikko, joten KPMG:n raportti esittää liudan vaihtoehtoisia selityksiä, jotka vahvistavat luvussa 2.1. esitellyn norjalaisen SNF:n tutkimuksen (2015) havaintoja: 1) BBC:n alueellisten verkkouutisten sisältö on vain hyvin rajallisesti sama kuin paikallisten sanomalehtien, 2) BBC ei ole ainoa internetin toimija, vaan myös muut mediat kilpailevat paikallisten verkkouutisten yleisöstä, 3) paikallisesta tiedonvälityksestä ja mainonnasta eivät kilpaile vain BBC ja kaupallinen brittimedia; kilpailuun ovat tulleet myös kansainväliset toimijat ja enenevässä määrin sosiaalinen media, jonka uutisvirta on ilmaista. Kilpailu eri tiedotuskanavien välillä korostuu, koska kyseessä on englanninkielinen markkina-alue. Tutkimuksen toisessa osassa käsitellään BBC:n pääsääntöisesti myönteisinä pidettyjä vaikutuksia maan talouskasvuun, erityisesti yhtiön kehittämän tekniikan ja tietotaidon leviämisen, investointien sekä työllistämisen näkökulmista.

Lisäksi Isossa-Britanniassa on viime vuosina tehty neljä muuta aiheeseen liittyvää tutkimusta, jotka on kelpuutettu tutkimusaineistoksi Tanskan kulttuuriministeriön (katso luku 2.5.) tilaamaan raporttiin (RISJ, 2016). Ensinnäkin, BBC:n teettämä tutkimus vuodelta 2013, joka vertaa 14 eri maan tv-markkinadataa ja kehittää sitä skenaarioanalyysiksi (BBC, 2013). Selvityksen mukaan vahva julkisen palvelun media ei syrjäytä kaupallista mediaa, vaan haastaa sen lisäämään investointeja uusiin sisältöihin. Toimijoiden välinen kilpailu yleisöistä on omiaan parantamaan tuotettujen sisältöjen laatua ja monipuolisuutta ja siten vahvistamaan kansallisia mediemarkkinoita. Myös tutkijat Patrick Barwise ja Robert Picard (2014) päätyivät omassa skenaarioanalyysissään siihen, että BBC:n televisiokanavien olemassaolo tukee kaupallisia tv-markkinoita, mutta haittaa jonkin verran alan muita kaupallisia toimijoita. BBC:n tilaama tietokonesimulaation perustuva skenaarioanalyysi (PwC, 2015) puolestaan päätyi arvioon, että BBC:n lupamaksutuottojen nousu 5 vuoden aikana johtaisi bruttokansantuotteen kasvuun ja vastaavasti vähenemisen sen supistumiseen. Selvityksistä uusin on kulttuuriministeriön tilaama konsulttiraportti (Oliver & Ohlbaum ja Oxera Consulting, 2016), joka päättyy suosittelemaan BBC:lle yhä pidemmälle vietyä erikoistumista. Tutkimus ei selvitä, vaikuttaako BBC markkinoihin, vaan se pyrkii osoittamaan keinoja, joilla BBC voisi helpottaa oletettua kilpailua kaupallisen median kanssa. (RISJ, 2016: 57–59)

BBC ilmoitti toukokuussa 2016, että se aikoo sulkea osan verkkopalveluistaan leikatakseen yhtiön kustannuksia noin 15 miljoonan punnan edestä. Lopetuslistalla olivat myös yhtiön yli 40 alueellista verkkouutisetusivua (local news index web pages), jotka eivät BBC:n teettämän käyttäjätutkimuksen mukaan palvelleet yleisöä riittävän hyvin. (BBC, 2016: 9) Tätä raporttia kirjoitettaessa osa alueellisista verkkoetusivuista on yhä entisellään¹³, osa on jo korvattu uudella BBC Local Live -palvelulla¹⁴. BBC on jo aiemmin tarjonnut verkon alueutisetusivuillaan myös valikoiman linkkejä alueen muiden uutisvälineiden, kuten sanomalehtien verkkosisältöihin. Uudessa BBC Local Live palvelussa linkit eri julkaisijoiden sisältöihin päivittyvät automaattisesti osaksi samaa uutisvirtaa.¹⁵ Muutos on osa laajempaa uudistusta, jossa yhtiö alkaa jakaa muiden tuottamia sisältöjä omalla internet-alustallaan ja vastaavasti antaa omaa sisältöään muiden tiedotusvälineiden käyttöön (BBC, 2016).

13 Katso esimerkiksi http://www.bbc.com/news/england/leeds_and_west_yorkshire

14 Katso esimerkiksi <http://www.bbc.com/news/live/uk-england-lancashire-38498593>

15 <http://www.bbc.com/news/uk-12277638>

2.4. Suomi

Keskustan, kokoomuksen ja perussuomalaisten toukokuussa 2015 muodostama hallitus kirjasi hallitusohjelmansa liitteeseen maininnan Ylen tehtäviä ja rahoitusta pohtivasta parlamentaarisesta työryhmästä.¹⁶ Suunnitelma täsmentyi elokuussa 2015, kun liikenne- ja viestintäministeri Anne Berner ilmoitti asettavansa kaksi erillistä uutta työryhmää. Näistä ensimmäinen eli ns. Vanjoen työryhmä sai tehtäväkseen selvittää ja arvioida loppuvuoden aikana Suomen media-markkinoiden tilaa. Yleisradion julkisen palvelun tehtävää ja rahoitusta tarkasteleva parlamentaarinen työryhmä aloittaisi työnsä vasta tämän jälkeen vuoden 2016 alussa. (MINTC, 2015a)

Työryhmän asettamispäätöksestä (LVM/1336/05/2015) käy ilmi, että ministeriö ei halunnut työryhmän tekevän varsinaista tutkimusta vaan ”mediamarkkinoita laajasti arvioivan” selvityksen, jota tarvittiin Sipilän hallituksen ohjelmaan jo kirjattujen ”linjausten ja toimenpiteiden toteuttamisen tueksi”. Samalla selvitys muodostaisi myös viitekehyksen Yleisradion tehtävää pohtivan parlamentaarisen työryhmän työlle. Työryhmälle annettiin viisi kuukautta aikaa ja viisi väljäksi määriteltyä tehtävää, joista viimeinen oli ”julkisen palvelun vaikutus mediamarkkinoiden kehitykseen”. Lappeenrannan teknillisen yliopiston työelämäprofessori Anssi Vanjoen johtamaan nelihenkiseen työryhmään ei nimitetty yhtään alan tutkijaa tai akateemista asiantuntijaa. (MINTC, 2015b)

