

Opinnäytetyö (AMK)

Journalismin koulutusohjelma

Turun AMK

2015

Atte Uusinoka

MILLAISENA YLE PUHE KOETAAN?

– Selvitys Yle Puheella käsiteltävien
aihekokonaisuuksien kiinnostavuudesta



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Medianomi | Journalismi

12/2015 | 46

Johanna Vaaherkumpu

Atte Uusinoka

MILLAISENA YLE PUHE KOETAAN? – SELVITYS YLE PUHEELLA KÄSITELTÄVIEN AIHEALUEIDEN KIINNOSTAVUUDESTA

Opinnäytetyössäni tutkitaan kvalitatiivisen kyselytutkimuksen avulla minkälaisia aiheisältöjä Yle Puheen kohderyhmä pitää tärkeinä ja kuinka kiinnostavia ne ovat. Tämän lisäksi selvitän kaikkien kyselyyn vastanneiden mielipidettä Yle Puheesta ja minkälaisia parannusehdotuksia he haluavat kanavalle antaa.

Yle Puhe on Suomen kuunnelluin puheradio. Kanava on täysin musiikiton ja se on Yleisradion yksi neljästä valtakunnallisesta radiokanavasta.

Kanava perustettiin nimellä Radio Peili vuonna 1998. Radio Peili oli alun perin DAB-kanava, joka soitti musiikkia ja muilta Yleisradion kanavilta tulleita puheohjelmia. Kanava luopui musiikista vuonna 2006. Radio Peilistä tuli Yle Puhe vuonna 2009 ja valtakunnallinen kanava Yleisradion viimeisen kanavauudistuksen seurauksena vuonna 2012.

Viime kanavauudistus muokkasi Yle Puhetta paljon, sillä ennen Yle Radio Suomella olleet tapahtumaurheiluojelmat siirrettiin kokonaisuudessaan Yle Puheelle. Tämä herätti Yle Puheen kuuntelijoissa tyytymättömyyttä. Tutkimuksessani kävi ilmi, että ihmiset eivät ole vieläkaan täysin hyväksyneet urheilun tuloa Yle Puheelle.

Kyselytutkimukseeni vastasi kokonaisuudessaan 256 henkilöä, joista 109 kuului Yle Puheen kohderyhmään.

Vastaajat mieltävät kanavan olevan asiallinen, mielenkiintoinen ja ajankohtainen.

ASIASANAT:

Yle Puhe, journalismi, media, radio, radiojournalismi, radio-ohjelmat, kiinnostus, yleisö, keskusteluohjelmat

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Journalism

12/2015 | 46

Johanna Vaaherkumpu

Atte Uusinoka

EXPERIENCES ON YLE PUHE – A SURVEY ON THE TOPICS USED IN YLE PUHE

The thesis focuses on figuring out which topics are the most interesting and important to Yle Puhe's target group. Another aim of the thesis is to figure out opinions on Yle Puhe, as well as suggestions on how to improve the channel. The research was carried out by using qualitative research methods in the form of an online survey.

Yle Puhe is Finland's most listened to radio channel focusing only on talk shows. It is one of the four nationwide radio channels of the Finnish Broadcasting Company.

Yle Puhe, founded as Radio Peili in 1998, used to be a DAB channel airing music and talk shows from various channels of the Finnish Broadcasting Company. The channel stopped airing music in 2006. In 2009 Radio Peili changed its name to Yle Puhe and some years later in 2012 also became a nationwide channel as a result of Finnish Broadcasting Company's channel reform.

The channel reform modified Yle Puhe dramatically, as all the sports programs and live sports commentaries from Yle Radio Suomi became a part of Yle Puhe. One of the main results of this research was that the dissatisfaction from the 2012 channel reform is still apparent among the listeners today.

The research group consisted of 256 people who answered the survey online. 109 of the group were in Yle Puhe's target group. The research group viewed the channel as factual, interesting and timely.

KEYWORDS:

Yle Puhe, journalism, media, radio, radio journalism, radio programs, interest, audience, talk shows

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 YLEN RADIOTOIMINNAN HISTORIAA	8
2.1 Yleisradion alku	8
2.1.1 Paikallisradiot syntyvät	9
2.1.2 Yksityiset radiot vaikuttavat Ylen kanavien profilointiin	10
2.2 Yleisradion tehtävät	12
3 YLE PUHE	13
3.1 Matka Yle Peilistä Yle Puheeksi	13
3.1.1 Kohti neljättä valtakunnallista radiokanavaa	14
3.1.2 Yle Radio Peili luopuu musiikin soittamisesta	15
3.1.3 Radio Peilin tilalle Yle Puhe	16
3.2 Yle Puhe lukuina	17
3.3 Yle Puheen ohjelmisto	19
4 KYSELYN TOTEUTTAMINEN	22
5 TUTKIMUSTULOKSET	24
5.1 Vastaajien taustatietojen analysointi	24
5.2 Kohderyhmän mielipiteet	26
5.3.1 Mitkä aiheet ovat tärkeitä?	26
5.3.2 Vähemmän tärkeät aiheet	28
5.3 Aihealueiden kiinnostavuus	30
5.3.1 Mitkä aiheet kiinnostavat?	30
5.4.2 Mitkä aiheet olivat vähemmän kiinnostavia?	31
5.4 Millaisena Yle Puhe koetaan?	32
5.5 Kaikille suunnatun osion vastaukset	34
5.5.1 Miten kuvailisit Yle Puhetta kolmella sanalla?	34
5.5.2 Mitä mieltä seuraavista väittämistä? -osio	36
5.5.3 Avoimen palautteen analysointi	38
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	41
LÄHTEET	45

KÄYTETYT LYHENTEET

Lyhenne	Lyhenteen selitys
FM	FM viittaa analogiseen taajuusmodulaatioon (Frequency Modulation). (Liikenne- ja viestintäministeriö 2014, 41)
ULA	Tarkoittaa FM:lle käytössä olevaan taajuusalueeseen, joka on Euroopassa 87,5 – 108 MHz. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2014, 41)
DAB	Digital Audio Broadcasting. Se on radion digitaalinen lähetyksjärjestelmä, jossa lähetettävä ohjelma on bitti-muodossa. (Tommi Immonen 1999)
DVB-T	Digital Video Broadcasting – Terrestrial, on digitaalisen television muoto, jossa käytetään tiedonsiirtoon antenniverkkoa, eli maanpäällistä lähetysverkkoa. (Radio-electronics.com)

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni tein radiokanava Yle Puheelle kvalitatiivisen tutkimuksen, jossa selvitettiin kanavalle asetetun kohderyhmän ajatuksia siitä, että kuinka tärkeinä ja kiinnostavina vastaajat pitävät tiettyjä aihesisältöjä. Kanavan kohderyhmä on 30–45-vuotiaat. (Jonna Ferm, ohjelmapäällikkö, Yle Puhe, 2015.) Tämän lisäksi kyselyssä selvitän muidenkin kuin kohderyhmäläisten mielipiteitä kanavasta.

”Sillä yleisradiotoiminnan tärkeimpänä edellytyksenä lopultakin on hyvä yhteisymmärrys ja hedelmällinen yhteistyö ohjelman lähettäjän ja niitten kuuntelijain välillä”, totesi vuonna 1926 Suomen Yleisradion väliaikainen toimitusjohtaja L.M. Viherjuuri (Yle 2015b). Tämä on edelleenkin erittäin ajankohtainen ajatus. Tämän takia on tärkeää, että Yle Puhe tuottaa juuri sellaista ohjelmaa, jota kanavan kohderyhmään kuuntelevat henkilöt kokevat tärkeäksi ja kiinnostavaksi. Etenkin näinä päivinä, kun sähköistä viestintää on kaikkialla ja kuluttajan on helppoa löytää juuri se kanava tai julkaisu, joka tuottaa juuri sellaista mediaa, jota haluat kuluttaa. Vaikka Yle Puhe on Suomen ainoa puheradio, kilpailee se samalla tavalla muiden medioiden kanssa ihmisten ajankäytöstä ja huomiosta. (Ferm J. 2015.)

Yle Puheella on tavoitteena luoda puheradiokulttuuri Suomeen. Kanavalla ei siis soiteta minkäänlaista musiikkia, vaan kanava lähettää koko ajan puheohjelmia, mikä luo omat haasteensa kanavan ohjelmatuotannossa. Päivittäisin ohjelmaa juontavilla tulee olla erittäin paljon sisältöä. Myös lähetysten rytmittämisessä on enemmän haastetta kuin musiikkikanavilla. Tunnelma syntyykin pääasiassa juontajapersoonan kautta. (Ferm J. 2015.)

Yle Puhe on muuttunut lähivuosina, joka jakaa yleisön mielipiteitä. Suurimpana murheen aiheuttajana on pidetty sitä, että vuodesta 2012 lähtien kaikki radion tapahtumaurheiluohjelmat siirrettiin Radio Suomesta Yle Puheelle. Vuoden 2012 helmikuussa noin 1200 ihmistä oli kirjoittanut vetoamuksen, jossa vastustettiin Yle Puheelle tehtyjä muutoksia ja allekirjoittaneet toivoivat kanavan palautumista

samanlaiseksi, mitä se oli ollut ennen vuotta 2012. Vetoimuksen kirjoittajia harmitti eniten se, että urheilu siirrettiin Yle Puheen ohjelmistoon. Tämä muutos aiheutti erityisiä vaikeuksia muun muassa vanhuksille, vuodepotilaille sekä näkövammaisille. Radiopäällikkö Maria Keskitalon mukaan taas Radio Suomen kuuluttelijoilta oli tullut vuosien varrella yhä enemmän kielteistä palautetta siitä, että esimerkiksi jääkiekkokierros keskeytti Radio Suomen muita ohjelmia. Yle Puheen ohjelmapäällikön Jonna Fermin mielestä viimeisimmän kanavauudistuksen aikaisten muutoksien kritisointi on päättynyt oikeastaan kokonaan. (Yle 2012; Ferm J. 2015.)

Opinnäytetyössäni selvitetään myös sitä, minkälaisena kanavana ihmiset Yle Puhetta pitävät. Vastaajien mielipiteet antavat hyvän kuvan siitä, mitä iso yleisö ajattelee kanavasta ja sen ohjelmistosta. Kanava tulee näkemään sen, mikä ohjelmisto on suosittua ja mihin suuntaan sitä pitää kehittää.

2 YLEN RADIOTOIMINNAN HISTORIAA

2.1 Yleisradion alku

Suomen Yleisradion ensiaskleet syntyivät kun 15.12.1925 väliaikainen radiokomissio perusti ohjelmayhtiön nimeltä O.Y. Suomen Yleisradio – A.B. Finlands rundradio. Yhtiötä olivat perustamassa muun muassa Suomen Radioyhdistys, Maataloustuottajain Keskusliitto, Maatalousseurojen Keskusliitto, Suojeluskuntain Yliesikunta, Finlands Svenska Andelsförbund ja Suomen Sanomalehtimiesten Liitto. Nämä yhteisöt jättivät 17.12.1925 anomuksen valtioneuvostolle, jolta he pyysivät yhtiöjärjestyksen hyväksyntää. (Viljakainen 2004, 38.)

Yhtiön perustava kokous pidettiin Helsingissä 29.5.1926 ja ensimmäisen ohjelmansa se lähetti 9.9.1926. Tätä päivää pidetäänkin maamme säännöllisen yleisradiotoiminnan syntymäpäivänä. Pää tarkoituksena yhtiölle oli edistää radiotoimintaa ja harjoittaa yleisradiolähetystä Suomessa. (Yle 2015a; Viljakainen 2004, 38.)

Vuonna 1927 radiolaki tuli voimaan. ”Lain mukaan valtio myönsi yhtiölle toimiluvan määräajaksi ja pidätti itselleen myös oikeuden määrätä kuuntelulupamaksut, joista yhtiö sai tulonsa”. Samana vuonna kuultiin ensimmäinen urheiluselostus Suomi–Ruotsi-maaottelusta, joka kamppailtiin Tukholmassa (Yle 2015a).

