

SATAKUNNAN AMMATTIKORKEAKOULU

Jessica Rantamäki

KUUNTELIJATYYTYVÄISYYSTUTKIMUS
CASE: RADIO WEST

Liiketalous ja tietojenkäsittely Huittinen
Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto

2006

KUUNTELIJATYYTYVÄISYYSTUTKIMUS: CASE RADIO WEST

Rantamäki, Jessica
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalous ja tietojenkäsittely Huittinen
Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto
Joulukuu 2006
Lehtonen, Mikko
UDK: 659.3
Sivumäärä: 48

Asiasanat: paikallisradio, radio, joukkoviestimet

Tämä opinnäytetyö tutkii Radio Westin kuuntelijakunnan tyytyväisyyttä radion ohjelmiin, toimittajiin ja musiikkiin sekä kuuntelijoiden kuuntelutiheyttä. Tämän tutkimuksen avulla Radio West kykenee tulevaisuudessa muokkaamaan ohjelma- tarjontaansa kuuntelijoilleen mieleiseksi sekä kykenee ottamaan huomioon kuuntelijoiden mieltymyksiä musiikin suhteen.

Teoriaosassa käsitellin radiotyön perusteita, miten radiotoimittaja toimii radiossa kuinka paljon merkitsee radioilmaisuus tai radiopersoona. Millaisia erilaisia lähetysmuotoja tai ohjelmatyyppejä on radiossa. Toin myös esille mitä muita joukkoviestimiä, kuin radio on käytössä ja mitä muita viestimiä on tulevaisuudessa tulossa. Millaisia viestintävälineitä on yritetty tuoda markkinoille, mutta menestys ei olekaan ollut taattu.

Tutkimuksen suoritin puhelinhaastatteluna Säskylän ja Huittisten alueelle. Vastauksia kyselyyn sain 149 kappaletta. Tutkimuksen kysymykset laadin teorian sekä toimeksiantajan toiveiden pohjalta. Toimeksiantaja halusi saada myös kuuntelijoiden kehittämisehdotuksia Radio Westin toimintaan.

Tutkimuksessa selvisi, että Radio Westiä kuunnellaan paljon sekä Huittisissa että Säskylässä. Musiikki oli se, joka kuuntelijoiden mielestä merkitsee eniten radionkuuntelussa. Negatiivista palautetta tuli eniten mainoksien kohdalla, niitä saisi olla vähemmän. Päivittäistä kuuntelu-aikaa tunneissa kuuntelijoiden oli vaikea sanoa, koska radio soi yleensä aina taustalla. Radio Westin toimittajat saivat hyvää palautetta työstään. Näiden tutkimustulosten avulla Radio Westin toimintaa pyritään kehittämään kuuntelijoiden odotuksia ja toivomuksia vastaaviksi.

LISTENER SATISFACTION RESEARCH: CASE RADIO WEST

Rantamäki, Jessica
Satakunta University of Applied Sciences
Business and Information Technology Huittinen
Degree Programme in Business Administration
Marketing
December 2006
Lehtonen, Mikko
UDC: 659.3
Pages: 48

Keywords: local radio, radio, mass media

This dissertation researched Radio West's audience satisfaction about radio programs, journalists and music and listening pace. Radio West will be able in the future to change the program offerings better for the listener and take into consideration listeners likings about the music with this research.

In the theory sections I handled the bases of radio work, how the radio journalist works in the radio, how much mean radio expression or person. What kind of different broadcast forms or program types are in the radio. I brought out what other mass media than radio are used and what other media will be in the future and what kind of communication instruments have been to bring to the market but success hasn't been guaranteed.

The research I did as a phone interview in the areas of Säkyä and Huittinen. I got 149 answers for the research. When I prepared the questions I took into account the theory and executive wishes. In the research, Radio West also wanted listeners development proposals about the radio operation.

The results of the research were that Radio West was a lot listened at Huittinen 67,1 % and at Säkyä 74,3 %. The music was the most important thing of the radio. Negative feedback was received most for the commercials at least. Listeners said that daily listening time per hour was difficult to mark, because radio is always on the background. The journalists of Radio West received good feedback about their work. With these research results, Radio West's operations are tried to develop according to listeners' expectations and wishes.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	PAIKALLISRADIOTOIMINTA SUOMESSA.....	7
2.1	Yksityis- ja paikallisradioiden historiaa	7
2.2	Radio Westin historiikki	8
3	RADION TUOTTEET	9
3.1	Radiokanava ja –ohjelma tuotteena.....	9
3.1.1	Lähetysvirta.....	10
3.1.2	Blokkiradio.....	11
3.1.3	Ohjelmatyypit.....	12
3.1.4	Suora lähetys	14
3.2	Radiotoimittaja tuotteena.....	14
3.2.1	Toimittaja ja toimitustyö.....	14
3.2.2	Radioilmaisu	15
3.2.2.1	Juontaja.....	15
3.2.2.2	Radiopersonallisuus.....	16
4	JOUKKOViestimien Käyttö.....	16
4.1	Radio.....	17
4.2	Digitaalinen radio	17
4.3	Elokuvateatteri	18
4.4	Kirja	19
4.5	Aikakauslehdet	19
4.6	Sanomalehdet.....	20
4.7	Televisio	20
4.8	Digitaalinen televisio	21
4.9	Internet.....	22
5	KUUNTELIJATYYTYVÄISYYSTUTKIMUS.....	23
5.1	Tutkimuksen tavoite	23
5.2	Tutkimuksen toteutus.....	23

5.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	24
6	TUTKIMUSTULOKSET.....	25
6.1	Vastanneiden jakauma alueittain	25
6.2	Taustakysymykset.....	25
6.2.1	Sukupuoli	25
6.2.2	Ikä.....	26
6.3	Varsinaiset kysymykset	27
6.3.1	Käytetty kuuntelutiheys	27
6.3.2	Yleisimmin kuunnellut radioasemat Säkylässä.....	28
6.3.3	Yleisimmin kuunnellut radioasemat Huittisissa.....	29
6.3.4	Radio Westin kuuntelijakunta alueittain	30
6.3.5	Radio Westiin käytetty kuuntelu-aika Säkylässä	31
6.3.6	Radio Westiin käytetty kuuntelu-aika Huittisissa	32
6.3.7	Radion kuunteluun käytetty aika.....	33
6.3.8	Yleisimmät radion kuuntelupaikat	34
6.3.9	Vaikuttavat tekijät radion kuuntelussa.....	35
6.3.10	Tärkein asia radion kuuntelussa.....	36
6.3.11	Säkyläläisten mielipide Radio Westin musiikkitarjonnasta.....	37
6.3.12	Huittislaisten mielipide Radio Westin musiikkitarjonnasta.....	38
6.3.13	Musiikkitoiveita.....	39
6.3.14	Kumpaa arvostatte enemmän, asiaa vai viihdettä?.....	42
6.3.15	Toiveita ja parannusehdotuksia Radio Westille.....	42
7	YHTEENVETO	46
	LÄHDELUETTELO.....	49

LIITTEET

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia kuuntelijatyytyväisyyttä ja siihen vaikuttavia tekijöitä, kuuntelijatyytyväisyyden varmistamista ja sen mittaamista. Kiinnostukseni aiheeseen sain, kun perehdyin radiotyöskentelyyn koulumme kurssin kautta; radiotyön perusteet. Kurssi kesti neljä opintoviikkoa, jona aikana yhdessä toisen opiskelijan kanssa teimme radio-ohjelman. Radio-ohjelma koostui haastatteluista ja musiikista. Tämän jälkeen pääsin koulun ohella Radio Westille töihin. Radio Westillä työskennellessäni toimittajana kiinnostus opinnäytetyön teosta heille kasvoi. Aihe löytyikin helposti yhdessä toimeksiantajan kanssa.

Teoriassa käsitellään radion tuotteita, mitä vaikutusta on radiokanavalla tai –ohjelmalla tuotteena tai miten radiotoimittaja vaikuttaa radiossa. Tämä perehdyttää työn lukijat radion maailmaan. Työssä tutkitaan myös muita erilaisia joukkoviestimien välineitä ja sitä miten muut viestimet ovat aikojen kuluessa toimineet. Opinnäytetyön empiirinen osuus koostuu Radio Westille tehdystä kuuntelijatyytyväisyystutkimuksesta. Tutkimus tulee oikeaan aikaan, koska vuoden alusta on tehty kansallinen radiotutkimus (KRT). Tämä tutkimus koski koko kuuluvuusaluetta ja se kertoi Radio Westin viikoittaisen keskimääräisen kuuntelijaluvun kasvaneen viime vuoden 25 000:sta 29 000:een. Toimeksiantaja halusi vielä selvittää suppeammalta alueelta kuuntelijoiden tyytyväisyyttä.

Kuuntelijatyytyväisyystutkimuksen tarkoituksena on selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä Radio Westin ohjelmatarjontaan, niin musiikin kuin puheohjelmienkin osalta. Tutkimuksessa selvitetään mitkä asiat vaikuttavat radion kuunteluun, onko radiotoimittaja tai hänen persoonansa suurin vaikuttava tekijä vai puheohjelmat, syy siihen miksi radiota kuunnellaan. Entä vaikuttaako musiikin määrä tai sen laatu radion kuunteluun. Tutkimuksessa selvitetään myös kuuntelijoiden musiikkimieltymyksiä sekä se, että kuunteleeko kuuntelija mieluummin radiosta asiaa vai viihdettä. Tarkoituksena on selvittää myös mahdolliset Radio Westin ongelmakohdat, eli mihin asioihin kuuntelijat ovat tyytymättömiä. Näiden tietojen avulla selvitetään, miten Radio West voi kehittää toimintaansa.

2 PAIKALLISRADIOTOIMINTA SUOMESSA

Suomen yksityis- ja paikallisradio toiminta on muuttunut huomattavasti sitten 1980-luvun. Vasta -80 luvun puolivälissä paikallisradiot saivat ensimmäiset toimiluvat, ja ensimmäinen yksityinen radiokanava aloitti vasta 1990-luvun lopulla. Kun puolivaltakunnalliset asemat valtasivat radiokanavia, alkoi kova kilpailu paikallisradioita vastaan kuuntelijoista. Satakunnan Kirjateollisuus Oy aloitti paikallisradiotoimintansa Huittisissa vuonna 1987, nykyään monien uudistusten jälkeen kanava tunnetaankin Radio Westinä.

2.1 Yksityis- ja paikallisradioiden historiaa

Suomessa 1980-luvun alussa käynnistyi sähköisen viestinnän suhteen voimakas murroskausi. 19.8.1983 paikallislehdet perustivat Paikallisradioliiton (nykyisin Suomen Radioiden liitto SRL ry). Samana syksynä paikallisradioliitto alkoi ”pommittaa” valtioneuvostoa toimilupahakemuksilla. Vasta vuoden 1985 alussa valtioneuvosto myönsi ensimmäiset paikallisradioluvat. Nämä luvat olivat vasta kokeilulupia, joita myönnettiin 33 radiokanavalle, 21 paikkakunnan alueella. Ensimmäisenä ääneen pääsi Nivalalainen Radio Lakeus, jonka toiminta päättyi tapioillisena jo vuonna 1989. Toisena yksityisradiona aloitti helsinkiläinen Radio City, joka on toiminnassa edelleen (tällä hetkellä suomen vanhin toiminnassa oleva yksityinen radiokanava). Ensimmäisten joukossa aloitti myös Kouvolan SBC Radio. Vuoden 1985 aikana aloitti jo 19 radiokanavaa. Seuraavana vuonna paikallisradioista kaksi oli jo mennyt konkurssiin ja 17 toimi edelleen. Vuonna 1987 toimivien paikallisradioiden määrä nousi 26:een ja lisäksi aloitti kaksi eikaupallista yksityisradiota. Samana vuonna valtioneuvosto antoi toimiville radioille määräaikaisten toimiluvut kahdeksi vuodeksi. Vuonna 1989 valtioneuvosto myönsi viisivuotiset toimiluvat paikallisradioille, joita tuolloin toimi jo 50. (Met-sähukkala 2002.)

1990-luvun alussa paikallisradiot alkoivat laajentaa kuuluvuusalueitaan ja Yleisradio laittoi toimeen kanavauudistuksensa. Vuonna 1995 suomessa aloittivat myös nykyiset puolivaltakunnalliset radioasemat, kuten ranskalainen NRJ Energy sekä Kiss FM. Ensimmäinen yksityinen radiokanava aloitti toimintansa valtakunnallisesti vuonna 1997. Tämä kanava oli edelleen toiminnassa oleva Radio Nova. (Metsähukkala 2002.)

Paikalliset radiot alkoivat olla mukana erilaisissa tapahtumissa, jopa aktiivisemmin kuin monet paikallislehdet. Puolivaltakunnalliset radioasemat alkavat "varastaa" kuuntelijoita paikallisradioilta. Kilpailun kiristyessä radiokanavat alkoivat muistuttaa toisiaan: musiikkia soitettiin enemmän ja niiden välissä kuultiin uutisia ja lyhyitä juttuja. Kilpailevat asemat alkoivat laatia mahdollisimman paljon interaktiivista ohjelmaa, saadakseen kuuntelijat pysymään samalla kanavalla. Tästä yhtenä esimerkkinä ovat se, että öisin paikallisradiot aloittivat Jukebox toiminnan. Tärkeintä yksityisille radiokanaville vielä nykyäänkin on musiikki. Yhteinen suunta radioilla on se, että ne pyrkivät mahdollisimman paljon soittamaan sellaista musiikkia, joka ei ärsytä ketään. Nykyiset radioasemat ovat ns. formaattiradioita. Lähes jokaisella kanavalla on oma musiikkiformaatti. Toinen kanava soittaa nuorten musiikkia, toinen taas vanhempien ihmisten iskelmää. (Metsähukkala 2002.)

Paikallisradioidea toteutui siinä mielessä, että uudet asemat puhuivat paikallisista asioista ja puhuttivat paikallisia ihmisiä. Asemat myös keskittyivät pitkälti sellaiseen ohjelmaan, joka pyrki kuulijakontaktiin. Silti voidaan sanoa, että paikallisradioiden elinaikana paikallisuuden käsite on muuttunut. Nykyään sitä pidetään tutuna ja turvallisenä sekä mielletään läheiseksi. Kun taas aikaisemmin se miellettiin tiedottajaksi paikallisista asioista, tapahtumista, kunnallispolitiikasta jne. (Opetushallitus 2006a.)

