



Paikallisradion tulevaisuus

Jyrki Hakanen

Opinnäytetyö

Huhtikuu 2012

Viestinnän koulutusohjelma

Mediatuottaminen

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU

Tampere University of Applied Sciences

OPINNÄYTTEEN TIIVISTELMÄ

Jyrki Hakanen

Paikallisradion tulevaisuus

Huhtikuu 2012

25 sivua

Tampereen ammattikorkeakoulu

Viestinnän koulutusohjelma

Mediatuotanto

Lopputyön muoto: Kirjallinen

Lopputyön ohjaaja: Carolina Pajula

Avainsanat: Radio, paikallisradio, tulevaisuus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on pohtia radion tulevaisuutta. Mitkä ovat radion suurimmat uhat? Mitkä taas ovat radion mahdollisuudet? Käsittelyssä on erityisesti paikallisradion tulevaisuus.

Opinnäytetyöni lähteitä ovat kirjalliset julkaisut sekä asiantuntijahaastattelut. Haastattelin Radio SUNin toimitusjohtaja Otto Linnaa. Linnan haastattelu tuo opinnäytteelleni sellaista käytännön tason lisäarvoa, jota ei ole saatavissa alan kirjallisuudesta.

Toinen haastateltava on Radio Porin toimitusjohtaja Sampsa Jolma. Jolma sopi haastateltavaksi erinomaisesti, sillä Radio Pori on monelta osin erilainen paikallisradio kuin Radio SUN.

THESIS SUMMARY

Jyrki Hakanen

The future of local radio

April 2012

25 pages

TAMK University of Applied Sciences

Media Programme

Area of specialization: Media Production

Type of Final Project: Written

Thesis supervisor: Carolina Pajula

Keywords: Radio, local radio, future

The goal of this thesis is to contemplate the future of radio. What are the biggest threats to radio? On the other hand, what are the possibilities of radio? I examine especially the future of local radio.

In this thesis I use textual sources and interviews. I interviewed Otto Linna who is the managing director of Radio SUN. Linna has practical knowledge that you can not find on the books.

My another interviewee was Sampsa Jolma who is the managing director of Radio Pori. I interviewed Jolma because Radio Pori and Radio SUN are largely different radio channels.

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Kaupallisen radion historia Suomessa	3
2.1 Kaupallinen radiotoiminta 1980-luvun Suomessa	3
2.2 Kaupallinen radiotoiminta 1990-luvun Suomessa	3
2.3 Kaupallinen radiotoiminta 2000-luvun Suomessa	5
2.4 Paikallisradioiden ketjuuntuminen 2000-luvulla	6
3 Radion tulevaisuus mediavälineenä	9
3.1 Radion tulevaisuus yleisesti	9
3.2 Radion tulevaisuuden jakelutiet	9
3.3 Tulevaisuuden radiosisällöt	13
4 Paikallisradion tulevaisuus	15
4.1 Paikallisradion tulevaisuus yleisesti	15
4.2 Paikallisradion mahdollisuudet	15
4.3 Paikallisradion uhat	17
4.4 Taantuman vaikutus paikallisradion tulevaisuuteen	18
5 Yhteenveto	20
Lähteet	22
Liitteet	24

1 Johdanto

Minulta kysytään usein: ”mikä siinä radiossa sua kiehtoo?” Yksiselitteistä vastausta on ollut vaikea antaa. Asiaa useasti mietittyäni näen radion vetovoiman perustuvan, niin yleisesti kuin omalla kohdallanikin, mielikuviin. Jokainen kuuntelija muodostaa omia mielikuviaan – pelkän äänen perusteella.

Radio tempaisi minut mukaansa kevättalvella 2004, jolloin suoritin peruskoulun yläasteen TET-harjoitteluviikon silloisessa Radio Satahämeessä. Viihdyin harjoittelujaksolla paremmin kuin hyvin, joka innoitti sittemmin hakemaan töitä radiosta. Loppuvuodesta 2004 aloitin Radio Satahämeen viikonloppujen uutistoimituksessa. Vähitellen vastuu kasvoi tieto- ja taitotason karttuessa. Syksystä 2009 lähtien olen toiminut Radio SUNin (entinen Radio Satahäme) musiikkipäällikkönä. Toimittajan työtä olen tehnyt koko seitsemän vuoden radiourani ajan.

Vannoutuneena radioihmisenä minua suuresti kiinnostaa radion tulevaisuus alati kehittyvässä mediakentässä. Onko paikallisradioita enää 20 vuoden päästä? Mitkä ovat alan suurimmat uhkatekijät, mitkä taas vastaavasti mahdollisuudet? Mikä on radion tulevaisuus ylipäätään? Näihin kysymyksen pohdin vastauksia opinnäytetyössäni.

Kirjallisten lähteiden lisäksi yksi merkittävä lähteeni on asiantuntijahaastattelut. Haastattelin Radio SUNin toimitusjohtaja Otto Linnaa. Linna on nähnyt työssään aitiopaikalta suuria muutoksia maamme paikallisradiokentässä vuodesta 2004 lähtien.

Linna on johtanut Radio SUNia halki haastavan nimenmuutosprossin sekä kuuluvuusalueen mittavan laajenemisen. Samaan aikaan kun monet maamme paikallisradiokanavat ovat ketjuuntuneet ja sitä kautta siirtyneet ulkomaiseen omistukseen, Radio SUN on jatkanut elinvoimaisena toimijana, kotimaisessa omistuksessa. Koen Linnan haastattelun tuovan opinnäytteelleni sellaista käytännön tason lisäarvoa, mitä ei ole saatavissa alan kirjallisuudesta.

Halusin Linnan näkemysten ohella kuulla myös toisen paikallisradion toimitusjohtajan tulevaisuuden visioista. Radio Porin toimitusjohtaja Sampsa Jolma oli mielestäni sopiva henkilö asiantuntijaksi, sillä Radio Pori on monelta osin erilainen paikallisradio kuin Radio SUN. Radio SUNiin verrattuna Radio Pori kuuluu ja toimii huomattavasti suppeammalla alueella. Yleinen kehitys alalla vaikuttaa olevan, että vain suuret toimijat menestyvät. Siksi opinnäytetyöni kannalta oli hedelmällistä kuulla myös pienemmän paikallisradion tulevaisuuden näkymistä.

