

2 • 2012

**Hannu Olkinuora
Marit Ingves
Lia Markelin**

Journalismen kohtalo mediamurroksessa

Överlevnadsstrategier för minoritetsmedier

med fokus på public service

magma

Journalismin kohtalo mediamurroksessa – Överlevnadsstrategier för minoritetsmedier

Utgivare: Finlands svenska tankesmedja Magma
www.magma.fi

Magma-studie 2 • 2012

Tryck: Gravity Oy

Form och layout: Jaagon Ab
Omslagsbild: iStockphoto
Foto av Hannu Olkinuora: Nils Erik Forsgård
Foto av Marit Ingves: Renate Dörr
Foto av Lia Markelin: Nils Erik Forsgård

ISBN: 978-952-5864-31-1 (print)
ISBN: 978-952-5864-32-8 (online)

Magma-studier:
ISSN-L: 1798-4629
ISSN: 1798-4629 (print)
ISSN: 1798-4610 (online)

Innehållet fritt tillgängligt med vissa förbehåll:

Magma önskar få största möjliga spridning av de publikationer som ges ut. Därför kan våra rapporter fritt laddas ner via www.magma.fi. Det är tillåtet att kopiera, citera och återge avsnitt ur denna publikation förutsatt att källan anges samt att innehållet inte förändras eller förvrängs.



MAGMA-STUDIE 2 • 2012



Journalismin kohtalo mediamurroksessa

Överlevnadsstrategier för minoritetsmedier

med fokus på public service



**Hannu Olkinuora
Marit Ingves
Lia Markelin**

Sisältö – Innehåll

Raportin kirjoittajat	6
Om författarna	8
Esipuhe	11
Förord	13

Hannu Olkinuora:

Journalismin kohtalo mediamurroksessa	17
Joukkoviestinnän murros – mitä on tapahtunut	17
Joukkoviestinnän ansaintamallit	23
Laatujournalismi	25
Ruotsinkielinen julkinen palvelu Suomessa	41
Ruotsinkielisen median tulevaisuus	43
Näin pelastuu laatujournalismi – seitsemän keinoa	50
Johtopäätöksiä	52

Marit Ingves:

Balansgång i EU mellan hårda och mjuka värden	57
Presstödet	58
Marknaden	60
Nytt eller existerande?	61
Radio och television i allmänhetens tjänst	63
Överkompensation	64
Slutsatser	66

Lia Markelin:

Finansiering av minoritetsspråkssändningar inom public service	68
De svenskspråkiga sändningarna i Finland som kontext	69
De finskspråkiga sändningarna i Sverige	78
De samiska sändningarna i Norge	84
De kymriska sändningarna i Wales, Storbritannien	92
Sammanfattning	98
Slutsatser	103

Noter	108
--------------	------------

Raportin kirjoittajat



Hannu Olkinuoran journalistin ura alkoi Helsingin Sanomien taloustoimituksessa ja jatkui Kauppalehdessä, jossa hän työskenteli Skandinavian kirjeenvaihtajana ja päätoimittajana. Tämän jälkeen hän on toiminut vastaavana päätoimittajana tamperelaisessa Aamulehdessä, Svenska Dagbladetissa Tukholmassa ja Hufvudstadsbladetissa Helsingissä. Lisäksi hän on työskennellyt Alma Median sanomalehtiliiketoiminnan toimitusjohtajana, toiminut Yleisradion hallituksen puheenjohtajana ja työskennellyt journalistiikan vierailuprofessorina Tampereen Yliopistossa. Nykyisin emerituspäätoimittaja Olkinuora on media-tutkija ja neuvonantaja.



Marit Ingves on toimittaja ja toimii tällä hetkellä Pohjoismaiden yleisradioyhtiöiden yhteisenä edunvalvojana Brysselissä. Aikaisemmin Ingves on toiminut Hufvudstadsbladetin poliittisena toimittajana ja Brysselin kirjeenvaihtajana. Hän on myös raportoinut Tukholmasta, Moskovasta ja Ankarasta Svenska Yle:lle ja muille Pohjoismaisille mediayrityksille.



Lia Markelin väitteli vuonna 2003 Bradfordin yliopistossa Englannissa, teemana vähemmistö- ja mediapolitiikka Pohjoismaissa saamelaismedioiden näkökulmasta. Siitä lähtien hän on toiminut tutkijana ja korkeakouluyhteistyön koordinaattorina ja projektivastaavana. Markelin toimii nykyään Magman koordinaattorina, ja osa-aikaisesti myös apulaisprofessorina Saamelaisessa korkeakoulussa Norjan Koutokeinossa.

Työn ohjausryhmänä toimi:

- **Gunvor Kronman**, Yleisradion hallituksen varapuheenjohtaja, Konstsamfundetin hallituksen jäsen, Hanasaaren toimitusjohtaja
- **Tom Moring**, journalistiikan professori, Svenska Social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet/Helsingin yliopisto, HSS median hallituksen entinen puheenjohtaja
- **Björn Sundell**, ajatushautomo Magman tutkimusvastaava, HBL:n entinen pääkirjoitustoimittaja
- **Arne Wessberg**, Yleisradion entinen toimitusjohtaja
- **Marina Österlund-Karinkanta**, erikoissuunnittelija Yleisradion strategiaosastolla

Kirjoittajat vastaavat itse raportin sisällöstä ja johtopäätöksistä.

Om författarna



Hannu Olkinuora inledde sin journalistiska bana vid Helsingin Sanomats ekonomiredaktion och fortsatte som skandinavisk korrespondent och senare chefredaktör för Kauppalehti. Han fortsatte som ansvarig chefredaktör först vid Aamulehti i Tammerfors, sedan Svenska Dagbladet i Stockholm och till slut Hufvudstadsbladet i Helsingfors. Dessutom har Olkinuora fungerat som verkställande direktör för Alma Medias affärsverksamhet för tidningar, Yle:s styresleordförande och som gästprofessor i journalistik vid Tammerfors universitet. I dag är Hannu Olkinuora chefredaktör emeritus och fungerar som medieforskare och -rådgivare.



Marit Ingves är journalist och idag verksam som de nordiska public servicebolagens gemensamma intressebevakare i Bryssel. Hon har tidigare varit politisk reporter på Hufvudstadsbladet och tidningens medarbetare i Bryssel. Marit Ingves har också främst för svenska YLE, men också andra nordiska medieföretag, rapporterat från Stockholm, Moskva och Ankara.



Lia Markelin doktorerade år 2003 vid University of Bradford med temat medie- och minoritetspolitik i Norden med de samiska medierna i fokus. Sedan dess har hon arbetat med forskning och högskolesamarbete, och jobbar i dag som koordinator vid tankesmedjan Magma. På deltid arbetar Lia Markelin som biträdande professor vid Samiska högskolan i Kautokeino i Norge.

Rapportarbetet leddes av en styrgrupp bestående av följande personer:

- **Gunvor Kronman**, vice ordförande i Yle:s styrelse, styrelsemedlem i Konstsamfundet, vd för Hanaholmen
- **Tom Moring**, professor i journalistik vid Svenska Social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, f.d. styrelseordförande för HSS media
- **Björn Sundell**, utredningsansvarig vid tankesmedjan Magma, tidigare ledarskribent vid HBL
- **Arne Wessberg**, f.d. verkställande direktör för Yle
- **Marina Österlund-Karinkanta**, specialplanerare vid Yle:s strategiavdelning

Författarna ansvarar själva för sina respektive texter och slutsatser.

Esipuhe

Joukkoviestinnän murroksesta on puhuttu jo pitkään, niin pitkään, että jatkuvasta muutoksesta näyttää tulleen pysyvä olotila. Tässä muutoksessa tekniikan rooli korostuu, sillä tekninen kehitys tarjoaa aina vain uusia tiedonvälityskanavia ja mahdollisuuksia uudella tavalla vuorovaikutukselle. Mutta mikä on journalismin kohtalo tässä mediamurroksessa?

Kysymys siitä, kuka on valmis maksamaan hyvästä journalismista on erityisen tärkeä pienille kansakunnille, joiden resurssit ovat rajalliset. Hyvässä journalismissa korostuu kansalaisten mahdollisuus saada oikeaa ja juuri heille tärkeää tietoa, joka auttaa ymmärtämään oman yhteiskunnan ja ympäröivän maailman kehitystä. Elleivät pienten kielialueiden mediat pysty tarjoamaan laadukasta journalistiikkaa, varsinkin nuoret ja kielitaitoiset kansalaiset saattavat kääntyä yhä enemmän ulkomaisten tuottajien puoleen. Tämä on sitä helpompaa, mitä enemmän ilmaista tiedonvälitystä on tarjolla varsinkin verkossa. Lojaalisuus omaa äidinkieltä kohtaan suojaa vain osittain pienten kielialueiden joukkoviestimiä.

Ajatushautomo Magma on pitkään ollut kiinnostunut laatu-journalismin kohtalosta. Julkaisimme kaksi vuotta sitten raportin kielen, median ja identiteetin vuorovaikutuksesta, *Det sammanhållande kittet*. Tutkimuksessa käsiteltiin tiedonvälityksen merkitystä pienten väestöryhmien ja kielivähemmistöjen identiteetin ja äidinkielen kehitykselle. Tässä korostui mediatarjonnan laatu ja monipuolisuus. Nyt julkaistavassa kaksikielisessä raportissa laatuun liittyviä kysymyksiä käsitellään syvällisemmin.

Raportin lähtökohtana on joukkoviestinnän murros Suomen kannalta. Tähän keskittyy Hannu Olkinuoran kirjoitus, jossa useiden lehtien päätoimittajana toiminut kirjoittaja käy läpi mediakentän sirpaloitumista, laatukäsitteen muuttumista ja journalismin

uusia puitteita. EU:n säännöt ja direktiivit vaikuttavat puolestaan julkiseen mediatukeen ja mediatalojen väliseen kilpailuun. Tähän keskittyy Brysselissä toimivan Marit Ingvesin kirjoitus. Ja vaikka raportin lähtökohtana onkin Suomi, olemme Magmaassa vakuuttuneita siitä, että pienet kielialueet voivat ottaa oppia toisiltaan. Siksi Lia Markelinin kirjoittama analyysi on vertaileva. Se vastaa muun muassa kysymykseen siitä, miten kielivähemmistöjen julkista palvelua, eli yleisradiotoimintaa, rahoitetaan eri maissa ja miten kattavaa tämä palvelu on.

Juuri tämän vertailevan näkökulman takia raportti on kaksikielinen. Suomi ja Ruotsi ovat kaksi pientä kansakuntaa Euroopan äärirajoilla, joille korkeatasoisen journalismin säilyminen omalla äidinkielellä on elintärkeää. Molemmissa maissa asuu lisäksi kielivähemmistöjä, jotka ovat riippuvaisia rajat ylittävästä lähetystoiminnasta, lähinnä suomenruotsalaiset, ruotsinsuomalaiset ja saamelaiset. Vähemmistökielten asema määritellään eri tavalla eri maiden lainsäädännössä, mutta kaikkien kohdalla pätee sama toteamus: Tasokas mediatarjonta auttaa turvaamaan vähemmistökielen tulevaisuuden.

Viime kädessä jonkun täytyy maksaa laadusta. Kysymys onkin, löytyykö maksajia?

Helsingissä, toukokuussa 2012

Björn Sundell

Tutkimusvastaava

Ajatushautomo Magma

Förord

Medier med ett mångsidigt och högststående utbud berikar språket och bidrar till att säkra minoritetsspråkens fortbestånd. Det här var en av slutsatserna i Magmas studie ”Det sammanhållande kittet” som utkom sommaren 2010. Studien jämförde medieutbudet för olika språkminoriteter i Europa som alla hade sina egna särdrag. Erfarenheter från de kartlagda regionerna visade att behovet av kvalitet ökar i en situation då språklojaliteten hos minoriteten minskar. Unga människor följer sällan minoritetsmedier av gammal vana – man är trogen språket bara om kvaliteten är tillräckligt hög och utbudet dessutom är tillräckligt omfattande. För två- eller flerspråkiga individer är det särskilt lätt att välja bort medier som inte håller måttet.

”Det sammanhållande kittet” betonade kvalitetsens och det mångsidiga utbudets betydelse för minoritetsspråkens framtid, men studien besvarade inte frågan om hur de höga målsättningarna skall uppnås. Kvalitet i TV, radio, tidningar och på webben förutsätter finansiella resurser, engagemang och professionalitet. För att säkra kvaliteten på lång sikt behövs dessutom ett intresse från majoritetens sida, särskilt då public service-bolagen omvärderar sina prioriteringar. Föreliggande studie tar steget vidare från sin föregångare. Med en mångårig erfarenhet av chefredaktörskap i finsk- och svenskspråkiga dagstidningar tränger Hannu Olkinuora djupt ner i kvalitetsproblematiken i en tid då den tekniska utvecklingen är snabb, konsumenternas vanor förändras på ett dramatiskt sätt och allt mindre tid verkar stå till förfogande för det journalistiska hantverket.

En av paradoxerna i dagens Europa är, att samtidigt som gränserna i EU har suddats ut för varor, tjänster och människor, återstår många gränshinder för medierna. Ur minoritetssynvinkel är

det beklagligt. Inom unionen finns sextio regionala språk och minoritetsspråk som talas av omkring 50 miljoner medborgare. Upphovsrättsliga, byråkratiska och politiska hinder gör att många av dem bara i begränsad mån kan följa med grannlandets TV- och radiosändningar på sitt modersmål. Det här trots att just gränsöverskridande sändningar skulle stärka och modernisera minoritetens språkbruk. Detta gäller inte minst finlandssvenskar och sverigefinnar, två grupper som ägnas särskild uppmärksamhet i studien. Eftersom lagstiftningen inom Europeiska Unionen påverkar mediestödet och konkurrensen i de enskilda länderna ägnas EU:s regelverk ett kapitel skrivet av Marit Ingves i Bryssel. Unionen uppmärksammar tyvärr inte minoriteternas behov i någon högre grad, men det finns prejudicerande beslut som kan vara till nytta för språkminoriteter.

Tankesmedjan Magma utgångspunkt är att språkminoriteter i Europa kan lära av varandra, oberoende av vilken juridisk grund de olika språken stöder sig på. Därför kartlägger Lia Markelin vid Magma hur några språkgrupper i minoritetsställning betjänas av Public Service-sändningar. Analysen fokuserar på finansieringen av Public Service och på de utmaningar som ett stramare ekonomiskt läge för med sig.

Denna Magma-studie har för ovanlighetens skull hela tre författare. På så sätt har vi velat säkra en bred och mångsidig behandling av ämnet. Som så många gånger förut har en kompetent styrgrupp fungerat som bollplank och kunskapsbank för författarna. Dess sammansättning presenteras närmare på sidan 9. Magma riktar ett stort tack till styrgruppen för dess värdefulla insatser. Slutsatserna i studien står författarna själva för.

Föreliggande rapport är tvåspråkig. Orsakerna till detta är flera. Dels förekommer paralleller mellan de svenskspråkigas mediebehov i Finland och de finskspråkigas i Sverige. Och dels är det klart att ett mångsidigt medieutbud för språkliga minoriteter aldrig kan

säkras utan majoritetens uttalade intresse – en sanning som gäller för tiotals språkminoriteter runt om i Europa.

Helsingfors i maj 2012

Björn Sundell

Utredningsansvarig

Tankesmedjan Magma

Journalismin kohtalo mediamurroksessa

Joukkoviestinnän murros – mitä on tapahtunut

Median murros

Joukkoviestintä on kasvanut toistasataa vuotta. Uusien jakelumuu-
tojen avulla mediat ovat saavuttaneet yhä suurempia yleisöjä.

Uudet kanavat ovat vahvistaneet vanhoja. Radion ja television
läpilyönti ei tappanutkaan sanomalehdistöä, vaan se jatkoi kas-
vuaan. Televisio ei lopettanut radiota eikä elokuvia. Lajityyppejä
kehitettiin viimeisintä tekniikkaa hyödyntäen ja kysyntä kasvoi yh-
teiskuntien kehityksen tahdissa.

Tämä joukkoviestinnän kehitys jatkui keskeytymättä lähes vii-
me vuosituhanen vaihteeseen, jolloin aikaisemmin nähdyt heikot
signaalit joukkoviestinnän vakiintuneen toimintamallin murtu-
misesta alkoivat näkyä myös markkinoilla. Sanomalehtien levikit
kääntyivät laskuun kaikkialla länsimaissa. Radion ja television
suurten kanavien yleisömäärät pienenivät.

Tietotekniikan murros digitalisoi tuotannon jo 1990-luvulla ja
vuosituhannen jälkeen yleisölläkin oli digitaalitekniikka hallus-
saan. Tietojenkäsittelyn vallankumous, tietoliikenne ja internet
avasivat padot, joka muutti maailman; kaikki maailman tieto oli
yhtäkkiä periaatteessa kaikkien saatavilla.

Sirpaloituminen

Teknologian kehitys ei kuitenkaan riitä viestintämaiseman muutoksen selittäjäksi. Taustalla on pitkäaikaisia yhteiskunnallisia muutoksia, jotka ovat muokanneet ihmisten mediakulutusta.

Arvomaailmat ovat muuttuneet. Elämäntavat, yksilön suhde yhteisöön, perhe, liikkuvuus ja yhteiskuntien uudenlainen jakautuminen ovat muuttaneet arvoja, jotka heijastuvat tiedon ja viihteen kulutukseen. Vanhat massayleisöt ovat sirpaloituneet. Vanhat joukkoviestimet ovat pirstaloituneet muutamasta hallitsevasta kanavasta tuhansiin medioihin, joista pienimmät ovat pienryhmien välisiä hyvinkin suppeita sosiaalisen kanssakäymisen verkostoja. Tarjonnan räjähdysmäinen kasvu on seurausta kulutustarpeiden muutoksesta, jonka teknologia teki mahdolliseksi ja jota se vauhditti ennennäkemättömällä tavalla.

Suurten joukkoviestinten strategia ”Kaikkea kaikesta kaikille” on murtunut ja se on muuttanut median pelikentän niin alan toimijoiden kuin yleisönkin näkökulmasta. Hallitseva ajatus yhteisön hyvästä korvautuu pienempien yhteisöjen kapeammilla intresseillä ja yksilön hyötynäkökulmalla.

Demokratian kannalta median oleellinen rooli on ollut päätöksenteon vahtikoirana toimiminen yhteisön puolesta. Nyt kun suuret yleisöt ovat hajoamassa, median toimintaympäristö on aivan uusi ja tämäkin rooli saa uusia muotoja.

Yleisön kulutuskäyttäytyminen ei kuitenkaan viime aikoinakaan ole muuttunut yhtä nopeasti kuin teknologia. Esimerkiksi käy tuorein markkinoilla täysin läpi mennyt kuluttajille tarkoitettu innovaatio: matkapuhelin. Ensimmäiseen omaksumisvaiheeseen ja itse markkinoiden täyttymiseen eli penetraatioon meni yli kymmenen vuotta. Uusiin älypuhelimien sovelluksiin näyttää kuluvan lähes toiset kymmenen vuotta. Tabletti-tietokoneiden vahva tulo markkinoille noudatellee samaa kaavaa. Pienillä ja kehittyneillä

mediamarkkinoilla kuten Pohjoismaissa lukemisen ja julkisen palvelun perinne on niin vahva, että suuren yleisön kulutuskäyttäytymisen muuttuu vielä hitaammin.

Suurten joukkoviestimien eroosio on täällä hitaampaa kuin muualla ja perustavaa laatua olevien muutosten aikaperspektiivi lienee 10–15 vuotta. Toisaalta sirpalemedian ja sosiaalisten verkostojen kasvu on täälläkin niin voimakasta, että se vaikuttaa joukkoviestinnän elinedellytyksiin jo ylimenokauden alkuvaiheessa. Suuret toimijat ovatkin ryhtyneet muuttamaan tarjontaansa annostelemalla sitä pienemmille kohderyhmille niin lehdistössä kuin televisiossa.

Joukkoviestinnän muutos yhdensuuntaisesta viestinnästä monisuuntaiseksi vuorovaikutukseksi yksilöiden ja yhteisöjen välillä muuttaa viestinnän peruslähtökohtaa monella tavalla.

Aikaisemmin viestin sisällön ja ajankohdan kontrolli ovat olleet yksinomaan lähettäjän eli median itsensä käsissä. Kontrolli median kuluttamisesta ja sisällönkin rakentamisesta on yhä enemmän siirtymässä kuluttajalle.

Mediasisältöjen paketoinnin siirtyminen kuluttajan käsiin on murroksen vaikutuksista ehkä suurin. ”Kaikesta kaikkea kaikille”-mediatuotteissa paketointi on menestystekijöistä tärkein. Suurin ajankohtainen kysymys on siirtyykö paketointi kokonaan kuluttajan omiin käsiin, vai kaipaako hän edelleen luottomediansa tekemää monipuolista mediatuotetta, joka häntä kiinnostaa ja johon hän voi luottaa. Teknologia tekee tällaisen yksilöllistämisen mahdolliseksi, mutta onko informaatiotulvan rasittaman ihmisen mieli siihen halukas ja valmis?

Kilpailu

Kilpailun kiristyminen median tarjonnan lisääntyttyä näkyy väistämättä sisällöissä. Liiketoimintamallit muuttuvat kilpailun pai-

neessa. Yleisöjä tavoitellaan nyt yhä enemmän houkuttelevien sisältöjen avulla, ja se muuttaa mediatarjonnan luonnetta.

Parhaimmillaan kilpailu voisi lisätä tarjontaa ja moniarvoisuutta. Pahimmillaan tuotantoresurssitkin pirstaloituvat ja demokrati-
an kannalta tärkeä yhteiskunnan päätöksenteon seuranta heikenee. Kilpailu resursseista kiristyy, kun kuluttajille ilmaiseksi tarjottavien sisältöjen tuotanto rahoitetaan vain mainoksilla. Kattavien täyden palvelun 24/7 omaan tuotantoon keskittyvien uutistoimistusten ylläpito pelkästään mainosrahoituksella on nimittäin mahdollonta.

Verkossa käytävä kilpailu on rapauttanut digitaalisten mainosten hintatason painettuihin lehtiin tai televisiomainontaan verrattuna. Lisäksi markkinoille tulee jatkuvasti uusia verkkopalveluja, joiden sisällön kantavat osat ovat peräisin täyden palvelun toimistusten tuotannosta. Sama koskee sosiaalisia verkostoja. Niidenkin tietosisällöstä on tutkimusten mukaan valtaosa peräisin ammattitoimituksista.

Kilpailun lisääntyminen mediassa tulee selkeyttämään erilaisen lajityyppien työnjakoa.

Laadun pitäisi teoriassa parantua pitkällä tähtäimellä, koska tiedon tarjonnan kasvaessa vain paras laatu menestyy. Käytännössä kaupallinen media digitalisoituessaan jakautuu vähintään kahtia: Toisaalta käyttäjälle ilmaiseksi mainosrahoitteiseksi ja toisaalta maksulliseksi mediaksi, jonka sisällön lisäarvo kannustaa käyttäjän maksamaan siitä.

Julkisen palvelun media on rahoituksen kannalta tämän kehityksen ulkopuolella, koska yhteiskunta vastaa sen rahoituksesta.

Järjestelyn aiheuttama kilpailuongelma on polttava kaikissa suurten julkisen palvelun toimijoiden maissa. EU:ssa toimiva kaupallisten medioiden etujärjestö korostaa tätä pahasti kilpailua sekoittavana tekijänä, josta vastuussa ovat yhteiskunnan päättäjät. Keskustelu eri maissa vaihtelee.

Esimerkiksi Saksassa julkisen palvelun toimijat ja kaupallinen lehdistö ovat solmineet muutaman vuoden linnarauhan, jossa julkisen palvelun televisioyhtiöiden verkkopalveluihin ei tuoteta lehdistönomaista (pressehnliche) materiaalia ja lehtien verkkosivut pidättäytyvät vastaavasti elävän kuvan esittämisestä. Jälkimmäisessä saksalainen käytäntö näyttää olevan varsin kirjavaa, sillä videoita on lehtien verkkosivuilla tarjolla runsaasti.

