



Liikenne- ja
viestintäministeriö

Pätevät pärjäävät

Kotimaisia mediamarkkinoita arvioivan
työryhmän raportti

Liikenne- ja viestintäministeriön

visio

Hyvinvointia ja kilpailukykyä hyvillä yhteyksillä

toiminta-ajatus

Liikenne- ja viestintäministeriö edistää väestön hyvinvointia ja elinkeinoelämän kilpailukykyä. Huolehdimme toimivista, turvallisista ja edullisista yhteyksistä.

arvot

Rohkeus

Oikeudenmukaisuus

Yhteistyö



Raportin nimi
Pätevät pärjäävät. Kotimaisia mediamarkkinoita arvioivan työryhmän raportti

Tekijät
Kotimaisia mediamarkkinoita tarkasteleva työryhmä
Anssi Vanjoki (pj.)
Reetta Meriläinen
Kalle Isokallio
Mikael Jungner

Toimeksiantaja ja asettamispäivämäärä
Liikenne- ja viestintäministeriö 3.8.2015

Raportin numero

Raportit ja selvitykset 2/2015

ISBN (verkkojulkaisu) 978-952-243-468-5
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-468-5>
HARE-numero

Asiasanat

media, lehdistö, TV, radio, internet, digitalisaatio, sääntely, kilpailu

Yhteyshenkilö

Työryhmän sihteerit Päivi Antikainen ja
Emil Asp 0295 534 2498

Muut tiedot

Tiivistelmä

Liikenne- ja viestintäministeri Anne Berner asetti 3.8.2015 työryhmän, jonka tehtävänä oli arvioida kotimaisia mediamarkkinoita. Työryhmän puheenjohtajana toimi professori Anssi Vanjoki. Työryhmä kartoitti mediatoimialan eri toimijoiden tilaa ja alan tilannetta tukeutuen lukuisiin aiempiin toimialakatsauksiin sekä muiden maiden kehitykseen. Työryhmä kuuli ja haastatteli laajasti alan toimijoita ja vaikuttajia. Työryhmä sai lausuntoja kymmeniltä mediatoimialan yrityksiltä ja yhteisöiltä. Työryhmä tekee selvityksiinsä perustuen useita toimenpide-ehdotuksia.

Muuttuvassa, globaalien kilpailun mediamaailmassa kuluttajia ei voida ohjata tiettyihin välineisiin ja käyttötapoihin. Mediamarkkinoiden tulee antaa toimia mahdollisimman vapaasti ja teknologianeutraalisti. Käytetyn ajan, välineen ja palvelun tulee olla kuluttajan valinta. Mediapolitiikan tärkein rooli on reilun kilpailuympäristön takaaminen. Kuluttajien päätökset ratkaisevat.

Teknologianeutraalin kilpailun aikaansaamiseksi välinekohtaista sääntelyä tulee päästä eroon. Yleisradion tehtävät on parlamentarisessa työryhmässä määriteltävä tarkemmin. Koko suomalaisen mediamarkkinan toimintaa auttaisi myös Ylen siirtyminen kohti nykyistä kilpailullisempaa toimintamallia omaa tuotantoa vähentämällä.

Sisältöjen jakelun osalta työryhmä ehdottaa markkinaehtoista T2-siirtymää sekä uusia postinjakelumalleja. Kaupallisten kanavien siirtovelvoite voidaan poistaa.

Tekijänoikeusjärjestelmän tulee toimia mahdollisimman joustavasti. Media-alan koulutusta taas voidaan vähentää ja osa aloituspaikoista tulee muuntaa jatkokoulutuspaikoiksi. Lisäksi alan koulutukseen tulee lisätä uusia, paremmin digitalisoituvassa maailmassa toimivia painopisteitä.



Rapportens datum
7.12.2015

Rapportens namn
Vinn eller försvinn.
Rapport från den arbetsgrupp som utvärderar den finländska mediemarknaden.

Författare
Arbetsgruppen för utvärdering av den finländska mediemarknaden
Anssi Vanjoki (ordf.)
Reetta Meriläinen
Kalle Isokallio
Mikael Jungner

Tillsatt av och datum
Kommunikationsministeriet 3.8.2015

Rapportens nummer

Rapporter och utredningar 2/2015

ISBN (webbpublikation) 978-952-243-468-5
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-468-5>
HARE-nummer

Ämnesord

media, press, TV, radio, internet, digitalisering, reglering, konkurrens

Kontaktperson

Arbetsgruppens sekreterare Päivi Antikainen ja Emil Asp 0295 534 2498

Rapportens språk

Finska

Övriga uppgifter

Sammandrag

Kommunikationsminister Anne Berner tillsatte den 3 augusti 2015 en arbetsgrupp med uppgift att utvärdera den inhemska mediemarknaden. Professor Antti Vanjoki var ordförande för arbetsgruppen. Arbetsgruppen kartlade läget för olika medieaktörer och för mediebranschen med hjälp av flera tidigare branschöversikter samt med beaktande av utvecklingen i andra länder. Arbetsgruppen har hört och intervjuat aktörer och inflytelserika parter inom branschen. Tiotals företag och sammanslutningar inom mediebranschen bidrog till utvärderingen genom att lämna in sina utlåtanden. Tack vare utredningen lägger arbetsgruppen fram flera åtgärdsförslag.

I en föränderlig medievärld som präglas av global konkurrens kan konsumenterna inte styras in på vissa medier eller på vissa sätt att använda medier. Mediemarknaden bör få fungera så fritt och teknikneutralt som möjligt. Det är konsumenterna själva som väljer hur mycket tid de lägger ned på olika medier samt vilka medier och vilka tjänster de använder. Mediepolitikens viktigaste roll är att säkerställa en rättvis konkurrensmiljö. Det är konsumenternas val som avgör hur marknaden utvecklas.

Teknikneutral konkurrens kräver att den tekniskspecifika regleringen slopas. Rundradions (Yles) uppgifter bör definieras noggrannare av en parlamentarisk arbetsgrupp. Hela den finländska mediemarknaden skulle gynnas av att även Yle övergick till mer konkurrensinriktad verksamhet genom att minska på sin egen produktion.

Vad gäller distribution av innehåll föreslår arbetsgruppen en marknadsmässig övergång till T2 och till nya postutdelningssätt. Kommersiella kanalers distributionskyldighet kan slopas.

Upphovsrättssystemet bör vara så flexibelt som möjligt. Medieutbildning bör minskas och en del av de nya studieplatserna bör föras över till vidareutbildningen. Utbildningen bör dessutom kompletteras med nya tyngdpunktsområden som är relevanta i en digitaliserad värld.

Date
7 December 2015

Title of the report
The competent will thrive. Report by the working group assessing the Finnish media market

Author(s)
Working group on the assessment of the Finnish media market
Anssi Vanjoki (chair)
Reetta Meriläinen
Kalle Isokallio
Mikael Jungner

Commissioned by, date
Ministry of Transport and Communications 3.8.2015

Number of the report

Reports 2/2015

ISBN (online) 978-952-243-468-5
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-468-5>
Reference number

Keywords

media, press, TV, radio, internet, digitalisation, regulation, competition

Contact person

Secretaries of the working group Päivi Antikainen and Emil Asp +358 295 534 2498

Language of the report

Finnish

Other information

Abstract

On 3 August 2015, Minister of Transport and Communications Anne Berner appointed a working group tasked with the assessment of the Finnish media market. Professor Anssi Vanjoki acted as the working group's chair. The working group surveyed the current status of the media sector's different actors and the status of the field comparing these to numerous previous sector reviews and development observed in other countries. The working group heard from and interviewed the sector's actors and impactors extensively. The working group received statements from tens of media sector companies and associations. Based on its findings, the working group makes numerous proposals for measures.

In the ever changing media world fuelled by global competition, consumers cannot be steered to certain devices and the manner in which they are used. The media market must be allowed to operate as freely and technologically neutrally as possible. Consumers must be able to choose the amount of time, the devices and the services they use. The most important role of media policy is to guarantee a fair competition environment. Choices made by consumers are decisive. In order to achieve technologically neutral competition, device-specific regulation must be done away with. The Finnish Broadcasting Company's (YLE) tasks must be specified in a parliamentary working group. If YLE transitioned to a more competitive operating model than currently by reducing its own production, this would benefit the entire Finnish media market

With regard to the distribution of content, the working group proposes a market-driven T2 transition and new postal distribution models. The must-carry obligation can be eliminated. The copyright system must function as flexibly as possible. Media education programmes can be reduced and some of their starting places must be transformed into further education places. Additionally, new focus points must be added to the sector's education.

