



Huoltovarmuusorganisaatio  
Mediapooli

# Informaatiovaikuttamisesta paikallismediassa 2023 Kooste selvityksen tuloksista

29.11.2023

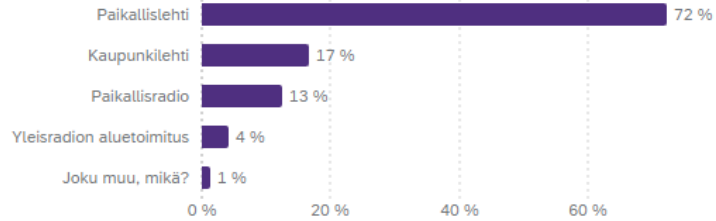
Ilkka Tiensuu • Tutkimuskonsultti, Innolink Research

# Taustaa

- Selvityksen tavoitteena oli muodostaa kuvaa sellaisesta paikallismediaan kohdistuvasta informaatiovaikuttamisesta, jolla pyritään vaikuttamaan tiedonvälityksen sisältöä koskeviin päätöksiin tai ohjaamaan, estämään tai rajoittamaan tiedonvälitystä. Lisäksi selvitettiin aihetta koskevaa ymmärrystä paikallismediassa sekä mahdollisia koulutus- ja tukitarpeita.
- Selvityksen toteutti Innolink Research. Ulkoisina asiantuntijoina toimivat Jyväskylän yliopiston journalistiikan professori **Mikko Villi** sekä informaatiovaikuttamiseen perehtynyt kolumnisti, tietokirjailija **Janne Riiheläinen**.
- Selvitys toteutettiin kesäkuussa 2023 puhelinhaastatteluina ja sähköisenä tiedonkeruuna paikallis- ja kaupunkilehtien ja paikallisradioiden päätoimittajille sekä YLEn aluetoimitusten päälliköille. Vastauksia kertyi 72 kappaletta.
- Vastaajilta tiedusteltiin heidän näkemyksiään siitä, mitä informaatiovaikuttaminen paikallismedian kontekstissa heidän mielestään tarkoittaa, ovatko he kokeneet (selvityksessä määritellyn kaltaista) informaatiovaikuttamista itse, tai havainneet sitä muuhun henkilöstöön tai muuhun mediaan kohdistettuna.
- Lisäksi selvitettiin koetun tai havaitun informaatiovaikuttamisen muotoja sekä vaikuttamisen sisällön että nk. 5D-luokittelun (dismiss, distort, distract, dismay, divide) viitekehyksissä, ja myös vastaajien näkemyksiä informaatiovaikuttamisen takana olleista tahoista.
- Lopuksi tiedusteltiin vastaajien näkemyksiä informaatiovaikuttamisen paikallismedian journalistiselle toiminnalle aiheuttamista riskeistä tai uhista, informaatiovaikuttamisen kanavista, sekä heidän varautumiskeinojaan informaatiovaikuttamiseen.