Vanjoen työryhmän raportti *Pätevät pärjäävät* (MINTC, 2015c) julkaistiin neljä kuukautta myöhemmin joulukuun 2015 alussa. 23-sivuisessa raportissa ei kuvata tarkemmin ryhmän työskentelymetodeja, mutta sen johdannossa todetaan työryhmän pyrkineen ideoimaan ja ehdottamaan toimia ”tilanteeseen ja keräämäämme aineistoon, lausuntoihin ja kuulemisiin perustuen” (MINTC, 2015c:3). Liitteistä käy ilmi, että työryhmä kuuli yhdeksää mediayhtiöiden johtajaa ja virkamiestä sekä sai lausunnot yhteensä kolmeltakymmeneltä media-alan toimijalta. Lisäksi raportin lopussa on luettelo taustamateriaaleista, joihin lukeutuu myös luvussa 2.2. esitelty ruotsalainen raportti (MRTV, 2015). Työryhmän mukaan sen ehdotukset Yleisradion tehtävien täsmentämisestä perustuvat siihen, että ”kaupalliset mediat pitävät Yleisradion vahvaa asemaa ja resursointia kilpailua vääristävänä” (MINTC, 2015c:8). Vaikka työryhmä esitti kantanaan, että Yleisradion strategia vaikeutti huomattavasti kaupallisen median toimintaa, se ei esittänyt raportissaan tämän näkemyksen tueksi ainuttakaan esimerkkiä tai tutkimustulosta.

Yleisradion julkisen palvelun tehtävää ja rahoitusta arvioiva parlamentaarinen työryhmä aloitti työnsä kokoomuksen kansanedustajan Arto Satosen johdolla marraskuussa 2015 eli noin kuukausi ennen Vanjoen työryhmän raportin julkistamista. Työryhmä sai asettamispäätöksessä (LVM/1955/05/2015) neljä erillistä tehtävää, joista toisena mainittiin Yleisradio Oy:n aseman ja merkityksen arvioiminen suomalaisilla mediamarkkinoilla. Ryhmän jäseniksi nimitettiin lisäksi 11 muuta kansanedustajaa eduskunnan parlamentaaristen voimasuhteiden mukaisesti. (MINTC, 2015d) Ryhmä ei ole kuvannut työskentelymetodejaan tai kertonut julkisesti käymistään keskusteluista, mutta lehtitietojen perusteella työryhmällä oli aluksi suuria erimielisyyksiä (Lyytinen, 2016).

Kesäkuussa 2016 julkaistun nelisivuisen loppuraportin (MINTC, 2016) mukaan työryhmä kuuli yhteensä 27:ää henkilöä, mukaan lukien yhtä viestintäpolitiikan tutkijaa, sekä sai 19 lausuntoa media-alan toimijoilta. Työryhmän käytössä on ollut myös liikenne- ja viestintäministeriön teet-

16 http://valtioneuvosto.fi/documents/10184/1427398/Ratkaisujen+Suomi_FI_YHDISTETTY_netti.pdf/801f523e-5dfb-45a4-8b4b-5b5491d6cc82

tämä konsulttiselvitys Yleisradion toiminnallisesta tehokkuudesta¹⁷ sekä muita aineistoja (Lyytinen, 2016), mutta kaikkia niistä ei ole julkistettu tai listattu loppuraportin yhteyteen. Julkisesti saatavilla olevan aineiston perusteella on siis mahdotonta sanoa, millainen Satosen työryhmän ja Yleisradion välinen keskustelu on edeltänyt työryhmän kesäkuussa 2016 julkaistua loppuraporttia. Sen mukaan Yleisradio aikoo oma-aloitteisesti luopua verkko-utisten alueellisista etusivuista. Parlamentaarinen työryhmä piti kyseistä toimenpidettä perusteltuna, mutta raportissa ei kerrota, miten tai millä perusteilla työryhmä on tähän kantaansa päättänyt (MINTC, 2016:4).

Raportin julkistamisen yhteydessä puheenjohtaja Arto Satonen selitti työryhmän kantaa halulla mahdollistaa ”maakuntalehtien paremmat edellytykset pärjätä päivittäisessä uutiskilpailussa” (Mikkonen, 2016). Satonen kertoi myös, että hän näki Yleisradion alueelliset uutiset sivut ”maakuntalehtien pahimpina kilpailijoina” (Mattila, 2016). Yleisradio toteutti työryhmälle tekemänsä ehdotuksen ja korvasi aiemmat toimitetut alueellisten uutisten etusivut algoritmin ohjaamalla hakutoiminnolla 21.9.2016 alkaen (Jääskeläinen, 2016). Yleisradion verkkosivujen valikoista ei siis löydy enää valmiita linkkejä minkään alueen uutisisältöihin, mutta Yle Uutisten etusivulla¹⁸ on hakutoiminto, jonka avulla voi itse hakea esiin haluamiaan maakuntia ja/tai paikkakuntia koskevat uusimmat uutiset.

2.5. Tanska

Osana Tanskassa laadittua kansallista viestintäpoliittista sopimusta (Mediaaftal) vuosille 2015–2018¹⁹, kulttuuriministeri Marianne Jelved asetti joulukuussa 2014 kymmenhenkisen komitean selvittämään julkisen palvelun tulevaisuutta Tanskassa. Viestintäalan tutkijoista ja asiantuntijoista muodostettu ryhmä sai johtoonsa entisen toimittajan ja konservatiivipuolueen ympäristöministerin, viimeksi EU:n ilmastokomissaarina toimineen Connie Hedegaardin. Tehtäväkseen se sai rakentaa pohjaa poliittiselle päätöksenteolle tarkastelemalla tulevaa kehitystä viiden vaihtoehdoisen skenaarion kautta, mutta asettamatta eri vaihtoehtoja keskinäiseen paremmuusjärjestykseen.