2.2 Radio Westin historiikki

Paikallisradio Radio West on toiminut vasta vuodesta 2000, mutta historia ei ole niin lyhyt, vaan kaikki alkoi jo oikeastaan vuodesta 1987, kun Satakunnan Kirjateollisuus Oy aloitti paikallisradiotoiminnan Huittisissa. Samana vuonna Radio

Länsituulen lähetykset alkoivat 1.12. Koelähetykset alkoivat jo saman vuoden syyskuussa. Radio Länsituulen taajuus oli 93.0 MHz.

1.12.1989 Radio Satakieli aloitti lähetykset Harjavallassa. Radion taajuus oli 100.4 MHz. 1.1.1995 Radio Länsituuli ja Radio Satakieli sulautuivat ja muodostui RadioTupla. Radio toimi aluksi Harjavallassa ja Huittisissa, mutta vuonna 1996 toiminta keskitettiin Harjavaltaan. Huittisten Puhelin Oy osti 1999 enemmistön RadioTuplan taustayhtiön osakkeista. Radio sai uuden taajuuden Köyliöstä, 107.9 MHz.

Uudistus jatkui edelleen, vuonna 2000 radiotoiminta siirtyi Huittisiin ja paikallisradion nimeksi tuli Radio West. Huittisten Puhelin Oy fuusioitui Satakunnan Puhelin Oy:öön. 2002 Huittisten Sanomalehti Oy osti radiotoiminnan Satakunnan Puhelin Oy:ltä. Radio West toimii Huittisissa taajuudella 93.0 MHz, Harjavallassa 100.4 MHz ja Köyliössä 107.9 MHz. (Mikkola 2006.)

3 RADION TUOTTEET

Radion tuotteet voidaan karkeasti jaotella kolmeen ryhmään: radiokanava, -ohjelma ja –toimittaja. Radiokanavat joutuvat nykypäivänä kilpailemaan kuuntelijoistaan. Jokaisen kanavan on keksittävä, miten tulla esille monien radiokanavien valikoimien joukosta. Radio-ohjelmat ja –toimittajat ovat ehkä suurimmat kilpailukeinot tällä alalla. Monet radiopersonat saavat lisää kuuntelijoita tai jokin tietyn tyylinen ohjelma voi olla kuuntelijoiden mieleen. Tietenkään kaikkia ei voi jokaisella ohjelmalla miellyttää, on osattava hakea oma kuulijakuntansa.

3.1 Radiokanava ja –ohjelma tuotteena

Yleisölähtöisen radion ohjelmapolitiikassa on tärkeintä tietää, kenelle ohjelmaa lähetetään. Tämän jälkeen kysytään mitä, missä, milloin? Lähettäjäkeskeisessä

radiossa taas voi kysyä mitä, missä, milloin, kenelle. (Kujala, Lahti & Tamminen 1998, 13.)

Harva radio pyrkii palvelemaan kaikkia mahdollisia kuuntelijoita kuuluvuusalueellaan. Pärjätäkseen kilpailussa radion tulisi profiloitua, olisi löydettävä oma linjansa tai osa-alueensa, jossa se on muita radioita parempi. (Kujala et. al. 1998, 17.)

Haarukoidessaan oman yleisönsä radio arvioi sen koostumuksen sekä laadullisesti että määrällisesti. Mainosrahoitteiselle radiolle on tärkeää, että kohdeyleisö muodostaa ominaisuuksiltaan ja määrältään mainostajia kiinnostavan kontaktiryhmän. Tälle kohdeyleisölle luodaan ohjelmisto, joka vastaa sen mieltymyksiä, näin ollen heille suunnattu mainonta tavoittaa kohderyhmänsä. Tällöin mainostajan on perusteltua mainostaa kyseisessä radiossa, ja radio saa rahoituksen toiminnalleen. (Kujala et. al. 1998, 17.)

Jokaisella radiolla on oma ohjelmakartta eli kaavio siitä, mitä ohjelmaa ja milloin lähetetään. Ohjelmakartan voi laatia lukuisilla eri tavoilla; se voi olla kuin koulun lukujärjestys, jossa radion ohjelmapäivän eri ohjelmaosuudet ovat kellonaikoinen erikseen laadittu aivan kuten eri aineiden tunnit koulussa. (Kujala et. al. 1998, 20.)

Useissa radioissa ohjelmakartta on vakio maanantaista perjantaihin, eli tietyt asiat kuten uutiset, säätiedot, kelitiedot, kilpailut ja haastattelut toistuvat viitenä päivänä viikossa samaan kellonaikaan. Vakioinnilla halutaan helpottaa radionkuuntelijan ohjelmavalintamuistia. Tämä on tietysti myös palveluntarjoajan etu: radiolle on tärkeää, että sen tarjoama palvelu tavoittaa yleisönsä. (Kujala et. al. 1998, 20.)

3.1.1 Lähetysvirta

Nykyään pyritään suurin osa suorista lähetyksistä toteuttamaan lähetysvirtana. Lähetysvirtaperiaatteella toimivassa radiossa erillisiä ohjelmia ei yleensä ole vaan ohjelmisto muodostuu esimerkiksi makasiinilähetyksessä musiikista ja lyhyeh-

köistä puheosuuksista, jotka muodostavat nopearytmisesti vaihtelevan lähetysjatkumon. (Kujala et. al. 1998, 21.)

”Lähetysvirrassa on perimmiltään kysymys lähetyksestä itsestään koko ajan uudistuvana toimintona, joka eteenpäin vyöryessään asemoituu uudelleen reaaliaikaisesti suhteessa itseensä ja yleisöönsä. Tässä toimintatavassa erillisen ohjelman tunnistaminen on vaikeampaa kuin perinteisessä mallissa” (Kujala et. al. 1998, 21).

Lähetysvirta uusiutuu lyhyissä jaksoissa, jolloin yhden ohjelmatunnin aikana on mahdollista palvella kohdeyleisöä monilla eri asioilla ja tavoilla. Koska lähetysvirran elementit ovat lyhyitä, on kuuntelijan helppo tulla lähetysvirtakanavalle milloin tahansa tuntematta tulevansa kesken ohjelman. (Kujala et. al. 1998, 21.)

3.1.2 Blokkiradio

Ohjelmablokkiperiaatteella toimivan radion ohjelmisto koostuu erillisistä ohjelmista, jotka tulevat yleensä melko tarkasti etukäteen ilmoitettuina lähetyksaikoina. Blokkiradio pyrkii palvelemaan aktiivista kuuntelijaa, joka hakee radiosta erillisiä ohjelmia ja jopa avaa radionsa vain silloin, kun hänen mieleisensä ohjelma sieltä tulee. Blokkiradion ohjelmat voivat olla kestoiltaan tuntienkin pituisia, siten myös asian eri jännitteet voivat tulla tehokkaammin esille. (Kujala et. al. 1998, 33.)

Kesken ohjelman radion pariin tullut kuuntelija voi kokea jo pian olevansa täysin ”pihalla” ulostulevasta ohjelmasta, koska se ei uusiudu lyhyissä jaksoissa lähetysvirtaradion tapaan. Blokkiradion uusiutumissykli on hitaampaa kuin lähetysvirtaradion. (Kujala et. al. 1998, 33.)

Blokkiradio suuntaa ohjelmiaan lähes aina jokaiselle jotakin. Se tavoittelee kuuntelijakseen laajaa yleisöä erilaisista yleisötyypeistä. Laajan ohjelmistomaun omaavaa sekä toisaalta yllätyksiä kaipaavaa kuuntelijaa se voi näin kyetä palvelemaan paljon paremmin kuin kapealle sektorille suunnattu radio. Tyypillinen

Suomessa ohjelmablokkiperiaatteella toimiva radio on Radio Ylen Ykkönen. (Kujala et. al. 1998, 34.)

3.1.3 Ohjelmatyypit

Makasiini voi koostua kaikista mahdollisista radion äänellisistä elementeistä: tehosteista, musiikista, raporteista, dokumenteista, juonnoista, haastatteluista jne. Makasiinin osat koostuvat hyvin usein lyhyistä osamateriaaleista, joita rytmitetään musiikilla. Osamateriaalit ovat tiiviitä, mutta myös usein liian pinnallisia. Haastattelutkin pyritään mahdollistamaan 3-5 minuutin mittaisiksi tai jopa lyhemmiksi kokonaisuuksiksi. Tähän on tultu amerikkalaisen lähetysvirtateorian sekä kiristyvän radiokilpailun kautta. Makasiinissa keskeiselle sijalle kohoaa juontaja, jonka tehtävänä on sitoa lähetysten eri elementit omalla persoonallisella tavalla.

(Kujala et. al. 1998, 42 - 44.)

Musiikki on informaation välittäjä ihan siinä missä puhe, kuva, ele tai ilme. Musiikin voima on siinä, että se voi välittää sellaista tunteenomaista merkityksiä, joihin kieli ei pysty. Musiikkityylit on pyritty pitämään eri taajuuksilla, näin kuuntelijaa pystytään palvelemaan mahdollisimman hyvin. Toisin sanoen kuuntelija tietää minkälaista musiikkia on tarjolla milläkin kanavalla. (Kujala et. al. 1998, 44 - 46.)

Uutisia kuuntelemalla kuuntelija haluaa päivittää tietonsa maailman tapahtumista ja ennen kaikkea vakuuttua siitä, että kaikki omassa lähiympäristössä on kunnossa. Uutistoimistot kisailevat markkinaosuuksistaan radiomarkkinoilla kiihkeästi. Kaikilla radioasemilla ei ole varaa ylläpitää Yleisradion tapaista uutistoimintaa, mutta moni ostaa uutispalveluita teksti- ja äänimuodossa esimerkiksi Alexpresiltä (Aamulehti-yhtymä) tai Suomen Tietotoimistolta (STT). (Kujala et. al. 1998, 49.)

Haastattelu on kysymyksiin ja vastauksiin pohjautuva journalistinen tiedonhankintamenetelmä, jossa hyödynnetään henkilöitä tiedon lähteenä. Perusominaisuus radiopersonalle on kyky kuunnella toista. Tärkeintä on kysyä haastateltavalta

sellaisia kysymyksiä mihin hän vastaa monisanaisesti. (Kujala et. al. 1998, 54, 58.)

Radiokuunnelma on näytelmä, jonka näyttämöä ja näyttelijöitä ei nähdä. Radiokuunnelma tehdään käsikirjoitusten mukaan. Kuunnelmien tekeminen on melko yksinkertaista; näyttelijät istuvat pöydän ääressä ja studioteknikko kaataa ääniä nauhalle. Stereokuunnelmassa huolehditaan siitä, että sijoitus stereokenttään on oikea. Radiokuunnelma voi olla komedia. Radioaseman johto on kuitenkin tarkka siitä kenen kustannuksella sopii pilailta. Sitten on draamallisia kuunnelmia, joissa kuvaillaan ihmisten elämää. Niissä voidaan ottaa voimakkaita asenteita, politiikkaa, ja repliikkien välityksellä harjoittaa asenteiden taivuttamista. Sitten on vielä olemassa kuunnelmat, joissa elävöitetään historiallisia tapahtumia sekä jännityskuunnelmat. Molemmat tehdään pyrkien mahdollisimman suureen todellisuudentuntuun. (Pelttari 2003.)

Talk show on keskusteluohjelma. Television puolella Sarasvuot ja Pyyköt ovat nostattaneet suomalaista keskustelukulttuuria. Usein näiden keskusteluohjelmien ongelmaksi on koitunut juontajan egon kasvu ohi ohjelman, tämä tapahtuu jopa tekijöiden tahtomatta. Radion etu talk show –lähetysten tekemisessä on sen intii- miys ja näkymättömyys kuulijoilta. Näissä ihmisten väliset ristiriidat, kontrastit ja intohimot ryydittävät keskustelua. Hyvä talk show syntyy kun keskustelukumppanit ovat samalla aaltopituudella, osaavat suhtautua toisiinsa sekä tuovat keskusteluun ripauksen mielikuvitusta ja uusia näkökulmia. (Kujala et. al. 1998, 61, 63.)

Puhelinkontaktit ovat joko omaosikkoinen osuus lähetysvirrassa tai sitten yksittäinen lähetyksen, yleensä makasiinin, osamateriaali. Puhelinkontaktiohjelmaa voi olla muun muassa: toivekonsertit, mielipide-kyselylähetykset ja kilpailut. Puhelinkontaktilähetyksen liikaviljely voi johtaa siihen, että radioasema saa pelkästään huomioita vakiosoittajiltaan, mutta jättää kuuntelijoiden ”harmaan massan” osatomaksi. Puhelinlähetyksiä tulisi käyttää erityisellä varovaisuudella, koska monikaan ei halua kuulla lainkaan puhelinlähetyksiä, ei edes pienimuotoisia kilpailuja. (Kujala et. al. 1998, 63,64.)

Radiomainos on äänimainos jonka sanoman on mentävä perille äänen välityksellä. Radiomainoksella on aivan omat erityisominaisuutensa. Radiomainosta ei voi leikata kotona talteen. Toisaalta toistamalla mainosta riittävän usein voidaan kuulijalle opettaa jokin asia ulkoa. Jingle on sävel ja sanoitus, jota käytetään mainokseen. Jingle tilataan säveltäjältä ja sanoittajalta ja sen soittavat pätevät muusikot. Siten jinglen hinta onkin yleensä melko kallis. Mainostaja voi ostaa tarkoitukseen myös varattua korvausvapaata tehostemusiikkia. Musiikki tekee mainoksesta kuulijalle mieluisamman, lisäksi mainokseen sisältyy puhetta, joskus tehosteita. (Pelttari 2003.)

3.1.4 Suora lähetys

Reaaliaikaisuus on tullut myös keskeiseksi kilpailutekijäksi nykypäivän sähköisessä viestinnässä. Tekijältään taas reaaliaikaisuus edellyttää paljon. Suoranlähetysten tekeminen kuitenkin on nauhaohjelman tekoa halvempaa, työvoiman käyttö tehokkaampaa ja suora lähetys mahdollistaa nopeamman reagoitakyvyn ympäröivässä maailmassa tapahtuvaan uutisvirtaan. (Kujala et. al. 1998, 67.)

3.2 Radiotoimittaja tuotteena

Mikään ei ole niin helppoa kuin julkisessa ammatissa olevan ihmisen arvioiminen ja tähän ryhmään kuuluu niin tv- kuin radiotoimittajatkin. Radiotyössä saa tottua siihen, että on ihana, kaunisääninen ja välillä hauska. Samana päivänä, samassa hetkessä on kuitenkin jollekin toiselle kuuntelijalle maailman rasittavin höpöttäjä. (Mikkonen 2005.)