Yleisradion alkutaipaleilla lähetyksiä tuli viikon aikana vain neljänä päivänä. Ohjelmaa tuli syksyllä 1926 tiistaisin, torstaisin, lauantaisin ja sunnuntaisin klo 19.00–22.00. Päivittäiset lähetykset Yleisradio aloitti joulukuun alussa 1926, jolloin arkisin ohjelmaa lähetettiin klo 12.00–13.00 ja iltaisin klo 18.00–22.00. Ohjelmat olivat aluksi hyvin yksinkertaisia. Ohjelmistoon kuului Suomen Tietotoimiston uutiset, äänilevymusiikkia, esitelmiä, lausuntaa, pakinoita ja tiedotuksia (Viljakainen 2004, 42).

Vuonna 1928 valmistui ensimmäinen valtion rakentama suurasema Lahteen. Tämä johti siihen, että Suomen Yleisradion lähetykset alkoivat kuulua suurella osalla maata. Tämä oli lähtölaukaus paremman asemaverkon kehittämiseksi.

Lahden suuraseman lähetysteho oli 25 kilowattia, mutta se nousi pian jo 40 kilowattiin ja vuonna 1935 se oli jo 220 kilowattia. (Yle 2015a; Viljakainen 2004, 44.)

Radiolla oli tuohon aikaan ihmisiä yhdistävä ja sivistävä voima. Tämän tiedosti myös suuraseman aikainen Tasavallan presidentti Lauri Kristian Relander, joka toivoi, että ”radiolähetykset yhdistäisivät nuorta kansakuntaa ja että Lahden radioasema toiminnallaan nostaisi tätä kansaa kansana, lujittaisi niitä siteitä, jotka sitovat sen yhdeksi, suurissa elinkysymyksissään yksimieliseksi kansaksi” (Viljakainen 2004, 44).

Vuonna 1926 käyttöön vihitty O.Y. Suomen Yleisradio – A.B. Finlands Rundradio vaihtoi nimeään vuonna 1934. Tämän jälkeen se vaihtoi nimekseen Oy. Suomen Yleisradio Ab. Samana vuonna perustettiin radion ohjelmaneuvosto ja Yleisradio sai ensimmäisen pikalevyjen tallennuslaitteen, joten tämän jälkeen Yleisradio pystyi lähettämään ennalta äänitettyjä ohjelmia. Ennen tätä se ei ollut mahdollista. Äänityslaitteet tekivät ohjelmien tekoon ja lähettämiseen suurempia mahdollisuuksia. Työskentely ei enää ollut aina suoran lähetysten tekemistä tai sen harjoittelemista. Juttujen tekoon saatiin enemmän väljyyttä ja pelivaraa. (Yle 2015a; Viljakainen 2004, 58.)

2.1.1 Paikallisradiot syntyvät

Valtioneuvostossa mietittiin useasti paikallisradioiden perustamismahdollisuutta. Neuvottelut eivät kuitenkaan johtaneet mihinkään lopulliseen ratkaisuun asiassa. Yleisradion väki kävi opintomatkoilla esimerkiksi Britanniassa, Sveitsissä ja Italiassa. Näissä maissa paikallisradiotoiminta oli alkanut 1970-luvun alkupuolella ja maissa oli yksityisiäkin asemia. Suomessa Yleisradio oli pyrkinyt yhteistyöhön pääkaupunkiseudun kuntien kanssa paikallisradiotoiminnan aloittamiseksi, mutta yhteistyö kariutui ”epäilyihin itsenäisen ohjelmatoiminnan mahdollisuuksista, jos rahoittajana oli alueen kuntia” (Viljakainen 2004, 148–149).

Yleisradion ensimmäinen paikallisradio oli Ylen aikainen, joka kuului pääkaupunkiseudulla, aloitti toimintansa 2.1.1975. Se oli samalla suomen ensimmäinen pai-

kallisradio. Samana vuonna lokakuun ensimmäisenä päivänä aloitti myös ruotsinkielinen Radio Mellannyländ. Ylen aikainen lähetti ohjelmaa aluksi kello 5.30–8.00, mutta pian ohjelma-aikaa lisättiin. Kanavan tavoitteena oli tarjota niin sanottuja palveluohjelmia paikallisille kuuntelijoille. Näitä palveluohjelmia olivat esimerkiksi uutiset, tiedotukset, liikenne- ja säätiedot. Yhtenä tavoitteena oli tehdä radiokanavasta kansalaisradionomainen kanava. Kanava vakinaistettiin 1976. (Yle 2015a; Viljakainen 2004, 149.)

2.1.2 Yksityiset radiot vaikuttavat Ylen kanavien profilointiin

Vuoden 1985 tammikuussa Harri Holkerin hallitus mahdollisti yksityisten paikallisradiotoiminnan kokeilun ja paikallisradioita alkoi syntyä. Paikallisradioita oli 1980-luvun lopussa yli 50. Yksityinen radiotoiminta vakinaistettiin 1989 (Viljakainen 2004, 161).

Radiomonopolin menettäminen vaikutti rajusti suomalaiseen mediakenttään ja sananvapauteen. Paikallisradiot eivät olleet niin tarkasti valtion tarkkailun alla ja tämä tarkoitti ohjelmatoiminnan jakaantumista yksityiskohtaisemmaksi ja alueellisemmaksi kuin koskaan ennen. (Viljakainen 2004, 174.)

Yleisradio muutti profiiliaan kahteen otteeseen mainosrahoitteisten paikallisradioiden syntyajoista vuoteen 1990 asti. Tämä johtui siitä, että uudet yksityiset kilpailijat veivät Ylen kanavilta paljon erityisesti nuorempia radioiden kuuntelijoita. Ensimmäinen Yleisradion kanavaprofilointi alkoi 1985. Ohjelmatarjontaa alettiin muokata tällöin jo seuraavaa, isompaa profilointia varten. Aikaisemmat yleisohjelmat ja rinnakkaisohjelmat jaettiin ykkös- ja kakkosverkoksi. Ykkösverkolta lähetettiin klassista musiikkia, asiaohjelmia ja STT:n uutisia, kun kakkosverkolla ohjelma painottui kevyen musiikkiin, uutisiin ja ajankohtaisohjelmiin. (Viljakainen 2004, 170.)

Yleisradion radiotoiminnan suurin muutos tapahtui 1.6.1990, kun Yleisradio jakoi radio-ohjelmansa kolmelle kanavalle ohjelmatyyppien ja kohderyhmän mukaan. Nämä kanavat olivat Radio Ylen Ykkönen, Radiomafia ja Radio Suomi. Radio

Ylen Ykkönen keskittyi tuohon aikaan klassiseen musiikkiin ja puheohjelmiin, Radiomafiasta kehkeytyi nuorison ja populaarimusiikin kanava kun taas Radio Suomesta tuli uutis-, ajankohtais- ja aluekanava. Nämä kanavat olivat kaikki valtakunnallisia. (Yle 2015a)

Eryteisesti nuorten kanavaksi profiloitunut Radiomafia oli lanseerattu yksityisten paikallisradioiden kilpailijaksi. Pian kanavauudistuksen jälkeen tehtyjen kuuntelijatutkimuksien mukaan kävi ilmi, että Radiomafia oli erittäin tervetullut nuorison keskuudessa. Radiomafia erosi muista Yleisradion radiokanavista siinä suhteessa, että kanava tarjosi enemmän ”lähetysvirtaa” kuin ”ohjelmia”. (Viljakainen 2004, 170)

Suomen ensimmäinen digitaaliradio Ylen Radio Peili aloitti lähetyksensä 12.10.1998. Kanava soitti päivällä muiden Yleisradion kanavien puheohjelmia ja yöllä musiikkia. Pian Peiliä seurasi kaksi muuta digitaalista radiokanavaa, Ylen Klassinen ja Radio Aino. Nämä kanavat aloittivat vuonna 1999. (Yle 2015a).

13.1.2003 Yleisradio toteutti suomenkielisten radiokanavien uudistuksen. Tämän uudistuksen takia kanavat Yle Radio 1, YleX, Yle Radio Suomi ja YleQ aloittivat lähetyksensä. (Yle 2015a).

Pääsyy muutokselle oli kilpailu kuuntelijoista 1997 aloittaneen valtakunnallisen mainosrahoitteisin radiokanavan, Radio Novan, kanssa. Ylen Ykkönen säilyi pääasiassa ennallaan vain ohjelmiston muuttuessa. Radiomafia profiloitiin YleX-kanavaksi, koska Yleisradio menetti toistamiseen ison osan nuorista kuuntelijoista paikallisradioille. Tämän lisäksi perustettiin kanava YleQ, jonka kohderyhmäksi asetettiin nuoret aikuiset. Radio Suomi oli vakiinnuttanut paikkansa, mutta se muokattiin enemmän lähetysvirtaa tuottavaksi kanavaksi. (Viljakainen 2004, 183–184)

Seuraava ja tällä hetkellä viimeinen kanavauudistus tapahtui vuonna 2012. Tällöin kolmen vakiintuneen valtakunnallisen kanavan rinnalle tuli neljäs kanava, Yle Puhe. Samalla Yle Puheen ohjelmistoon siirtyi aikaisemmin Radio Suomen ohjelmistoon kuulunut tapahtumaurheilulähetykset.

2.2 Yleisradion tehtävät

Yleisradio-laki määrittelee Ylen tehtävät seuraavasti:

”Yhtiön tehtävänä on tuoda monipuolinen ja kattava julkisen palvelun televisio- ja radio-ohjelmisto siihen liittyvine oheis- ja lisäpalveluineen jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin. Näitä ja muita julkisen palvelun sisältöpalveluja voidaan tarjota yleisissä viestintäverkoissa valtakunnallisesti ja alueellisesti”. (Finlex 2002)

Tämän lisäksi Yle-laki määrittelee, että julkisen palvelun ohjelmatoiminnan tulee erityisesti:

1)	Tukea kansanvaltaa ja jokaisen osallistumismahdollisuuksia tarjoamalla monipuolisia tietoja, mielipiteitä ja keskusteluja ja vuorovaikutusmahdollisuuksia;
2)	Tuottaa, luoda, kehittää ja säilyttää kotimaista kulttuuria, taidetta ja virikkeellistä viihdettä;
3)	Ottaa ohjelmistossa huomioon sivistys- ja tasa-arvonäkökohdat, tarjota mahdollisuus oppimiseen ja itsensä kehittämiseen, painottaa lapsille ja nuorille suunnattuja ohjelmistoja sekä tarjota hartausohjelmia;
4)	Kohdella ohjelmatoiminnassa yhtäläisin perustein suomen- ja ruotsinkielistä väestöä, tuottaa palveluja saamen, romanin ja viittomakielellä sekä soveltuvin osin myös maan muiden kieliryhmien kielellä;
5)	Tukea suvaitsevaisuutta ja monikulttuurisuutta sekä huolehtia ohjelmatarjonnasta myös vähemmistö- ja erityisryhmille;
6)	Edistää kulttuurien vuorovaikutusta ja ylläpitää ulkomaille suunnattua ohjelmatarjontaa
7)	Välittää asetuksella tarkemmin säädettäviä viranomaistiedotuksia ja varautua televisio- ja radiotoiminnan hoitamiseen poikkeusoloissa.

(Finlex 2002)

3 YLE PUHE

3.1 Matka Yle Peilistä Yle Puheeksi

Yle Peili perustettiin 12.10.1998. Kanava oli Ylen ja koko Suomen ensimmäinen pelkästään digitaalinen radiokanava, toisin sanoen DAB (Digital Audio Broadcasting) -kanava. Kanavaa ei pystynyt kuuntelemaan perinteistä FM-vastaanotinta käyttäen, vaan siihen tarvitsi erikseen DAB-verkossa toimivan vastaanottimen. (Mediaviikko 2005; Yle 2015a.)

Kanava ei tällöin vielä ollut puheradio, vaan sieltä tuli puheen lisäksi myös musiikkia. Se kulki nimellä Yle Peili vuoden 2002 loppuun asti, jonka jälkeen kanavaa alettiin kutsua nimellä Yle Radio Peili. Vuoden 2002 Ylen vuosikertomuksen mukaan kanavan ohjelmatarjonta vuonna 2002 jakaantui seuraavasti: kolmannes oli ajankohtaisohjelmia, neljännes asiaohjelmia, neljännes jazz-musiikkia, 15-prosenttia uutisia ja 1-prosentti opetus- ja tiedeohjelmia (Yle 2003).

Samassa vuosikertomuksessa kanavaa kuvailtiin näin:

Digitaalinen Radio Peili toimittaa parhaat palat YLE:n suomenkielisistä radion ja tv:n asiapuheohjelmista. Lisäpalveluna YLE Eduskunta –kanava ja öisin soi klassinen jazz. (Yle 2003.)