Komitean työn tuloksena marraskuussa 2016 julkaistiin 118-sivuinen raportti *Public service de næste 10 år*, joka avaa tanskalaisen media-alan ja erityisesti julkisen palvelun median tulevaisuuden näkymiä seuraavan kymmenen vuoden ajalle. (Kulturministeriet, 2016) Julkisen palvelun komitea kuuli raporttia varten eri sidosryhmiä ja lisäksi se tilasi työnsä tueksi Oxfordin yliopiston Reuters-instituutilta meta-analyysin yleisradioyhtiöiden vaikutuksista mediamarkkinoihin (RISJ, 2016). Rasmus Kleis Nielsenin johdolla tehty Reuters-instituutin tutkimus kokoaa ja analysoi aiempaa kansainvälistä tutkimusta julkisen palvelun median a) poliittisesta, b) sosiaalisesta ja c) kaupallisesta merkityksestä suhteessa yksityiseen mediaan. Tutkimuksen aineistoksi on kelpuutettu ainoastaan tieteelliseen näyttöön perustuvia (evidence-based) ja englanniksi, saksaksi tai skandinaavisilla kielillä julkaistuja töitä. Näillä kriteereillä raporttiin on valikoitunut lähempää tarkastelua varten yhteensä 36 akateemista julkaisua ja 16 niin sanottua sidosryhmätutkimusta eli alan toimijoiden tilaamaa tai tuottamaa raporttia.

Tutkimusraportista käy ilmi, että riippumatonta akateemista tutkimusta julkisen palvelun kaupallisista vaikutuksista on lähes olemattoman vähän (RISJ, 2016: 56). Markkinavaikutuksia käsittelevässä osuudessa analysoidaan kuusi empiiriseen aineistoon perustuvaa tutkimusta ja yksi, joka pohtii aihetta teoreettisesti. Suuri osa markkinavaikutuksen tutkimuksesta on kunkin maan

17 <https://www.lvm.fi/lvm-site62-mahti-portlet/download?did=207242>

18 <http://yle.fi/uutiset>

19 <http://kum.dk/kulturpolitik/medier/medieaftaler/>

kansallisen yleisradioyhtiön sidosryhmien tilaamia. Tutkimuksista neljä käsittelee Ison-Britannian yleisradioyhtiötä BBC:tä, yksi Norjan yleisradiota NRK:ta ja yksi Saksan julkisen palvelun mediaa. Viimeksi mainittua lukuun ottamatta nämä tutkimukset on esitelty tämän raportin aiemmissa alaluvuissa.

Reuters-instituutin tekemä tutkimus keskittyy maihin, jotka ovat vauraita ja vakaita demokratioita, joissa on vahva yksityisen median ja itsenäisen, lupamaksuun rahoitetun julkisen median perinne sekä korkea internetin käyttöaste (RISJ, 2016: 10) ja siten parhaiten verrattavissa Tanskaan. Rajaus pätee hyvin myös Suomeen, minkä vuoksi Tanskan julkisen palvelun tulevaisuutta koskeva uusi raportti ja siihen sisältyvä Reutersin tuore tutkimus ovat Suomen näkökulmasta kenties nyt käytettävissä olevan aineiston kaikkein kiinnostavin kokonaisuus.

Vaikka verkkomedian merkitys lisääntyy jatkuvasti, huomattava osa Reuters-instituutin raportissa analysoiduista tutkimuksista käsittelee perinteistä mediaa, eikä tähän mennessä tehty tutkimus kerro riittävästi julkisen palvelun vaikutuksista uusilla media-alustoilla. Usein jää epäselväksi, missä määrin televisiosta ja radiosta tehtyjä havaintoja voi yleistää verkon uutispalveluihin. Tutkimusraportin perusteella näyttää kuitenkin siltä, että yleisradioyhtiöt ovat kilpailussa melko pienessä roolissa. Näyttöä julkisen palvelun kielteisistä markkinavaikutuksista internetin uutispalveluihin joko ei ole lainkaan tai jos on, vaikutus on vähäinen. Julkisen palvelun investoinnit kaupalliseen sisältöön olivat merkitykseltään vähäisiä kilpailun kannalta, kun taas julkisen palvelun asema alkuperäisen sisällön tilaajana nähtiin myönteiseksi.

Reuters-instituutin kokoama tutkimusraportti katsoo siis julkisen palvelun yleisradiotoiminnan vaikuttavan mediamarkkinoihin enimmäkseen myönteisesti. Julkisen palvelun asema markkinoilla on merkittävästi erilainen kuin yksityisen, minkä nähdään tutkimuksissa erottavan sen riittävästi kaupallisesta mediasta. Vaikka yleisradioyhtiöt ja kaupallinen media eivät kilpaile keskenään samoista mainostuloista tai liikevoitosta, tutkimuksissa todetaan, että julkisen palvelun media ja kaupallinen media kilpailevat samasta yleisöstä (esim. BBC, 2013). Yleisöstä kilpailemisen katsotaan taas parantavan molempien palvelujen laatua ja monipuolistavan tarjontaa (RISJ, 2016: 58; BBC, 2013).

Loppupäätelmissään Tanskan kulttuuriministeriön asettama komitea korostaa muun muassa, että julkisen palvelun median pitää voida toimia kaikilla kansalaisten käyttämällä digitaalisilla alustoilla. Lisäksi se pitää tärkeänä vahvistaa julkisen palvelun alueellista uutis- ja ajankohtais-tarjontaa tanskalaisen kansanvallan tueksi sekä kulttuurin, kielen ja yhteenkuuluvuuden ylläpitämiseksi. Komitea haluaisi myös lisätä julkisen palvelun median, kaupallisen mediateollisuuden ja keskeisten julkisten instituutioiden välistä yhteistyötä (Kulturministeriet, 2016: 16–17). Tällä erää Tanskan kansallinen yleisradioyhtiö Danmarks Radio (DR) julkaisee esimerkiksi alueellisten uutisten verkkosivuilla vain omia sisältöjään.²⁰

20 <http://www.dr.dk/nyheder/regionale/>

3. Muut selvitykset

3.1. Reuters Institute Digital News Report 2015–2016

3.1.1. Verkkouutisista maksaminen: kuuden maan vertailu 2015

Digital Journalism -lehdessä julkaisemassaan tieteellisessä artikkelissa Richard Fletcher ja Rasmus Kleis Nielsen (2016) analysoivat ihmisten halukkuutta maksaa verkkouutisista Oxfordin yliopiston Reuters-instituutin vuoden 2015 Digital News Report kyselyaineiston perusteella. Heidän lähtökohtanaan oli niin sanottu vertailuhintateoria, jonka mukaan maksuhalukkuus riippuu siitä, mitä kulloisessakin tilanteessa pidetään kohtuullisena hintana. Internetin ilmainen uutistarjonta on vaikuttanut tähän vertailuhintaan, ja puhutaankin ”ilmaisuden kulttuurista”, jossa ihmiset olettavat saavansa uutiset ilmaiseksi. Fletcher ja Nielsen testasivat näitä oletuksia tutkimalla muun muassa, vähentääkö julkisen palvelun maksuttomien verkkouutisten käyttö todennäköisyyttä maksaa muista verkkouutisista ja lisääkö painetusta sanomalehdestä maksaminen todennäköisyyttä maksaa myös verkkouutisista. Tutkimuskohteina olivat Ranska, Saksa, Japani, Espanja, Englanti ja Yhdysvallat.

