

## Mediapoliittisen ohjelman valmistelu keväällä 2018

### Tausta:

Hallitus linjasi puoliväliriihessä 28.4.2017, että se käynnistää mediapoliittisen ohjelman laatimisen. Ohjelman on tarkoitus valmistua keväällä 2018.

Ohjelman lähtökohtana on ollut kansalaisen oikeus tietoon sekä journalististen sisältöjen tuottamisedellytykset ja saatavuus. Ohjelmassa pyritään löytämään keinoja suomalaisen median monimuotoisuuden varmistamiseksi.

Materiaalia ja lisätietoa: <http://valtioneuvosto.fi/hanke?tunnus=LVM052:00/2017>

### Sidosryhmät:

Toimenpidevaihtoehtojen kartoittamiseksi järjestetään kevään aikana laajasti sidosryhmät osallistavia työpajoja tai kuulemisia. **Kuulemisten on tarkoitus perustua etupäässä yliopistojen selvityksissä havaittuihin teemoihin ja niistä nouseviin kysymyksiin.**

Osallistamisen tavoitteena on yliopistojen selvityksen havaintoihin pohjautuen saada media-alan toimijoiden ja muiden sidosryhmien perusteltu näkemys tulevista kehityssuunnista sekä **erityisesti tarvittavista käytännön toimenpiteistä ja linjauksista.**

Aikajänteenä tarkastelulle on noin viisi vuotta. On hyvä huomata, että kuulemisissa esille nousevat linjauks- ja toimenpidevaihtoehdot voivat olla keskenään ristiriitaisia. Osallistamisen raportoinnissa onkin erityisen tärkeää saada eri vaihtoehdot ja niiden perustelut kirjattua.

### Sidosryhmät:

Sidosryhmät koostuvat esimerkiksi seuraavista tahoista, osin vaihdellen käsiteltävän teeman mukaan.

- Mediaryitykset- ja liitot
- Teleoperaattorit,
- Av-alan järjestöt,
- Journalistiliitto,
- Posti,
- Mediatoimistot ja uudet media-alan toimijat
- Kansalaisjärjestöt ja erityisryhmiä edustavat järjestöt ja liitot,
- Kansainvälisten toimijoiden edustus (esim. Google, Facebook)
- Faktantarkistajat,
- JSN,
- Tutkijat ja akateeminen puoli ,
- Viranomaiset (mm. LVM,OKM, OM, Vivi, Kavi).

## Aikataulu:

Mediapoliittisen ohjelman tulee kokonaisuudessaan olla valmis kesäkuun alussa. Tampereen ja Helsingin yliopistojen muodostaman konsortion toteuttama taustaselvitys valmistui ja julkaistiin maaliskuun 28. päivä.

Sidosryhmien osallistaminen aloitetaan heti selvityksen valmistuttua. Ministeriö järjestää laajempia kuulemistilaisuuksia huhti-toukokuun aikana. Lisäksi tarkoituksena on järjestää kaikille avoin verkkokuuleminen tai –kysely.

Osallistamisen ja taustaselvityksen tulosten perusteella laaditaan mediapoliittinen ohjelma virkatyönä valmiiksi kesään mennessä.

## Selvityksestä esiin nousevia oleellisimpia teemoja ja kysymyksiä:

Ohessa lyhyitä yleiskuvauksia selvityksen pohjalta esiin nousevista teemoista ja niihin liittyvistä kysymyksistä. Jatkovalmistelussa keskeistä on se, mitä käytännön toimia ja linjauksia valtion ja muiden toimijoiden tulisi tehdä seuraavien kysymysten ratkomiseksi.

### Teema 1: Toimivat markkinat ja rakenteet

1. Median käyttötapojen voimakas muutos erityisesti nuoremman ikäluokan osalta.
  - Miten voidaan tavoittaa nuorempaa ikäluokkaa journalistisilla sisällöillä?
  - Vaikka useista digitaalisista palveluista (mm. musiikissa) maksetaan säännöllisesti, on Suomessa maksamishalukkuus ollut osin pienempää kuin monissa muissa länsimaissa. Miten tilannetta voitaisiin parantaa ja voidaanko vaikuttaa kysyntään?
2. Alan taloudellinen tilanne on sellainen, että nykyisen kehityksen jatkuessa saatetaan lähivuosina nähdä toiminnan supistumista erityisesti alueellisella tasolla. Mainosmarkkinoilla tilanne ei todennäköisesti tule helpottumaan, digimainonnan saadessa suurempia osuuksia. Alan omistusrakenteet ovat ristikkäisiä, joten rakenteiden ja yhteistyömallien osalta saattaa kohdistua painetta uudelleenjärjestelyihin, mikäli taloudellinen kehitys jatkuu heikkona.

