

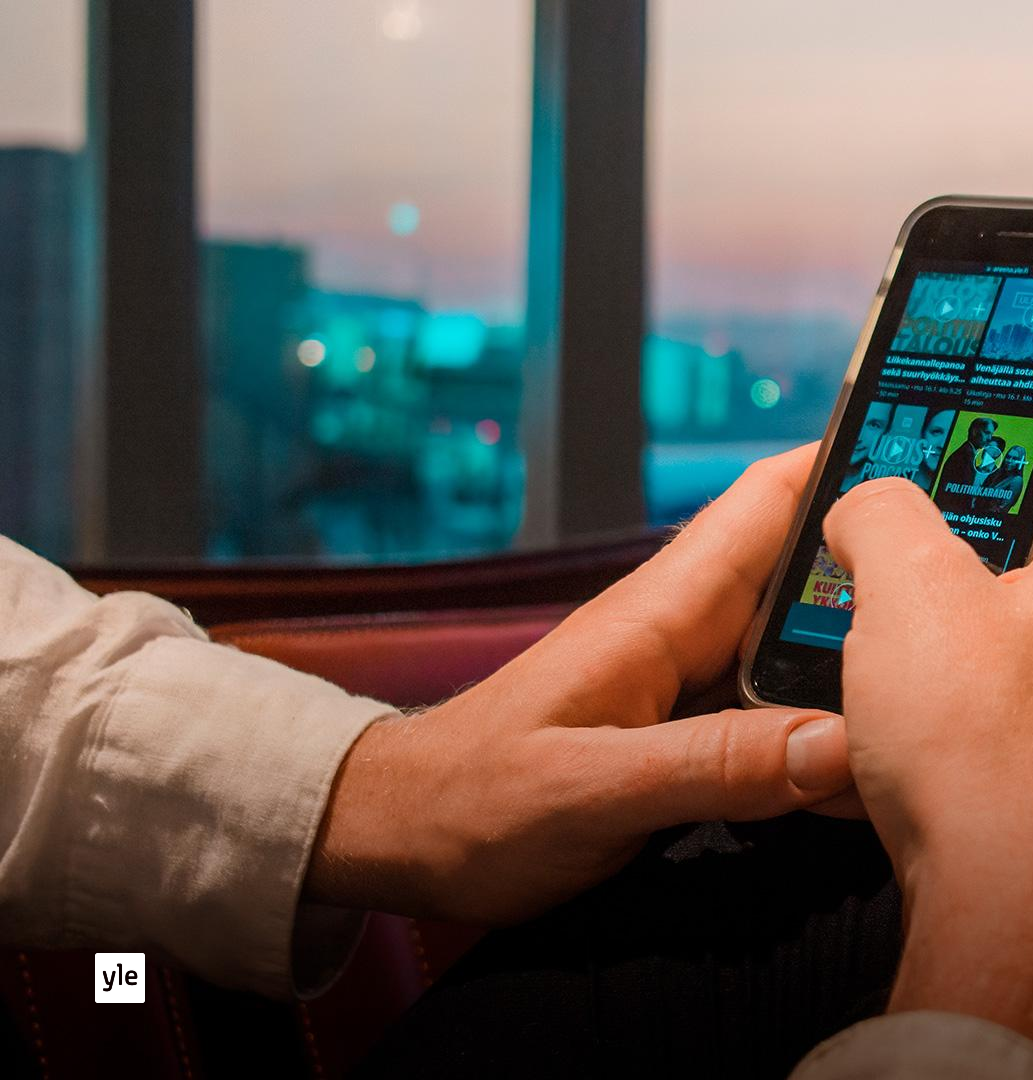
A woman with short grey hair and glasses, wearing a black hoodie and a blue lanyard, stands and holds a blue folder and a pen. She is looking towards a man. The man has dark curly hair and glasses, wearing a dark blue button-down shirt and a blue lanyard. He is sitting at a desk with a computer keyboard and looking down at his work. The background is a radio studio with various equipment and a large window.

yle

Yhteenvedo: Satosen parlamentaarisen Yle-työryhmän v. 2016 raportin velvoitteiden toteutuminen Ylessä

Yleisradio 13.12.2023 parlamentaariselle Yle-työryhmälle

YLEISÖJULKINEN



Sisällys

- 3-4 Ylälle vuonna 2016 asetetut velvoitteet ja niiden toteutuminen
- 5 1. Ostovelvoite
- 6-8 2. Tilaajavastuovelvoite
- 9 3. STT-velvoite
- 10-11 4. Alue-etusivuvelvoite
- 12-20 5. Yhteistyövelvoitteet

Ylelle vuonna 2016 asetetut velvoitteet, 1/2

(Ylen arviot ohessa tiiviisti – seikkaperäisemmin myöhemmin tässä esityksessä)

Linkki: työryhmän muistio kokonaisuudessaan

1. Ostovelvoite

*”Yleisradio Oy:n tulee **lisätä ostoja** kotimaisilta ja eurooppalaisilta riippumattomilta tuottajilta, sekä tuotantopalveluiden ja kotimaisten muiden esitys- ja käyttökorvausten hankintoja **30–35 prosentilla vuoteen 2022 mennessä.**”*

Ylen arvio: Ostojen lisäys vuoden 2016 tasosta (47,7 Meur) vuoteen 2022 (79,2 Meur) on yli 60 %, kun velvoite oli 30–35 % lisäys.