Sisällysluettelo

Johdanto	2
Tiivistelmä toimenpiteistä	4
Raportin lähtökohdat.....	5
Toimenpiteet.....	6
2.1 Teknologianeutraali kilpailu.....	6
2.2 Yleisradion asema	8
2.3 Sisältöjen jakelu.....	10
2.4 Tekijänoikeudet.....	12
2.5 Media-alan koulutus.....	13
2.6 Tuet.....	13
Liitteet	15

Johdanto

Tieto- ja viestintäteknologioiden ripeä ja kiihtyvä kehitys, verkottuminen ja sulautuminen toisiinsa on liittänyt kaiken maailman tiedon yhteen. Tämä ilmiö, digitalisoituminen, muokkaa moninaisesti käyttäytymistämme. Digitalisaatio kiihdytti voimakkaasti globalisaatiota ja on muodostanut kaikille tuotannontekijöille ja osaamiselle maailmanlaajuiset markkinat. Teollinen tuotanto on jo laajasti uudelleen jakautunut osaamisen hinnanmuodostuksen, logististen kustannusten ja tuotannontekijöiden saatavuuden funktiona. Tämä kehitys jatkuu.

Paikallista resurssia vaativat palvelualat ovat vielä lujasti paikkaan sidottuja, mutta digitalisaatio on mullistanut sisältöpalvelujen markkina- ja tuotantokentän täysin. Kotimaisten kielten suojassa toiminut suomalainen mediamarkkina on kohdannut sisäisen markkinakilpailun lisäksi kehittyneen ulkomaisen kilpailun.

Suomen pitkään jatkunut talouden surkastuminen ja kuluttajien heikentynyt usko kulumismahdollisuuksiinsa on iskenyt voimakkaasti mediamarkkinaan. Digitalisaation ja talouskehityksen seurauksena myös Yleisradion asema markkinaehtoisesti toimivien yritysten kilpailijana on monin osin muodostunut vääristyneeksi ja lisännyt markkina-ahdinkoa. Suomalainen mediateollisuus ja -markkina laajasti otettuna on kohdannut ja hyödyntänyt digitalisaation mahdollisuudet hyvin vain peliteollisuuden ja verkko-operoinnin osalta. Muilla mediamarkkinan osilla on ollut kyse enemmänkin sopeutumisesta tilanteeseen. Poikkeuksiakin tästä on, mutta kotimarkkinan pienuus on rajoittanut varsinaisten menestystarinoiden syntyä.

Maamme verkkorakenne on kehittynyt, mutta tämän hyödyntäminen on rajoittunut lähinnä tehokkaaseen jakeluun. Uusia mediatyyppejä, sisältöinnovaatioita ja kansainväliseen menestykseen pyrkiviä mediaformaatteja on syntynyt vain vähän. Digitalisaatio on murros, jossa on sekä voittajia että häviäjiä. Suomessa on edellytykset menestyksen luomiseen media-alalla, mutta vanhan puolustaminen, markkinaehtoisten toimijoiden ja Yleisradion välinen epäsuhta sekä media-alaa turhaan rasittava säätely vievät pontta välttämättömältä uudistumiselta.

Alan ripeä, rajat ylittävä kansainvälistyminen, ketjuuntuminen ja sosiaalisen median aikaansaama mediakäyttäjien ja -lukutaidon muutos rytmittävät ja määrittävät kilpailukentän. Tässä kilpailukentässä on pyrittävä aikaan saamaan tilanne, joka mahdollistaa tasapuolisen osallistumisen suosimatta erityisesti mitään medialohkoa, jakelua, sisällöntuotantoa tai yksittäistä yritystä. Erityisen tärkeää on varmistaa kansallisesti ja kansainvälisesti yhtenäinen alan säätely, suhtautuminen tekijänoikeuksiin ja alaa rajaaviin tekniikkiin ja kaupallisiin lisensseihin, lupiin ja rajoituksiin.

Pääministeri Juha Sipilän hallitusohjelmaan kirjattujen mediaan ja kotimaiseen sisällöntuotantoon vaikuttavien linjausten toteutumiseksi asetti liikenne- ja viestintäministeri Anne Berner 3.8.2015 työryhmän, jonka puheenjohtajaksi nimettiin allekirjoittanut, professori Anssi Vanjoki ja jäseniksi kirjailija Kalle Isokallio, toimitusjohtaja Mikael Jungner ja vapaa toimittaja Reetta Meriläinen. Työryhmän työtä ovat avustaneet viestintäneuvos Päivi Antikainen, lainsäädäntöneuvos Maaret Suomi ja ylitarkastaja Emil Asp.

Työryhmä on saamansa tehtävän mukaisesti kartoittanut mediatoimialan eri toimijoiden tilaa ja alan tilannetta laajasti tukeutuen lukuisiin aiemmin tehtyihin laajoihin toimialakatsauksiin. Käytössämme on ollut myös laaja kansainvälinen aineisto ja muistioita vastaavien työryhmien työstä eri Euroopan maissa. Lisäksi olemme kuulleet ja haastatelleet kymmeniä alan toimijoita ja vaikuttajia sekä pyytäneet ja saaneet lausunnot kymmeniltä mediatoimialan yrityksiltä ja yhteisöiltä.

Tilanteeseen ja keräämäämme aineistoon, lausuntoihin ja kuulemisiin perustuen olemme pyrkineet ideoimaan ja ehdottamaan toimia, jotka käsitellään seuraavassa tiivistetyssä raportissa. Taustamateriaalina on lisäksi saatavissa kaikki saamamme lausunnot ja aineistoa, jota olemme käyttäneet.

Haluan kiittää työryhmää ja avustaneita virkamiehiä antaumuksellisesta paneutumisesta aiheeseen ja ripeästä ja luovasta otteesta annetun tehtävän täyttämässä. Media-alalla "pätevät pärjäävät".

Anssi Vanjoki
Työryhmän puheenjohtaja
Professori, Lappeenrannan Teknillinen Yliopisto

Tiivistelmä toimenpiteistä

- Mainonnan sääntelyä pitää purkaa
- Digitaalisille ja fyysisille sisällöille sama arvonlisävero
- Kuvaohjelmalain keventäminen ja siirtyminen itsesääntelyyn
- Viestintäviraston valvontamaksujen poistaminen
- Yleisradion tehtävät määriteltävä tarkemmin
- Yleisradion tulee toimia jakeluyhtiönä ja osto-organisaationa
- Riippumattomien tuotantojen kiintiötä pitää kasvattaa kolmeenkymmeneen prosenttiin Yleisradion kaikista kuluista
- Ylestä kansallinen sisältöalusta
- Ylen toiminnalle riippumaton valvonta
- T2-jakeluun siirryttävä markkinaehtoisesti
- Tuetaan IP-jakelua
- Poistetaan kaupallisten kanavien siirtovelvoite
- Edistetään innovatiivisia postinjakelumalleja
- Joustavampi tekijänoikeusjärjestelmä
- Vähennetään media-alan koulutuksen aloituspaikkoja, lisätään täydennyskoulutusta
- Media-alan koulutukseen uusia painopisteitä
- Tuetaan kotimaista digitaalista uutispalvelua

Raportin lähtökohdat

Työryhmä on ottanut raporttinsa lähtökohdaksi kuluttajan ja toimivien markkinoiden näkökulman. Työryhmän toimenpide-ehdotukset tavoittelevat toimivan kotimaisen mediamarkkinan aikaansaamista sekä kuluttajan valinnanvapauden turvaamista globaalien kilpailun maailmassa.

Kuluttajan näkökulmasta verkko on lisännyt mediasisältöjen saatavuutta ja vaihtoehtoja huomasti. Myös ulkomaisiin mediasisältöihin pääsee helposti käsiksi, kun fyysisen jakelun ja etäisyyden tuomat rajoitteet ovat osittain väistyneet. Mediasisältöjä kulutetaan aiempaa enemmän.

Suomen mediamarkkinoilla on monia haasteita. Kielen ja kulttuurin rajaama markkina-alue on pieni. Liiketoimintamallit ovat murroksessa samalla kun suurilla resursseilla operoivat globaalit toimijat ja palvelut kahmivat yhä suuremman osan niin mediaan käytetystä ajasta kuin mainostuotoistakin. Tilanne on osaltaan johtanut siihen, että perinteisten mediatoimijoiden taloudellinen tilanne on vaikeutunut huomattavasti. Tämä on lisännyt myös suomalaisen markkinan keskittymistä muutamalle suurelle toimijalle.