Toimivat markkinat ja toimijoiden mahdollisuus panostaa journalistisiin sisältöihin ovat tärkeä keino edistää kansalaisten tiedonsaantia. Siirtyminen tilauspohjaisiin ja muihin ansaintamalleihin näyttää suurelle osalle välttämättömältä mainostulojen mennessä yhä enemmän digipuolelle.

- Digiansainta yhä suhteellisen pientä. Miten voitaisiin tukea tai edistää tilauspohjaisen ansainnan ja markkinan yleistymistä digipuolella?
  - Miten voidaan varmistaa, että myös alueellisia uutissisältöjä on jatkossakin saatavilla, jakelukanavasta riippumatta?
3. Keskittyminen ja monimuotoisuus. Perinteisissä välineissä ollut huomattavaa omistuksen keskittymistä. Alueellisella tasolla toiminta on varsin keskittynyttä. Kustantajat vastaavat valtaosasta suomalaisesta sisällöstä myös digipuolella. Muutamia uusia pienempiä journalistisia toimijoita on syntynyt suoraan digiin, näiden osuus kuitenkin vielä suhteellisen pieni, alueellisen uutisoinnin kannalta marginaalinen. Alan keskittyminen voidaan toisaalta samalla nähdä myös tarpeellisenä kansainväliseen kilpailun vastaamiseksi.
    - Keskittymisen välttämättömyys suhteessa uuteen kilpailutilanteeseen ja datavetoiseen kansainväliseen kilpailuun?
    - Miten myös uusia pienempiä toimijoita syntyisi journalististen sisältöjen tuottamiseen?

Id Versionumero

Liikenne- ja viestintäministeriö	Käyntiosoite Eteläesplanadi 16 (kirjaamo) Helsinki	Postiosoite PL 31 00023 Valtioneuvosto	Puhelin 029516001	www.lvm.fi etunimi.sukunimi@lvm.fi kirjaamo@lvm.fi
----------------------------------	---	--	----------------------	--

4. Tuet: Suomessa median saamat suorat ja epäsuorat tuet (alennettu alv, ruotsin- ja vähemmistökielisten sanomalehtien tuki, yleisen edun kanavien uutistuki) ovat olleet suhteellisen vähäisiä. Median murroksen myötä kysymys yhteiskunnan tuesta medialle on noussut vahvemmin esiin. Mediatuet ovat esimerkiksi Pohjoismaissa yleisiä. Toisaalta saman aikaan muissa Pohjoismaissa voidaan nähdä esim. lehdistön olevan riippuvaisempi valtiosta, tukien ollessa tärkeitä toiminnan ylläpitäjiä.

Tukien osalta joudutaankin aina tasapainoilemaan riippumattomuuden ja muun muassa tietyn halutun tarjonnan tason välillä.

- Voitaisiko tuilla luoda uutta markkinaa ja kysyntää? Onko keinoja tukea esim. suoraan kansalaista ja sitä kautta uutisten ja journalismin kysyntää? Miten tukia tulisi kohdentaa ja miten voidaan pitää riittävä palomuuuri valtion ja riippumattoman median välissä?
- Mikä määrä yleisen edun sisältöä tulee olla saatavilla (joko ilmaiseksi tai maksua vastaan) kaikille kansalaisille, valtakunnallisesti ja alueellisesti?

## Teema 2: Globaali kilpailu ja alustojen vastuu

5. Viime aikoina on ollut vahvasti esillä globaalisti toimivien alustojen portinvartijarooli sekä hallitseva asema markkinoilla, vastuu sisällöistä sekä muun muassa disinformaation leviäminen. Tutkimustieto näistä asioista on vielä suhteellisen niukkaa, vaikka tutkimusta onkin lisätty.