2. Tilaajavastuovelvoite

*”**Riippumattomien tuottajien tuotantojen** osalta on tärkeää muistaa **tilaajavastuu**. Työryhmä pitää tärkeänä sitä, että Yleisradio Oy toimii vastuullisena tilaajana tilaajavastuulain (1233/2006) hengessä. Kilpailuttaessaan tuotantoja Ylen tulee valvoa, että sen tilaamissa tuotannoissa noudatetaan lakiin ja työehtosopimukseen kirjattuja reiluja pelisääntöjä”*

Ylen arvio: Yle soveltaa yhdessä kumppaneidensa kanssa laajasti alan vastuullisuuskäytäntöjä, missä keskeisessä roolissa ovat sopimuskumppania velvoittavat ja niiden tasapuolisen kohtelun mahdollistavat tilaussopimukset sekä Ylen ylläpitämä taloudellinen kumppaniseuranta.

3. STT-velvoite

*”Yleisradio aloittaisi neuvottelut kaupallisen median kanssa tavoitteenaan Suomen Tietotoimisto **STT:n asiakkuus** tai muu järjestely”*

Ylen arvio: Yle palasi STT:n asiakkaaksi huhtikuussa 2017 Arto Satosen Yle-työryhmän raportin pohjalta.

Ylelle vuonna 2016 asetetut velvoitteet, 2/2

(Ylen arviot ohessa tiiviisti – seikkaperäisemmin myöhemmin tässä esityksessä)

Linkki: työryhmän muistio kokonaisuudessaan

4. Alue-etusivovelvoite

”Työryhmä on saanut Yleltä tiedon, että se aikoo luopua alueellisista uutisetusivuistaan. Työryhmä pitää tätä perusteltuna.

Ylen arvio: Yle sulki alueelliset suomenkieliset uutisetusivunsa verkossa maaliskuussa 2016.

5. Yhteistyövelvoitteet (merkinnät a-g Ylen tekemiä)

” Media-alan yhteistoiminnan edistäminen

... tämä voisi tarkoittaa sitä, että Yle tekee (a) kaupallisten mediatoimijoiden kanssa tiivistä yhteistyötä esimerkiksi (b) urheilutuotannossa sekä (c) verkossa. Verkossa yhteistyö voisi asiantuntijoiden mukaan tarkoittaa esimerkiksi sitä, että (d) kaupallisten mediatoimijoiden sisältöjä linkitetään myös Ylen verkkosivuille.

Yle voisi lisäksi (e) jakaa sisältöjä kaupallisille mediatoimijoille sekä (f) hankkia näiltä uutis- ja ajankohtaismateriaalia molempia osapuolia hyödyttävällä tavalla. Yhteistoimintaan voisi sisältyä myös yhteistä Ylen ja kaupallisten (g) radiokanavien kuuntelututkimusten tekoa.”

Ylen arvio: [a, c, e] Yle on tehnyt ja tekee kaupallisen median kanssa yhteistyötä esimerkiksi verkkosisällöissä, vaaleissa, teknologiassa, koulutuksessa ja [g] yleisömittaamisessa. [b] Yle on tehnyt ja tekee kaupallisen median kanssa yhteistyötä urheilun esitysoikeushankinnoissa. Lisäksi tuotantoyhteistyötä urheilulähetyksissä. [d] Linkityksiä kaupallisen median sisältöihin tehdään aina verkkouutisten siteerauksissa. [f] Ylen uutis- ja ajankohtaistoiminta täydentää kuvatuotantoaan hankkimalla kuvia ja videoita kaupallisilta uutiskuvatoimistoilta, kuvapankeilta, freelancereilta ja yrittäjiltä. Kotimaiselta kaupalliselta medialta hankitaan uutismateriaalia vain Yle Urheilun tarpeisiin. [g] Yle ja kaupallinen media ovat yhdessä kehittäneet tv:n, radio ja verkon mittausprosesseja ja luoneet alalle useita uudenlaisia mittausvälineitä.

1. Ostovelvoite

Velvoite on toteutunut: ostojen lisäys vuoden 2016 tasosta vuoteen 2022 on yli 60 %, kun velvoite oli 30–35 % lisäys.

*”Yleisradio Oy:n tulee **lisätä ostoja** kotimaisilta ja eurooppalaisilta riippumattomilta tuottajilta, sekä tuotantopalveluiden ja kotimaisten muiden esitys- ja käyttökorvausten hankintoja **30–35 prosentilla vuoteen 2022 mennessä.**”*

milj.EUR	Vertailuluku 2016	TOT 2016	TOT 2017	TOT 2018	TOT 2019	TOT 2020	TOT 2021	TOT 2022
Kotimaiset indieostot	21,4	24,6	30,2	47,5	43,8	35,8	39,1	42,9
Kotimaiset muut esitys- ja käyttökorvaukset	10,3	10,3	12,8	12,0	11,4	13,7	13,7	13,9
Eurooppalaiset indieostot	6,3	3,9	5,1	7,4	6,6	6,9	6,3	5,7
Tuotantopalvelut	9,7	11,0	11,9	15,2	13,4	10,8	15,1	16,7
Yhteensä	47,7	49,8	60,0	82,2	75,1	67,1	74,2	79,2

Taulukko sisältää ostot kotimaisilta ja eurooppalaisilta riippumattomilta tuottajilta, sekä tuotantopalveluiden ja kotimaisten muiden esitys- ja käyttökorvausten hankinnat. Indieostot huomioitu maksuperusteisesti.