Yle Radio Peilin profiili pysyi sen historiansa aikana melko samanlaisena. Sen jatko ei kuitenkaan aina ollut erityisen turvattu. Ennen Yle Puheen aikakautta Yle Radio Peili oli jopa kahteen kertaan lakkautusuhan alla. Yle Puheen entisen kanavapäällikön Heikki Vouhelaisen mukaan ennen Yle Puhetta kanava oli kertaalleen kaatua taloudellisten syiden takia. (Tammilehto 2013, 14)

3.1.1 Kohti neljättä valtakunnallista radiokanavaa

Vuonna 2003 ohjelmatarjonta muuttui vain vähän. Vuosi oli kuitenkin tärkeä Yle Radio Peilin kannalta. Tämä johtui siitä, kun ”Yleisradiossa tehtiin uusi radiokanavien strategiapäätös, joka loi perustan neljännelle suomenkieliselle radiokanavalle” (Tammilehto 2013, 14).

Edellä mainittujen ohjelmatyyppien lisäksi kanavalle uutuuksina tulivat urheilu (4-prosenttia ohjelmatarjonnasta) ja kulttuuriohjelmat (6-prosenttia ohjelmatarjonnasta). Vuonna 2004 Yle Radio Peilillä kuultiin kanavan historian aikana eniten musiikkia, kun musiikin osuus ohjelmatarjonnasta oli jopa 27-prosenttia. Tämä oli noin 2-prosenttiyksikköä lisää verrattuna vuoteen 2003. (Yle 2004; Yle 2005.)

Vuonna 2005 Yle Radio Peili alkoi ottamaan ensimmäisiä pieniä askeleita kohti puheradiota. Musiikin osuus kanavan ohjelmatarjonnasta laski 27-prosentista 18-prosenttiin. Musiikin vähentynyt osuus korvattiin Ylen muiden tv- ja radiokanavien ohjelmistolla. Yle Radio Peilillä tapahtuneet muutokset olivat seuraavat: Asiaohjelmien määrä kasvoi seitsemällä prosentilla, tiede- ja opetusohjelmat yhdellä prosentilla ja kulttuuriohjelmat kahdella prosentilla. (Yle 2006.)

Yle Radio Peili tunnettiin Suomen ensimmäisenä DAB-verkossa toimivana kanavana. Yle päätti kuitenkin luopua DAB-lähetysistä 1.9.2015. Yle ylläpiti DAB-lähetysiä kahdeksan vuoden ajan ja tuona aikana vain muutama sata kuuntelijaa osti DAB-radion. (Mediaviikko 2005; Yle 2006.)

Ylen teknologiapäällikkö Olli Sipilä kommentoi DAB-radioista luopumista näin:

DAB oli silloin Suomessa kallis. Se ei kiinnostanut kaupallista verkkoa, Yleisöä eikä laitekauppiaita. Kokeilua ei kannattanut jatkaa (HS 2014).

Vaikka Yle luopui DAB-lähetysistä, se ei lopettanut digitaalisten radiokanavien lähetysistä. Niitä pystyi DAB:sta luopumisenkin jälkeen kuuntelemaan digi-tv:n ja internetin kautta. Yle lähetti kaikkia radiokanaviaan DAB-kanavilla, mutta vain osa kanavista kuului pelkästään DAB:nä. Näitä olivat vuonna 2005 Yle Radio Peilin lisäksi Yle FSR+, Yle World, Yle Mondo, Ylen Klassinen ja Yle Eduskunta.

DAB:sta luopumisen jälkeen Yle Radio Peiliä kuuli internetissä sekä DVB-T-jakeluna. (Yle 2006; Yle 2007.)

3.1.2 Yle Radio Peili luopuu musiikin soittamisesta

Yle Radio Peilistä tuli puheradio vuonna 2006. Vaikka kanava luopui täysin musiikista, pysyi sen ohjelmatarjonta ja funktio samana kuin ennenkin. Yle Radio Peilistä tuli ”puheradio, joka välittää uutis- ja ajankohtaisohjelmia sekä muuta asiaohjelmistoa Ylen radio- ja tv-kanavilta” (Yle 2007). Yle Radio Peilin muuttaminen puheradioksi oli iso luottamuslause Yleisradiolta itse kanavalle, mutta myös yleisesti puheradio-formaatille. Musiikista luopuminen kasvatti Yle Radio Peilin yhden lähetystunnin hintaa noin 40 eurolla, 114 eurosta 143 euroon. Myös kanavan kokonaiskustannukset kasvoivat noin 200 000 eurolla. Tämän lisäksi vuonna 2006 päätettiin, että Yle Radio Peili laajenee valtakunnalliseksi ULA-kanavaksi vuonna 2008. ULA-kanavaksi muuttaminen tarkoitti sitä, että kanava alkaisi kuulua myös perinteisissä FM-vastaanottimissa. Ideasta valtakunnallistaa kanava kuitenkin luovuttiin, mutta siitä tuli osavaltakunnallinen vuonna 2007. (Yle 2007; Yle 2008.)

Musiikista luopuminen vaikutti pakostakin kanavan ohjelmatarjontaan. Olihan kanavan ohjelmistosta vielä vuosi sitten 18-prosenttia musiikkia. Suurimman kasvun saanut lajityyppi oli ajankohtaisohjelmat. Sen määrä kanavan ohjelmatarjonnasta oli vuonna 2006 melkein kolmannes, kun vielä vuonna 2005 se oli noin seitsemännes. Kasvavia ohjelmatyyppejä olivat uutiset yhden prosentin kasvullaan, kulttuuriohjelmat kahden prosentin kasvullaan ja tiede- ja opetusohjelmat neljän prosentin kasvullaan. (Yle 2007.)

Vuonna 2007 Yle Radio Peili kanavan ohjelmatarjonnassa huomattavimpia muutoksia edelliseen vuoteen verrattuna oli kulttuuriohjelmien tarjonnan nousu jopa 13-prosentilla. Tämän lisäksi ohjelmistoon ilmestyivät ensimmäistä kertaa dokumentit, joita oli ohjelmatarjonnasta yhden prosentin verran. Asiaohjelmien määrä putosi jopa 14-prosenttia. (Yle 2008.)

3.1.3 Radio Peilin tilalle Yle Puhe

Yle Radio Peilin viimeiseksi täydeksi vuodeksi jäi vuosi 2008. Kanava vaihtoi nimensä Yle Puheeksi 1.9.2009. Kanavaa kuvattiin lähes valtakunnalliseksi radioksi, koska Radiopäällikkö Marja Keskitalon mukaan sen ”kuuluvuusalueessa oli selkeitä aukkoja esimerkiksi Etelä-Suomessa”. (Tammilehto 2013, 13; Yle 2009.)

Päätös muuttaa Yle Puhe valtakunnalliseksi kanavaksi tehtiin 7.9.2011 ja laitettiin käytäntöön 1.1.2012 (Yle 2013). Tämän lisäksi kanava koki muitakin muutoksia. Yle Radio Suomen tapahtumaurheilu siirtyi Yle Puheen alaisuuteen. Tämän lisäksi kanava sai uuden lastendraamapaikan vuonna 2012. Muutoksia vastustettiin näytävästi. Helmikuussa 2012 etenkin urheilun siirtäminen kanavalle herätti tyytymättömyyttä. Ylen uutisessa kustavilainen Kaisa Kukkola toteaa, että ”Yle Puheen uudistus on aiheuttanut erityisiä vaikeuksia muun muassa vanhuksille, vuodepotilaille sekä näkövammaisille”. (Yle 2012; Yle 2013.)

31.12.2011 perustettiin nettiadressi, jonka tavoitteena on saada urheilu pois Yle Puheen ohjelmistosta. Tällä hetkellä adressilla on 1679 allekirjoitusta ja 229 kommenttia. Viimeinen allekirjoitus on tullut 05.05.2015, joten muutos herättää joissakin ihmisissä vieläkin negatiivisia ajatuksia. (Adressit.com, 2012.)

Eräs Yle Puheen muuttuneesta ohjelmistosta tuhtunut kuuntelija kommentoi adressiin näin:

YLE Puhe oli arjen työpäivien taukojen piristäjä, sunnuntain oppimiskeskus ja vähensi turhaa telkkarin puheohjelmien sitovuutta. Urheilujutut eivät kiinnosta, urheilu on minulle yhtä turha ja yhteiskunnallisesti merkityksetön sisältö kuin YLEn uskonnonharjoitusohjelmat. Urheilu saa jo nyt kohtuuttomasti tilaa mediassa, myös YLEssä. Se ei tosiaankaan kaipaa YLEltä tätä lisäpanostusta. Antakaa YLE Puhe meille takaisin. Kiitos! (Adressit.com, 2012.)

Kanavauudistuksen aikana Yle Puheen kanavapäällikkönä toiminut Heikki Voutilainen kommentoi näin kanavauudistuksen aiheuttanutta närkästystä:

Se uskollisten joukko oli hyvin närkästynyt urheilun tulemisesta, koska niistä aika suuri osa oli niitä ihmisiä, jotka eivät suinkaan halunneet seurata urheilua. He omistivat Yle Puheen kanavana ja kokivat, että heiltä viedään se pois, kun urheilu pakkosijoitetaan sinne. (Tammilehto 2013, 17)

Radiopäällikkö Marja Keskitalon mukaan ”Radio Suomen kuuntelijoilta tuli vuosien varrella yhä enemmän kielteistä palautetta siitä, että esimerkiksi jääkiekkokierros keskeytti Radio Suomen muita ohjelmia” (Yle 2012).

Yle Puheen muuttaminen valtakunnalliseksi radiokanavaksi oli osa Yleisradion viimeisintä kanavauudistusta. Kanavauudistuksen myötä kanavan profiili muuttui. Uuden profiilin ideana oli tarjota ohjelmaa 30–45-vuotiaille. Tämä johtui siitä, että ”vanhemman väen suosiossa olevan Yle Radio 1:n ja nuorisokanava YleX:n välissä oli ikäkuoppa, jota pyrittiin kanavauudistuksella paikkaamaan” (Tammilehto 2013, 13).

3.2 Yle Puhe lukuina

Finnpanelin teettämien kansallisten radiotutkimuksien mukaan Yle Puheen päivätavoittavuus oli vuoden 2015 tammi–lokakuun aikana keskimäärin 206 600 ja hieman yli neljä prosenttia kaikista Suomen yli yhdeksän vuotta täyttäneistä. Samalla aika välillä viikkotavoittavuus oli noin 558 000 ja 11-prosenttia yli yhdeksän vuotta täyttäneistä. Tämä on Ylen neljästä valtakunnallisesta radiokanavasta vähiten. Yle Radio Suomi on ylivoimaisesti isoin 1 203 000 päivätavoittavuudellaan. Toiseksi isoimpana on Yle Radio 1 432 000 päivätavoittavuudellaan. Kolmantena on YleX 270 000 päivätavoittavuudellaan. Kokonaisuudessaan Yleisradion radiokanavat keräsivät noin 1 950 000 päivätavoittavuuden kun kaupalliset radiokanavat saivat 2 431 000. (Finnpanel 2015.)

Kansallisen radiotutkimuksen mukaan Yle Puhe keräsi vuoden 2015 tammi–lokakuun aikana Suomen 35–44-vuotiaista noin 3%. Kyseisen ikäjakauman parhaiten tavoittaa Radio SuomiPOP 18-prosentilla, Yle Radio Suomi 11-prosentilla ja Radio Rock 11-prosentilla. (Finnpanel 2015.)

