

Median keskittyminen ja mediasisältöjen moninaisuus Suomessa

Katja Lehtisaari (Tampereen yliopisto)

Mikko Grönlund (Turun yliopisto)

Heikki Hellman (Vennalammi-tuotannot Oy)

16.1.2023

1 TAUSTA

Median omistuksen ja sisältöjen moninaisuus ovat keskeisiä viestintäpoliittisia arvoja Suomen kaltaisessa demokratiassa. Perustuslakiin kirjattu oikeus vapaaseen tietojen kulkuun ja mielipiteenmuodostukseen on perinteisesti pyritty turvaamaan monipuolisen tiedonvälityksen avulla. Sen on ajateltu tarkoittavan moninaisia tietolähteitä, kansalaisten mahdollisuutta seurata viestimien välityksellä yhteiskunnan eri etupiirien toimintaa, mahdollisuutta punnita median välityksellä erilaisia yhteiskuntaa koskevia näkemyksiä sekä ottaa sen kautta osaa keskusteluun ja vaikuttaa viestinnän sisältöön. (Heinonen & Nordenstreng 2015; Pohjolainen 2015.)

Median keskittymiseen suhtaudutaan läntisissä demokratioissa kriittisesti, koska konsolidoitumisen ja omistuksen kasautumisen koetaan uhkaavan sekä yritysten välistä tervettä kilpailua että kansalaisten saaman tiedon laatua. Keskittyminen on siten riski paitsi markkinoiden myös demokratian kannalta (Harcourt ja Picard 2009; Just 2009). Edellinen, *markkinanäkökulma*, korostaa keskittymisen taloudellisia vaikutuksia muutamien suurten yritysten päästessä estämään markkinoiden tehokasta toimintaa (Doyle 2002). Jälkimmäinen, *demokratianäkökulma*, puolestaan korostaa keskittymisen yhteiskunnallisia, poliittisia ja kulttuurisia seurauksia, kuten valtaa sanella uutisagenda ja näkökulmia sekä viestinnän moniäänisyyden kaventumista (Baker 2007).

Markkinanäkökulmasta lisääntyvä keskittyminen vähentää kilpailua ja sen myötä kuluttajien hyvinvointia. Keskittyminen osoittaa, missä määrin rajoitettu tai pienentynyt yritysten määrä hallitsee markkinoita (Grönlund ja Björkroth 2011). Sitä, kuinka keskittyneet markkinat ovat (ja käänteisesti: kuinka paljon kilpailua markkinoilla on), kuvataan yleensä erottelemalla toisistaan neljä erilaista markkinarakennetta: *täydellinen kilpailu*, *monopolistinen kilpailu*, *oligopoli* ja *monopoli*. Täydellisen kilpailun vallitessa alalla toimii useita keskenään samankokoisia kilpailevia yrityksiä, alalle pääsyn esteitä ei ole ja kilpailijoiden tuotteet ovat toistensa täydellisiä korvikkeita. Monopolistisen kilpailun oloissa kilpailijat erilaistavat tuotteitaan, mikä vähentää keskinäistä kilpailua. Myös oligopolissa tuotteiden erilaistamisella on merkittävä rooli, mutta yritysten määrä vähenee merkittävästi ja alalle pääsyyn on esteitä. Lopulta monopolissa yrityksiä on vain yksi eikä kilpailijoilla ole pääsyä markkinoille. (Hoskins, McFadyen ja Finn 2004; Picard 1989.)

Tutkimuskirjallisuudessa media-alaa on usein luonnehdittu luonnostaan oligopolistiseksi (Doyle 2015; Picard ja Dal Zotto 2015). Taustalla on tuotteiden sekä tuotannon ja markkinoiden erityispiirteet, joiden johdosta alaa hallitsevat sekä ”suuruuden” että ”laajuuden” ekonomia, eli kilpailuetua voidaan hakea niin tuotannon mittakaavasta kuin valikoiman laajuudesta (Harcourt ja Picard 2009). Viime vuosina keskittymisen ajurina on ollut erityisesti mediasisältöjen digitalisoituminen, joka on mullistanut toimialan ansaintamallit, haastanut perinteiset mediatuotteet ja edistänyt sekä markkinoilta poistumista että konsolidaatiota maantieteellisesti rajatuilla markkinoilla.