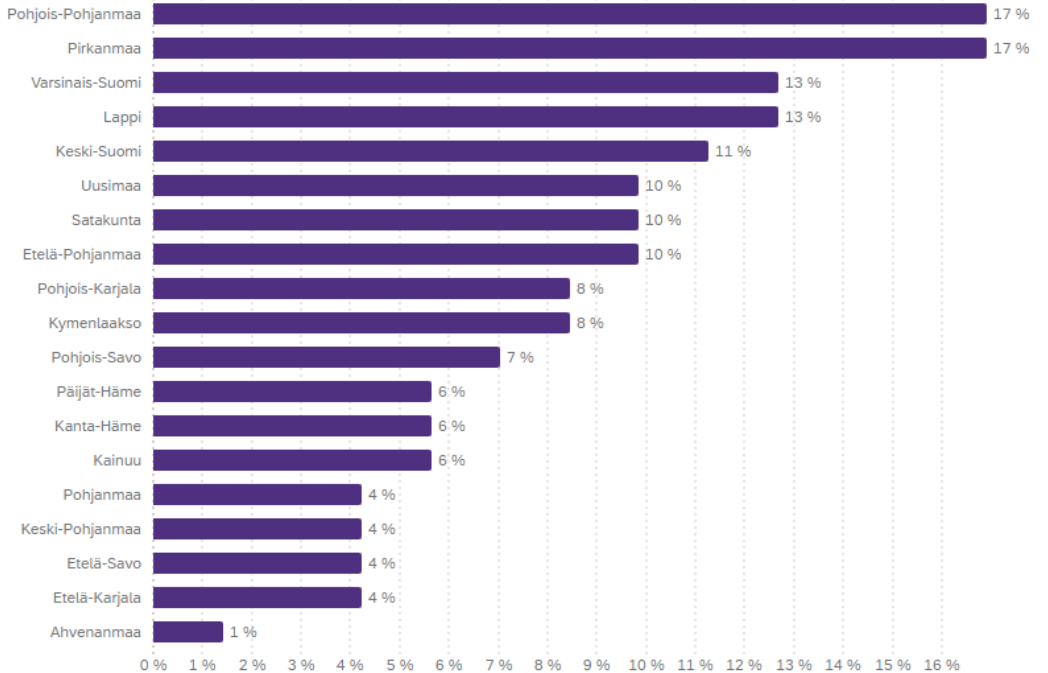
# Taustatiedot

Onko edustamanne taho **72**



	N
Paikallislehti	52
Kaupunkilehti	12
Paikallisradio	9
Yleisradion aluetoimitus	3
Joku muu, mikä?	1

Maakunta, jossa edustamanne media toimii? **71**



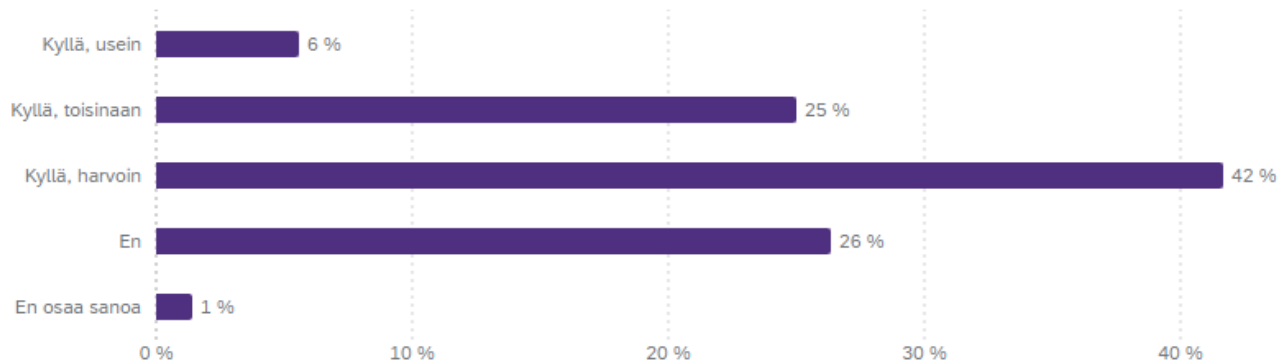
# Informaatiovaikuttamisen kuvailu ja määrittely, vastaajien omin sanoin

- Paikallislehden kontekstissa tarkoittaa paikallisesti **vallankäyttäjien ja organisaatioiden** pyrkimyksiä viestiä asioista omalta kannaltaan **omaa asiaa ajaen**.
- Itselleni informaatiovaikuttaminen paikallismedian kontekstissa tarkoittaa **paikallista vaikuttamista**. Erilaiset intressiryhmät julkishallinto tai muut toimijat ja jopa yksittäiset henkilöt voivat yrittää vaikuttaa.
- Sehän voi olla periaatteessa kaikenlaista, kunnanvaltuuston lähettämistä tiedotteista, vaikkapa sosiaalisessa mediassa näkyvään epämääräiseen keskusteluihin tai heittoihin. **Skaala voi olla aika iso**.
- Informaatiovaikuttaminen tarkoittaa itselleni toimitukseen kohdistuvaa **ulkopuolista painetta paikallisilta päätöksentekijöiltä sekä liikkeen edustajilta** tietyissä asioissa.
- Painostamista, lobbausta, spämmäystä, uhkailua, väärän tiedon syöttämistä tms., jolla **pyritään vaikuttamaan journalistiseen sisältöön** siten, että se olisi vaikuttamaan pyrkivän tahon etujen mukaista vastoin todellisuutta.
- Informaatiovaikuttaminen voi tarkoittaa **hyvinkin arkista paikallisen tason vaikuttamista poliitikoilta tai erityisesti yrityselämältä ja laajemmassa mittakaavassa sitä, että meidän somealustoille tullaan trollaamaan tai meidän uutisartikkeleiden keskustelua yritetään jollakin tavalla manipuloida**.
- Tyypillisesti informaatiovaikuttaminen tapahtuu aika positiivisessa hengessä, kun yritetään lobata itselle tärkeitä aiheita läpi ja **näen sen kuuluvan tähän työhön**. Uhkaavampaa informaatiovaikuttamista tapahtuu kohtuullisen harvoin.
- Me emme pääse piiloutumaan, koska käymme samoissa kaupoissa, lapset käy samoissa päiväkodeissa, kouluissa. Muuallahan hämärtyy se mitä voi ehdottaa ja pyytää, koska **olemme tuttuja ihmisiä** täkäläisille. Sitten perinteisempää, osa ihmisistä ei ymmärrä mitä ne tekee esim. yrityksistä tai kunnista ei anneta tietoa tai sitten tietyin ehdoin annetaan sitä tietoa. Kytetään esim. mainostamiseen, tehdäänkö yhteistyötä vai ei. **Ihmiset ei ajattele sitä laajemmin**, vaan sen hetken asiana.