Finnpanelin Ylelle tekemän kansallisen radiotutkimuksen erikoisraportti kertoo Ylen radion top-10-tunnit vuonna 2014. Yle Puheen suurimman keskikuuntelijamäärän per tunti sai torstaisin klo 13–14 tuleva Ali & Husu. Se tavoitti noin 33 000

kuuntelijan keskiarvon vuoden 2014 aikana. Samoissa lukemissa on Puheen päivän/Politiikkaradion jakama tunti, eli joka arkipäivä klo 12–13. Tämä tunti keräsi myös noin 33 000 kuuntelijan keskiarvon. Näiden kahden tunnin lisäksi Yle Puheen top-10-tunnit 2014 listalle pääsivät Puheen Iltapäivä, Lauantain urheiluilta, Lindgren ja Sihvonen, Perttu Häkkinen, Ke 13–14 (Pääskysaari/Alizad/Docventures/Noronen&Kivelä), Torstain urheiluilta ja Puheen aamu. Nämä oli ilmoitettu kuuntelijamäärän mukaan suurimmasta pienempään (Moisala ym. 2015, 8). Nämä luvut ovat siis otettu koko vuoden ajalta. Kaikki ohjelmat eivät pyöri ympäri vuotta radiossa, vaan kanavalla tulee eri ohjelmia esimerkiksi kesäisin. Ali & Husu-ohjelmalla on ollut vuonna 2014 keskimäärin 46 000 yli 9-vuotiasta kuuntelijaa. (Yle 2014)

3.3 Yle Puheen ohjelmisto

Yle Puhe tuottaa lähtökohtaisesti suoraa ohjelmaa joka arkipäivä 06.30–21.00. Päivä alkaa aina Puheen Aamulla. Sen lähetysaika on joka arkiamu klo 6.30–10.00. Puheen Aamua juontavat Juuso Pekkinen ja Silja Raunio. Tuottajana toimii Jani Kortti. He ”kertovat millaiseen päivään heräät. Kiinnostavia vieraita ja tarinoita sekä uutisia puolen tunnin välein”. (Yle Puhe 2015a.)

Puheen Aamun jälkeen vuorossa on Puheen Päivä, jonka lähetysaika on joka arkipäivä klo 10.00–12.30. Puheen Päivää juontavat Jarmo Laitaneva ja Linda Vettanen ja ohjelmaa tuottaa Heidi Laaksonen. Puheen Päivä ”paketoit ajankohdattaiset ja yhteiskunnallisesti tärkeimmät jutut” (Yle Puhe 2015a). Puheen päivässä käytetään oman materiaalin lisäksi paljon muita Ylellä tuotettuja keskusteluohjelmia, kuten Arvassalo ry. ja Jälkiviisaat. Puheen Päivässä järjestetään myös pari kertaa kuukaudessa erikoisohjelmia, jotka kulkevat tietyn aihepiirin ympärillä. Näistä toimivat esimerkiksi mielenterveyteen liittyvä Lanttulataamo sekä maailmaa miesten perspektiivistä tutkaileva Miesten tunti. Miesten tuntia kerran kuukaudessa juontaa ja tuottaa Jarmo Laitaneva. Lanttulataamo on Heidi Laaksonen toimittama (Yle Puhe 2015a).

Joka arkipäivä klo 12.30–13.00 tulee Poliitikkaradio. Sitä juontavat vuorotellen Tapio Pajunen ja Sakari Sirkkanen. Poliitikkaradiota kuvataan näin: ”Poliitikkaa on kaikkialla, ja politiikka on meidän kaikkien asia. Poliitikkaradio on myös ohjelma yhteiskunnasta, sen kiinnostavista ilmiöistä ja ihmisistä meillä ja maailmalla” (Yle Puhe 2015a).

Puheen Iltapäivä tulee joka arkipäivä klo 14.00–17.00. Sitä juontavat Hanna Kinnunen ja Tiina Lundberg. Tätä osiota tuottaa Mia Krause. Iltapäivä on lifestyle painotteinen lähetys. Iltapäivä kuvaakin itseään näin: ”Elämässä on hyvä olla rytmi. Oikea rytmi helpottaa elämää ja auttaa hyvän arjen rakentamisessa. Keskeytä olennaiseen, mutta anna tilaa myös pikkuseikoille. Velvollisuuksien taakkaa keventävät pienet nautinnot. Hetkeen tarttuminen ei ole syntiä. Ja vaikka olisikin, se on sallittua” (Yle Puhe 2015a).

Nämä yllämainitut osiot ovat samat joka arkipäivä. Kuitenkin joka arkipäivä tulee klo 13.00–14.00 erikseen tuotettua ohjelmaa, joka on jokaisena arkipäivänä eri ohjelma. Näistä monia kausia kestäneet ovat Perttu Häkkinen, Ali & Husu ja Lindgren & Sihvonen.

Perttu Häkkinen -ohjelma on saanut hyviä arvosteluja ja tunnustuksia. 19.3.2015 Perttu Häkkinen sai Koulutusrahasto KOURAn kunniamaininnan ”Viikoittaiset asiaohjelmat” -sarjassa. Ohjelma sai kunniamaininnan näillä perusteilla: ”Tässä ohjelmassa ei pelätä tarttua marginaaleihin. Siinä on asennetta, se ei kumartele eikä viisastele, vaan puhuu haastateltavien kanssa silmiin katsoen. Ohjelman antama kuva arjesta ei ehkä ole kaunis, mutta se on tosi. Toimittaja tiimeineen tekee poikkeuksellista journalismia suomalaisesta yhteiskunnasta juuri nyt” (Yle Puhe 2015a; Yle Puhe 2015b).

Ali & Husua juontavat iranilaistaustainen stand up -koomikko Ali Jahangiri ja Somaliassa syntynyt Abdirahim Hussein. Tässä ohjelmassa ”suorapuheinen kakkikko tarkastelee suomalaista yhteiskuntaa ja ilmiöitä maahanmuuttajien näkökulmasta” (Yle Puhe 2015a). Tämä ohjelma on Perttu Häkkisen tavoin kerännyt kiitosta ja kunniaa. Ohjelma sai vuonna 2014 Etnisten suhteiden neuvottelukunnan myöntämän ”Vuoden asenteellisin mediateko 2014” -palkinnon. Tämän lisäksi Husulle on myönnetty henkilökohtainen Suomen PENin sananvapauspalkinto. Perusteluita tälle palkinnolle oli se, että hän on tuonut mediassa ja politiikassa esiin oman, persoonallisen äänensä ja korostanut, että maahanmuuttajat tai kantasuomalaiset, somalialaiset tai suomenruotsalaiset eivät ole yhdestä puusta veistettyjä ryhmiä. (Yle Puhe 2015c.)

Perjantaisin kello 13.00 slotissa on vuorossa kokeellinen urheiluohjelma Lindgren & Sihvonen. Ohjelmaa vetävät jalkapallofani ja ihmisoikeusaktivisti Tommy Lindgren ja tunnettu jääkiekkoanalytikko Petteri Sihvonen. He ”ottavat selvää ja purkavat urheilun ajankohtaisia taustavaikuttimia, motiiveja sekä yhteiskunnallisia ulottuvuuksia” (Yle Puhe 2015a).

Tämän lisäksi joka arki-ilta klo 17.00–18.00 tulee Mikko Jylhän toimittama Päivä Tunnissa –lähetys, joka summaa päivän kuumimmat puheenaiheet ja uutiset (Yle Puhe 2015a).

Joka arki-ilta lähetetään myös Urheiluilta, joka alkaa arkisin klo 18.00. Sen sisältö vaihtelee päivittäin. Useimmiten ne ovat eri urheilutapahtumista lähetettäviä suoraa urheiluselostuksia. Jos kyseisenä päivänä ei ole mitään suoraa urheilutapahtumaa, lähetys on yleensä kahden tunnin keskusteluohjelma jostain huippu-urheiluun liittyvästä aiheesta. Urheiluiltojen juontajat vaihtelevat. Yleensä ne ovat Yle Urheilun toimittajia tai Yle Puheen puolelta Jere Pehkonen. Urheiluiltoja tuottaa Janne Nieminen. (Yle Puhe 2015a.)

4 KYSELYN TOTEUTTAMINEN

Minulla oli kaksi tavoitetta lähtiessäni toteuttamaan kyselyä. Ensimmäinen oli yksinkertaisesti saada kyselyyn mahdollisimman monta kohderyhmään kuuluvaa vastaajaa. Toinen tavoite ja oikeastaan koko tutkimuksen päätavoite oli saada tietää, minkälaisia aiheisältöjä Yle Puheen kohderyhmäläiset pitävät tärkeinä ja kuinka kiinnostavia ne vastaajien mielestä ovat. Tämän lisäksi kaikille vastaajille esitettiin Yleisiä kysymyksiä siitä, mitä Yle Puheella tehdään oikein, mitä kanavasta ajatellaan ja mikä tekisi kanavasta paremman.

Kysely toteutettiin käyttämällä Webpolsurveys.com-sivustoa, jonka avulla kyetään tekemään, julkaisemaan ja analysoimaan kyselyitä. Kyselyn toteuttamisessa ja kyselylomakkeen tekemisessä minua auttoi Yleisradion yleisötutkija Outi Roivainen. Päädyimme tekemään kyselyn nettikyselyinä, koska paperisten kyselylomakkeiden lähettäminen ja tulosten analysointi olisi ollut paljon vaikeampaa verrattaessa nettikyselyyn.

Kyselyn vastausvaihtoehdot ja joidenkin kysymyksien rajaaminen vain kohderyhmälle tehtiin yhteisenä päätöksenä Yle Puheen vastaavan tuottajan Olli Juneksen ja ohjelmapäällikön Jonna Fermin kanssa. Kohderyhmälle esitetyssä ”Kuina tärkeitä seuraavat asiat ovat sinulle elämässäsi?” jätimme kohdan ”ihmissuhteet/soσιαalinen elämä”- pois, koska sen voi olettaa olevan jokaiselle vastaajalle erittäin tärkeä. Lisäsimme sen kuitenkin kysymykseen ”Kuinka kiinnostavina koet seuraavat aihealueet”.

Kysely oli julkisena 14.10–26.10., eli tarkalleen ottaen 12 päivää. Kysely oli esillä Yle Puheen kotisivujen oikealla puolella sijaitsevassa ”Ajankohtaista”-palkissa, joten se sai runsaasti näkyvyyttä. Tämän lisäksi Yle Puhe mainosti kyselyä Facebook-sivuillaan, jolla on yli 18 000 seuraajaa. Itse mainostin kyselyä kerran omilla henkilökohtaisilla Facebook-tunnuksilla. Tämän lisäksi Facebook-ystäväni innostuivat jakamaan kyselyä erittäin paljon.

Tämän lisäksi twiittasin tuon 12 päivän aikana joka toinen päivä mainostaen kyselyä. Myös Twitterin puolella Yle Puhe ja jotkut muutkin Twitterin-käyttäjät uudelleentwiittasivat kyselyä. Joten kyselyä mainostettiin sosiaalisessa mediassa erittäin ahkerasti 12 päivän aikana. Tämä toi kyselylleni paljon näkyvyyttä ja vastaajia. Vastaajajoukko muodostui heterogeeniseksi.

5 TUTKIMUSTULOKSET

5.1 Vastaajien taustatietojen analysointi

Kyselyyn vastasi kokonaisuudessaan 256 henkilöä. Vastauksia kertyi myös mu-kavasti ympäri koko Suomea, joten kyselyssä tuli olemaan myös ison vastaaja-määrän lisäksi myös laaja otanta ympäri koko Suomea. Suurin osa vastaajista asui pääkaupunkiseudulla. Tämän jälkeen eniten kyselyyn vastatattiin muista Suomen kaupungeista (pl. Turku, Tampere, Oulu, Lahti, Jyväskylä, Kuopio ja Pori).

Sukupuolijakauma oli erittäin tasainen. Kyselyyn vastanneita miehiä oli 15 enem-män kuin naisia. Kolme henkilöä ei halunnut kertoa sukupuoltaan. Tasainen su-kupuolijakauma muodostaa myös todenmukaisemmat vastaukset esimerkiksi ka-navan sisältöön liittyviin aiheisiin. Jos miesvastaajia olisi ollut selvä enemmistö, esimerkiksi muoti olisi saanut enemmän ”ei tärkeä – ei yhtään tärkeä” -vastauksia kuin nyt. Naisennemistö puolestaan olisi antanut vähemmän ”erittäin tärkeä – jonkin verran tärkeä” -vastauksia esimerkiksi videopelit ja penkkiurheilu kohtiin.

Ikäjakauma oli myös erittäin tasapuolinen. Suurin ryhmä oli kanavan kohde-ryhmä, eli 30–40-vuotiaat. Heitä vastanneista oli 109 kappaletta, joka on prosen-teissa 42,58%. Eli hieman alle puolet vastaajista olivat kohderyhmään kuuluvia. Tämä on erittäin hyvä asia kanavan kannalta, koska tämä osoittaa kohderyhmän olevan kiinnostunut kanavasta ja sen tuottamasta ohjelmasta. Yli sadan kohde-ryhmään kuuluvan vastaajan otanta on mielestäni jo riittävä siihen, että tämän kyselyn vastauksia voidaan suhteuttaa myös muihinkin 30–40-vuotiaisiin. Kohde-ryhmän jälkeen eniten vastaajia oli 45–59-vuotiaista ja 15-29-vuotiaista.