Lähtötasoksi ostoille määriteltiin 47,7 milj.EUR, joka perustuu kesällä 2016 tehtyyn ennusteeseen vuoden 2016 tasosta. Velvoitteeksi asetettu 30-35 % ostojen lisääminen vuoteen 2022 mennessä asetti vuoden 2022 ostojen tavoitetason 62-64 milj.EUR. Velvoite toteutui ja ylittyi reilusti, kun vuoden 2022 ostojen toteuma oli 79,2 milj.EUR, joka oli 66 % kasvu ja ylitti ostovelvoitteen yli 15 milj.EUR. Kasvua selittää oman tuotannon ja henkilöstön vähentäminen ja ostojen lisääminen kotimaisilta riippumattomilta tuottajilta etenkin draama sisältöjen osalta. Yle on myös vähentänyt omaa tuotantotyötään ja ostanut enemmän tuotantopalveluita ulkopuolisilta toimijoilta. Vuosi 2022 oli lisäksi, koronan jäljiltä, poikkeuksellisen rikas urheiluvuosi, joka heijastuu tuotantopalveluiden ostoissa. Hintojen nousulla on myös ollut vähäinen vaikutus.

2. Tilaajavastuuveto, 1/3

Velvoite toteutuu: Yle soveltaa yhdessä kumppaneidensa kanssa laajasti alan vastuullisuuskäytäntöjä, missä keskeisessä roolissa ovat sopimuskumppania velvoittavat ja niiden tasapuolisen kohtelun mahdollistavat tilaussopimukset sekä Ylen ylläpitämä taloudellinen kumppaniseuranta.

*”**Riippumattomien tuottajien tuotantojen** osalta on tärkeää muistaa **tilaajavastuu**. Työryhmä pitää tärkeänä sitä, että Yleisradio Oy toimii vastuullisena tilaajana tilaajavastuulain (1233/2006) hengessä. Kilpailuttaessaan tuotantoja Ylen tulee valvoa, että sen tilaamissa tuotannoissa noudatetaan lakiin ja työehtosopimukseen kirjattuja reiluja pelisääntöjä”*

Tilaajavastuu sisältöhankinnoissa

Yle noudattaa lakia julkisista hankinnoista (1397/2016) toiminnassaan, esimerkiksi useissa tuotantopalveluihin liittyvissä hankinnoissa. Tilaajavastuulaki (1233/2006) tulee sovellettavaksi hankintalain yhteydessä. Hankintalakia ei kuitenkaan sovelleta Yleisradion tekemiin ohjelmamateriaalin ostoa, kehittämistä, tuotantoa tai yhteistuotantoa koskeviin hankintoihin. Niiltä osin kun tilaajavastuu ei tule suoraan sovellettavaksi Tilaajavastuulain tai Hankintalain perusteella, Yleisradio Oy toimii sisältöjen vastuullisena tilaajana Tilaajavastuulain hengessä seuraavasti:

- Ylen strategian mukaisesti huolehdimme siitä, että teemme sopimuksia vastuullisten toimijoiden kanssa. Yle soveltaa yhdessä kumppaniensa kanssa sopimaa luovan alan vastuullisuusmallia, joka koostuu taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun periaatteista.



Ylläpidämme taloudellista kumppaniseurantaa, jossa yhteistyökumppanin rekisterivelvoitteet ja riskiluokitus tarkastetaan säännöllisesti. Lisäksi vaadimme tilauksien yhteydessä verovelkatodistuksen ja valvomme mahdollisen verovelan maksusuunnitelman toteutumista. jatkuu...