# Lähes kolme neljästä vastaajasta on kokenut itse informaatiovaikuttamista

*Paikallismediaan kohdistuvalla informaatiovaikuttamisella tarkoitetaan tässä tiedonvälitykselle haitallista toimintaa, jossa informaatiota tuottamalla, muokkaamalla tai sen saatavuutta rajoittamalla pyritään vaikuttamaan paikallismedian journalistiseen päätöksentekoon tai synnyttämään siellä epätyypillistä toimintaa.*

Oletteko havainnut edellä määritellyn kaltaista, itseenne kohdistuvaa informaatiovaikuttamista? 72

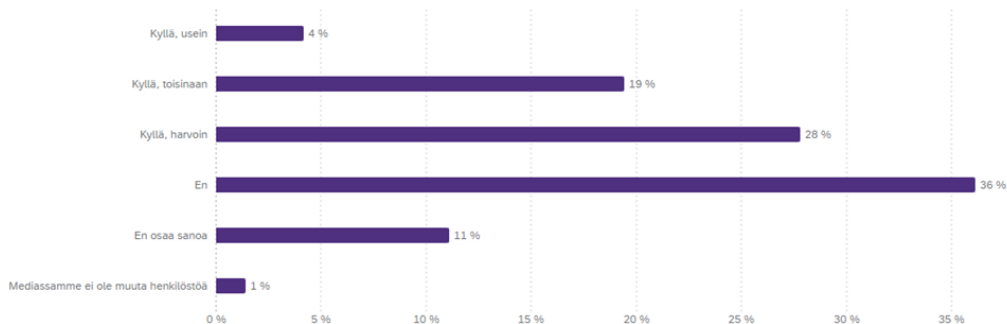


Paikallislehtien ja kaupunkilehtien edustajista yli puolet on kokenut informaatiovaikuttamista – kaupunkilehtien edustajilla osuus on 83 % ja paikallislehtien 71 %. Paikallisradioista osuus on alle puolet.

Naisista informaatiovaikuttamista on kokenut 83%, miehistä 60%.

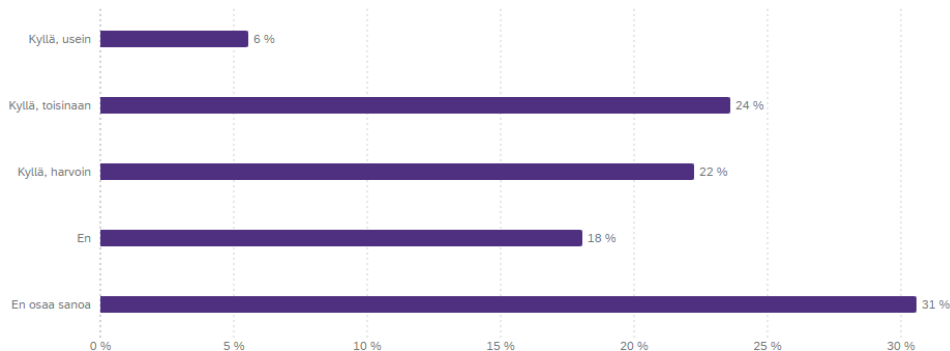
# Yli puolet vastaajista havainnut omaan organisaatioon tai muuhun mediaan kohdistuvaa informaatiovaikuttamista

Oletteko havainnut edellä määritellyn kaltaista, medianne muuhun henkilöstöön kohdistuvaa informaatiovaikuttamista? 72



Verrattuna itseen kohdistuneeseen informaatiovaikuttamiseen on muuhun henkilöstöön ja muuhun mediaan kohdistunut havaittu informaatiovaikuttaminen vähäisempää.