Kaupallinen radio on meillä Suomessa melko uusi ilmiö, esimerkiksi televisioon verrattuna. Katsoin siksi parhaaksi tarkastella aluksi myös hieman kaupallisen ja paikallisen radion historiaa. Vuodesta 1985 tähän päivään on tapahtunut paljon suuria muutoksia, joiden tarkempi tarkastelu on hyödyksi pohdittaessa paikallisradion tulevaisuutta.

2 Kaupallisen radion historia Suomessa

2.1 Kaupallinen radiotoiminta 1980-luvun Suomessa

Todellinen radiokulttuurin murros maassamme käynnistyi vuonna 1985. Ensimmäiset paikallisradiot perustettiin ja Yleisradion monopoliasema alkoi murentua. Yleisradion toimintastrategia muuttui, sillä sen oli vastattava muuttuneen kilpailutilanteeseen. (Vilkko 2010, 23)

Kaupallisen radiotoiminnan syntymisen taustalla oli Yleisradioon kohdistunut kritiikki. Radio haluttiin saada lähemmäksi tavallista kansaa. Lisäksi demokraattista tiedonvälitystä haluttiin lisätä. Kritisoijien joukossa oli myös ne toimijat, jotka halusivat toteuttaa Amerikassa toimivaksi koettua kaupallista radiota myös Suomessa. (Vilkko 2010, 24)

Vuonna 1985 maassamme aloitti toimintansa 18 paikallisradiokanavaa. Ensimmäinen niistä oli Nivalassa lähetyksensä aloittanut Radio Lakeus. Paikallisradioiden myötä radion kuuntelu kääntyi Suomessa selvään kasvuun. (Vilkko 2010, 119)

Kaupallisilla radioasemilla oli heti alkuvuosina monenlaisia haasteita muun muassa lähetyksen laadun ja taloudellisten asioiden kanssa. Taloudellinen menestys ei ollut itsestään selvää. Osa paikallisradioista selvisi – osa taas kaatui pian rahapulan vuoksi. Onnistuneiden radioiden taustalla oli esimerkiksi profiloituminen vanhempiin ikäluokkiin sekä paikallisuus. Tärkeä rooli oli myös osaavalla toimitusjohtajalla. (Vilkko 2010, 25)

2.2 Kaupallinen radiotoiminta 1990-luvun Suomessa

Vuonna 1991 Suomessa toimi jo 55 paikallista radiokanavaa, mutta toisaalta 11 radioasemaa oli myös jo ajautunut konkurssiin. (Vilkko 2010, 119) Paikallisradiot

tarjosivat alkuajoinaan monipuolista kuunneltavaa. Ohjelmistoissa oli muun muassa valistusta, kulttuuria, viihdettä sekä esimerkiksi erillisiä ohjelmia lapsille ja uskovaisille. (Vilkko 2010, 34)

Musiikki oli tärkeässä osassa jo paikallisradiotoiminnan alkuvaiheessa 1980-luvulla, sillä kaupallinen ajattelu oli jo silloin vahvasti valloillaan. Paikallisradiot olivat varsin ristiriitaisessa tilanteessa; toisaalta haluttiin YLEn tarjonnasta poikkeavaa musiikkilinjaa, mutta taloudellista realismia ei voinut sivuuttaa. (Vilkko 2010, 25) Toisin sanoen ei voinut soittaa liikaa valtavirrasta poikkeavia kappaleita, koska se karkottaisi kanavalta suuret kuulijamassat. Pyrittiin kulkemaan niin sanottua kultaista keskietä. Tämä ajattelutapa kuulostaa tutulta myös tarkastellessani tämän päivän kaupallisten radiokanavien soittolistoja. Omassa työssäni Radio SUNin musiikkipäällikkönä saa jatkuvasti pohtia, kuinka erottua juuri sopivasti kilpailevien kanavien musiikkitarjonnasta.

Suomi kulki radiokulttuurissa jälkijunassa vielä 1990-luvun alkupuolelle asti, esimerkiksi Yhdysvaltoihin verrattuna. Kehitys on kuitenkin jatkuvasti kulkenut siihen suuntaan, että Suomessa on alettu käyttää Amerikassa hyväksi koettuja tapoja tehdä radiota. Kehitykseen on vaikuttanut voimakkaasti myös se, että radioiden monikansallinen omistus on yleistynyt Suomessa merkittävästi. (Vilkko 2010, 23)

1990-luvun lamavuosien myötä radioiden ohjelmisisältö muuttui. Kaupalliset asemat olivat taloudellisissa vaikeuksissa ja niillä oli tarve ketjuuntua toimintansa jatkon turvaamiseksi. Vuonna 1993 amerikkalaisten omistama SBS hankki tamperelaisen Radio 957:n osakkeita. Omistajavaihdoksen myötä Radio 957 omaksui tiukan formaattiajattelun. Pian monet muut paikallisradiot seurasivat 957:n esimerkkiä. (Vilkko 2010, 121) Tänä päivänä maamme radiokenttää tutkiessa perinteiset paikallisradiot alkavat käydä vähiin. Suurin osa kanavista on ketjuuntunut tai joutunut lopettamaan toimintansa.

1980-luvulla alkanut radiomurroksen mukaan tuoma muutos vaikutti vielä 1990-luvun loppupuolellakin mediaomistuksen keskittymisen myötä. Amerikkalainen radioideologia löi lopullisesti läpi myös Suomessa. Käytännössä tämä tarkoitti tiukkoja soittolistoja ja ohjelmakontrollia sekä ulkomaisia konsultteja. Radioasemat alkoivat muistuttaa yhä enemmän toisiaan, koska kilpailtiin samoista kuulijoista. Radioista tuli niin sanottuja formaattiradioita, eli esimerkiksi juontajilla ei ollut enää päätäntävaltaa ohjelmissaan soitetusta musiikista. (Vilkko 2010, 25)

2.3 Kaupallinen radiotoiminta 2000-luvun Suomessa

Musiikilla on ollut jo pitkään tärkein elementti radiokanavien tarjonnassa. Esimerkiksi paikalliset sisällöt ovat jääneet formatoidun musiikkitarjonnan jalkoihin. Juontajilla on myös tänä päivänä tärkeä rooli, mutta ei niin läheskään niin valtava kuin musiikilla. (Vilkko 2010, 46) Olen havainnut paikallisen sisällön vähenemisen aitiopaikalta työskennellessäni Radio SUNissa vuodesta 2004 lähtien. Vuonna 2005 Radio SUNin kuuluvuusalue laajeni huomattavasti; tätä kirjoittaessani Radio SUN kuuluu koko Pirkanmaalla sekä suuressa osassa Satakuntaa ja Kanta-Hämettä. Näin ollen on selvää, että Radio SUNin tarjoama paikallissisältö täytyy olla sellaista, että se kiinnostaa laajemminkin kuin vain yhden kunnan asukkaita. Esimerkiksi vielä vuonna 2004 saatoin tehdä haastattelun Ikaalisissa järjestettävistä pilkkikilpailuista. Tänä päivänä vastaavanlainen haastattelu ei ainakaan sellaisenaan istuisi Radio SUNin formaattiin, sillä aiheen tarttumapinta jäisi kokolailla suppeaksi Ikaalisten ulkopuolella. Sen sijaan esimerkiksi Teivon kuninkuusravit tai Vuoreksessa järjestettävät asuntomessut kiinnostavat melko laajasti koko Radio SUNin kuuluvuusalueella.