Fletcherin ja Nielsenin tulokset vahvistavat, että painetusta sanomalehdestä maksaminen lisää todennäköisyyttä maksaa myös verkkouutisista. Lähtöoletuksen vastaisesti kuitenkin myös julkisen palvelun verkkouutisten seuraaminen lisäsi todennäköisyyttä maksaa verkkouutisista. Kun taustamuuttujat²¹ vakioitiin, vahva yhteys painetusta sanomalehdestä ja verkkouutisista maksamisen välillä säilyi, mutta yhteys julkisen palvelun verkkouutisten seuraamisen ja verkkouutisista maksamisen välillä hävisi osassa maita (Ranska, Japani, Englanti). Tutkijat päättelivätkin, että julkisen palvelun verkkouutisten seuraaminen ei sinällään lisää (eikä myöskään vähennä) verkkouutisista maksamista. Sen sijaan maksuhalukkuuteen todellisuudessa vaikuttavat tekijät – kuten kiinnostus uutisiin – lisäävät sekä todennäköisyyttä seurata julkisen palvelun uutisia että maksaa muusta uutistarjonnasta.

3.1.2. Verkkouutisista maksaminen: Suomi 2016

Vuonna 2016 Reuters-instituutin tutkimukseen osallistui 26 maata, ja mukana oli myös Suomi.²² Suomalaisvastaajista 15 prosenttia kertoi maksaneensa verkkouutisista viimeisen vuoden aikana. Tämä on saman verran kuin Tanskassa mutta vähemmän kuin esimerkiksi Ruotsissa (20 %) tai Norjassa (27 %). Suomessakin julkisen palvelun verkkouutisten seuraaminen näyttää lisäävän verkkouutisista maksamista: niistä, jotka seuraavat Yleisradion verkkouutisia, 22 prosenttia kertoi maksaneensa verkkouutisista viimeisen vuoden aikana, kun taas muiden vastaajien kes-

21 Ikä, tulotaso, koulutus, kiinnostus uutisiin, luottamus uutisiin, internetin käytön useus, sosiaalisen median uutiskäyttö, älypuhelimien, tabletin ja tietokoneen käyttö.

22 Fletcherin ja Nielsenin analyysi perustuu vuonna 2015 tehtyyn vastaavaan kyselyyn. Suomen tulokset on tässä laskettu vuoden 2016 aineistosta. Kysely perustui nettipaneeliin, johon Suomesta osallistui 2041 vastaajaa. Analyysissä vastaajat on painotettu vastaamaan 18 vuotta täyttäneitä väestöä iän, sukupuolen ja asuinalueen suhteen. Koska kyseessä on nettipaneeli, vastaajat poikkeavat väestöstä siten, että heillä kaikilla on käytössään internet-yhteys.

kuudessa maksaneiden osuus oli vain 10 prosenttia.²³ Suomessakin tulos luultavasti johtuu siitä, että Ylen verkkouutisten seuraaminen on osa maksuhalukkaiden yleisempää elämäntapaa ja liittyy tulotasoon, koulutukseen sekä uutisia kohtaan tunnettuun kiinnostukseen. Suomessa yhteys maksamisen ja Yleisradion verkkouutisten seuraamisen välillä kuitenkin säilyy, vaikka uutisista erityisen kiinnostuneita ja vähemmän kiinnostuneita tarkasteltaisiin erikseen. Näissä molemmissa ryhmissä Ylen verkkouutisia seuranneet kertovat selvästi muita yleisemmin maksaneensa verkkouutisista.

Taulukko 1. Verkkouutisista vuoden aikana maksaneiden osuus.

	Kaikki (N=2041)	Ylen verkkouutisia seuraavat (N=897)	Ylen verkkouuti- sia seuraamatto- mat (N=1144)
	%	%	%
Kaikki (N=2041)	15	22	10
Uutisista erityisen kiinnostuneet (N=1483) ^A	18	24	12
Uutisista vähemmän kiinnostuneet (N=553) ^B	7	11	6

A Ne vastaajat, jotka ilmoittivat olevansa ”erittäin” tai ”varsin” kiinnostuneita uutisista.
B Ne vastaajat, jotka ilmoittivat olevansa ”jossain määrin”, ”ei kovin” tai ”ei lainkaan” kiinnostuneita uutisista.

Sekä Fletcherin ja Nielsenin tutkimuksen että oman analyysimme perusteella näyttää ilmeiseltä, että julkisen palvelun verkkouutisten seuraaminen ei luo ”ilmaisuuuden kulttuuria”, joka pudottaisi verkkouutisten vertailuhinnan nolnaan. Julkisen palvelun verkkouutisten seuraaminen näyttää päinvastoin lisäävän todennäköisyyttä maksaa verkon uutisissä. Tulokseen on kuitenkin tehtävä metodinen varaus siksi, että vastaajien on voinut olla vaikea mieltää, milloin he ovat maksaneet verkkosisällöistä ja milloin eivät. Osa on esimerkiksi saattanut vastatessaan ajatella maksamaansa Yle-veroa, osa taas ei.²⁴ Luultavimmin tulos kuitenkin selittyy sillä, että Yleisradion verkkouutisista kiinnostuneet ovat kiinnostuneita muustakin houkuttelevaksi kokemastaan uutistarjonnasta ja ovat tästä syystä toisinaan myös valmiita siitä maksamaan.

23 Vastaajilta kysyttiin: ”Mitä seuraavista mahdollisesti käytit seurataksesi uutisia viimeisen viikon aikana? Valitse kaikki sopivat vastaukset. Vain verkossa (tietokone, matkapuhelin, tabletti, e-lukulaite).” Yksi vaihtoehdoista oli ”Yle-uutiset verkossa”. Lisäksi kysyttiin: ”Oletko maksanut uutisissä VERKOSSA tai käyttänyt maksullista uutispalvelua VERKOSSA viimeisen vuoden aikana? (Kyseessä voi olla digitaalinen tilaus, yhdistetty digitaalinen/painettu tilaus tai kertaluonteinen maksu artikkelista tai sovelluksesta).”