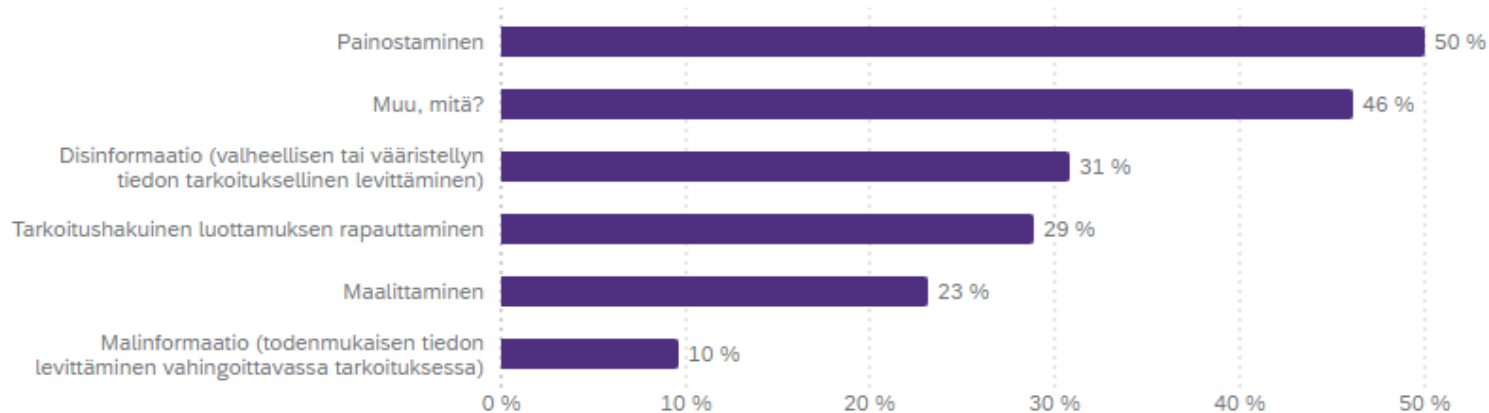
Oletteko havainnut edellä määritellyn kaltaista, muihin paikallismedioihin kohdistuvaa informaatiovaikuttamista? 72



# Yleisin informaatiovaikuttamisen muoto on painostaminen

Kysytty, jos vastaaja on ilmoittanut havainneensa informaatiovaikuttamista (Kyllä; usein, toisinaan tai harvoin)

Jos kyllä, missä muodoissa sitä on ilmennyt? 52



Painostaminen on yleisin muoto kaupunkilehdissä (60 %), paikallislehdissä (49 %) ja Yleisradion aluetoimituksessa (100 %; huom. kokonaisvastausmäärä N=2).

# Havainnot ja kokemuksia informaatiovaikuttamisesta

## Painostaminen:

- *Hankalat asiat pyritään kääntämään itselle edullisiksi ja **pyritään vaikuttamaan juttujen sisältöön** jopa jälkikäteen*
- *Verhotusti uhkailevia puhelinsoittoja, jossa on **uhkailtu väkivallalla***
- *Tiedustellaan, miksi uutinen on tehty ja mistä tiedot siihen on saatu.*
- *Uhkaillaan Julkisen sanan neuvostolla tai muilla tahoilla.*

## Tarkoitushakuinen luottamuksen rapauttaminen:

- *Pyrkimys vaientaa keskustelu*
- ***Sosiaalisessa mediassa** yritetään luoda epäluottamusta lukijoille journalistin luotettavuudesta*
- *Erityisesti vaalien alla pyritään levittämään käsitystä, että **media on epäluotettava.***

## Maalittaminen:

- *Epämieluisan jutun jälkeen somessa maalitettiin minua. Myös esimiehelle soitettiin ja **vaadittiin potkuja.** Vaadittiin julkista anteeksipyyntöä.*

## Disinformaatio:

- *Annetaan virheellistä tietoa meidän toiminnastamme*
- *Yritetään syöttää väärää tietoa, mutta enimmäkseen väitetään, että me valehtelemme.*

## Malinformaatio:

- *Tällaistakin esiintyy, mutta se on usein yksittäisten henkilöiden taholta kohdistuvaa toimintaa.*

## Muu:

- ***Tietoa ei vapaaehtoisesti laiteta nettiin, liitteet saa aina pyytää,** tiedottaminen keskitetään kunnissa muutamille henkilöille*
- ***Yleinen "spämmäys" / uuvuttaminen** siihen, ettei jaksettaisi enää käsitellä jotain aihetta tai vaikeutetaan sitä tukkimalla kanavia tms.*



# Muuhun henkilöstöön tai toiseen mediaan kohdistuvaa informaatiovaikuttamista

## Disinformaatio:

- *Tarkoituksenmukainen disinformaation levittäminen kaupungin suunnitelmista, annetaan väärä tietoja.*
- *Tämäkin on tavallista, lähestytään toimituksia **ja esitetään tarkoituksella yksipuolista tietoa**. Tämän tunnistaminen kuuluu mielestäni ammattitaitoon.*

## Tarkoitushakuinen luottamuksen rapauttaminen:

- **Pilkkaaminen**, uskottavuuden kyseenalaistaminen
- Kyseenalaistetaan osaaminen ja kompetenssi
- Julkinen puoli syyllistää sosiaalisessa mediassa toimittajia ja näin yrittää viedä luottamuksen lehteen.