Formaattiradion tunnuspiirteisiin kuuluu, että kaikki on tarkoin suunniteltua ja ohjeistettua – mitään ei jätetä sattuman varaan. Kokonaisuuteen vaikuttavat tarkoin valitun musiikin ja persoonallisten juontajien lisäksi muun muassa tehosteet ja kanavatunnukset. Kuuntelijakilpailut ja puhelinkontaktit ovat myös tärkeässä roolissa tämän päivän formaattiradiossa. (Vilkko 2010, 128)

Amerikkalainen formaattijattelu ei kuitenkaan ole toteutunut meillä Suomessa aivan sellaisenaan. Suomessa kohderyhmien toiveita on usein pyritty täyttämään esimerkiksi useammalla kuin yhdellä musiikillisella tyylilajilla. (Nukari & Ruohomaa 1997, 15) Näen tähän selvän syyn: Suomi on Amerikkaan verrattuna niin pieni maa, että meillä ei ole taloudellisesti kannattavaa toteuttaa yhteen tiettyyn musiikkigenreen paneutuvaa kanavaa. Poikkeuksena tästä on Radio Rock, joka soittaa pääasiassa vain rokkia. Rockmusiikki on Suomessa riittävän suosittua, jotta rockkanavan pyörittäminen on taloudellisesti kannattavaa. Amerikassa rockmusiikki on jaettu alalajeihin, joille on vielä omat radiokanavansa, kuten classic-rock, indie-rock, grunge jne.

Itse olen saanut tutustua musiikkiin ja sen generajoihin toimiessani syyskuusta 2009 lähtien Radio SUNin musiikkipäällikkönä. Lisäksi juontajapesti The Voice Radion musiikkipainotteisissa iltalähetyksissä helmikuusta elokuuhun 2009 antoi runsaasti eväitä radioiden soittolistojen analysoimiseen. Monesti generajoitukset ovat kuin veteenpiirrettyjä viivoja.

2.4 Paikallisradioiden ketjuuntuminen 2000-luvulla

Paikallisradiokentässä on tapahtunut 2000-luvulla voimakasta ketjuuntumista. Vuonna 2005 Suomessa oli 57 paikallisradioluvalla toimivaa radioasemaa, joista useat olivat osa suurempaa ketjua. Esimerkiksi SBS Finland Oy:n omistama Iskelmä-ketju muodostui paikallisradiolupien varassa toimivista asemista. Liikenne- ja viestintäministeriön asettama työryhmä alkoi puuttua asemien ketjutuksiin muun muassa asettamalla tiukempia vaatimuksia ohjelman paikallisuuden suhteen. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2010, 17) Omien kuuntelukokemusten perusteella esimerkiksi paikallisradioluvalla toimivan Iskelmä Tampereen paikallinen sisältö rajoittuu lähinnä muutaman kerran päivässä kuultaviin lyhyisiin paikallisuutissähkeisiin sekä paikallisiin mainoksiin.

Vuoden 2006 toimilupakierroksella paikallisradiolupien määrä laski kaikkiaan kymmenellä (Liikenne- ja viestintäministeriö 2010, 17). Toisaalta myös 11 paikallisradioasemalle myönnettiin lisää taajuuksia. Uudet lupaehdot olivat aiempaa tiukempia; esimerkiksi paikallisten asemien ketjuttamista pyrittiin tiukennuksilla rajoittamaan. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2010, 18)

Uudet lupaehdot otettiin vastaan kaksijakoisesti. SBS Finland Oy:n omistamat cityradiot Tampereella, Turussa, Jyväskylässä ja Oulussa alkoivat lähettää erillisiä, paikallisia lähetyksiä aiemman ketjuohjelman sijasta. Sitä vastoin Iskelmä-ketju ei muuttanut toimintaansa, vaikka lupaehdot niin vaativat. Iskelmä-ketju lähetti edelleen paikallisradioluvilla pääosin yhtenäistä ohjelmaa eri puolilla Suomea. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2010, 19)

Viestintävirasto antoi lupaehtojen rikkomisesta Iskelmä-ketjun toimilupayhtiö Pro Radio Oy:lle huomautuksen, joka ei kuitenkaan vaikuttanut ketjun harjoittamaan, lupaehtojen vastaiseen toimintaan. Pro Radio Oy valitti huomautuksesta hallinto-oikeuteen ja hallinto-oikeuden päätöksestä korkeimpaan hallinto-oikeuteen. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2010, 19)

Vuonna 2011 viestintävirasto langetti Pro Radio Oy:lle 50 000 euron suuruisen uhkasakon toimiluvanehtojen rikkomisesta. Viestintäviraston teettämän tutkimuksen mukaan Iskelmä Tampere, Iskelmä Oikea Asema Kuopio sekä Iskelmä Rovaniemi rikkoivat toimilupaehtoja lähettämällä kaikki lähes identtistä ohjelmaa. Toimilupaehtojen mukaan näiden paikallisradioluvilla toimivien asemien lähetyksen tulisi olla selvästi tunnistettavissa omaksi itsenäiseksi ohjelmistokseen. (Viestintävirasto 2011)

Mielestäni viestintäviraston ratkaisu oli perusteltu. Iskelmä-ketjun harjoittama toiminta on aidosti paikallisia toimijoita kohtaan epäreilua. Iskelmä pystyy paikallislupiensa

turvin myymään paikallista mainontaa. Samaan aikaan Iskelmän paikallisasemien lähetysvirta ei kuitenkaan ole tunnistettavissa paikalliseksi, vaan lähetys oli pääosin yhtenäistä koko Iskelmä-ketjun alueella. Toisin sanoen Iskelmä pystyy tuottamaan useaan paikallisradioon ohjelmaa yhden aseman henkilöstökuluilla. Samaan aikaan omilla toimituksilla ohjelmaa lähettävät itsenäiset paikallisradiot joutuvat kamppailemaan Iskelmän kanssa samoista paikallisen tason mainostajista.