24 Kysymyksen sanamuoto viittasi kuluttajan omaan maksamispäätökseen, eikä tarkoitus ollut kysyä Yle-verosta. Tästä huolimatta jotkut vastaajat ovat voineet vastata ajatellen maksamaansa Yle-veroa. Jotta tällä olisi vaikutusta analyysimme johtopäätökseen, pitäisi Yle-veron perusteella vastanneita olla suhteellisesti enemmän Ylen verkkouutisia seuranneiden kuin muiden keskuudessa. Näin tuskin on ainakaan merkittävässä määrin.

3.2. Taloustutkimus: Ylen vaikutus internetin uutispalvelujen käyttöön 2013 ja 2016

Taloustutkimus on selvittänyt Yleisradion toimeksiannosta Ylen vaikutusta internetin uutispalvelujen käyttöön vuosina 2013 ja 2016. Molemmissa kyselytutkimuksissa on kysytty 15–79-vuotiaiden suomalaisten näkemystä internetin uutispalveluista, niiden maksullisuudesta ja Ylen vaikutuksista tilaushalukkuuteen. Haastattelut on toteutettu puhelimitse osana Telebus -tutkimusta.²⁵

Vuoden 2016 raportin (Taloustutkimus 2016) mukaan noin tuhannen vastaajan joukossa internet on tärkeä uutisväline noin joka kolmannelle. Internetin uutispalvelujen merkitys korostuu alle 45-vuotiaiden keskuudessa; 48 prosenttia alle 45-vuotiaista pitää internetin uutistarjontaa erittäin tärkeänä. Merkitys on pysynyt lähes samana kuin vuonna 2013. Internetin uutistarjonnassa sekä Ylen (13 %) että Ilta-Sanomien (16 %) uutisten rooli oli kasvanut prosenttiyksiköllä aiemmasta samalla, kun muut uutissivustot olivat menettäneet merkitystään verkon uutislähteinä. Sosiaalisen median merkitys (5 % vastaajista) sen sijaan on kasvanut noin prosenttiyksikön vuosivauhdilla (2013: 2 %).²⁶

Vastaajista 54 prosenttia tilasi maksullisia sanomalehtiä, mikä merkitsee viiden prosenttiyksikön pudotusta vuoteen 2013 verrattuna. Tilausten määrä laski kaikissa ikäryhmissä. Alle 30-vuotiaiden joukosta sanomalehtiä tilasi 31 prosenttia. Niistä, jotka eivät tilanneet lehteä, vain 40 prosenttia oli tilannut lehden edes joskus. Eniten lehtiä tilasivat yli 60-vuotiaat. Tavallisin syy lehtitilauksen peruuttamiseen (29 %) oli liian korkea tilausmaksu. Toiseksi yleisin syy (17 %) olivat sanomalehden tai sanomalehtien maksuttomat internetsisällöt. Seuraavaksi tavallisin tilauksen perumisen syy (12 %) olivat iltapäivälehdet ja niiden ilmaiset uutispalvelut verkossa. Vastaajista 5 prosenttia kertoi peruneensa lehtitilauksen siksi, että löytää haluamansa uutiset Ylen internet-sivuilta. Ylen palveluiden osuus tilauksen peruuttamisen syynä kasvoi kolme prosenttiyksikköä vuodesta 2013, mutta vaikutus oli edelleen varsin pieni verrattuna sanomalehtien ja iltapäivälehtien omaan ilmaissisältöön.

Vaikka internetin uutissisältöä seuraavien halukkuus maksaa sisällöistä oli kasvanut vuoteen 2013 verrattuna, enemmistö suomalaisista (62 %) haluaisi edelleen kaiken internetin uutissisällön olevan ilmaista. Ne, jotka eivät halua maksaa verkon sisällöstä, perustelevat haluttomuuttaan muun muassa sanomalehtien ilmaisilla uutispalveluilla (22 %), iltapäivälehtien uutispalveluilla (19 %), painetun median seuraamisella (15 %) ja sillä, ettei tarjottu sisältö kiinnosta (12 %). Vastaajista 8 prosenttia kertoi syyksi Ylen ilmaisen uutissisällön verkossa. Sanomalehtien uutissisällöistä vähiten halukkaita olivat maksamaan nuoret ja naiset. Suurin osa (64 %) ei myöskään kannata luku oikeuden rajaamista pelkkiin tilaajiin.

Vastaajista 70 prosenttia oli sitä mieltä, että monipuolisen uutistarjonnan varmistamiseksi tarvitaan sekä kaupallisia että ei-kaupallisia toimijoita. 11 prosenttia oli eri mieltä väittämän kanssa. Niiden vastaajien osuus, joiden mielestä Ylen paikallinen uutisointi internetissä teki sanomalehtien verkkosisällöt tarpeettomiksi (13 %), oli kasvanut kolme prosenttiyksikköä vuodesta 2013, mutta vastaajien selkeä enemmistö (63 %) oli edelleen asiasta eri mieltä.

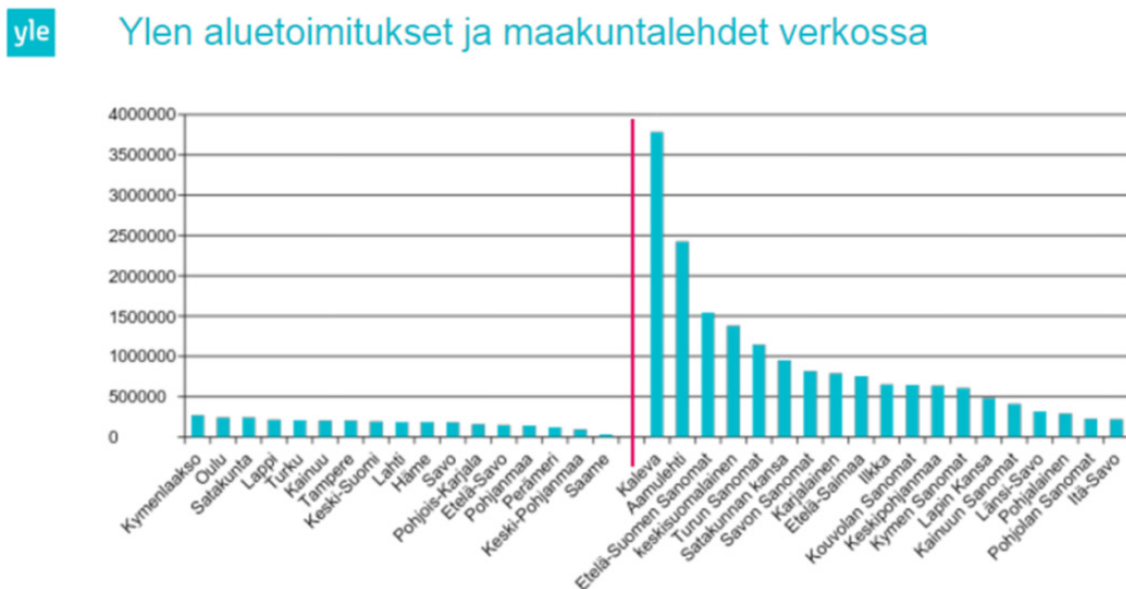
25 Satunnaisotannasta on poistettu Ahvenanmaa.