Keskittymisestä puhuttaessa on tehtävä ero *toimialan* ja *markkinoiden* keskittymisen välillä. Toimialan keskittyminen tarkoittaa sitä, missä määrin tuotanto tai omistus on keskittynyt tietyllä toimialalla. Markkinoiden keskittyminen tarkoittaa tuotannon tai omistuksen keskittymistä tarkasti määritellyillä relevanteilla markkinoilla, jotka käsittävät sekä relevantit tuotemarkkinat että relevantit maantieteelliset markkinat. Merkitykselliset tuotemarkkinat käsittävät kaikki tuotteet ja/tai palvelut, joita kuluttaja pitää ominaisuuksien, hintojen ja käyttötarkoituksen vuoksi keskenään vaihdettavissa tai korvattavissa olevina. (Grönlund ja Björkroth 2022.)

Keskittymisen seurauksia tarkasteltaessa on edellä esitetyn perusteella erotettava analyttisesti toisistaan myös *markkinoiden* keskittymisen yleiset ja *omistuksen* keskittymisen erityiset vaikutukset. Markkinoiden keskittymisen vaikutuksia esimerkiksi tuotevalikoimaan ja tuotteiden laatuun on tutkittu runsaasti erityisesti televisio- ja radiotoiminnassa. Tulokset ovat kuitenkin olleet ristiriitaisia. Kun joissain tutkimuksissa on kyetty osoittamaan, että markkinoiden keskittyessä kanava- ja ohjelmistovalikoima yksipuolistuvat, toiset tutkimukset ovat havainneet keskittymisen johtaneen valikoiman ja sisältöjen monipuolistumiseen tai parempaan laatuun (Napoli 1999). On myös esitetty, ettei kilpailun ja tarjonnan monipuolisuuden välinen suhde olisikaan lineaarinen, vaan kilpailu media-alalla edistää monipuolisuutta ainoastaan tiettyyn rajaan asti, kun taas liian kireä kilpailu samankaltaistaisi alan sisältötarjontaa (van der Wurff ja van Cuilenburg 2001).

Omistuksen keskittymisen vaikutukset ovat kuitenkin yleisiä markkinavaikutuksia mutkikkaampia ja hienosyisempiä. Mediatyhtiön kasvattaessa omistuksiaan on ilmeistä, että medianimikkeiden keskinäistä yhteistyötä lisätään esimerkiksi tuottamalla yhteisiä sisältöjä. Jos samalla omistajalla esimerkiksi on useita radio- tai tv-kanavia, yhtiö kuitenkin todennäköisesti pyrkii profiloimaan ne toisistaan erottuviksi, jolloin kunkin kanavan tarjonta saattaa yksipuolistua mutta yhtiön koko kanavapaletin valikoima monipuolistua. Tarjonnan monipuolisuutta onkin tarkasteltava paitsi ”vertikaalisesti”, eli kanavittain, myös ”horisontaalisesti”, kokonaisuutena yli koko tarjontavalikoiman (Hellman 2001). Omistajan harjoittama tuotedifferointi voi olla luonteeltaan maantieteellistä (maakuntalehdet, paikallisradiot) tai sisältöperusteista (eri yleisölle suunnatut tv-kanavat, radion formaattiasemat). Tutkimustulokset myös omistuksen keskittymisen vaikutuksista median eri toimialoilla ovat nekin osin ristiriitaisia. Eniten tukea on kuitenkin saanut homogenisoitumishypoteesi, jonka mukaan esimerkiksi saman omistajan haltuun joutuneet sanomalehdet pyrkivät jakamaan yhteisiä sisältöjä ja siten yhdenmukaistuvat (Hendrickx ja Ranaivoson 2019; Sjøvaag 2014). Tässäkin tapauksessa on kokonaiskuvan kannalta tärkeää vertailla eri ketjujen omistamien lehtien sisällöllistä kehitystä horisontaalisesti.

Mediamarkkinoiden rakenteet myös Suomessa ovat jatkuvassa muutoksessa ja keskittyneet kolmen viime vuosikymmenen aikana voimakkaasti (Ala-Fossi ym. 2020; Hellman ym. 2018).