3.2.1 Toimittaja ja toimitustyö

Toimittaja on nykypäivänä arvostettu ammatti. Nykyään useimmilla toimittajilla on korkeakoulutausta. Sujuvan ajatuksenjuoksun ja ilmaisun lisäksi toimittajalta vaaditaan sinnikkyyttä, uteliaisuutta, rohkeutta ja hyvää keskittymiskykyä. Joskus

taas valttia ovat nopeat ratkaisut sekä raudanluja rutiini. Perusvaatimuksena toimittustyöhön on kiinnostus maailman tapahtumia ja niiden taustoja kohtaan. Toimittajan pitää haluta ottaa selvää asioista ja tonkia olennainen esiin massasta. (Opetushallitus 2006.)

Haastavinta toimittajan työssä on ajatus siitä, että kuuntelija uskoo tähän juttuun, tekee sen pohjalta ehkäpä joitakin valintoja elämässään. Siksi tämä työ on myös vastuullista. Toimittajan pitää silti aina muistaa tasapuolisuus haastattelu tilanteessa eli on annettava myös toiselle puheenvuoro. (Opetushallitus 2006.)

3.2.2 Radioilmaisu

Radioilmaisu on todella vaativa laji. Ideaalitilanne radioilmaisussa olisi sellainen, että äänitekniinen osaaminen yhdistyisi luontevasti käsikirjoittamiseen sekä ohjaamiseen. (Teatterilehti 2002.)

Radioilmaisulla on kaksi tärkeää elementtiä puhe ja musiikki. Radiosta on koko ajan kuuluttava jotakin. Voidaan sanoa, että radiolähetyksen keskeisin henkilö on juontaja. Tämän vuoksi ei olekaan samantekevää, mitä juontaja radiossa puhuu. Juontajan onkin ymmärrettävä, että hän puhuu ja juttelee kuuntelijalle jollekin seuraavaa kaipaavalle. (Kujala et. al. 1998, 86 - 87.)

3.2.2.1 Juontaja

Juontajalta odotetaan, että puhe olisi luontevaa eikä lukemista, aivan kuin keskustelisit normaalisti. Tietenkään pelkkä puhetyyli ei tee sinusta hyvää toimittajaa, vaan äänen on oltava miellyttävä, pehmeä. Kuuntelijat pitävät myös huumoria tärkeänä osatekijänä. Puheen tempo tulisi olla rauhallista ja hidasta. Toisaalta ääneltä odotetaan sujuvuutta, ei saisi olla katkonaista, hakevaa takeltelevaa tai änyttävää. (Kujala et. al. 1998, 84 - 87.)

3.2.2.2 Radiopersonallisuus

Toimittajien ja tekijöiden tähteys on uutta Suomessa. Aikaisempaan toimintaan kuului asiakeskeisyys. Esimerkkejä siitä kuinka merkkituotteita synnytetään, on radiomaailmassakin paljon. Usein on ollut kyse poliittisesta tai muusta pyrkyydestä. Yrittäjiä ei ole puuttunut se, että kuinka moni siinä on onnistunut, onkin eri asia. (Nukari & Ruohomaa, 1997, 22 - 23.)

Kun mieleton ”yrittäminen” loppuu, löytyy myös oma luontainen tapa toimia radioissa. Tästä on hyvä aloittaa kasvu radiopersonaksi. Radiopersonan vahvuuksia ja ominaisuuksia voidaan kuvata kahdeksan kohdan listalla. Ei välttämättä tarvitse olla vahvoilla kaikilla osa-alueilla, mutta hyvin useilla. Radiopersonallisuus koostuu:

1. Karismasta.
2. Verbaalisesti ja non-verbaalisesta viestinnästä (sanallisesta ja sanattomasta viestinnästä).
3. Tilanteiden hallinnasta
4. Vahva yleistieto ja jonkun alan erikoistuntemus.
5. Haastattelutaidosta.
6. Rohkeudesta lähetyksissä.
7. Dramaturgian tajusta.
8. Elämäkokemuksesta.

(Kujala et. al. 1998, 82.)

4 JOUKKOViestimien Käyttö

Jos vertaa joukkoviestimien käyttöä menneisiin vuosikymmeniin, niin nykypäivänä on vaikea erottaa milloin niitä käytetään ja milloin ei. Tarjonnan monipuolisuus ja käytön pirstoutuminen vaikeuttavat teknistä mittaamista. (Nordenstrenng & Wiio, 1994, 20). Radion lisäksi joukkoviestinnänvälineitä on elokuvateatteri, kirjat, erilaiset lehdet, televisio ja nykypäivänä paljon käytetty Internet. Tä-

män aiheen lisäksi teoriaosaan, koska on hyvä tietää mitä erilaisia muita joukkoviestimiä on käytössä, kuin radio. Halusin myös tuoda esille miten kaikki erilaiset viestimet tuovat esille omalla tärkeällä tavallaan asioita. Ja kohta olemme siirtymässä uuteen digiaikaan, jolloin kaikki analogiset tv-lähetykset poistuvat. Joukkoviestimet ovat ajan kuluessa muuttuneet paljon ja nykypäivänä niiden muuttuminen on vain vauhdittunut.

4.1 Radio

Sotavuosina radiosta tuli sanomalehtien ohella tärkein uutismedia. Se tunnettiin nopeana sähköviestimenä, jossa puheita ja tunnelmia voidaan välittää suorana ja elävänä lähetyksenä. (Nordenstreng & Wiio, 1994, 21).

Radion kuunteluun käytetään eniten aikaa, kun vertaillaan eri viestimiä. Kuitenkin kuuntelusta on tutkimusten perusteella yli puolet niin sanottua taustakäyttöä. Tämä vähentääkin radion merkitystä kulttuuri- ja vapaa-aikahyödykkeenä kun sitä verrataan esimerkiksi televisioon. (Nordenstreng et. al. 1994, 22.)

Viikon aikana radio tavoittaa lähes kaikki suomalaiset. Radiota kuunnellaan eniten päiväsaikaan, prime time eli paras seuranta-aika on varsin pitkä eli noin klo 07.00 - 18.00. Radion kuuntelu lisääntyy yleensä iän myötä, mutta eri radioasemilla on huomattavia eroja ikäprofiileissa. Ääripäitä näissä edustavat nuorisopainotteinen Radio City ja yli 45-vuotiaisiin vetoava Ylen Radio Suomi. (Nordenstreng et. al. 1994, 22.)

4.2 Digitaalinen radio

DAB (Digital Audio Broadcasting) on teknologia radiolähetyksien välittämiseen digitaalisessa muodossa, tämän teknologian kehittäminen aloitettiin 1980-luvun lopussa. Alkuperäinen tavoite oli korvata analogiset FM-lähetykset DAB-lähetyksillä. DAB ei kuitenkaan saanut sellaista menestystä kuin odotettiin. Syy DAB:n heikkoon menestykseen on ollut se, että kuulijat eivät ole kokeneet DAB-

lähetyksistä saatavan riittävää lisähyötyä FM-lähetyksiin verrattuna. FM-vastaanottimet ovat DAB-vastaanottimia halvempia ja FM-lähetysten äänenlaatu on koettu riittäväksi. (<http://fi.wikipedia.org/wiki/Digiradio>)

YLEllä oli vuodesta 1997 käytössä koeverkko, jonka toiminta kuitenkin lopetettiin vuonna 2005. YLEn ja koko Suomen ensimmäinen pelkästään digitaalinen radiokanava YLE Radio Peili aloitti toimintansa lokakuussa 1998. Huhtikuun lopussa vuonna 1999 YLEn toinen digikanava Ylen Klassinen käynnisti lähetyksensä. YLEn kolmas digitaalinen palvelu käynnistyi marraskuussa 1999, YLE Radio Aino, jonka taajuudella on nykyisin YleQ. (Härkönen 2005.)

Naapurimaassa Ruotsissa DAB uhkaa myös loppua. Kun taas Norjassa FM-jakeluverkko suljetaan vuoteen 2014 mennessä ja korvataan kokonaan digitaalisella DAB -jakeluverkolla. Ruotsissa on kuitenkin ehditty käynnistää mm. suomenkielinen DAB-kanava Sisuradio. Sisuradio kuuluu myös Internetissä, Ruotsin kaapeli-tv verkoissa; Comhem.se ja UPM. (Wikipedia 2006.)

YLEn digitaaliset radiopalvelut välitetään tällä hetkellä digitaalisen television ja osittain internetin kautta. Uusia mahdollisia teknologioita ovat myös DVB-H (Digital Video Broadcasting -Handheld) ja DMB (Digital Multimedia Broadcast). (Härkönen 2005.)

4.3 Elokuvateatteri

Elokvien kohdalla sodanjälkeisessä joukkoviestinmaisemassa tapahtunut kehitys on ollut dramaattista. Sotavuosina elokuvasta muodostui paitsi tärkeä viihde- ja vapaa-ajanviettomuoto, myös yksi kanava uutiskatsauksille, joita näytettiin ennen varsinaista esitystä; tätä voidaan pitää eräänlaisena ”esi-televisiona”. (Nordenstrengh et. al. 1994, 22.)

Iän suhteen elokuva on ehdottomasti eriytynein media. Elokvissakäyntien pääosasta vastaa 12 - 25 v. ryhmä. Elokvissa käynti laskee 30 ikävuoden jälkeen. Elokviiin liittyy seurustelu ja sosiaalinen kanssakäyminen: vakiintuminen televi-

sion, sohvan ja jääkaapin houkutus tukahduttavat hyvin tämän viestintäkäyttäytymisen muodon. (Nordenstreng et. al. 1994, 23.)

4.4 Kirja

Suomalaisessa yhteiskunnassa painoviestinnällä on aina ollut suuri merkitys. Joukkoviestinten tarjonnan kasvu on sodan jälkeisten vuosikymmenten aikana vähentänyt huomattavasti kirjan merkitystä. Televisiolla ei ole ollut samanlaista vaikutusta kirjan asemaan kuin elokuvateatterilla. (Nordenstreng et. al. 1994, 23.)

Naiset ovat miehiä aktiivisempia lukijoita. Edelleen yleisintä kirjojen lukeminen on lasten ja nuorten keskuudessa. Tietotekniikan kehitys heijastuu kuitenkin jonkin verran eri kirjatyyppien suosion muutoksissa, esimerkiksi tietokirjatuotannon kasvuna. (Nordenstreng et. al. 1994, 23.)

4.5 Aikakausilehdet

Television tulo 1960-luvulla ei lyhyellä aikavälillä syönyt aikakausilehdistön merkitystä; oikeastaan päinvastoin, televisio yhdessä yhteiskunnan rajun murroksen kanssa loi perustaa ja kanavoi ”sosiaalista tilausta” sensaatiojournalismille, jossa yhdistyi yhteiskuntakriittisyys ja viihde. Vasta viime vuosina sähköviestinnän tarjonnan suuri kasvu ovat selvästi verottaneet varsinkin yleisaikakausilehtien lukemista. (Nordenstreng et. al. 1994, 24.)

Tarjonta aikakausilehdissä on tavattoman laaja. Viime vuosina parhaiten ovat menestyneet tietyt erityisalojen harrastelehdet kuten tietotekniikan ja terveyden alojen julkaisut. Aikakausilehtien miesten lukukeskiarvo on jonkin verran naisten keskiarvoa korkeampi. Ylemmissä toimihenkilöryhmissä luetaan jonkin verran alempia sosiaaliryhmiä enemmän, selvittävin tekijä on kuitenkin ikä. (Nordenstreng et. al. 1994, 24.)

4.6 Sanomalehdet

Sanomalehtien nimikkeiden lukumäärässä ei vuosina 1940 - 1994 ole tapahtunut aikakausilehtien kaltaista kasvua. Päinvastoin, lehtien lukumäärä on keskittymisen ja kakkoslehtien lakkauttamisen seurauksena vähentynyt huomattavasti. Sanomalehtien kokonaislevikki sen sijaan on kasvanut vuoteen 1990 saakka. (Nordenstreng et. al. 1994, 24 - 25.)

Kolmannes koko väestöstä lukee valtakunnan ykköslehteä, Helsingin Sanomaa. Yhtä kasvuhakuisinta osaa edustavat myös iltapäivälehdet, joita on 80-luvun alusta ilmestynyt Suomessa kaksi. Iltapäivälehdet kilpailevat painetun viestinnän viihdemarkkinoilla samoista kuluttajista kuin yleisaikakausilehdet. (Nordenstreng et. al. 1994, 25.)

Eläkeläiset käyttävät sanomalehtien lukemiseen noin 50 prosenttia väestön keskiarvoa enemmän aikaa. Miehet lukevat naisiin verrattuna jonkin verran enemmän sanomalehtiä. (Nordenstreng et. al. 1994, 25.)

4.7 Televisio

Koko tämän vuosisadan suurin mullistus joukkoviestinnässä on ehdottomasti television tulo kotitalouksiin. Suomessa televisiolähetykset alkoivat 1955 - 1956. 1970-luvulla television katsominen oli saavuttanut jo lähes nykyisen tasonsa. (Nordenstreng et. al. 1994, 25 - 26.)

Television on sanottu edellyttävän rentoutunutta, tavallista käyttäytymistä esiintyjiltä: tuleehan esiintyjä olohuoneisiimme istumaan. Televisio on kiireinen väline, jossa haastateltavilta ei sallita kuin 10 - 20 sekunnin mittaisia ääninäytteitä. Televisio suosii henkilöitä, jotka pystyvät sanomaan sanottavansa nopeasti ja konkreettisesti. (Tampereen yliopisto 2006.)

Telesivovastaanottimien käytön moninaisuutta on lisännyt myös teksti-tv, jonka vastaanottomahdollisuus Suomessa on jo noin 42 prosentilla kaikista talouksista.

Ajassa mitattuna miehet katsovat noin 20 prosenttia naisia enemmän televisiota. (Nordenstreng et. al. 1994, 26 - 27.)

4.8 Digitaalinen televisio

Tekninen kehitys televisiossa, radiossa ja melkeinpä kaikessa informaation käsittelyssä on kulkenut kohti digitalisointia. Vuonna 2001 aloitettiin television digitaaliset lähetykset, vaikka vastaanottimia tai analogisen television lisälaitteita ei aluksi ollutkaan juuri lainkaan ihmisten käytössä. TV-ohjelmien tuotannossa digitaalitekniikkaa on käytetty jo pidempään, mutta lähetystä varten signaali on muunnettu analogiseksi. Nyt myös ohjelmien lähettäminen muuttui digitaaliseksi. (Tampereen yliopisto 2006.)