Median käyttötottumukset ovat muuttuneet rajusti. Sisältöjä kulutetaan yhä enemmän mobiilisti ja verkon kautta. Sisällöntuotannolle on syntynyt uusia malleja. Erityisesti nuorten mediakäyttäytyminen on muuttunut. Esimerkiksi lineaarisen television katselu on vähentynyt selkeästi muun muassa erilaisten tilausvideopalveluiden osuuden kasvaessa.

Teknologian kehitys ja uudet sisällöt sekä palvelukonseptit muuttavat toimintaympäristöä nopeasti. Mainonnan estäjien (adblock) yleistyminen todistaa, että kuluttajien tarpeet ja näkökulmat täytyy ottaa aiempaa paremmin huomioon. Mainonnan määrä ja tavat on osin koettu epämiellyttäväksi, minkä vuoksi ongelma on kierretty kehittyneen tekniikan avulla. Verkon ansaintalogiikat voivat muuttua hyvin nopeasti; tilanne elää kaiken aikaa.

Kuluttajia ei voida pyrkiä ohjaamaan liikaa kansallisilla ratkaisuilla ja protektionistisella lähestymistavalla tiettyihin välineisiin ja käyttötapoihin. Liian tiukkojen ja eriarvoistavien normien asettaminen eri välineiden näkökulmasta ei toimi. Mediamarkkinoiden tulee antaa toimia mahdollisimman vapaasti ja teknologianeutraalisti. Innovaatioille on tilaa ja tilausta.

Käytetyn ajan, välineen ja palvelun tulee olla kuluttajan valinta. Nykyisten ansaintamallien ja toiminnan suojaaminen ei voi toimia mediapolitiikan lähtökohdanna.

Uuden toiminnan aloittamisen ja ideoiden käytäntöön viemisen täytyy olla mahdollista. Ulkomaiset toimijat tekevät näin joka tapauksessa. Toimijoiden täytyy pystyä tarjoamaan sitä, mitä kuluttajat haluavat, kuluttajien haluamalla välineillä ja tavoilla ilman markkinoille tulon esteitä.

Mediapolitiikan tärkein rooli on reilun kilpailuympäristön takaaminen. Kuluttajien päätökset ratkaisevat.

Reilun toimintaympäristön tarjoaminen on samalla yksi tärkeimmistä tavoista tukea sananvapautta ja moniarvoista mediaa. Ilman toimivia markkinoita uutisten ja muiden sisältöjen tarjonta heikkenee.

Toimivilla markkinoilla media-alan toimijoilla itsellään on suurin vastuu omasta pärjäämisestään ja oman paikkansa sekä ansaintalogiikan löytämisestä. Vastuu toteutuu riippumatta valitusta toimintamallista, joka voi olla esimerkiksi tilaajapohjainen niche- tai yh-

teisömedia, mainosrahoitteinen tilausvideopalvelu, joukkorahoitettu freelance-tuotanto vai suoraan kansainväliseen levitykseen tähtäävä formaatteihin keskittyvä tuotantoyhtiö. Kilpailu kiristyy: enää vastassa eivät ole vain naapuritalon- tai kaupungin toimijat.

Globaalien mediamarkkinoiden tie on kaksisuuntainen: myös suomalaisilla toimijoilla on mahdollisuus luovan alan vientiin, suomeksi tai englanniksi. Tämä mahdollisuus ei kuitenkaan voi toteutua, jolleivät suomalaiset toimijat voi pelata samoilla säännöillä kuin ulkomaiset.

Työryhmä tiedostaa, että niin julkisen palvelun kuin kaupallisella medialla on myös vahva yhteiskunnallinen funktio. Suomalaisen median saatavuus on tärkeätä erityisesti demokratian näkökulmasta. Median journalistisiin tehtäviin kuuluu tiedonvälitys kansalaisille niin valtakunnallisista kuin paikallisistakin asioista, julkisen keskustelun herättäminen ja ylläpito, kansalaisia koskevien päätösten kriittinen tarkastelu ja faktoihin perustuva uutisointi, erityisryhmien ja -yleisöjen tarpeista huolehtiminen sekä yhteisöllisyyden luominen.

Yhteiskunnallisen merkittävyytensä vuoksi näitä funktioita toteuttavaa suomalaista mediaa ja suomalaisten mediasisältöjen tuottamista voidaan tukea niin selkeästi määritellyllä julkisella palvelulla kuin reilun ja teknologianeutraalin kilpailun varmistamisella.

Toimenpiteet

2.1 Teknologianeutraali kilpailu

Mainonnan sääntelyä pitää purkaa

Suuri osa mainonnan sääntelystä pohjautuu Euroopan Unionin audiovisuaalisia mediapalveluita koskevaan direktiiviin. Direktiivi pyrkii luomaan yhteiset säännöt eurooppalaiselle AV-alalle. Direktiivi sisältää muun muassa tv-lähetysten eurooppalaisten sisältöjen kiintiöitä sekä näkö- ja kuulorajoitteisten palveluihin liittyvää sääntelyä.

Mainonnan osalta AV-direktiivi määrittelee erilaisia mainonnan määrää ja laatua koskevia rajoitteita. Esimerkiksi televisiomainonnan maksimikesto, 12 minuuttia per tunti, määritellään varsin yksityiskohtaisesti.

Mainonnan sääntely ei tällä hetkellä kohdistu tasapuolisesti ja teknologianeutraalisti media-alan eri toimijoihin. Lisäksi globaaleilla toimijoilla on kotimaisiin nähden etulyöntiasema. Rajoitukset eivät tällä hetkellä kohdistu samalla tavalla esimerkiksi internetin kautta toimiviin ulkomaisiin tahoihin.

Mediankäytön yhä muuttuessa ja siirtyessä verkkoon kuluttajat törmäävät mainoksiin, jotka on kielletty tai joita on rajoitettu Suomessa ja Euroopassa tietyissä välineissä. Aika ja tekniikka ovat ajaneet sääntöjen ohi. Kuluttajan suojeleminen erityissäännöksillä ei toimi enää nykymaailmassa. Sekä kuluttajan suojelussa että mainonnan sääntelyssä tulee siirtyä kohti yleissääntelyä esimerkiksi toimialakohtaisen erityissääntelyn sijaan.

Mainonnan sääntely ei saa Suomessa ylittää direktiivin vaatimaa vähimmäistasoa. Kansallisesti tulee purkaa esimerkiksi radiomainonnan aikarajoitukset ja sekä muun muassa mietojen alkoholijuomien mainosrajoituksia. Viestinnän keskusliiton arvion mukaan direktiivin tason yli menevien rajoitusten poistolla voitaisiin saavuttaa noin 10-20 miljoonan euron lisätulot vuodessa.

Vuonna 2016 alkavassa AV-direktiivin uudelleentarkastelussa Suomen tulee pyrkiä keventämään mediaan ja mediasisältöihin kohdistuvaa sääntelyä sekä korostaa teknologianeutraaliutta. Turhasta sääntelystä olisi hankkiuduttava eroon.

Mainonta ja yksityisyys

Markkinoinnin kehittyminen yhä analyttisemmäksi luo median digitalisoituessa epätasapainon kuluttajan saamien etujen ja hyötyjen ja yksityisyyden välille. On huolehdittava siitä, että rajat ylittävä digitaalinen media ja sosiaaliset verkostot eivät saa mainonnan ja markkinoinnin suunnittelun kannalta oleellisessa kuluttajakäyttäytymisen analysoinnissa ylivertaista etua kotimaisiin toimijoihin verrattuna.

Suomalaisen median on kyettävä tarjoamaan markkinoijien käyttöön kilpailukykyiseen analyysiin perustuvaa tietoa yleisöstään. Suomen tulee vaikuttaa eurooppalaiseen päätöksentekoon liialliseen digitaalista kilpailukykyä haittaavan yksityisyydensuojan sääntelyn osalta. Medialle tulee antaa mahdollisuus yhdistää kuluttajan suostumuksen perusteella saatuja digitaalisia tietoja. Tämä olisi sekä mainostajien että kuluttajien etu.