Kaikista kyselyyn vastanneista vain kymmenen henkilöä kertoi kuuntelevansa ra-diota harvemmin kuin viikoittain. Suurin osa vastanneista kuunteli radiota päivit-täin. Päivittäin radiota kuuntelivat kaikkien vastanneiden kesken 194 henkilöä. Ikäryhmistä eniten radiota päivittäin kuuntelivat +60 -ikäryhmään kuuluvat, sillä heistä noin 90-prosenttia kuunteli radiota päivittäin. Ikäryhmiin 30v–44v ja 45v–

59v kuuluneista vastaajista päivittäin radiota kuunteli noin 70–80-prosenttia. 15v–29v ikäryhmän vastaajista päivittäin radiota kuunteli noin 60-prosenttia.

Suosituimpia radiokanavia kyselyyn vastanneiden kesken olivat Yle Puhe, Yle Radio Suomi ja Yle Radio 1. Kaupalliset kanavat saivat myös kannatusta. Suosituimpina kaupallisista radioista olivat Radio Rock, Radio Suomipop ja Radio Nova. Valmiiden vastausvaihtoehtojen ulkopuolelta eniten kannatusta saivat kanavat kuten Radio Vega, Radio Dei ja Yle Klassinen.

Kyselyyn vastanneiden 30v–44v, eli Yle Puheen kohderyhmään, kuuluvien suosituimpia kanavia olivat Yle Puhe ja Yle Radio Suomi. Näiden kahden jälkeen sijoilla 3.-5. ovat seuraavat kanavat, Yle Radio 1, Radio Rock ja Radio Suomipop. Radio 1:n ja Radio Suomipopin välissä eroa oli vain kaksi vastaajaa. Yle Puhe ja muut Yleisradion suomenkieliset radiokanavat olivat erittäin suosittuja vastanneiden kesken.

Tähän tietoon tulee suhtautua hienoisella varauksella, koska kysely toteutettiin Yle Puheen kotisivuilla. Jos kysely olisi toteutettu muualla, eivät erot olisi olleet aivan näin suuria Yleisradion ja kaupallisten radiokanavien välillä. Finnpanelin teettämän kansallisen radiotutkimuksen mukaan Yle Puhe sai 35–44-vuotiaista radionkuuntelijoista noin kolmen prosentin osuuden vuoden 2015 tammi–lokakuun aikana, kun yhteen lasketaan kaikkien radiokanavien saama kuunteluosuus. Yle Puheen ohi menivät esimerkiksi Radio Suomipop, Radio Rock, Radio Nova ja Yle Radio Suomi. (Finnpanel 2015.)

Yli puolet kaikista vastanneista kuuntelivat kanavaa päivittäin. Kohderyhmästä melkein 60-prosenttia kuunteli kanavaa päivittäin.

5.2 Kohderyhmän mielipiteet

5.3.1 Mitkä aiheet ovat tärkeitä?

Kohderyhmään kuuluneiden vastaajien mielipidettä tärkeistä asioista selvitettiin matriisitaulukolla. Mitä pienempi kohdan keskiarvo on, sitä tärkeämmäksi tai kiinnostavammaksi aihe on arvioitu vastaajien mielestä.

Kyselyn perusteella tärkeimpiä aiheita kohderyhmäläisille ovat politiikka, talous ja uusi teknologia. Nämä kaikki saivat alle kahden keskiarvon. Näiden jälkeen tärkeimpiä aiheita olivat musiikki, kirjallisuus ja liikuntaharrastukset. Nämä vaihtoehdot pääsivät alle 2.20 keskiarvon.

Kyselyyn vastanneiden kohderyhmään kuuluvien mielestä tärkeimpiä aiheita ovatkin juuri ne, jonka tyylistä ohjelmaa Yle Puheella paljon tuotetaan. Vuonna 2014 Yle Puheen toiseksi kuunnelluin tunti olikin Puheen Päivän ja Poliitikkaradion yhteinen klo 12.00–13.00. Erityisesti Poliitikkaradio, mutta myös Puheen Päivä käsittelee kuumimpia yhteiskunnallisia puheenaiheita. Poliitikkaradio keskittyykin nimensä veroisesti politiikkaan ja yhteiskuntaan. Puheen Päivässä käsitellään myös näitä aiheita, mutta laajemmalla repertuaarilla. Koenkin Puheen Päivän keskittyvän yhteiskunnallisiin aiheisiin, kun Poliitikkaradio keskittyy tiukasti talouteen ja politiikkaan. (Moisala ym. 2015, 8.)

Kolmanneksi tärkeimmäksi aiheeksi tuli uusi teknologia. Uuteen teknologiaan voidaan sijoittaa melkein mitä vaan uusista terveydenhuollon laitteistoista, tietokoneisiin ja aurinkokennoihin. Ajattelen myös aiheiden ”yhteiskunta” ja ”uusi teknologia” hieman risteytyvän. Jos esimerkiksi ajatellaan uutista, jossa kerrotaan suomalaisen teknologiafirman kehittäneen uuden erittäin pitkäkestoisen, ympäristöystävällisen ja älypuhelinmarkkinat mullistavan älypuhelimien akun, koskettaa tämä uutinen niin suomalaista taloutta ja työllisyyttä, globaalia luonnonsuojelua sekä uutta teknologiaa. Nämä kaikki edellä mainitut asiat ovat kytköksissä termiin yhteiskunta. Täten koen vastausvaihtoehtojen yhteiskunta ja uusi teknologia kokevan vastauksissa osittaista yhdentymistä. Kun kohderyhmä pitää näitä

asioita tärkeinä, analysoisin heidän olevan perillä yhteiskunnallisista asioista, maailmaa seuraavia ja valveutuneita henkilöitä.

Koen, että vastaajat ovat myös ajatelleet sosiaalisen median olevan kytköksissä uuteen teknologiaan. Sosiaalinen media sai myös melko korkean, 2.20, keskiarvon. Koska sosiaalista mediaa ei voi käyttää ilman uutta teknologiaa, koen sosiaalisen median ja uuden teknologian tulosten hieman yhdentyvän.

Sosiaalista mediaa käytetään paljon älypuhelimilla. Internetin käyttö on yleisempää kännykällä ja tietokoneella. Sosiaalisen median palveluita, kuten Facebookia, Instagramia ja Twitteriä, käytetään pääasiassa puhelimella. (Grapevine Media Oy 2014, 8-9; Matikainen & Villi 2013, 14.)

Sosiaalisen median tärkeys kohderyhmälle on oiva asia, sillä sen kautta perinteiset mediat tulevat tavoittamaan koko ajan yhä enemmän ihmisiä. Sosiaalisen median yleistymisen ja kehittymisen takia tulee medioiden keskittyä kehittämään omaa toimintaa sosiaalisen median palveluissa.

Kyselytutkimuksen perusteella kohderyhmään kuuluville myös kirjallisuus on tärkeä aihe. Yle Puheella käsitellään kirjallisuutta säännöllisin väliajoin. Esimerkiksi kesällä 2015 Puheen Päivässä esitettiin Yle Radio 1:sen ohjelmaa ”Eeva Luotosen kirjahistoria”. Tämän lisäksi eri ohjelmissa on usein vieraina kirjailijoita tai sellaisen kirjoittanut henkilö. Esimerkiksi lokakuussa Yle Puheella haastateltiin Latinomakuja-keittokirjan kirjoittaneita Kira Weckmania ja Michel Garzonea, kuten myös sarjakuvataiteilija Pertti Jarlaa.

Myös musiikki on aihealue, jota kohderyhmään kuuluvat pitävät tärkeänä. Yle Puheella ei tietenkään musiikkia soiteta, mutta se ei tarkoita sitä, ettei kanavalla käsiteltäisi mitenkään musiikkia. Usein esimerkiksi Puheen Aamussa haastattelussa on ajankohtaisia artisteja tai bändien jäseniä. Esimerkiksi lokakuussa haastattelussa olivat Radion Sinfoniaorkesterin ylikapellimestari Hannu Lintu ja 1990-luvulla vaikuttaneen Aikakoneen Saija ”Sani” Aartela ja Alex Ojasti. Tämän lisäksi kanavalla on ollut artisteja juontajina. Viimeisimpänä esimerkkinä toimii kesällä ohjelmaa juontanut rap-artisti Asa. Joten vaikka kanava onkin puheradio, voidaan siellä siltikin tuottaa paljon musiikkiaiheista sisältöä.

Myös liikuntaharrastukset ovat tärkeitä kyselyyn vastanneille 30–44-vuotiaille. Kuitenkin vastausvaihtoehto penkkiurheilu oli yksi huonoiten menestynyt vastauskohde kyselyssä. Tämä kertoo siitä, että iso osa vastanneista ei piittaa erityisen paljon urheilun seuraamisesta, mutta kokevat liikunnallisuuden olevan tärkeä osa elämää oman terveyden kannalta. Yle Puheella tulee torstaisin klo 16 Mikko ”Peltsi” Peltolan ohjelma, jota kuvaillaan näin:

”Asiaa kuntourheilusta ja liikunnallisen elämäntavan piiristä. Ohjelma liputtaa liikumisen puolesta, mutta ilmeisimmät käsitykset ja totuudet haastaen” (Yle Puhe 2015).

Kyselyn tulosten perusteella tämä Peltsin ohjelma pyörii erityisesti kohderyhmää kiinnostavan aihepiirin ympärillä.

5.3.2 Vähemmän tärkeät aiheet

Vähiten tärkeimpinä aiheina tuloksista erottautuivat muoti ja videopelit. Nämä olivat ainoat aiheet, jotka ylittivät yli 3.00 keskiarvon. Kolmanneksi suurimman keskiarvon sai penkkiurheilu 2.89 keskiarvolla.

Muoti sai vastausvaihtoehtoista vähiten ”erittäin tärkeä” vastauksia. Tässä vastausvaihtoehdossa pitää ottaa huomioon sukupuoli-ikäkauma. Kohderyhmään kuuluvien miesten vastausten keskiarvo muodille oli 3.26, kun taas naisten vastausten keskiarvo oli 2.67. Kumpikaan keskiarvo ei ole vastausten kärkikaartia, mutta tämä kuitenkin kertoo siitä, että kohderyhmään kuuluvat naiset kokevat muodin olevan heille jonkin verran tärkeä aihe.

Vastausvaihtoehto videopelit saivat kyselyssä toiseksi huonoimman keskiarvon, joka oli tasan 3.00. Isoin videopelejä kuluttava väestöryhmä on noin 35–44-vuotiaat miehet, joten videopeleissä olisi mahdollista potentiaalia olla toimiva ja yleisöä kiinnostava aihealue Yle Puheen kuuntelijoille etenkin tulevaisuudessa. Vuonna 2012 suomalaisista 16–64-vuotiaista jopa 60% oli pelannut videopelejä viimeisen 12 kuukauden aikana. Kohderyhmään kuuluvista videopelejä pelanneiden osuus oli suurimpia. 35–44-vuotiaista miehistä noin 14-prosenttia ja naisista noin 10% oli pelannut videopelejä viimeisen vuoden aikana. Videopelien heikko

menestys kyselyssä johtuu siitä, ettei niitä koeta erittäin tärkeäksi aihealueeksi kuten politiikkaa vaan enemmänkin kiinnostavaksi tavaksi viettää vapaa-aikaa (ISFE 2012, 7).

Penkkiurheilu sai kyselyssä kolmanneksi huonoimman keskiarvon. Uskon sillä olevan hieman samanlainen tilanne videopelien kanssa, eli sitä ei koetan samalla tavalla tärkeäksi kuin esimerkiksi politiikkaa ja taloutta. Kun vertaillaan naisten ja miesten antamia vastauksia huomataan se, että miehet kokevat penkkiurheilun tärkeämmäksi kuin naiset. Miesten vastauksissa keskiarvoksi tuli 2.71, kun naiset antoivat keskiarvoksi 3.21. Penkkiurheilua ei yleisesti koeta erityisen tärkeäksi aiheeksi kummankaan sukupuolen mielestä.

