

Ydin 59 (2025): 1

MEDIA KESKITTYY – MILLAISIA VAIKUTUKSIA?

Teksti ja kuvat Arja Albo

LUEMME LEHTIÄ JA SEURAAMME
MUUTENKIN UUTISMEDIAA.
MUTTA MITÄ TAPAHTUU ITSE
MEDIATALOISSA MARKKINOIDEN
JA DIGITALISAATION PAINEISSA?
HEIKKI HELLMAN TIETÄÄ,
ETTÄ AINAKIN OMISTUKSEN
KESKITTYMISTÄ SEKÄ SISÄLTÖJEN
SAMANKALTAISTUMISTA.



VALTIONEUVOSTON KANSLIA tilasi Tampereen yliopiston tutkijoilta raportin uutismedian omistuksen keskittymisestä ja sen vaikutuksista mediasisältöihin. Raportti ilmestyi viime keväänä. Se liittyy tänä keväänä annettavaan hallituksen esitykseen kansalliseksi laiksi EU:n hyväksymän medianvapausasetuksen pohjalta. Asetus pyrkii suojelemaan muun muassa median moninaisuutta ja itsenäisyyttä EU:ssa.

Keskeinen kysymys tulee olemaan media-alan ilmoitusvelvollisuus mahdollisissa ostoissa. Se on sidottu yritysten liikevaihtoon, ja jos rajat ovat hyvin korkeat, median keskittyminen voi tapahtua ilman kilpailuviranomaisten kannanottoja. Näin on jo käynyt.

YDIN-LEHDEN HAASTATTELEMA **Heikki Hellman** on yksi uutismedian keskittymisraportin tekijöistä. Hellman on tuottelias tutkija, joka tuntee media-alan monelta eri kantilta.

– Suomalainen sanomalehdistö rakentuu muutamasta valtakunnallisesta sekä lukuisista alueellisista ja vielä useammista paikallisista lehdistä. Lehtien lukumäärä on laskenut 1990-luvulta lähtien, mutta vieläkin meillä ilmestyy 29 päivälehteä, kertoo Hellman.

Uutismedia toimii yhä enemmän digitaalisilla alustoilla, mutta perinteisilläkin jake-lukanavilla, kuten sanomalehdillä, radiolla ja televisiolla, on paikkansa. Uutismediatoimiala on viime vuosina myös keskittynyt. Hellman sanoo ymmärtävänsä kehityksen. Kaikki lehtitalot ovat myynnissä isoimpia lukuun ottamatta, muistuttaa Hellman.

– *Keskisuomalainen* on kasvanut aggressiivisesti. Sanoma ja Keskisuomalainen hallitsevat yhdessä reilusti yli puolta koko toimialasta.

– Kolmas tärkeä konserni on Kaleva, joka osti Almalta Lapin lehdet. Myös Hilla Group Kokkolasta laajeni Kainuuseen ja Lappiin, mutta juuri nyt ryhmällä ei mene hyvin. Viimeisin merkittävä liikkeen teki Bonnier, kun se osti *Hufvudstadsbladetin* 2023 ja seuraavana vuonna Pohjanmaan ruotsinkieliset lehdet.

Bonnierin kohdalla Hellman pitää merkit-

tävänä sitä, että yhtiö sitoutui julkaisemaan ostamiaan lehtiä kymmenen vuotta. Sitä voi pitää vastuullisena itsesääntelynä. Hän lisää myös, että *Turun Sanomilla* menee erinomaisesti Varsinais-Suomessa. Eteläpohjalaisen Ilkka-konsernin tapaan se on pysytellyt omalla vanhalla reviiirillään.

SUOMALAISET LUKEVAT lehtiä painettuna ja yhä enemmän myös digitaalisina. Hellman kuitenkin muistuttaa, etteivät lehdet ole julkaisseet levikkilukujaan viimeen vuoteen. Hänen mielestään omistuksen keskittymisellä ei ole itsessään kovin suurta merkitystä. Tämä siksi, että toimijoilla on useita lehtiä eri alueilla. Lehtiyhtiöiden lukumäärä on kuitenkin puolittunut.

Eri puolueiden julkaisemien päivälehtien loppuminen on erillinen kehityskulku. Yhtenä syynä Hellman sanoo olevan vuoden 2007 tehdyn päätöksen erillisen lehdistötuen lakkauttamisesta. Myös puolueilta itseltään katosi kiinnostus ylläpitää omia lehtiään. Esimerkkinä *Vibreä Lanka*, jonka Vihreät päätti lakkauttaa.

Kansallisen mediatutkimuksen (2024) mukaan yli 15-vuotiaista suomalaisista painetun sanomalehden avaa noin neljäkymmentä sadasta ja digitaalista sisältöä lukevat tai selailevat – useimmiten puhelimesta – noin kuusikymmentä sadasta. Maksettua painettua tai digitaalista lehteä tilaa noin 2,5 miljoonaa suomalaista.