Media- alan sopeutuminen uuteen digitaalisesti orientoituneeseen suunniteluun ja luovuuteen edellyttää mainos- ja mediatoimistoilta laajemmin muun muassa matemaattisen, psykologisen ja sosiaalitieteellisen osaamisen yhdistelyä. Alalla tulee olla mahdollisuus kuluttajien ja mediayleisöjen laajempaan tilastolliseen analyysiin sekä vaikutusten hallintaan. Tässäkin laaja kuluttajan hyväksyntään perustuvan hyödyntämisoikeuden tulee mahdollistaa nykyistä paremmat markkinointipäätökset sekä uusien ansaintalogiikoiden ja liiketoimintamallien luonti.

Digitaalisille ja fyysisille sisällöille sama arvonlisävero

Arvonlisäverotus kohtelee tällä hetkellä tilattavia mediasisältöjä eri tavalla riippuen siitä, toimitetaanko sisältö fyysisessä vai digitaalisessa muodossa. Paperilehdet ja kirjat katsotaan EU:n arvonlisäverodirektiivissä tuotteeksi, digitaalisesti toimitetut taas sähköisiksi palveluiksi, joihin ei direktiivin mukaan voida soveltaa alennettua 10 % verokantaa. Suomessa digitaaliset mediasisällöt kuuluvat yleiseen 24 % verokantaan.

Verotuksen tulee olla teknologianeutraalia ja verokantojen samansuuruisia. Minkään mediamuodon ei pidä saada suhteellista tukea. Nykyinen malli osaltaan jumiuttaa toimijoita vanhoihin toimintamalleihin. Se hidastaa uusien digitaalisuuteen perustuvien ansaintamallien kehitystä.

Tällä hetkellä – erityisesti kansainvälisen kilpailutilanteen vuoksi – on perusteltua sijoittaa digitaaliset sisällöt samaan alennettuun verokantaan tilattavien paperilehtien kanssa.

Digitaalisten mediasisältöjen arvonlisäveroa tarkastellaan osana Euroopan Unionin digitaalisten sisämarkkinoiden strategiaa vuoden 2016 aikana. Suomen tulee hallitusohjelman kirjauksen linjan mukaisesti vaikuttaa teknologianeutraalin ratkaisun syntymiseen. Digitaalisten mediasisältöjen arvonlisäverotus täytyy voida asettaa samalle tasolle fyysisesti jaettujen sisältöjen kanssa.

Kuvaohjelmalain keventäminen ja siirtyminen itsesääntelyyn

Kuvaohjelmalain tavoite on lasten suojeleminen haitallisilta sisällöiltä. Kuvaohjelmalla tarkoitetaan "elokuvaa, televisio-ohjelmaa, peliä tai muuta liikkuvina kuvina teknisin keinoin katseltavaksi tarkoitettua sisältöä" (Kuvaohjelmalaki 3 §). Laissa säädetään erilaisia velvoitteita kuvaohjelmien tarjoajille. Velvoitteet koskevat muun muassa ohjelmien ikärajoja, luokittelua sekä esitysaikoja.

Kansallisen audiovisuaalisen instituutin mukaan vuonna 2014 luokiteltiin yhteensä 19 146 kuvaohjelmaa¹. Nykyisen luokittelukäytännön mukaisesti esimerkiksi luokiteltavaksi kuuluvasta tv-sarjasta luokitellaan jokainen jakso. Luokittelua ei voi tehdä suoraan koko sarjalle.

Kuvaohjelmanlaki asettaa suomalaiset toimijat eriarvoiseen asemaan kansainvälisten kilpailijoiden kanssa. Kuvaohjelmalaissa määritetyt velvollisuudet, jotka koskevat muun muassa kuvaohjelmaluokittelijoiden kouluttamista sekä valvontamaksuja, aiheuttavat tv-yhtiöille ylimääräisiä kustannuksia.

Eniten kustannuksia syntyy eniten sisältöjä tarjoaville. TV-toimijoiden arvion mukaan kuvaohjelmanlain velvoitteista aiheutuu alalle vuosittain yhteensä noin 400 000 euron kustannukset.

Kuvaohjelmanlain tuomia, muun muassa ohjelmien luokittelua koskevia vaatimuksia, hallinnollista taakkaa ja niiden kustannuksia ei kansainvälisillä toimijoilla ole. Erityisesti nuorten mediankäyttötapojen muuttuessa ja kansainvälisten verkon yli toimitettujen sisältöjen katseluajan kasvaessa laki ei vastaa tarkoitustaan.

Työryhmä ehdottaa, että kuvaohjelmien valvonnassa siirrytään alan itsesääntelyyn ja omavalvontaan, jossa käytetään selkeitä sisältösymboleja ja ikärajamerkintöjä. Jo nykyään toimitaan näin sopimusperusteisesti lapsille haitallisten ohjelmien esitysaikojen suhteen. Yhteisten käytäntöjen rikkomisesta voidaan langettaa esimerkiksi sakkorangaistus, samoin kuin jo tällä hetkellä määrätään kuvaohjelmanlain rikkomisesta.

Viestintäviraston valvontamaksujen poistaminen

Viestintävirasto kerää valvontamaksuja ohjelmisto- ja radiotoimintaa harjoittavilta yhtiöiltä. Esimerkiksi ei-alueellisen toimiluvan haltija maksaa 16 000 euroa jokaista televisio-ohjelmistoa kohden.

Lähetyskanavaan ja -välineeseen perustuvat maksut eivät konvergoituvan median maailmassa ole kohtuullisia. Internetvälitteisten ohjelmistojen tarjoajilta ei valvontamaksuja peritä.

Mikäli mainonnan sääntelyä kevennetään, Viestintävirastolla ei ole tarvetta kerätä kustannusperustaisia maksuja valvontatoimintansa rahoittamiseen.

2.2 Yleisradion asema

Yleisradion tehtävät määriteltävä tarkemmin

Kaupalliset mediat pitävät Yleisradion vahvaa asemaa ja resursointia kilpailua vääristävänä. Ehdotamme Yleisradion tehtäviä ja rahoitusta arvioivalla työryhmälle, että yhtiön tehtäviä tulee täsmentää.

Työryhmän mielestä yhtiön rahoituksen taso tulee tarkistaa nykyistä tarkemmin määriteltyjen tehtävien ja niiden sisällön perusteella. Julkisrahoitteisen toimijan ja kaupallisten toimijoiden suhteen selkiyttäminen palvelee koko suomalaista mediamarkkinaa ja muo-
vaa toimintaympäristöstä ennustettavamman. Työryhmä katsoo, että Yleisradion tämän

¹ KAVI, Kuvaohjelmien luokittelun ja tarjoamisen valvonnan suunnitelma 2014-2017.
https://kavi.fi/sites/default/files/documents/valvontasuunnitelma_2014-17.pdf

hetkinen, pitkälti yleisöjen maksimointiin ja markkinajohtajuuteen pyrkivä strategia vaikeuttaa huomattavasti kaupallisen median toimintaa.

Yleisradion tulee toimia jakeluyhtiönä ja osto-organisaationa

Suomalaisen median kehityksen kannalta on tärkeää, että Yleisradio siirtyy toiminnassaan kilpailullisempaan toimintatapaan. Tämä tapahtuu lisäämällä ulkoistusta, riippumattomien tuotantojen ostoja sekä kilpailutusta. Kun julkisen palvelun tehtävät määritellään tarkemmin, myös riippumattomilta tuottajilta tehtävät ostot ja yhtiön toiminnan kohdistuminen eri osa-alueille on helpompi toteuttaa.

Ylen tulee toimia jatkossa yhä enemmän jakeluyhtiönä ja osto-organisaationa. Julkisia palveluita on mahdollista toteuttaa myös kaupallisten toimijoiden tuottamina. Yleisradio voi kilpailuttaa parhaiden tuottajien sisältöjä omien tuotantojensa sijaan. Ylen omaan tuotantoon kohdistuvat työllisyysvaikutukset tasaantuisivat riippumattomien tuottajien sisällön kysynnän kasvaessa.

Riippumattomien tuotantojen kiintiötä pitää kasvattaa kolmeenkymmeneen prosenttiin Yleisradion kaikista kuluista

Ensimmäisenä askeleena kohti uutta, selkeämpää mallia Yleisradion tulee kasvattaa riippumattomien tuottajien käyttöä kaikissa sisällöissään ja kanavissaan, niin televisiossa, radiossa kuin internetissä. Oma tuotantoa vähentämällä ja riippumattomien tuottajien osuutta kasvattamalla voidaan tehostaa Ylen toimintaa ja samalla tukea riippumattomia tuottajia sekä suomalaista media-alaa.