EU-lobbyin perusviesti on kuitenkin tähän asti törmännyt Pohjoismaissa lujaan parlamentaariseen yksimielisyyteen julkisen palvelun tarpeesta ja sen läsnäolosta myös uusissa digitaalisissa jakelukanavissa. Uusi kilpailuasetelma on alkanut jo vaikuttaa medioiden käytännön toimintaan niin paljon, että keskustelu asiasta on vilkastunut sekä Suomessa että Ruotsissa.

Julkinen palvelu

Julkisen palvelun perustana on yhteiskunnallinen sivistystehtävä, johon liittyy hyvin laaja kaari uutis- ja ajankohtaistoiminnasta draamaan ja taiteisiin. Julkisen palvelun demokraattinen lähtökohta on merkittävä, koska se lähtee koko kansan palvelemisesta yhtäläisin ehdoin. Tämä koskee niin maantieteellistä sijaintia kuin vähemmistöjäkin. Julkisen palvelun tehtävä hyväksytään Suomessa hyvin laajasti. Sillä on koko eduskunnan kattava poliittinen hyväksyntä. Myös kilpaileva kaupallinen media katsoo sen tarpeelliseksi. Kriittinen keskustelu koskee enemmänkin tehtävän laajuutta sekä nyttemmin myös sitä, kuka tätä tehtävää saa hoitaa.

On ymmärrettävää, että yksityiset toimijat, joiden suuret kohderyhmät sirpaloituvat, pitävät asetelmaa, jossa yhteiskunta turvaa yhden toimijan toimintamahdollisuudet, epäileluna. Tilannetta kärjistää toisaalta se, että Yleisradio tarjoaa osittain samansisältöisiä palveluja internetissä kuin yksityiset toimijat.

Kaupallisten toimijoiden ja Yleisradion välinen kilpailu vaihtelee aihealueittain. Eräillä alueilla kilpailua ei ole, mutta uutis- ja ajankohtaistoiminnassa kilpaillaan koko maassa ankarasti. Tässä kilpailussa ovat mukana nykyisin kaikki mediat.

Keskustelulle on tyypillistä, että kilpailun merkitystä korostetaan demokratian ja moniarvoisuuden kannalta, mutta sitä vähätellään silloin kun kyse on erilaisten liiketoimintamallien osallistumisesta samoille markkinoille. Ristiriita on yhteensovittamaton niin kauan kun Yleisradion ja kaupallisten toimijoiden rahoitus poikkeavat täysin toisistaan.

Vanhassa mediamailmassa kilpailu ei ollut ongelma. Sanomalehdistöllä, radiolla ja televisiolla oli omat jakelukanavansa ja niihin sidotut liiketoimintamallinsa. Median murros aiheuttaa sen, että näitä rajoja ei enää ole vaan kaikki voivat toimia toistensa alueilla. Murros kärjistää kilpailua selvästi.

Keskustelua siitä, miten paljon tämä vaikuttaa sisältöön ja demokratian tai moniarvoisuuden kehittymiseen on käyty erittäin vähän.

Ruotsalaiset määrittelevät julkisen palvelun osuvasti: ”I allmänhetens tjänst”. Suomenruotsalaiset lisäävät omassa asiassaan määritelmään tärkeän ulottuvuuden: Kaikilla on oikeus julkiseen palveluun.

”Yleen pätee tarkoituksenmukaisuuden periaate: Tehtävä on sivistää kansaa.”

Liikenne- ja viestintäministeriön kansliapäällikkö Harri Pursiainen, 7.12.2011

Vaikka kaupallisia toimijoita tulee televisiotoimintaan jatkuvasti lisää, Ylen perustehtävä on pidettävä kirkkaana mielessä. Yhtiön menestyksen edellytys on sivistys ja elämisen tarkoituksen avartaminen vastapainona niin paljolle muulle tarjonnalle, sanoo kans-

liapäällikkö Harri Pursiainen. Ylen motiivi ei voi olla tuhota kaupallisia toimijoita. Hän on kuitenkin sitä mieltä, että Yleä pitäisi kehittää enemmän tilaajaksi. Tämä edellyttää yhteiskunnallista mekanismeja valvomaan, että järjestelmä toimii.

Joukkoviestinnän ansaintamallit

Sanomalehtien ansaintamalli on perustunut lehtien myynnistä ja mainoksista kertyviin tuloihin. Liiketoiminnan kulmakivi on ollut mahdollisuus myydä lehden lukijakunta mainostajille. Valtaosa tilattavista lehdistä ansaitsee enemmän mainostuloilla kuin tilaus- tai irtonumeromyynnillä.

Yhdysvaltain lehdistön kriisi johtuu suurelta osin siitä, että sanomalehtien ilmoitustulot romahtivat. Seuraukset olivat dramaattisia, olihan ilmoitustulojen osuus 80 prosenttia tuloista. Suomalainen ilmoitustuottojen osuuden keskiarvo päivälehdistössä on selvästi pienempi, noin 60 prosenttia.

Kaupallinen radio ja televisio toimivat pääosin mainostuloin. Maksutelevision kuluttajina suomalaiset ovat olleet varovaisia. Viime vuosina tämäkin alue on jo kasvanut ja sen kasvun odotetaan jatkuvan.

Ilmaisjakelulehtien osuus tarjonnasta on pysynyt vakiona eikä se ole kasvanut merkittävästi päinvastaisista odotuksista huolimatta.

Julkisen palvelun median rahoittaa määritelmän mukaan yhteiskunta. Tuoreen päätöksen mukaan Ylen rahoituksessa luovutaan laitekohtaisesta lupamaksusta ja se korvataan kaikilta kansalaisilta kerättävällä maksulla, Yle-verolla.

Kaupallinen lehdistö pyrkii monipuolistamaan ansaintamalleen siten, että myös digitaalisesti jaettavista sisällöistä peritään maksu. Markkinoilla tarjolla olevista uutispalveluista valtaosa on ilmaisia. Siksi osa lehtienkin verkkosisällöistä pysyy puhtaasti mai-

nosrahoitteisena. Tämän asetelman mediayhtiöt pyrkivät rikko-
maan luomalla porrastettua tarjontaa: mitä enemmän sisällöllä on
lisäarvoa, sitä enemmän se maksaa. Esimerkiksi maantieteellisesti
rajoitettu paikallinen seuranta on sellainen lisäarvo, jolla on kau-
pallista merkitystä.

Kaupallisten mediayhtiöiden tulevaisuus sisältää erilaisten
tuotteiden paketointia kokonaisuuksiksi, jotka voivat sisältää eri
ansaintamalleja.

Journalistisen kilpailun kannalta vuodenvaihteessa tehty Yle-
päätos on merkittävä. Kaupallisen lehdistön tarjotessa verkossa li-
säärvoltaan vaihtelevia sisältöjä, ei Ylen tarvitse noudattaa tällais-
ta strategiaa. Se voi tarjota kaiken kaikilla jakelualustoilla ja tuo-
da tehtävänsä mukaisesti kaikkien saataville ilmaiseksi verkkoon
myös parhaat ja arvokkaimmat ohjelmansa ja palvelunsa.

Tämä tulee kiristämään journalistista kilpailua ja hidastamaan
yksityisten mediayhtiöiden verkkotarjonnan siirtymistä maksulli-
suuteen. Kehityksen ratkaisee se, pystyvätkö kaupalliset sanoma-
lehtiyhtiöt hyödyntämään paikallisesti selvää resurssietuaan Yleis-
radioon nähden. Valtakunnallisesti asetelma on muuttunut siten,
että Yle on yhdenmukaistanut uutistuotantonsa ja on vain yksi toi-
mija.

Ylen rahoituksen irrottaminen laitteista ja kulutuksesta merkit-
see yhtiölle huomattavaa varmuutta sen toiminnan jatkuvuudesta
sekä tuntuvaa kilpailuetua kaupallisiin toimijoihin nähden. Yhtiöl-
lä ei ole enää huolta lupamaksujen maksuhalukkuudesta eikä siitä,
missä tahdissa kuluttajat vaihtavat jakelukanavaa laitteiden kehit-
tyessä.

Yleisölle suunnattu journalismi tai uutistoiminta ei ole koskaan
ollut sellaisenaan kaupallisesti kannattavaa. Se on aina rahoitet-
tu paketoimalla samaan yhteyteen viihdettä tai käyttötietoa sekä
myymällä tämä paketti – sanoma- tai aikakauslehti - edelleen mai-
nostajille. Sama paketointiajattelu koskee myös niitä kaupallisia

radio- tai televisiokanavia, joilla on omaa uutis- tai ajankohtaistuo-
tanta.

Uusi kilpailutilanne tulee väistämättä eriyttämään mediayhtiöiden tarjontaa. Laadukkaan ja yhteiskunnallisesti merkittävän journalismin kilpailu tulee jatkumaan kovana. Yhä harvemmaksi käyneet valtakunnalliset toimitukset käyvät kovaa journalistista kilpailua ja maakunnissa asetelma on aluelehdet vastaan Yle.

Paikallislehdistön vaatimukset Ylen pitäytymisestä verkkojaketun ulkopuolella ovat tätä taustaa vasten ymmärrettäviä, mutta epärealistisia. Julkisen palvelunkaan mediayhtiö ei voi pysyä sen jakelukanavan ulkopuolella, joka muodostaa tulevaisuuden median pääasiallisen jakelutien. Vaatimus Ylen verkkosisällön rajoittamisesta vain kuvaan ja ääneen kumpuaa tämän hetken verkkosisällöistä. Tulevaisuudessa tämän rajan vetäminen on äärimmäisen vaikeata.

Laatujournalismi

Median sisällön laatu on perinteisten määritelmien mukaan sitä, että journalismi tuottaa totta, riippumatonta, ajankohtaista, relevanttia, kattavaa, monipuolista ja – arvoista, elämyksellistä, mielenkiintoisesti kerrottua ja tarjolle tuotua tietoa. Uusi media on tuonut lisäksi vaatimuksen läpinäkyvyydestä lähteiden käytössä ja tekijöiden – myös kustantajien – riippuvaisuuksissa.

Perinteisten määritelmien ongelma on se, että niiden toteutusta ei voi mitata yksiselitteisesti. Arvioihin vaikuttaa se kenen tai minkä kannalta asiaa tarkastelee: yksittäisen ihmisen, yhteiskunnan, yhteisöjen vai median itsensä kannalta.

Mediatalouden tutkija, professori Robert Picard sanoo, että mittavuuden saavuttamiseksi journalismia pitäisi tarkastella tuotannon tekijöiden kannalta. Tietenkin on myös otettava huomioon se, että hyvä journalismi perustuu tiedon hankintaan ja käsittelyyn,

johon vaikuttavat sekä journalistin tiedot sekä tähän työhön liittyvä henkinen prosessi.

Tiedon hankinnan, analyysin, jäsentämisen ja esittämisen prosessi on työvaltaista. Parasta journalismia tekevät tietorikkaat ja kriittiset toimittajat, jotka pystyvät päättämään millä tiedolla on merkitystä, mikä taustoittaa ja mikä antaa asiayhteyden, pohtii ja selittää sitä. Hyvään journalismiin liittyy elävä kieli, selkeä kuva ja sujuva esitystapa. Pelkkä hyvin kerrottu kertomus ei silti riitä. Sillä täytyy olla vaikutuksia, ainutkertaisuutta, sosiaalisia yhteyksiä. Sen täytyy olla valtarakenteista riippumatonta. Se on parhaimmillaan rationaalista, kriittistä ja epäluuloista sortumatta kyynisyyteen.

Tämän uutta tietoa luovan älyllisen prosessin mittaaminen on kuitenkin mahdotonta. Siksi laatujournalismin määrittelyt ovat parhaimmillaankin summittaisia. Laatuikäsite on useimmiten arvioijan silmässä ja omassa arvohierarkiassa.

Mikäli laatujournalismin kehittymistä halutaan arvioida kestävältä pohjalta, pitäisi muokata yksinkertaistettuja ja selkeitä määritelmiä journalismin tuottajista ja heidän työpanoksestaan suhteessa tuloksiin. Esimerkiksi kuinka paljon mediayksikön kustannuksista käytetään toimitukselliseen työhön, kuinka suuri osuus tuotoksesta on uutisia, kuinka paljon sisällöstä on itse tuotettua, kuinka virheet käsitellään, kuinka tyytyväisiä lukijat ovat ja mikä on mediatuotteen kuva käyttäjien silmissä?

Toki laatujournalismista voidaan keskustella perinteistenkin määritelysten avulla. Toimituksissa seurataan virheitä nykyisin siksi että ne voitaisiin korjata. Harva media seuraa kuitenkaan järjestelmällisesti sisältönsä oikeellisuutta relevanssin, kiinnostavuuden tai kattavuuden näkökulmista, yleisölle tarjottavasta lisäarvosta puhumattakaan.

Tuottajien ja heidän itsensä laatiman materiaalin määrän kehityksen seuraaminen antaa pitävemmän pohjan analysoida sitä mitä juuri nyt on tapahtumassa ja mitä median suuri murros on aiheut-

tanut ja mitä johtopäätöksiä siitä voidaan tehdä. Näin siitäkin huolimatta, että tällainen mekanistis-taloudellinen lähestymistapa ei ota juurikaan huomioon sitä ajatuspanosta, joka on kaiken hyvän journalismin taustalla.

Laadun muutos

Yleinen väittämä on, että median laatu on huonontunut. Usein sanotaan, että uudessa kilpailutilanteessa tarjotaan sitä mitä yleisö eniten haluaa, minkä tuloksena on pinnallistunutta ja pätkittyä journalismia. Mediatuotteiden paketointiin lisätään mielellään elementtejä, jotka kantavat kaupallisesti parhaiten.

Havainnot ovat varmasti oikeita. Tarjonta on lisääntynyt nimenomaan niillä alueilla, joiden yhteiskunnallisesta merkityksestä voidaan olla monta mieltä, mutta jotka kiistämättä kiinnostavat yleisöä. Näitä ovat viihde, julkisuuden pintavaahto ja journalismin lisääntynyt henkilöityminen ”asioiden” kustannuksella.

Kilpailu, tarjonnan runsaus ja erilaistuminen ovat tehneet journalismista aggressiivisempaa. Lisäksi yksittäisten aiheiden käsitteily laajalla rintamalla yhtäaikaaisesti saa aikaan kaikuvaikutelman. Ylilyöntejäkin syntyy helpommin kuin aiemmin.

Samaan aikaan uutistoimitukset suunnittelevat itse huomattavasti aikaisempaa tarkemmin agendansa. Poliitiikan tai elinkeinoelämän esityslistat eivät siirry enää sellaisenaan toimitusten työlistoiksi. Toimitukset haluavat tarjota omintakeista ja päiväkohtaista – ei eilispäiväkohtaista – sisältöä. Omat resurssit valjastetaan oman levikkialueen tai kohderyhmän kannalta tärkeimpiin aiheisiin, muu on toisarvoista.

Toimitukset tutkivat yleisöään – sekä olemassa olevaa että tavoiteltavaa - hyvinkin tarkoin. Laskevien markkinoiden maailmassa erityisesti jälkimmäisen osakseen saama huomio on näkyvää ja usein ylikorostunutta.

Toisaalta taas yhteiskunnan valtaeliitti panostaa enemmän kuin koskaan omien viestiensä julkituomiseen. Turhautuminen toimitusten omaehtoiseen päiväjärjestykseen on lisännyt pr- ja tiedotuskoneistojen panoksia kaikkialla yhteiskunnassa. Edunvalvonta panostaa oman sanomansa julkitulemiseen ammattilaisten avulla.

Tässä asetelmassa on luonnollista, että toimituksiin ulkopuolelta tuotettu materiaali päättyy myös medioihin useammin kuin aikaisemmin. Pr-resurssien lisääntyessä myös läpimeno varmistuu. Suurin syy tähän on kuitenkin se, että toimitukset panostavat yhä harvempiin aiheisiin itse, ja muu tulee ulkopuolelta sekä journalistisilta alihankkijoilta että tiedotemateriaalina.

Maantieteellisesti rajoitetuissa medioissa voimien keskittäminen paikallisuuteen merkitsee valtakunnallisen seurannan jäämistä yhä harvempien toimitusten vastuulle, kansainvälisestä uutisoinnista puhumattakaan.

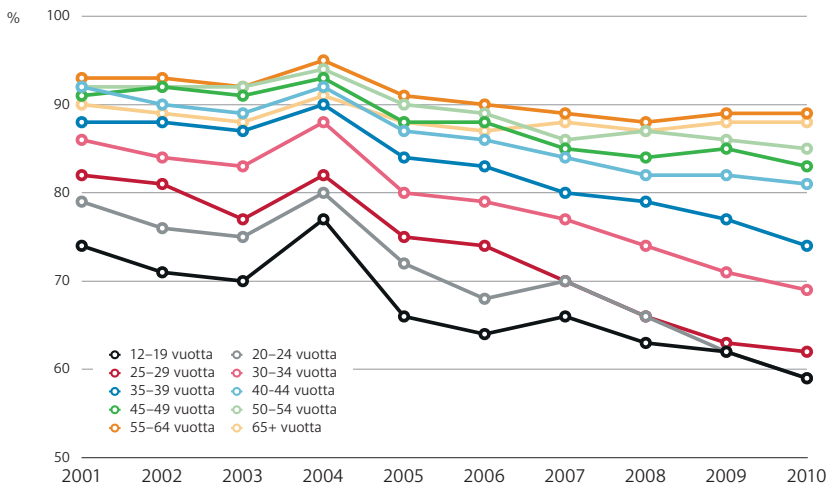
Kilpailu tehostaa ja se fokusoi. Itse tehdyn journalismin tason pitäisi näin ollen nousta. Toisaalta taas sellaisen materiaalin osuus, joka tulee ulkoa tai jonka työstämiseen ei jää aikaa, lisääntyy. Se heikentää lopputulosta kokonaisuutena. Tämäkin näkyy, vaikka mediat pyrkivätkin pitämään oman tuotantonsa parhaiten esillä.

Kilpailun kiristyessä myös toimituksiin kohdistuvat taloudelliset paineet ovat kasvaneet. Henkilöstöä vähennetään yleisesti ja toimenkuvat muuttuvat. Tehtävät ovat lisääntyneet uusien jakelukanavien vaatiessa omat resurssinsa.

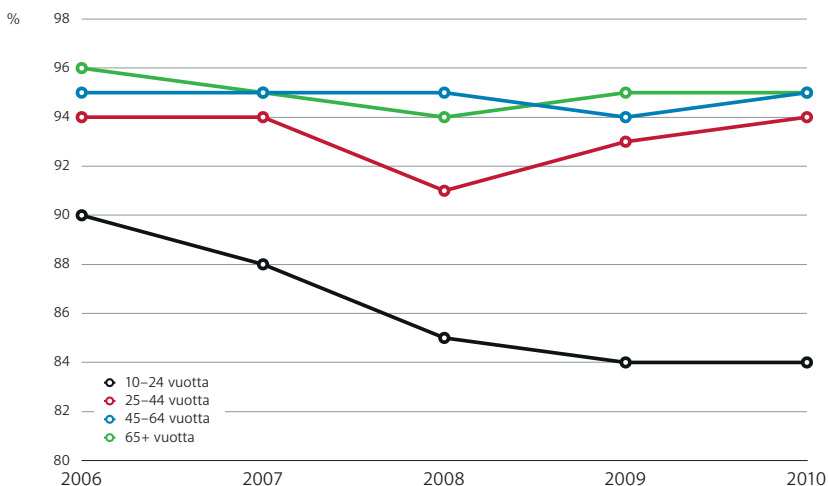
Mediayhtiöt tuntevat konkreettisesti yleisön siirtymisen uusien jakeluteiden käyttäjiksi samalla kun vanhasta täytyy pitää kiinni. Murroksen ylimenovaihe, ”switch over”, on journalistisessa työssä arkipäivää. Sitä hallitsee tasapainottelu vanhan ja uuden välillä, olletikin kun valtaosa yleisöstä käyttää edelleen ”vanhanaikaisia” joukkoviestimiä.

Lehdistön levikkien trendinomaisen laskun (Kuvio 1) toivotaan korvaantuvan verkkomedian suurilla yleisöillä. Verkkomedian

Kuvio 1: Lehtien levikit ikäryhmittäin. Kuvio kertoo mikä on sanomalehtien lukijoiden ikäjakautuma. Mitä suurempi prosentti, sitä suurempi osuus ko. ikäryhmästä lukee säännöllisesti sanomalehtiä. Lähde: KMT Lukijat / Sanomalehtien Liitto

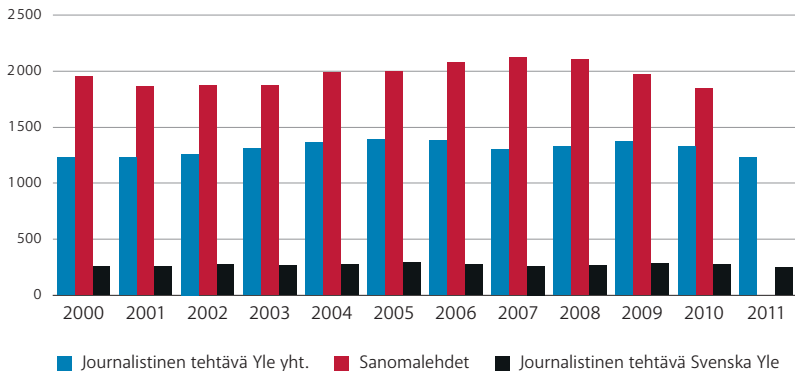


Kuvio 2: Television katselu ikäryhmittäin. Prosentuaalinen osuus ikäryhmästä, joka katsoo televisiota päivittäin. Lähde: Finnpanel



yleisölukujen valossa kokonaistavoitettavuus onkin lisääntynyt. Verkkomedia on kuitenkin toistaiseksi lähes pelkästään mainos-rahoitteista, ja se merkitsee mediatoiminnan rahoitusrakenteen muuttumista.

Kuvio 3: Ylen ja sanomalehtien toimitukselliset resurssit. Kuvio esittää Yleis-radion toimituksellisen henkilömäärän kehityksen viimeisen kymmenen vuoden aikana ruotsinkielinen toiminta erotettuna. Suurempi pylväs kuvaa 7-päiväisten sanomalehtien toimitusten henkilömäärän. Lähde: Yle ja Sanomalehtien Liitto



Laatujournalismi tänään

Laadulla on menestytty joukkoviestinnän loistavassa menneisyydessä. Miksi se ei siis olisi mahdollista myös uudessa maailmassa? Se on vahva kilpailutekijä, ja siihen mediat voivat vaikuttaa itse. Korkealaatuinen journalismi ei kuulu näkyvimmin ja kuuluvimmin kansalaisten ajasta ja huomiosta kilpailevien mediatuotteiden tarjontaan. Tästä voi vetää vain sen johtopäätöksen että journalismilla sen kaikissa lajityypeissä on selkeä kilpailuetu muuttuvilla markkinoilla.

Voidakseen hyödyntää tätä menestystekijää mediayhtiöiden täytyy muuttaa toimintaansa merkittävästi. Joukkotiedotuksen

suuren valtavirran rapautuminen tarkoittaa yhä pienempien kohderyhmien huomioimista. Verkon maailmassa kasvaneet kansalaiset edellyttävät henkilökohtaisempaa palvelua, mikä mediassa tarkoittaa räätälöityjä sisältöjä ”Daily Me” – periaatteella. Kansalaisen mediapäivä tulee muodostumaan mediabrändien journalistisista paketeista ja sosiaalisista verkostoista. Yksittäisten media-tuotepakettien, kuten sanomalehden tai televisiokanavan, merkitys ja osuus kokonaiskulutuksesta vähenee.

Kuluttajien suhde tietoon on muuttunut entistä kriittisemmäksi tarjonnan lisääntyessä. Runsaus tuo vertailupohjaa ja ilmaisuus lisävaatimuksia maksulliseen sisältöön. Myös tämä on merkki siitä että laadulla on jatkossa kysyntää – mutta vain paremmalla laadulla.