2. Tilaajavastuuvelvoite, 2/3

- Ohjelmatarjoukset toimitetaan Ylelle yhtenäisessä muodossa sähköisen tarjouspalvelun kautta. Tarjouspyynnössä vaaditaan toimitettavaksi mm.: tuotantosuunnitelma, kustannusarvio, maksuaikatauluehdotus, kaupparekisteriote, kassavirta-/maksuvalmiussuunnitelma ja rahoitussuunnitelma. Kerättävien tietojen perusteella Yle valvoo, että tuotannon rahoitus, budjetointi, aikataulut ja toteutus realistinen. Lisäksi tarjoajaa vakuuttaa, ettei sitä tai sen alihankkijaa rasita suoraan tai välillisesti Euroopan unionin tai YK:n kohdistama pakote.
- Linjaamme säännöllisesti sisältöoikeuksien hankintaperiaatteita ja uudistamme käytössä olevia sopimus pohjia, varmistaaksemme tuotantoyhtiöiden tasapuolisen kohtelun. Tilaussopimuksissa käytetään vakioliitteitä, jotka tulevat osaksi tuotantosopimusta ja velvoittavat sopimuskumppania, esim:
 - Ylen ohjelmatoiminnan sisältöjä koskevat yleiset sopimusehdot (YSE).
 - Ylen Yhteistyökumppanin eettinen toimintaohje (Supplier Code of Conduct, ent. Kumppanuussitoumus/Vastuullisuussitoumus), joka sisältää useita tilaajavastuun elementtejä ja on ollut käytössä kaikissa Ylen tilaussopimuksissa jo vuodesta 2013. Liitteessä on sovittu tilaustoiminnan pelisäännöistä, jotka linjaavat toimintaa ja sitovat molempia osapuolia, mutta samalla varmistivat tasapuolista kohtelua. Liitettä on päivitetty säännöllisesti mm. Satosen työryhmän vaatimusten myötä.
 - Tuotantosuunnitelma, jonka vastuullisuuskysymyksillä valvotaan tuotannon sosiaalisen- ja ympäristövastuun konkreettista toteuttamista.

2. Tilaajavastuuveto, 3/3

- Ylen budjettipohja (sisältää rahoitus- ja maksuvalmiussuunnitelman), jolla eri tuotantovaiheiden kustannukset vaaditaan avattavaksi siten, että Ylessä pystytään arvioimaan palkkojen/palkkioiden taso suhteessa toimialalla sovellettavaan palkkatasoon.
- Edellä mainituilla liitteillä varmistetaan, että tuotannoissa noudatetaan soveltuvia lakeja ja työehtosopimukseen kirjattuja reiluja pelisääntöjä.
- Yle on perustanut eettisen ilmoituskanavan, jonka välityksellä Ylen työntekijät, sidosryhmät ja yhteistyökumppanit voivat turvallisesti ilmoittaa väärinkäytösepäilystä tai muusta epäeettisestä toiminnasta.
- Ajantasaiset ohjeistukset ja liitteet löytyvät kaikille avoimesti: <https://yle.fi/aihe/yleisradio/tuotantoyhtiöille> ja <https://svenska.yle.fi/produktionsbolag>.

3. STT-velvoite

Toteutunut: Yle palasi STT:n asiakkaaksi huhtikuussa 2017 Arto Satosen Yle-työryhmän raportin pohjalta.

*”Yleisradio aloittaisi neuvottelut kaupallisen median kanssa tavoitteenaan Suomen Tietotoimisto **STT:n asiakkuus** tai muu järjestely”*

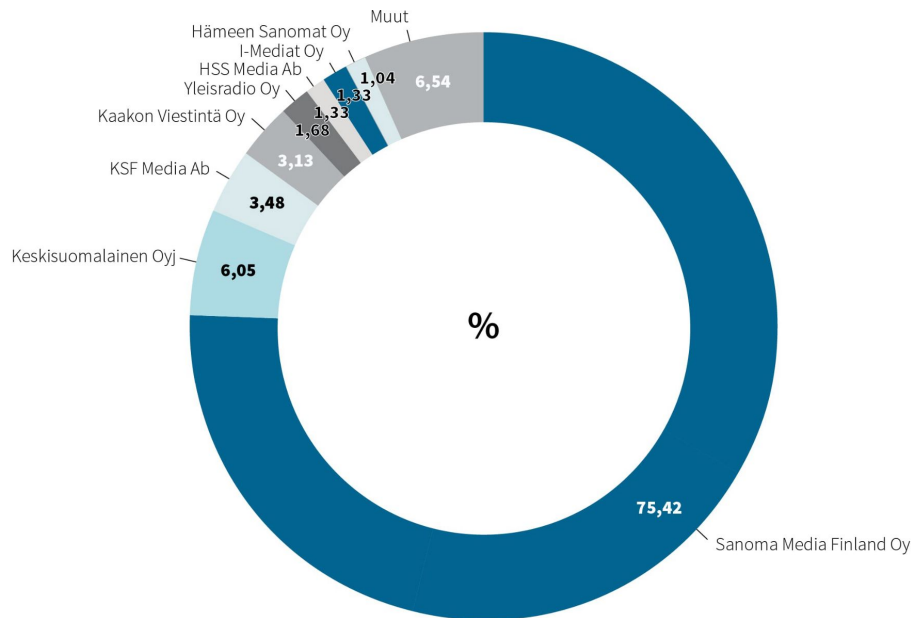
Yle luopui STT:n asiakkuudestaan vuoden 2007 alusta, mutta palasi asiakkaaksi huhtikuussa 2017 Arto Satosen Yle-työryhmän raportin pohjalta. Yle ostaa ja käyttää STT:n palveluita siinä määrin, että se on STT:lle erittäin merkittävä asiakas, yksi suurimpia.

Tällä hetkellä käytössä olevat STT:n palvelut

- perusuutispalvelu
- yleinen kalenterointi sekä listatyyppinen uutisseuranta
- Lehtikuvan kuvapalvelu
- yövuorot
- verkkokeskustelujen moderointi

STT:n suurimmat omistajat

Yhteensä 30 osakkeenomistajaa



4. Alue-etusivuvelvoite

Toteutettu: Yle sulki alueelliset suomenkieliset uutisetusivunsa verkossa maaliskuussa 2016. Nykyään merkittävimmät suomenkieliset paikallisuutiset nousevat Ylen etusivulle (Yle.fi ja Yle-sovellus) ja ne kaikki löytää valikkohausta maakunnittain.