## Maalittaminen:

- *MV-lehti siteerasi toimittajaamme väärin, jakoivat tämän kuvan ja kehottivat olemaan tähän yhteydessä ja painostamaan tätä.*
- *Toimittaja koki hyvin vahvaa maalittamista ja **joutui muuttamaan kaupungista pois**.*
- *Haukutaan somessa.*

## Painostaminen:

- *Päätösvaltaa yritetään saada pois toimituksesta painostamalla talousasioilla tai ns. yleisellä edulla.*
- *Vaikutusyrietykset journalistiseen sisältöön.*
- *Puhelimessa kettuilua.*
- *Yritetään vaikuttaa siihen, mikä on **jutun näkökulma** vai tehdäänkö uutista ollenkaan.*
- *Paikallinen liike-elämä **painostaa uhkaamalla ilmoitusten pois vedolla** ja myös vetää ilmoitukset pois.*
- *Vähättelyä sekä uhkailua sillä, että vedetään ilmoituksia lehdestä pois.*
- *Kuntapäätäjät painosti kollegaa todella kovasti lopettamaan hänestä kirjoittamisen.*

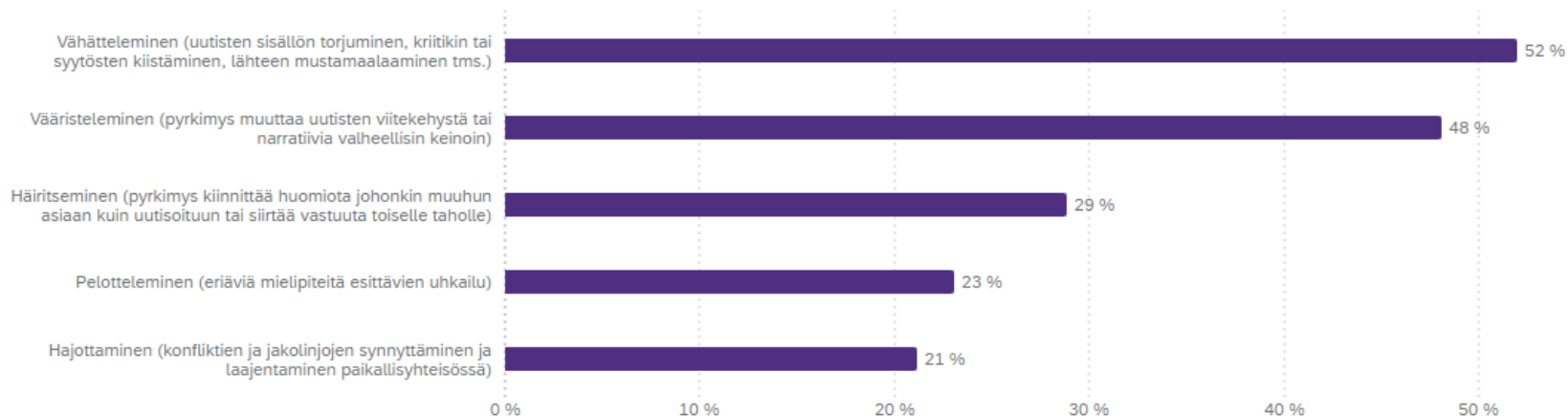
## Muu:

- *Uhkailu, kaupallinen toimija voi uhata vetää ilmoituksen pois lehdestä jos heihin kohdistuu ikävää uutisointia.*
- **Uutisten sisältöön vaikuttaminen**, tehdään toimittaminen hankalaksi, suurin kysymyksiin vaikea saada vastauksia, vastataan asioiden ohi.