Vaikka joitakin näkemyksiä on esitetty siitä, että suurin ryntäys digimainosmarkkinoille saattaisi olla hiljentymässä, on Suomen osalta todennäköistä, että mainosmarkkinoilla kaksi suurinta toimijaa saa yhä suuremman osuuden mainosmarkkinoista.

Alustoihin liittyviä kysymyksiä ei kuitenkaan käytännössä voida ratkaista kansallisella tasolla, vaan EU- ja kv-yhteistyössä.

- Millaisia linjoja tulisi ajaa tulevaisuudessa todennäköisesti yhä enemmän EU-tasolakin esillä olevien mm. laittomien sisältöjen sekä disinformaation osalta?
- Mikä on alustojen vastuu sisällöistä ja miten saavutettaisiin tasainen pelikenttä?

## Teema 3: Medialukutaito, aktiivinen kansalainen ja mahdollisuus saada tietoa

6. Mediakasvatuksen ja kriittisen medialukutaidon korostuminen. Informaatiotulvassa ja uudella mahdollisuudessa kohdentaa viestejä hyvin tarkasti, nousee kriittinen medialukutaito oleelliseen asemaan.

Suomi on ollut edelläkävijä mediakasvatuksessa. Perinteisesti kohderyhmänä ovat olleet vain nuoret.

- Kohderyhmänä olleet perinteisesti olleet vain nuoret, tulisiko laajentaa muihin ryhmiin ja millä tavalla?
- Miten medialukutaitoa voidaan yhä lisätä?

7. Aktiivisenkaan kansalaisen mahdollisuus saada kohtuullisella vaivalla infoa median omistussuhteista ja mm. käytännöistä sisältöjen algoritmisen valikoimisen osalta on suhteellisen pieni. Monimutkaistuvassa informaatioympäristössä mahdollisuus ymmärtää sisältöjen valikoitumista on tärkeä.

- Miten saada aikaan vielä lisää läpinäkyvyyttä ja sitä tukevia käytäntöjä?

Id Versionumero

- Voidaanko näihin sitoutua ja korostaa alan vastuullisuutta kautta? (Esimerkkinä JSN:n vastuullisen journalismin kampanja)

#### **Teema 4: Mediapolitiikan valmistelun tavat ja sidosryhmien tietoisuus meneillään olevista asioista:**

8. Mediaan liittyvän valmistelu on hajanaista, eikä kokonaiskuvaa ole välttämättä millään taholla. Muun muassa median monimuotoisuus tai –puolisuus määritelty eri yhteyksissä eri tavoilla. Koordinaatio eri ministeriöiden ja virastojen kesken ei alan ja tutkimuksen näkökulmasta ole ollut riittävää ja kokonaiskuvaa toimintaympäristön muutoksesta on hyvin näin ollen ollut haastava muodostaa.
  - Miten voidaan parantaa valmistelua ja yhteistyötä eri viranomaisten ja alojen kesken?
  - Mediaan liittyvissä asioissa valmistelun avoimuutta ja laajempaa osallistumista voidaan pitää poikkeuksellisen tärkeänä. Nykyään osallistuvista tahoista kuitenkin mm. kansalais- sekä tutkimuspuoli ovat selkeästi aliedustettuina. Miten saadaan näiden ryhmien edustus kuntoon?
9. Tiedon raportointi, seuranta ja tietopohja on rapistunut. Tietoon perustuvan päätöksenteon tueksi tarvittaisiin tarkempaa seurantaa, kuten muissa Pohjoismaissa. Useita tietoaaineistoja ei kuitenkaan päivitetä samaan tapaan kuin aiemmin. Lisäksi uusien palveluiden osalta tietoa ei ole välttämättä saatavissa. Yliopistojen selvityksessä onkin esitelty tietotarpeita sekä malli median kehityksen sekä mediapolitiikan seurantaan.
  - Miten voidaan varmistaa, että luotettavaa ajantasaista tietoa on saatavilla?
  - Millä keinoilla voitaisiin saada tietoa myös uusien palveluiden osalta?

#### Id Versionumero

Liikenne- ja viestintäministeriö	Käyntiosoite Eteläesplanadi 16 (kirjaamo) Helsinki	Postiosoite PL 31 00023 Valtioneuvosto	Puhelin 029516001	www.lvm.fi etunimi.sukunimi@lvm.fi kirjaamo@lvm.fi
----------------------------------	---	--	----------------------	--