Analogisen ja digitaalisen ero on yksinkertaistaen siinä, että analoginen on jatkumollista ja portaaton, kun sitten taas digitaalinen on paloitteltua. Digitaalisen informaationsiirron etuna on analogiseen nähden sen virheettömyys. Toki signaali heikkenee ja vääristyy matkalla, mutta useimmat digitaalisen signaalin vääristymät voidaan korjata, koska signaalilla on vain harvoja sallittuja numeroarvoja. Analogisesta televisiosta voidaan nähdä pahasti häiriöistä ja "lumisateistakin" kuvaa, mutta digitaalinen televisio näyttää joko hyvää kuvaa tai sitten ei kuvaa ollenkaan. (Tampereen yliopisto 2006.)

Digitaalisuus voi vapauttaa television katsojan määrärajoista, sillä esimerkiksi ohjelman tai tuoreimmat uutiset voi tilata katsottavaksi milloin haluaa. Digitaalisuus mahdollistaa televisiokanavan räätälöinnin henkilökohtaisesti, niin että kukin voi valita haluamiaan sisältöjä halutussa laajuudessa vastaanottimeensa. (Tampereen yliopisto 2006.)

Yksilön suojan kannalta paluukanavan olemassaololla on myös haittapuolensa. Kaikista kuluttajan valinnoista menee tieto jonnekin ja tämä tieto voidaan tallentaa tätä kulutusyksikköä koskevaan omaan tiedostoon. Ohjelmiston suunnittelijoilla, mainostilan markkinoijilla, mainostajilla voi tämän jälkeen olla yksilöityä tietoa perheen kulutuskäyttymisestä, mikä auttaa taas heitä räätälöimään juuri

oikeanlaista ja vastaanottajalle sopivaa ja räätälöityä mainontaa. (Tampereen yliopisto 2006.)

Kaikki analogiset lähetykset loppuvat 31.8.2007 ja viimeistään silloin pitää olla joko digiboksi asennettuna vanhaan vastaanottimeen tai uusi digitelevisio lähetyksien seuraamiseen. Jotta hankittu laite tukee lähetystapaa, on digiboksin ja digitelevision ostajan tiedettävä ostotilanteessa, minkä tekniikan kautta hän digikuvansa saa. Suomessa ja Euroopassa yleisin käytetty digitelevision lähetystandardi on DVB. Tämä määrittelee tekniikan niin maanpäällisiin (DVB-T), kaapeli- (DVB-C), kuin satelliittilähetyksiinkin (DVB-S). (Tanni, K. 2006, 1.)

4.9 Internet

Tietokoneita yhteen liittävä informaation siirtoverkko, Internet on luonteeltaan epähierarkkinen väline, jossa miljoonat palvelintietokoneet ovat vapaasti yhteydessä keskenään. 1960-luvun alussa Yhdysvalloissa alettiin suunnitella viranomaisten välistä kommunikaatiojärjestelmää, jonka toiminta ei lamaantuisi ydiniskun jälkeenkään, silloin internetin historia sai alkunsa. Viestintäverkon pitäisi toimia ilman keskusvalvontaa. Sen toiminta ei saisi katketa, vaikka sitä vastaan hyökättäisiin. (Tampereen yliopisto 2006.)

Vuotta 1994 pidetään Internetin läpimurtovuotena, tällöin netistä tuli todellinen muotitrendi. Kotikoneissa alkoi olla modeemeja, joilla saatettiin puhelinjaa pitkin saada yhteys palvelinkoneeseen ja kaikille maailman verkkosivuille. (Tampereen yliopisto 2006.)

Jos kuka tahansa voi julkaista mitä tahansa verkossa, niin mistä voi tietää, että esitetyt väitteet ovat todenperäisiä? Eli Internetilläkin on kielteinen kääntöpuolensa. Jokuhan voi ilkeyttään tai pilailumielessä laittaa verkkoon täysin perättömiä väitteitä. Kun vanhemmissa medioissa, kuten sanomalehdissä joku henkilö selkeästi on oikeudellisessa vastuussa levitystä tiedosta, niin Internetissä voidaan välttää tämä vastuu. Internet edellyttää siis yleisöltään kriittisyyttä, kriittistä medialukutaitoa. (Tampereen yliopisto 2006.)

5 KUUNTELIJATYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

5.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Huittisten paikallisradio Radio Westin kuuntelijaryhmää, niin miesten ja naisten osalta kuin ikäryhmittäinkin. Toimeksiantaja Huittisten Sanomalehti Oy:n toimitusjohtaja Jyri Korenius halusi tietää kuuntelijoiden mielipiteitä ohjelmatarjonnasta. Erityisesti tutkimuksessa tulisi selvittää kuuntelijoiden tyytyväisyys musiikkitarjontaan. Tavoitteenani oli myös selvittää, kuinka paljon kohdealueet Säskylä ja Huittinen kuuntelevat Radio Westiä. Toimeksiantaja halusi myös yleisesti tietää, kuinka paljon radiota yleensä kuunnellaan ja mitkä ovat ne kanavat, joita kuunnellaan. Joka radiokanavalla on aina ne tietyt toimittajansa ja sen vuoksi tutkimuksessa selvitettiin kuinka paljon radiotoimittaja tai radiopersoona vaikuttaa kuuntelijan radion kuunteluun. Toimeksiantaja halusi rajata tutkimuksen kohteet Huittisten ja Säskylän alueeseen. Näin ollen voin myös vertailla näiden kahden alueen kuuntelijoiden mielipiteitä.

5.2 Tutkimuksen toteutus

Kuuntelijatyytyväisyystutkimuksen toteutin pääasiassa puhelinhaastatteluna. Aloitin tutkimuksen teon Säskylän alueelta, jonka jälkeen siirryin soittamaan Huittisten aluetta. Koko alueen systemaattisen otannan määrä oli 149, jonka satunnaisotannalla poimin puhelinluettelosta. Puhelinhaastattelun hyvä puoli oli se, että pääsi keskustelemaan kuuntelijan kanssa ja näin ollen sai paremman kuvan kuuntelijan radion kuuntelusta, kuin silloin kun hän täyttäisi tutkimuskaavakkeen itse. Puhelinhaastattelun aikana sain paljon kirjattua erilaisia kommentteja radion vaikutuksesta kuuntelijoihin. Huono puoli puhelinhaastattelun teossa oli se, että nuorempien ihmisten numeroita ei puhelinluettelossa valitettavasti ole. Tämän vuoksi teinkin muutaman kyselyn kasvotusten alle 25-vuotiaille kuuntelijoille. Tutkimuksen

tulokset analysoin ja muokkasin Microsoft Exel –ohjelmalla ja lopullisen kuunte-
lijatyytyväisyystutkimuksen kirjoitin Microsoft Wordilla.

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta pohdittaessa käytetään kahta käsitettä: reliabiliteetti ja validiteetti. Validiteetti on tietojen pätevyys eli sen avulla ilmaistaan, mitataanko sitä, mitä pitäisi mitata vai muuta. (Lotti. 1998, 33.) Kyselytutkimuksessa siihen vaikuttaa ensisijaisesti se, miten onnistuneita kysymykset ovat eli voidaanko niiden avulla saada ratkaisu tutkimusongelmaan. Validiutta on jälkikäteen vaikea tarkastella. Selkeissäkin asioissa voi joskus esiintyä systemaattisia virheitä. Systemaattinen virhe syntyy jostakin aineiston keräämiseen liittyvästä tekijästä, joka pyrkii vaikuttamaan koko aineistoon samansuuntaisesti. On oltava selkeitä tavoitteita ja suunnitelman on oltava huolellinen. Helposti voidaan tutkia vääriä asioita. (Heikkilä. 2005, 186.)

Tulosten pysyvyyttä tarkoittaa reliabiliteetti eli se on sitä parempi, mitä vähemmän sattuma vaikuttaa tuloksiin. (Lotti. 1998, 33.) Puutteellinen reliabiliteetti joh-
tuu yleensä satunnaisvirheistä. Tulosten tarkkuus riippuu tiettyyn rajaan saakka otoksen koosta. Reliabiliteettia, toisin kuin validiteettia, voidaan tarkastella mittauksen jälkeen. Haastattelututkimuksiin sisältyy usein monia satunnaisvirhettä aiheuttavia tekijöitä, niin että käytännössä joudutaan tyytymään alhaiseen reliabiliteettikertoimeen. (Heikkilä. 2005, 187.)

Kyselylomakkeen testaus on tärkeitä ennen tutkimuksen aloittamista. Lomakkeen huolellinen suunnitelma takaa paremman validiteetin. Testautin lomakkeen muutamalla henkilöllä, ja tämän jälkeen tein muutoksia lomakkeeseen. Lisäsin kysymyksen numero 10, missä yleensä kuuntelet radiota sekä myös ikäjakoja oli aluksi erilainen, joten siihen tuli myös muutoksia.

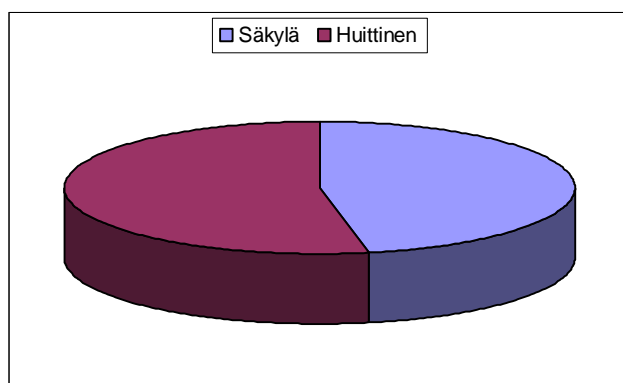
Tähän tutkimukseen osallistui alle 25-vuotiaita säkyläläisiä vain 2 vastaajaa, kun taas huittislaisia alle 25-vuotiaita oli 23. Tämä voi vääristää joitakin tutkimustuloksia. Huittislaisia vastaajia ikäryhmittäin oli tasaisesti, kun taas säkyläläisistä yli puolet oli yli 45-vuotiaita.

6 TUTKIMUSTULOKSET

6.1 Vastanneiden jakauma alueittain

Taulukko 1. Vastaajien jakauma alueittain

Alue	LKM	%-OSUUS
Säkylä	70	46,98
Huittinen	79	53,02
Yhteensä	149	100



Kuvio 1. Vastaajien jakauma alueittain

Kyselyyn vastanneista 149:sta henkilöstä 70 (46,9 %) oli säköyläläisiä ja 79 (53 %) oli huittislaisia (Taulukko 1 ja Kuvio 1).

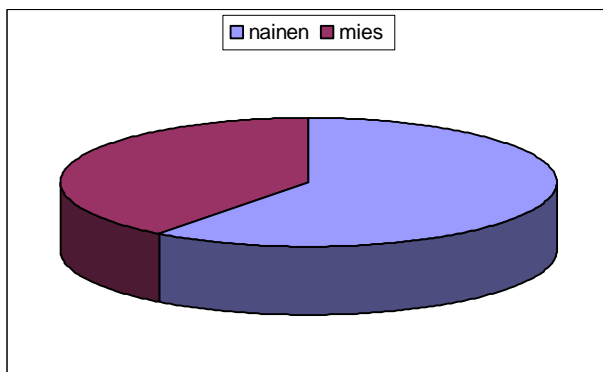
6.2 Taustakysymykset

6.2.1 Sukupuoli

Taulukko 2. Vastaajien sukupuolijakauma

	LKM	%-OSUUS
nainen	90	60,40

mies	59	39,60
Yhteensä	149	100



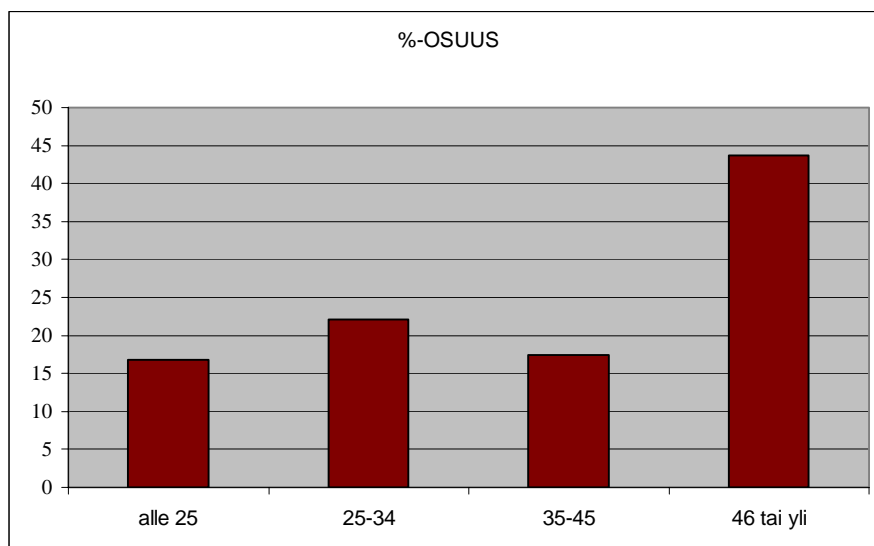
Kuvio 2. Vastaajien sukupuolijakauma

Kyselyyn vastasi 149 henkilöä. Heistä naisia oli 90, 60,4 %, ja miehiä 59, 39,6 % (Taulukko 2 ja kuvio 2).

6.2.2 Ikä

Taulukko 3. Vastaajien ikäjakauma.

Ikä	Säkylä	Huittinen	Yhteensä	%-OSUUS
alle 25	2	23	25	16,78
25-34	10	23	33	22,15
35-45	13	13	26	17,45
46 tai yli	45	20	65	43,62
Yhteensä	70	79	149	100



Kuvio 3. Vastaajien ikäjakauma prosentteina.