5.3 Aihealueiden kiinnostavuus

5.3.1 Mitkä aiheet kiinnostavat?

Kiinnostavimmiksi aiheiksi vastausten perusteella koetaan vaihtoehdot ”politiikka” ja ”hyvinvointi ja liikunta”. Nämä pääsivät alle 2.00 keskiarvoon. Parhaimman yli 2.00 keskiarvon saanut vastausvaihtoehto oli ”ihmissuhteet/sosiaalinen elämä” 2,06 keskiarvolla.

Politiikka on kohderyhmän mielestä ylivoimaisesti kiinnostavin aihealue, sillä noin puolet kaikista vastanneista koki sen olevan erittäin kiinnostava aihealue. Sen keskiarvoksi tuli 1.77. Tämä osoittaa sen, että Yle Puheella erityisesti politiikkaa käsittelevät ohjelmat, kuten Poliittikkaradio ja Puheen Päivä, ovat kohderyhmälle kiinnostavaa ohjelmistoa. Myös osittain politiikkaan kytköksissä oleva aihealue ”henkilökohtainen talous” oli kiinnostavimpien aiheiden joukossa 2,18 keskiarvolla. Tämä kertoo siitä, että kohderyhmä kokee sekä tärkeäksi, että kiinnostavaksi tiukasti yhteiskuntaan liitoksissa olevat aiheet kuten politiikka ja talous.

Toiseksi kiinnostavimpana aihealueena koettiin olevan ”hyvinvointi ja liikunta” ja se sai 1.98 keskiarvon. Edellisessä osiossa mainittu liikuntaharrastukset koettiin tärkeäksi, joten ihmiset kokevat tärkeiksi ja kiinnostaviksi omaan terveyteen ja hyvinvointiin kuuluvia aihealueita.

Kolmanneksi kiinnostavimmaksi aihealueeksi osoittautui ”ihmissuhteet/sosiaalinen elämä” 2.06 keskiarvolla. Hieman sitä huonommin, mutta kuitenkin kärkipäähän sijoittautui ”uusi teknologia ja sosiaalinen elämä verkossa” 2.09 keskiarvolla. Tämä kertoo siitä, että sosiaalisuus ja sosiaaliset suhteet ovat vastanneille erittäin tärkeitä ja mielekkäitä aihealueita. Sosiaalinen kanssakäyminen sosiaalisen median eri välineissä lisääntyy jatkuvasti, sillä tutkimuksen mukaan esimerkiksi yli 90-prosenttia kertoo käyttävänsä facebookia päivittäin ja pitävänsä yhteyttä kavereihinsa sen välityksellä. (Grapevine 2014, s.7-10.)

5.4.2 Mitkä aiheet olivat vähemmän kiinnostavia?

Vähiten kiinnostusta kohderyhmäläisissä herätti molemmat urheilukategoriat. Selostukset saivat keskiarvoksi 2.97 ja keskustelut 2.74. Tämän jälkeen vähiten kiinnostivat aihealueet ruokakulttuuri 2.49 keskiarvolla ja matkailu 2.34 keskiarvolla.

Jos hyvinvointi ja liikunta koettiin mielenkiintoiseksi, koettiin ns. penkkiurheilijalle suunnatut aihealueet vähiten kiinnostavimmiksi aihealueet. Urheilukeskustelut koettiin hieman kiinnostavammaksi kuin urheiluselostukset. Yle Puheella tapahtumaurheiluohjelmat ja pidemmät, syvällisemmät keskusteluohjelmat ovat paljon esillä. Kanavalla esitetään kaikki Ylen radiossa olevat tapahtumaurheiluselostukset. Näistä esimerkkeinä toimivat kiekko- ja jalkapallokierrokset. Tämän lisäksi, jos illalla ei ole mitään tapahtumaurheilua, tulee kanavalta pidempiä Urheiluiltoja, joissa keskustellaan eri urheiluliigoista ja urheilun taustailmiöistä.

Ruokakulttuuri koettiin olevan myös vähemmän kiinnostava aihealue. Aihe ei ole aivan niin yleinen kanavalla kuin esimerkiksi urheilu, mutta ruokakulttuuriakin kanavalla käsitellään. Esimerkiksi Puheen Iltapäivässä on syksyllä 2015 ollut ohjelmaosio nimeltä ”Ruokatreffit”, jossa ”Tiina Lundberg tapaa kiinnostavia ihmisiä ja etsii innostavia reseptejä arkeen ja juhlaan”. Ohjelmassa myös ”tutkaillaan ruokatrendejä ja haetaan herkkuruokia” (Yle Puhe 2015). Tämän lisäksi muissa ohjelmissa vieraina saattavat olla esimerkiksi keittokirjan julkaissut kokki tai muita ruokakulttuuriin vaikuttavia henkilöitä.

Huomioitavaa tässä osiossa on se, että kaikki aihealueet saivat keskiarvoksi korkeintaan 2.97. Tämä tarkoittaa sitä, että jokainen aihealue sai enemmistön kahden positiiviseen sarakkeeseen.

5.4 Millaisena Yle Puhe koetaan?

Kyselylomakkeen kuudennessa kohdassa kohderyhmältä kysyttiin, kuinka paikansa pitäviä tietyt termit Yle Puheen kohdalla oikein ovat. Tämän perusteella pystytään päätellä, minkälaisena kyselyyn vastanneet kohderyhmään kuuluneet henkilöt pitävät Yle Puhetta.

Eniten positiivisia ääniä saivat termit ”sivistävä”, ”laadukas” ja ”ajassa kiinni”. Näistä parhaiten menestyi sivistävä 1.37 keskiarvolla, kun ”laadukas” ja ”ajassa kiinni” saivat 1.6 ja 1.61.

Kohderyhmä kokee kanavan ohjelmiston olevan opettavaista ja sivistävää. Tämän voi mielestäni yhdistää esimerkiksi siihen, kun kohderyhmäläiset pitivät kiinnostavimpina aihealueina esimerkiksi politiikkaa ja taloutta. Kanavalla tulee erittäin paljon näihin aihealueisiin liittyvää ja aiheen syvissä vesissä käyvää ohjelmistoa, joka tarjoaa aiheista tietävällekin uutta tietoa. Tämän lisäksi kanavalla on monia pidempiä ja syvällisempiä ohjelmia, joissa käsitellään harvinaisempia puheenaiheita. Tällaisesta hyvänä esimerkkinä toimii Perttu Häkkisen ohjelma.

Kohderyhmä kokee myös kanavan olevan erittäin ajankohtainen ja laadukas. Tämä on kanavalle erittäin positiivinen asia. Termiin ”laadukas” voidaan yhdistää monia positiivisia asiaviitteitä, joten tämä tarkoittaa kohderyhmän kanavan sisällön ja ohjelmiston olevan kokonaisuudessaan miellyttävää ja positiivista.

Suurimmat keskiarvot tässä osiossa saivat termit ”vanhanaikainen”, ”trendikäs” ja ”nuorekas”. Vanhanaikainen sai 3.24 keskiarvon, trendikäs 2.7 ja nuorekas 2.62. Tämä tarkoittaa sitä, että nämä väitteet osuvat huonoiten yhteen Yle Puheen kanssa.

Termi ”vanhanaikainen” voidaan käsittää termin ”ajankohtainen” vastakohtaksi. Termit ”trendikäs” ja ”nuorekas” voidaan käsittää aika saman sisältöisiksi. Kanavan kohderyhmänä toimivat 30–45-vuotiaat, joten kanavalla ei ole tarkoitus olla nuorisokanava. Uskon, että vastaajat yhdistävät trendikkään juuri pääasiassa nuorten keskuudessa tärkeisiin ja kiinnostaviin aiheisiin ja asioihin.

Huomioitavaa on, että vastausten perusteella kanavaa ei koeta liikaa vanhoille tai nuorille suunnatuksi. Tästä voidaan päätellä kanavan sisällön olevan samoilla linjoilla kohderyhmän mieltymysten kanssa.

Tämän lisäksi on huomioitavaa se, että vastausvaihtoehto ”aktiivinen verkossa” sai paljon ”en osaa sanoa”-vastauksia. Tämä tarkoittaa sitä, että osalla kohderyhmästä ei ole mielipidettä sille, minkälaista sisältöä kanava tuottaa internetissä.

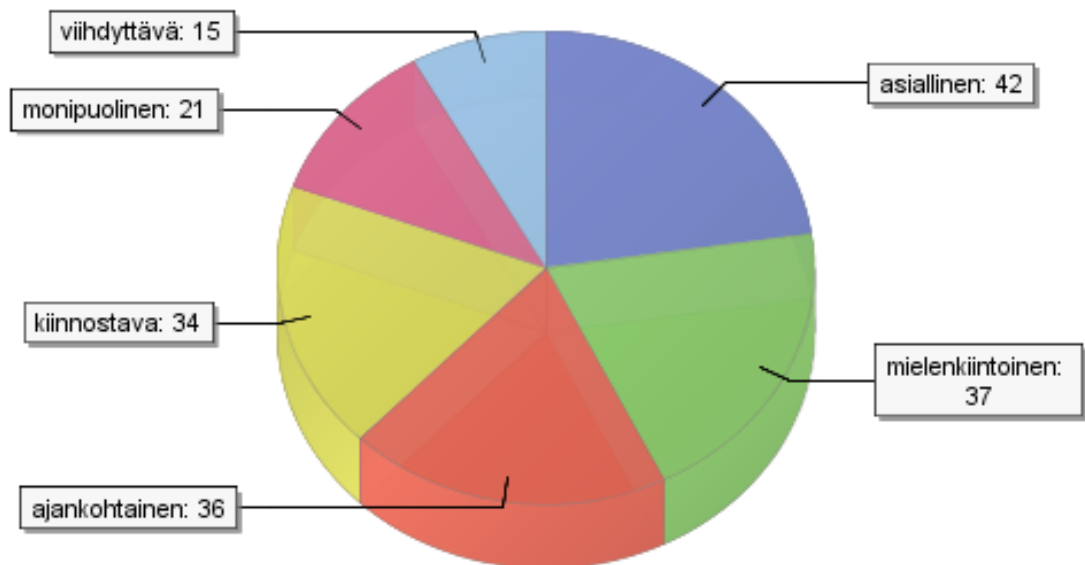
Kanavalle yksi tulevaisuuden avainasioista on sisällön tuottaminen verkkoon ja se, että kohderyhmä löytäisi ne. Kanava myös pohtii, miten se voisi parhaimpansa mukaan pysyä relevanttina yleisölle. Tämän lisäksi he pohtivat, miten sisällön jako verkossa tulisi toteuttaa. Vastausten perusteella kohderyhmä ei ole ihan vielä sinut kanavan verkossa tuotetun ja jaetun sisällön kanssa, eivätkä he ole sitä vielä kunnolla löytäneet. (Ferm J. 2015.)

Keskiarvo ”aktiivinen verkossa” sarakkeelle on 2.34. Se on hyvä keskiarvo, mutta se muuttuisi johonkin suuntaan, jos EOS-vastauksia ei olisi näin paljon. Tämä on huomioitava tätä saraketta arvioidessa.

5.5 Kaikille suunnatun osion vastaukset

5.5.1 Miten kuvailisit Yle Puhetta kolmella sanalla?

Tämä osio oli vastaajille vapaaehtoinen. Vastauksia tähän tuli 202 kappaletta, joten kaikista kyselyyn vastanneista 54 henkilöä jätti vastaamatta seuraavaan osioon. Seuraava diagrammi esittää kuusi yleisintä sanaa, jotka esiintyivät osion vastauksissa. Tätä diagrammia katsellessa tulee ottaa huomioon se, että se huomioi yhteenlaskussa vain samassa kirjoitusasussa olevat sanat. Joten tuloksissa ei esimerkiksi yhdistetä sanoja ”asiapitoinen” ja ”asiallinen”.



Kanavan johto kuvaa Yle Puhetta esimerkiksi seuraavilla sanoilla: ”monipuolinen”, ”rohkea”, ja ”ennakkoluuloton” (Ferm J. 2015).

Suosituimmaksi yksittäiseksi sanaksi osoittautui ”asiallinen”. Tämän lisäksi asialliseen yhdistettävä ”asiapitoinen” esiintyi vastauksissa seitsemään otteeseen. Kuitenkin sanat ”kiinnostava” ja ”mielenkiintoinen” tarkoittavat samaa asiaa, joten niiden lukumäärät yhdistäessä ”mielenkiintoinen/kiinnostava”-sanaparista tulee osion suosituin sana 71:n vastauksen turvin.