Mediayhtiöiden täytyy pystyä määrittelemään itselleen ja kuluttajille laadun lisäarvo kilpailevaan tarjontaan verrattuna. Suomessa julkisen palvelun mediayhtiön ja kaupallisten toimijoiden keskinäinen kilpailu tulee vauhdittamaan tätä kehitystä.

Suomessa päivittäisjournalismia tuottavia ammattilaisia on nyt vähemmän kuin kymmenen vuotta sitten. Kymmenen suurimman päivälehdien toimittajamäärä on pudonnut kymmenessä vuodessa noin viisi prosenttia (Kuvio 3). Ylen toimittajamäärä on pysynyt ennallaan kun yhtiön koko henkilöstö on pienentynyt samaan aikaan runsaan viidenneksen.

Resurssien väheneminen ei ole sellaisenaan johtanut välttämättä laadun heikkenemiseen. Sanomalehdistöön verraten Yleisradion toimitukselliset resurssit ovat vahvistuneet. Vaikka yhtiö on pienentänyt henkilökuntaansa tuntuvasti, se on tapahtunut muualta kuin journalistisesta henkilökunnasta.

Journalistisen työpanoksen suhde moninkertaistuneeseen tarjontaan on pienentynyt. Lehdistössä toimituksellisten sivumäärien kasvu on ollut maltillista. Lehtitalojen aktivoituminen verkkomedian tuottajina on silti lisännyt sisällön tarjontaa uusissa medioissa



**Laadulla on menestytty
joukkoviestinnän loista-
vassa menneisyydessä. Miksi
se ei siis olisi mahdollista
myös uudessa maailmassa?**



tuntuvasti siitäkin huolimatta että suurin osa verkossa julkaistusta materiaalista on nk. ”kierrätysmateriaalia” eli sellaista, joka jossain muodossa julkaistaan myös paperilehdissä. Tilanne on kuitenkin muuttumassa, sillä mediayhtiöt pyrkivät nyt eriyttämään sisältöä maksuhalukkuuden perusteella.

Yleisradion kohdalla kuva on toinen. Tv-tarjonta on yli kaksinkertaistunut kymmenen viimeisen vuoden aikana kanavien lukumäärän lisääntymisen ja lähes ympärivuorokautiseksi laajennetun uutistoiminnan ansioista. Vaikka suuri osa päivittäisestä uutismateriaalista on luonnollisestikin toistoa, on journalistisen työn kysyntä myös kasvanut.

Laadun kehitys

Mediatarjonta ei ole kasvanut vain laatujournalismin kriteerit täyttävän toiminnan avulla. Kansainväliset esimerkit osoittavat, että kasvu on syntynyt muualla, toimitusten ulkopuolella tuotetun materiaalin avulla, olkoonkin, että suomalaisen toimitustodellisuuden tutkiminen ei aivan sellaisenaan tue tätä johtopäätöstä.

Suomessa toimitukselliset resurssit keskitetään hoitamaan lukumääräisesti entistä harvempia aiheita. Valitut omat työt suunnitellaan huolellisemmin ja niiden tekemiseen osallistuu useampia henkilöitä. Tarkastelemalla toimitusresurssien käyttöä näin mekaanisesti voidaan hyvin väittää, että journalismin laatu onkin parantunut. ”Journalismi on parempaa kuin koskaan” on totta tältä kannalta. Toimittajien käytettävissä olevan tiedon määrä on lisääntynyt ja heidän kykynsä esittää monimutkaisia kokonaisuuksia sekä teksteissä että visuaalisesti on parantunut. Tästä nähdään esimerkkejä päivittäin kaikissa medioissa.

Toimitukset panostavat sisällön informatiivisuuteen. Faktojen esittely erikseen on sääntö ja monimutkaisia kokonaisuuksia avataan tietografiikan avulla kaikissa medioissa. Tiedon omaksumisen

muuttumisen visuaaliseksi elämykseksi aistii kaikkialla. Kuvien – sekä videoiden että valokuvien – viesti korostuu ja kuvakulmien valinnalla vaikutetaan viestiin. Suomeenkin nyt tulossa oleva sanomalehtien sivukoon pienentyminen korostaa valokuvien, grafiikan ja visuaalisen elämyksen merkitystä. Tabloidikokoinen sivu kohdentaa ja tuo esiin viestiä tehokkaammin kuin laaja pinta.

Koska mediatuotteiden keskeinen lisäarvo perustuu usean erityyppisen sisällön paketointiin, arvioivat kansalaiset kriittisesti myös niitä osia, joiden tekemiseen ei panosteta erikseen, vaan jotka on tehty periaatteella ”riittävän hyvä”.

Asetelma on paradoksaalinen laatujournalismin kannalta, koska eräs laadun tunnusmerkeistä on kattavuus. Aika, jolloin suuret toimitukset pystyivät helposti tekemään päivittäisiä sanomalehtiä periaatteella ”kaikesta kaikille” ovat auttamattomasti ohi. Toimitukset jättävät seuraamatta parlamentarismin mekanismeja, paikallisdemokratian kaikkia ulottuvuuksia, tieteitä ja tutkimusta tai kansalaisliikkeitä. Jättävätkö ne näin tehdessään kohtalokkaita valkoisia alueita seurantakarttaansa? Riittääkö keskimäärin ”riittävän hyvä” demokratialle?

Toinen kysymys on, ovatko kuluttajat enää valmiit maksamaan kaiken kattavista journalistisista päivittäistuotteista. Vastaus on kyllä ja ei. Kilpailun, vaihtoehtojen, elämäntapojen ja arvostusten muutosten seurauksena kaikkea ”yksissä kansissa”, kaipaavien ihmisten määrä on vähentymässä, mutta toki heitä vielä on. Nyt nähdään onko kehitys menossa selkeästi sellaiseen suuntaan, jossa tällaisia tuotteita ei ole edes tarjolla.

Kattavuuden käsite toteutuu harvemmin myös sen vuoksi, että suuria toimituksia on vähemmän. Valtakunnallisia toimijoitakin on vähemmän ja Yle on yhdistänyt uutistoimituksensa yhdeksi. Alueellisten sanomalehtien näkökulma on selvästi siirtynyt paikallisuuteen, aikakauslehdet muuttuvat yhä tiukemmin kohderyhmäohjatuiksi ja iltapäivälehdet ovat teroittaneet näkökulmansa

journalistiseksi kermankuorinnaksi, jota hallitsee inhimillinen ja henkilöitynyt irtonumeron ostajaan vetoava näkökulma. Ei ole satuma, että kaikissa pohjoismaissa juuri iltapäivälehtien verkkopalvelut ovat markkinajohtajia alueella, joka edellyttää klikkausten eli käyntien maksimointia. Iltapäivälehdet ovat myös esimerkki siitä, miten verkkomedia eriytetään paperilehdestä siten, että sensaatiohakuisuus toteutuu verkossa, jossa sisällöstä ei vielä makseta.

Esimerkiksi ilmaislehdet voisivat lukeutua laatujournalismin piiriin, jos kriteerinä olisi pelkästään kattavuus. Onhan kaduilla jaettavien lehtien päivittäinen tarjonta aiheiden lukumäärässä mitattuna varsin laaja. Tässä yhteydessä on kuitenkin muistettava laadun toinen määritelmä: itse tuotettu. Valtaosa kaupunkilehtien tarjonnasta on kolmansien osapuolien aloitteesta tuotettua tai uutistoimistojen materiaalia, jota kaikki toimitukset koko maassa hyödyntävät ja jotka ovat saatavilla eri lähteistä myös verkossa.

Seurattavien aiheiden väheneminen on ongelmallista journalismin demokraattisen tehtävän kannalta. Vallan vahtikoirien seurannassa kattavuus on arvo sinänsä. Kun seurattavien asioiden määrä vähenee, yhteiskunnan päätöksenteko politiikassa, hallinnossa tai elinkeinoelämässä on väistämättä pienemmän huomion kohteena. Tämän seurauksena toimitusten vastuu kasvaa ja vaatimus käsiteltävien aiheiden merkittävydestä vallankäytön kannalta kasvaa. Kehitys johtaa myös siihen, että pienemmillä resursseilla varustetut toimitukset tarttuvat helpommin suurten toimitusten esiin nostamiin aiheisiin, mikä vahvistaa median kaikuilmiötä, jonka kansalaiset – aivan oikeutetusti – tulkitsevat yhdenmukaistumiseksi ja laadun heikkenemiseksi. Kriittisyys lisääntyy mitä useammin tällaisiin megakaikuihin liittyy ylilyöntejä ja olettamusten esiintuontia tosiasioina.

Yhteiskunnan eliitin kannalta tilanne on muuttunut ratkaisevasti. Poliittinen sisäpiiri saneli Suomessa pitkään journalistien agendan eli seurattavat asiat. Tämä loi kulttuurin, jossa politiikan

julkikuva oli eräänlaista rationaalisten argumenttien optimointia. Journalistien ja valtaeliitin kanssakäyminen on Suomessa ollut hyvin intiimiä kansainvälisiin journalismin esikuvamaihin verrattuna ja se on myös näkynyt journalismin konsensushakuisuudessa.

Vanha koulukunta on luonnollisesti korostanut riippumattomuuttaan, joka kestää saunan lauteillakin. Lähteiden syvällisemmän tuntemisen on katsottu edesauttavan kanssakäymistä ja parantavan journalistista lopputulosta.

Suomalaisen journalismin heikkoudet paljastuvat nyt, kun agendat ovat siirtyneet toimitusten käsiin ja kansalaisyhteiskunnan edellyttämä avoimuus ja päätöksenteon läpinäkyvyys ovat silminnähtäviä ilmiöitä. Nyt pitää journalisteilla olla valmius etsiä tieto sieltäkin, mistä sitä ei aktiivisesti tarjota, esittää omaehtoisesti relevantteja kysymyksiä ja pakottaa päätöksentekijät vastaamaan niihin. Tehtävä ei ole helppo, sillä lisäksi vastassa on usein hallinto, joka suhtautuu journalisteihin yhä kriittisemmin. Harjaantuminen tähän toimittajan työn perusvalmiuteen näyttää edelleen vievän aikansa, koska sitä ei ole korostettu riittävästi maantapaisessa suljetussa suomalaisessa järjestelmässä.

Journalistin tehtävä

Paine toimittajia kohtaan kasvaa monelta suunnalta. Myös mediaympäristö on murroksessa. Yleisin toimittajien oma johtopäätös on, että työtahti kovenee ja resurssit vähenevät. Laatua ei voi tuottaa, kun työt lisääntyvät eikä ole aikaa ajatella.

Toimittajan perustehtävä ei kuitenkaan ole muuttunut. Työn kulmakivet ovat tiedon hankinta, seulonta, arvottaminen ja esittäminen.

Kilpailu eriyttää mediatuotteita ja erilaiset ansaintamallit korostavat eri asioita kuten mainosvetoinen verkkomedian klikkaus-kulttuuri osoittaa. On selvää, että toimittajan, joka tuottaa sisältöä

eri kanaviin on asennoiduttava ja asemoiduttava eri tavoin työn eri vaiheisiin. Sisällöntuottaja turhautuu helposti, jos työtä ei osata kannustavasti motivoida ja johtaa.

Toimitustyöstä on tullut suunnitelmallisempaa ja pitkäjänteisempää. Kun panostetaan harvempiin asioihin ja kilpailussa menestyvään ainutlaatuisuuteen, on pakko oppia ennakkosuunnittelu ja ryhmätyö.

Toimittajan ammattitaito perustuu kyseenalaistamiselle ja epäilylle. Se on ollut omiaan luomaan toimituskulttuureja, jotka ovat vaikeasti johdettavia ja joihin järjestelmällisyys, asiakkaiden kuuntelu ja tuotteiden uudistaminen tulevat viimeiseksi. Monet toimittajat kokevat oman toimintavapautensa kärsineen tällaisessa ”suunnitelmataloudessa”. Toimittajaihanne, joka itse päättää mikä on tärkeätä ja tekee sen joka päivä omalta kohdaltaan, kokee elin-tilansa vähentyneen.

Ympäristön nopea muutos on tullut moniin toimituksiin perustelematta ja tuloksena on usein huonoa johtamista, joka ei tuo lukijoiden parhaaksi koituvaa innostusta tai yhdessä tekemisen henkeä. Vasta suunnitelmallisuuden toisen sukupolven käytännöt ovat tuoneet työhön mielekkyyttä, joka näkyy yleisölle asti.

Monet journalistit suhtautuivat aikanaan kansalaisjournalismin nimellä tuotuihin yleisökokeiluihin nopeasti ohi menevinä muotivireinä. Sosiaalisten medioiden räjähdysmäinen läpilyönti parin viime vuoden aikana on kuitenkin osoittanut, että medioiden rooli muuttuu. Aktiivisesti medioista ja niiden viesteistä keskusteleva suuri yleisö suhtautuu journalisteihin entistä kriittisemmin. Läpinäkyvyyden vaatimukset lisääntyvät samalla kun ammattijournalistien tuotoksia levitetään maailmanlaajuisissa verkostoissa saatesanoin ja reaaliaikaisesti. Vaikka valtamedioiden ja ammattijournalistien tuottama materiaali hallitseekin näitä keskustelua – hyvässä ja pahassa – on yleisön panos mediaan noussut aivan uudelle tasolle.

Kansalaisjournalismista on tullut joukkoistamista, ”crowdsourcing”, minkä edistyksellinen media näkee jo suurena mahdollisuutena ja asiakasuskollisuuden lujittajana. Sosiologi Manuel Castellsin näkemys medioiden roolin muuttumisesta kansalaisten ja erityisesti eri alojen asiantuntijoiden tuottaman tiedon solmukohdiksi, ”hubs”, on saanut jo katetta. Useat merkittävät mielipidesuuntien muutokset ovat seurausta tällaisesta toiminnasta, esimerkiksi kansainvälisen yhteisön suhtautuminen Irakin sotaan tai maailmanlaajuinen epäily ilmastonmuutoksesta.

Myös toimituksellisten uutisvoittojen jatkuminen uusilla paljastuksilla on usein seurausta siitä, että kansalaiset heräävät välittämään uutta tietoa samantyyppisistä epäkohdista. Useat viime aikojen paljastuksista ovat saaneet sekä sytykkeensä että polttoaineensa asiantuntevan yleisön avustuksella.

Toimitusympäristön murroksen merkittävin muuttuja yleisön käyttäytymisen ohella on tiedon saatavuuden helpottuminen ja sen myötä – paradoksaalisesti – toimittajan työn monimutkaistuminen. Yhä helpommin saatavilla olevan tiedon pitäisi parantaa journalismin laatua ja niin se tekeekin – teoriassa. Käytännössä seulonasta ja arvottamisesta tulee entistä vaikeampaa erityisesti kun toimittajien saataviin tulevasta tiedosta yhä suurempi osa on heille tarkoitettua eri etupiirien julkisuuteen toivomaa materiaalia. Lähdekriittisyyttä tarvitaan entistäkin enemmän. Kokonaisuuksien hahmottamiskyvyn lisäksi journalistien täytyy osata asettaa tieto asiayhteyteen ja kyetä asemoimaan se aikaperspektiiviin ja/tai historialliseen tapahtumien kulkuun.

Toimittajien koulutuksessa painotetaan yhä enemmän taitoa tiedon kustannuksella. Opetuksen tietosisältö keskittyy tiedon välittämiseen ja se valaisee mekanismeja, jotka toimivat ihmisten sosiaalisten suhteiden ja yhteiskunnan valtarakenteiden voimalla. Taidot ovat valmennusta tiedon hankintaan, ja keskittyvät sen arviointiin ja esittämiseen.

Kautta aikojen toimituksiin on palkattu toimittajia normaalin toimittajakoulutuksen ohitse. Historioitsijat, kielitieteilijät jopa insinöörit, juristit tai teologit ovat osoittaneet, että journalismi on helpostikin opittavissa oleva taito, jossa tärkeintä on asiayhteyksien ymmärrys ja hyvä esitystapa.

Uudenlaisessa ympäristössä voi perustellusti esittää kysymyksen, pitäisikö toimittajien koulutusputki muuttaa siten, että muidenkin kuin tiedollisten valmiuksien opinnoille annettaisiin entistä suurempi mahdollisuus. Kehitetään koulutusta avaamalla journalistinen kandidaatin tutkinto entistä enemmän muille tieteille. Soveltuvuustestit ovat suomalaisessa akateemisessa maailmassa vieraita mutta tässä käyttökelpoisia.

Perspektiivin puute on laatua heikentävä tekijä, ja koulutuksen uudelleenarviointia täytyy voida tehdä myös tästä näkökulmasta.

Toimittajat itse haluavat parantaa laatua suuntaamalla journalistista taitoaan pois pätkittyneestä ja pinnallisesta työstä syventävään ja selittävään suuntaan. Kaula ilmaistarjonnan ja maksettavaksi tarjotun aineiston välillä kasvaa. Maailmanselitykseen pyrkivä journalismi ei näyttäydä vain siloteltuina tietopaketteina tai punnittuina mielipiteinä. Journalismin perusolemukseen kuuluu kyseenalaistaminen ja särmä. Eritoten pr-teollisuuden ja edunvalvonnan kasvavassa paineessa journalistien täytyy hakea jatkuvasti vastauksia kysymyksiin, joista päätöksentekijät eivät haluaisi puhua.

Journalismin uudet puitteet

"A city with one newspaper, or with a morning and an evening paper under one owner is like a man with one eye, and often the eye is glass"

The New Yorkerin toimittaja A J Liebling (1904-1963)

Sanomalehtien perustamisen aikaan aatteet kilpailivat medioita enemmän ja kilpailu jätti voimakkaimmat ja ammattitaitoisimmin hoidetut mediat eloon. Julkinen palvelu syntyi ensin hoitamaan radiotekniikkaa ja siitä kehittyi sittemmin merkittävä parlamentaarisessa suojeluksessa toimiva yhteiskunnallinen tekijä. Menestyvä liiketoiminta ja yleisradiotoiminta loivat median ekosysteemin, jossa yleisölle tarjottiin runsaasti ja laadukasta journalismia, jolla ei ollut juurikaan kilpailijoita. Maakuntalehtien rajat on piirretty kylien tarkkuudella. Kylistä on kilpailtu sekä tilaajille tarjotuilla kylkiäisillä että paikallisseurannalla. Myös tämä on ollut omiaan muokkaamaan suomalaista konsensushakuista journalistien identiteettiä.

Tarjonnan lisääntyminen on tehnyt sekä kaupallisesta kustantamisesta että julkisen palvelun toiminnasta selkeästi kilpailtua toimintaa, jossa elintilaa haetaan normaalin liiketoiminnan tavoin ainutlaatuisista ratkaisuista ja valinnoista. Mitä omaperäisempi ja asiakkaan kannalta laadukkaampi tuote, sitä suurempi lisäarvo ja maksuhalukkuus.

Journalismi hakee eri kanaviin eriytettynä kaikkea tätä. Osaa sisältöä pyritään eriyttämään ja osaa syventämään. Molempien voidaan perustellusti katsoa parantavan laatua. Asioiden priorisointi supistaa kuitenkin kattavuutta ja ”riittävän hyvän” sisällön lisääntyminen heikentää laatua, koska se tarkoittaa pinnallistumista ja pätkittymistä. Pirstaloitunut suuri yleisö jakautuu myös laatuksi-tyksiltään.

Sirpaloituminen voisi olla median ja viestien moniarvoisuuden kannalta hyvinkin myönteinen tekijä. Medioiden perustamiskynys on matala, painokoneita ja jättimäisiä jakelu- ja lähetinverkkoja ei tarvita.

Todellisuus on kuitenkin toista. Valtamedian tavaramerkkien vahvuudesta kertoo se, että uudessa uljaassa verkkomaailmassa, jossa aluskasvillisuutta riittää, verkkomedia keskittyy suurten toi-

mijoiden käsiin. Tämä johtuu pitkälti valtakunnallisten medioiden ja erityisesti iltapäivälehtien suuresta suosioista verkossa, mutta myös kilpailun puutteesta aluetasolla. Digitaalinen jakelu ei tunne rajoja ja se palvelee helppoutta arvostavaa kuluttajaa. Helppo ja rajaton jakelu aiheuttaa silti harhakuvaan koko maan kattavasta toiminnasta. Mainoseurot ohjaavat kaupallisen median kasvaviin taajamiin ja julkinen palvelu tekee perässä samoin. Näin kartalle jää edelleen valkoisia eli mediavapaita alueita.

Ruotsinkielinen julkinen palvelu Suomessa

Murros tekee myös vähemmistökielten palvelemisen täydessä laajuudessa yhä vaikeammaksi. Pienemmät kohderyhmät sirpaloituvat ja resurssit ovat yhä niukemmat. Suomenkielisen median kohtalo Ruotsissa on tästä hyvä esimerkki. Alkujaan varsin kattava palvelu kuihtuu ja ruotsinsuomalaiset saavat hakea kotikielisen tarjontansa samalla tavalla satelliittien välityksellä kuin muut Ruotsin siirtolaisryhmät ovat tehneet jo pitkään. Tällä kehityksellä on erittäin kauaskantoisia seurauksia. Yhdessä heikentyneen kotikielen kouluopetuksen kanssa se vie toisen ja kolmannen polven siirtolaisten lapsilta suomenkielen taidon ja heikentää heidän mahdollisuuksiaan kommunikointiin äidinkielellä ja sulkee heidät pois suomenkielisiltä työmarkkinoilta Ruotsissa ja Suomessa.

Suomessa Yleisradio on uudistanut kaksikielisyysstrategiansa ilmoittaen, että yhtiö vahvistaa aktiivista rooliaan sillanrakentajana ja yhteistyökumppanina, tavoitteena entistä elävämpi kaksikielinen Suomi.

Linjaus vahvistaa selvästi ruotsinkielisyyden asemaa yhtiössä. Omistajan tahdonilmauksena se viitoittaa entistä selkeämmin kaksikielistä elämää yhtiön sisällä, mikä poistaa epäilyksiä ruotsin kielen aseman heikentymisestä julkisessa palvelussa. Linjaus jät-

tää kuitenkin vastaamatta muutamiin suomenruotsalaisen ohjelmatuotannon peruskysymyksiin.

Kaksikielinen yhteistyö ei vielä välttämättä merkitse suomenruotsalaisen ohjelmatuotannon resurssien pysymistä ennallaan. Siirtyminen kaikilta kansalaisilta perittävään Yle-veroon merkitsee jatkuvuutta, jonka seurauksena on ennustettavissa, että ulkopuolinen, pääosin suomenruotsalaisilta rahastoilta peräisin oleva rahoitus vähenee. Svenska Ylen kannalta peruskysymys on pystytäänkö tämä viime vuonna 4,5 miljoonaan euroon noussut ulkopuolinen rahoitus korvaamaan yhtiön sisäisin siirroin, vai onko se selkeästi menetetty. Mikäli näin käy, ruotsinkielisen tuotannon suhteellinen osuus pienenee. Nyt vaikuttaa siltä, että koko ulkopuolinen rahoitus ei katkea kokonaan eikä ainakaan kerralla.

Toinen avainkysymys on Yleisradion kanavien lukumäärä. Tuotantoresurssit eivät nytkään riitä tuoreen aineiston esittämiseen kaikilla kanavilla. Oman ruotsinkielisen televisiokanavan tuotantoa on nyt jouduttu supistamaan ja Ruotsin julkisen palvelun televisioyhtiön SVT:n osuutta on kasvatettu. Kysytään, kuinka paljon suomenkielisiä ruotsin kielen taitoisia potentiaalisia katsojia menetetään eristämällä suomenruotsalaiset ohjelmat omalle kanavalleen. Lisäksi taustalla on tieto, että itse kanavan merkitys yleisön valintakriteerinä vähenee.