*”Työryhmä on saanut Yleltä tiedon, että se aikoo **luopua alueellisista uutisetusivuistaan**. Työryhmä pitää tätä perusteltuna.*

- Yle sulki alueelliset suomenkieliset uutisetusivunsa verkossa maaliskuussa 2016.
- Sen jälkeen paikallisuutiset on tarjottu ensin Yle Uutisten etusivulla ja 2022 toukokuusta alkaen Yle.fi:ssä ja Yle-sovelluksessa.
- Merkittävimmät suomenkieliset paikallisuutiset nousevat Ylen etusivulle ja ne kaikki löytää niiden valikosta maakunnittain. Paikallisuutiset listautuvat maakunnittain julkaisujärjestyksessä.

- *Satosen työryhmän muistiossa oleva kirjaus ei kohdistunut Ylen ruotsinkieliseen alueuutistarjontaan, joten Svenska Ylen alueuutistarjontaan ei tehty Satosen työryhmän muistion seurauksena muutoksia.*

4. Alue-etusivuvelvoite, ennakkoarviointi

Ylen verkkopalvelu-uudistuksen ennakkoarviointi Ylen hallintoneuvoston toimesta v. 2017

Medialiitto lähetti Ylen hallintoneuvostolle 29.9.2016 pyynnön Yle Uutisten verkkopalvelu-uudistuksen ennakkoarvioinnista.

Hallintoneuvosto käynnisti ennakkoarvioinnin 14.2.2017. Ennakkoarvioinnin lopettaneessa päätöksessään 30.5.2017 hallintoneuvosto päätti hyväksyä Yleisradion alueellisen uutispalvelun tarjonnan jatkamisen ennakkoarvioinnin pohjana olleen palvelukuvauksen mukaisesti.

Hallintoneuvosto päätti lisäksi kirjauksen linkityksistä, joiden avulla on mahdollista lisätä kaupallisen median tavoitavuutta. Nykyisin linkityksiä kaupallisen median sisältöihin tehdään lähinnä kreditoinneissa, kun sisällöissä viitataan heiltä peräisin oleviin tietoihin. Muussa tarkoituksessa toimintaa rajoittavat maksumuurit.

5. Yhteistyövelvoitteet (a-g), 1/9

Yle on edistänyt jokaista velvoitteen alakohtaa konkreettisilla tavoilla, joita avataan edempänä.

” Media-alan yhteistoiminnan edistäminen

... tämä voisi tarkoittaa sitä, että Yle tekee (a) kaupallisten mediatoimijoiden kanssa tiivistä yhteistyötä esimerkiksi (b) urheilutuotannossa sekä (c) verkossa. Verkossa yhteistyö voisi asiantuntijoiden mukaan tarkoittaa esimerkiksi sitä, että (d) kaupallisten mediatoimijoiden sisältöjä linkitetään myös Ylen verkkosivuille.

Yle voisi lisäksi (e) jakaa sisältöjä kaupallisille mediatoimijoille sekä (f) hankkia näiltä uutis- ja ajankohtaismateriaalia molempia osapuolia hyödyttävällä tavalla. Yhteistoimintaan voisi sisältyä myös yhteistä Ylen ja kaupallisten (g) radiokanavien kuuntelututkimusten tekoa.” (merkinnät a-g Ylen tekemiä)

Yhteenveto kokonaisuudesta:

[a, c, e] Yle on tehnyt ja tekee kaupallisen median kanssa yhteistyötä esimerkiksi verkkosisällöissä, vaaleissa, teknologiassa, koulutuksessa ja [g] yleisömittaamisessa. **[b]** Yle on tehnyt ja tekee kaupallisen median kanssa yhteistyötä urheilun esitysoikeushankinnoissa. Lisäksi tuotantoyhteistyötä urheilulähetyksissä. **[d]** Linkityksiä kaupallisen median sisältöihin tehdään aina verkkouutisten siteerauksissa. **[f]** Ylen uutis- ja ajankohtaistoiminta täydentää kuvatuotantoaan hankkimalla kuvaa ja videoita kaupallisilta uutiskuvatoimistoilta, kuvapankeilta, freelancereilta ja yrittäjiltä. Kotimaiselta kaupalliselta medialta hankitaan uutismateriaalia vain Yle Urheilun tarpeisiin. **[g]** Yle ja kaupallinen media ovat yhdessä kehittäneet tv:n, radio ja verkon mittausprosesseja ja luoneet alalle useita uudenlaisia mittausvälineitä.

5. Yhteistyövelvoite (a, c, e) kaupallisten kanssa mm. verkossa, 2/9

Velvoitetta on toteutettu ja toteutetaan: Yle on tehnyt kaupallisen median kanssa yhteistyötä esimerkiksi verkkosisällöissä, vaaleissa, teknologiassa ja koulutuksessa.