26 Vastaajilta kysyttiin; ”Mikä on Teille tärkein uutislähde internetissä?” Kysymykseen haettiin spontaaneja vastauksia, sillä sen yhteydessä ei lueteltu mitään vastausvaihtoehtoja.

3.3. Yleisradion alueiden ja maakuntalehtien verkkosivujen kävijämäärät 2015 ja 2016

Syyskuussa 2016 suljettujen Yle Uutisten alueellisten uutisetusivujen käyttäjämääristä on tätä raporttia varten ollut käytettävissä kaksi erillistä aineistoa. Ensinnäkin, alun perin Yleisradion omaan käyttöön laadittu kuvio, jossa vertaillaan yhtäältä Yle Uutisten aluetoimitusten verkkosivujen ja toisaalta maakuntalehtien sivunäyttöjen määrien keskiarvoja (sivuilla käyneet selaimet) vuoden 2015 helmi–elokuussa (viikot 8–32) comScoren ja TNS Metrixin tuottamien viikkolukujen avulla (Kuvio 1). Maakuntalehtien keräämien sivunäyttöjen määrä on kokonaisuutena ollut selvästi aivan eri luokkaa kuin Ylen aluetoimitusten sivujen näyttömäärä. Parhaimmillaan (Yle Kymenlaakso, Yle Oulu) yksittäisten Ylen aluetoimitusten keräämien näyttömäärien keskiarvo on kuitenkin voinut ylittää likimain samaan 250 000 sivunäytön tasoon kuin kaikkein vähiten näyttöjä keränneet maakuntalehtien verkkopalvelut (Itä-Savo, Pohjolan Sanomat).

Kuvio 1. Ylen aluetoimitukset ja maakuntalehdet verkossa vuonna 2015 (viikot 8–32)



Sivunäytöt, viikkolukujen keskiarvot viikoilta 8-32 vuonna 2015
Lähde: comScore, TNS Metrixin viikkoluvut / Yle AR

Toinen aineisto on Yleisradion tuottama yhteenveto Yle Uutisten alueellisten etusivujen viikoittaisesta kävijämäärästä (osastoetusivuilla käyneet selaimet) vuoden 2016 neljän ensimmäisen kuukauden aikana (viikot 1–17). Kaikkien 19 alueellisen uutisetusivun keskimääräinen kävijämäärä viime vuoden tammi–huhtikuussa oli hieman alle 5500 kävijää viikossa. Eniten viikkokävijöitä – keskimäärin runsaat 20 000 – keräsi Yle Lapin uutisetusivu ja vähiten – eli runsaat 120 – taas Yle Pohjois-Karjalan uutisetusivun karjalankielinen versio. Muilla alueilla uutisetusivujen viikkokävijöiden keskiarvo vaihteli runsaan 3000:n ja vajaan 7500 selaimen välillä. Yle Uutisten alueellisten uutisetusivujen keräämiä kävijä- tai selainmääriä voidaan pitää varsin vaatimattomina. Esimerkiksi viikolla 17/2016 koko maassa kaikkein eniten kävijöitä saanut Ylen alueuutisetusivu eli Yle Lappi keräsi 19 645 selainta, kun taas TNS Metrix mittasi samaan aikaan Lapin Kansan sivuilla käyneiden selainten määräksi 111 837.²⁷

27 <http://tnsmatrix.tns-gallup.fi/public/details/UserCount/1423>

3.4. Yleisradion verkkouutispalveluiden hypoteettinen kaupallinen potentiaali (IUM 2016)

Mediatoimisto IUM on laatinut Yleisradion toimeksiannosta kesäkuun 2016 alussa arvion Yleisradion verkkosivujen kaupallisesta potentiaalista ns. bannerimainonnan alustana. Arvio perustuu Yleisradion verkkosivuston senhetkiseen rakenteeseen ja tilanteeseen ilman erillisiä lisäinvestointeja mediamyyntiin tai kävijäohjaukseen sekä Yleisradion omaan sivustoanalytiikkaan ja TNS Metrixin kävijämäärien mittauksiin. Vertailukohtina on käytetty myös eräiden muiden Suomen johtavien mediayritysten (hs.fi, iltasanomat.fi, iltalehti.fi, mtv.fi) verkkosivuja. IUM:n laskelmien mukaan Yle Uutisten verkkosivujen hypoteettinen kaupallinen mainostuottopotentiaali olisi noin 253 576 euroa viikossa eli arviolta miljoona euroa kuukaudessa ja pyöreästi 12 miljoonaa euroa vuodessa. (IUM 2016) Tämä summa olisi riittänyt kattamaan runsaat 2,5 prosenttia Yleisradion kuluista ja poistoista (470,7 miljoonaa euroa) vuonna 2015.

4. Yhteenveto

Kysymys julkisen palvelun alueellisen verkkouutistoiminnan vaikutuksesta kaupallisiin palveluihin verkossa on monitasoinen. On vaikea rakentaa tutkimusasetelmaa, jonka avulla julkisen palvelun toimijan vaikutus mediamarkkinoihin voitaisiin kiistatta osoittaa. Vaikka markkinavaikutus voitaisiin näyttää toteen, eurooppalainen julkisen palvelun media on olemassa nimenomaan sen takia, että sen toiminnalla on katsottu olevan demokraattisen ja moniarvoisen yhteiskunnan eri toimintoja tukeva myönteinen nettovaikutus.²⁸ Näin ollen johtopäätöksiä tehtäessä on syytä ottaa huomioon myös uutisjournalismin poliittiset, sosiaaliset ja kulttuuriset ulottuvuudet. Vastaa sitten on mahdollista suhteuttaa julkisen palvelun alueellisten verkkouutisten kokonaisvaikutukset kansallisiin viestintä- ja kulttuuripoliittisiin tavoitteisiin.