Diagrammia katsellessa huomio kiinnittyy siihen, että kaikki yleisimmät sanat ovat positiivisia. Osa näistä sanoista ovat vielä sellaisia, jollaiseksi kanava itseään luonnehtii. Joten suurin osa vastaajista kuvailisi kanavaa positiivisin termein.

Negatiivisia vastauksia kuitenkin mahtuu mukaan. Yleisimmät negatiiviset ilmaukset kanavaa kohtaan ovat ”ärsyttävä” ja ”tylsä”. Ärsyttävä esiintyi kolmeen kertaan ja näistä kerran se oli lisätty laatikkoon kuvaamaan toista aihetta. ”Tylsä” ja sen eri muodot esiintyivät seitsemän kertaa.

5.5.2 Mitä mieltä seuraavista väittämistä? -osio

Tämä osio kyselyssä oli pakollinen. Siinä oli seitsemän väitettä, joiden vastauksista voidaan analysoida vastaajien mielipiteitä ja asennetta Yle Puhetta kohtaan. Osio toteutettiin matriisitaulukossa ja oli pohjimmiltaan samanlaisessa rakenteessa kuin aikaisemmin esiintyneissä vain kohderyhmälle esitetyissä kysymyksissä.

Pienimmät keskiarvot saivat väitteet ”Yle Puheen ohjelmat ovat ajankohtaisia” keskiarvolla 1.49, ”Yle Puheella on minua kiinnostavaa sisältöä” keskiarvolla 1.51 ja ”Voisin suositella Yle Puhetta ystäväilleni” keskiarvolla 1.56.

Suurimmat keskiarvot saivat väitteet ”En löydä Yle Puheelta itselleni sopivaa sisältöä” 4.06 keskiarvolla, ”Yle Puheen lähetykset (Puheen Aamu, Puheen Päivä, Poliittikkaradio ja Puheen Iltapäivä) erottautuvat toisistaan” 2.32 keskiarvolla ja ”Yle Puheella on ammattitaitoisia toimittajia” 1.65 keskiarvolla.

”Sopivan sisällön” -väitteen korkeasta keskiarvosta täytyy huomioida se, että väitteessä esiintyy predikaattina sana ”en”, joten se kääntää keskiarvon tuloksen pääläelleen. Tässä väitteessä korkeampi keskiarvo tarkoittaa parempaa paikkansa pitävyyttä.

Toiseksi korkeimman keskiarvon saanut väitös piti vastanneiden mielestä vähiten paikkansa. ”Yle Puheen lähetykset erottautuvat toisistaan” -väitteessä täytyy huomioida korkea EOS-vastausten määrä, joita oli 72. Tämä vaikeuttaa hieman vastausten arviointia, koska 72 on kaikista kyselyyn vastanneista melkein kolmannes. Tästä voidaan kuitenkin päätellä se, että iso osa vastaajista ei osaa muodostaa näistä mainituista lähetyksistä kattavaa mielipidettä. Tämä voi johtua siitä, etteivät nämä henkilöt ole kuunnelleet kaikkia lähetyksiä tai sitten he kuuntelevat näistä vain sitä yhtä ja tiettyä, tutuksi ja antoisaksi koettua ohjelmaa. Jos nämä EOS-vastaukset poistetaan sarakkeesta, on huomattava enemmistö vastauksista kohdissa ”täysin samaa mieltä” ja ”hieman samaa mieltä”.

Kolmanneksi suurimman keskiarvon sai ”Yle Puhella on ammattitaitoisia toimittajia”. Sen keskiarvo on kuitenkin niin pieni, että tämä väite koetaan erittäin paikkansa pitäväksi. Vastaaajista yli 86-prosenttia koki olevansa väitteen kanssa täysin tai hieman samaa mieltä. Voidaan siis todeta, että näistä väitteistä vain yksi oli sellainen, jota ei voida suoraan todeta paikkansa pitäväksi ja se johtuu suurehkosta EOS-vastausten määrästä.

5.5.3 Avoimen palautteen analysointi

Avoimen palautteen ja parannusehdotusten antaminen oli kyselyyn vastanneille vapaavalintainen osio, johon vastasi yli 70-prosenttia kaikista vastaajista. Vastauksen pituus oli rajoitettu 240:n merkkiin palautteiden analysoinnin helpottamiseksi.

Avoimissa palautteissa oli yksi aihe, johon liittyviä palautteita oli ylivoimaisesti eniten. Tämä aihe on urheiluohjelmat ja -selostukset. Sana ”urheilu” mainittiin palautteissa 81 kertaa. Näistä suurin osa oli negatiivisia viestejä suoria urheiluselostuksia kohti. Monet kritisoivat urheilun paljoutta ja sitä, että arki-iltaisinkin kanavalta tulee paljon suoria urheiluselostuksia tai urheiluiltoja, jotka eivät vastaa kiinnostusta. Jotkin palautteet linkittivät urheiluselostukset urheiluun, eikä sisäistäneet niitä puheradiosta seurattaviksi radio-ohjelmiksi. Monet myös kritisoivat kokonaisuudessaan kaikkia ohjelmia tai lähetyksiä, jotka käsittelevät urheilua.

”Iltapuolella noin klo 17 jälkeen, kun minulla olisi enemmän aikaa kuunnella Yle Puheen ohjelmia (kun teen töiden jälkeen vaikka keittiöhommia) sieltä alkaa tulemaan urheiluselostuksia, jotka eivät kiinnosta minua pätjän vertaa. Toivoisinkin urheiluohjelmat pois kanavalta” (Palaute 1, 2015).

Urheiluun liittyvissä palautteissa oli huomioitavaa se, että tapahtumaurheiluläheyykset saivat negatiivista palautetta. Toisaalta palautteet olivat positiivisia urheiluiltojen syvällisempiä, laji- tai liigakohtaisia keskusteluohjelmia kohtaan.

”Urheiluselostukset pois Puheelta! Puheohjelmat urheilusta voi jäädä, mutta jääkiekko- ja palloilukierrokset vievät liikaa tilaa asiaohjelmilta ja ovat pelkkää huutoa” (Palaute 2, 2015).

Urheilu ei kerännyt vain negatiivista palautetta. Urheiluselostukset saivat positiivisia vastauksia. Tämän lisäksi palautteissa keuhuttiin urheilun teemailtoja ja Lindgren & Sihvonen-ohjelmaa, jossa keskustelunaiheet liittyvät aina urheiluun.

”Loistavaa urheilupuhetta. Kiekkokierros on huikea. Myös muut urheiluaiheiset ohjelmat ovat loistavia. Pidän erikoislähetyksistä kuten NHL-ilta. Näitä voisi tulla kauden mittaan lisää, jos mahdollista” (Palaute 3, 2015).

Toinen alati esiintyvä aihe on sisällön kokeminen sopivaksi omalle ikäryhmälleen. Joissakin palautteissa toivotaan kanavalle nuorekkaampaa otetta:

”Hieman nuorekkaampaa otetta toimitukseen, unohtamatta Puheen henkeä, joka asiallinen ja asiapitoinen. Positiivinen imago lisää kuulijakuntaa, sekä parempi tiedottaminen eri aiheista” (Palaute 4, 2015).

”Laittakaa vanhoja ja nuoria toimittajia sekaisin. Älkää tehkö tästä nuorten kanaavaa, YleX on jo” (Palaute 5, 2015).

”Todella hyvä kanava! Musiikittomuus on vahvuus. Erityisen loistavia toimittajia ovat Heikki Peltonen, Perttu Häkkinen ja Kalle Haatanen. Toivon, että jatkossakaan ei sorruta liian ilmeiseen valistamiseen ja ryppyotsaisuuteen, saati päätökseen” (Palaute 6, 2015).

Palautteissa toivotaan nuorekkaampaa otetta sisältöönkin, mutta sen ei toivota muuttuvan liikaa nuoria kosiskelevaksi:

”Asiapitoista ohjelmaa on tänä päivänä vaikea löytää mistään. Pitäkää nyt hyvät ihmiset se nuorisopopulistinen aivoton höttö, eritoten Kioskin tuotannon tyyppinen soopa pois Yle Puheelta. Huumori, uuden ajan ilmiöt ja nuorekkuus ovat toki hyviä pirsteitä sopivissa määrin” (Palaute 7, 2015).

”Todella hyvä sisältö. Aiheita käsitellään tuoreesti. Varokaa ettette siirry ”nuorekkuutta” tavoitellessa kepeään lähestymistapaan. Se ei ole pikavoitto” (Palaute 8, 2015).

Ajatus sisällön kohdentamisesta tietyille kohderyhmälle koetaan tärkeäksi. Jotkin palautteenantajat pohtivat sitä, että miten kanavan sisällöstä saisi sellaisen, että myös nuoremmatkin henkilöt siitä innostuisivat ilman, että aiheet ja sisältö muuttuisivat liian kevyiksi. Osa vastaajista kokee nuorekkuuden hakemisen ja aiheiden keventämisen synonyyminä.

Osassa palautteista toivotaan enemmän syvällisempiä, pidempiä ja erikseen tehtyjä ohjelmia ja niitä voisi lisätä uhraamalla lähetyssaikaa pois ohjelmavirralla. Eri-tyisesti kello 13.00 ohjelmat keräävät paljon positiivista palautetta. Eniten positiivisia mainintoja saavat esimerkiksi Jari Sarasvuo, Perttu Häkkinen ja Ali & Husu. Tämän lisäksi myös Poliitikkaradio kerää positiivista palautetta. Ihmiset toivovat, ettei kanavan ohjelmisto muutu liian kevyeksi jutusteluksi.

Iso osa vastaajista haluaisi kanavalta tulevan pääasiassa 30min–1h mittaisia keskusteluohjelmia aiheista, joita ei oikein muilla Suomen radiokanavilla käsitellä. Sanat ”sivistävä”, ”syvällinen”, ”pidemmät”, ”opettavainen”, ”erilainen”, ”mielipiteet” ja ”monipuolisuus” esiintyvät avoimissa palautteissa useasti. Näitä edellä mainittuja sanoja myös yhdistetään usein juuri näihin keskusteluohjelmiin.

Tämän lisäksi avoimissa palautteissa on jonkin verran ehdotuksia tietyistä aihealueista, joista vastaajat toivoisivat sisältöä kanavalle. Näitä ovat esimerkiksi ”sosiaalipolitiikka”, ”filosofia”, ”tiede”, ”taide”, ”luonto”, ”kirjallisuus”, ”kulttuuri” sekä fyysinen että henkinen hyvinvointi.

Avoimissa vastauksissa on huomioitava se, että nämä eivät olleet pelkästään kohderyhmään kuuluvien palautteita, vaan tähän osioon vastasivat kaikki kyselylomakkeeseen vastanneet henkilöt.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselylomakkeen perusteella vastaajat ovat valveutuneita kansalaisia, jotka arvostavat pitkiä ja syvällisiä keskusteluohjelmia. Toimittajilla ei ole vastanneiden mielestä niin väliä, kunhan hän on asiantunteva, asiallinen ja ammattitaitoinen. Avoimien palautteiden mukaan ohjelmien aiheet saavat myös vaihdella laidasta laitaan.

Kohderyhmä piti vastausten perusteella vähintään jonkin verran tärkeänä ja kiinnostavana lähes kaikkia kyselyssä esitettyjä aihealueita. Ainoat aiheet, joita ei pidetty tärkeänä tai kiinnostavana olivat videopelit ja muoti.

Kohderyhmää kiinnostavien aihealueiden paljous kertoo siitä, että kiinnostavaa sisältöä saadaan luotua melkein pä aiheesta kuin aiheesta. Kanavalla on tulevaisuuden kannalta vapaat kädet sisällön valinnassa. Tärkeintä kohderyhmän tyytyväisyyden kannalta on se, että sisältö on ajankohtaista ja se on tuotettu ammattitaitoisesti ja ajatuksella.

Kohderyhmäläisten mielestä tärkeimmät aiheet olivat politiikka, talous ja uusi teknologia. Kiinnostavimpia aiheita olivat politiikka, liikunta ja hyvinvointi ja ihmis-suhteet/sosiaalinen elämä.