”... tämä voisi tarkoittaa sitä, että Yle tekee (a) kaupallisten mediatoimijoiden kanssa tiivistä yhteistyötä esimerkiksi (b) urheilutuotannossa sekä (c) verkossa.

Yle voisi lisäksi (e) jakaa sisältöjä kaupallisille mediatoimijoille...”

- Yleisradio on tehnyt ja tekee yhteistyötä kaupallisten mediayhtiöiden kanssa, niin verkossa kuin laajemminkin.
- Alla ja seuraavilla sivuilla esitetään esimerkkejä Ylen ja kaupallisen median välisestä yhteistyöstä, joka käsittää sisältöjä verkossa ja painetussa lehdessä, yhteistyötä vaalien yhteydessä, teknologiayhteistyötä ja koulutuksia.

Esimerkkejä Ylen ja kaupallisen median yhteistyöstä

- **Kaupallisen median tapaamisia** yhdeksällä paikkakunnalla 10-12/23 ja 1-3/24. Yle kutsuu paikallisen ja alueellisen median päätoimittajat ja työnjohtoa keskustelemaan ja ideoimaan yhteistyön mahdollisuuksia. Syksyllä pidetty tapaamiset Oulussa, Seinäjoella, Jyväskylässä, Tampereella ja Turussa. Osallistujia yhteensä 78 ja sovittu jatkosta. Ruotsinkielisellä puolella on järjestetty samantyyppisiä tapaamisia vastaavien toimittajien kesken.
- **Ylen uutisartikkelit kaupallisen kumppanin verkkopalvelussa**, käytössä Ylä-Satakunta -lehdessä (2020-), Maaseudun Tulevaisuudessa (2021-) ja Landsbygdens Folk- lehdessä (2022-). Tämä malli on tarkoitus tarjota laajemmin suomenruotsalaisen median käyttöön. Mallia esitellään myös suomenkielisen kaupallisen median tapaamisissa.

5. Yhteistyövelvoite (a, c, e) kaupallisten kanssa mm. verkossa, 3/9

Esimerkkejä Ylen ja kaupallisen median yhteistyöstä jatkuu...

- **Voitto-robotti kumppaneiden käytössä,** robottiteknologia jaetaan avoimena lähdekoodina. Automatisoitu ratkaisu yksinkertaiseen journalismiin, kuten urheilu- ja vaalituloksiin. Tällä hetkellä käytössä STT:ssä (2019) ja Ilkka-Pohjalaisessa (2020).
- **Ylen uutisartikkelit kaupallisen kumppanin paperilehdessä** pilotoitiin ruotsiksi Åbo Underrättelser-lehden kanssa (2022). Jatkoa mietitään.
- **Ylen uutisstriimit kumppanin verkkopalvelussa** tarjotaan ruotsinkielisille mediayhtiöille (2021-)
- **Yhteisiä koulutuksia kaupallisen median kanssa.** Ylen Journalismin akatemia on järjestänyt kursseja datajournalismista, kuvajournalismista ja kirjoittamisesta. Osallistujia Hilla Groupista ja KSF Mediasta.
- **Ylen vaalikone kumppanin verkkopalvelussa,** mukana noin kymmenen mediataloa vaaleja kohden: kuntavaalit 2017 ja 2021, aluevaalit 2022 ja eduskuntavaalit 2023. Kumppaneille oma brändätty versio, jossa mukana myös omia kysymyksiä. Suomeksi ja ruotsiksi.
- **Ylen vaalitulospalvelu kumppanin verkkopalvelussa** (kuntavaalit 2017, aluevaalit 2022-). Ylen upokkeiden avulla kumppanin ei tarvitse rakentaa omaa tulospalvelua. Päivittyy automaattisesti suomeksi ja ruotsiksi. Palvelu on käytössä kymmenellä mediatalolla.
- **Vaalikeskusteluja vaalipiireissä,** Ylen aluetoimitusten ja maakuntalehtien yhteisiä vaalikeskusteluja toteutettu eri puolilla maata useissa vaaleissa vuosien mittaan.
- **Sinuna-tunnistautumispalvelu yhdessä Alma Median, Nixun ja Ioxion kanssa.**

5. Yhteistyövelvoite (b) urheilutuotannossa, 4/9

Velvoitetta on toteutettu ja toteutetaan: Yle on tehnyt kaupallisen median kanssa yhteistyötä urheilun esitysoikeushankinnoissa. Lisäksi tuotantoyhteistyötä urheilulähetyksissä.

”... tämä voisi tarkoittaa sitä, että Yle tekee kaupallisten mediatoimijoiden kanssa tiivistä yhteistyötä esimerkiksi (b) urheilutuotannossa”

Kaupallisten mediayhtiöiden kanssa tehty urheilulähetysten tuotantoyhteistyö

- Sivulla 5 olevassa taulukossa rivillä “Tuotantopalvelut” on esitetty Ylen kaikki tuotantopalveluostot. Osana noita lukuja olevien Ylen urheilulähetysten tekemiseen hankkimien tuotantopalveluiden ostot lisääntyivät vuodesta 2017 vuoteen 2022 noin 75 %. Ulkoa ostetut tuotantopalvelut sisältävät muun muassa henkilötyötä ja tuotannon tekemiseen tarvittavaa teknistä välineistöä. Merkittävää kasvua selittää, että Yle on veloitteen mukaisesti vähentänyt omaa tuotantotyötään ja ostanut enemmän tuotantopalveluita ulkopuolisilta toimijoilta. Vuosi 2022 oli lisäksi tapahtumarikas urheiluvuosi, joka heijastuu tuotantopalveluiden ostoissa. Hintojen nousulla on myös ollut vähäinen vaikutus.