# Vähätteleminen ja vääristeleminen yleisimmät informaatiovaikuttamisen luokat

*Kysytty, jos vastaaja on ilmoittanut havainneensa informaatiovaikuttamista (Kyllä; usein, toisinaan tai harvoin)*

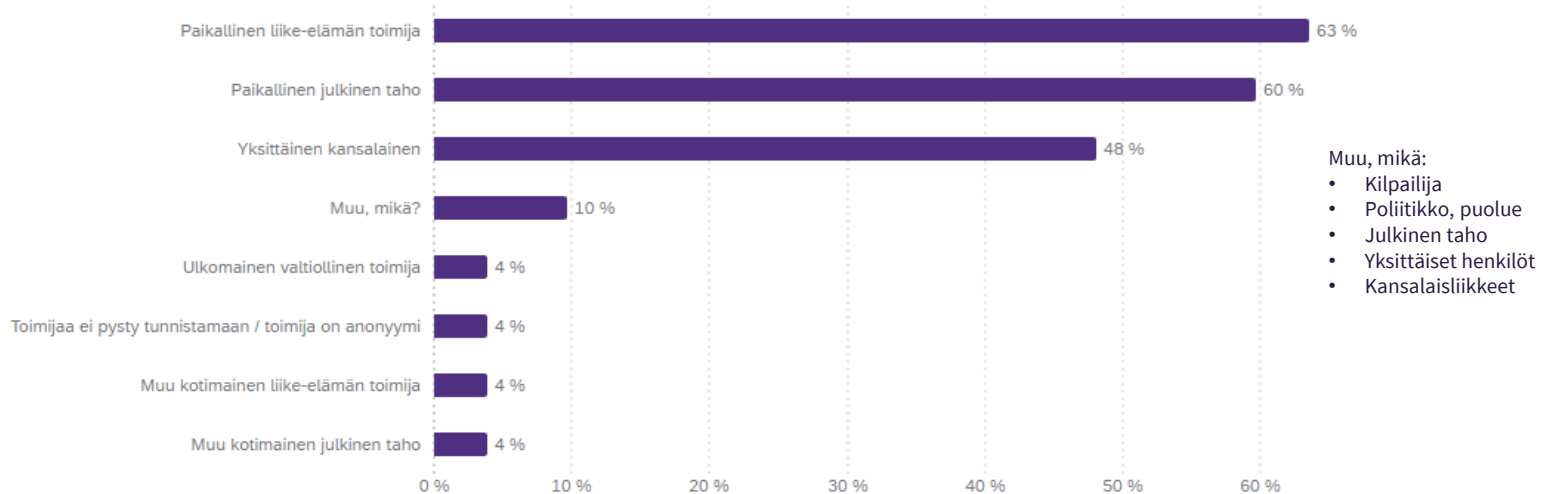
Mihin seuraavista luokista tämä informaatiovaikuttaminen nähdäksenne sijoittuu? 52



# Paikallinen liike-elämän toimija tai julkinen taho useimmin informaatiovaikuttamisen takana

*Kysytty, jos vastaaja on ilmoittanut havainneensa informaatiovaikuttamista (Kyllä; usein, toisinaan tai harvoin)*

Millaisten toimijoiden asian edistämisen arvioitte olevan tämän informaatiovaikuttamisen taustalla? 52