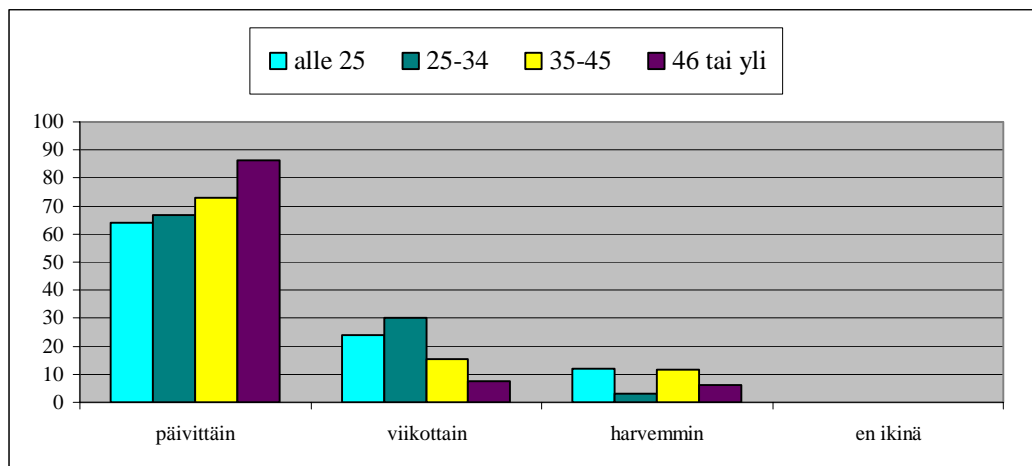
Selvästi suurimman ikäryhmän vastaajista muodostivat 46-vuotiaat tai yli, joita oli 43,6 %. Seuraavaksi suurin ikäryhmä oli 25 – 34-vuotiaat, joita oli 22,2 %. Alle 25-vuotiaita oli 16,8 % ja lähes yhtä paljon oli 35 – 45-vuotiaita, 17,5 %. (Taulukko 3 ja kuvio 3.)

6.3 Varsinaiset kysymykset

6.3.1 Käytetty kuuntelutiheys

Taulukko 4. Radion kuuntelun tiheys prosentteina.

Ikä	päivittäin	viikoittain	harvemmin	en ikinä	Yhteensä
alle 25	64,00	24,00	12,00	0,00	100,00
25-34	66,67	30,30	3,03	0,00	100,00
35-45	73,08	15,38	11,54	0,00	100,00
46 tai yli	86,15	7,69	6,16	0,00	100,00



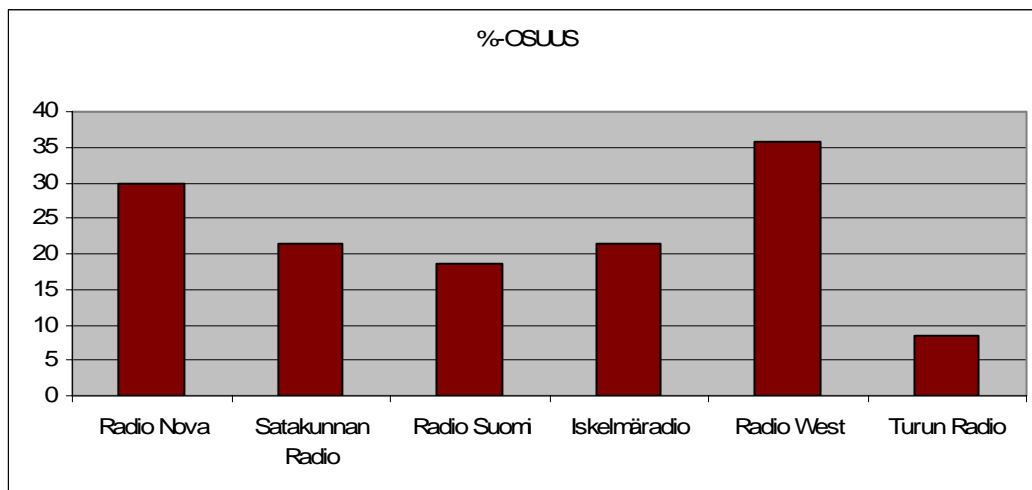
Kuvio 4. Radion kuuntelun tiheys prosentteina.

Päivittäin radiota kuunnellaan jokaisessa ikäryhmässä paljon, noin 65 % - 86 %. Ikäryhmät eivät tässä kysymyksessä eroa tuloksillaan toisistaan paljoakaan. Huomattavaa on myös se, että 0 % koko tutkimukseen osallistuneista vastasi tähän kysymykseen, en ikinä. Voidaan sanoa, että ikäryhmittäin verrattuna radion kuuntelu on melko samanlaista. (Taulukko 4 ja kuvio 4.)

6.3.2 Yleisimmin kuunnellut radioasemat Säkylässä

Taulukko 5. Yleisimmin kuunnellut radioasemat Säkylässä.

	LKM	%-OSUUS
Radio Nova	21	30,00
Satakunnan Radio	15	21,43
Radio Suomi	13	18,57
Iskelmäradio	15	21,43
Radio West	25	35,71
Turun Radio	6	8,57



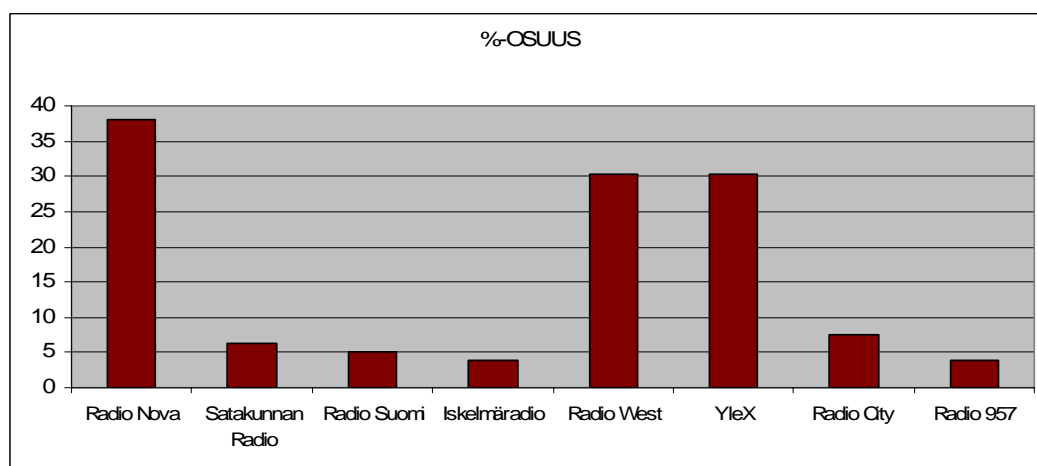
Kuvio 5. Yleisimmin kuunnellut radioasemat Säkylässä prosentteina.

Tämä kysymys oli vastaajalle avoin, yleisesti tähän kysymykseen vastattiin enemmän kuin yksi radiokanava. Säkylässä kuunnellaan eniten Radio Westiä, joita oli 35,7 %. Melkein yhtä paljon kuitenkin kuunnellaan Radio Novaa, 30 %. Turun Radiota kuunnellaan Säkylässä alueella 8,6 prosenttia. Satakunnan Radiota ja Iskelmäradiota kuunnellaan molempia yhtä paljon 21,4 %. Myös Radio Suomea kuunnellaan melko paljon, noin 18,6 %. (Taulukko 5 ja kuvio 5.)

6.3.3 Yleisimmin kuunnellut radioasemat Huittisissa

Taulukko 6. Yleisimmin kuunnellut radioasemat Huittisissa.

	LKM	%-OSUUS
Radio Nova	30	37,97
Satakunnan Radio	5	6,33
Radio Suomi	4	5,06
Iskelmäradio	3	3,80
Radio West	24	30,38
YleX	24	30,38
Radio City	6	7,59
Radio 957	3	3,80



Kuvio 6. Yleisimmin kuunnellut radioasemat Huittisissa prosentteina.

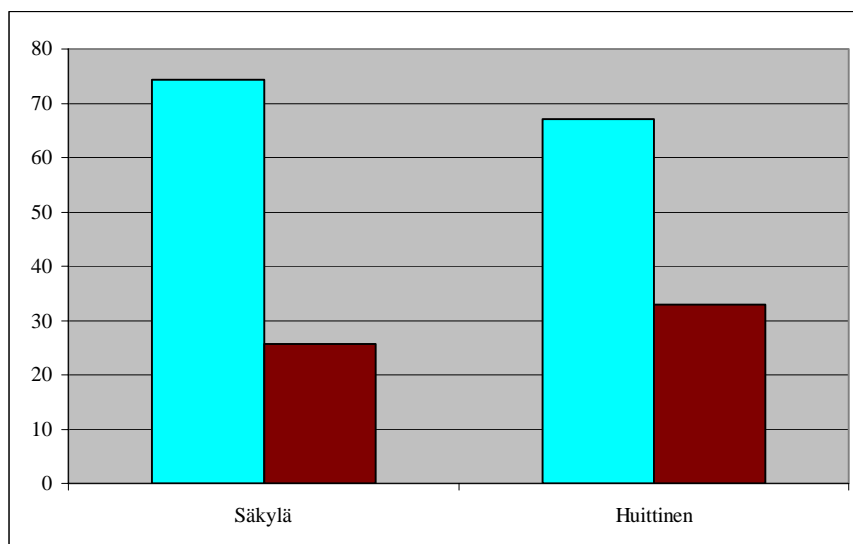
Tämä kysymys oli vastaajalle avoin, yleisesti tähän kysymykseen vastattiin enemmän kuin yksi radiokanava. Huittisissa kuunnellaan Radio Novaa yleisesti eniten, noin 38 %. Radio West ja YleX ovat myös hyvin kuunneltuja, 30,4 %. Satakunnan radio, Radio Suomi, Iskelmäradio, Radio City ja Radio 957 ovat huittislaisten suosiossa saman verran, noin 4 – 7 %. (Taulukko 6 ja kuvio 6.)

Kun verrataan huittislaisten ja säkyläläisten mieltymyksiä radiokanavien suhteen, voi sanoa että se ero mikä tutkimuksesta huomataan, johtuu varmasti siitä, että säkyläläiset vastaajat olivat vanhempia kuin huittislaiset. Kuitenkin molemmissa paikkakunnissa Radio Westiä kuunnellaan paljon. Muut kanavat ovatkin sitten paikkakuntien eroavaisuus, kuten se, että Huittisissa kuunnellaan melko paljon YleX:ää, mutta tutkimukseen osallistuneet säkyläläiset eivät kuuntele YleX:ää. Radio Nova on molemmilla paikkakunnilla melko kuunneltu radiokanava. (Taulukko 5, 6 ja kuvio 5,6.)

6.3.4 Radio Westin kuuntelijakunta alueittain

Taulukko 7. Radio Westin kuuntelijakunta alueittain prosentteina.

Alue	Säkylä		Huittinen	
	LKM	%-OSUUS	LKM	%-OSUUS
kyllä	52	74,29	53	67,09
en	18	25,71	26	32,91
Yhteensä	70	100,00	79	100,00



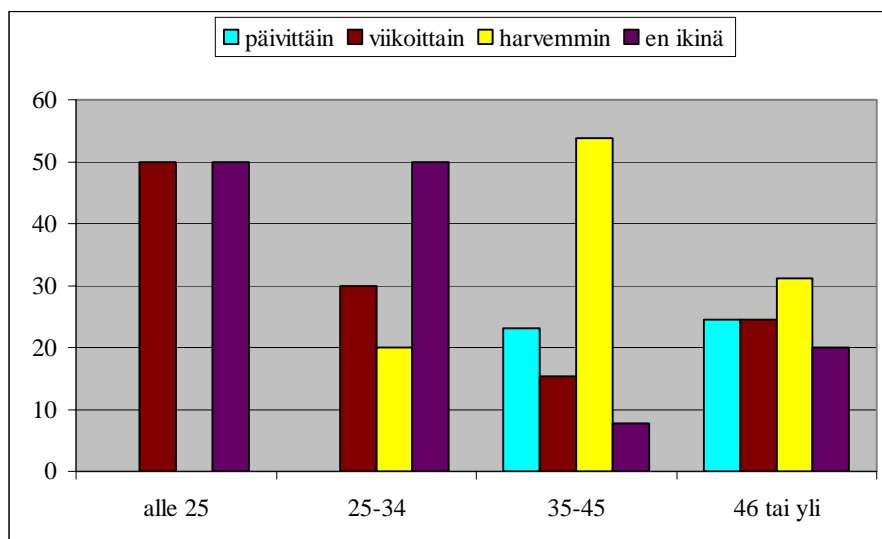
Kuvio 7. Radio Westin kuuntelijakunta alueittain prosentteina.

Kuunteletko Radio Westiä? Tutkimuksen perusteella niin huittislaiset (noin 67,1 %) kuin säkyläläisetkin (noin 74,3 %) kuuntelevat Radio Westiä paljon. Tutkimukseen osallistuvista noin 30 % ei kuuntele Radio Westiä. Syitä tähän oli muun muassa: musiikki ei omaan tyyliin sopiva, kuuluvuus on huono, henkilökohtainen laiskuus eli ei jaksaa vaihtaa kanavaa, tai ei ole koskaan tutustunut, mielestään suunnattu hieman vanhemmille ihmisille, mainokset mauttomia ja amatöörimäisiä, myös tapa kuunnella kanavaa jota yleensä muutenkin kuuntelee. (Taulukko 7 ja kuvio 7.)

6.3.5 Radio Westiin käytetty kuuntelu-aika Säkylässä

Taulukko 8. Radio Westiin käytetty kuuntelu-aika ikäryhmittäin Säkylässä prosentteina.

Ikä	päivittäin		viikoittain		harvemmin		en ikinä	
	LKM	%-OSUUS	LKM	%-OSUUS	LKM	%-OSUUS	LKM	%-OSUUS
alle 25	0	0,00	1	50,00	0	0,00	1	50,00
25-34	0	0,00	3	30,00	2	20,00	5	50,00
35-45	3	23,08	2	15,38	7	53,85	1	7,69
46 tai yli	11	24,44	11	24,44	14	31,11	9	20,00



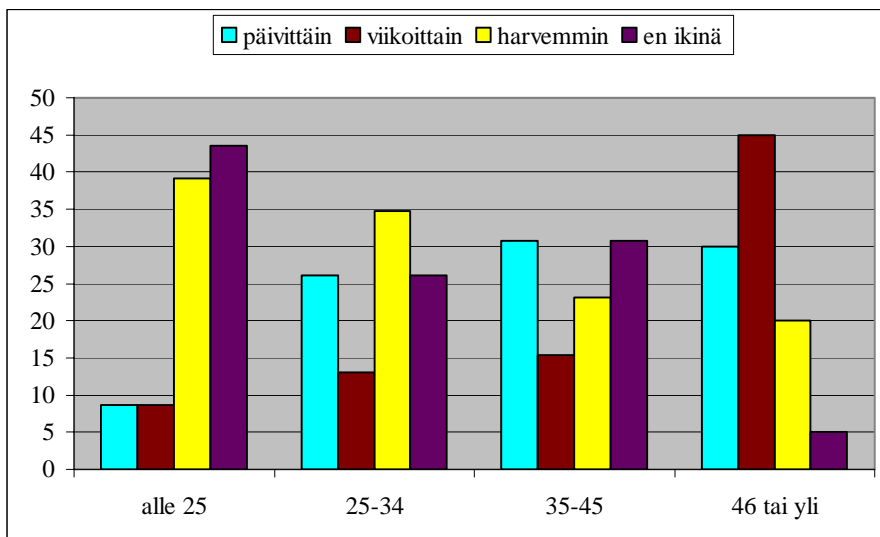
Kuvio 8. Radio Westiin käytetty kuuntelu-aika ikäryhmittäin Säkylässä prosentteina.