Ala-Fossi ym. (2022) ovat esittäneet tähän kolme syytä. Ensinnäkin ulkomaiset investoinnit olivat Suomessa tiukasti rajoitettuja, mutta 1990-luvulta lähtien Suomen mediapolitiikka ei ole aktiivisesti pyrkinyt estämään yritysostoja tai konsolidaatiota omistusrajoituksilla tai määräyksillä. Toiseksi tiedotusvälineille ei ole olemassa erityistä kilpailulainsäädäntöä omistuksen keskittymisen estämiseksi tai omistuksen monimuotoisuuden suojelemiseksi. Kolmanneksi välilliset verotuet, eli suurimpia sanomalehtikustantajia suosiva alennettu arvonlisäverokanta, ovat saattaneet jopa kiihdyttää uutismedian omistuksen keskittymistä.

Suurin keskittymisaste on radiotoiminnassa, jota hallitsevat kolme avaintoimijaa, yleisradioyhtiö Yleisradio Oy, Sanoma Media Finland Oy (osa Sanoma-konsernia) ja Bauer Media Finland Oy (saksalaisen Bauer Media -konsernin tytäryhtiö). Kaksi jälkimmäistä yhtiötä keräävät noin neljä viidesosaa kaupallisten radioasemien liikevaihdosta Suomessa. Maanpäällisen televisiotoiminnan kolme suurinta toimijaa ovat Yleisradio Oy sekä kaupalliset Sanoma Media Finland Oy ja MTV Oy (ruotsalaisen monikansallisen teleyhtiön Telia Company Ab:n tytäryhtiö). Muita televisioyhtiöitä ovat kansainvälisten mediakonsernien, kuten Warner Bros Discoveryn ja The Walt Disney Company Ltd:n, tytäryhtiöt. Vaikka fuusiot ja konsolidoituminen luonnehtivat myös sanomalehtitoimialaa, lehdistössä merkittävä toimijoita on enemmän ja omistus on valtakunnallisella tasolla hieman enemmän hajaantunut kuin radiotai televisiotoimialalla. Neljä suurinta lehtitaloa, Sanoma Media Finland Oy, Keskisuomalainen Oyj, Alma Media Oyj ja TS Yhtymä Oy, hallitsevat toimialan nettomyyntiä noin 70-prosenttisesti. (Ala-Fossi ym., 2020; Hellman 2021; Manninen ja Hjerppe, 2021.)

Sanomalehtien tai laajemmin painetun uutismedian omistuksen keskittymistä arvioitaessa on otettava huomioon markkinoiden erityinen alueellinen rakenne. Suomessa vain muutamat sanomalehdet, näkyvimmin iltapäivälehdet ja Kauppalehden kaltaiset erikoislehdet, ovat valtakunnallisia ja sanomalehtien markkinat jakautuvat useisiin maakunnallisiin markkinoihin, joita hallitsevat muutamat suhteellisen suuret yritykset, jotka julkaisevat useissa maakunnassa useita uutismedianimikkeitä. Keskittymis- ja konsolidaatiokehityksen myötä useimmat alueelliset sanomalehtiyhtiöt ovat saavuttaneet monopolimaisen aseman markkinoillaan, sillä ne omistavat myös useimmat levikkialueensa paikallis- ja ilmaislehdet (Hellman 2022). Alueelliseen keskittymiskehitykseen liittyy myös se, että johtavat maakunnalliset toimijat ovat enenevästi ottaneet haltuunsa paikallisradiot.

Kolmesta toimialasta televisiotoiminta on ainoa, jossa keskittyminen 2010-luvulla vähentyi paitsi uusien markkinoille tulleiden toimijoiden myös lisääntyneiden kanavien myötä. Radiotoiminnassakin valtakunnallisten asemien määrä lisääntyi, mutta ne keskittyivät enenevästi kolmen johtavan toimijan omistukseen. (Ala-Fossi ym. 2020.) Sanomalehtien kustantamisessa sekä lehtien että toimijoiden määrä vähenivät ja omistus keskittyi yhä harvempiin käsiin (Hellman 2021). Vuonna 2021 Keskisuomalainen-konserni omisti yksin lähes kolmanneksen Uutismedian liiton 234 jäsenlehdestä. Uutismedianimikkeiden lukumäärällä mitattuna viisi suurinta sanomalehtikustantajaa (Keskisuomalainen Oyj, Sanoma Media Finland Oy, Hilla Group Oyj, Kaleva Oy ja TS-Yhtymä Oy) omistivat yli puolet (59 %) kaikista Uutismedian liittoon kuuluvista julkaisuista. Samaan aikaan toimitukset ovat jatkaneet kutistumistaan, mikä on heikentänyt niiden kykyä laadukkaaseen uutisseurantaan ja lisännyt tarvetta jakaa sisältöjä. Uutisten kulutus puolestaan on voimakkaasti keskittymässä muutamille suurimmille verkkopalveluille, jotka dominoivat valtakunnallista uutistarjontaa. (Ala-Fossi ym. 2021.)