Norjan kulttuuriministeriön (2015) teettämässä tutkimuksissa ja selvityksissä ei löydetty selvää näyttöä julkisen palvelun median verkkopalveluiden aiheuttamista haitoista kaupalliselle toiminnalle, mutta ei myöskään kyetty sulkemaan niitä kokonaan pois. Norjan yleisradioyhtiölle annettiin kuitenkin selkeä tehtävä kehittää verkkotoimintaansa norjalaisen viestinnän monimuotoisuuden edistämiseksi. Ruotsin radio- ja tv-hallintoviranomaisen ja asiantuntijoiden yhteistyönä tehty raportti (2015) päätyi siihen, että julkisen palvelun medialla on sekä myönteisiä että kielteisiä vaikutuksia yksityiseen mediasektoriin, mutta siitä ei koidu selkeää häiriötä kaupalliselle toiminnalle. Näin ollen Ruotsin yleisradioyhtiöiden verkkopalveluihin ei esitetty muutoksia. Raportissa samoin kuin Ruotsin kulttuuriministeriön tuoreessa viestintäpoliittisessa selvityksessä (2016) on kuitenkin pidetty tarpeellisena, että julkisesti ja kaupallisesti rahoitettujen verkkopalveluiden kilpailutilanteesta tehdään lisää tutkimusta.

Myöskään Isossa-Britanniassa tehtyjen tutkimusten perusteella (2015) ei ole saatu varmaa näyttöä BBC:n verkkopalveluiden vaikutuksesta sanoma- ja paikallislehtien kysyntään tai verkkouutisten yleisöstä käytävän kilpailun kiristymiseen. BBC:n tekemä päätös alueellisten verkkopalveluiden muutoksista (2016) ei liioin tähdännyt kaupallisten etujen suojelemiseen, vaan alueellisten palvelujen parantamiseen käyttäjätutkimuksen tulosten perusteella. Tanskan kulttuuriministeriön tilaama meta-analyysi (2016) puolestaan kokosi yhteen aiempien tutkimusten tulokset ja vahvisti, että näyttöä julkisen palvelun kielteisistä markkinavaikutuksista joko ei ole lainkaan tai ainakin se jää vähäiseksi. Yleisökilpailun taas katsottiin parantavan sekä julkisten että yksityisten palvelujen laatua ja monipuolistavan tarjontaa.

Suomessa liikenne- ja viestintäministeriö tai sen asettamat työryhmät eivät ole tehneet tai tilanneet tutkimusta Yleisradion alueellisen verkkouutistarjonnan vaikutuksista sanomalehtien alueellisten ja paikallisten verkkopalveluiden markkinoihin. Asiaa onkin selvitetty Yleisradion toimeksiannosta kysely- ja yleisötutkimusten avulla sekä aiemmin kootusta Digital News Report -aineistosta osana tätä raporttia. Keskeiset tulokset eivät juuri poikkea muiden Pohjoismaiden ja Ison-Britannian tutkimustuloksista, sillä julkisen palvelun alueellisten verkkouutissisältöjen aiheuttamasta merkittävästä haitasta kaupalliselle toiminnalle ei ole saatu näyttöä. Parlamentaarinen työryhmä (2016) piti kuitenkin perusteltuna, että Yleisradio omasta aloitteestaan luopuu alueellisista uutisetuistaan. Ainakaan tässä raportissa esitellyt tutkimukset eivät anna perusteita tälle linjaukselle.

28 <http://www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-fi.pdf> (EU:n jäsenvaltioiden julkisen palvelun toiminnasta s.109)

5. Lähdeluettelo

- Ala-Fossi, Marko & Haara, Paula (2010) *Toimiluvanvarainen radiotarjonta 2009. Yksityisten analogisten radiokanavien sisältötarjonta 20 suomalaiskaupungissa*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 4/2010. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.
- Ali, Christopher (2016) The Merits of Merit Goods: Local Journalism and Public Policy in a Time of Austerity. *Journal of Information Policy* 6, 105–128. Doi:10.5325/jinfopoli.6.2016.0105
- Andersen, Lotte C. (2015) Offentlige Allmennkringkasteres Påvirkning på Kommersielle Medieselskaper - Hva Sier Forskningen? Oslo: Kulturdepartementet. Saatavilla verkossa: <https://www.regjeringen.no/contentassets/98dcafb6544e4161b32b5c2e8b978d20/NN-NO/SVED/OffentligeAllmennkring.pdf>
- Autio, Noora (2015) Digin edelläkävijät. *Suomen Lehdistö* (4/2015) s.6–11. Helsinki: Sanomalehtien liitto
- Autio, Noora (2016) Digtuotoissa isot erot. *Suomen Lehdistö* (4/2016) s.5. Helsinki: Sanomalehtien liitto
- Barwise, Patrick & Picard, Robert (2014) What If There Were No BBC Television? The Net Impact on UK Viewers. Oxford: The Reuters Institute for Study of Journalism (RISJ), University of Oxford. Saatavilla verkossa: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/What%20if%20there%20were%20no%20BBC%20TV_0.pdf
- BBC (2013) Public and Private Broadcasters Across the World—The Race to the Top. BBC. Saatavilla verkossa: http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/bbc_report_public_and_private_broadcasting_across_the_world.pdf
- BBC (2016) BBC Online Creative Review. May 2016. Saatavilla verkossa: http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/bbc_online_creative_review.pdf
- Doyle, Gillian (2002) *Understanding Media Economics*. London: Sage Publications.
- Fletcher, Richard & Nielsen, Rasmus Kleis (2016) Paying for online news: A comparative analysis of six countries. *Digital Journalism*. Julkaistu verkossa 28.10.2016. Doi: 10.1080/21670811.2016.1246373
- Freedman, Des (2008) *Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity.
- Holmberg, Jukka (2016) Katse laveammaksi. Pääkirjoitus. *Suomen Lehdistö* (4/2016) s.3. Helsinki: Sanomalehtien liitto.
- IUM (2016) Yle Evaluointi. 9.6.2016. Helsinki: Mediatoimisto IUM.
- Jyrkiäinen, Jyrki (1994) *Sanomalehdistön keskittyminen*. Acta Universitatis Tamperensis ser A, vol. 409. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Jääskeläinen, Atte (2016) Yle vastaa: Yle teki kuten lupasi. *Yle Uutiset* 24.9.2016. Saatavilla verkossa: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/09/24/yle-vastaa-yle-teki-kuten-lupasi>