Toisaalta voisi kysyä: olisiko ollut parempi, että nämä pienet, talousvaikeuksissa kamppailleet paikallisradiot olisivat lopettaneet toimintansa kokonaan? Iskelmä-ketjuun liittymisen myötä ne pystyivät tarjoamaan edes jonkinlaista paikallissisältöä. Tällä tavoi paikallisradioiden toiminta pystyttiin turvaamaan, eivätkä ne ajautuneet konkurssiin.

Viimeisimmällä toimilupakierroksella Valtioneuvosto myönsi radiotoimiluvat vuoden 2012 alusta vuoden 2019 loppuun. Uusimpien toimilupien mukaan nykyiset paikalliset ja alueelliset asemat jatkavat pääosin ennallaan. Samalla toimilupaehtoja myös nykyaikaistettiin. Paikallisilta radioilta edellytetään edelleen paikallisohjelmien säännöllistä lähettämistä. Paikallisohjelmiin luetaan esimerkiksi uutis-, urheilu- ja keskusteluohjelmat. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2011) Valtioneuvoston myöntämien uusien toimilupien perusteella paikallisradion tulevaisuuteen löytyy uskoa.

3 Radion tulevaisuus mediavälineenä

3.1 Radion tulevaisuus yleisesti

Radion tulevaisuutta voinee pitää valoisana, ainakin mitä tulee kuuntelijatutkimuksiin. Finnpanelin Kansallinen radiotutkimus (2011) osoittaa, että radio tavoittaa lähes 4,6 miljoonaa suomalaista viikoittain. Päivittäin radiota kuuntelee yli 3,7 miljoonaa suomalaista. Suomalaiset kuuntelevat joka päivä radiota keskimäärin 3 tuntia 10 minuuttia. (Finnpanel 2011) Tavoittavuudet ja kuunteluajat ovat edelleen korkeita, vaikka kilpailu ihmisten ajasta on kovaa.

Radio Porin toimitusjohtaja Sampsa Jolmalla (2011) on myös positiivinen käsitys radion tulevaisuudessa. Jolman (2011) mukaan muiden medioiden kohtaamat haasteet ovat radion haasteita suuremmat. Esimerkiksi lehdet ovat radioon verrattuna suurien haasteiden edessä. (Jolma 2011)

Jolman (2011) ohella Myös SUN Radion toimitusjohtaja Otto Linna (2011) näkee radion tulevaisuuden valoisaksi, koska radiota kuunnellaan paljon. Muu mediakenttä on voimakkaasti pirstaloitunut ja pirstaloituu edelleen tulevaisuudessa. Radion kuuntelu on kuitenkin pitänyt pintansa hyvin. (Linna 2011)

3.2 Radion tulevaisuuden jakelutiet

Tekniikka kehittyy jatkuvasti, mikä vaikuttaa vahvasti myös mediavälineiden tulevaisuuteen ja jakelukanaviin. Radion digitalisoitumisesta puhuttiin paljon television siirryttyä digiaikaan vuonna 2007. Radion digitalisointi oli tosin suunnitteilla jo ennen televisiota. Radio on kuitenkin säilynyt meillä Suomessa vahvasti analogisena. Esimerkiksi useissa uusimmissakin kännykkämalleissa on mahdollisuus kuunnella analogista radiota. (Kemppainen 2007, 3)

Tänä päivänä suomalaisessa kotitaloudessa on keskimäärin kuusi analogista radiovastaanotinta. Määrä on kasvanut kymmenessä vuodessa lähes kaksinkertaiseksi. Tutkimuksessa vastaanottimiksi on luettu perinteisten radiovastaanotinten lisäksi myös autoradiot, digiboksit ja radiolliset matkapuhelimet ja mp3-soittimet. (Finnpanel 2011)

Ulkomailla siirtyminen analogisesta radiosta digiradioon on huomattavasti Suomen kehitystä edellä. Esimerkiksi Iso-Britanniassa erityisesti nuorilla radionkuuntelijoilla on kovat odotukset uusien digitaalisten palveluiden ja laitteiden suhteen. Tosin taloustaantuma on hidastanut radion siirtymistä digiaikaan. (Finnpanel 2011)

Radion digitalisoitumisen ajankohtaa ja tarkkaa tekniikkaa on erittäin vaikeaa ennakoida. Digitaalisen maailman muutokset ovat usein erittäin nopeita. Toisaalta analoginen radio on vielä tänä päivänäkin niin vahvassa asemassa, että äkkinäisiä muutoksia tuskin tapahtuu. Analogisen radion puolesta puhuvat muun muassa sen suuri suosio, valmiit tuotantokoneistot, toimiva lähetinverkko sekä vastaanottimien suuri määrä. (Kemppainen 2007, 53) Ottaen huomioon esimerkiksi maamme suhteellisen vanhan autokannan, voi analogiselle radiolle povata vielä pitkää tulevaisuutta. Uusien päätelaitteiden tulisi löytyä valtaosasta kotitalouksia ennen kuin ne voisivat ajaa analogisen radion ohi.

Digiradion ohella analogista radiota haastavat myös esimerkiksi uudenlaiset mobiilipäätteisiin rakennetut ominaisuudet sekä erilaiset musiikin soittamiseen tarkoitetut henkilökohtaiset laitteet. (Kemppainen 2007, 3) Yhä useammin omassa lähipiirissä törmää ihmisiin, joilla on käytössään esimerkiksi iPod tai jonkinlainen vastaava laite, jolla pystyy hallitsemaan ja toistamaan musiikkia.