Suomen voimakkaaseen keskittymiskehitykseen on kiinnitetty huomiota viimeaikaisissa kansainvälisissä vertailuissa. Median monimuotoisuuden riskejä EU-maissa kartoittava Media Pluralism Monitor on toistuvasti todennut omistajuuden keskittymisen olevan meillä suurin median monimuotoisuutta kohtaava uhka (Manninen ja Hjerppe 2021). Vuonna 2022 Suomi putosi viidenneksi Toimittajat ilman rajoja -järjestön sananvapausindeksissä, mihin yhtenä syynä oli juuri median keskittyminen (RSF 2022). Media-alan keskittymistä on Suomessa tutkittu paljon, mutta sen vaikutuksista mediasisältöihin on tuoretta tutkimusta vain rajallisesti (ks. kuitenkin Ala-Fossi ym. 2021; Aslama, Hellman ja Sauri 2004; Aslama 2008; Hellman ja Vilkkö 2021).

Median keskittymisen vakavuudesta kertoo osaltaan sen, että Euroopan komissio julkaisi syyskuussa 2022 ehdotuksen medianvapautta koskevaksi säädökseksi (Media Freedom Act, MFA). Säädöksen tavoitteena on yhtenäistää media-alan sääntelyä jäsenmaissa. Jos ehdotus hyväksytään, median omistus muuttuisi nykyistä läpinäkyvämmäksi ja alan yrityskauppoja olisi arvioitava sen perusteella, miten ne vaikuttavat median monimuotoisuuteen. (Euroopan komissio 2022.) Säädöksen läpimeno ja lopulliset muotoilut ovat kuitenkin epävarmoja.

2 TAVOITTEET

Hankekuvaus asettaa seitsemän varsin yksityiskohtaista tutkimuskysymystä:

- Mikä on median omistajuuden keskittymisen nykytila Suomessa? (RQ1)
- Miten median keskittyminen on vaikuttanut mediasisältöjen moninaisuuteen, tiedon tasapuolisuuteen ja sananvapauteen? (RQ2)
- Millaisia alan keskittymisen vaikutuksia on havaittu kansainvälisesti? (RQ3)
- Mihin suuntiin kansallisen mediamarkkinan voidaan arvioida kehittyvän? (RQ4)
- Mitä vaikutuksia arvioidaan olevan mediasisältöjen moninaisuuteen, tiedon tasapuolisuuteen ja sananvapauteen, jos media-ala keskittyy yhä harvempien toimijoiden käsiin nykyisestä? (RQ5)
- Mitä hyötyjä ja haittoja median keskittyminen aiheuttaa median moninaisuudelle, tiedonsaannin tasapuolisuudelle ja sananvapaudelle? (RQ6)
- Tulisiko median keskittymiseen puuttua esimerkiksi sääntelyllä median moninaisuuden varmistamiseksi? Mitkä olisivat parhaat työkalut ehkäistä mahdollista media-alan liiallista keskittymistä säilyttäen median toimintavapaus? (RQ7)

Kysymykset liittyvät toisiinsa, mutta eri kysymyksiin vastaaminen edellyttää erilaisia aineistoja ja lähestymistapoja. Samoin on määriteltävä, mitä medially ja media-alalla tarkoitetaan. Tässä hankkeessa tavoitteena ei ole tarkastella koko media-alaa, vaan median käsite rajautuu varsin perinteisesti niin, että päähuomion saavat perinteinen media (lehdistö, radio, televisio). Koska enenevä osa mediasisältöjen ja uutisten jakelusta ja käytöstä tapahtuu Facebookin, Twitterin tai verkossa olevien palveluiden kautta, verkossa olevien sisältöjen moninaisuutta ei voida kokonaan sivuuttaa. Rajaus korostaa *uutismedian* keskeisyyttä hankkeessa, sillä mediapolitiikan painopisteen tulisi olla kansalaisuutta tuottavassa mediassa, ei viihdemediassa, vaikka niiden raja onkin häilyvä.