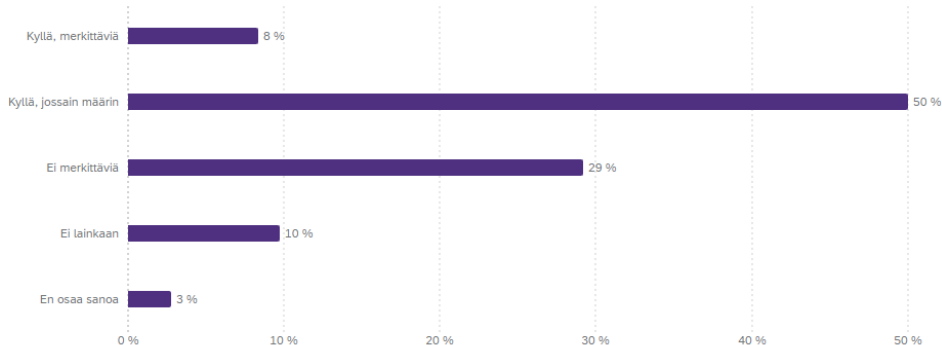


# Havainnot ja kokemuksia (otteita avoimista vastauksista):

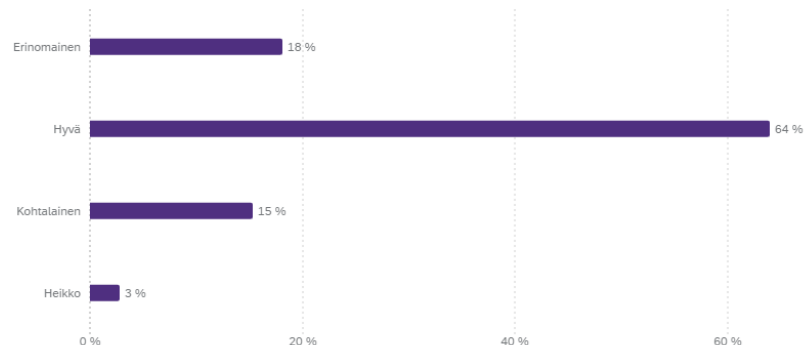
- Hyvin tyypillinen mikä on viime vuosina lisääntynyt on, mitä julkishallinto käyttää on tietoinen paikallismedian "markkinahäiriköinti". Jolla **pyritään vahvistamaan sitä omaa vallassa olevia poliittisia voimia suosivaa paikallisnäkyvyyttä paikallismedian kustannuksella**. Tavallaan tuotetaan ilmaista sisältöä paljon ja silloin paikallisen median markkinointi häiriintyy. Tuodaan myös journalistisia näkymiä, millä sitten ajetaan sitä omaa asiaa. Toinen tapa on ikään kuin **itsensä vahvoiksi vallankäyttäjiksi ajattelevat**, ei tee suoria, vaan epäsuoria, jopa kömpelöitä yrittäjiä vaikuttaa, näitä tulee useammin.
- Puheluita tulee välillä, että **asia pitää tuoda esiin hänen näkökulmasta tai ei saa julkaista ollenkaan**. Yritetään vaikuttaa asioihin, mitä julkaistaan.
- Hyvinvointialueiden perusturvan **informaation saaminen on todella vaikeaa**. Minusta informaatiovaikuttamista on myös sekin, että organisaatiossa moni lukee jutun ennen julkaisua ja on paljon ennakkosensuuria.
- Poliitikot. **Tilauksen lopettamista, mainosten pois vetämistä, mustamaalausta somessa**. Harvinaisempia, viranhaltija kieltää ja hankaloittaa tietojen saamista, vaikka tiedon pitäisi olla ilman muuta julkista.
- Yhdistyksissä informaatiovaikuttamista ei juuri tapahdu. **Yleensä informaatiovaikuttamisella on suuri kytkös aina rahaan** jollain tavalla.
- Yllättäviä tilanteita tulee aika ajoin ja niissäkin taustalla on monesti se kapeakatseinen suhtautuminen, **ymmärtämättömyys tiedotusvälineen tehtävästä**. Paikallislehdessä voi olla ajatus siitä, että oman alueen ja paikkakunnan edun puolustaminen voi joidenkin tahojen mielestä tarkoittaa sitä että **kielteisistä tai ikävistä asioista ei saisi puhua ollenkaan**.
- Juuri on käynyt, että kunnan poliitikko on ilmoittanut että **kaupunki vetää kaiken ilmoittelun pois lehdestä**. Myös yleistä yrittäjiltä.
- Yksityisellä puolella voidaan koittaa syöttää meille väärää tietoa. Kunnallisella puolella ei välttämättä haluta kertoa ikävistä asioista ja niitä koitetaan piilottaa ja pimittää.
- Julkinen toimija, **ei vastata kyselyyn jos on epämiellyttävä**, pyritään vaikuttamaan kirjoituksen sisältöön. Taloudellinen vaikuttaminen. Yksityinen kansalainen, perun tilauksen. Somessa maalittaminen.
- Paikallislehtitasolla informaatiovaikuttaminen voi korostua siinä, että jos julkinen taho on kovin pieni ja siellä on vakiintuneet toimintatavat, niin **journalismin pelisääntöjen ymmärtäminen saattaa olla yksittäisille luottamushenkilöille hankalaa**.
- Kunnan päättäjät olivat niin sanotusti "tukkanuottasilla" ja kumpikin vuorollaan kirjoitti paikallislehteen mielipidekirjoituksia asian tiimoilta. Toinen **uhkaili lehteä käräjillä**, koska se antoi vastaparinkin kirjoittaa lehteen omia näkemyksiään asiasta.