Itsenäinen tv kanava FST5 ja sen seuraaja Yle Fem ovat olleet kielivähemmistön suuri saavutettu tavoite. Keskustelu kaksikielisydestä ja kaksikielisten katsojien poissaolosta tulee jatkumaan. Vastakkain ovat argumentit yhtäältä itsenäisyydestä ja toisaalta suuremmista katsojamääristä. Ylen ruotsinkielisen toiminnan tärkein argumentti on ”prime time” eli illan tärkein television katsomisaika, koska ruotsinkielisille ohjelmille täytyy löytyä silloin kanava-aikaa. Yhtälö on vaikea toteuttaa maan suurimpien suomenkielisten kanavien Yle ykkösen ja kakkosen puitteissa. Miten tämä todellisuus suhtautuu siihen, että televisiokanavien rooli sa-

teenvarjoina tulee verkkojakelun lisääntyessä heikkenemään, on kysymys johon saamme odottaa vastausta.

Kaksikielisyyslinjaus avaa konkreettisia yhteistoimintamahdollisuuksia, jotka pystytään toteuttamaan nykyistä paremmin kielellisesti integroiduilla kanavilla. Se tarjoaa uusia luovia ratkaisuja kaksikielisiin toteutuksiin sekä tehokkaampaan toimintaan. Kaksikielisen toiminnan täytyy olla näkyvää ja tuntuva, jotta sen mukanaan tuomilla säästöillä pystyttäisiin kattamaan edes osa Svenska Ylen mahdollisesti syntyvästä rahoitusvajeesta.

Yle tulee jatkossa ratkaisemaan rajoitetuille kohderyhmille tarjotujen palvelujen tarjontaa maksukorttien avulla. Ruotsinkielisen tarjonnan viemistä maksukortin taakse ei kuitenkaan kannata kukaan, eikä sellaisesta ole edes keskusteltu virkamies- ja poliittisella tasolla. Sen sijaan erityispalveluja voidaan toteuttaa tällä tavoin – kieleen katsomatta.

Journalistista laatua voidaan myös suomenruotsalaisella puolella arvioida resurssien kehityksen kautta. Svenska Ylessä ovat toimittajaresurssien osuus pysynyt kutakuinkin ennallaan kymmenen vuoden aikana kun koko Ylessä toimituksellisen henkilöstön suhteellinen osuus henkilökunnasta on kasvanut. Samaan aikaan kanavatarjonta ja sitä myötä ohjelma-aika on moninkertaistunut.

Ruotsinkielisen median tulevaisuus

”Enspråkighet leder till tvåspråkighet och tvåspråkighet leder till enspråkighet”

Ruotsinkielinen media muodostaa Suomessa yhden tämän yksikielisyysparadoksin peruspilareista. Koulujen ja kulttuuri-instituuti-

oiden rinnalla joukkotiedotus on suomenruotsalaisessa arkipäivässä hyvin merkittävä tekijä.

Vähemmistökielisen median olemus on kuitenkin paradoksi yllä olevalle, tunnetulle suomenruotsalaisen monivaikuttajan, ministeri Christoffer Taxellin paradoksille.

Kielen puolesta suomenruotsalainen media on puhdasoppisinta suomenruotsalaisuutta. Ruotsin kielen asemaa suomenruotsalaisessa mediassa ei uhkaa mikään, jos kielen käyttö ei laadultaan huonone.

Ruotsinkielisellä medialla on vahva kannatus suomenkielisten keskuudessa ja näin ollen sen olemassaolo on täysin riippuvainen kieltenemmistön suhtautumisesta. Hufvudstadsbladetin lukijoista pääkaupunkiseudulla on 30 prosenttia suomenkielisiä ja Svenska Ylen radiokuuntelijoista suunnilleen saman verran. Ruotsinkielisen televisiokanavalla asetelma on vielä selkeämpi. Yle Fem:in katsojista valtaosa on suomenkielisiä viikkotasolla mitattuna. Pienissä katsojamäärissä tällainen asetelma korostuu.

Paradoksin paradoksin muodostaa siis suomenkielisen yleisön kasvava osuus ruotsinkielisenä mediakuluttajana ja toisaalta mediaan kohdistuvat odotukset intensiivisestä suomenruotsalaisen päätöksenteon ja arjen seuraamisesta. Tämä on aivan luonnollinen odotus, mutta paradoksaaliseksi sen tekee se, että kun ruotsinkielien asemaan kohdistuva paine saa yhä suurempaa tilaa, se karkottaa suomenkielistä yleisöä ja myös osan kaksikielisessä ympäristössä elävistä.

Toimitusten keskittyminen yhä harvempiin aiheisiin merkitsee suomenruotsalaisessa mediassa yksinkertaisia valintoja, joilla on tuntuja seurauksia: Mitä enemmän ruotsinkielinen media asemoituu osaksi siilipuolustusta ja keskittyy suomenruotsalaisiin uhkiin, sitä vähemmälle jää koko suomalaisen yhteiskunnan seuranta ja sitä pienemmäksi käy ruotsinkielisen median kohderyhmä Suomessa.

Onko näin käymässä, siihen ei osaa vastata edes paradoksin isä Christoffer Taxell.

”Paradoksilla tarkoitetaan suomenruotsalaisia instituutioita, ei niiden toiminnan sisältöä.”

Ministeri Christoffer Taxell, 10.4.2012

Hufvudstadsbladetin omistava Konstsamfundet tulkitsee pääoman yhdistykselle testamentanneen Amos Andersonin viimeistä tahtoa. Valtakunnallisen sanomalehden kustantaminen muodossa tai toisessa on tämän kulttuuripoliittisen hengen mukaista. Siihen kuuluu myös monipuolinen kulttuurin tukeminen ja esimerkiksi osallistuminen Svenska Teaternin ylläpitoon.

Pohjanmaalla ilmestyvät sanomalehdet ovat säätiöomistuksessa, joiden säännöt eivät kuitenkaan edellytä mediatoimintaa hinnalla millä hyvänsä. Siinä missä Hbl:n omistaja on ratkaissut lehdyhtiötä pitkään vaivanneet kannattavuusongelmat rahoittamalla toimintaa muilla sijoituksilla, on Pohjanmaalla asetelma toinen. Hbl:n tavoite on tietysti sama, mutta valtakunnallisen tehtävän sanomalehden tekeminen maan kovimman mediakilpailun alueella on vaikeuttanut tietä kannattavuuteen. Sama koskee periaatteessa Konstsamfundetin omistamia paikallislehtiä, vaikka kilpailutilanne eri paikkakunnilla vaihtelee.

Suomenruotsalaisen median tarpeellisuudesta vallitsee hyvin laaja yksimielisyys. Suomenruotsalaiset instituutiot ja useimmat poliittiset puolueet tukevat nykyistä perustuslain kaksikielisyyteen perustuvaa kielipolitiikkaa. Erityisesti Yleisradion ruotsinkielisellä toiminnalla on laaja tuki. Perussuomalaisia ja kokoomuksen ääriaineksia lukuun ottamatta kaikki puolueet tukevat nykyistä Ylelakisä ja sopimusta uudesta rahoitusmallista ja toimivat sen mukaisesti parlamentaarisesti kattavassa Ylen hallintoneuvostossa.

"Säätiörahalla on kompensoitu leikkauksia. Jos yhteiskunta haluaa kaksikielisen Ylen, ei ole säätiöiden tehtävä rahoittaa sitä.

Julkinen palvelu on tehtävä, jota voisivat hoitaa monet tahot. Yle on minun maailmassani rakenne, joka köyttää rahaa kiinteiden rakenteiden ylläpitämiseen. Se on vanhanaikaista ja romuttuu monella alalla. Kielikysymys ei ole vaikea ratkaistava, koska suurin osa kansalaisista haluaa kaksikielisen Suomen."

Konstsamfundetin toimitusjohtaja Kaj-Gustaf Bergh, 29.2.2012

Ruotsinkielisen median elinedellytykset ovat Berghin mielestä täysin sidoksissa sen elinvoimaisuuteen. Pääkaupunkiseudulla on ratkaisevaa haluaako kaksikielinen yleisö maksaa niistä mediatuotteista, joita niille tarjotaan ruotsin kielellä.

Svenska Kulturfondenin tuore toimitusjohtaja Leif Jakobsson on samalla linjalla kollegansa Berghin kanssa säätiöiden rahoituksen suuntaamisesta itse Ylelle. Sen sijaan Jakobsson on valmis merkittäväänkin sellaisen ruotsinkieliseen elävään kuvaan perustuvan tuotannon tukemiseen, jolla tuodaan 1900-luvun merkittävintä mediainnovaatiota: elokuvaa ja televisiota esiin.

"Ylen ulkopuolelle on jo syntynyt elävään kuvaan perustuva toimiala ja katson, että Ylen tehtävä ei voi olla näiden ihmisten työllistäminen. Me voimme säätiönä sen sijaan olla rahoittamassa ja kehittämässä tätä alaa. Olen valmis siihen jopa edeltäjäni enemmän. Yleisön löytäminen uusia kanavia käyttäen antaa uusia mahdollisuuksia myös Ylen ulkopuolella. Me voimme myös antaa riskirahoitusta kokeiluille"

Svenska Kulturfondenin toimitusjohtaja Leif Jakobsson, 9.3.2012

Yleisradio näkee ulkopuolisen rahoituksen ongelmallisena. Ylen toimitusjohtaja Lauri Kivisen mielestä suhtautuminen on kriitti-



**Ruotsinkielisellä mediallylla
on vahva kannatus suomen-
kielisten keskuudessa ja
näin ollen sen olemassaolo
on täysin riippuvainen kieli-
enemmistön suhtautumisesta.**



nen, koska yhteiskunta on sanonut että Ylen pitää olla riippumaton.

”Miten selviäisimme ilman säätiöiden kohdennettua rahaa? Svenska Yle on osa Yleä ja se on oleellista”

Yleisradion toimitusjohtaja Lauri Kivinen, 1.3.2012

Kysymystä pitää silti pohtia muutenkin kuin ruotsinkielisen Ylen osalta. Miten suhtaudutaan esimerkiksi elokuvan säätiörahoitukseen? Lisäksi Ylen täytyy tehdä selväksi se, miten yhteiskunnalliset kumppanit, kuten puolustusvoimat tai kirkko korvaavat saamansa palvelut, pohtii Kivinen. Veikkauksen osaltahan keskustelu on juuri käynnistynyt.

Vaikka uusi rahoitusmalli tuokin Ylelle lisätuloa, on yhtiön ratkaistava useita tuotannollisia ongelmia ja ruotsinkielisen tuotannon hoitaminen on näistä vain yksi. Suurin osa lisärahasta on jo kohdennettu erilaisiin pitkän aikavälin tarkoituksiin. Hankintoja kotimaisilta tuotantoyhtiöiltä lisätään jo vuonna 2013 ja verkkopalveluja aiotaan selkeästi fokusoida nykyisestä ”aloitusvaiheen” laajasta tarjonnasta, sanoo Kivinen.

Yhtiön tuore kaksikielisyysstrategia merkitsee toiminnan tehostamista ja kaksikielisyyden lisäämistä molemmilla puolilla. Yhteisiä tuotantotiloja sekä enemmän tekstityksiä ja yhteistoimintaa suomen- ja ruotsinkielisen toiminnan kesken, on toimitusjohtajan resepti selvän kustannuspaineen kohtaamiseen. Kolmen vuoden kuluttua Yle on hänen mukaansa verkossa kolmella alueella. Pääpalvelu on uutiset, sää ja urheilu. Pysyvä aineisto on Areenaa, lapsia ja nuoria. Vaihtuvia palveluja ovat kilpailut, ajankohtaiset suuriin tapahtumiin liittyvät panostukset.

”Tärkeintä meille on pitää itsenäisesti päättävä alue.”

Ylen hallituksen jäsen Gunvor Kronman, 6.2.2012

Kun Ylen ruotsinkieliset resurssit vähenevät samaa tahtia koko yhtiön kanssa, on syytä pohtia voiko julkisen palvelun pilkkoa ja antaa ruotsinkielinen osa muiden hoidettavaksi. Supistuvan ruotsinkielisen median omistus keskittyy ja yhteistyö sanomalehtien kesken lisääntyy joka tapauksessa. Painetut lehdet hakevat verkkotoimintaansa myös elävää kuvaa ja kokeiluja yhteistyöstä on haarukoitu Ylen kanssa. Yhteistyöhankkeet lehtien ja tv-yhtiön välillä muuttuvat konkreettisemmiksi kun Hbl ja kaupallinen MTV3 tuottavat yhdessä ruotsinkielisen jääkiekon MM-kotikisojen selostuksen keväällä 2012. Luonteeltaan kuvio muistuttaa säätiöiden rahoittamaa aamutelevisio-ohjelmaa Min Morgon, vaikka kumppanit ovatkin toiset.

On selvää, että suomenruotsalaisen median yhteistyökuviot lisääntyvät ja aivan uudenlaisia kokeiluja tulee lisää. Median yhteistyöllä on kolme tavoitetta: suomenruotsalaisen äänen vahvistaminen, median toimintaedellytysten parantaminen ja moniarvoisuuden lisääminen. Moniäänisyys hyvin moniarvoisen vähemmistön sisällä on itseisarvo ja median luovuus ja palvelukyky kumpuaa journalistisesta kilpailusta.

On luonnollista, että kovia taloudellisia paineita kokeva suomenruotsalainen media hakee keskinäisestä yhteistyöstä säästöjä. Joillakin alueilla niitä voidaan varmasti löytää. Sen sijaan journalistisen moniarvoisuuden tukahduttaminen on kohtalokasta vähemmistön kulttuurille. Yksi suomenruotsalainen ääni on määritelmällinen mahdottomuus – sellaista suomenruotsalaisuutta ei ole.

Näin pelastuu laatujournalismi - seitsemän keinoa

Demokratia tarvitsee vapaata, vastuullista ja myös itselleen rehellistä tiedonvälitystä. Sen edellytyksenä – kaikilla yhteisön kielillä – on terveillä ja kestävillä journalistisilla ja liiketaloudellisilla perusteilla toimiva valpas ja ennakoiva media.

Tasapainon löytäminen näiden yhtäkaisten ja osin jännitteisten vaatimusten välillä ei ole helppoa, mutta se on välttämätöntä. Sen edellytys ja myös seuraus on journalismin pysyvästi korkea taso, mediasta riippumatta.

Laatujournalismin pelastamiseksi ja vakiinnuttamiseksi voi välittömästi ottaa käyttöön seuraavat seitsemän tämänkin aineiston hyväksi todentamaa keinoa:

1. Toimitustyö kunniaan! Kysymykset suunnitellaan ja vastaukset hankitaan vaivoja säästämättä. Kyseenalaistaminen ei ole resurssikysymys. Hyvä johtaminen ja journalistien ammattitaito ovat jatkuvan kehitystyön arvoisia.
2. Riippumattomuuden olemuksen tiedostaminen. Toimitus kuuntelee ja seuraa yleisöään ja tekee sitä kiinnostavaa sisältöä omista lähtökohdistaan. Mediyhtiöt korostavat journalistista riippumattomuuttaan.
3. Laatutekijän ymmärtäminen eri kanavissa. Yleisö käyttää eri jakeluteitä erilaisissa tilanteissa ja niihin kohdistuvat odotukset vaihtelevat. Niin vaihtelee tiedon ja hyödyn suhdekin.
4. Journalistinen seuranta ja mediatuotteen paketointi. Ne ovat laatua. Samaan pakettiin kuuluu tapahtumia, selityksiä ja analyysiä, vakavaa ja kevyttä, yllättävää ja särmää. Lukija ja katsoja odottavat, että mitään juuri hänelle tärkeätä ei jätetä pois; se on turvallisuustekijä.

5. Yleisön toiminta osaksi mediaa. Median toimintaa ja median sisältöä on rikastettava yleisön osallistumisella. Media on osa keskustelevaa yhteisöä.
6. Jokainen yllä oleva kohta on kielineutraali.
7. Moniarvoisuudesta pidettävä kiinni. Vähemmistökulttuurinkin rikkaus ja energia tulee moniäänisyydestä.

Johtopäätöksiä

Laatujournalismi – ja erityisesti sen puute – on suosittu, mutta hankala keskustelunaihe. Keskustelu on yhtä vaikeaa kuin median laadun mittaaminen, määritelmät kun ovat katsojan mielessä.

Vallanpitäjien tyytymättömyys journalisteihin on demokratiasa tavallista. Sen oletetaan kertovan siitä, että kitkaa syntyy koska journalistit tehtävänsä mukaisesti kertovat asioita, joita poliittinen ja taloudellinen valta ei haluaisi julki. Valta on kautta aikojen väittänyt journalismin laadun huonontuneen. Syytökset koskevat muun muassa yleisön kosiskelua, populismia, epäoleellisten asioiden esillä pitämistä, ajojahteja, puolueellisuutta, johdattelevia näkökulmia, viihteellistymistä.

Vallanpitäjien itsekeskeistä kritiikkiä oleellisempi kysymys on, arvostaako yleisö laatua. Onko eräiden ikäryhmien lehtien lukeminen ja television katselu vähentynyt siksi, että sisältö on huonontunut? Näin ei voida yksiselitteisesti sanoa käyneen. Mediasta kiinnostunut ja siitä jopa maksava yleisö on pysynyt Suomessa laajana eikä joukkopakoa ole tapahtunut.

Sen sijaan yleisö on muuttunut yhä kriittisemmäksi ja arvostelee sirpaloituvan median osia huonosta laadusta, kukin ryhmä omalta kannaltaan. Kevyt ja viihdepainotteinen tarjonta lisääntyy. Sille taas yhteiskunnallista keskustelua julkisesti käyvä kansanosa, mielestään lukeneisto tai sivistyneistö, ei näe tarvetta. Näin median painotukset heijastavat yhteiskunnan hajautumista ja luokkaistumista.

Pessimistit uskovat murroksen murentavan journalismin rahoituksen perusteet. Täyden palvelun medioiden asemoituminen uudelleen kilpailussa nähdään tämän ennusmerkiksi. Toiminnan pysyvä kannattavuus on kuitenkin varmistettavissa, kun sisällön

laatuun ja sen tuottamisen tapaan kiinnitetään kaukonäköistä huomiota.

Uutistoimitusten resurssit ovat heilahdelleet suhdanteiden mukaisesti. Ainoastaan Yleisradio on onnistunut pitämään ohjelma-tuotantoon keskittyvät toimittajaresurssinsa lähes ennallaan siirtämällä painopistettä teknisestä tuotannosta sisältöön. Muutos on merkittävä, koska Yleisradio on vähentänyt henkilökuntaansa viimeisen kymmenen vuoden aikana tuntuvasti samalla kun kanavien lukumäärä on lisääntynyt.

Ajankohtaisjournalismin tuottaminen verkkoon vaatii kaikissa medioissa journalistisia resursseja. Internetin verkkomedian ilmainen ensivaihe oli synkkä luku kaikille mediatoimijoille. Sisältö on silti edelleen pääosin ilmaista, ja yleisömäärien kovasta kasvusta huolimatta ilmoitustuotot ovat yhä noin kymmenesosa kävijää kohti verrattuna esimerkiksi sanomalehteen.

Yleisön mediakulutuksen sirpaloituminen pakottaa mediayhtiöt ajattelemaan uudelleen koko toimintaansa. Vain pieni osa yleisöstä ymmärtää, että yhteiskunnallisen keskustelun kannalta merkittävä kattava ja pysyvä laatu maksaa. Viihteellistyvä journalismi rakentaa puolestaan ansaintalogiikkansa reilusti massatuotannon varaan. Medioiden täytyy pystyä osoittamaan suurelle yleisölle entistä paremmin, mitä osaa sisällöstä voidaan tuottaa pelkin mainostuloin ja mihin osaan ne eivät yksinkertaisesti riitä.

Avainkysymys on miten osayleisöjä saadaan houkutelluksi maksamaan mediatuotteista samassa laajuudessa kuin aikaisemmin. Perustana on edelleen yleisön luottamus sisältöön, jota tarjotaan jatkossa useammissa kanavissa ja jota yleisö itse myös tuottaa. Lukijan kannalta tärkeän ja käyttökelpoisen journalistisen laadun vaatimukset ovat entistä suurempia tiedon ja journalistista tietoa muistuttavan sisällön tarjonnan kasvaessa.

Oman mausteensa median tulevaisuuden arviointiin tuo yhteiskunnan rahoittama julkinen palvelu eli Yleisradion toiminta. De-

mokratian kannalta kannatetaan laajasti Yleisradion lähtökohtaa tuottaa ohjelmia kaikille yhtäläisin ehdoin. Journalistinen kilpailu Ylen ja kaupallisten toimijoiden, siis lehdistön sekä radion ja television, kesken lisää moniarvoisuutta yhteiskunnassa. Taloudellisesta näkökulmasta rinnakkaiselo koetaan kuitenkin kaupallisen median piirissä ongelmalliseksi. Rajanveto yhteiskunnan rahoituksella tuotettavan aineiston kanssa on käymättä. Mediat kilpailevat sittenkin samoista kuulijoista ja lukijoista, vaikka rahoituspohjat ovat erilaiset.

Yleisradio ja sille annettu tehtävä ovat sellaisenaan häiritsevää kilpailutekijää mediamarkkinoilla. Median kiristyvässä kilpailutilanteessa Yleisradion vapaus tulkita oman tehtäväkenttensä annettujen varsin väljien rajojen puitteissa on entistä kriittisempi tekijä markkinoiden näkökulmasta. Verorahoituksella toimiva Yle voi panostaa kuluttajille ilmaisiin palveluihin alueilla, joilla kaupalliset mediat kuten sanomalehdistö pyrkii saamaan yleisön maksamaan sisällöstä.

Pitkällä aikavälillä markkinavoimat ratkaissevat tämän kysymyksen siten, että julkisen palvelun media erilaistuu ja sen resurssit ohjautuvat alueille, joihin se pystyy tuottamaan eniten lisäarvoa. Esimerkiksi sanomalehdistöllä on ylivoimaiset resurssit maakuntien uutistoiminnassa Yleen verrattuna kun taas valtakunnallisen kattavan ajankohtaistuotannon osalta Ylellä on vain yksi tasavertainen kilpailija, Helsingin Sanomat. Onneksi uutisvoitot, paljastukset ja laadukkaat yksilösuoritukset eivät ole vain suurten toimitusten yksinoikeus.

Yleisradion ja muiden mediayhtiöiden kilpailua on vaikea rajoittaa aihealueisiin tai jakelualustoihin liittyvin määräyksin. Sen sijaan Yleisradion omistajan täytyy huolehtia yhtiön valvonnan järjestämisestä riippumattomalla tavalla samalla yksituumaisuudella kuin se on päättänyt yhtiön rahoituksesta. Demokraattisesti valittu hallintoelin kuten Ylen hallintoneuvosto ei ole riippumaton

silloin, kun se käyttää yhtiön ylintä hallintovaltaa edustaen samalla valtaa, jonka vahtikoirana kyseisen median pitäisi toimia.

Yhteiskunnan pitää järjestää asia niin, että valvovan elimen täytyy olla Yleisradiosta täysin riippumaton. Vain ymmärtämällä ja ratkaisemalla tämä ristiriita voidaan arvioida julkisen palvelun tehtävän toteutumista laadullisesti ja demokratian kuin markkinoidenkin kannalta. Sen voi tehdä esimerkiksi seuraamalla järjestelmällisesti resurssien kehitystä ja niiden käyttöä. Vain näin voidaan keskustella Yleisradion monopolista julkisen mediapalvelun tuottajana ainutlaatuisen murroksen muokkaamassa mediamaisemassa. Myös helposti poliittisesti värittyvä keskustelu vähemmistökielen edellyttämästä panostuksesta ansaitsee tällaisen pitkäjänteisen tarkastelun.

Vähemmistökielen kannalta Yleisradio on välttämättömyys, sillä jo perustuslain määrittelemä kansalaisten yhdenvertaisuus edellyttää mediapalvelua omalla äidinkielellä. Svenska Yle pystyy myös omalta osaltaan vahvistamaan kaksikielisyyttä ja Suomelle elintärkeätä pohjoismaista yhteyttä. Tämä on koko yhteiskunnan etu.