Hankkeen päätavoitteiksi nousee (1) selvittää, *mikä on uutismedian omistajuuden keskittymisen nykytila Suomessa* ja tähän liittyen (2) analysoida sitä, *miten uutismedian keskittyminen vaikuttaa mediasisältöjen moninaisuuteen, tiedon tasapuolisuuteen ja*

sananvapauteen. Muut tutkimuskysymykset ovat jatkokysymyksiä, joiden avulla keskittymisen vaikutuksia ja merkitystä sekä siihen puuttumisen mahdollisuuksia arvioidaan. Valottamalla ajankohtaisen tutkimuskirjallisuuden avulla media-alan keskittymistä eri maissa tavoitteena on suhteuttaa suomalaista alan kehitystä keskeisiin verrokkimaihin. Tavoitteena on myös koota kansainvälisten esimerkkien kautta suosituksia sääntelystä ja parhaista työkaluista ehkäistä media-alan liiallista keskittymistä.

Keskittymistä ja sen vaikutuksia on tarkoitus tarkastella myös media-alan omasta näkökulmasta, mikä toteutuu tekemällä kohdennettuja teemahaastatteluja ja kyselytutkimus uutismedian päätoimittajien ja asiantuntijoiden keskuudessa. Tavoitteena on saada näin tietoa siitä, mitä hyötyjä ja haittoja alan toimijat ja asiantuntijat näkevät median keskittymisen aiheuttavan median moninaisuudelle, tiedonsaannin tasapuolisuudelle ja sananvapaudelle.

Tavoitteena on myös levittää tutkimuksen tuloksia mahdollisimman laajalti paitsi virkamiehille ja päättäjille myös alan ammattilaisille ja suurella yleisölle. Tutkijat pyrkivät tiedottamaan tuloksista sekä alan ammattilehdissä että joissakin keskeisissä sanoma- tai aikakauslehdissä tiedotteiden, asiantuntijakirjoitusten ja blogien avulla. Varsinaisen loppuraportin lisäksi tavoitteena on julkaista saatujen tulosten pohjalta myös kahdesta kolmeen akateemista artikkelia, joista ainakin yksi on suomenkielinen ja ainakin yksi englanninkielinen.

Hankkeen asiantuntijoilla on laajasti kokemusta mediatalouden ja myös median keskittymisen ja sisältöjen tutkimuksesta. He ovat olleet laatimassa kahta tuoretta selvitystä suomalaisen mediapolitiikan ja media-alan tilasta liikenne- ja viestintäministeriölle (Ala-Fossi ym. 2018 ja 2020). Asiantuntijoista kaksi on mukana yleiseurooppalaisessa EurOMo-hankkeessa, jossa monitoroidaan mediateollisuuden omistuksen kehitystä. Lisäksi he ovat olleet mukana Helsingin Sanomien säätiön rahoittamassa hankkeessa, jossa on tutkittu hyperlokaalin media tilaa Suomessa, sekä juuri käynnistyneessä Suomen Akatemian strategisen tutkimuksen neuvoston hankkeessa, jossa tutkitaan demokratian episteemistä toimintakykyä algoritmien aikakaudella. Yksi asiantuntijoista on ollut käynnistämässä suomalaisen televisio-ohjelmatarjonnan vuosiseurantaa, jota liikenne- ja viestintäministeriön rahoituksella toteutettiin yli vuosikymmenen ajan, ja viimeksi hän on tutkinut Helsingin Sanomien säätiön rahoituksella maakuntalehtien lukemista. Asiantuntijoista yksi on mukana Global Media & Internet Concentration -hankkeessa (GMCIP), jossa tutkitaan media-alojen omistuksen ja markkinoiden keskittymistä noin 40 maassa. Lisäksi hän toimi vuosina 2020 ja 2021 Liikenne- ja viestintäministeriö asettamassa asiantuntijatyöryhmässä, joka avusti journalismin tukemiseen tarkoitetun väliaikaisen valtionavustuksen valmistelussa sekä pohti pysyväisluonteista avustuskansioita journalismin tukemiseksi. Näin hanke on luontevaa jatkoa asiantuntijoiden aiemmalle tutkimus- ja selvitystyölle.