Täysin oma maailmansa on Internet. Tänä päivänä lähes kaikki suomalaiset radiokanavat kuuluvat myös netissä. Tuoreiden tutkimusten mukaan (Finnpanel 2011) kymmenen prosenttia suomalaisista kuuntelee radiota viikoittain netin kautta. Vaikka

Internet tarjoaa paljon erilaisia musiikkipalveluja, myös radiokanavien kuuntelu netissä on suosittua. Internetissä olevat musiikkipalvelut kuitenkin haastavat radion erityisesti nuorten kuuntelijoiden ajankäytössä. Vanhempiin kuuntelijaryhmiin mentäessä perinteisen radion suosio kasvaa. (Kemppainen 2007, 4)

Jolma (2011) näkee netin merkityksen kasvun kahtena erilaisena kehityksenä. Ensinnäkin nettiradiota on helppo kuunnella samaan aikaan kun vaikkapa surffailee netissä. Nettiradio on vaivaton ja helppo tapa kuunnella musiikkia, koska ei tarvitse vaihtaa tai valita itse soitettavia kappaleita. Toisena huomiona Jolma (2011) mainitsee sen, että netti ja radio sulautuvat tulevaisuudessa yhä tiiviimmin yhteen. Radion tulisi olla tiiviisti netin kiemuroissa mukana; nettilähetysten lisäksi on pystyttävä tarjoamaan muitakin lisäarvopalveluja. (Jolma 2011)

Yhtenä radion kehityksen päälinjoista on pidetty sitä, että radio jäisi edelleen laitteena analogiseksi, mutta radion sisältö digitalisoituisi. (Kemppainen 2007, 53) Meillä Suomessakin on jo pidemmän aikaa ollut mahdollista kuunnella radiosisältöjä Internetistä, kuten esimerkiksi radiokanavien kuunnelluimpien aamuohjelmien parhaita paloja podcasteina. Esimerkiksi The Voicella parhaat palat on näytetty myös kuvan kera. Tämä on ollut mahdollista, sillä The Voice Radion aamuohjelma paitsi kuuluu radiossa, näkyy myös televisiossa. Lähetystä voi lisäksi katsella ja kuunnella netissä. The Voicen aamuohjelman monimediallisuus on hyvä esimerkki perinteisen median roolien sekoittumisesta ja hämärtymisestä.

Jakeluteiden muuttuessa ja esimerkiksi nettiradioiden määrän lisääntyessä kilpailu kuluttajien ajasta kasvaa entisestään. SUN Radion toimitusjohtaja Otto Linna (2011) uskoo, että tulevaisuudessa luvanvaraisesta radiotoiminnasta siirrytään täysin vapaaseen toimintaan. Tämä muutos lisäisi kanavien määrää. (Linna 2011)

Radiolupien siirtymisestä huutokaupattaviksi on ollut keskustelua. EU:n komissio on ajanut laajempaa kaupallistamista, mikä voisi tarkoittaa toteutuessaan taajuuksien huutokauppaamisen lisäksi esimerkiksi taajuusmaksujen perimistä. Kyseinen kehitys toisi suuria haasteita erityisesti paikallisradiotoiminnalle. (Kempainen 2007, 58) Paikallisradioyhtiö ei luonnollisestikaan pysty kilpailemaan tasaväkisesti suurten toimijoiden kanssa, mikäli luvat olisivat huutokaupattavina.

Linna (2011) ei usko toimilupien huutokauppaamisen toteutuvan. 15-20 vuoden päästä uusien jakeluteiden myötä periaatteessa kuka vaan voi perustaa oman radion. Jossain vaiheessa tulevaisuudessa, kun fm-tekniikka jää historiaan, ei Linnan mukaan radiotoimintaa (2011) ole enää tarvetta säädellä lailla. (Linna 2011)

Vuosikymmenten kuluessa uudet jakelutiet vähitellen syrjäyttävät analogisen radion. Yksi vahvoista uusista jakeluteistä on tällä hetkellä yleinen ip eli täysin internetin yli etenevä radiosisältö. Joskus tulevaisuudessa, kun valtaosa kotitalouksista ja autoista on nopean laajakaistan piirissä, yleistä ip:tä voidaan ottaa vastaan esimerkiksi 3G:llä tai 4G:llä. (Linna 2011)

Monet automerkit, kuten vaikkapa Ford ja Mini ovat jo lähteneet mukaan 3G-kehitykseen. Esimerkiksi Ford on ilmoittanut, että moniin uusiin Ford-malleihin ei enää tule perinteistä cd-soitinta, vaan 3G-vastaanotin, jolla auto on ikään kuin koko ajan online. Uuden tekniikan myötä kuluttaja pystyy ottamaan autossa vastaan kaikkea mahdollista sisältöä netin yli, kuten nettiradioita, tv-kuvaa ja karttoja. (Linna 2011) Ford tavoittelee, että vuoteen 2015 mennessä yhteensä kahdessa miljoonassa autossa Euroopassa on käytössä langaton järjestelmä. (The Telegraph 2011)

3.3 Tulevaisuuden radiosisällöt

Radiolla on eri ihmisille eri käyttötarkoituksia. Monille radion kuin hyvä kaveri tarjoten mukavaa seuraa. Toiset taas haluavat kirjaimellisesti kuunnella radiota; esimerkiksi keskittymistä vaativia kuunnelmia. Monet kuuntelevat radiota musiikin vuoksi. (Kemppainen 2007, 6)

Radiosisällöt voidaan karkeasti jakaa kahteen eri koulukuntaan. Toisen mielikuvissa radio on ennen kaikkea tiedotusväline, toinen taas pitää radiota ennen muuta viihdevälineenä. (Kemppainen 2007, 53) Mielestäni nämä koulukunnat eivät kuitenkaan sulje välttämättä toisiaan pois – ainakaan ihan kokonaan. SUN Radiossa tärkeimmässä osassa on musiikki, mutta myös paikallisisällöt saavat jalansijaa. Esimerkiksi liikennetiedotukset ovat todella tärkeässä roolissa SUN Radion paikallisessa sisällössä. Tavoitteenamme on ollut, että Radio SUN on paitsi viihdyttävä kaveri, myös tärkeän informaation ajantasainen lähde. Kuulijalukujenkin valossa tässä tavoitteessa on onnistuttu hyvin.

Radioalan peruslähtökohta on, että kaupallinen radio keskittyy taloudellisen tuloksensa maksimointiin. Radio on kuin mitä tahansa muukin liiketoiminta; taloudellinen tuotto on avainasemassa. Tuloksen maksimoinnissa musiikilla on merkittävä rooli. Radio keskittyy musiikkiin, koska se on keskeinen synnyttää toimiva suhde radion ja kuulijan välille. (Vilkkö 2010, 24)

”Sisältö ratkaisee. Sitä kuunnellaan, joka tuottaa parhaan sisällön – oli jakelutie mikä hyvänsä.”, Linna (2011) uskoo. Puheen ja musiikin suhde säilynee tulevaisuudessa koko lailla samana. Formaatteja tarkastellaan ja muokataan. Uusia vaihtoehtoja, kuten puheradioita tulee lisää, sillä kuulijapotentiaali kasvaa netin yleistyessä jakelutienä. (Linna 2011)

Yksi radion musiikkitarjonnan haastajista on jatkuvasti kasvavat musiikkipalvelut, kuten esimerkiksi Spotify. Linna (2011) uskoo radion pärjäävän kilpailussa musiikkipalveluja vastaan myös tulevaisuudessa. Nuorempi sukupolvi lataa kappaleita ja rakentelee soittolistoja netissä, mutta niin sanottuja ruuhkavuosia elävillä ihmisillä ei juuri ole aikaa koota omia soittolistoja, vaan he haluavat vastaanottaa valmiin musiikkikokonaisuuden. (Linna 2011) Radion vahvuus tässä kilpailussa on mielestäni nimenomaan sen vastaanottamisen helppous sekä se, että radion kuuntelu on ilmaista.