# Informaatiovaikuttaminen nähdään uhkien ja riskien tuottajana, mutta siihen on myös varauduttu

Aiheuttaako informaatiovaikuttaminen mielestänne uhkia tai riskejä paikallismedian journalistiselle toiminnalle? 72



Millaiseksi arvioitte toimituksenne kyvyn varautua informaatiovaikuttamiseen? 72



## Miten olette varautuneet informaatiovaikuttamiseen?

- *Keskustelemalla avoimesti. On myös **konsernin tuki**.*
- *Peruskriittistä ajattelua ja **toimittajan ammattitaitoa**, yhteydenotot arvioidaan, yhteistyötahot. Tarkkaa työtä, **lähteiden tarkastaminen, rohkeutta** tarttua myös negatiivisiin asioihin, uutisoida negatiivisista asioista. Tietäen että näistä voi tulla negatiivista painostamista ja kielteistä palautetta.*
- ***[O]n selkeät proseduurit kuinka toimitaan** ja asiaa pidetään säännöllisesti esillä ja toimittajia kehoitetaan ilmoittamaan välittömästi asiasta esihenkilölle, joten koen että varautumisemme on hyvällä tasolla.*
- *Emme ole varsinaisesti varautuneet informaatiovaikuttamiseen, mutta luotan meidän toimituksessamme jokaisen harkintakykyyn ja jos tulee tällaisia vaikuttamistilanteita eteen niin niistä keskustellaan ja päätetään yhdessä miten toimitaan.*
- *Emme millään erityisellä tavalla, sillä **toimituksen työtä ovat aina ohjanneet journalistin ohjeet**. Faktujen tarkistaminen on tärkeää, samoin kriittinen suhtautuminen tietolähteisiin. **Nämä ohjeet eivät ole vanhentuneet, vaan ovat tänä päivänä tärkeämmät kuin koskaan aikaisemmin.***

## Tulosten jalkauttamistilaisuus Suurilla Lehtipäivillä 17.11. 2023

- Selvityksen tulokset jalkautettiin paikallismedian edustajille osana Suuria Lehtipäiviä Helsingissä 17.11.2023
- Tilaisuus koostui tulosten läpikäynnistä (Ilkka Tiensuu, Innolink) alustuksena paneelikeskustelulle (osallistujat viestinnän kehittämispäällikkö Tony Hagerlund, Kuntaliitto; päätoimittaja Sauli Pahkasalo, Rantalakeus; tuottaja Salla Vuorikoski, Helsingin Sanomat; keskustelun vetäjä Tero Koskinen, Mediapooli)
- Tilaisuutta oli mahdollista seurata myös verkossa
- Lehtipäivien osallistujamäärä oli perjantaina 208 hlöä, minkä lisäksi seuraajia verkossa oli 36.

# Johtopäätöksiä ja suosituksia

## Paikallismediaan kohdistuva informaatiovaikuttaminen on varsin yleistä, mutta rajautuu valtaosin paikalliselle tasolle

- Havaitun informaatiovaikuttamisen takana valtaosin paikalliset toimijat liike-elämästä ja politiikasta sekä yksittäiset kansalaiset.
- Mainintoja sosiaalisesta mediasta ja internetistä lukuunottamatta vastaukset ovat enimmäkseen sellaisia, jotka voisivat olla peräisin 1980-luvulta.

## Yleistilanne on tällä hetkellä varsin hyvä, mutta varautumiseen on silti syytä

- Vastaajakenttä on informaatiovaikuttamisen tematiikasta tietoista ja kykenee havaitsemaan sitä ympäristössään.
- Myös varautumiskeinojen koetaan olevan hallussa ja uhkakuvat ovat terveen realistisella tasolla.
- Kokonaistulokset ovat näin ollen varsin positiivisia, mikä ei tietenkään sulje pois varautumistarpeita.

## Aihetta koskeville koulutuksille tulee olemaan tarvetta myös jatkossa

- Mahdollisia teemoja koulutuksille esim. maalittamisskenaariot sekä laajempiin kriiseihin varautuminen.
- Syytä huomioida muuttuva toimintaympäristö, kuten paikallismedian lisääntyvät haasteet eri ikäryhmien muuttuvan mediankäytön vuoksi sekä generatiivisen tekoälyn mukanaan tuoma murros.

## Disinformaatiokentän tilannekuvaa kannattaa seurata

- Tällä hetkellä paikallismediaan ei ole kohdistunut laajoja ja koordinoituja disinformaatio-operaatioita, mutta kentän tarkkailu hyödyllistä jotta mahdollisesti käynnistyvät operaatiot kyetään havaitsemaan jo ennalta.

## Seurantatutkimus muutaman vuoden päästä mahdollistaa tilannekuvan tarkentamisen

- Oleellinen erityisesti muuttuvassa toimintaympäristössä (maailmanpoliittinen tilanne sekä edellä mainitut mediakentän muuttuminen ja tekoälymurros).



Sähköpostimme ovat etunimi.sukunimi@innolink.fi  
Seuraa meitä verkossa [www.innolink.fi](http://www.innolink.fi) ja sosiaalisessa mediassa #innolink