Yleisradio arvioi vuonna 2015 hankkivansa tuotantoyhtiöiltä ohjelmia noin 27 miljoonalla². Niiden osuudeksi Ylen kaikista kuluista muotoutuu noin 6 %. (laskettuna Ylen 2014 tilinpäätöksestä). Osuuden tulee 2016 olla vähintään samalla tasolla. Kaikkien televisio-ohjelmistojen osalta riippumattomien tuottajien osuus lähetyksajasta oli vuonna 2014 yhteensä 34,1 %.³

Tällä hetkellä tietoyhteiskuntakaaren 210§:n mukaisesti televisioyhtiöiden riippumattomia, eurooppalaisia sisältöjä tulee olla joko 19 % lähetyksajasta tai ohjelmistobudjetista.

Ehdotamme, että kotimaisten riippumattomien tuotantojen ja palveluiden osuus tulee määritellä yhtiön koko kaikista kuluista. Sopiva tavoite on kasvattaa riippumattomien tuotantojen osuutta asteittain niin, että vuonna 2020 osuus on 20 % kaikista kuluista. Lopullinen tavoite on käyttää riippumattomiin tuotantoihin 30 % yhtiön kaikista kuluista. Yleisradiota kohti uutta toimintamallia ajava velvoite voidaan kirjata yleisradiolakiin.

Tavoitteena on synnyttää uutta luova suurten ja pienten yritysten toimintakenttä. Keskinäisen kilpailun avulla syntyy uusia, laadukkaita toimijoita ja sisältöjä. Riippumattomat eli indietoimijat tarvitsevat ennustettavuutta ja selkeän suunnan julkisen palvelun kehitykselle.

Ylestä kansallinen sisältöalusta

Yleisradio on laajojen resurssiensa ansiosta kyennyt kehittämään muun muassa tarvittavia teknologioita ja internetsisältöjään, esimerkiksi Areena-palvelun, datajournalismia sekä visualisointia. Strategiansa mukaisesti yhtiö on panostanut yhteistyöhön muiden media-alan toimijoiden kanssa ja työskennellyt esimerkiksi start-up-yritysten kanssa.

² Ylen verkkosivusto, ohjelmia kotikonnuilta ja rajan tuolta puolen:

<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/09/ohjelmia-kotikonnuilta-ja-rajojen-tuolta-puolen>

³ Ylen toimintakertomus viestintävirastolle 2014. <https://drive.google.com/file/d/0B-v6fV6ewetZbk4djNNay1rT0hDYmRMbDcxN3dIajFFRDRF/view>

Vielä laajemmalla yhteistyöllä kaupallisen median kanssa olisi saavutettavissa monia etuja. Esimerkiksi alueelliset toimijat voisivat hyötyä selkeästi resurssien jakamisesta. Pienempien toimijoiden ongelmana on usein resurssien ja kehitysmahdollisuuksien puute.

Myös esimerkiksi teknisen kapasiteetin ja internetjakeluratkaisuiden jakamisella ja yhteisellä käytöllä olisi saavutettavissa huomattavia kustannussäästöjä. Yhteistyön kautta voidaan vauhdittaa kaupallista mediaa ja uusien digitaalisten ratkaisuiden kehitystä luomatta uusia erillisiä tukimekanismeja.

Ylen tuottaman sisällön ja teknisten ratkaisuiden tulee olla avoimia ja vapaasti myös kaupallisten toimijoiden jatkokäytettävissä. Ylen avulla voitaisiin luoda nimenomaan kotimaisiin digitaalisiin sisältöihin keskittyvä alusta, jonka osana voisi olla myös sisältöjen kauppa. Tämä auttaisi esimerkiksi freelance-journalisteja ja muita pienyrittäjiä. Lisäksi kansallinen areena olisi esimerkiksi videobloggareille ja "tubettajille" uusi vaihtoehto kansainvälisille palveluille. Kansallinen etu ei ole se, että kaikki digitaalisen vuorovaikutuksen alustat ovat ulkomaisia. Ylen tehtäviin voidaan sisällyttää rooli kansallisten digitaalisten vuorovaikutusmahdollisuuksien lisääjänä.

Yle Areenan sisällöt tulee saattaa myös kaupallisten toimijoiden käyttöön. Ylen arkistojen pitää olla vapaasti käytettävissä. Asiaan liittyvät tekijänoikeusnäkökulmat tulee sopia Ylessä.

Määriteltäessä tarkemmin Ylen roolia alustana tulee yhdessä löytää ratkaisu, joka huomioi mahdollisesti asiaan vaikuttavan EU-tason normiston, kuten valtioneuvoston päätökset. Sisältöjen jakamista ja vapaata jatkokäyttöä täytyy samalla peilata tekijänoikeuskehikseen.

Ylen toiminnalle riippumaton valvonta

Työryhmä näkee, että Ylen hallinnointia ja valvontaa tulee täsmentää Yle-laissa. Uusien palveluiden arvioinnista tulee tehdä systemaattisempaa.

Verorahoituksella toimivan yhtiön tehokkuutta täytyy valvoa tarkemmin. Työryhmä ehdottaa, että Ylelle tehdään riippumaton tarkastus sen tehtäviä ja rahoitusta pohtivan työryhmän toimikaudella. Tarkastuksessa tulee keskittyä muun muassa Ylen tuotantojen kustannustehokkuuteen ja yhtiön toiminnan tehokkuuteen.

Ylen hallintoneuvoston sihteereinä toimivat nyt Yleisradion työntekijät. Työryhmä näkee, että hallintoneuvoston sihteereiden tulee ennemminkin työskennellä yhtiön toimintaa valvovan eduskunnan tai Viestintäviraston virkamiehinä. Hallintoneuvostolle tulee nimittää eduskuntaan virkasuhteessa oleva pääsihteeri. Hallintoneuvoston on syytä kokoontua eduskunnassa.

2.3 Sisältöjen jakelu

Poistetaan kaupallisten kanavien siirtovelvoite

Siirtovelvoitteella tarkoitetaan kaapelitelevisioverkossa toimivien operaattoreiden velvollisuutta välittää verkossaan korvauksetta valtakunnallisesti näkyviä yleiskanavia. Tällä hetkellä Yleisradion kanavien lisäksi näihin kuuluvat MTV3 ja Nelonen.

Siirtovelvoitteen poistamisella kaikkien kaupallisten kanavien välittämisestä kaapelitelevisioverkossa tulisi sopimukseen perustuvaa toimintaa.

Ennen lopullista päätöstä veloitteen poistamisesta täytyy kuitenkin arvioida eri toimijoihin kohdistuvat taloudelliset ja yhteiskunnalliset vaikutukset. Muun muassa erityisryhmiä tärkeiden ääni- ja tekstityspalveluiden toteutuminen täytyy varmistaa.

T2-jakeluun siirryttävä markkinaehtoisesti

Antennitelevisiossa siirrytään seuraavan toimilupakauden aikana enenevässä määrin perustason tarkkuuden DVB-T1-jakelusta teräväpiirtolähetykset mahdollistavaan DVB-T2-jakeluun. DVB-T2-jakelu lisää kanavanippujen lähetyksen kapasiteettia ja mahdollistaa sekä perustasoiset että teräväpiirtolähetykset. Kuluttaja ei voi vastaanottaa sellaisten kanavanippujen lähetyksiä, joissa lähetykset on toteutettu T2-tekniikalla, jos kuluttajalla ei ole vastaanotinta, jossa on T2-viritin eli esimerkiksi Antenna Ready HD-hyväksytty laite. Toisaalta uuden tekniikan tehostuneen taajuuksien käytön ansiosta tarjolla voi olla enemmän TV-kanavia ja teräväpiirtolähetyksiä.

Ohjelmistotoimijoiden kannalta antennitelevisioiden jakelukustannukset ovat merkittävä kuluerä. Mahdollinen kahdella tekniikalla yhtäaikaaisesti lähettäminen heikentää yhtiöiden mahdollisuuksia panostaa muuhun toimintaansa, sisällöntuotanto mukaan lukien. Kotimaisten TV-toimijoiden arvion mukaan kanavien lähettäminen sekä perus- että teräväpiirtoversioina seuraavalla toimilupakaudella 2017-2026 voi aiheuttaa alalle yhteensä noin 245 miljoonan euron kustannukset. Verkkotoiminnan lisääntyvä kilpailu voi tosin alentaa antennitelevisioiden jakelukustannuksia.