Ruotsin kieleen kohdistuvat paineet leimaavat myös suomenruotsalaiset: heitä yhteiskunta palvelee muun muassa monilla omalla kielellä tarjotuilla, suhteessa hintavilla palveluilla. Tämä näkyy myös kasvavana kritiikkinä ruotsinkielistä Yleä kohtaan. Tämä kritiikki sivuuttaa tosiasian, että yleisradiolaki edellyttää palvelua kaikille yhtäläisin ehdoin. Se taas tarkoittaa varsin laajaa palvelua, joka välttämättä maksaa. Käytännössä Ylen ruotsinkielinen tv-tarjonta ei silti ole läheskään suomenkielisen laajuista. Tässä keskustelussa on aivan keskeistä miten suuri osa Svenska Ylen yleisöstä on suomenkielistä.

Lia Markelinin tässä selvityksessä esittelemät esimerkit Suomesta ja Walesista osoittavat, että erikoisratkaisut ovat mahdollisia, jos poliittista halua löytyy. Pienet kieliryhmät eivät tee ainoastaan ”vähemmistöohjelmia”, ne voivat tehdä korkeatasoisia ja ylei-

sesti kiinnostavia ohjelmia, toteaa Markelin. Suomenruotsalaisen osaamisen ennakkoluuloton hyödyntäminen voi lopultakin saada aikaan sen, että yhteistyö sujuu kuin Strömsössä.

Marit Ingves

Balansgång i EU mellan hårda och mjuka värden

Inom Europeiska Unionen finns över sextio regionala språk eller minoritetsspråk. Det här är språk som talas av omkring 50 miljoner av EU:s omkring femhundra miljoner medborgare. Trots det finns det i EU-fördraget ingen rättslig grund för att främja språken eller att säkra media och sändningar på minoritetsspråken. I kulturfrågor ligger makten eller kompetensen också i medlemsstaterna, kommissionen har enbart rätt att komplettera, stöda och samordna medlemsstaternas åtgärder, inte att harmonisera.

Det här betyder inte, att kommissionen inte kan främja just media och sändningar på minoritetsspråken, tvärtom. Unionens gemensamma värdegrund som finns inskriven i Lissabonfördraget öppnar möjligheter för det. Dessutom säger Amsterdamprotokollet som ingår som en bilaga i fördraget att radio och television i allmänhetens tjänst har ett direkt samband med de demokratiska, sociala och kulturella behoven i varje samhälle och med behovet att bevara mångfalden i medierna.

Kommissionen har också kompetens i frågor som gäller upphovsrätten som en del av fri rörlighet av varor och tjänster inom den inre marknaden. Redan nu skapar satellit- och kabeldirektivet från 1993 möjligheten för medborgarna i EU-länderna att se varandras program via satellit och via kabel. Direktivet var en reaktion på den då, nya teknologin och drev fram en lösning på copyright-problemen.

Kommissionens främsta uppgift är att skapa en fungerande inre marknad med en långsiktig stabil ekonomi som ska trygga det europeiska projektet. Fri konkurrens mellan företag ses som den grundläggande principen för att marknaden ska fungera. Kommissionen är fördragets väktare. Det finns regler som ska hindra en snedvridning av konkurrensen och begränsa statligt stöd. Statsstöd till företag är i princip förbjudet inom unionen, inte enbart bidrag över statsbudgeten, utan också till exempel skattelättnader, men statligt stöd är tillåtet då det ligger i allmänhetens intresse eller om samhället och hela ekonomin vinner på det. Samtidigt säger Lissabonfördraget att kultur och mångfald bör beaktas då besluten fattas.

Inom EU finns därför en ständig balansgång mellan hårda ekonomiska värden och de mjuka. Här ges två exempel som visar hur kommissionen balanserar mellan de två olika intressena: statsstödet till public service broadcasting och presstödet i Finland. Kommissionen bör i varje enskilt fall pröva huruvida stödet är nödvändigt, välavvägt och huruvida det påverkar handeln mellan länderna.

Presstödet är intressant mot bakgrunden av att kommissionen inte har några rambestämmelser eller specifika riktlinjer som den kan följa. Däremot finns det sedan 1997 skrivningar om radio och television i allmänhetens tjänst i Amsterdamprotokollet. Det ingår sedan dess som en bilaga i unionens grundfördrag, också i Lissabonfördraget. Protokollet har översatts till kommissionens interna regler om hur den hanterar statsstödet till public service broadcasters.

Presstödet

Den 6 november 2008 gick kommunikationsministeriet i Finland ut med ett pressmeddelande om att statsrådet beviljat selektivt presstöd på 500 000 euro till svenskspråkiga medier. I meddelan-

det hette det att ”det selektiva presstödet riktas till tidningar och webbpublikationer som publiceras på riksomfattande minoritetsspråk samt till svenskspråkig nyhetstjänst. Det stöd som tilldelas partipressen ingår sedan början av år 2008 i det allmänna partistödet.”

I enlighet med EU- reglerna, hade Finland anmält stödordningen till Bryssel. I ett brev till kommissionen, redan i september 2007, motiverades åtgärden med att den syftar till att främja mediemångfald och åsiktsmångfald genom att ekonomiskt stöda tidningar som ges ut på svenska och minoritetsspråk, liksom till att bevara det svenska språket och minoritetsspråken i Finland samt till ”trivseln och välbefinnandet inom dessa språkgemenskaper”.

I maj 2008 meddelade den, då ansvariga kommissionären **Nelie Kroes**, att åtgärden inte strider mot unionens regelverk. Kommissionen konstaterade att ”stödet förefaller vara nödvändigt för att svenskspråkiga tidningar och tidningar på minoritetsspråk ska kunna fortleva. Eftersom de stödmottagande tidningarna har en begränsad läsekrets har de små möjligheter att locka till sig annonser och abonnenter som ger intäkter. De små upplagorna gör det också svårt för dem att minska sina fasta kostnader och uppnå stor-driftsfördelar. Därför är det rimligt att anta att tidningarna behöver stödet för att kunna fortsätta utkomma.”

Kommissionen skrev vidare, att i den mån åtgärden främjar mediemångfald och skydd av minoritetsspråk tar den hänsyn till Lissabonfördraget, som föreskriver att gemenskapen ska ”beakta de kulturella aspekterna då den handlar enligt andra bestämmelser i detta fördrag, särskilt för att respektera och främja sin kulturella mångfald.”

Kommissionen ansåg också att stödordningen är förenlig med de mål som är en del av gemenskapens policydokument: Artikel 2 i Lissabonfördraget, enligt vilken mångfald är en av EU:s grundläggande värderingar. Den hänvisade också till rådets resolution från

den 14 februari 2002 som syftar till att främja språklig mångfald och språkinläring inom ramen för genomförandet av målsättningarna för Europeiska språkåret 2016, liksom också till artikel 22 i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna, där det heter att unionen ska respektera den kulturella, religiösa och språkliga mångfalden samt till artikel 11.2 i stadgan. I den konstateras att mediernas frihet och mångfald ska respekteras. Kommissionen pekade vidare på ett meddelande om en ny ramstrategi för flerspråkighet som antogs 2005. I meddelandet uppmanas medlemsstaterna att utarbeta nationella planer för att främja flerspråkighet, bland annat genom att öka användningen och närvaron av olika språk i det dagliga livet.

Dessutom återopade kommissionen den artikel i Lissabonfördraget som slår fast att det är tillåtet med ”stöd för att underlätta utveckling av vissa näringsverksamheter eller vissa regioner, när det inte påverkar handeln i negativ riktning i en omfattning som strider mot det gemensamma intresset.” Åtgärden var av ”erkänt gemenskapsintresse” och påverkade inte handelsvillkoren i en omfattning som strider mot det allmänna intresset. Det stod också i proportion till vad man vill uppnå. Hade Finlands anmälan gällt kulturell verksamhet, med ringare ekonomiska intressen inblandade, hade kommissionen sannolikt valt den andra möjligheten att frånga principen om att statligt stöd är förbjudet, nämligen stöd för att främja kultur och kulturarvet.

Marknaden

Före kommissionen gav grönt ljus åt åtgärden var den tvungen att kontrollera huruvida det verkligen handlade om statligt stöd och att kompetensen i så fall låg i Bryssel. Den var också tvungen att bedöma huruvida det handlade om nytt stöd eller så kallat existerande stöd. Statligt stöd ska uppfylla fyra villkor: 1) åtgärden ska

beviljas av medlemsstaten eller genom statliga medel, 2) den ska ge företag en ekonomisk fördel, 3) fördelen ska vara selektiv och den ska snedvrida eller hota att snedvrida konkurrensen och 4) åtgärden ska påverka handeln inom gemenskapen. Om svaret på alla frågorna är positivt, bör kommissionen utreda hur stödordningen påverkar marknaden och huruvida den ska klassificeras som existerande eller nytt stöd.

I sitt svar till de finländska myndigheterna konstaterade kommissionen, att åtgärden enbart är inriktad på tidningar som ges ut på svenska och minoritetsspråk. ”Det här är tidningar som i regel är mycket små aktörer på tidningsmarknaden i Finland och konkurrerar vanligen inte direkt med finskspråkiga kolleger. Kommissionen anser därför att det är osannolikt att tidningar på andra språk är reella substitut och att abonnenter eller annonsörer skulle byta till en annan tidning på grund av stödet. De har en spridning som är begränsad till små, språkligt och geografiskt avgränsade områden. Därför är det osannolikt att stödordningen snedvrider konkurrensen och påverkar handeln inom gemenskapen i någon större utsträckning.”

Nytt eller existerande?

Formuleringarna i kommunikationsministeriets pressmeddelande visar att presstödet i Finland hade ändrats. Den tidigare stödordningen, från början av 70-talet hade klassificerats som existerande stöd eftersom systemet fanns på plats redan då Finland anslöt sig till det europeiska frihandelsområdet EES 1993 och 1995 blev medlem i EU. Genom åren hade enbart budgeten justerats. Därför hade det inte funnits någon orsak att ändra klassificeringen från existerande till nytt statligt stöd, men nu kom kommissionen fram till att det handlade om ”väsentliga och tillräckliga” förändringar jämfört med hur stödordningen fungerat tidigare.

Kommissionen vill regelbundet se över stödordningar, men den brukar inte titta närmare på så kallat gammalt statsstöd om inte den görs direkt uppmärksammas på eventuella brister, men ju fler nya element det ingår i en regim jämfört med tidigare, desto större är sannolikheten att stödet klassificeras som nytt.

Vad var nytt i den finländska stödordningen? I motiveringen skrev kommissionen att presstödet tidigare var tillgängligt för de flesta tidningar, men i framtiden enbart skulle ges till svenskspråkiga tidningar och tidningar på olika minoritetsspråk samt till nyhetstjänster på svenska. Förut var stödet förbehållet tidningar med svag lönsamhet medan det i framtiden också kunde ges till lönsamma tidningar. Enligt kommissionen innebär det att antalet mottagare skulle minska i hög grad. Till bedömningen att det handlade om nytt stöd bidrog också att beloppet och stödets relativa betydelse förändrades väsentligt. ”Anslagen minskar från 6,1 miljoner euro 2007 till 0,5 miljoner euro 2008 och stödnivån ska sänkas från 70 % till 40 % av tidningarnas driftskostnader.”

Mot den här bakgrunden gjorde Finland rätt i att anmäla ändringarna till Bryssel, annars hade stödordningen varit olaglig. I sådana fall tvingas mottagaren betala tillbaka pengarna till staten. Kommissionen kan också sätta stopp för existerande stödordningar, men då behöver den som fått pengar inte återbörda dem. Kommissionen vägrade till exempel att godkänna den tidigare ordningen om att staten direkt subventionerar partitidningar. Under förhandlingar mellan kommissionen och de finländska myndigheterna – långt före de officiella kontakterna togs – enades parterna om att stödet kunde betalas till partierna. De idkar ingen vinstgivande verksamhet och kan därför betala ut presstöd utan att snedvrida marknaden.

Radio och television i allmänhetens tjänst

Samma försök till balansgång mellan ekonomiska och erkända gemenskapsintressen finns inskriven i Amsterdamprotokollet om radio och television i allmänhetens tjänst. I det slås först och främst fast att det är medlemsstaternas rätt att besluta om hur de utformas och hur de finansieras. Det är också deras uppgift att definiera uppdraget, ska det vara smalt eller brett, ska det trygga sändningar på minoritetsspråk och så vidare. I protokollet heter det dessutom att sändningarna har ett direkt samband med de demokratiska, sociala och kulturella behoven i varje samhälle och med behovet att bevara mångfalden i medierna. Samtidigt heter det att systemet inte "oproportionerligt" får snedvrida konkurrensen eller skada handeln, men bestämmelserna får inte heller förhindra public servicebolagens möjligheter att genomföra det uppdrag de fått av samhället.

Traditionellt finns det två finansieringsformer för sändningar i allmänhetens tjänst. Den ena är finansiering genom offentliga medel, från en källa, till exempel radio- och tv-licenser, medel över statsbudgeten och avgifter oavsett av vilken beskaftenhet. Den andra formen innebär en finansiering med hjälp av offentliga medel tillsammans med till exempel reklamintäkter. År 2009 reviderade kommissionen sina interna statsstödsregler för public service broadcasters och öppnade dörren för en tredje möjlighet: betaltjänster. Kommissionen säger att bolagen i allt större utsträckning vänder sig till nya finansieringskällor bland annat betaltjänster, till exempel som avgiftsbelagd tillgång till arkiv, betal-tv för specialintressen, tillgång till mobila tjänster mot betalning av en klumpsumma, förskjuten tillgång till tv-program mot en avgift och nedladdning av medieinnehåll från nätet mot betalning.

Erfarenheter visar, att av de två traditionella finansieringsformerna är systemet med enbart offentliga medel ur en källa den

minst problematiska. Den skapar i ringaste utsträckning irritation bland konkurrenterna. Erfarenheterna visar också, att de flesta klagomål mot sändningar i allmänhetens tjänst riktas mot de bolag som finansieras med hjälp av offentliga medel, men dessutom tillåts dryga ut sina inkomster genom försäljning av reklamtid. Dylik så kallad dual finansiering ställer också ökade krav både på public servicebolagens transparens och på deras bokföring. Bland public servicebolagen finns det inga egentliga erfarenheter av betaltjänster. De är först på kommande.

I reglerna lovar kommissionen också att ta hänsyn till svårigheter som mindre medlemsstater kan ha med att samla in de nödvändiga medlen om kostnaden per invånare är hög. I en fotnot sägs att liknande svårigheter kan uppstå när radio och television i allmänhetens tjänst vänder sig till språkliga minoriteter eller lokala behov, men i det här sammanhanget beaktas också andra mediers eventuella svårigheter.

Överkompensation

Klagomålen till kommissionen handlar ofta om påståenden om att radion och televisionen i allmänhetens tjänst har mera pengar till sitt förfogande än vad de egentliga nettokostnaderna för uppdraget kräver. I kostnaderna räknas de offentliga medlen plus all form av kommersiell verksamhet. Därför finns i statsstödsreglerna skrivningar om överkompensation. Enligt dem får bolagen årligen ha en reserv på tio procent av de årligen budgeterade utgifterna för att klara av fluktuationer i kostnads- och inkomstnivån, men reserven bör beaktas då anslagen för nästa budgetår slås fast. Om överskottet ligger kvar i flera år och dessutom inte har öronmärkts för ett speciellt ändamål, bör staten granska huruvida finansieringen motsvarar bolagets reella behov. Summor som ligger över tioprocentsgränsen bör omedelbart betalas tillbaka till staten.

Kommissionen borde inte bry sig om hur privata pengar används. Men misstankar om överkompensation kan väckas om offentliga medel blandas ihop med till exempel privata donationer, speciellt om de inte ingår som en del i det av staten fastslagna finansieringssystemet. Bidrag utifrån kan därför leda till att den offentliga andelen pengar skärs ner och nya element kan utlösa en diskussion om nytt stöd och förhandlingar med kommissionen.

Slutsatser

Trots att det inom EU inte finns några policyområden som direkt manar medlemsstaterna att införa bejakande åtgärder för att på olika sätt skydda och befrämja medlemsstaternas minoriteter visar de två ovan nämnda exemplen, att om det gemensamma intresset är tillräckligt stort, erbjuder det nuvarande europeiska regelverket möjligheter att främja språken eller att säkra media och sändningar på minoritetsspråk. Regelverket ger medlemsstaterna stort utrymme att på nationell nivå och med politisk vilja stöda sina minoriteter och ju färre affärsintressen är inblandade och ju mer kultur, desto lättare är det för beslutsfattarna i Bryssel att ge grönt ljus för åtgärden. Kommissionen har också möjligheten att lösa problem i anslutning till copyright och gränsöverskridande sändningar.



Regelverket ger medlemsstaterna stort utrymme att på nationell nivå och med politisk vilja stöda sina minoriteter. Ju färre affärsintressen och ju mer kultur, desto lättare är det för beslutsfattarna i Bryssel att ge grönt ljus för åtgärden.



Finansiering av minoritetsspråkssändningar inom public service

Den brytningstid som präglar medielandskapet – liksom också den ekonomiska osäkerheten – påverkar alla aktörer på mediemarknaden, både stora och små. Bland de kanske mest sårbara medierna är de som arbetar på minoritetsspråk, eftersom de ofta är såpass små att de inte klarar sig på den privata marknaden. I synnerhet i Nordeuropa är det därför public service som i främsta hand har axlat ansvaret att sörja för service på minoritetsspråk.

I Magmas tidigare rapport *Det sammanhållande kittet* (2010) diskuterades minoritetsmediers betydelse och situation i flera europeiska länder. Här följer nu en fortsättning på den rapporten, med blicken riktad i synnerhet på public service och finansieringen av minoritetsspråkssändningar där. Vilka lösningar har man hittat i de olika länderna, och vilka är de största utmaningarna för minoritetsspråkssändningar i mediernas brytningstid? De exempel vi ska titta närmare på är förutom de svenskspråkiga sändningarna i Finland också de finska sändningarna i Sverige, de samiska sändningarna i Norge samt de kymriskas sändningarna i Wales i Storbritannien.

De svenskspråkiga sändningarna i Finland som kontext

Antalet svenskspråkiga i Finland räknas oftast på basis av antalet som i befolkningsregistret angett svenska som modersmål. I kontrast till hur de flesta andra länder beräknar minoritetens storlek, återspeglar den vanliga siffran 290 000 alltså inte antalet personer i Finland som behärskar svenska. Man beräknar att närmare 500 000 personer anser sig vara svensk- eller tvåspråkiga. En relativt ny undersökning visar att upp till 14 % av Finlands befolkning aktivt använder sig av svenskspråkiga medier.¹ Dessa siffror är med andra ord viktiga att komma ihåg då man talar om svenskspråkiga sändningar i Finland.

”På lika grunder”

Till skillnad från många andra länder är det nationella public service-bolagets uppgift i Finland reglerat i lag. I Lagen om Rundradion (1993/1380, 7 §) står det bland annat att bolaget skall ”behandla den finskspråkiga och svenskspråkiga befolkningen på lika grunder i programverksamheten”. En ständigt återkommande fråga är vad *på lika grunder* i praktiken betyder och på vilket sätt detta bestäms.

I dagens läge utgör Svenska Yle, där all svenskspråkig verksamhet är samlad, en egen enhet inom Rundradion. Därtill finns ett antal centraliserade tjänster som betjänar både den finsk- och den svenskspråkiga verksamheten. Svenska Yle har en egen direktör som också hör till bolagets ledningsgrupp. Enheten har inga öronmärkta pengar utan deltar i den interna budgetprocessen tillsammans med alla andra enheter. Tolkningen av lagtexten sker inom bolaget självt.

[Vi] har alltid tolkat det själv. "Vi" är i detta fall både Yle och Svenska Yle. Svenska Yle är ju också en entitet som inte alltid funnits, utan den svenska verksamheten inom Rundradion har byggts upp gradvis. Så det finns en lång rad ... av både enskilda personer och verksamheter som har byggt upp den här verksamheten, och som har gjort det i samarbete med det finska Yle.

Annika Nyberg Frankenhaeuser, dåvarande direktör för Svenska Yle, 23.11.2011

Det betyder också att budgeten för Svenska Yle bestäms via samma kanaler och går igenom samma prioriteringsprocess som all annan programverksamhet inom bolaget. I nuläget har Svenska Yle två radiokanaler och en TV-kanal till sitt förfogande, samt upprätthåller en webbservice på svenska under egen adress (<http://svenska.yle.fi/>). Mycket mera än så ser man inte på Svenska Yle att är aktuellt – snarare har frågan varit hur upprätthålla ett fullgott alternativ på TV inom ramen för de resurser som man har.

Från och med september 2011 delar den svenskspråkiga kanalen Yle FST5 (numera Yle Fem) kanalutrymme med SVT World, Sveriges internationella public service-kanal. Beslutet var ett sätt att stärka kanalen och erbjuda ett 24-timmars utbud på svenska. En svag kanal är lättare att lägga ner eller samman slå, konstaterade dåvarande chefen Annika Nyberg Frankenhaeuser, som ett år tidigare ställts inför en möjlig samman slagning av FST5 och YLE Teema, Yle:s specialkanal för kultur och vetenskap. Nu sänder Yle Fem egna program under morgon och kvällstid, medan resten av dagen och natten fylls ut av SVT World:s sändningar.² Detta har väckt negativa reaktioner bland de tittare som vill ha alternativet att kunna se *både* FST5 och SVT World under bästa sändningstid. Så här kommenterade dåvarande direktören för Svenska Yle det:

[Det] kommer fortsättningsvis att vara viktigt att så att säga "synas på TV", och det är enormt viktigt för en minoritet som den finlandssvenska att man finns på TV – och att man finns med en tillräckligt stor volym. Vi sitter kvar med en prime time-kanal som i värsta fall inte sänder någon annan tid på dygnet än såg mellan 17 och 22, vilket är ungefär de resurser vi har ... och då blir vi för små. ... Och då hotas den här TV-kanalen. Så för att ge den en styrka så tyckte vi att det här var en bättre lösning.

Annika Nyberg Frankenhaeuser, dåvarande direktör för Svenska Yle, 23.11.2011

Även om det egna utbudet är relativt täckande på svenska i Finland, så får det svenskspråkiga public service-utbudet stöd från Sverige och övriga Norden. Förutom SVT World:s närvaro på Yle Fem har Yle ett nära samarbete med Sveriges Radio. Enligt ett muntligt avtal mellan SR och Yle från 1960-talet får Yle använda stoff från SR:s nyhetsprogram Dagens Eko och fritt använda SR:s utrikeskorrespondenter; och vice versa. Dessutom utbyts tusentals timmar material per år inom ramen för Nordvision, de nordiska rundradiobolagens samarbete. Av Yle Fem utgörs ca en tredjedel av nordiska produktioner eller nordiska samproduktioner. Samtidigt är det en ständigt aktuell fråga hur Svenskfinland kunde knytas tättare till det svenska språkområdet och det svenska språket i Finland stödas av Sverige. På grund av upphovsrättsliga kostnader har det hittills varit svårt att få SVT World som helhet att synas genom marknätet i hela Finland. Enligt Yle:s nya linjedragningar³ är dock målsättningen att SVT World, i den mån den ingår i Yle Fem, ska kunna ses i hela landet i framtiden. SVT World i sin helhet syns i dag i Finland endast via kabel, satellit eller IPTV.

Yle:s finansieringsbas och de svenskspråkiga sändningarna

Helhetsutgifterna för Yle år 2010 var 447 miljoner, medan budgeten låg på 420 miljoner euro. Inkomsterna från TV-licensmedlen

utgör närmare 95 procent av Yle:s budget. De övriga intäkterna kommer från programintäkter, försäljning av tjänster, hyresinkomster och liknande. I enlighet med Lagen om Rundradion är det förbjudet för Yle att sända reklam eller producera sponsorerade program. År 2011 kostade den årliga TV-licensen 244,90 euro och antalet betalare var under 1,9 miljoner. Sedan 2004 har antalet betalare sjunkit.⁴ Man beräknar att ungefär vart fjärde hushåll i Finland inte betalar någon TV-avgift.