Säkylläläiset 46-vuotiaat tai sitä vanhemmat kuuntelevat Radio Westiä eniten päivittäin, noin 24,5 %. Kun taas alle 25-vuotiaat sekä 25 – 34-vuotiaat eivät tämän tutkimuksen perusteella kuuntele Radio Westiä lainkaan päivittäin 0,0 %. On kyläläkin huomioitava se, että tutkimukseen osallistuneiden alle 25-vuotiaiden määrä Säkyllän alueella oli vain 2 henkilöä. Tutkimuksen perusteella säkylläläisistä alle 35-vuotiaista puolet eli 6 vastaajaa (50 %) eivät kuuntele Radio Westiä. 35-vuotiaat ja sitä vanhemmat säkylläläiset vastaajat kuuntelevat Radio Westiä eniten. (Taulukko 8 ja kuvio 8.)

6.3.6 Radio Westiin käytetty kuuntelu-aika Huittisissa

Taulukko 9. Radio Westiin käytetty kuuntelu-aika Huittisissa prosentteina.

ikä	päivittäin		viikoittain		harvemmin		en ikinä	
	LKM	%-OSUUS	LKM	%-OSUUS	LKM	%-OSUUS	LKM	%-OSUUS
alle 25	2	8,70	2	8,70	9	39,13	10	43,48
25-34	6	26,09	3	13,04	8	34,78	6	26,09
35-45	4	30,77	2	15,38	3	23,08	4	30,77
46 tai yli	6	30,00	9	45,00	4	20,00	1	5,00



Kuvio 9. Radio Westiin käytetty kuuntelu-aika Huittisissa prosentteina.

Huittislaiset 25-vuotiaat ja sitä vanhemmat kuuntelevat Radio Westiä päivittäin, noin 26,1 %. Huomattavaa on, että vastaajista yli 45-vuotiaista vain 5 % ei ikinä kuuntele Radio Westiä. Vähiten alle 25-vuotiaista vastaajista kuuntelevat Radio Westiä, päivittäin 8,7 % ja viikoittainkin 8,7 %, heistä noin 43,5 % ei ikinä kuuntele Radio Westiä. Ainakin viikoittain 46-vuotiaat ja sitä vanhemmat kuuntelevat Radio Westiä 45 %. Tutkimuksessa tuli esille, että maanantai, keskiviikko ja lauantai-illat ovat tämän ikäryhmän suosituinta kuuntelu-aikaa. (Taulukko 9 ja kuvio 9.)

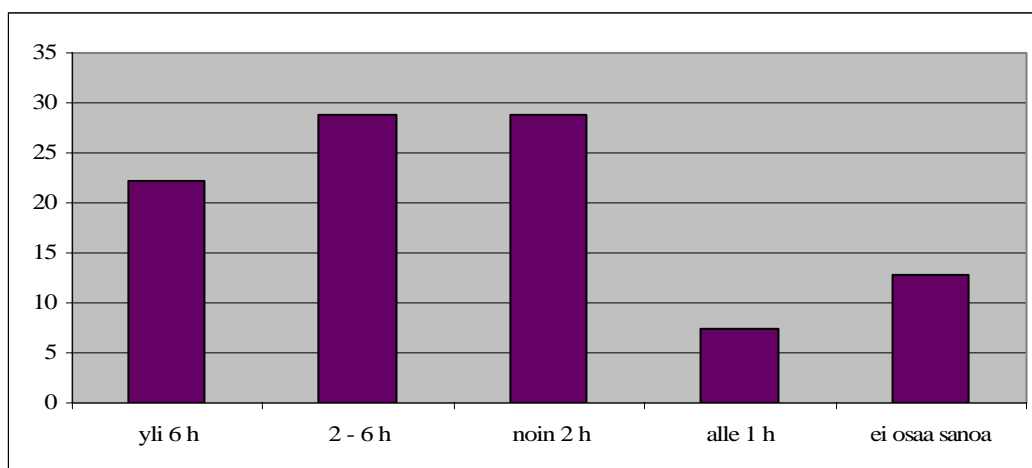
Kun verrataan huittislaisia ja säkyläläisiä vastaajia, on jakauma molemmilla paikkakunnilla melko samanlainen. Huittislaisista 25 – 34-vuotiaista kuuntelevat Radio Westiä enemmän kuin säkyläläiset, päivittäinkin noin 27 %, kun säkyläläisistä vastaavasti 0 % vastaajista kuuntelee Radio Westiä päivittäin. (Taulukko 8, 9 ja kuvio 8, 9.)

6.3.7 Radion kuunteluun käytetty aika

Taulukko 10. Radion kuunteluun käytetty aika päivässä.

Tuntimäärä	LKM	%-OSUUS
yli 6 h	33	22,15
2 - 6 h	43	28,86
noin 2 h	43	28,86
alle 1 h	11	7,38

ei osaa sanoa	19	12,75
Yhteensä	149	100,00



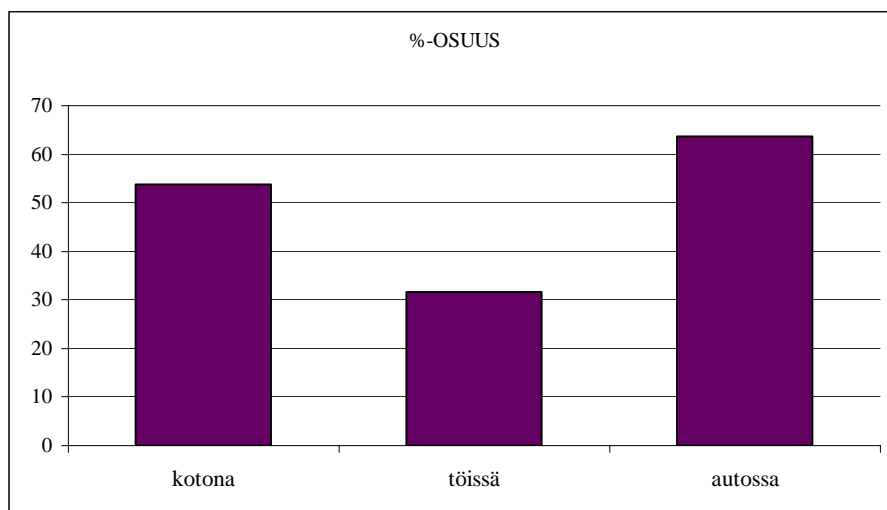
Kuvio 10. Radion kuunteluun käytetty aika päivässä, prosentteina.

Tutkimuksessa yritin myös selvittää kuinka kauan tutkimukseen osallistujat kuuntelevat radiota päivittäin. Tämä kysymys oli monenkin osallistujan mielestä vaikea ja heidän mielestä suoraa vastausta tähän on vaikea antaa, koska radio soi useimmiten aina taustalla. Vastaajista noin 12,8 % ei osaa sanoa tähän kysymykseen mitään. Suurin osa vastaajista kuuntelee radiota joko noin 2 h tai 2 – 6 tuntia päivässä, eli noin 28,9 %. Tutkimuksen mukaan radiota kuunnellaan kuitenkin monta tuntia päivittäin. (Taulukko 10 ja kuvio 10.)

6.3.8 Yleisimmät radion kuuntelupaikat

Taulukko 11. Yleisimmät paikat radion kuuntelussa prosentteina.

	%-OSUUS
kotona	53,69
töissä	31,54
autossa	63,76



Kuvio 11. Yleisimmät paikat radion kuuntelussa prosentteina.

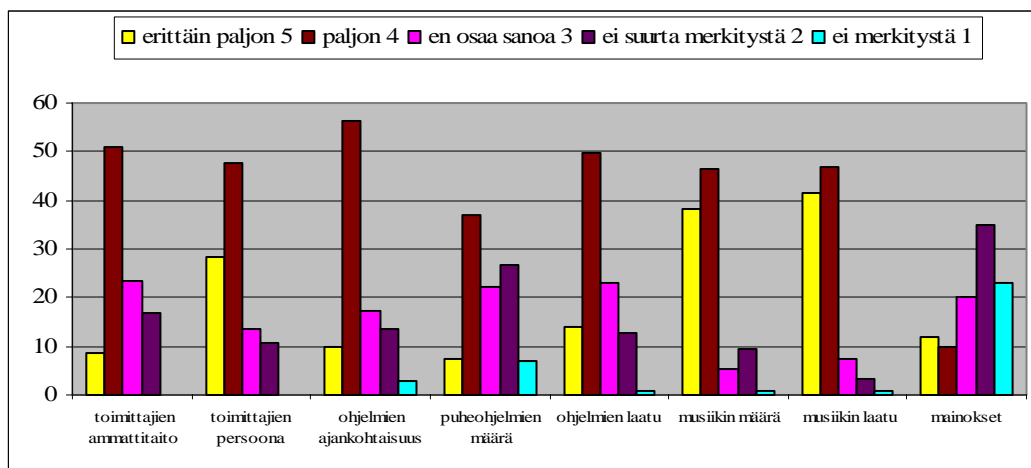
Tähän kysymykseen vastaajat saivat valita enemmän kuin yhden vaihtoehdon. Tutkimuksen mukaan yleisimmin radiota kuunnellaan autossa, noin 63,8 %. Melkein yhtä paljon sitä kuunnellaan myös kotona, 53,7 %. Töissä sitä taas vastaajat kuuntelevat, noin 31,5 %. Vastaajat kertoivat myös muutamia muita paikkoja joissa kuuntelevat radiota yleisesti, näitä oli: mökillä, traktorissa, autotallissa, vajassa ja lenkillä. (Taulukko 11 ja kuvio 11.)

6.3.9 Vaikuttavat tekijät radion kuuntelussa

Taulukko 12. Vaikuttavat tekijät radion kuuntelussa prosentteina.

	erittäin paljon	paljon	en osaa sanoa	ei suurta merkitystä	ei merkitystä
	5	4	3	2	1
toimittajien ammattitaito	8,72	51,01	23,49	16,78	0,00
toimittajien persoona	28,19	47,65	13,42	10,74	0,00
ohjelmien ajankohtaisuus	10,07	56,38	17,45	13,42	2,68

puheohjelmien määrä	7,41	37,04	22,22	26,54	6,79
ohjelmien laatu	14,09	49,66	22,82	12,75	0,67
musiikin määrä	38,26	46,31	5,37	9,40	0,67
musiikin laatu	41,61	46,98	7,38	3,36	0,67
mainokset	12,08	10,07	20,13	34,90	22,82



Kuvio 12. Vaikuttavat tekijät radion kuuntelussa prosentteina.

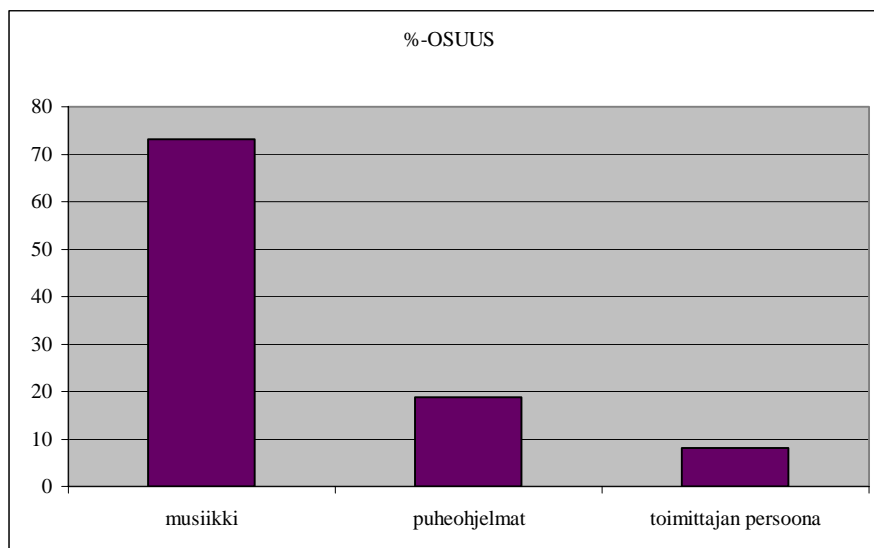
Yleisesti kaikki kahdeksan tekijää vaikuttavat radion kuunteluun paljon, 37 %:sta 56 %:iin, ainoastaan mainokset vaikuttavat vain 10 %. Erittäin paljon musiikin laatu vaikuttaa radion kuunteluun, noin 41,6 %. Myös musiikin määrä vaikuttaa erittäin paljon, noin 38,3 %. Puheohjelmien vaikutus on jakaantunut kahteen ryhmään, paljon 37 %, mutta sitten taas jakautuma vastaajien kesken ei suurta merkitystä 27 %. Ohjelmien ajankohtaisuus on tutkimuksen perusteella melko vahva tekijä radion kuuntelussa, paljon 56,4 %. Mainokset saivat suurta huomiota osakseen, vastaajien kesken se jakautui melko tasaisesti, kuitenkin ei suurta merkitystä noin 35 %. Kyselyssä tuli esille, että mainokset suurelta osin ärsyttävät, mutta tutkimukseen osallistujat ymmärtävät, että se kuuluu radiotoimitukseen. Toiset olivat sitä mieltä että sieltä saa myös joskus hyviä ”vinkkejä”. (Taulukko 12 ja kuvio 12.)

6.3.10 Tärkein asia radion kuuntelussa

Taulukko 13. Tärkein vaikuttava tekijä radion kuuntelussa.