Ylen ja kaupallisten mediayhtiöiden välinen yhteistyö urheilun esitysoikeushankinnoissa vuodesta 2016 alkaen

- Yle on käynyt ja käy aktiivista vuoropuhelua Suomessa toimivien kaupallisten mediayhtiöiden kanssa ja kertonut kiinnostuksestaan tehdä yhteistyötä urheilun esitysoikeushankinnoissa. Yhteistyö voi käytännössä tarkoittaa yhdessä ostettavia oikeuksia, Ylen kaupalliselta toimijalta ostamia oikeuksia tai Ylen kaupallisille toimijalle myymiä oikeuksia.

5. Yhteistyövelvoite (b) urheilutuotannossa, 5/9

Ylen ja kaupallisten mediayhtiöiden välinen yhteistyö urheilun esitysoikeushankinnoissa vuodesta 2016 alkaen jatkuu...

- Urheilun esitysoikeuksien yhteistyöt mahdollistavat paitsi kustannusten myös sisältöjen jakamisen tavalla, joka tukee sekä Ylen että kaupallisen kumppanin strategioita.
- Suurin osa Ylen ja kaupallisen median oleellisimmista esitysoikeusyhteistöistä on Ylen ostamia oikeuksia kaupallisilta medioilta. Merkittävimpiä näistä ovat olleet Warner Bros. Discoverylta ostetut oikeudet Olympialaisiin vuosille 2018-2022.
- Ylen on tehnyt vuosina 2016-2023 esitysoikeuksissa yhteistyötä kaikkien merkittävimpien Suomessa toimivien kaupallisten mediatalojen kanssa (*esimerkit seuraavalla sivulla*).

jatkuu...

5. Yhteistyövelvoite (b) urheilutuotannossa, 6/9

Valikoituja esitysoikeusyhteistöitä, sen mukaan minä vuonna yhteistyösopimus on solmittu

2016

- Yle osti Warner Bros. Discoverylta mediaoikeuksia vuosien 2018 ja 2020 Olympialaisiin
- Yle myi MTV3:lle hiihtolajien maailmancupin mediaoikeuksia vuosille 2016-2018

2017

- Yle osti Warner Bros. Discoverylta mediaoikeudet naisten jalkapallon EM-kisoihin vuodelle 2017.

2018

- Yle osti MTV3:lta Sveitsissä järjestettävien hiihtolajien maailmancupien mediaoikeudet vuosille 2018-2022
- Yle osti Viaplaylta mediaoikeuksia jalkapallon Saksan Cupiin vuosille 2018-2019

2019

- Yle osti Warner Bros. Discoverylta mediaoikeuksia vuosien 2022 ja 2024 Olympialaisiin
- Yle osti Telialta ja Elisalta e-urheilun mediaoikeuksia

2020

- Yle ja MTV3 ostivat yhdessä mediaoikeudet miesten jalkapallon MM-kisoihin 2026
- Yle osti Telialta ja Elisalta e-urheilun mediaoikeuksia

2021

- Yle osti Viaplaylta mediaoikeuksia hiihtolajien mm-kisoihin ja valikoituihin maailmancupien osakilpailuihin vuosille 2021-2026
- Yle osti Viaplaylta mediaoikeudet taitoluistelun arvokisoihin vuosille 2021-2023
- Yle osti Viaplaylta mediaoikeuksia NHL-otteluihin vuosille 2021-2023
- Yle osti Telialta e-urheilun mediaoikeuksia

2022

- Yle myi MTV3:lle kolmasosan miesten jalkapallon 2022 MM-kisojen mediaoikeuksista.
- Yle osti Telialta e-urheilun mediaoikeuksia
- 2023
- Yle osti Sanomalta mediaoikeuksia jalkapallon Veikkausliigan ja Kansallisen ligan sekä miesten ja naisten Superpesiksen otteluihin vuosille 2023-2025
- Yle osti Elisalta e-urheilun mediaoikeuksia

5. Yhteistyövelvoite (d) linkittäminen, 7/9

Velvoitetta toteutetaan: Linkityksiä kaupallisen median sisältöihin tehdään aina verkkouutisten siteerauksissa. Käytänteestä, jossa linkityksiä tehdään myös muulloin, on pääosin luovuttu maksumuurien yleistyessä.