Suomalaiset lukevat 4–5 aikakauslehteä. Neljän kärki niissä on *Yhteishyvä*, *Pirkka*, *Me Naiset* ja *Seiska*.

Suomessa julkaistaan myös kulttuuri- ja mielihetkiä. Kultti.fi sivuilta löytyy noin 140 lehdien tiedot *Filmihullusta Ydin*-lehden taiteen edistämiskeskuksen myöntämää tukea lehdet saivat tänä vuonna leikkausten vuoksi 680 000 euroa, joka merkitsi monelle lehdelle kuoliniskua. *Ydin*-lehti sai tukea 30 000 euroa ja se mahdollistaa lehden ilmestymisen tänä vuonna.

– *Demokraatti* ja *Kansan Uutiset* ovat arvioineet järkevämmäksi tehdä laadukasta aikakauslehtityyppisiä julkaisua digisisällön ohella.

Monet oheisvaikutukset, kuten esimerkiksi journalistien työpaikkojen vähentymiset, liittyvät keskittymisen sijaan enemmän yleiseen kehitykseen.

– Mainostuotot ovat pudonneet 2000-luvulla reaalisesti kolmannekseen, tilaustuotot noin puoleen. Lehdet tuottivat digitaalisoitumisen alkuvaiheessa paljon maksutonta sisältöä – se oli niiden oma virhe. Ensimmäinen maksumuuri tuli vasta vuonna 2014, kun *Kauppalehti* otti sen käyttöön. Maakuntalehdet ovat varsin tiukkoja maksumuurinsa kanssa. *Helsingin Sanomien* muuri on puolestaan varsin hatara, sanoo Hellman.

Hän tiivistää keskittymisen niin, että se on ollut taloudellisesti järkevää ja mahdollistanut useamman lehden säilymisen, kun on voitu säästää tai jakaa kehittämisen kustannuksia useammalle yhtiön lehdelle.

Suomessa ei ole ainakaan laajoja uutiserä-maita. Maakunta- ja paikallislehdet kattavat maan alueellisesti hyvin, mutta ykköslehtien tulevaisuus ei näytä valoisalta, Hellman arvioi.

KESKITTYYMISEN TÄRKEIMMÄKSI seuraukseksi Hellman nostaa lehtien sisältömuutokset. Konsernilehdet jakavat sisältöjä keskenään, mikä johtaa erilaisten äänien vähenemiseen.

– Sillä on demokratiavaikutuksia.

Heikki Hellman

tiedotusopin dosentti ja tutkija Tampereen yliopiston viestintätieteiden tiedekunnassa

Journalistiikan vierailija-professori 2008–2009

Työskennellyt *Helsingin Sanomien* toimittajana ja kulttuuritoimituksen esimiehenä 1980–2010

Heikki Heikkilä, Heikki Hellman ja Liisa Ovaska: *Mä lehdin luin. Yleisön suhde painettuun ja digitaaliseen sanomalehteen* (luettavissa trepo.tuni.fi -sivuilla).

Median keskittyminen ja mediasisältöjen moninaisuus Suomessa – Valto julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/165517

Keskisuomalaisen omistamien lehtien sisällöistä yli kolmannes oli päällekkäistä, Kalevan lehdissä jopa lähes puolet *Helsingin Sanomien* ja *Aamulehden* sisällöistä vain kymmenen prosenttia oli yhteistä. Konsernien jakamiskäytännöt vaihtelevat.

Kun Hellman nyttemmin on tutkinut maan kaakkoisosissa julkaistavia lehtiä, yli 40 prosenttia sisällöistä oli samaa ja puolet pääkirjoituksistakin. Kaiken lisäksi lehdet peitelivät sisältöjen jakamista ja samankaltaisuutta. Lukijat eivät ole välttämättä tietoisia konsernisisällöistä, vaikka heille alueellinen omintakeisuus on tärkeää.

Myös journalistinen tekeminen on saanut kouluksia. Sanomalehdissä toimittajien määrä on vähentynyt kolmanneksella.

Vuonna 2000 oli 3 300 toimittajaa, nyt 2 100.

Entä mitä tiedetään lehtien lukijoista muutosten keskellä? Lehdet luottavat yleisöanalytiikkaan, mutta Hellmanin mukaan verkkolehden klikkausten määrä tai pidemmän ajan käyttäminen jutun lukemiseen ei välttämättä kerro kiinnostuksesta. Lukija voi haluta palata syventävästi paperilehden lukuun selattuaan digitaalista sisältöä. Ylipäätään lehtien suosimat yleisöanalytiikat ja algoritmiset työkalut eivät tavoita sanomalehden lukemisen yksilöllisyyttä, monimuotoisuutta ja tilannekohtaisuutta.

Nähtäväksi jää, onko mediatalojen julkaisema kuolinilmoitus paperilehdille lopullinen. *Mä lehdin luin* -tutkimuksesta kävi ilmi, että paperista sanoma- ja aikakauslehteä myös arvostetaan digitaalisen ähkyn sijaan. **Y**