Jolma (2011) on Linnan kanssa (2011) samaa mieltä radion ja musiikkipalveluiden välisestä tulevaisuuden kilpailuasetelmasta. Jolma (2011) ei usko, että musiikkipalveluiden yleistymisenkään myötä ihmiset valitsisivat kaiken musiikin itse. Kuluttajat ovat mukavuudenhaluisia ja haluavat valmiiksi mietityn ja tuotetun ohjelma – ja musiikkikokonaisuuden. (Jolma 2011) ”Ei ihmiset jaksa miettiä, mikä on seuraava biisi.”, Jolma (2011) uskoo.

Radion rooli uusien kappaleiden esittelemisessä on merkittävä. Radio esittelee uudet kappaleet, jonka ansiosta kuuntelijat osaavat hakea niitä esimerkiksi Spotifysta. Kuluttaja ei osaa aktiivisesti hakea sellaista kappaletta, mitä ei ole koskaan aikaisemmin kuullut. (Linna 2011) Tämä on mielestäni hyvä esimerkki radion ja musiikkipalvelujen rinnakkaiselosta; ne eivät läheskään aina sulje toisiaan pois.

4 Paikallisradion tulevaisuus

4.1 Paikallisradion tulevaisuus yleisesti

SUN Radion toimitusjohtaja Otto Linnan (2011) mukaan paikallisradion tulevaisuudennäkymät ovat hyvät. Paikallisuus niin puheisällöissä kuin mainoksissakin on tulevaisuudessa yhä ratkaisevammassa roolissa, jotta paikallisradio olisi kilpailukykyinen muihin toimijoihin verrattuna. (Linna 2011) Myös Jolma (2011) näkee paikallisuuden suureksi paikallisradion valttikortiksi. Esimerkiksi Radio Pori on toiminut vuodesta 1985 lähtien kokolailla samalla idealla. Radio Porilla on ollut koko ajan oma toimitus, joka on tehnyt päivittäin juttuja ja uutisia Porin seudulta. Paikallisuus on noussut kerta toisensa jälkeen useissa tutkimuksissa suureen arvoon. (Jolma 2011)

Jolma (2011) uskoo, että ihmiset haluavat myös tulevaisuudessa kuulua johonkin tiettyyn joukkoon ja kuulla paikallisista asioista. Tähän huutoon paikallisradio vastaa. Näen asian samalla tavalla kuin Linna (2011) ja Jolma (2011). Pelkkä musiikin soittaminen ei paikallisradiossa riitä. Musiikkia voi niin halutessaan kuunnella myös esimerkiksi valtakunnallisilta kanavilta tai vaikkapa niistä musiikkipalveluista.

Paikallisradion jakelu tapahtuu tulevaisuudessaan moninaisemmin keinoin. Tästä kehityksestä huolimatta esimerkiksi paikalliset haastattelut ja uutiset lähiympäristöstä pitävät edelleen pintansa. Linna (2011) uskoo, että paikallinen sisältö kiinnostavaa myös tulevaisuudessa. (Linna 2011)

4.2 Paikallisradion mahdollisuudet

Paikallisradion tulon hankintamahdollisuuksista puhuttaessa Linna (2011) nostaa esille netin korostumisen. Mainonta monipuolistuu tulevaisuudessa. Esimerkiksi

mobiilipäätelaitteet, radiosignaali ja karttapalvelu sekoittunevat yhdeksi kokonaisuudeksi 20 vuoden aikajänteellä. Mainostajalle myydään tulevaisuudessa kokonaisapakettia, ei pelkästään radion mainossekunteja. Näin syntyy uusia ansaintamahdollisuuksia. Erityisesti paikallisradion on pidettävä kontaktipinta riittävän laajana, että se ei jää toiminnassaan marginaaliin. (Linna 2011)

Linna (2011) puhuisi tulevaisuuden paikallisradion kohdalla enemmänkin alueellisesta toiminnasta. Suuret kaupungit, kuten Helsinki tai Tampere voivat tulevaisuudessakin elättää paikallisen kanavan, mutta muista niin sanotuista yhden kaupungin radioista kasvattaneen ulos. Tosin kilpailutilanne vaihtelee suuresti eri alueilla. (Linna 2011)

Jolma (2011) puolestaan näkee, että myös esimerkiksi Porin kokoinen kaupunki pystyy elättämään paikallisradion. Mikäli paikallisradio on riittävän tavoittava eli sitä kuunnellaan paljon alueellaan, mainostajat haluavat viestinsä siellä läpi. (Jolma 2011) Toisaalta, onko pienemmillä paikallisilla mainostajilla riittävästi resursseja satsata radiomainontaan, jotta paikallisradio saa kulunsa peittoon ja mahdollisesti tekee voittoa? Isommat mainostajat saattavat kokea pienten paikallisradioiden kuulijapotentiaalin liian suppeaksi.

Määritelmä alueellisesta tai maakunnallisesta radiosta on mielestäni hyvä. Näen, että esimerkiksi Radio SUN on alueellinen radio, ei paikallisradio. Radio SUN ei ainakaan perinteisen määritelmän mukaan ole paikallisradio, jos paikallisradio määritellään niin, että se on tietyn paikkakunnan oma radio. Yleisradiossakaan ei puhuta Radio Suomen paikallisradioista, vaan käytetään nimitystä Radio Suomen maakuntaradiot. Linna (2011) käyttäisi myös määritelmiä talousalueen tai työssäkäyntialueen radio. (Linna 2011) Mielestäni määritelmiä huomattavasti tärkeämpää on kuitenkin paikallisradion tarjoama sisältö; paikallisella luvalla toimivan radion pitäisi käsitellä alueensa väestöä puhuttelevia asioita.