	LKM	%-OSUUS

musiikki	109	73,15
puheohjelmat	28	18,79
toimittajan persoona	12	8,05



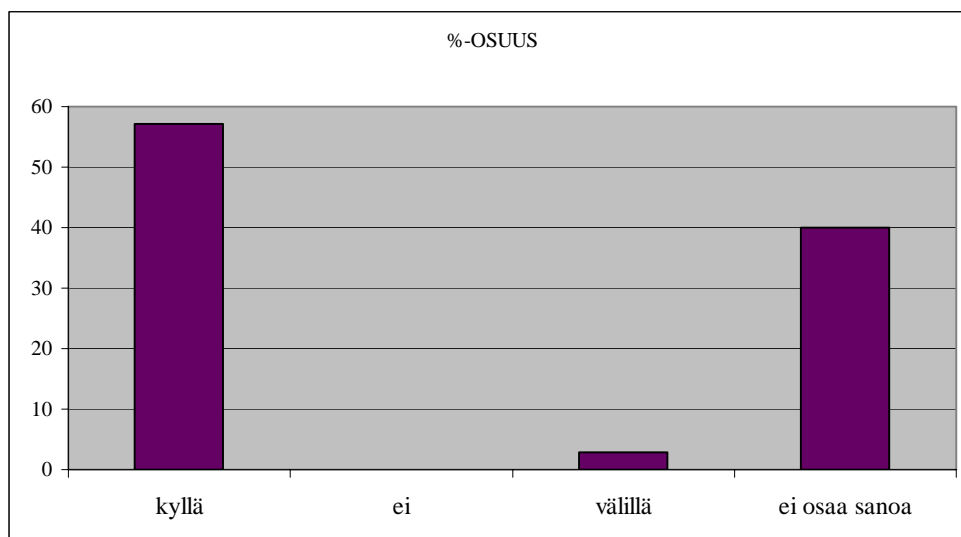
Kuvio 13. Tärkein vaikuttava tekijä radion kuuntelussa prosentteina.

Tutkimuksen perusteella suurin osa, noin 73,2 % ovat sitä mieltä, että musiikki on tärkein asia radion kuuntelussa. Toimittajan persoona on vähiten vaikuttava tekijä, noin 8,1 %. 18,8 % vastaajista oli sitä mieltä, että puheohjelmat vaikuttaisivat heidän radion kuuntelussa. (Taulukko 13 ja kuvio 13.)

6.3.11 Säskyläisten mielipide Radio Westin musiikkitarjonnasta

Taulukko 14. Onko Radio Westin musiikkitarjonta kohdallaan, Säskylä.

	LKM	%-OSUUS
kyllä	40	57,14
ei	0	0,00
välillä	2	2,86
ei osaa sanoa	28	40,00



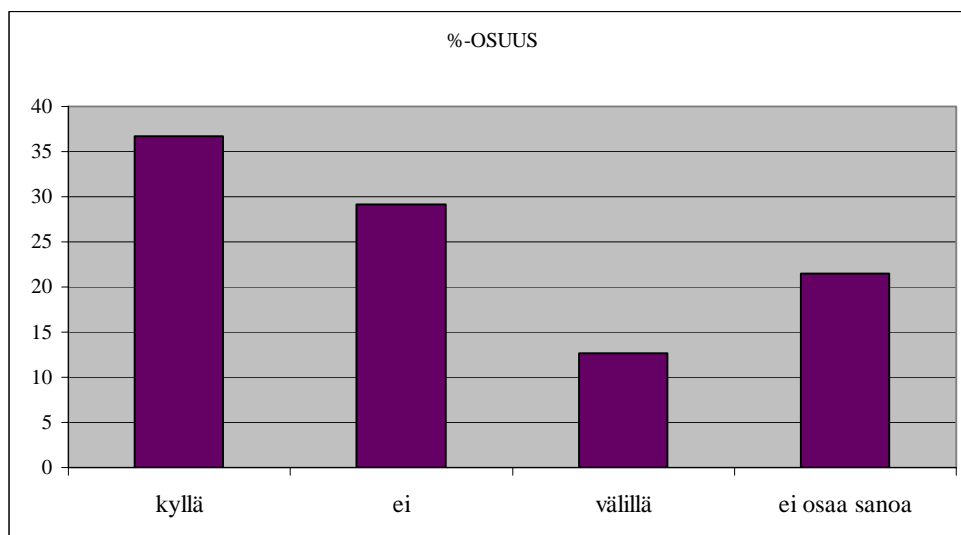
Kuvio 14. Onko Radio Westin musiikkitarjonta kohdallaan säkyläläisten mielestä prosentteina.

Säkyläläisten vastaajien mielestä noin 57,1 % on sitä mieltä että Radio Westin musiikki tarjonta on kohdallaan. Melko suuri osa ei osaa sanoa, 40 %. Kukaan säkyläläisistä vastaajista ei ollut sitä mieltä, että Radio Westin musiikki tarjonta ei olisi kohdallaan, 0 %. (Taulukko 14 ja kuvio 14.)

6.3.12 Huittislaisten mielipide Radio Westin musiikkitarjonnasta

Taulukko 15. Onko Radio Westin musiikkitarjonta kohdallaan, Huittinen.

	LKM	%-OSUUS
kyllä	29	36,71
ei	23	29,11
välillä	10	12,66
ei osaa sanoa	17	21,52



Kuvio 15. Onko Radio Westin musiikkitarjonta kohdallaan huittislaisten mielestä prosentteina.

Tutkimuksen mukaan huittislaisista suurin osa on sitä mieltä, että Radio Westin musiikkitarjonta on kohdallaan, noin 36,7 %. Kuitenkin myös melko suuri osa vastaajista on sitä mieltä, että musiikki tarjonta ei olisi kohdallaan, noin 29,1 %. 21,5 % ei osaa sanoa onko Radio Westin musiikkitarjonta kohdallaan. (Taulukko 15 ja kuvio 15.)

Kun verrataan huittislaisia ja säkyläläisiä vastaajia, voi huomata että suurin osa on sitä mieltä, että Radio Westin musiikkitarjonta on kohdallaan. Huittislaiset vastaajat ovat prosenttimääräisesti enemmän sitä mieltä, että musiikkitarjonta ei olisi kohdallaan. Säkyläläisistä melko suuri osa ei osaa sanoa Radio Westin musiikkitarjonnasta mitään (21,5 %), mikä varmasti johtuu siitä, että säkyläläiset eivät kuuntele Radio Westiä niin paljon kuin huittislaiset, tämä tuli esille tutkimuksessa aikaisemmin. (Taulukko 14, 15 ja kuvio 14, 15.)

6.3.13 Musiikkitoiveita

Tutkimuksen mukaan suurin osa vastaajista on tyytyväisiä Radio Westin musiikkitarjontaa. Kuitenkin kohdassa, jossa selvitin vastaajien musiikkitoiveita tuli paljon erilaisia vastauksia. Suuri osa toivoi, että musiikki olisi yleisesti monipuolista niin kotimaista kuin ulkolaistakin. Osa vastaajista toivoi, että liian vanhoja iskelmiä ei enää kuitenkaan soitettaisi. Toivottiin niin iskelmiä, poppia, rockia, jazzia,

kevyttä kuin hengellistäkin musiikkia. Toiset taas olivat kovasti vastaan iskelmää, rockia, jazzia tai hengellistä musiikkia. Esille tuli myös monelta vastaajalta se, että listahittejä voisi soittaa vähemmän. Vastaajilta tuli paljon erilaisia vastauksia musiikkitarjonnasta. Seuraavassa lista vastaajien toivomuksista musiikin suhteen:

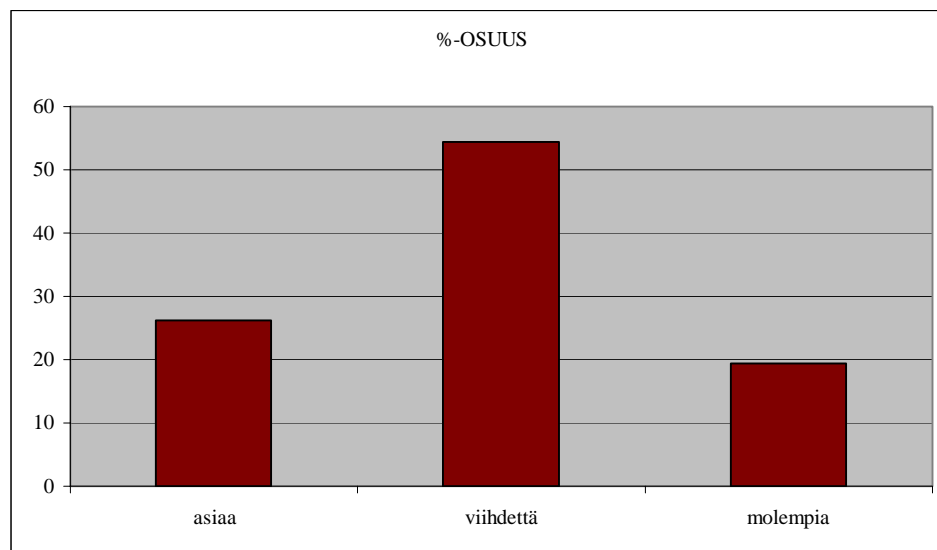
- suomipoppiä
- iskelmää
- kotimaista
- monipuolista
- menevää
- ei liikaa listahittejä
- ei heavyä
- poppiä
- nuorten aikuisten musiikkia
- ei jazzia tai klassista
- kevyttä
- kansainvälistä poppiä
- kaikki menee, mutta ei koko päivää humppaa tai tangoa
- tanssimusiikki
- vanhempaa musiikkia
- enemmän kohdallaan kuin Radio Novan musiikki
- tietyissä ohjelmissa liian yksipuolista musiikkia
- ei metallia
- ei nykyaikaista
- ei sellaista, jossa on inhottavat sanat
- ei liian vanhanaikaista
- laulukilpailut on hyviä
- ei ikivanhoja iskelmiä
- ei liian hidasta
- ei nuorten rääkymistä
- elokuvamusiikkia
- erilaisempaa vanhemmille ihmisille
- rockia ja poppiä
- suomalaista

- nykynuorten musiikkia
- meno musaa
- uutuuksia mutta myös klassikkoja 80 - 90 luvuilta
- disco-musiikkia
- yleensä hyvää, mutta väsyneen kuuloiset vanhat kappaleet pois
- ei niin pinnalla olevien bändien musiikkia
- tuoreita biisejä
- Frank Sinatraa
- heavyä
- popahtavaa heavyä
- välillä tulee liian vanhaa
- lastenmusiikkia
- R&B:tä
- Blues, jazz
- Led Zeppelin
- suomirockia
- 70 – 80 luvun musiikkia
- virsilauluja, hengellistä
- 50-luvun musiikkia
- kirkkomusiikkia
- kansanlauluja, kantria

6.3.14 Kumpaa arvostatte enemmän, asiaa vai viihdettä?

Tauluko 16. Kuuntelijoiden arvostus radion kuuntelussa.

	LKM	%-OSUUS
asiaa	39	26,17
viihdettä	81	54,36
molempia	29	19,46



Kuvio 16. Kuuntelijoiden arvostus radion kuuntelussa prosentteina.

Niin säkyläläiset kuin huittislaisetkin vastaajat pitivät viihdettä mielenkiintoisimpana asiana radiossa, tutkimuksen mukaan noin 54,4 % oli nimittäin sitä mieltä. Joidenkin mielestä molemmat sekä asia että viihde ovat radion kuuntelussa tärkeitä, noin 19,5 %. Asiaa tärkeimpänä radion kuuntelussa pitivät, noin 26,2 %. Tähän kysymykseen vastaajat alueittain olivat samaa mieltä. (Taulukko 16 ja kuvio 16.)

6.3.15 Toiveita ja parannusehdotuksia Radio Westille

Vastaajista 30,9 %, 46 vastaajaa, antoi toiveita ohjelmatarjontaan sekä parannusehdotuksia Radio Westille. Vastaajilla oli paljon erilaisia toiveita ohjelmien suhteen. Monet vastaajat toivoivat erilaisia puhe- ja musiikkiohjelmiä lisää. Nuoret toivoivat nuorisolle sopivaa ohjelmaa ja vanhemmat vastaajat toivoivat heille sopivaa ohjelmaa. Ehdotuksia tuli paljon, joten seuraavassa listaa vastaajien toiveista:

- mieluiten kaksi juontajaa samaan aikaan
- yleismaailmallisempaa ohjelmaa
- ajankohtaista
- lisää Pauliinaa
- uutisaiheet
- paikallisia asioita
- ihmisläheiset haastatteluohjelmat
- paikkakuntakohtaisia haastatteluja
- eri paikkakunnilta ohjelmia/aiheita sellaisia paikanpäällä tehtyjä haastatteluja
- puheohjelmat on hyviä
- säännöllisiä puheohjelmia lisää
- nuorisolle sopivaa ohjelmaa
- nuorisoa koskevia aiheita
- nuorekasta ja rentoa ohjelmaa sekä ajankohtaista
- urheilupainotteista ohjelmaa esim. joku sporttivarti
- musiikki ohjelmia
- nuorten aikuisten ohjelmia
- tietovisailua
- paikallisten ihmisten haastatteluja
- musiikkiohjelma, jossa kerrottaisiin enemmän myös artisteista vähän juorutyypisesti
- hälytysajoneuvojen kanssa yhteistyötä (paikallista)
- pelkkää musiikkia
- lisää kontakti ohjelmia
- vanhoja musiikki ohjelmia sellaista sota-ajan musiikkia
- Sampsa on paras
- Taisto on hyvä
- ohjelmia jotka saavat hyvälle mielelle
- löytyisikö jutunkertoja hyvän musiikin lomaan
- paikkakuntien esittelyä
- menovinkkejä
- alue-ohjelmia
- asiaohjelmat on hyviä

- toimittajat ovat hyviä
- toivekonsertit on hyviä
- mukavia ohjelmia on
- ei liian pitkiä puheohjelmia
- liikaa paikallista asiaa
- ei soitto-ohjelmia
- liikaa musiikkia
- aikuisväestölle musiikkia
- ei saa puhua musiikin päälle
- kellonaika tulisi sanoa ainakin tunnin välein tai vaikka puolentunnin välein
- mainokset samanlaisia koko ajan ja huonoja ja samat pyörii liikaa
- toimittajat voisi olla parempia, ei pelkkiä tiedonvälittäjiä
- laadun tasoa tulisi nostaa eli hölisijät pois
- väsyneen kuuloiset vanhat kappaleet ei houkuttele
- miesjuontaja voisi opetella pirteämmän puhetyylin
- enemmän musiikkia
- lisää J-K Forsselin soittamaa musiikkia
- vähemmän hengellistä musiikkia
- iltaisin voisi nuoremmille olla enemmän jotain ohjelmaa
- ammattimaisuutta mainoksiin
- nuorekkaampiääniset toimittajat
- rohkeutta toimittajille
- vähemmän hengellistä ohjelmaa
- musiikki nuorekkaammaksi
- parempia toimittajia
- puheohjelmien vaihtelevuus
- liikaa mainoksia
- liikaa soitetaan listamusiikkia
- musiikkitarjonta on muuttunut liikaa
- politiikkaa vähemmän
- mainoksien tekijät voisi vaihtua tiuhemmin
- kaiken ikäisten ihmisten haastatteluja
- murrejuttuja, (Aune Kodisjoen kertomukset olivat mielenkiintoisia)

- kiitokset sunnuntaista Jumalanpalveluksesta
- selkeäsanaisempia toimittajia
- puhelinkontakti-ohjelmia vähemmän

7 YHTEENVETO

Puhelinhaastattelun perusteella kuuntelijat ovat melko tyytyväisiä Radio Westiin. Yleisesti radiota kuunnellaan ikäryhmästä riippumatta paljon, yli 64 % vastaajista kuuntelee radiota päivittäin. Mitä radioasemia sitten huittislaiset ja säkyläläiset kuuntelevat? Kun tarkasteltiin säkyläläisiä, niin he kuuntelevat Radio Westiä 35,7 % muihin radiokanaviin verrattaessa. Radio Nova on myös säkyläläisten vastaajien mieleen, heistä 30 % kuuntelee Radio Novaa. Huittislaiset vastaajat kuuntelevat eniten Radio Novaa, noin 38 %. Radio Westiä ja YleX ovat myös suosiossa, noin 30,4 % vastaajista kuuntelee näitä kanavia. Huittislaisissa vastaajissa oli enemmän nuoria kuin säkyläläisissä, joten tämä varmasti vaikuttaa tähän tulokseen melko paljon. YleX oli nimittäin monen nuoren suosiossa.