Bland annat det dyra och bristande systemet för indrivning av licensmedlen samt det ökande antalet möjligheter att i dag följa med TV-sändningar via andra apparater än TV:n, låg bakom beslutet att förnya finansieringen av Rundradion. Statsrådets principbeslut från 2011 om att från och med år 2013 införa en sk. Yle-skatt, innebär att alla myndiga personer betalar en avgift på 50–140 euro beroende på personens inkomstnivå. Pengarna ska förvaltas av Statens televisions- och radiofond, som årligen ska överföra 500 miljoner euro till Rundradion för att finansiera verksamheten.

Efter en lång period av osäkerhet kring Yle:s finansiering och framtid togs beslutet om en Yle-skatt emot med lättnad både inom och utanför Rundradion. I och med skatten garanteras Rundradions finansieringsbas, vilket i sin tur möjliggör en långsiktig planering, någonting som inte varit en självklarhet under de senaste åren. Ännu i början av 2012 beskrev bolagets strategidirektör bolagets ekonomi som väldigt stram och att 2012 ekonomiskt sett skulle bli ett ”riktigt riktigt svårt år”. Den ekonomiska svångrem som omslutit Yle de senaste åren har haft en betydande inverkan inte minst på den svenskspråkiga verksamheten:

Under de senaste tio åren har alla marginaler inom Svenska Yle skalats bort. ... [N]är man skär bort marginalerna så blir minsta lilla tilläggsparåtgärd väldigt markant. Det andra är att när det är en liten verksamhet betyder det att det finns väldigt mycket multikompetens,

man tvingas jobba på ett annat sätt... Det betyder också att det är jättemycket mera sårbart. Det kan vara frågan om enskilda personers kompetens, som kan vara avgörande för en möjlighet att genomföra någonting. Och det här har ju nog varit en av anledningarna till att produktionsbolagsstrukturen och den finansiella strukturen för Svenska Yle:s verksamhet under de senaste åren sett annorlunda ut.

Gunilla Ohls, strategidirektör, 11.1.2012

Ett viktigt tillskott för Svenska Yle under de senaste åren har varit möjligheten till samproduktioner med externa produktionsbolag, som erhållit betydande finansieringshjälp från privata finlands-svenska fonder. Även om det handlar om indirekt privat finansiering, eftersom sponsring inte är möjligt enligt lag, är modellen ny för Yle. Produktionsbolag erhåller normalt stöd för t.ex. film eller drama, där visningsrätten kan återanvändas flera gånger. Nytt för Svenska Yle:s del var morgon-TV-programmet Min Morgon, som baserar sig på ett separat avtal om samfinansiering. Även om modellen väckt många frågor har den hittills godkänts av bolagets ledning och förvaltningsråd, men hur det blir i framtiden vet man inte. Därtill gav de finlandssvenska fonderna under 2011 exceptionellt stora summor i produktionsstöd till inhemska produktionsbolag som producerade program för Svenska Yle, vilket var avsett som en tillfällig stödaktion tills beslutet om den nya Yle-finansieringen fattades.

Volymen på Svenska Yles verksamhet har alltså den senaste tiden upprätthållits inte enbart av de medel som enheten har till sitt förfogande inom Yle, utan burits upp av både material från Sverige och indirekt privat finansiering. Ändå finns det röster i det finska samhället som anser att Svenska Yle:s andel av Yle:s totala budget är på tok för hög. Vilken denna andel exakt är, är svår att beräkna. Jämför man enbart programkostnaderna för Svenska Yle med programkostnaderna för hela Yle blir andelen ca 14 %. Jämför man dä-



**För Svenska Yle kommer
det att vara en utmaning
att upprätthålla både
kvalitet och nuvarande
volym ifall finansieringen
inte är stabil på lång sikt.**



remot enbart Svenska Yle:s budget med Yle:s totala budget, utan att inkludera produktions- och övriga gemensamma kostnader, blir andelen 7,3 % (år 2010).

Frågan blir då vad som anses ”tillräckligt” för en minoritet, och i vilken utsträckning man anser att minoritetsverksamhet har rätt till särlösningar.

Svenska Yle är just så stort som bolagets styrelse och förvaltningsråd har bestämt att det ska vara. Och det kostar precis just så mycket som det kostar att upprätthålla den här verksamheten i den här omfattningen. Vilket är varken dyrare eller billigare – i vissa fall är vi faktiskt billigare ... [Vi] gör en del saker effektivare och billigare för att helt enkelt få pengarna att räcka längre.

Annika Nyberg Frankenhaeuser, dåvarande direktör för Svenska Yle, 23.11.2011

Redan nu utgör Sveriges TV det centrala och viktigaste TV-utbudet för många svenskspråkiga tittare i Österbotten. Risken är att detta inte förändras – eller att tittandet på finlandssvenskt utbud rentav minskar – ifall utbudet inte bibehåller både tillräcklig kvantitet och kvalitet i framtiden.

Framtidens utmaningar

I och med introduktionen av den sk. Yle-skatten, då alla finländare deltar i finansieringen av Rundradion, kommer det sannolikt att ställas ännu större krav på verksamheten. Bolaget måste visa att de finns till för alla och måste vara mycket tydlig med sin redovisning. I det här ingår troligen att alla former av speciallösningar synas noggrannare än tidigare. Samtidigt kan kvaliteten på verksamheten inte sjunka, för då sjunker både förtroendet och publiksiffrorna – vilket i sin tur kan leda till att acceptansen av skatten minskar.

För Svenska Yle kommer det att vara en utmaning att upprätthålla både kvalitet och nuvarande volym ifall finansieringen inte är stabil på lång sikt. Från Svenska Yles sida underströk man i februari 2012 att nuvarande verksamhetsvolym är beroende av samarbetet med de externa produktionsbolagen. Det vill också säga att volymen inte är möjlig att upprätthålla ifall nuvarande samproduktioner skärs bort utan en höjning av den interna budgettilldelningen.

Det räcker inte att skära ner. Vi kan inte upprätthålla den volym och kvalitet vi har gjort hittills om vi inte får en något större budget [som kompensation för en eventuell minskning av mängden samfinansierade program från externa produktionsbolag]. Vi fixar inte detta med osthyvling. ... Antingen måste vi göra mindre eller så måste vi hitta helt nya samarbetsformer.

Mary Gestrin, mediechef, 7.2.2012

För Svenska Yles del handlar det inom bolaget inte om att kämpa för sitt existensberättigande. Alla som gett sina kommentarer till den här utredningen verkade överens om att inställningen till det svenska inom Rundradion är positiv, i synnerhet inom den högsta ledningen. Framtiden ser också redan ljusare ut på grund av det nya finansieringsbeslutet för Yle från och med 2013, vilket även kommer Svenska Yle till gagn. De senaste årens nedskärningar ger dock anledning att fråga om majoriteten alltid förstår storleksordningen på en minoritetsverksamhet och hur även relativt små nedskärningar genast blir betydande.

Ett intressant steg som Rundradion tagit under vintern 2012 är att lansera riktlinjer för ett tvåspråkigt Yle, liksom nämndes i rapportens första del. Vad detta principbeslut kommer att innebära är i skrivande stund oklart. Signaler från Yle:s ledning tyder på att man planerar finansiera tvåspråkigheten till en del med hjälp av

rationaliseringar. Hur detta ska gå till och om, eller i vilken mån, den svenska verksamheten drabbas är inte känt. Å ena sidan kan beslutet om de nya riktlinjerna tolkas som en positiv vändning för det svenska, eftersom bolaget aldrig tidigare så tydligt gått ut med att det är en tvåspråkig institution. Å andra sidan är det möjligt att det förväntas orimligt mycket mer av de resurser som finns, om man inte från början gör en realistisk kostnads kalkyl för genomförandet av målsättningarna. Ifall ansvaret ställs på Svenska Yle utan en motsvarande förhöjning av den interna resursfördelningen till Svenska Yles förmån, är det klart att volymen på den nuvarande svenska verksamheten måste ses över. Också möjligheten till en marginalisering av det svenska utbudet på de svenska kanalerna har redan diskuterats: ifall man får svenskt utbud på de finska kanalerna, gör man sig då besväret att se på den svenska kanalen?⁵

I Magma's rapport om minoritetsmedier *Det sammanhållande kittet* (2010) identifierar författarna Moring och Godenhjelm vissa aspekter som de anser vara av särskild vikt för en framgångsrik framtid för de svenskspråkiga medierna i Finland. Till dessa hör att kunna ge publiken den kvalitet de kräver, för att den tvåspråkiga publiken inte ska överge de svenskspråkiga medierna till förmån för de finska. Liksom Hannu Olkinuora konstaterar så gäller samma kriterier för kvalitativt högtstående journalistik oberoende av på vilket språk arbetet sker. För att upprätthålla kvalitet utan att alltför mycket tumma på kvantiteten krävs egna resurser och en stabil ekonomisk grund. För tillfället ser den grunden ännu inte helt stabil ut, trots ett långsiktigt beslut om finansieringen av public service i Finland.

Vi ska nu övergå till att se på hur minoritetsspråkssändningar i andra länder i Europa finansieras, och vilka lösningar man kommit till för att säkerställa public service-sändningar på minoritetsspråk, för att sedan kunna dra några jämförande slutsatser.

De finskspråkiga sändningarna i Sverige

Det exakta antalet finstalande i Sverige är okänt, men man uppskattar att omkring 250 000 eller flera kan tala finska i Sverige. Räkna man alla personer med rötter i Finland är antalet troligen över 600 000. Den största koncentrationen av finskspråkig befolkning i Sverige hittas i Stockholm med omnejd, men i övrigt är de finsskunniga spridda över Sverige, i synnerhet kring de största industristäderna. Meänkieli (eller tornedalsfinska) talas främst i Tornedalen i norra Sverige. De finstalande i Sverige har inget eget representativt organ men nog en paraplyorganisation i *Sverigefinländarnas delegation*, som fungerar som sverigefinländarnas representant gentemot svenska myndigheter.

Sverigefinländarna betraktas som en nationell minoritet enligt svensk lag sedan år 2000, tillsammans med judarna, romerna, samerna (som också erkänns som ett folk) och tornedalingarna. Sedan 2009 finns det i Sverige en språklag, som bl.a. befäster finska som minoritetsspråk. I en särskild lag om nationella minoriteter och minoritetsspråk från samma år definieras rätten att använda finska, meänkieli och samiska hos myndigheter, i domstolar, i förskolan och inom äldreomsorgen. Trots att det funnits finskspråkiga i Sverige sedan nationens begynnelse, har de alltså först nyligen erhållit en officiell status som minoritet, på samma linje som andra nationella minoriteter i landet.

De största medierna på finska i Sverige i dag är Sisuradio inom Sveriges Radio (hädanefter SR), och den finska verksamheten inom Sveriges Television (hädanefter SVT). Sisuradio är i princip en egen kanal medan den finska redaktionen på SVT producerar nyheter, barnprogram och samhällsprogram som sänds på SVT:s kanaler. (För enkelhetens skull hänvisas bägge verksamheter ibland här till "redaktioner", även om alltså Sisuradio utgör en egen kanal.)

PSB i Sverige

Sverige är unikt i den bemärkelsen att radio och TV ännu sköts av olika bolag. Tillsammans med UR, som specialiserar sig på utbildnings- och forskningsprogram, utgör de tre bolagen SR, SVT och UR Sveriges public service-verksamhet. Alla tre bolag ägs av en stiftelse som är upprättad för detta ändamål. Stiftelsens styrelse utses av regeringen på förslag från de politiska partierna.

Public service-verksamheten i Sverige finansieras av en så kallad radio- och TV-avgift, motsvarande den finska TV-avgiften. År 2011 var avgiften 2 076 svenska kronor per år, eller 235 euro per hushåll eller företag. Av dessa får SVT 60 %, SR 35 % och UR 5 % av de totala inkomsterna. Utgifterna år 2010 var för SVT:s del 4,1 miljarder och för SR:s del 2,4 miljarder kronor. Inklusive UR rörde sig public service-utgifterna i Sverige kring 6,9 miljarder kronor eller 777 miljoner euro år 2010. Intäkterna var något högre, motsvarande 780 miljoner euro. Under pågående finansieringsperiod får bolagen en kostnadsökning på två procentenheter vilket är mindre än de reella inflationskostnaderna. Det pågår sålunda en kontinuerlig inbesparing inom bolagen.

SR, SVT och UR regleras med hjälp av sändningstillstånd som utfärdas av regeringen vanligtvis vart fjärde år. Följande tillståndperiod inleds 2014. I Kommittédirektivet för den utredning som görs inför kommande tillståndperiod och redovisas i september 2012, står det att kommittén ska presentera alternativa finansieringsmodeller och ta ställning till hur de ekonomiska ramarna ska se ut i framtiden. Det är alltså möjligt att nya finansieringsformer diskuteras i Sverige inom kort. Sverige har en tradition av att betona mediernas frihet och avstånd från alla politiska intressen som är ännu starkare än i Norge och Finland. På sina webbplatser understryker SR och SVT att de inte är statliga bolag utan bolag i allmänhetens tjänst, och att just radio- och TV-avgiften som finan-

sieringsmodell är viktig för att hålla bolagen oberoende. Ändå är det möjligt att även Sverige går in för någon form av skattebaserad finansiering: svenska medier skrev i april 2012 om möjligheten att man går in för en public service-avgift som "tas in via skattesedeln, men särredovisas och öronmärks".⁶

Public service åtnjuter ett stort stöd i Sverige. År 2011 uppgav 74 % ett ganska eller mycket stort förtroende för SVT:s sätt att sköta sitt arbete, medan SR fick 77 %. 85 procent eller fler ansåg att ord som trovärdig, professionell och mångsidig passade ganska eller mycket väl in på SVT. Kommittédirektivet signalerar också att man från statligt håll önskar en fortsatt stark public service. Samtidigt lyfter man upp frågan om konkurrensen inom mediemarknaden och behovet att lämna utrymme också för privata aktörer. Att eventuellt begränsa utrymmet för public service är en ny utgångspunkt som bolagen själva uttryckt sitt missnöje med.⁷ I synnerhet SVT:s närvaro och omfattning på internet är ifrågasatt.

Public service i Sverige har länge talat om mångfald som en viktig del av verksamheten. Under 2011 sände SR program på 10 språk och SVT på finska, samiska och meänkieli. I de nuvarande sändningstillstånden för SR, SVT och UR står det att: *SR (SVT/UR) ska beakta språkliga och etniska minoriteters intressen. Verksamheten ska vara ett prioriterat område. ... Minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli och romani chib ska inta en särställning.* Störst av dessa i dag är den finska verksamheten. I direktivet för den pågående utredningen står det att kommittén ska bedöma om verksamheten för språkliga och etniska minoriteter behöver stärkas.

Finansieringen av finskspråkiga sändningar inom SR och SVT

Storleksordningen på den finskspråkiga verksamheten inom SR och SVT har hållits relativt statisk under de senaste åren. Inom SR var det meningen att de finska sändningarna skulle gå i bräsch

för digitaliseringen av radiosändningar, för att på så sätt få tillgång till ett helt kanalutrymme. Sisuradio, som kanalen hett sedan 2000, inledde digitala sändningar bara några år efter sitt grundande år 1996. Den digitala mottagaren slog dock inte igenom och digitaliseringen stannade upp, vilket innebar att Sisuradio måste kämpa för att få tillbaka sin fönstertid på de analoga kanalerna. Trots att Sisuradio alltså i princip är en egen kanal, och fungerar som en kanal på internet, så är det främst via den analoga fönstertiden som de når sina lyssnare. Fönstertiden består av ca 2,5 timmar per dag, främst utanför bästa lyssnartid. De har dock en mångsidig webbplats med ett 30 dagars arkiv och digitalt sänder Sisu dagligen 13,5 timmar. För sin verksamhet har Sisuradio 33,7 miljoner kronor eller 3,8 miljoner euro till sitt förfogande.

Den finska produktionen inom SVT består av dagliga nyheter, två barnprogram i veckan samt åtta dokumentärer á 30 minuter per år. Budgeten rör sig kring 16 miljoner svenska kronor eller 1,8 miljoner euro. Alla finska program på SVT textas till svenska.

Varken inom SR eller SVT är den finska verksamheten del av husets ledning. Inom SR står Sisuradio under programdirektören, medan den finska redaktionen inom SVT står under Nyhetsdivisionens underdivision för regionala nyheter. Grundfinansieringen för den finska verksamheten är alltså i princip utanför de finska redaktionernas händer. Finansieringen utgår från kanalens eller redaktionens nuvarande storlek och output och så länge som dessa inte växer så växer inte heller finansieringen. Däremot har redaktionerna – i synnerhet den finska redaktionen inom SVT – möjlighet att få tilläggsresurser för enskilda projekt, som till exempel för att täcka det finska presidentvalet.

Genom tiderna har det dock ofta snarare varit fråga om att svara och behålla det man redan har. Under pågående tillståndsperiod har den finska verksamheten mycket tydligt känt av kostnadsökningsbegränsningen på två procent och man är rädd för

ytterligare nedskärningar. Båda cheferna för de finskspråkiga verksamheterna skulle gärna se en skrivning i sändningstillståndet om på vilken nivå minoritetsverksamheten ska befinna sig, eller en konkret summa.

Den finska minoriteten är den klart största minoritetsspråkgruppen i Sverige, i storleksklass med de svenskspråkiga i Finland. Ändå kände de intervjuade att sverigefinländarna har det mycket svårare att agera än till exempel samerna, som får draghjälp från sina grannländer.⁸ Ett problem upplevs vara bristen för förståelse för hela minoritetsfrågan.

Det har inte funnits någonting om minoritetspolitik eller om minoriteter ens i skolböckerna. Och då blir det inte heller en del av människors världsbild. Det finns inte i beslutsfattarnas världsbild, inte i Sveriges Radios chefers världsbild. Det har nu plötsligt under de senaste åren dykt upp en sådan här svårfattlig sak, att det finns en sådan här lag och sådana här minoriteter.

Päivi Tompuri, kanalchef för SR Sisuradio, 20.2.1012

Enligt chefen för Sisuradio har mycket förändrats i och med minoritetslagstiftningen. Ändå är rapporteringen om lagens implementering mer eller mindre beroende av minoritetsspråkssändningarna: berättar inte vi om det så gör ingen annan det heller, konstaterar Tompuri. Hon tillägger dock att samarbetet med svenska redaktioner har börjat öka de senaste åren. Det finska utbudet i Finland känns inte väldigt relevant för redaktionerna, eftersom det görs med anknytning till det finska samhället och skeenden i Finland som de finskspråkiga i Sverige inte känner till. Finska program i Sverige görs med Sverige som utgångspunkt. Så medan den svenska verksamheten i Finland får stor hjälp av material från Sverige så är det motsatta inte fallet. Med begränsad sändningstid priori-

terar man program med Sverige som utgångspunkt, i stället för att ta in program från Finland. Utanför den finska verksamheten är inte heller intresset för finska program så väldigt stort inom SVT: då antalet TV-program med svenskt ursprung utgjorde 763 timmar inom YLE år 2010, så var antalet TV-program med finskt ursprung i SVT 229 timmar.

Aktuella frågor

Med tanke på den närstående framtiden är det av avgörande betydelse vad den pågående public service-utredningen kommer fram till. De finska redaktionerna ser inte ut att förvänta sig någon stor ökning i sina ramar, utan koncentrerar sig snarast på att behålla sina nuvarande resurser.

Nu har vi förstås anpassat verksamheten på ett sådant sätt att vi klarar oss, men i något skede måste man fundera... För resurserna går hela tiden i en brant neråtgående linje. Det gäller hela Sveriges Radio. I det skedet som man måste börja prioritera så uppstår frågan att hur går det för oss? För det här är ju inte något sådant, eller en sådan verksamhet inom Sveriges Radio som man tydligt skulle se som en bra eller positiv del av public service. Tonen är snarast att "nå, de där". Man förstår liksom inte varför vi finns här.

Päivi Tompuri, kanalchef för SR Sisuradio, 20.2.2012

Den relativt nya minoritetslagen har gett minoritetsfrågorna i Sverige ett nytt momentum. Det tycks också pågå en revitalisering av finska rötter i Sverige, där allt fler kända personligheter stiger fram och öppet talar om och för fram sin finska bakgrund. Frågan är om det räcker, eller om det kommer för sent: den viktigaste publiken för de finska sändningarna i dag är den generation som nu är 60+, samt de yngre barnen. En utmaning för de finska sändningarna är

att hitta sina unga tittare och lyssnare. Sisuradio satsar redan på barn och unga men mycket mera skulle behövas: för Sisuradio är en egen ”riktig” kanal ännu målsättningen. För SVT:s finska redaktion efterlyser man i synnerhet aktualitetsprogram och dokumentärer.

En möjlighet för den finska verksamheten är ökat samarbete mellan de finska verksamheterna i SR och SVT. Båda hoppas att samarbetet skulle öka, bara det inte skulle leda till minskade resurser för någondera parten.

Men liksom redaktionschef Elina Majakari vid SVT:s finska redaktion konstaterar:

Den borde ha gjorts på 1970-talet, den här lagändringen. Då skulle alla första generationens barn ha fått gå i finsk skola och lärt sig språket. Om man bara skulle ha förstått sig på värdet av tvåspråkighet. Bättre sent än aldrig, förstås, men känns faktiskt som att det kommer 30 år för sent.

Elina Majakari, redaktionschef, SVT, 21.2.2012

I dag vill man ändå förstå, konstaterar Majakari, och menar att utvecklingen är på väg åt rätt håll.

De samiska sändningarna i Norge

Antalet samer i Norge beräknas vara omkring 40 000, av vilka ca 25 000 talar samiska. Liksom i Finland och Sverige är samerna en erkänd urbefolkning i Norge, och antalet samer är allt som allt omkring 80 000–100 000. Efter en hård assimileringsspolitik gentemot det samiska folket började attityderna i Norge vända efter andra världskriget. År 1990 ändrades Norges grundlag så att statens skyldighet att värna om samiskt språk och kultur inlemmades, och samerna fick sitt eget Sameting år 1989. I dag talar man på högsta nivå i Norge om att ”Norge är byggt på territoriet till två folk, samer och

norrmän”. Samerna har en egen språklag och en egen statssekreterare. Den minoritetspolitiska utgångspunkten i Norge är alltså inte att samerna är en minoritet bland andra, utan att de är ett urfolk.

I Norge talas tre samiska språk, av vilka nordsamiskan är det största, även om alla samiska språk är utrotningshotade. Det är på nordsamiska som så gott som all samiskspråklig medieverksamhet bedrivs. NRK Sápmi, den samiska enheten inom rundradiobolaget NRK (*Norsk rikskringkasting*), är det överlägset största samiska mediet i Norden.

Sedan början av 1990-talet har den samiska verksamhetens position inom NRK utvecklats till en liknande ställning som Svenska Yle har inom Rundradion. Den samiska verksamheten utgör en egen division inom NRK:s organisation, och chefen för NRK Sápmi sitter i NRK:s ledning.

NRK Sápmi har i dag en egen digital radiokanal, som också hörs på internet. De digitala sändningarna når dock inte hela landet. De analoga sändningarna hörs huvudsakligen regionalt och delvis nationellt, men i omfång fyller programmen inte en hel kanal. På TV sänder NRK Sápmi ca 220–240 timmar per år på NRK:s olika kanaler. Som jämförelse kan nämnas att FST sänder över 2 600 timmar per år, av vilka omkring 500 timmar producerades in-house av FST (200 av dessa nyheter).