3 MENETELMÄT

Tutkimus yhdistää journalismin, mediatalouden ja yleisöjen tutkimuksen otteita. Koska tutkimuskysymyksiä on useita ja ne vaativat erilaisia lähestymistapoja, hankkeessa hyödynnetään erilaisia tarkastelun vaatimia aineistoja ja analyysimenetelmiä, niin laadullisia kuin määrällisiä. Usean metodin käyttö mahdollistaa triangulaation, eri aineistoilla saatujen tietojen vertailtavuuden, joka lisää validiteettia (Silverman 1993). Tapaustutkimuksessa on mahdollista käyttää kvantitatiivisia aineistoja kvalitatiivisten aineistojen ohessa (Eisenhardt 1989). Eri tutkimuskysymyksiin pyritään vastaamaan seuraavilla aineistoilla ja menetelmillä:

RQ1: Aineistona on sanomalehdistön, radion, television ja verkkomedian toimialarakennetta ja keskittymistä kuvaava tekstipohjainen ja numeromuotoinen data, joka kerätään toimialojen omista lähteistä (mm. Uutismedian liitto, Finnpanel) ja Tilastokeskukselta. Viime vuosien yrityskauppoja ja fuusioita kuvataan ja analysoidaan laadullisesti ja kuvataan määrällisesti. Kunkin toimialan keskittymisastetta kuvaavina määrällisinä mittareina käytetään sekä kulutuksen markkinaosuuksiin perustuvia että liikevaihto- ja nettomyyntipohjaisia vakiintuneita tunnuslukuja (ks. Grönlund ja Lehtisaari 2018; Hellman ym. 2018; Picard 1988).

RQ2: Aineistoksi kerätään valituista uutismedioista näyte, jota analysoidaan määrällisen ja laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Sisältöjä analysoidaan yhden viikon ajalta huhtikuussa 2023. Sanomalehdistä analyysin kohteena ovat kaksi Sanoma-konsernin (Helsingin Sanomat, Aamulehti), kaksi Keski-suomalainen-konsernin (Keski-suomalainen, Etelä-Suomen Sanomat) sekä kaksi Kaleva-konsernin (Kaleva, Lapin Kansa) lehteä ja erityisesti niiden kotimaan uutiset, ulkomaan uutiset ja lifestyle-aineistot. Lehdistöaineisto kerätään painetusta tai näköislehdestä. Lisäksi analysoidaan samalta viikolta Ylen ja MTV3:n pääuutislähetykset. Koska radion eri asemien uutislähetykset eivät ole verrannollisia, ne jätetään sisällönanalyysin ulkopuolelle. Analyysin perusteella luodaan kuva siitä, missä määrin uutismedian sisällöt ovat keskenään samankaltaisia tai moninaisia, ja missä määrin mahdollinen samankaltaisuus on yhteydessä median omistajuuteen.

RQ3: Keskittymisen vaikutuksia kansainvälisesti analysoidaan käymällä läpi deskriptiivisen keinoin relevantti ajankohtainen alan tutkimuskirjallisuus ja kokoamalla sen keskeiset tulokset yhteen.

RQ4: Pohja-aineistona käytetään kirjallisuuskatsauksen tuloksia, mutta niitä täydennetään yhtäältä valikoitujen uutismedian päätoimittajien teemahaastatteluilta sekä laajemmalla uutismedian päätoimittajille ja asiantuntijoille suunnatulla kyselyllä (kohderyhmä noin 200–300 henkilöä). Teemahaastatteluihin valitaan kuuden analysoidun lehden sekä Ylen ja MTV3:n uutisten päätoimittajat. Haastatteluilta hankitaan tietoa median keskittymiseen ja sen seurauksiin liittyvistä näkemysulottuvuuksista. Aineisto analysoidaan laadullisen sisällönanalyysin keinoin, ja tuloksia hyödynnetään kyselyn rakentamisessa. Kyselytutkimuksen kohderyhmänä ovat uutismedian päätoimittajat kautta maan sekä muutamat media-alan asiantuntijat. Siinä kysytään vastaajien näkemystä median keskittymisestä sekä mediasisältöjen moninaisuudesta sekä kunkin oman median osalta että yleisemmällä tasolla. Survey-aineistoa analysoidaan kuvailevien tilastollisten menetelmien ja monimuuttujamenetelmien, kuten regressio- ja faktorianalyysin, avulla. Kysely tuottaa samalla vertailutietoa sisällön analyysin ja haastattelujen antamiin tuloksiin.