Tuloksista voidaan päätellä, että kohderyhmää tavoiteltaessa politiikka on erittäin varma aihealue, jolla kuuntelijat saataisiin kiinnostumaan kanavasta. He ovat kiinnostuneita politiikasta ja taloudesta sekä pitävät molempia myös tärkeinä aihealueina. Poliitiikka onkin vahvasti esillä jo nyt esimerkiksi Poliitiikkaradiossa ja Puheen Päivässä. Vastausten perusteella kanavan pitää pohtia miten kanavalle saadaan vielä lisää poliittista sisältöä. Poliitiikkaradio keräsi paljon kiitosta vastaajilta, joten jatkossa kyseiseen ohjelmaan tulisi suhtautua vieläkin tärkeämpänä osana Yle Puhetta. Tällä hetkellä ohjelma tulee joka arkipäivä 30 minuutin ajan klo 12.30–13.00.

Yksi panostus poliittiseen sisältöön voisi olla esimerkiksi Poliitikkaradion ohjelma-ajan lisääminen toisella puolituntisella, jotta ohjelmasta saataisiin tunnin mittainen. Näin ohjelmasta saataisiin pidempi ja vielä syvällisempi kuin se nyt on. Poliitikka ja talous ovat sellaisia aihealueita, joista riittää aina keskustelunaiheita, joita käsitellä syvällisesti.

Jos Poliitikkaradion pituuteen ei haluta koskea, olisi toinen vaihtoehto poliittisen sisällön lisäämiselle esimerkiksi jokin indie-tuotanto talon ulkopuolelta, joka käsitelisi politiikkaa ja yhteiskuntaa syvällisen keskusteluohjelman muodossa. Se voisi olla tunnin mittainen ja voitaisiin esittää esimerkiksi klo 16.00 slotissa. Tällöin mahdollisella indie-tuotannolla ja Poliitikkaradiolla olisi tarpeeksi väliä.

Yhtenä keinona eri aihealueisiin erikoistuvan sisällön lisäämiseen voisi olla puolituntisten ohjelmien lisääminen ympäri viikkoa. Tällaisia Yle Puheella on esimerkiksi Raimo Tyykiluodon toimittama ”Erehdysekspertti”, joka esitetään sunnuntaihin kello 12.00 (Yle Puhe 2015). Puolen tunnin ohjelmia voisi kokeilla hyödyntää vielä enemmän. 30 minuuttia on sopiva aika puheradiossa syventyä tiettyyn aihepiiriin, jotta siitä saadaan aikaan syvällistä ja sivistävää keskustelua. Jos kyseessä oleva aihe tai ohjelma ei yleisön mielestä ole toimiva tai kiinnostava, he kyllä ilmoittavat sen.

Jatkotutkimus olisi kvalitatiivinen tutkimus, jossa selvitetään kohderyhmän kiinnostusta juuri näihin lyhempiin, noin puolen tunnin keskusteluohjelmiin, joissa käsitellään syvällisesti jotain yleisöä kiinnostavaa tai tärkeänä pidettyä aihetta.

Tutkimuksen aikana ilmeni, että urheiluohjelmisto Yle Puheella herättää kyselyyn vastanneissa vieläkin tyytymättömyyttä. Urheiluun liittyvät syvälliset keskusteluohjelmat miellyttävät vastanneita, mutta he ajattelevat negatiivisesti urheiluselostuksista.

Asiaa ei ole helppo ratkaista. Kuten radiopäällikkö Marja Keskitalo totesi, tapahumaurheilulähetykset Radio Suomella poistuivat viimeisen kanavaudistuksen aikana kanavalta, koska ne herättivät sen kanavan kuuntelijoissa ärsyyntymistä (Yle 2012). Yhtenä mahdollisena vaihtoehtona ongelman selvittämiseen olisi ra-

diotaajuus, jolta lähetettäisiin päivän aikana ainoastaan mahdolliset tulevat urheiluselostukset. En kuitenkaan koe, että tämä on erityisen realistinen ratkaisu, koska uuden valtakunnallisen radiotaajuuden perustaminen on pitkä prosessi. Tämän kaltaista ratkaisua esitettiin avoimissa palautteissa.

Kohderyhmä ei pääasiallisesti koe urheiluselostuksia ohjelmistoksi, joka sisältyisi konseptiin ”puheradio”. Tietysti osa kohderyhmästä ei välitä ollenkaan urheilusta, mutta tämä osa on pieni koko kohderyhmään verrattaessa. Eniten urheilulähe- tyksissä ärsyttää niiden ajankohta ja yleisyys.

Melkein jokaisena arkipäivänä on iltaisin noin klo 18 joko Liiga-, Veikkausliiga- tai muita urheilutapahtumia, joita Yle haluaa esittää kansalaisille radiossa. Yle Puheen kohderyhmänä ovat 30–45-vuotiaat ja tämä kohderyhmä on siinä iässä, että enemmistö heistä on työssäkäyviä ja perheellisiä. Perheellisten arki klo 9–16 kuuluu töissä ja ilta usein lasten ja omien harrastusten parissa. Illemmalla ollaan jälleen kotona ja halutaan rauhoittua iltarutiineihin. Avoimesta palautteesta kävi ilmi, että monille vastanneille Yle Puheen kuuntelu oli tapa rentoutua ja siirtää ajatukset pois arjesta. Tällaisten mielentilojen saavuttamiseen toimivat hyvin pidemmät ja syvällisemmät keskusteluohjelmat. Suorat urheiluselostukset, jotka ovat ajoit- tain erittäin hektisiä, eivät toimi tässä tarkoituksessa. Avoimissa vastauksissa to- dettiin pariin otteeseen, että kanavan kuuntelu on vähentynyt, koska iltaisin sieltä tulee urheiluselostuksia, joista he eivät välitä.

Hyvä ratkaisu voisi olla Yle Areenan ja Yle Puheen podcastien suurempi mainos- taminen ja niiden käyttämisen helpottaminen. Tämä ratkaisu ei toteudu pelkäs- tään Ylen toimesta. Tähän tarvitaan myös teknologiamaailman innovaatioita. Podcastit ovat kuluttajalle keino kuunnella tiettyä radiosisältöä silloin kuin se it- selle parhaimmaksi sopii. Kuuntelijan ei tarvitse aina olla radion ääressä, kun hän- nen lempiohjelmansa esitetään.

Kyselyyn vastanneille Yle Puhe on kanava, josta haetaan syvällisiä keskusteluja, uusia näkökulmia, tiukkaakin tiukempaa diskurssiota päivän kuumimmista pu- heenaiheista ja muista yleissivistävistä aiheista. Uskon, että ajan kuluessa ja tek- nologian kehittyessä, Yle Puheen kuuntelijoiden on helpompi valita juuri se eniten

kiinnostava sisältö, jota voi sitten kuunnella radiosta tai jollain toisella laitteella silloin kuin se itselle parhaiten sopii.

Kohderyhmä pysyy tyytyväisenä, kun kanava edelleen panostaa syventävään ja sivistävään sisältöön, ammattitaitoisiin toimittajiin ja kohderyhmää kiinnostaviin ja tärkeinä pitämiin aiheisiin.

LÄHTEET

Yle 2003. Vuosikertomus 2002. Viitattu 2.10.2015 <http://yle.fi/aihe/yleisradio/vuosikertomukset>> Vuosikertomus 2002.

Yle 2004. Vuosikertomus 2003. Viitattu 2.10.2015. <http://yle.fi/aihe/yleisradio/vuosikertomukset>> Vuosikertomus 2003.

Yle 2005. Vuosikertomus 2004. Viitattu 2.10.2015. <http://yle.fi/aihe/yleisradio/vuosikertomukset>> Vuosikertomus 2004.

Yle 2006. Ylen vuosi-, Yleisö- ja henkilöstökertomus 2005. Viitattu 2.10.2015. <http://yle.fi/aihe/yleisradio/vuosikertomukset> > Ylen vuosi-, Yleisö- ja henkilöstökertomus 2005.

Mediaviikko 2005. Viitattu 5.10.2015. <http://mediaviikko.fi/kaikki/uutinen/yle-lopettaa-dab-radion.-kuuntelijat-eivat-ostaneet-digiradioita..html>

Helsingin Sanomat 2014. Viitattu 5.10.2015 <http://www.hs.fi/arviot/a1430015927928>

Yle 2007. Vuosikertomus 2006. Viitattu 5.10.2015. <http://yle.fi/aihe/yleisradio/vuosikertomukset>> Vuosikertomus 2006.

Yle 2008. Vuosikertomus 2007. Viitattu 5.10.2015 <http://yle.fi/aihe/yleisradio/vuosikertomukset> > Vuosikertomus 2007.

Yle 2009. Vuosikertomus 2008. Viitattu 5.10.2015. <http://yle.fi/aihe/yleisradio/vuosikertomukset> > Vuosikertomus 2008.

Yle 2013. Yleisradion hallintoneuvoston kertomus eduskunnalle vuosilta 2011 ja 2012. Viitattu 5.10.2015. <http://yle.fi/aihe/yleisradio/vuosikertomukset> > Yleisradion hallintoneuvoston kertomus eduskunnalle vuosilta 2011 ja 2012.

Yle 2012. YLE Puheen uudistuksen vastustajat tapasivat Ylen radiojohtajan. Viitattu 19.11.2015. http://yle.fi/uutiset/Yle_puheen_uudistuksen_vastustajat_tapasivat_Ylen_radiojohtajan/3229550

Adressit.com 2012. Urheilu pois YLE Puheesta. Viitattu 5.10.2015. <http://www.adressit.com/stats.php?id=22367>

Viljakainen, J. 2004. Radiomonopolista kanavatulvaan. Helsinki: Edita.

Liikenne- ja viestintäministeriö 2014. Radion tulevaisuus. Viitattu 29.10.2015. http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=3082174&name=DLFE-23070.pdf&title=Julkaisu%208-2014

Finnpanel 2015. Kansallisen radiotutkimuksen tuloksia (tammi-lokakuu). Viitattu 4.12.2015. <http://www.finnpanel.fi/tulokset/radio/krt/viimeisin/tavoittavuus.html>

YLE 2014. Yleisradion hallintoneuvoston kertomus eduskunnalle. Viitattu 8.10.2015. <http://yle.fi/aihe/yleisradio/vuosikertomukset> > Hallintoneuvoston kertomus eduskunnalle.

Yle 2015a. Ylen vuosikymmenet. Viitattu 12.10.2015. <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/Ylen-vuosikymmenet>

Yle 2015b. Ylen historia. Viitattu 14.10.2015. <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/Ylen-historia>

Yle 2015c. Ylen toimintaperiaatteet. Viitattu 19.10.2015. <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/05/Ylen-toimintaperiaatteet>

Yle Puhe 2015a. Viitattu 19.11.2015. www.yle.fi/puhe/ohjelmat

Yle Puhe 2015b. Viitattu 19.11.2015. http://yle.fi/radio/ylepuhe/perttu_hakkisen_ohjelma_sai_koura-tunnustuksen/7879244

Yle Puhe 2015c. Viitattu 19.11.2015. http://yle.fi/radio/ylepuhe/suomen_penin_sananvapauspalkinto_abdirahim_husu_husseinille/7792766

Finlex 2002. Laki Yleisradio Oy:stä. Viitattu 19.10.2015. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931380>

Moisala, E.; Hyvärilä, A. & Roivainen, O. 2015. Ylen asiakkuudet 2014 – Sotshista Venla-palkintoihin. Helsinki: Yle.

Tammilehto, T. 2013. Viitattu 5.10.2015 Urheiluohjelmaa puheradiossa – Yle Urheilun toimintaja työtapojen muutos Yle Puheen kanavaudistuksen jälkeen. Metropolia: Helsinki

Matikainen, J. & Villi, M. 2013. Sisältöjen tuottaminen, jakelu ja kulutus sosiaalisessa mediassa. Helsingin yliopisto: Helsinki Viitattu 29.10.2015. http://blogs.helsinki.fi/crc-centre/files/2013/12/Mobiilit_mediasisallot_web.pdf

Grapevine Oy 2014. Suomalaiset sosiaalisessa mediassa 2014. Grapevine Oy: Helsinki Viitattu 29.10.2015. <https://grapevine.fi/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Kyselyraportti.pdf>

ISFE 2012. Videogames in Europe: Consumer Study, Finland. Viitattu 04.11.2015. http://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/attachments/finland_-_isfe_consumer_study.pdf

Radio-Electronics. What is DVB-T? Viitattu 30.11.2015. <http://www.radio-electronics.com/info/broadcast/digital-video-broadcasting/what-is-dvb-t-basics-tutorial.php>