PSB i Norge

NRK är ett statsägt aktiebolag, som genom sitt dotterbolag NRK Aktivum kan delta i annan verksamhet än rundradioverksamhet; inklusive kommersiell sådan. Reklambanners var tidigare tillåtna på NRK:s webbplats men det frångick man år 2010. Verksamheten finansieras i dag till 96 % av licensintäkter, som samlas in av alla som har en TV-apparat. År 2011 var licensavgiften ca 316 euro (2 434 norska kronor). Licensmedlen går oavkortat till NRK och



I stadgan står det bland annat att *NRK* skal bidra til å styrke norsk og samisk språk, identitet og kultur. Liksom det svenska i Finland jämsställs med finskan, så sätts alltså samiskan på samma linje med norskan i Norge.



förvaltas av NRK. NRK:s utgifter låg år 2010 på ca 628 miljoner euro (4,74 miljarder norska kronor) medan inkomsterna låg på 632 miljoner euro. En märkbar skillnad mellan Finland och Norge är att alla som köper en TV-apparat måste registrera sig i köpögonblicket, och kan sålunda inte kringgå att betala licensen. Antalet ”skolkare” är därför inte ett stort problem i Norge.

Inom NRK verkar man inte orolig för trenden att följa med TV via andra plattformar än TV-apparaten, utan man vill gärna hålla fast vid denna apparatbundna licensordning tills vidare. Enligt verkställande direktör för NRK, Hans-Tore Bjerkaas, är det inget problem att folk använder dator eller andra plattformar för att se på TV, så länge de också har en TV. Han jämför med BBC som fått sin apparatbundna avgift förlängd med sex år.⁹ Nuvarande regering i Norge stöder också licensfinansieringen av NRK. Även om det pågår vissa debatter om licensavgiften så är inte själva systemet för närvarande ifrågasatt. Tvärtom höjdes licensavgiften igen för år 2012 i enlighet med NRK:s önskan. Däremot kan frågan bli aktuell inför valet 2013, ifall det inte är någon form av röd-grön konstellation som leder landet. Det liberalkonservativa partiet Høyre vill att NRK finansieras med skattemedel, medan Fremskrittspartiet har på sin agenda att avveckla licensavgiften och sälja NRK.¹⁰

Bland publiken åtnjuter NRK ett högt förtroende. I en enkät från år 2010 ansåg 91 % av alla tillfrågade att NRK uppfyller sitt public service-mandat antingen mycket eller ganska bra.¹¹ Liksom Nils Johan Heatta, chef för NRK Sápmi och medlem av NRK:s ledning, kommenterade: det är skyhöga tal. De som ansåg att de i ganska eller mycket hög grad fick valuta för licenspengarna samma år var 74 %; motsvarande tal för Yle:s del år 2010 var 63 %.¹² I framtiden vill NRK understryka sin roll med att ge ett mervärde och ett *allmennverdi*, och ge publiken något mer än sina kommersiella konkurrenser. Hur NRK lyckas med strategin i framtiden återstår att se, men för närvarande står NRK mycket starkt i Norge. Internt

pågår en kontinuerlig rationalisering av stödfunktionerna, vilket gör att man kan satsa på programverksamheten utan att öka helhetsbemanningen för bolaget. NRK har också lyckats skapa sig en ekonomisk buffert på omkring 50 miljoner NOK (ca 6,6 miljoner euro) för att ha en beredskap för oväntade utgifter.

Förutom NRK har även alla övriga nationella rikstäckande radio- och TV-kanaler i Norge ett visst public service-ansvar. För radiokanalerna Radio Norge och P4 omfattar detta ansvar dagliga nyheter på samiska.¹³ I jämförelse med NRK är dock omfattningen på den samiska verksamheten mycket begränsad.

Rundradiobolaget i Norge styrs inte av ett riksdagsorgan som i Finland, utan Kulturdepartementet agerar som generalförsamling. Det är också Kulturdepartementet som godkänner stadgan för NRK som lägger ramarna för verksamheten. I stadgan står det bland annat att *NRK skal bidra til å styrke norsk og samisk språk, identitet og kultur*. Liksom det svenska i Finland jämföras med finskan, så sätts alltså samiskan på samma linje med norskan i Norge. I NRK:s egen strategi för 2012–2017 utgör en av fem målsättningar just detta, dvs. att styrka och bidra till att utveckla norskt och samiskt språk och kultur.

Uppsvinget för den samiska verksamheten inom NRK från 1990-talet står nära samman med tidigare kulturminister Einar Førde, som fungerade som chef för NRK under åren 1987–2001, och hans samarbete med chefen för den samiska verksamheten. Førdes uttalade politiska prioritering var att arbeta för de samiska språkens överlevnad och att stärka den samiska programverksamheten. Han var också tydlig på att NRK skulle vara bäst i världen på samisk programverksamhet, och att detta skulle utnyttjas politiskt så gott det bara gick.¹⁴

Under senaste stora organisationsförändring inom NRK under 2000-talet ställdes frågan om den samiska verksamheten ännu skulle utgöra en egen division inom bolaget. Då kom man inte bara

inom bolaget fram till att det var den bästa lösningen, utan också styrelsen uttryckte att det politiskt sett skulle vara fel väg att gå, att avstå från en separat division för det samiska. Även en högt profilerad politiker från Høyre, ett parti som i dag ställer sig kritiskt till licensfinansieringen av NRK, har under en debatt om NRK:s finansiering i Stortinget sagt att bara det faktum att NRK har ett samiskt medieutbud stärker honom i tron på att NRK även i fortsättningen bör behålla sin licensfinansiering.

Det ser alltså ut att råda en bred konsensus i Norge om att leva upp till grundlagens paragraf 110a, som fastställer att *Det paaligger Statens Myndigheter at lægge Forholdene til Rette for at den samiske Folkegruppe kan sikre og udvikle sit Sprog, sin Kultur og sit Samfundsliv*. Detta upplevda ansvar kan skönjas i den samiska verksamhetens ställning.

Alltså vi är tydliga med att samerna är ett urfolk, och det innebär en helt annan förpliktelse för NRK än i förhållande till nationella minoriteter. Det är vi mycket klara med, och rundradiochefen är mycket tydlig med att norska och samiska är de officiella språken i NRK. Och de ska principiellt också vara likvärdiga språk. Så det ställs liksom inte något... Det är inte någon fråga om det.

Nils Johan Heatta, chef för NRK Sápmi, 14.10, 2011

Finansieringen av samiska sändningar

Precis som den svenska verksamheten inom YLE så behandlas den samiska verksamheten på samma grunder som övrig verksamhet i budgetprocessen inom NRK. Medan den nationella verksamheten fungerar enligt en intern beställningsprincip per program, så anslås den regionala radioverksamheten en rambudget som NRK Sápmi måste förhålla sig till. NRK Sápmi har i dag en produktions-

budget på ca 8 miljoner euro (63 miljoner NOK år 2011; totalbudgeten 78 miljoner NOK eller ca 10 miljoner euro).

I nuvarande läge anser chefen för den samiska verksamheten att licensordningen är den bästa finansieringsmodellen för den samiska verksamheten. Det system som nu tillämpas tillåter interna budgetjusteringar, både uppåt och nedåt vid behov, ifall det finns tillfälliga satsningar man vill göra. Det skulle en fastställd öronmärkt summa inte tillåta. Och eftersom den samiska verksamheten är representerad på högsta nivå så deltar de också i beslutsfattningen. Deras blotta närvaro i ledningen gör alla övriga divisioner uppmärksammade på det samiska, vilket också garanterar ett kontinuerligt stöd, upplever Heatta. Däremot är en levande budget alltid beroende av det politiska klimatet, som just nu är gynnsamt.

En viktig del av den samiska programverksamheten är samarbetet över gränserna. Inom radio görs majoriteten av NRK Sápmis egna sändningar i samarbete med SR Sámi Radio i Sverige. På TV utgör en stor del av utbudet av en 15-minuter lång nyhetssändning varje vardag, och dessa nyhetssändningar produceras i samarbete med same-TV i Finland och Sverige. Dessutom ingår NRK Sápmi i det internationella TV-samarbetet *World Indigenous Television Broadcasting Network*, som innefattar ett kontinuerligt utbyte av program med stationer i bl.a. Nya Zeeland, Taiwan och Kanada. På så sätt kan NRK Sápmi utöka sitt utbud utan att själv stå för alla kostnader. Nils Johan Heatta skulle gärna också arbeta för att det skulle uppstå flera produktionsmiljöer i Sameland som kunde producera högklassiga program. Problemet för de samiska frilansjournalisterna är att efterfrågan på deras material är relativt begränsad.

Framtida utmaningar

Jämför man med många andra språkgrupper kan man anse att de samiska sändningarna i Norge har det rätt så bra. NRK är finan-

siellt sett i en god position och NRK Sápmi har tillräckligt med resurser för att göra det som de ska göra i dag. Frågan är dock om det som görs är tillräckligt. Liksom Nils Johan Heatta kommenterar:

Som NRK-chef anser jag att NRK gjort mycket. Som same menar jag att samerna bör ha ett mer täckande utbud. För det samiska språkets överlevnad, för den samiska kulturen och för den samiska identiteten är det helt nödvändigt med ett bredare utbud till den samiska befolkningen. ... Vi måste göra allt vi kan för att stärka det samiska språket. Och då måste det mycket mera till än 15 minuter nyheter per dag och tre barnprogram i veckan. Vi pratar om vår existens i framtiden.

Nils Johan Heatta, chef för NRK Sápmi, 1.2.2012

För den samiska befolkningens del ser Heatta att minimum skulle vara en radiokanal och en TV-kanal. Inte nödvändigtvis kanaler där de själva producerar allt program, men utrymme som de själv förfogar över utan att deras program kan flytta plats till exempel på grund av ett sportevenemang. Som första steg kommer NRK Sápmi att föreslå en radikal ökning av TV-utbudet. Heatta upplever dock att den största utmaningen är att få förståelse för hur skör situationen egentligen är.

Folk säger att vi stöds mera än någonsin tidigare. Jo, det stämmer. Men det norska medieutbudet springer i väg och utvecklas hela tiden. ... En dokumentär per år håller inte.

Nils Johan Heatta, chef för NRK Sápmi, 1.2.2012

Det unika med den samiska situationen i Norge kan sägas vara den prioritering som getts den samiska verksamheten både politiskt och inom NRK. Ifall denna prioritering kvarstår är det inte omöjligt att se en fortsatt – och ökad – satsning på den samiska verksam-

heten. Ifall det politiska klimatet svänger kan däremot de samiska målsättningarna vara svårare att förverkliga.

De kymriska sändningarna i Wales, Storbritannien

De kymrisktalande utgör ca 20 % av den tremiljoner stora befolkningen i Wales. Närmare 600 000 kan tala språket medan flera än så kan förstå det. Liksom samiskan är kymriskan ett "ensamt" språk, som inte har någon systerstat att stöda sig på. Under 1900-talet minskade antalet kymrisktalande med omkring hälften; det var först mot slutet av 1900-talet som trenden började vända. Skolan har varit av avgörande betydelse i återupplivningen av kymriskan. I dag är andelen barn som talar kymriska betydligt högre än andelen vuxna. Det är få av de kymrisktalande barnen som talar kymriska hemma, eftersom deras föräldrar tillhör den språkligt sett förloerade generationen. Det har alltså uppstått en situation där allt fler personer kan tala kymriska men allt färre har det som första språk, och språket används allt mindre. Barnen och ungdomarna tenderar att tala engelska utanför skolan eftersom hemmet och fritiden ofta utgör engelskspråkiga miljöer.

Inte minst av denna orsak är media en viktig del av språkarbetet i Wales. I dag finns det kymriska sändningar på radio genom BBC Radio Cymru, och på TV på den egna kymriska kanalen S4C (*Sianel Pedwar Cymru*, eller Kanal 4 Wales). Upptakten till S4C var dramatisk. Då den dåvarande ordföranden för det kymriska partiet till slut hotade med hungerstrejk, startades kanalen år 1982. Efter att länge ha sänt på både kymriska och engelska är S4C sedan år 2010 en helkymrisk digital kanal. Kanalen är unik i den bemärkelsen att den inte producerar några egna program, utan alla program som sänds köps in eller beställs från utomstående produktionsbolag. Det här gör att det i Wales finns en mångsidig miljö för TV-produktion på kymriska utanför organisationerna BBC och S4C.

BBC Radio Cymru har sänt i sin nuvarande form sedan 1978, och sänder i dag ca 20 timmar per dag. Kanalen är tänkt att utgöra ett full-serviceutbud som ska täcka alla programgenrer. Dessutom finns det några regionala privata radiokanaler i Wales som delvis sänder på kymriskä.

PSB i Storbritannien och Wales

BBC hör till världens största broadcasting bolag och är det ledande public service broadcasting-bolaget i världen. Med sin stab på över 17 000 årsverken och en budget på långt över fem miljarder euro står BBC i en klass för sig i jämförelse med till exempel de nordiska public service-bolagen. BBC:s nationella verksamhet finansieras i huvudsak av licensmedel. År 2011 var licensen 145,50 pund (174 euro) per hushåll. Avgiften har inte höjts de senaste åren på grund av den ansträngda ekonomiska situation som Storbritannien befinner sig i. Ytterligare har BBC varit tvungen att acceptera att avgiften inte heller höjs fram till år 2017, trots att de får åta sig nya utgifter för ca 380 miljoner euro per år. Sammanlagt står BBC inför en åtstramning på ca 20 % av sina utgifter. År 2011 genererade licenserna 3,5 miljarder pund (4,2 miljarder euro). Dessutom har BBC kommersiella dotterbolag så som BBC Worldwide och BBC World News, som genererar inkomster för verksamheten. BBC:s totala utgifter 2010 var 4,3 miljarder pund (5,1 miljarder €) och inkomsterna 4,8 miljarder pund (5,8 miljarder €).

BBC styrs av en stadga, *the Royal Charter*, som skrivs av kultur-, medie- och sportministeriet och förnyas vart tionde år. Nuvarande stadga löper ut år 2016. Enligt stadgan utfärdar statsministern BBC:s sändningslicens. Tillsammans utgör stadgan, licensen och det därtill hörande avtalet de dokument som styr BBC:s verksamhet. Enligt stadgan är ett av BBC:s uppdrag att "representera Storbritannien, dess nationer, regioner och samhällen". I avtalet (punkt

9) fördjupas och förklaras uppdraget bland annat så, att BBC ska reflektera och stärka kulturella identiteter ”genom originalsändningar på lokal, regional och nationell nivå”. BBC Trust uppmanas också att vara uppmärksam på betydelsen av ”tillbörlig försörjning på minoritetsspråk”. I punkt 11 listas all den service som BBC erbjuder, inklusive BBC Radio Cymru på kymriska.

BBC styrs av *BBC Trust*, som fastslår de övergripande strategiska riktlinjerna. BBC Trust ska bland annat representera licensbetalarna, övervaka användningen av licenspengarna och försäkra bolagets oberoende. England, Skottland, Wales och Nordirland har alla sina egna medlemmar i BBC Trust, som har tio medlemmar inalles. Den egentliga verksamheten styrs av *BBC:s Executive Board*, dvs. styrelsen.

Finansieringen av kymriska sändningar

Länge har den kymriska TV-kanalen S4C ansetts höra till de bäst finansierade minoritetsmedierna i världen. Huvudsakligen har kanalen finansierats direkt från regeringen i London med kring 100 miljoner pund, ca 120 miljoner euro. Kanalen har dessutom fått en stor del av sitt programutbud – omkring 520 timmar årligen – gratis från BBC. Stödet från BBC är reglerat enligt lag och har funnits med sedan kanalen startades. Som extra inkomstkälla har S4C också fått använda sig av reklam och sponsring, vilket gett intäkter i synnerhet via de engelskspråkiga program från Channel 4 som kanalen har haft rätt att reprisera gratis. Man har ansett att kanalen har rätt att utnyttja reklam och sponsring som ett sätt att täcka de extra utgifter som till exempel textning medför.

Mycket av detta förändrades åren 2010–2011. Som första TV-kanal i Storbritannien blev S4C helt digitaliserad år 2010 och övergick samtidigt till att vara en fullt kymriskspråkig kanal. Det innebar bland annat att reklamintäkterna minskade i och med att

Channel 4:s program försvann. De genomgående nedskärningar på offentliga utgifter som pågått i Storbritannien de senaste åren drabbar också S4C. År 2010 gjordes beslutet att S4C måste delta i åtstramningen med en inbesparing på ca 24 % av kanalens offentliga inkomster. Regeringens förslag gick ut på att stegvis minska på budgeten och inom loppet av några år låta BBC ta över hela kanalen. Minskningarna kände kanalen till men inte planerna på att uppgå i BBC.

Efter ett år av förhandlingar mellan regeringen, BBC, Welsh Government och S4C kom man till slut fram till en kompromisslösning. Den går ut på att regeringens andel av S4C:s budget genast sjönk från 100 till 90 miljoner pund, och redan från 2013 skall statens andel vara endast 7 miljoner. I stället lägger BBC till 76 miljoner, vilket ger kanalen en basbudget på 83 miljoner pund för åren 2013–2015. Dessutom åter den årliga inflationen upp ca 4 % av intäkterna eftersom ingen årlig inflationsökning ingår i summorna. S4C kommer att få behålla sin självständighet och sin egen organisation, men med en representant för BBC i S4C:s styrande organ, *the S4C Authority*. Ungefär så här ska ordningen se ut fram till 2017, då BBC:s stadga skrivs om och hela BBC:s finansiering kan revideras.

Intressant är att S4C får behålla rätten till intäkter via reklam och sponsring, även om det enligt BBC-avtalet inte får förekomma kommersiell verksamhet i deras huvudverksamhet utan enbart i dotterbolag. Samtidigt får S4C ta del av licensmedlen, något som hittills reserverats endast för BBC:s huvudsakliga verksamhet. S4C kommer alltså att utgöra en form av anomali inom BBC-systemet: de står under BBC Trust via licensmedlen, men har i övrigt full kontroll över den egna verksamheten. Författaren och mediekännaren Steve Hewlett kallade detta för en vattendelare för public service broadcasting i Storbritannien, eftersom det är första gången som

licensmedlen går till en verksamhet som inte styrs av London och inte står under BBC:s direkta ledning.¹⁵

S4C:s existens berättigas i Storbritanniens Broadcasting Act från 1990 kapitel VI, och för att ändra på stukturerna och finansieringen måste en ny Public Bodies Act till för att göra den nödvändiga lagändringen. På S4C ser man ändå inte att förändringarna skulle ha att göra med attityderna gentemot det kymriska språket, eller att det skulle ligga någon politisk agenda bakom.

Jag tror att det i första hand handlar om att regeringen skär ner på offentliga utgifter, och uppfattningen om att vi inte kan utgöra ett undantag. ... Och för att sedan rättfärdiga sin position, så motiverar de nedskärningarna med att kanalen inte fungerar, att tittarsiffrorna är för låga etc. etc. Du förstår... Det här är inte en fråga som står väldigt nära hjärtat för regeringen i London, inte på något sätt.

Huw Jones, ordförande för S4C Authority, 8.12.2011

Tvärtom verkar attityderna gentemot det kymriska språket vara positiva, inte minst inom BBC. Det avtal som S4C till slut slöt med BBC anses vara både generöst och optimalt, sett i förhållande till det ursprungliga förslaget om att uppgå i BBC. En person från BBC Wales kommenterade att BBC lika bra kunde ha tackat nej till att rädda S4C men gjorde det inte.

Man måste komma ihåg att BBC har sänt kymriska program väldigt länge. ... Så de har en historisk anknytning [till verksamheten] och, kunde man nästan säga, till deras roll i uppbyggnaden av en kymrisk identitet. Så du förstår, de är stolta över detta. Och talar du med [BBC:s verkställande direktör] Mark Thompson så skulle han säga precis det, att vi är faktiskt stolta över vad vi gör för det kymriska språket. Och jag tror på det. ... Jag tror att de vill försöka göra något positivt av detta och något som de kan vara stolta över. Och ifall de lyckas så kan de påvisa

ännu en orsak varför det är viktigt att stöda public service broadcasting via BBC, via licensen.

Huw Jones, ordförande för S4C Authority, 8.12.2011

För BBC Radio Cymru:s del var programbudgeten kring 12 miljoner pund eller ca 14 miljoner euro år 2011. På grund av kärvare ekonomi får de för närvarande göra tydligare innehållsmässiga prioriteringar än tidigare, för att på så sätt försöka upprätthålla kvaliteten. Intressant nog fungerar Radio Cymru tillsammans med BBC Wales så, att de till exempel inom nyhetsredaktionen sitter tillsammans med den lokala engelskspråkiga redaktionen i stället för att ha all kymrisk service samlad på ett ställe. På det sättet kan de lättare samarbeta, och dela på utrustning och lokaltiter för att spara på resurserna.

Framtida utmaningar

Sparåtgärder i Storbritannien kommer under de närmaste åren att göra läget betydligt kärvare för både BBC och S4C. Det kymriskt utbudet tvingas dessutom, liksom förr, tävla med allt anglosaxiskt utbud som finns i landet – inklusive hela BBC, vars kvalitet få mediebolag i världen kan tävla med. Hur man som en minoritetsservice håller sig relevant i en sådan miljö, och upprätthåller både kvantitet och en kvalitet som folk vill ha, samtidigt som man kämpar med en allt stramare budget är en svår fråga. För S4C gäller dessutom frågan om satsningen på internet: enligt lagen är S4C i dag en TV-verksamhet och får sålunda inte använda offentliga medel till nätproduktion. De ligger därför något på efterkälken med att göra sig relevanta på nätet.

Det allt tätare samarbetet mellan S4C och BBC är inte nödvändigtvis en dålig lösning för den kymriskt verksamheten. Till-

gången till BBC kanaler ger både ökad synlighet och möjlighet att marknadsföra de egna programmen, och eventuellt även finansiella fördelar ifall S4C får möjligheten att sälja sina koncept utomlands via BBC Worldwide. Eftersom BBC också ser ut att lägga en viss prestige i sin kymrisk verksamhet är det troligt att S4C tills vidare står relativt tryggt. Vad som däremot händer efter 2017 vet ingen; efter det står inte ens BBC säker.

För S4C:s del finns det en viss risk eller möjlighet att styrningen av dem övergår till den kymrisk ledningen i Cardiff, dvs Welsh Assembly Government, som ett led i ett allt självständigare Wales. Det är samma fråga som den samiska verksamheten i Norge tidvis ställs inför, huruvida ökad samisk autonomi skulle pocka på en mera samisk lösning. De flesta verkar dock se risker med ett sådant arrangemang, även om ingen av de intervjuade ville uttala sig i frågan. Bland de svåra frågorna finns det journalistiska oberoendet från lokala politiker, samt huruvida medieverksamhetens budget skulle tvingas konkurrera med andra viktiga samhällseliga utgifter. I Wales är det troligt att diskussionen om S4C:s ägande lyfts upp i samband med nästa revidering av kommunikationslagen år 2014. Ändras ägandet då ställs S4C igen inför en helt ny situation.

Sammanfattning

Varje land har sina egna unika finansieringsmodeller, även om mediestrukturerna liknar varandra. Exempelen ovan är alla länder med ett liknande koncept för public service broadcasting. Alla länder är också nordeuropeiska demokratier som håller mänskliga rättigheter högt i kurs. Ändå är det klart att varje språklig minoritets situation är unik, och det ligger ingen självklarhet i hur sändningar på minoritetsspråk utvecklas. De *riktgivande* siffrorna nedan ger en överblick över storleksordningen på de språkgrupper och bolag som ingår i studien.

Tabell 1. En jämförelse av olika finansieringsmodeller (alla summor omräknade till euro)

	Finland (YLE/svenska)	Sverige (SR, SVT, UR/finska)	Norge (NRK/samiska)	Stor- britannien (BBC/kymriska)
Finansieringsmodell för public service	Licens (ändras 2013)	Licens +	Licens +	Licens+
Budget för public service 2010*	420 milj. €	780 milj. € ¹	632 milj. €	5 800 milj. €
Finansieringsmodell för minoritets- språkssändningarna	Del av PSB- budget	Del av PSB- budget	Del av PSB- budget	Statsbudget Del av PSB- budget Reklam
Regelverk för PSB-min.språk- sändningar	Lag	Sändnings- tillstånd	NRK:s stadga	Lag
Antal minoritets- språkstalare**	280 000 (450 000)	260 000 (470 000)	(25 000)	(580 000)
Minoritetens andel av PSB: radio	2 kanaler (ena sgs nationell)	fönstertid (nätkanal)	1 kanal (regional)	1 kanal
Minoritetens andel av PSB: TV	1 kanal	nyheter + program	nyheter + program	1 kanal
Minoritetens PSB- budget 2010***	30 milj. €	5,6 milj. € ²	8 milj. €	138 milj. € ³

* Intäkterna för hela bolaget eller bolagen, omräknat till euro.