Työryhmän näkemyksen mukaan siirtymä tulee toteuttaa mahdollisimman joustavasti. Pääallekkäisen T1- ja T2-jakelun kustannukset ovat toimijoille huomattavia. Siirtymän aikataulussa ja tavassa tulee huomioida T2-laitepenetraatio. Ennusteen⁴ mukaan 2019-2020 jokaisesta antennitaloudesta löytyy T2-vastaanotin. TV-yhtiöt yhdessä Viestintäviraston tuella voivat kiihdyttää siirtymää kuluttajaviestinnällä.

IP-jakelun tukeminen

Mediasisältöjen jakelun siirtymistä verkkoon tulee tukea kaikin tavoin. Nyt TV-käytössä olevat taajuudet (ns. 470 – ja 694 Mhz) täytyy osoittaa joustavasti ja nopeasti mobiililajakaistan käyttöön, mikäli niitä ei maanpäälliseen jakeluun enää tarvita.

Toimiva tietoliikenneverkko on kilpailukykytekijä myös media-alalle. Mediasisältöjen kulutus syö suuren osan verkon kapasiteetista. Erityisiä panostuksia verkon kapasiteettiin täytyy tehdä Suomen kilpailukykyyn kannalta oleellisilla tiheimmin asutuilla alueilla.

Lisäksi tulisi selvittää, olisiko mobiiliverkon operaattorien toimilupaehtojen määrittelyssä mahdollista käyttää asukastiheyteen ja liikennetarpeeseen perustuvia alueellisia minimikapasiteettivaatimuksia nykyisten maantieteelliseen ja väestöpeittoon perustuvien vaatimusten lisäksi. Tämä tulisi ottaa huomioon uusien taajuusallokaatioiden ja toimilupa-kierrosten yhteydessä.

Edistetään innovatiivisia postinjakelumalleja

Toiminnan digitalisoituessa postinjakelu on suuressa muutoksessa. Esimerkiksi kirjeitä jaettiin 2014 noin 100 miljoonaa kappaletta vähemmän kuin edellisenä vuonna. Muutos tulee jatkumaan toiminnan siirtyessä yhä vahvemmin verkkoon.

Postinjakelun yleispalvelua säätelee EU:n postidirektiivi. Sen mukaan postinjakelu ja -kerääminen tulee järjestää viitenä päivänä viikossa. On selvää, että volyymien jatkuvasti

⁴ Perustuu LVM:n tilaamaan GFK-raporttiin antennitalouksien t2-laitepenetraatiosta

laskiessa viisipäiväinen jakelu on kohtuuton vaatimus. Suomen tulee tältä osin vaikuttaa postidirektiivin uudistamiseen.

Postimarkkinat tulee avata mahdollisimman nopealla aikataululla. Kaksivaiheinen postilain uudistaminen käynnistyi syyskuussa. Ensimmäisessä vaiheessa luovutaan postitoiminnan toimiluvista, jotka korvautuvat Viestintävirastolle tehtävällä ilmoituksella 2016. Vuoden 2016 alussa alkavassa postilain uudistuksen toisessa vaiheessa tarkastellaan koko postimarkkinaa ja muun muassa julkisen palvelun toteuttamismalleja sekä palvelun laajuutta.

Lehtijakelun yhteyteen voidaan yhdistää muita tuotteita tai palveluita. Media-alan yrityksille, erityisesti sanomalehdistölle jakeluiden yhdistely ja lisääntynyt kilpailu tuottaa sekä kustannussäästöjä että uusia ansaintamahdollisuuksia.

Yrityksille tulevien velvoitteiden tulee olla mahdollisimman kevyitä. Osa julkisen palvelun viisipäiväisestä jakelusta tulee tehdä digitaalisesti. Fyysisessä jakelussa tulee sallia mahdollisimman pitkälle menevät kuljetusten yhdistelyt.

Jakelun hinnoittelun tulee olla läpinäkyvää, varsinkin nykyisessä tilanteessa, jossa kilpailu postimarkkinoilla on vielä rajallista.

2.4 Tekijänoikeudet

Joustavampi tekijänoikeusjärjestelmä

Tekijänoikeussäätelyssä ja sopimuksissa tulee siirtyä suuntaan, jossa oikeuksista maksettaisiin todellisten käyttömäärien mukaan. Nykyään potentiaalsiin käyttömääriin perustuvat mallit osaltaan estävät laajempien esitysoikeuksien hankkimista ja sitä kautta viennin mahdollisuuksia. Teknisesti tällaiset mallit ovat jo pitkälti käyttökelpoisia, varsinkin kasvavassa internetjakelussa.

Euroopan Unionissa meneillään olevan satelliitti- ja kaapelidirektiivin sekä aluerajoituksia (geoblocking) koskevien mahdollisten uudistusten osalta Suomen tulee korostaa teknologiarippumattomuutta. Satelliitti- ja kaapelidirektiivi koskee televisiolähetysten lähettämistä satelliitin välityksellä sekä televisiolähetysten edelleen lähettämistä kaapeleitse. Direktiivin tarkoituksena on ollut yksinkertaistaa tekijänoikeuden lisensointia ja luoda edellytykset yhteiselle eurooppalaiselle TV-alueelle.

Työryhmä näkee, että aluerajoituksia ja markkinoille pääsyn esteitä tulee vähentää. Kuluttajalle tämä merkitsisi suurempaa valinnanvapautta. Suomalaisille ja eurooppalaisille mediatoimijoille taas mahdollisen markkina-alueen laajentumista, vaikka kilpailu kotimarkkinoilla erityisesti englanninkielisissä sisällöissä voi koventua.

Säätelyn tulee ylipäätään antaa mahdollisuus laajojen oikeuksien hankkimiseen keskiteysti. Toimijoilla täytyy silti säilyttää mahdollisuus sopia oikeuksista myös vain oman kotimaansa tai sopivaksi katsomansa markkina-alueen osalta.

Työryhmä korostaa myös sopimusvapauden merkitystä. Sopimuksissa tulisi ottaa huomioon myös tulevaisuuden teknologiat ja jakelutavat.

Mallit, joiden avulla voidaan hankkia oikeuksia suoraan oikeudenhaltijoilla, ovat kannattavia. Tekijänoikeusjärjestöjen jäsenillä tulee halutessaan olla laajempi mahdollisuus päättää oikeuksiensa käytöstä järjestöjen linjoista riippumatta.

Työryhmä korostaa tekijänoikeuksien merkitystä elinkeinopoliittisesta näkökulmasta. Tekijänoikeudet tulisivat siirtää työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalle.

2.5 Media-alan koulutus

Vähennetään aloituspaikkoja, lisätään täydennyskoulutusta

Murroksen kourissa olevalta media-alalta on viimeisten vuosien aikana hävinnyt työpaikkoja. Tämän vuoden yhteistoimintaneuvotteluiden jäljiltä media-alan yritykset ovat vähentäneet yli 600 henkilöä⁵. Yhteensä viestintäalalla työskentelee noin 25 000 henkilöä⁶.

Pelkästään journalistisista työpaikoista töistä on viiden viime vuoden aikana hävinnyt noin 10 %.⁷ Journalistien työpaikkoja on hävinnyt noin kahdensadan vuosivauhdilla. Samaan aikaan eri oppilaitoksissa paikan media-alaan liittyvissä koulutusohjelmissa vastaanotti noin 1500 henkilöä⁸, vaikka aloituspaikkoja on viime vuosina vähennetty. On myös huomioitava, että esimerkiksi toimittajana voi työskennellä ja työskentelee runsaasti myös muiden alojen koulutuksen saaneita.

Aloituspaikkoja tulee työryhmän näkemyksen mukaan yhä selvästi vähentää. Muutoksessa olevalla alalla täydennys- ja erikoistumiskoulutuksen rooli on erityisen tärkeä. Työryhmä ehdottaa, että osa alan aloituspaikoista muunnetaan täydennyskoulutuspaikoiksi.

Media-alan koulutukseen uusia painopisteitä

Freelance-työn ja muun muassa suoraan lukijoilta tulevan rahoituksen yleistyessä journalistikoulutukseen tarvitaan painopisteenä myös media-alan yrittäjyyteen ja uusiin ansaintapoihin paneutuvia jaksoja. Muun muassa peliteollisuudesta saadut opit hyvän ja koukuttavan käyttäjäkokemuksen luonnista tulee saada mukaan tulevaisuuden journalistien koulutukseen.