RQ5: Aineistona em. haastattelut ja kysely. Menetelmät kuten edellä.

RQ6: Aineistona em. haastattelut ja kysely. Menetelmät kuten edellä.

RQ7: Aineistona em. haastattelut ja kysely. Menetelmät kuten edellä. Lisäksi kootaan kansainvälisistä lähteistä tiedot keskeisten verrokkimaiden käyttämistä keinoista säännellä median moninaisuutta ja keskittymistä. Jälkimmäisessä käytetään tavanomaisia deskriptiivisen keinoja.

KIRJALLISUUS

Ala-Fossi, Marko, Anette Alén-Savikko, Mikko Grönlund, Paula Haara, Heikki Hellman, Juha Herkman, Jockum Hildén, Ilmari Hiltunen, Johanna Jääsaari, Kari Karppinen, Aino Koskenniemi, Heikki Kuutti, Katja Lehtisaari, Ville Manninen, Janne Matikainen ja Markus Mykkänen. 2018. *Media- ja viestintäpolitiikan nykytila ja sen mittaaminen: Loppuraportti*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 2018:4. Helsinki: LVM. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/160714>.

Ala-Fossi, Marko, Mikko Grönlund, Heikki Hellman ja Katja Lehtisaari. 2020. *Media- ja viestintäpolitiikan seurantaraportti 2019*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 2020:4. Helsinki: LVM. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162144>.

Ala-Fossi, Marko, John Grönvall, Kari Karppinen ja Hannu Nieminen. 2021. "Sustaining professional norms with fewer journalists and declining resources." Teoksessa *The Media for Democracy Monitor 2021: How leading news media survive digital transformation (Vol. 1)*, toimittaneet Josef Trappel ja Tales Tomaz, 153–196. Gothenburg: Nordicom. <https://doi.org/10.48335/9789188855404-4>.

Aslama, Minna. 2008. *Slogans of Change: Three Outlooks on Finnish Television Contents*. SSKH Skrifter 26. Helsinki: Swedish School of Social Science, University of Helsinki.

Aslama, Minna, Heikki Hellman ja Tuomo Sauri. 2004. "Does market-entry regulation matter? Competition in television broadcasting and programme diversity in Finland, 1993–2002." *Gazette* 66 (2): 113–132. <https://doi.org/10.1177/0016549204041473>.

Baker, C. Edwin. 2007. *Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters*. New York: Cambridge University Press.

Doyle, Gillian. 2002. *Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media*. London: Sage.

Doyle, Gillian. 2015. "Why ownership pluralism still matters in a multi-platform world." Teoksessa *Media Pluralism and Diversity: Concepts, Risks and Global Trends*, toimittaneet Peggy Valcke, Miklós Sükösd ja Robert G. Picard, 297–309. Houndmills: Palgrave Macmillan.

Eisenhardt, Kathleen M. 1989. "Building theories from case study research." *Academy of Management Review* 14 (4): 532–550. <https://doi.org/10.2307/258557>.

Euroopan komissio. 2022. Eurooppalainen mediavapaussäädös: Komissio ehdottaa sääntöjä tiedotusvälineiden moniarvoisuuden ja riippumattomuuden suojelemiseksi EU:ssa. Lehdistötiedote 16.9.2022. Luettu 11.1.2023. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip_22_5504.

Grönlund, Mikko ja Tom Björkroth. 2011. "Newspaper market concentration, competitive pressure and financial performance: The case of Finland." *Journal of Media Business Studies* 8 (3): 19–50. <https://doi.org/10.1080/16522354.2011.11073525>.

Grönlund, Mikko ja Tom Björkroth. 2022. "Measurement of media concentration: Empirical concepts, applications and challenges." Teoksessa *Handbook of Media and Communication Economics*, toimittaneet J. Krone ja T. Pellegrini. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-34048-3_86-1.

Harcourt, Alison ja Picard, Robert G. 2009. "Policy, economic, and business challenges of media ownership regulation." *Journal of Media Business Studies* 6 (3): 1–17, <https://doi.org/10.1080/16522354.2009.11073486>.