** Inom parentes anges (det uppskattade) antalet personer som kan språket utan att nödvändigtvis ha det som modersmål.

*** Riktgivande summor för programproduktionen på minoritetsspråket för radio och TV sammanlagt, omräknat till euro.

¹ Av vilka SR 272 milj. €, SVT 468 milj. €, UR 40 milj. €.

² Av vilka Sisuradio 3,8 milj. (år 2011), SVT 1,8 milj. €.

³ Av vilka 124 milj. € för S4C (av vilka 100 miljoner € av S4C:s totala budget plus program för ca 24 miljoner € från BBC) och 14 milj. € för BBC Radio Cymru. Notera att S4C inte producerar några som helst program själva och därför är siffran svår att direkt jämföra med de övriga.

Avgörande är den politiska viljan

Minoritetens position, både i lagen och politiskt, är avgörande för hur minoritetens rättigheter uppfattas inom public service-verksamheten. En tvåspråkig utgångspunkt – som i dag är fallet för samsamerna inom NRK och de svenskspråkiga inom YLE – ger ett helt annat utgångsläge än att vara en minoritet bland många, så som de finskspråkiga i Sverige. Alla minoriteter påverkas däremot av politiska konjunkturen och är beroende av majoritetens välvilja. I

Finland är det till exempel klart att trycket på att skära ner den svenska verksamhetens andel av YLE:s budget har ökat i och med flera Sannfinländska representanter i förvaltningsrådet. Ser man minoritetsspråket som en resurs – som man gjort i Norge med samiskan – kan däremot en satsning på minoritetsspråket ses som en satsning för hela bolagets bästa.

I detta samspel var det endast Norge och NRK som under forskningens gång inte befann sig i ett nästan akut sparläge. I en sådan situation handlar det mera om att behålla det man har än att satsa på mycket nytt: utvecklingsstrategier övergår till överlevnadsstrategier. Minoriteten deltar i sparåtgärder i samma mån som alla andra, vilket för en minoritetsverksamhet snabbt innebär att grundutbudet är i fara. Så gott som alla i samplen ovan vittnar om att det inte funnits några marginaler att ta ifrån.

Ifall den politiska viljan finns är det dock klart att både satsningar och särlösningar är helt möjliga. Det har setts både i Finland – med de exceptionellt stora fondstöd som utomstående produktionsbolag fått för samproduktioner med Svenska Yle under 2011 och 2012 – och i Wales, där det år 2011 utstakade avtalet mellan S4C och BBC är en helt ny konstruktion. Saknas den politiska viljan är det dock väldigt lätt för majoriteten att sätta stopp för minoritetsspråksändningarnas utveckling. Förstår sig majoriteten inte på minoritetsperspektivet, eller anser att rätten till eget språk enbart är en belastning, kan det bli svårt eller omöjligt för minoriteten att försvara sin position. De finska sändningarna i Sverige verkar länge ha fått kämpa med precis detta.

... och minoritetens egen vilja och prioritering

Samtidigt är det naturligtvis avgörande vilken vilja minoriteten själv har och vilka strategier en språklig minoritet lägger upp för att stärka och bevara sitt eget språk. Det förefaller som om politiska

konjunkturer påverkar även minoritetens eget förhållningssätt till sin situation. De finskspråkiga i Sverige är mycket modestare med sina drömmar än samerna i Norge, som haft en helt annan medvind de senaste decennierna. Finlandssvenskar har beskyllts för att själva skapa hotbilder där de inte finns och skapa en negativ oro. Att fortsätta vara innovativ och blicka framåt i ett sådant hotläge är svårt, samtidigt som ett optimistiskt förhållningssätt är av avgörande betydelse då man befinner sig i minoritetsposition.

Även om minoriteter inom public service-bolag inte själva kan avgöra vilken finansieringsmodell som ska gälla för dem själva eller för bolaget kan de i alla fall ibland påverka den. För minoritetsspråkssändningar råder en likadan strävan efter oberoende som för alla andra medier. Samtidigt kan man som minoritet lättare hamna i en position där man "tar vad man får". Tydligt är att det är de mest hotade som gärna vill se en öronmärkt finansiering, eftersom det försäkrar en miniminivå på finansieringen. Andra, som själva är med och beslutar och känner att de kan påverka sin budget, vill däremot inte låsa sig vid en sådan lösning. Att söka den optimala lösningen för finansieringen av minoritetsspråkssändningar är snart sagt den samma som för vilken mediebedrift som helst:

Så frågar du mig vilken modell som är bäst, så säger jag att den modell är bäst som ger oss största möjliga oberoende och mest pengar [skratt].

Huw Jones, ordförande för S4C Authority, 8.12.2011

Framtida möjligheter

Minoritetsspraksredaktioner är bra på överlevnadsstrategier. Många av de modeller som har setts ovan är unika och väldigt kostnadseffektiva. Till exempel "tvingas" minoritetsredaktioner lättare

till samarbete, allt för att få ut mer av de resurser man har: de samiska redaktionerna samarbetar kontinuerligt både med varandra och med andra urfolksredaktioner; den kymriska radion samarbetar tätt med BBC Wales; de två finska redaktionerna i Sverige är mycket positiva till ett närmare samarbete. Man söker finansieringslösningar som inte annars utnyttjas (som t.ex. S4C i Wales och Svenska Yle), och man är beredd på att ta risker (t.ex. Sisuradio och digitaliseringen).

En framtida utmaning och möjlighet för alla minoritetsspråksredaktioner är den unga publiken. Att försöka nå de unga är en gemensam utmaning där redaktionerna gärna kunde ta lärdom av varandra. Ett nyckelord i sammanhanget är kvalitet: dagens ungdom är en krävande publik som är van med det bästa som den anglosaxiska världen har att erbjuda.

Balansen mellan kvalitet och kvantitet är dock en svår nöt att knäcka för minoritetssändningarna. I ett ekonomiskt kärtvättat läge tvingas man välja – och välja bort. Satsar minoritetsspråken då ”för” mycket på kvalitet så att kvantiteten sjunker, är det lätt hänt att man inom bolaget tolkar detta som ett mindre behov av resurser. Samtidigt måste minoritetsspråkssändningarna kämpa hårt för att klara sig i konkurrensen med överflödet av majoritetsutbud, vilket gör upprätthållande av kvalitet helt nödvändig. Utan tillräckliga egna resurser förverkligas inte denna kvalitet och minoritetssändningar riskerar att bli medier endast för språkets eller identitetens skull. Ett sådant medium överlever inte på lång sikt, i en mediavärld som präglas av omvälvningar och ökad konkurrens.

Slutsatser

Språkliga minoriteter i mediernas brytningstid

I rapportens inledande del målar Hannu Olkinuora upp den brytningstid som medierna genomgått de senaste årtiondena, och genomgår fortfarande. Den tekniska utvecklingen har lett till nya beteendemönster som gjort oss alla till både konsumenter och potentiella producenter av mediematerial. Mediemångfalden har förändrat inte bara utbudet men också mediernas struktur och finansiering. Medieindustrin har blivit en global megabusiness med både pengar och information som valuta. Centrala frågor för denna rapport är hur vi kan upprätthålla två delar av mediemarknaden som inte är lätta att tjäna pengar på, nämligen journalistisk kvalitet och utbud på minoritetsspråk.

Olkinuora konstaterar att mediernas kvalitetsvillkor inte handlar om språk. Ser man på det ur individens perspektiv är behoven och önskemålen precis de samma oberoende av vilket språk det gäller. Minoriteter använder media på samma sätt som alla andra och har rätt till samma kvalitativa nivå på utbudet. Målsättningen är ett täckande och kvalitativt högt stående utbud, ifall man vill att media ska kunna spela den roll för språket, samhällsbygget, kulturen och demokratin som den i bästa fall kan göra. Dessutom bör de mindre medierna klara av att mäta sig i konkurrensen med det massiva utbud som finns, för att inte den flerspråkiga publiken ska söka sig annanstans. Tom Moring¹⁶ har pekat på behovet av att mediasystemet är institutionellt komplett, dvs. att medieutbudet både till sin bredd och till sin omfattning ska vara konkurrenskraftiga. Det innebär att alla typer av medier behövs, med alla former

av genrer – inte nödvändigtvis alla genrer i alla medier, men så att utbudet i sin helhet blir täckande.

En av utmaningarna för språkliga minoriteters medier är att de i de allra flesta fall är beroende av offentliga medel. Och de offentliga medlen är under allt större press. I jämförelsen mellan de fyra språkliga grupperna är det bara den samiska redaktionen inom NRK som inte utsatts för mer eller mindre akuta sparåtgärder under de senaste åren. Den statistik som Olkinuora presenterar i rapporten visar också hur medieresurserna i allmänhet gått ner – inom YLE sjunkit med nästan en tredjedel på tio år – även om de journalistiska resurserna mer eller mindre bibehållits. Siffrorna vittnar om hur arbetssätten ändrats men tyder också på att arbetsbördan för dem som är kvar är större än förut. Däremot har antalet producerade timmar inte minskat, tvärtom: i synnerhet på TV har de ökat märkbart, inte minst inom Svenska Yle.

Åren 2010-2012 utsattes dock Svenska Yle för strama sparåtgärder, till den grad att man inte såg några som helst marginaler att skära i. Samtidigt anses Svenska Yle av en del som ”för stort”. Vad som kan räknas som ”för stort” eller ”för mycket” är relativt. Är minoritetsgruppen förhållandevis liten ser inte ens relativt generösa satsningar ut att väcka anstöt, som fram till nyligen den brittiska satsningen på S4C. Utgör minoriteten en politiskt framträdande grupp och en grupp med ”bortskämd” stämpel – såsom tongångarna ofta gått i Finland – kan även behärskade satsningar framstå som ”för mycket”. Vad som av majoritetsbefolkningen anses tillräckligt har alltså väldigt lite att göra med minoritetens behov eller faktiska resurser, utan mera med föreställningar om rätt och riktigt. Den mindre gruppens andel av kakan får inte bli så stor att den upplevs som hotande, eller ges sådana möjligheter som betraktas som orättvisa. Att speciallösningar är helt möjliga visar både fallet Wales och Svenskfinland, ifall den politiska viljan finns.

Här är det också nyttigt att fråga sig vad som behövs för att upprätthålla svenskan i Finland som ett komplett och samhällsbärande språk,¹⁷ ett språk som kan användas inom alla samhällets områden. Och huruvida man, i enlighet med utgångspunkten i Finlands grundlag och språklagstiftning, vill att svenskan skall vara ett sådant språk. För svenskan i Finland finns inte bara till för de svenskspråkiga. Både det svenska språket och de svenskspråkiga sändningarna inom Yle utgör en sk. *public good*, en resurs som inte är begränsad till en viss grupp eller ett visst område, utan nyttar alla. De grundläggande kostnaderna för en sådan service är de samma oberoende av publikens storlek, och är alltid därför relativt sett dyrare för en liten publik än för en större publik.¹⁸

De nya möjligheter som tekniken erbjuder behöver i och för sig inte kosta mycket. Interaktivitet är en del av medielandskapet som i bästa fall kan utgöra en viktig resurs. Det finns flera exempel i dag på hur internet och sociala medier framgångsrikt kan användas för att skapa intresse och stora följarskaror. Ett exempel är den sk. Kony-kampanjen som lockade tiotals miljoner tittare på bara ett dygn. Däremot finns det inga kvalitetsgarantier för sådant som fritt läggs upp på internet av privatpersoner eller organisationer. Dessutom filtreras det mesta av det vi söker via internet för att passa in i vår profil som internetanvändare. Kvalitetsgarantin är alltså fortsättningsvis i händerna på mediehus och proffsiga journalister som arbetar – eller borde arbeta – för detta ändamål, och det är journalisterna vi ska kunna lita på för att förstora vår världsbild. Nya medier är inte ett substitut för gamla, utan ett komplement.

För Svenska Yle har beslutet om en Yle-avgift tryggt finansieringen för ögonblicket. Hur det blir i framtiden är omöjligt att förutspå. Till syvende och sist är det både det juridiska och politiska stödet för Finlands tvåspråkighet som tryggar Svenska Yle:s ställning i framtiden. De finskspråkiga sändningarna i Sverige är ett avskräckande exempel på hur man behandlas som ”bara” en mi-

noritet bland andra. För alla språkliga minoriteter i Norden, liksom för Norden som helhet, skulle ett gemensamt nordiskt public service-område utgöra en stor möjlighet. Det borde vara ett gemensamt nordiskt mål att göra den gamla passfria zonen till ett gemensamt kulturellt område, där alla skulle se varandras public service-utbud. Det skulle inte bara stödja den nordiska gemenskapen utan också alla de nordiska språken, inklusive minoritetsspråken. Här finns det jobb att göra både nationellt och inom EU.

För de mindre språkgrupperna lönar det sig att ta lärdom av varandra. Både Magmas rapport ”Det sammanhållande kittet” från 2010 och den jämförelse som görs här ger nya perspektiv på den egna situationen. Mindre grupper är av nöden ofta bra på innovationer och överlevnadsstrategier, och måste vara framåtsträvande för att överleva. För public service i allmänhet och för redaktioner som verkar på mindre språk i synnerhet, är dock den bästa strategin att ta vara på minoritetsspråksverksamheten som en resurs för hela bolaget, och utnyttja denna verksamhet för att stärka sig själva. Demokratin vinner på det, minoriteterna vinner på det och majoriteten får ett mer mångsidigt utbud. Mindre språkgrupper gör inte bara ”minoritetsprogram”, de gör bra program av hög kvalitet och allmänt intresse.

Noter

- 1 Informationen sammanfattad av Tom Moring i en artikel i Hufvudstadsbladet och Vasabladet 29.8.2011, "Stark egen TV-kanal viktig".
- 2 Se: <http://static.yle.fi/svenska/bilder/programschema-fst-svtworld.gif>, konsulterad 26.1.2012.
- 3 Yle:s programplaneringsriktlinjer för 2013-2015: "Ohjelmistosuunnittelu 2013-2015. Keskeiset linjaukset. Yksiköiden muutossuunnitelmat".
- 4 Se <http://www.tv-maksu.fi/index/tietoa/tilastot.html>, 16.11.2011.
- 5 Se "Riktlinjer för ett tvåspråkigt Yle – utbud och verksamhet" från 24.1.2012, och bl.a. ledare av Jens Berg i HBL 13.2.2012 "Ett steg tillbaka kan vara ett steg framåt" samt artikel av Tim Johansson i HBL 1.2.2012: "Hon ska värna om svenska Yle".
- 6 Se Resumé 18.4.2012: "Tv-avgiften skrotas 2014" (<http://www.resume.se/nyheter/media/2012/04/18/radiotjanst-kan-laggas-ned-2014-/>), konsulterad 20.4.2012.
- 7 Se Svt.se: http://svt.se/2.27170/1.2457081/svt_s_eva_hamilton_public_service-utredningen_ar_problematisk, 16.6.2011; SvD: http://www.svd.se/nyheter/inrikes/kommentarer-public-service_6250628.svd, 16.6.2011.
- 8 Tilläggas kan att samernas mediesituation i Sverige är väldigt mycket svagare än i Norge, och i vissa frågor även svagare än i Finland. I en studie från 2003 ansåg samerna själva att deras mediesituation i Sverige även var sämre än just de finskspråkigas. Se Markelin, Lia (2003) *Media, Ethnicity and Power. A Comparative Analysis of the Nordic Sámi Media Environment in Relation to State Policies*, PhD-thesis. University of Bradford, UK.
- 9 Kringkastingschef Hans-Tore Bjerkaas citerad i Aftenposten, 6.10.2011 (www.aftenposten.no/kultur/Lisensen-gr-opp-6633391.html). Sameradiochef Nils Johan Heatta hade samma uppfattning.
- 10 Se FrP (http://www.frp.no/no/Vi_mener/) och Høyre (<http://www.e-pages.dk/hoyre/74/>). Enligt en opinionsmätning från januari 2012 hade Høyre ett understöd på 31,8 procent och Fremskrittspartiet på 10,6 (http://www.hoyre.no/www/aktuelt/nyheter_fra_hoyre/H%C3%B8yre-fremgang+i+ny+meningsm%C3%A5ling.d25-TMljO4I.ips).
- 11 NRK:s Profilundersøkelse 2010, <http://www.nrk.no/contentfile/file/1.7572296!NRKsProfilundersokelse2010.pdf>.
- 12 Se Yle: Yleisökörtomus 2011, s. 12: "Vastinetta TV-maksulle v. 2010 ja 2011". År 2010 var det 63 % och 2011 66 % som svarade "melko hyvin" eller "erittäin hyvin". (http://yle.fi/yleisradio/sites/default/files/attachments/yle_yleisokertomus_2011_0.pdf).
- 13 Allmennkringkastingsrapporten 2010, sid. 21 och 49: http://www.medietilsynet.no/Documents/Tema/Allmennkringkasting/2011/110606_Allmennkringkastingsrapporten2010_nett.pdf.
- 14 Intervju med Nils Johan Heatta. Se också Markelin, 2003 (ovan).

- 15 Steve Hewlett: "The BBC's agreement with S4C is a watershed moment for broadcasting", publicerad i The Guardian, 30.10.2011, <http://www.guardian.co.uk/media/organgrinder/2011/oct/30/bbc-s4c-watershed-broadcasting>.
- 16 Tom Moring (2007) Functional Completeness in Minority Language Media, i: Cormack, M. & Hourigan, N. (red.) *Minority Language Media. Concepts, Critiques and Case Studies*. Clevedon: Multilingual Matters. (s. 17-33) och Tom Moring & Sebastian Godenhjelm (2010) *Det sammanhållande kittet – en studie av minoritetsmedier i Europa*, Magma-studie 3-2010, Helsingfors: Magma.
- 17 Marika Tandefelt (2003) *Tänk om... Svenska språknämndens förslag till handlingsprogram för svenskan i Finland*, Helsingfors: Forskningscentralen för de inhemska språken. (http://scripta.kotus.fi/www/verkkojulkaisut/tank_om/tank_om_1.pdf)
- 18 Se Christian Edelvold Berg "Sizing Up Size on TV Markets" och Robert G. Picard "Broadcast Economics, Challenges of Scale, and Country Size" i Gregory Ferrell Lowe & Chrítian S Nissen (red.) (2011) *Small Among Giants*, Göteborg: Nordicom.

Magma-studier



2•2009

Finlands okända historia

En studie av Janne Holmén som granskar hur den svenska tiden 1150–1809 behandlas i gymnasieundervisningen i Finland.



3•2009

Svenskans ställning i metropolen

En studie av Marianne Mustajoki som analyserar språkkonsekvenserna av samarbetslösningar i huvudstadsregionen.



1•2010

Det svenska i Finland år 2030

En scenariorapport om svenskans framtid utgående från förändringen i vår omvärld.



2•2010

Kommunreformens konsekvenser för församlingarna

En studie av Bengt Klemets som behandlar församlingsidentitet och strukturer i de nya kyrkliga samfälligheterna.



3•2010

Det sammanhållande kittet

En studie av minoritetsmedier i Europa av Tom Moring och Sebastian Godenhjelm.



4•2010

Religionens återkomst – Uskonnon ylösnousemus

Brytningspunkter i kyrkan och kulturen. Tuomas Martikainen & Ville Jalovaara, red. Tvåspråkig publikation.



1•2011

Mikä suomenruotsalaisissa ärsyttää?

Pasi Saukkonen analysoi ajankohtaisia kirjoja ja lehtiartikleita sekä verkkokeskustelua. Varför irriterar finlands-svenskarna? Pasi Saukkonen analyserar mediedebatten. Sammandrag på svenska.



2•2011

Invandringens samhällsekonomiska konsekvenser

Jan Saarela kartlägger immigrationens effekter på arbetsmarknad, företagande och utrikeshandel. Med fokus på Svenskfinland jämförs olika kommuners förmåga att hantera invandringen.



3•2011

Frivillig svenska? Utbildningsrelaterade konsekvenser

Åsa Palviainen går igenom dagens läge med den obligatoriska svenskan i finskspråkiga skolor och eventuella konsekvenser av alternativen.



4•2011

Det går hårt

Linnea Hanell analyserar den skrivna finlandssvenskan ur ett sverigesvenskt perspektiv.



5•2011

Affärer eller business?

Wilhelm Barner-Rasmussen analyserar språkanvändningen i det ekonomiska samarbetet mellan Finland och Sverige. Behövs svenskan fortfarande eller har engelskan tagit över?



6•2011

Språket på agendan i metropolen

Med fokus på social- och hälsovården ritar Johanna Westman upp en vägkarta för hur förändrade strukturer kunde stärka det svenska serviceutbudet i huvudstadsregionen.



1•2012

Via svenska – Den svenskspråkiga integrationsvägen

Karin Creutz och Mika Helander kartlägger och analyserar invandrarens behov av och intresse för integration på svenska i huvudstadsregionen.

Övrig Magmalitteratur

Europeisk mosaik – Nationella minoriteter som utmaning

Sten Berglund och Kjetil Duvold ger i denna bok en överblick över de nationella minoriteterna i Europa och placerar minoritetsproblematiken i ett större politiskt sammanhang. Utgiven i juni 2010.

Den obligatoriska svenskan – en historisk analys

Erik Geber granskar argumentationen, debatten och processerna som lett till kritiska omröstningar i riksdagen om undervisningen i svenska på 1960-, 1990- och 2000-talet. Magma pm 1, 2010.

En- eller tvåspråkiga lösningar – om språkliga konsekvenser vid sammanslagningar

Linnéa Henriksson diskuterar fördelar och risker med olika alternativ för svenskspråkiga enheter inom den offentliga sektorn. Magma pm 2, 2011.

Journalismin kohtalo mediamurroksessa

Joukkoviestinnän murroksesta on puhuttu jo niin pitkään, että jatkuvasta muutoksesta näyttää tulleen pysyvä olotila. Tässä muutoksessa tekniikan rooli korostuu, sillä tekninen kehitys tarjoaa aina vain uusia tiedonvälityskanavia ja mahdollisuuksia uudelleenlaiselle vuorovaikutukselle. Mutta mikä on journalismin kohtalo mediamurroksessa?

Tämän raportin kolme kirjoittajaa tarkastelevat journalismin laatua ja monipuolisuutta eri näkökulmista. Hannu Olkinuora käy läpi mediakentän sirpaloitumista, laatukäsitteen muuttumista ja journalismin uusia puitteita. Marit Ingves tarkastelee Brysselistä käsin miten EU:n säännöt ja direktiivit vaikuttavat myös Suomen mediakenttään. Lia Markelin käsittelee vähemmistölähetymiä ja niiden rahoittamista, mm. ruotsinsuomalaisten ja suomenruotsalaisten kannalta.

Överlevnadsstrategier för minoritetsmedier

Mediefältet har länge upplevt genomgripande förändringar både på grund av den tekniska utvecklingen och jakten på nya intjäningsmodeller. Men vilken är kvalitetsjournalistikens framtid? Och hur skall språkminoriteter säkra ett mångsidigt utbud?

Magma-studiens tre författare behandlar kvalitet och mångfald ur olika synvinklar. Hannu Olkinuora tränger djupt ner i kvalitetsproblematiken i en tid då mediefältet splittras och allt mindre tid står till buds för det journalistiska hantverket. Marit Ingves granskar den roll EU:s regler och direktiv spelar på mediemarknaden. Lia Markelin kartlägger hur några språkgrupper i minoritetsställning betjänas av Public Service-sändningar på sitt eget språk och hur de finansieras – med fokus på finlandssvenskar, sverigefinnar, samer och walesare.