*”Verkossa yhteistyö voisi asiantuntijoiden mukaan tarkoittaa esimerkiksi sitä, että **(d)** kaupallisten mediatoimijoiden sisällöt linkitetään myös Ylen verkkosivuille.”*

- Linkitykset kaupallisen median sisältöihin ovat Ylen verkkouutisissa arkea. Linkityksiä tehdään aina verkkouutisten siteerauksissa. Vuonna 2016 Yle alkoi julkaista verkkouutisissaan linkkejä kaupallisen median sisältöihin myös silloin, kun kyse ei ollut siteerauksista, vaan lisäpalvelusta yleisölle. Tästä käytänteestä on sittemmin pääosin luovuttu maksumuurien yleistyessä, sillä lisäpalvelun ajatus ei toteudu, jos lukija ei saa linkitettyä sisältöä. Siteerausten linkityksissä Yle käyttää median alkuperäistä linkkiä riippumatta siitä, onko sisältö maksumuurin takana.
- Linkittämisessä on huomioitava myös mahdollinen piilomainonnan uhka. Viestintävirasto antoi 26.11.2015 Ylelle huomautuksen mainonnan kiellon rikkomisesta, sillä Yle oli jääkiekko-otteluihin viitatessaan lisännyt verkkosivuilleen linkin maksulliselle Viaplay.fi-sivustolle tavalla, joka viraston mielestä ei ollut tulkittavissa lähdeviitteeksi.

5. Yhteistyövelvoitte (f) uutismateriaalin hankinta, 8/9

Toteutuminen: Ylen uutis- ja ajankohtaistoiminta täydentää kuvatuotantonsa hankkimalla kuvia ja videoita kaupallisilta uutiskuvatoimistoilta, kuvapankeilta, freelancereilta ja yrittäjiltä. Kotimaiselta kaupalliselta medialta hankitaan uutismateriaalia vain Yle Urheilun tarpeisiin.

”Yle voisi lisäksi (e) jakaa sisältöjä kaupallisille mediatoimijoille sekä (f) hankkia näiltä uutis- ja ajankohtaismateriaalia molempia osapuolia hyödyttävällä tavalla.”

- Ylen uutis- ja ajankohtaistoiminta täydentää omaa kuvatuotantonsa hankkimalla kuvia ja videoita kaupallisilta uutiskuvatoimistoilta, kuvapankeilta, freelancereilta ja yrittäjiltä. Alle puolet Ylen verkossa käyttämästä uutiskuvamateriaalista on näiltä ulkopuolisilta kumppaneilta. Kotimaiselta kaupalliselta medialta ei kuvia tai videoita ole ostettu, mutta sen sijaan Yle tuottaa ja tarjoaa niille usein ilmaisia kuvapalveluita, tuoreimpana esimerkkinä presidentti Ahtisaaren hautajaiset välitettiin muille mediataloille maksutta.
- Edellä mainitun lisäksi Yle Urheilu hankki urheilun uutisoikeuksia kaupallisen median kanssa tehtävin sopimuksin niin MTV:ltä, Sanomalta kuin Viaplayltäkin. Yle tekee laajaa yhteistyötä urheilun uutistoiminnan liikkuvan kuvan suhteen MTV:n urheilutoimituksen kanssa sekä käytännöllistä yhteistyötä myös muiden kaupallisten yhtiöiden kanssa.

5. Yhteistyövelvoitteet (g) yleisötutkimukset 9/9

Velvoitetta on toteutettu ja toteutetaan: Yle ja kaupallinen media ovat yhdessä kehittäneet tv:n, radio ja verkon mittausprosesseja ja luoneet alalle useita uudenlaisia mittausvälineitä.

“Yhteistoimintaan voisi sisältyä myös yhteistä Ylen ja kaupallisten (g) radiokanavien kuuntelututkimusten tekoa.”

Yle ja kaupallinen media ovat tehneet tiivistä yhteistyötä mittausprosessien kehittämisessä ja laajentamisessa. Tämä yhteistyö on johtanut useisiin edistysaskeleisiin mediakulutuksen mittaamisessa Suomessa.

Käytännössä kehityksen kohteena ovat olleet esimerkiksi:

- TotalTV-mittaus laajentaa perinteisen TV-mittauksen kattamaan myös digitaalisen videon kulutuksen tavalla, joka vastaa paremmin kaupallisen median tarpeisiin. Ajankohta: Kehitettiin 2017-2019 ja otettiin käyttöön v. 2019.
- Radiomittauksen uudistusta on tehty yhteistyössä toimialan kanssa ja se jatkuu tulevinakin vuosina. Tällä hetkellä keskitytään erityisesti mittauksen kehittämiseen digitaalisessa audiossa. Kehitystyötä vuodesta 2016 alkaen.
- Internet-mittaus (FIAM, Finnish Internet Audience Measurement) on kokenut merkittäviä muutoksia viime vuosina. Vuonna 2023 mittaaminen on uudistettu kattamaan koko suomalaisen digitaalisen mediatoimialan, tarjoten kattavampaa ja tarkempaa dataa medioiden kulutuksesta. Ajankohta 2018-2023; 2-3 julkaisukohtaa – viimeisin versio 2.0 julkaistiin 2023.
- Uuden mittausyrityksen perustamisen valmistelu on käynnistetty kaupallisen median kanssa yhteisestä aloitteesta. Työ tähtää siihen, että mittaus toimintaan saataisiin lisää tehokkuutta sekä uusia mahdollisuuksia mittaamiseen (sis. kaupallistaminen).



**Kaikille yhteinen, jokaiselle oma
Gemensamt för alla, unikt för mig**