- Heinonen, Ari ja Kaarle Nordenstreng. 2015. "Yhteenveto: Sananvapaus tarkkailussa." Teoksessa *Sananvapaus Suomessa*, toimittanut Kaarle Nordenstreng, 234–247. Tampere: Tampere University Press.
- Hellman, Heikki. 2001. "Diversity – an end in itself? Developing a multi-measure methodology of television programme variety studies." *European Journal of Communication* 16 (2): 181–208. <https://doi.org/10.1177/0267323101016002003>.
- Hellman, Heikki. 2021. "Lehtiketjut ja lehdistön 'uusi normaali': Keskittymisen mittaaminen ja sanomalehdistön keskittyminen Suomessa 2009–2019." *Media & viestintä* 44 (2): 92–116. <https://doi.org/10.23983/mv.109861>.
- Hellman, Heikki. 2022. "Lehdistön alueelliset valtiat: Sanomalehdistön kilpailu ja keskittyminen merkityksellisillä markkinoilla." *Media & viestintä* 45 (3): 1–29. <https://doi.org/10.23983/mv.122138>.
- Hellman, Heikki, Ville Manninen, Markus Mykkänen ja Heikki Kuutti. 2018. "Median monimuotoisuus ja moniarvoisuus." Teoksessa *Media- ja viestintäpolitiikan nykytila ja mittaaminen: Loppuraportti*, toimittaneet Marko Ala-Fossi ym., 98–136. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 2018:4. Helsinki: LVM. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/160714>.
- Hellman, Heikki ja Arto Viikko. 2021. "Is there diversity on popular music radio? Developing a methodology for a quantitative analysis of radio playlists." *Journal of Radio & Audio Media* 28 (2): 193–211. <https://doi.org/10.1080/19376529.2019.1639054>.
- Hendrickx, Jonathan ja Heritiana Ranaivoson. 2019. "Why and how higher media concentration equals lower news diversity – The Mediahuis case." *Journalism* 22 (11): 2800–2815. <https://doi.org/10.1177/1464884919894138>.
- Hoskins, Colin, Stuart McFadyen ja Adam Finn. 2004. *Media Economics: Applying Economics to New and Traditional Media*. Thousand Oaks: Sage.
- Just, Natascha. 2009. "Measuring media concentration and diversity: New approaches and instruments in Europe and the US." *Media, Culture & Society* 31 (1): 97–117. <https://doi.org/10.1177/0163443708098248>.
- Manninen, Ville ja Cecilia Hjerppe. 2021. Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, The Republic of North Macedonia, Serbia & Turkey in the Year 2020 – Country Report: Finland. Research Project Report 2021.2812. Badia Fiesolana: European University Institute and Centre for Media Pluralism and Media Freedom. Luettu 7.2.2022. https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71945/finland_results_mpm_2021_cmpf.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Napoli, Philip M. 1999. "Deconstructing the diversity principle." *Journal of Communication* 49 (4): 7–34. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02815.x>.
- Picard, Robert G. 1988. "Measures of concentration in the daily newspaper industry," *Journal of Media Economics* 1 (1): 61–74. <https://doi.org/10.1080/08997768809358167>.
- Picard, Robert G. 1989. *Media Economics: Concepts and Issues*. Newbury Park: Sage.
- Picard, Robert G. ja Cinzia Dal Zotto. 2015. "The dimension of ownership and control of media." Teoksessa *Media Pluralism and Diversity: Concepts, Risks and Global Trends*, toimittaneet Peggy

Valcke, Miklós Sükösd ja Robert G. Picard, 54–66. Houndmills: Palgrave Macmillan.
https://doi.org/10.1057/9781137304308_3.

Pohjolainen, Teuvo. 2015. "Suurlakosta perusoikeusuudistukseen: Sananvapauden sääntely Suomessa 1900-luvulla." Teoksessa *Sananvapaus Suomessa*, toimittanut Kaarle Nordenstreng, 69–104. Tampere: Tampere University Press.

RSF. 2022. World Press Freedom Index: Finland. Reporters without Borders. Luettu 12.1.2023.
<https://rsf.org/recherche?text=world+press+freedom+index+finland>.

Silverman, David. 1993. *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. London: Sage.

Sjøvaag, Helle. 2014. "Homogenisation or differentiation? The effects of consolidation in the regional newspaper market." *Journalism Studies* 15 (5): 511–521.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.885275>.

van der Wurff, Richard ja Jan van Cuilenburg. 2001. "Impact of moderate and ruinous competition on diversity: The Dutch television market." *Journal of Media Economics* 14 (4): 213–229,
https://doi.org/10.1207/S15327736ME1404_2.