Vastaajista noin 70 % kuuntelee Radio Westiä, jos ei päivittäin ainakin viikoittain tai harvemmin. Vastaajista 30 % ei kuuntele Radio Westiä, syitä tähän oli muun muassa: musiikki ei omaan tyyliin sopiva, kuuluvuus on huono tai tapa kuunnella jotakin muuta tiettyä kanavaa. Säkyläläisistä yli 45-vuotiaista 24,5 % kuuntelevat Radio Westiä päivittäin. Säkyläläiset alle 34-vuotiaat vastaajat eivät kuuntele Radio Westiä päivittäin lainkaan. Suurin osa heistä ei kuuntele Radio Westiä lainkaan. Huittislaiset 35 – 45-vuotiaat vastaajat kuuntelevat Radio Westiä päivittäin 30,8 % Melkein yhtä paljon kuuntelevat yli 45-vuotiaat, 30 %. Osa alle 35-vuotiaista kuunteli Radio Westiä myös päivittäin, 25 – 34-vuotiaat noin 26,1 % ja alle 25-vuotiaat 8,7 %. Suurin osa kuitenkin alle 25-vuotiaista ei kuuntele Radio Westiä, noin 43,5 %. Tutkimuksessa tuli esille, että maanantai, keskiviikko ja lauantai-illat ovat yli 45-vuotiaiden niin säkyläläisten, kuin huittislaistenkin vastaajien suosiossa.

Tutkimuksessa yritin myös selvittää kuinka kauan osallistujat kuuntelevat radiota päivittäin. Tämä kysymys osoittautui vaikeaksi, koska monikaan ei osannut vastata suoraan tiettyä aikaa. Vastaajat kuuntelevat yleisesti radiota taustalla ja on vaikeaa määritellä kuunteluaikaa. Vastaajista suurin osa eli noin 60 % kuuntelee radiota kahdesta kuuteen tuntia päivässä. 12,8 % ei osannut sanoa tähän mitään. 22,2 % vastaajista kuuntelee radiota yli 6 tuntia päivässä. Eniten radiota kuunnel-

laan autossa 63,8 %. Myös kotona radiota kuunnellaan melko paljon 53,7 %. Töissä radiota kuunnellaan 31,5 %. Vastaajat kuuntelevat radiota myös: mökillä, traktorissa, autotallissa, vajassa ja lenkillä.

Mikä sitten vaikuttaa radion kuunteluun? Vastaajien mielestä musiikin määrä ja sen laatu on suurin vaikuttava tekijä radion kuuntelussa. Vastaajista 38,3 % oli sitä mieltä, että musiikin määrä on vaikuttavin tekijä. 41,6 % oli sitä mieltä, että musiikin laatu vaikuttaa erittäin paljon. Myös toimittajan persoonana vaikuttaa erittäin paljon 28,2 %. Vastaajien mielestä niin toimittaja, ohjelmat kuin musiikki vaikuttavat paljon radion kuuntelussa. Prosenttijakauma kohdassa paljon oli melko samanlainen jokaisessa vaikuttavassa tekijässä, 37:stä 56:een prosenttiin. Voisi sanoa, että kuuntelija vaatii radiolta nykypäivänä paljon. On huomattava se, että ikä on ehkä suurin vaikuttava tekijä radion kuuntelussa. Radiokanava ei voi miellyttää aina jokaista kuuntelijaa, mielipiteitä on aina yhtä monta kuin on kuunteliakaan. Radiokanavien olisikin tärkeätä profiloitua. Mainokset saivat suurta huomiota osakseen. Ei välttämättä hyvällä mielellä. Kyselyssä tuli esille, että mainokset suurelta osin ärsyttävät. Kuitenkin vastaajat ymmärsivät sen, että mainokset ovat pakollinen osa radiokanavia.

Kun verrattiin keskenään musiikkia, puheohjelmia ja toimittajan persoonaa, vastaajien mielestä musiikki oli tärkein vaikuttava asia radion kuuntelussa. Vastaajista 73,2 % oli sitä mieltä, että musiikki on tärkein asia radion kuuntelussa. Puheohjelmien tärkeys oli 18,8 %. Vastaajista vain 8 % piti toimittajan persoonaa näistä vaihtoehtoista tärkeimpänä tekijänä radion kuuntelussa.

Säkyläläisistä vastaajista 57,1 % piti Radio Westin musiikkitarjontaa hyvänä. Kuitenkin säkyläläisistä vastaajista 40 % ei osannut sanoa tähän mitään. Kukaan säkyläläisistä vastaajista ei ollut sitä mieltä, että Radio Westin musiikkitarjonta ei olisi kohdallaan. Loppujen vastaajien mielestä Radio Westin musiikkitarjonta on välillä kohdallaan. Huittislaisista vastaajista 36,7 % piti Radio Westin musiikkitarjonnasta. Melko suuri osa oli myös sitä mieltä, että se ei olisi kohdallaan 29,1 %. Huittislaisista 21,5 % ei osannut sanoa tähän mitään. Suurin osa koko kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että Radio Westin musiikkitarjonta on kohdallaan. Se miksi säkyläläiset (40 %) eivät osanneet sanoa Radio Westin musiikkitarjonnasta

mitään, johtuu siitä, että säkyläläiset eivät kuuntele Radio Westiä niin paljon kuin huittislaiset.

Suurin osa vastaajista piti Radio Westin musiikkitarjonnasta. Tutkimuksessa selvitin heidän musiikkitoiveitaan ja toiveita tuli paljon. Suurin osa toivoi, että musiikki olisi yleisesti monipuolista niin kotimaista kuin ulkolaistakin. Osa vastaajista toivoi, että liian vanhoja iskelmiä ei enää kuitenkaan soitettaisi. Toivottiin niin iskelmää, poppia, rockia, jazzia, kuin hengellistäkin musiikkia. Tässä vaikutti paljon vastaajan ikä. Toiset nimittäin olivat kovasti vastaan iskelmää, rockia, jazzia tai hengellistä musiikkia. Esille tuli myös, että listahittejä voisi soittaa vähemmän. Vastaajilta tuli siis paljon erilaisia toiveita musiikin suhteen.

Kumpaa sitten vastaajat arvostavat radiossa enemmän, asiaa vai viihdettä? Niin säkyläläiset kuin huittislaisetkin vastaajat pitivät viihdettä mielenkiintoisempana asiana radiossa 54,4 %. Molempia asioita tärkeinä pitivät 19,5 % vastaajista.

Vastaajista 30,9 % antoi Radio Westille toiveita tai parannusehdotuksia ohjelmatarjontaan. Monet vastaajat toivoivat erilaisia puhe- ja musiikkiohjelmia lisää. Nuoret vastaajat toivoivat nuorille aikuisille sopivaa ohjelmaa ja vanhemmat vastaajat toivoivat heille suunnattua ohjelmaa. Vastaajista yli 45-vuotiaat kuuntelivat Radio Westiä varsinkin maanantai, keskiviikko ja lauantai-illan ohjelmien vuoksi. Nuoret kuuntelijat toivoivat taas iltaohjelmiin myös heille suunnattuja ohjelmia. Toimittaja saivat niin kehuja kuin moitteitakin. Toivottiin myös sellaisia ohjelmia, joissa olisi kaksi juontajaa samaan aikaan. Se pitää kuuntelijan mielenkiinnon yllä radiosta tulevaan keskusteluun enemmän. Toimittajailta toivottiin rohkeutta ja puhetyyliin paneutumista. Kiitosta tuli monelle Radio Westin juontajalle ja ohjelmille. Kuuntelijat arvostavat toimittajien ammattitaitoa ja hyviä puheohjelmia. Musiikki oli kuitenkin se, joka vastaajien mielestä vaikuttaa eniten radion kuunteluun. Radiokanava voi äkkiä vaihtua, jos radiosta ei tule mieleistä musiikkia.

LÄHDELUETTELO

- Heikkilä, T. 2005. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Härkönen, S. 2005. Yle lopettaa DAB-radiokokeilun. [Viitattu 19.11.2006]. Saatavissa: http://www.yle.fi/yleista/tiedotteet2005_2202.shtml
- Kujala, T, Lahti, J & Tamminen, H. 1998. Radiotyön perusteet – johdatus suoran lähetyksen tekemiseen. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Lotti, L. 1998. Markkinointitutkimuksen käsikirja. Porvoo: WSOY.
- Metsähukkala, O. 2002. Radiotekstejä. [Viitattu: 22.9.2006]. Saatavissa: <http://koti.mbnet.fi/hukala/vuosi2003/radio/historia.shtml>
- Mikkola, A. Radio West. Ohjelmapäällikkö. 9.10.2006. klo 9.00. [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja: jessica.rantamaki@bh.spt.fi. [Viitattu: 19.11.2006].
- Mikkonen, K. 2005. Rasittava radiotoimittaja. [Viitattu: 27.10.2006]. Saatavissa: <http://www.tutka.org/juttu?juttu=8427>
- Nordenstreng, K. & Wiio, O. A. 1994, Joukkoviestintä Suomessa. Porvoo: WSOY.
- Nukari, M & Ruohomaa, E. 1997. Uusi vanha radio. Porvoo: WSOY.
- Opetushallitus. 2006a. Kaupalliset paikallisradiot. [Viitattu: 22.9.2006]. Saatavissa: <http://www2.edu.fi/medianmaailma/kehitys/paikallisradiot.html>
- Opetushallitus. 2006b. Utelias ja rohkea keskittyjä. [Viitattu: 29.10.2006]. Saatavissa: <http://www2.edu.fi/lehtiverstas/toimittajakoulu/osa0.html>
- Peltari, T. 2003. Radiotoimittajan työ – ohjelma tyytit. [Viitattu: 22.9.2006]. Saatavissa: <http://www.freeyourmind.fi/info/radiotyooohjelmatyytit2502.php>
- Tampereen yliopisto. 2006. Viestinnän historiaa. [Viitattu: 29.10.2006]. Saatavissa: http://www.uta.fi/viesverk/johdviest/tulostus/viesthistoria_5.html
- Tanni, K. 2006. Digiaika tulee – oletko valmis? Alueviesti 44/2006. ilmoitusliite eespäin 2/2006 (Etelä-Satakunnan Puhelin Oy:n asiakaslehti), 1.
- Teatterilehti. 2002. Radioteatteri myrskyn silmässä – miten teatterin käy? [Viitattu: 19.11.2006]. Saatavissa: <http://www.teatterilehti.fi/radioteatteri103.html>
- Wikipedia. 2006. Vapaa tietosanakirja. DAB. [Viitattu: 19.11.2006]. Saatavissa: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Digiradio>

KUUNTELIJATYYTYVÄISYYSTUTKIMUS / RADIO WEST

Puhelinhaastattelu, otannan määrä 149 henkilöä

1. Vastaajan sukupuoli:

1. nainen 2. mies

2. Ikäryhmänne?

1. Alle 25 vuotta 2. 25 - 34 vuotta 3. 35- 45 vuotta 4. 46-vuotta tai yli

3. Asuinpaikkakuntanne?

1. Huittinen 2. Säskylä

4. Paljonko kuuntelet radiota?

1. päivittäin 2. viikoittain 3. harvemmin 4. en ikinä

5. Mitä radioasemaa kuuntelet yleensä?

6. Miksi juuri kyseistä radioasemaa?

7. Kuunteletteko Radio Westiä?

1. Kyllä 2. En, miksi ette?

8. Kuinka usein kuuntelet Radio Westiä?

1. päivittäin 2. viikoittain 3. harvemmin 4. en ikinä

9. Kauanko käytät aikaa radion kuuntelemiseen päivittäin? (tunnit)

10. Missä yleensä kuuntelet radiota?

1. kotona 2. töissä 3. autossa
4. muualla, missä? _____

11. Mitkä asiat vaikuttavat radion kuunteluusi?

(Arvostelu asteikolla 1-5, 5 Erittäin paljon 4 Paljon 3 En osaa sanoa 2 Ei suurta merkitystä 1 Ei merkitystä)

	Erittäin paljon	Paljon	En osaa sanoa	Ei suurta merk.	Ei merkitystä
Toimittajien ammattitaito	5	4	3	2	1
Toimittajien persoona	5	4	3	2	1
Ohjelmien ajankohtaisuus	5	4	3	2	1
Puheohjelmien määrä	5	4	3	2	1
Ohjelmien laatu	5	4	3	2	1
Musiikin määrä	5	4	3	2	1
Musiikin laatu	5	4	3	2	1
Mainokset	5	4	3	2	1

12. Mikä näistä on tärkein asia radion kuuntelussasi? (valitse yksi vaihtoehto)

1. musiikki 2. puheohjelmat 3. toimittajan persoona

13. Onko Radio Westin musiikkitarjonta kohdallaan?

1. Kyllä 2. Ei

14. Millaista musiikkia haluaisit soitettavan?

15. Kumpaa arvostatte radiossa enemmän:

1. asiaa 2. viihdettä?

Millaisia ohjelmia/aiheita toivoisitte Radio Westiin?

Parannusehdotuksia?