Näiden lisäksi suurten tietoaaineistojen analytiikkaan ja datajournalismiin sekä internetaan palvelukehitykseen liittyviä opintoja tulee lisätä kaikessa journalistikoulutuksessa. Media-ala ja journalismi toimivat yhä enemmän tiedon hyödyntämisen ja sisältöjen optimoinnin pohjalta.

2.6 Tuet

Media toimii kansainvälisesti kilpailuilla markkinoilla. Reilun ja teknologianeutraalin kilpailun varmistaminen on valtion tärkein tehtävä. Erilliset, usein vakiintuneille toimijoille kohdistuvat valtiontuet eivät kuulu kilpailtuun ja konvergoituvaan mediamarkkinaan. Käynnissä olevaa mediamurrosta ei voi eikä pidä pysäyttää valtion tuilla.

Tukien keskittäminen ja myöntäminen tapahtuu edelleen pääsääntönä Tekesin, Suomen Akatemian ja Elokuvasäätiön kautta. Kun siirrytään markkinaehtoiseen toimintaympäristöön, pienet erityisryhmiä palvelevat tuet voidaan hoitaa erillispäätöksin.

⁵ Laskettu SAK:n yt-tilastoista media-alan yritysten osalta. Lisätty Sanoman, Alma Aluemedian ja Marva Groupin yt-neuvotteluiden tulokset. <https://www.sak.fi/aineistot/tilastot/yt-ja-irtisanomistilastot/irtisanomisialomautuksia-ja-yt-neuvotteluja-2015-2015-10-16>

⁶ VKL, Tilastokeskus. http://www.vkl.fi/tietoa_media-alasta/ala_numeroin

⁷ Journalistiliitto, katso mm.

http://www.journalistiliitto.fi/site/assets/files/7644/journalistiliiton_hallitusohjelmatavoitteet_2015-2019.pdf ja <http://www.journalistiliitto.fi/liitto/tietoa-jasenistamme/jasentilastoja/>.

⁸ Opetushallinnon tilastopalvelu Vipunen, hakeneet ja hyväksytyt 2015. Sekä Ammatillisen koulutuksen yhteishaku (audiovisuaalisen viestinnän perustutkinto) että korkeakoulujen hakeneet ja hyväksyneet (korkeakoulujen media-alaan liittyvät koulutusohjelmat) kts. taustamateriaali.

Tuetaan kotimaista digitaalista uutispalvelua

Maakunta- ja paikallislehtien toimintaedellytysten tukemiseksi tulee kehittää kansallista digitaalista palvelua, joka tuottaa lehtien käyttöön tasokasta faktapohjaista valtakunnallista ja kansainvälistä uutisointia sekä kattavan tapahtuma- ja tiedotetietokannan. Kansallinen palvelu edistää maakunta- ja paikallislehtien digitaalista journalismia.

Edellä mainittu uutispalvelu mahdollistaa myös maakunta- ja paikallislehdille reaaliaikaisen kansallisen tilannekuvan tarjoamisen lukijoilleen.

Palvelun kehittämiseen ja käynnistämiseen käytetään olemassa olevia julkisia kilpailukyvyn edistämiseen keskittyviä rahastoja.

Liitteet

Työryhmä kuuli kokouksissaan seuraavia henkilöitä:

Heikki Rotko
 Atte Jääskeläinen / YLE
 Petteri Putkiranta / Sanoma
 Pauli Aalto-Setälä / Aller Media
 Marcus Wiklund / Sanoma Media
 Jukka Leinonen / DNA
 Leena Puntila / Bauer Media Group
 Sari Siikasalmi / SEK
 Viveca Still / Opetus- ja kulttuuriministeriö

Työryhmä pyysi toimikautensa aikana media-alan toimijoilta lausuntoja.

Lausunnon toimittivat:

Posti
 FOX International Channels Oy
 Alma Media Corporation
 MTV Oy
 Yleisradio Oy
 Ylä-Satakunnan Sanomalehti Oy
 Turun Sanomat Oy
 Digita Oy
 Karjala Lehti Oy
 Kaleva Oy
 Long Play & Hacks/Hackers ym
 Ficom ry
 Mainostajien Liitto
 Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry
 Kuuloliitto ry
 Kopiosto
 Teosto
 Lyhty – luovan työn tekijät ja yrittäjät
 RadioMedia ry
 Sanomalehtien liitto
 Suomen Kustannusyhdistys
 Vammaisfoorumi ry, Vammaisten maahanmuuttajien tukikeskus Hilma, Monikulttuurijärjestöjen yhteistyöverkosto Moniheli ry
 Viestinnän keskusliitto
 Aikakausmedia – Aikakauslehtien liitto ry
 Eläkkeensaajien Keskusliitto EKL ry
 Eläkeläisliittojen etujärjestö EETU ry
 Julkisen sanan neuvosto
 Journalistiliitto
 Suomen audio-visuaalisen alan tuottajat – SATU ry
 Kilpailu- ja kuluttajavirasto

Työryhmälle toimitetut lausunnot ovat nähtävillä liikenne- ja viestintäministeriön verkkosivuilla osoitteessa <http://www.lvm.fi/tyoryhmat-ja-selvitysmieshankkeet/-/mahti/asianasiakirjat/69035>

Taustamateriaaleja

Aineeton arvo – talouden uusi menestystekijä. (TEM22/2015)

http://www.tem.fi/files/44433/TEM_oppaat_22_2015_Aineeton_arvo_LR_30112015.pdf

Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2012: 31.

<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2012/liitteet/okm31.pdf?lang=fi>

Barwise, Patrick & Picard, Robert : What if there were No BBC Television? – The Net Impact on UK Viewers, University of Oxford. 2014.

<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/what-if-there-were-no-bbc-television>

Department for culture, media & sports (UK): BBC Charter review- Public consultation

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/445704/BBC_Charter_Review_Consultation_WEB.pdf

European Audiovisual Observatory: The development of the European market for on-demand audiovisual services (March 2014).

http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=9273

Heinonen & Ruotsalainen. KUDOS. Median ja journalismin viriäviä tulevaisuuksia. ME-DEIA-hankkeen loppuraportti. Tulevaisuuden tutkimuskeskus.

https://www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/e-tutu/Documents/eTutu_4-2015.pdf

Internet audiovisuaalisten sisältöjen jakelutienä. Työryhmän raportti (LVM 37/2014)

http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=3082174&name=DLFE-25977.pdf&title=Julkaisuja%2037-2014

Karppinen, Ala-Fossi, Alen-Savikko, Hilden, Jääsaari, Lehtisaari & Nieminen. Kenen media? Vastapaino (2015).

Kuva median murroksesta – mitä käy kasvulle ja työpaikoille? (TEM 25/2014)

https://www.tem.fi/files/41208/TEMrap_25_2014_web_20102014.pdf

Kotimaisen mediatarjonnan merkitys suomalaisilla. Viestinnän keskusliitto (2015).

http://vkl.fi/files/3436/Mediapaiva2015_tutkimusdiat.pdf

Lehdistön tulevaisuus (LVM 35/2013)

http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=2497123&name=DLFE-22618.pdf&title=Julkaisuja%2035-2013

Lehtisaari, Katja & al., Media Convergence and Business Models: Responses of Finnish Daily Newspapers (2012) http://www.helsinki.fi/crc/Julkaisut/Media_Convergence.pdf

Letter from the State Secretary for Education, Culture and Science Sander Dekker to the House of Representatives about the future of the public media system. Government of the Netherlands. <https://www.government.nl/documents/parliamentary-documents/2014/10/13/letter-to-the-house-of-representatives-about-the-future-of-the-public-media-system>

Liikenne- ja viestintävaliokunnan mietintö sähköisen median viestintäpoliittisesta ohjelmasta 18/2012 vp: Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012

https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/mietinto/Documents/livm_18+2012.pdf#search=LiVM%2018%2F2012%20vp

Markkinointiviestinnän määrä Suomessa 2014. Mainonnan neuvottelukunta.
https://asiakas.kotisivukone.com/files/mnk.kotisivukone.com/Markkinointiviestinnan_mara_Suomessa_2014.pdf

Markkinointiviestintä murroksessa: muutostekijät ja niiden vaikutukset suomalaiselle media-alalle (LVM36/2013)
http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=2497123&name=DLFE-22631.pdf&title=Julkaisu%2036-2013