4.3 Paikallisradion uhat

”Radio on tässä mediapaletissa musta hevonen”, Jolma (2011) linjaa. Radiolla ei ole lyömättömän suuria uhkia, mutta toisaalta radio ei tule kasvamaan samalla vauhdilla kuin verkkomedia ja netti. Viitteitä radion merkityksen oleelliseen vähenemiseen ei ole – ei Suomesta, eikä maailmalta. (Jolma 2011)

”Moninaistuvat jakelutiet on sekä uhka että mahdollisuus. Kilpailu tulee koveneen, mutta toisaalta, missä on kilpailua, on myös liiketoimintaa.” (Linna 2011) Näen, että moninaistuvat jakelutiet on otettava herkeämättä huomioon. Teknisen kehityksen saralla ei ole varaa jäädä jälkeen.

Jolman (2011) mukaan yksi paikallisradion uhka on se, että nuoret oppisivat mediakäyttäytymisessään karttamaan paikallisradioita. Paikallisradion tulee vastata tähän uhkaan olemalla helposti lähestyttävä ja riittävän viihteellinen. (Jolma 2011) Omien kokemuksieni valossa näen, että viihdyttävyydessä suuri rooli musiikin lisäksi on persoonallisilla ohjelmilla ja juontajilla.

Yksi tärkeä nuorta sukupolvea paikallisradion pariin houkutteleva tekijä on Jolman (2011) mukaan myös se, että nuoret otetaan mukaan tekemään radio-ohjelmia. Radio Pori on avaamassa pääkanavan rinnalle rinnakkaiskanavan, joka tekee ohjelmaa alle 30-vuotiaille. Uusi kanava lähettää ohjelmaa Porin alueelta ja kertoo erityisesti niistä alueen asioista, joista nuorempi sukupolvi on kiinnostunut. (Jolma 2011)

Jolma (2011) on vakuuttunut, että vanhemman väestön ohella myös nuorempi sukupolvi haluaa tietää, mitä heidän ympärillään tapahtuu. Nuorempaa sukupolvea ei välttämättä kiinnosta samat paikalliset asiat kuin vanhempaa ikäryhmää. Juuri tästä syystä nuorisolle räätälöidään Porissa oma kanava. Nuorisoa kiinnostavat esimerkiksi alueen tapahtumat, konsertit, paikalliset levyarvostelut – ja bändit. (Jolma 2011)

Ketjuuntumista pidetään yleisesti yhtenä paikallisradion uhkakuvista. Linna (2011) ei pidä ketjuuntumista pahana asiana, jos se tapahtuu lainmukaisesti. Ketjuuntuminen on tehokas tapa lisätä kilpailukykyä ja jakaa kustannuksia useimmille tahoille. Toisaalta ketjutoiminta voi hyvinkin uhata paikallisia sisältöjä. (Linna 2011)

Linnan (2011) tavoin myös Jolma (2011) näkee ketjuuntumisessa sekä hyvät että huonot puolet. Alueellisen sisällön ympärillä olevat asiat, kuten musiikin hallinnan voisi hoitaa kustannustehokkaammin; ei ole järkeä tehdä samaa asiaa useita kertoja uudestaan. Jolman (2011) mukaan ideaalitalanne Radio Porissa voisi olla, että musiikkipäällikkö tekisi soittolistat useammalle asemalle samalla kertaa. (Jolma 2011)

Ketjuuntumisen huono puoli on paikallisen sisällön loppuminen tai väheneminen (Jolma 2011.) ”Hyvä musiikki ja pelkkä aamushow ei riitä”, Jolma (2011) sanoo.

4.4 Taantumien vaikutus paikallisradion tulevaisuuteen

Viimeisimmästä taloudellisesta taantumasta on kulunut Suomessa aikaa vain muutama vuosi ja nyt puhutaan jo uuden taantumien melko suuresta todennäköisyydestä. Paikallisradio pärjää taantumien aikainakin hyvin, sillä radio – ja erityisesti paikallinen radio on yrityksille kustannustehokas tapa mainostaa. Taantumien tultua kalliimmista mediavälineistä, kuten lehdistä siirretään panostuksia pois. Mainontaan käytetty raha ei kuitenkaan kokonaan katoa, vaan se kanavoituu uudestaan. (Linna 2011)

Viime taantumien aikana SUN Radio teki hyvää taloudellista tulosta, myös taantumien syvimmässä vaiheessa. Panostuksia SUN Radiosta vetivät pois esimerkiksi kodintekniikan ja ajoneuvoliiketoiminnan alojen yritykset, jotka katosivat taantumien ajaksi lähes kokonaan. Tilalle tuli kuitenkin paljon muita liiketoiminta-aloja, kuten rakentaminen, remontointi, kodinviihtyvyyden, lifestyle ja kuntoilu. Linna (2011) uskoo tämän johtuvan siitä, että taantumien aikana ihmiset haluavat edelleen nauttia

elämästä, mutta tekevät sen eri tavalla kuin muutoin. Myös valtiovallan tekemät elvytystoimet, kuten kotitalousvähennyksen kasvattaminen ruokki edellä mainittujen toimialojen kasvua ja panostuksia kustannustehokkaaseen radiomainontaan. (Linna 2011)

Toisin kuin SUN Radiossa, Radio Porissa mainosmyynti laski viime taantumun aikana. Tosin Jolma (2011) mainitsee yhdeksi suureksi syyksi sen, että kanavan mainosmyynnin työ ei ollut taantumun aikana täysin onnistunutta. Nyt orastava taantuma ei näy Radio Porin myynnissä millään tavalla – päinvastoin. Toisaalta Porissa taantuma ja nousukausi tulevat muuta Suomea hieman jäljessä. (Jolma 2011)

Viime taantumun aikana Radio Porin mainostajat vähensivät panostuksiaan kautta linjan. Monet mainostajat, jotka ennen taantumaa ottivat neljä kampanjaa, valitsivat taantumun aikana kolme. Toisaalta Radio Porissa oli myös niitä mainostajia, jotka lisäsivät radiomainonnan panostuksiaan huomattuaan kilpailijan lopettaneen tai vähentäneen panostusta. (Jolma 2011)

Linna (2011) ennakoi samankaltaisia muutoksia yritysten panostuksissa radiomainontaan myös mahdollisen tulevan taantumun aikana. Hallitus on ilmoittanut tukevansa kotimaista ostovoimaa, jotta kotimarkkinat vetäisivät. Lähes täysin kotimarkkinoista riippuvainen paikallisradio selvinnee tulevistakin vaikeista taloudellisista jaksoista pienemmällä vauriolla kuin monet muut mediat. (Linna 2011)

5 Yhteenveto

Tutkimukset radion kuuntelusta kertovat paljon; radio tavoittaa joka viikko lähes 4,6 miljoonaa suomalaista. Päivittäin radiota kuuntelee reilut 3,7 miljoonaa suomalaista, joiden keskimääräinen päivittäinen kuuntelu-aika on 3 tuntia 10 minuuttia. Näiden tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että radio on suomalaisille edelleen tärkeä media. Radionkuuntelu on pitänyt pintansa, vaikka kilpailu ihmisten ajasta on jatkuvasti kiristynyt ja esimerkiksi erilaisten internetin musiikkipalveluiden määrä lisääntynyt. Näköpiirissä ei ole mitään erityistä uhkaa, joka radikaalisti muuttaisi suomalaisten radionkuuntelutottumuksia.