Keskisuomalainen (2012) Keskisuomalainen Oyj:n lausunto hallituksen esityksestä eduskunnalle laeiksi Yleisradio Oy:stä ja valtion televisio- ja radiorahastosta annettujen lakien muuttamisesta. 9.3.2012. Saatavilla verkossa: <https://www.lvm.fi/lvm-mahti-portlet/download?did=63993>

KPMG (2015) An Economic Review of the Extent to which the BBC Crowds out Private Sector Activity. A KPMG Report Commissioned by the BBC Trust. BBC Trust. Saatavilla verkossa: http://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/about/how_we_govern/charter_review/annex_b_market_impact.pdf

Kulturdepartement (2015) Open og opplyst: Allmennkringkasting og mediemangfold. Meld. St. 38, (2014–2015). Melding til Stortinget. Saatavilla verkossa: <https://www.regjeringen.no/contentassets/98dcafb6544e4161b32b5c2e8b978d20/nn-no/pdfs/stm201420150038000dddpdfs.pdf>

Kulturministeriet (2016) Public service de næste 10 år. Rapport fra Public Service-udvalget. København: Kulturministeriet. Saatavilla verkossa: <http://kum.dk/servicemenu/publikationer/2016/public-service-de-naeste-10-aar/>

Lyytinen, Jaakko (2016) Sisäpiirilähteet HS:lle: Hallitus haluaa karsia Yleisradion tehtäviä ja leikata rahoitusta. *Helsingin Sanomat* 4.2.2016. Saatavilla verkossa: <http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002883925.html>

Mattila, Mattias (2016) Ylen toimitusjohtaja Satosen työryhmän esityksestä: ”Yksimielisyyden saavuttaminen äärimmäisen arvokasta muttei tavallista”. *Yle Uutiset* 16.6.2016. Saatavilla verkossa: <http://yle.fi/uutiset/3-8962747>

Mikkonen, Mikael (2016) Yle-vero säilyy – Satosen työryhmä kertoi työnsä tuloksista. *Yle Uutiset* 16.6. 2016. Saatavilla verkossa: <http://yle.fi/uutiset/3-8963484>

MINTC (2015a) Mediamarkkinat ja Yleisradion asema selvitykseen. Tiedote 03.08.2015. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö. Saatavilla verkossa: <https://www.lvm.fi/-/mediamarkkinat-ja-yleisradion-asema-selvitykseen-795761>

MINTC (2015b) Kotimaisia mediamarkkinoita arvioiva työryhmä. Asettamispäätös 3.8.2015. LVM/1336/05/2015. Saatavilla verkossa: <https://www.lvm.fi/lvm-site62-mahti-portlet/download?did=176571>

MINTC (2015c). Pätevät pärjäävät. Kotimaisia mediamarkkinoita arvioivan työryhmän raportti. Raportit ja selvitykset 2/2015. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö. Saatavilla verkossa: <http://www.lvm.fi/documents/20181/514507/Raportit+ja+selvitykset+2-2015/>

MINTC (2015d) Yleisradio Oy:n julkisen palvelun tehtävää ja rahoitusta arvioiva parlamentaarinen työryhmä. Asettamispäätös 30.10.2015. LVM/1955/05/2015. Saatavilla verkossa: <https://www.lvm.fi/lvm-site62-mahti-portlet/download?did=184647>

MINTC (2016) Parlamentaarisen työryhmän muistio: Yleisradio oy:n julkisen palvelun tehtävät ja siihen liittyvät muut uudistukset. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö. Saatavilla verkossa: <http://www.lvm.fi/lvm-site62-mahti-portlet/download?did=207240>

MRTV (2015) Utveckling och påverkan i allmänhetens tjänst. Rapport från Myndigheten för Radio och Tv. Dnr 13/03001 och 14/01248. Stockholm: Myndigheten för Radio och Tv. Saatavilla verkossa: <http://www.radioochtv.se/Documents/Uppdrag/PS%20Marknadsp%3%A5verkan%202014-2015/Utveckling%20och%20p%3%A5verkan%20i%20allm%3%A4nhetens%20tj%3%A4nst%20inkl%20summary%202015.pdf>

Oliver & Ohlbaum, & Oxera Consulting (2016) BBC Television, Radio and Online Services: An Assessment of Market Impact and Distinctiveness. Saatavilla verkossa: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/504012/FINAL_-_BBC_market_impact_assessment.pdf

PwC (2015) The Impact of a Change in The BBC's Licence Fee Revenue. Saatavilla verkossa: <http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/pdf/bbcfpwc2015.pdf>

RISJ (2016) Analysis of the Relation Between and Impact of Public Service Media and Private Media. Prepared by The Reuters Institute for Study of Journalism (RISJ), University of Oxford for the Ministry of Culture (Denmark). Copenhagen: Ministry of Culture. Saatavilla verkossa: http://kum.dk/fileadmin/KUM/Documents/Publikationer/2016/Media_Impact_Review.pdf

Seppälä, Antti (2016) Keskisuomalainen ostaa Mediatalo ESAn. *Yle Uutiset* 30.9.2016. Saatavilla verkossa: <http://yle.fi/uutiset/3-9202049>

SNF (2015) Konkurransmessige virkninger av noen utvalgte NRK-tjenester. SNF- prosjekt nr. 9039 Prosjektet er finansiert av Kulturdepartementet. Bergen: Samfunns- og Næringslivsforskning. Saatavilla verkossa: <https://www.regjeringen.no/contentassets/98dcafb6544e4161b32b5c2e8b978d20/NN-NO/SVED/KonkurransmessigeVirkninger.pdf>

Taloustutkimus (2016) Ylen vaikutus internetin uutispalvelujen käyttöön. Helsinki: Taloustutkimus.

VKL (2016) Pyyntö Yle Uutisten verkkopalvelu-uudistuksen ennakoarvioinnista. 29.9.2016. Helsinki: Viestinnän Keskusliitto.