Media-alan luvut. Tilastokatsaus toimialaan. Viestinnän keskusliitto.
http://vkl.fi/tietoa_media-alasta/ala_numeroin

Myndigheten för Radio och TV (SWE): Hur påverkar public service-bolagens verksamheter mediemarknaden? – En översyn av systemet med förhandsprövning av nya tjänster 2015.
<http://www.radioochtv.se/documents/uppdrag/ps%20marknadsp%C3%A5verkan%2020142015/p%C3%A5verkan%20p%C3%A5%20mediemarknaden%20och%20f%C3%B6rhandspr%C3%B6vning%20utkast%2027%20maj.pdf>

Ojanen, Tuomas- Tiilikka, Päivi- Vairimaa, Inka. Selvitys ohjelmistolupajärjestelmän perustulainmukaisuudesta sananvapauden ja elinkeinovapauden näkökulmasta. (2012) Helsingin yliopisto, Kansainvälisen talousoikeuden instituutti, KATTI.
<https://www.lvm.fi/lvm-mahti-portlet/download?did=70409>

Saikkonen, S. & Håkämies P., Mapping Digital Media: Finland - A report by the Open Society Foundations (2014)
<https://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-finland-20140214.pdf>

Suomalaisen radioalan toimintasuunnitelma. Työryhmän raportti (LVM 18/2014)
<http://www.lvm.fi/julkaisu/4415400/suomalaisen-radioalan-toimintasuunnitelma-tyoryhman-raportti>

Suomalainen televisiotarjonta 2014 (LVM 10/2015)
http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=3759144&name=DLFE-27327.pdf&title=Julkaisu%2010-2015

Suomen digitaaliset sisältömarkkinat. Kasvun ja kehityksen edellytykset. Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksiä 13/2015.
<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2015/liitteet/tr13.pdf?lang=fi>

Suomen Tv- ja radiotoimiala 2014, strateginen toimialakatsaus. Balance consulting & Valor.

The 2015 Ad-blocking report. Page Fair & Adobe. <https://blog.pagefair.com/2015/ad-blocking-report/>

Televisioala Suomessa. Toimintaedellytykset internetin aikakaudella (LVM 13/2014)
http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=3082174&name=DLFE-23710.pdf&title=1314%20Televisioala%20Suomessa

Tilastokeskus: Finnish Mass Media (Joukkoviestimet 2013)
http://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/julkaisuluettelo/yklt_jvie_201300_2013_10433_net.pdf

Utveckling och påverkan i allmänhetens tjänst. Myndigheten för radio och tv.
<http://mrtv.se/documents/uppdrag/ps%20marknadsp%20C3%A5verkan%202014-2015/utveckling%20och%20p%20C3%A5verkan%20i%20allm%20C3%A4nhetens%20tj%20C3%A4nst%20inkl%20summary%202015.pdf>

Uutismedia verkossa 2015, Reuters Institute Digital News Report – Suomen maaraportti
<http://www.vkl.fi/files/3147/DNR2015-Suomi-finalb.pdf>

Viestintäviraston toimialakatsaus 1/2015.
https://www.viestintavirasto.fi/attachments/toimialatieto/Toimialakatsaus_1_2015_paivitetty_huhtikuu.pdf

Viestintäviraston toimialakatsaus 2/2015.
https://www.viestintavirasto.fi/attachments/toimialatieto/Toimialakatsaus_2_2015.pdf

Viestintäviraston toimialakatsaus 3/2015
https://www.viestintavirasto.fi/attachments/toimialatieto/Toimialakatsaus_3_2015_FI.pdf

Yhteisöllistyvä media 2013-tutkimus, 15/30 Research (lehdistötiedote saatavilla):
http://www.sanomalehdet.fi/files/3786/Yhteisollistyva_media_tutkimus_2013_Lehdistotiedote.pdf

Tietokantoja:

SAK, yt- ja irtisanomistilastot. <https://www.sak.fi/aineistot/tilastot/yt-ja-irtisanomistilastot/irtisanomisialomautuksia-ja-irtisanomistilastot-2015-2015-10-16>

Opetushallinnon tietopalvelu Vipunen. Hakeneet ja hyväksytyt 2015⁹.
<https://vipunen.fi/fi-fi>

Toimiala-online. Työ- ja elinkeinoministeriö. Työttömät työnhakijat ja avoimet työpaikat ammattin mukaan Ely-keskuksittain kk:n aikana. Haettu media-alaan liittyviä ammatteja¹⁰.
<http://www2.toimialaonline.fi/>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Joukkoviestintä [verkojulkaisu]. ISSN=2323-6329. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 30.11.2015]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/jvie/>

⁹ Hakukohteet: audiovisuaalisen viestinnän perustutkinto, Audiovisuaalisen mediakulttuurin koulutus, taiteen kandidaatti ja taiteen maisteri, Bachelor of Culture and Arts, Media and Arts, Dokumentaarinen elokuva, taiteen kandidaatti ja maisteri, Elokuva- ja tv-käsikirjoitus, taiteen kandidaatti ja maisteri, Elokuva- ja tv-lavastus, taiteen kandidaatti ja maisteri, Elokuva- ja tv-tuotanto, taiteen kandidaatti ja maisteri, Elokuvaleikkaus, taiteen kandidaatti ja maisteri, Elokuvaohjaus, taiteen kandidaatti ja maisteri, Elokuvaus, taiteen kandidaatti ja maisteri, Elokuvaäänitys ja -äänisuunnittelu, taiteen kandidaatti ja maisteri, Informaatiotutkimuksen ja interaktiivisen median tutkinto-ohjelma, Journalistiikan ja viestinnän tutkinto-ohjelma, Journalistiikka, valtiotieteiden kandidaatti, Journalistiikka, yhteishaku, Jyväskylän yliopisto, Kulttuurialan ylempi AMK, muotoilu ja media-ala, monimuotototeutus, Medianom (YH), fotografering, dagstudier, Medianom (YH), mediekultur, Foto och klipp, dagstudier, Medianom (YH), mediekultur, Ljudarbete, dagstudier, Medianom (YH), mediekultur, Manus och regi, dagstudier, Medianom (YH), mediekultur, Online Media, dagstudier, Medianom (YH), mediekultur, Producentenskap, dagstudier, Medianomi (AMK), animaatio ja elokuva, päivätoteutus, Medianomi (AMK), elokuva ja televisio: TV- ja radiotuotanto, monimuotototeutus, Medianomi (AMK), elokuva ja televisio: TV- ja radiotuotanto, päivätoteutus, Medianomi (AMK), elokuva- ja televisiotuotanto: Kuva ja leikkaus, päivätoteutus, Medianomi (AMK), elokuva- ja televisiotuotanto: käsikirjoittaminen, päivätoteutus, Medianomi (AMK), elokuva- ja televisiotuotanto: tuotanto, päivätoteutus, Medianomi (AMK), elokuva- ja televisiotuotanto: äänisuunnittelu, päivätoteutus, Medianomi (AMK), esitys- ja teatteritekniikka, päivätoteutus, Medianomi (AMK), graafinen suunnittelu, monimuotototeutus, Medianomi (AMK), graafinen suunnittelu, päivätoteutus, Medianomi (AMK), journalismi, monimuotototeutus, Medianomi (AMK), journalismi, päivätoteutus, Medianomi (AMK), mainonnan suunnittelu, päivätoteutus, Medianomi (AMK), mediasisällön suunnittelu, päivätoteutus, Medianomi (AMK), monimuotototeutus, Medianomi (AMK), päivätoteutus, Medianomi (AMK), valokuvaus, päivätoteutus, Medianomi (AMK), viestintä: 3D-animointi ja -visualisointi, päivätoteutus, Medianomi (AMK), viestintä: digitaalinen viestintä, päivätoteutus, Medianomi (AMK), viestintä: graafinen suunnittelu, päivätoteutus, Medianomi (ylempi AMK), mediatuottaminen, Mediatutkimus, yhteishaku, Viestinnän, nykysuomen ja englannin kandidaattiohjelma, humanististen tieteidien kandidaatti ja filosofian maisteri (yhteishaku), Viestintä, valtiotieteiden kandidaatti ja maisteri

¹⁰ mm. Graafinen suunnittelija, Kirjailija, Kustannustoimittaja, Toimituspäällikkö, Lehden toimittaja, Radio- ja tv-toimittaja, Muu toimittaja, Lehtivalokuvaaja