Näen, että radiolla on tulevaisuutta, mutta se ei missään nimessä ole itsestäänselvyys. Erityisesti tekninen kehitys on niin nopeaa, että radion pysyttävä herkeämättä ajan hermolla. Teknistä kehitystä on vaikeaa kovin tarkoin ennustaa, mutta netin rooli esimerkiksi radion jakelutienä kasvaa tulevaisuudessa entisestään.

Radioiden puheisisällöllä tulee olla selkeä lisäarvo; pelkkä radiossa soivien laulujen ja niiden esittäjien kertominen ei riitä. Paikallisradioiden tuottama paikallinen sisältö korostuu tulevaisuudessa niiden yhtenä merkittävänä kilpailuvalttina. Radion vahvuus on halki vuosikymmenten ollut yhteisöllisyys. Ihmiset haluavat kuulua tiettyihin joukkoihin ja tietää, mitä heidän ympärillään tapahtuu.

Uskon myös, että tulevaisuudessa kuuntelijan rooli radioasemien sisällöntuotannossa on entistäkin suurempi. Jo tällä hetkellä useilla radioasemilla kuuntelijat voivat esimerkiksi koota pitkiä, jopa useiden kymmenien kappaleiden mittaisia soittolistoja ja perustella valintojaan toisille kuuntelijoille. Tärkeässä roolissa tämäntyyppisissä ohjelmissa ovat tarinat oikeasta elämästä - mitä kaikkea hauskaa, koskettavaa tai ikimuistoista liittyy juuri kyseiseen toivekappaleeseen. Näen, että radiolla on myös tulevaisuudessa tällaisten tarinoiden välittämisessä suuri rooli.

Suuri haaste – erityisesti paikallisradioilla – on saada nuoret kuuntelemaan radiota. Vaarana on, että radio jää nuoremmalle sukupovelle etäiseksi. Omien soittolistojen laatiminen radioaalloille on mielestäni hyvä tapa puhutella nuorempaa väestöä, joka on tottunut laatimaan soittolistoja myös internetin musiikkipalveluissa. Nuorille pitäisi antaa myös muita mahdollisuuksia osallistua ja vaikuttaa radiosisältöön, kuten omat ohjelmat, joissa käsitellään nuorisoa kiinnostavia asioita. Esimerkiksi Radio Pori on perustamassa pääkanavan rinnalle nuoremmalle väestölle suunnattua rinnakkaiskanavaa, jossa ääneen ja vaikuttamaan pääsee nuoriso.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Nukari, M. Ruohomaa, E. 1997. Uusi vanha radio. Porvoo. WSOY.

Vilkkö, A. 2010. Soittolistan symbolinen valta ja vallankäytön mekanismit. Tampere. Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.

Internet-lähteet

Finnpanel. Luettu 19.9.2011. <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedote.php?id=124>

Finnpanel. Luettu 24.10.2011. <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedote.php?id=119>

Kemppainen, P. 2007. Liikenne- ja viestintäministeriö. Ääniradion tulevaisuus – onko se radio? Luettu 21.9.2011. www.lvm.fi/fileserver/LVM68_2007.pdf

Liikenne- ja viestintäministeriö. 2010. Toimiluvanvarainen radiotarjonta 2009. Yksityisten analogisten radiokanavien sisältötarjonta 20 suomalaiskaupungissa. Luettu 19.9.2011. http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=964900&name=DLFE-10544.pdf&title=Julkaisu%204-2010

Liikenne- ja viestintäministeriö. 2011. Luettu 19.9.2011. <http://www.lvm.fi/web/fi/tiedote/view/1231880>

The Telegraph. Luettu 24.10.2011.

<http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/transport/8660870/Ford-to-scrap-CD-players-in-cars.html>

Viestintävirasto, 2011. Luettu 17.9.2011.

http://www.ficora.fi/index/viestintavirasto/lehdistotiedotteet/2011/P_24.html

Haastatteluaineistot

Jolma, S. toimitusjohtaja 2011. Puhelinhaastattelu 29.9.2011. Haastattelija Hakanen, J.
Litteroitu. Lempäälä.

Linna, O. toimitusjohtaja. 2011. Haastattelu 22.9.2011. Haastattelija Hakanen, J.
Litteroitu. Lempäälä.

Liitteet

Kysymykset Otto Linnalle 22.9.2011

Mikä on radion tulevaisuus mediavälineenä?

Mikä voisi korvata analogisen radion?

Millä aikajänteellä analogisesta radiosta siirrytään pois?

Miten radio pitää pintansa kovassa kilpailutilanteessa?

Mikä on musiikin/puheen osuus tulevaisuuden radiosisällöissä?

Onko musiikkia soittavilla radiokanavilla tulevaisuutta, kun musiikkia ladataan netistä?

Mitkä on paikallisradion mahdollisuudet tulevaisuudessa?

Kuinka suuria paikallisradioiden tulisi tulevaisuudessa olla, jotta ne olisivat elinvoimaisia?

Minkälaisia uhkia näet paikallisradion tulevaisuudelle?

Onko paikallisradion määritelmä väärä, jos radio on enemmänkin maakunnallinen?

Mitä mieltä olet paikallisradioiden ketjuuntumisesta?

Mikä on taloudellisen taantuman vaikutus paikallisradiolle?

Minkätyyppiset mainostajat lisäsivät panostuksia radioon viime taantuman aikana?

Miten paikallisradion tulonhankkimisväylät muuttuvat tulevaisuudessa?

Kysymykset Sampsa Jolmalle 29.9.2011

Mikä on radion tulevaisuus mediavälineenä?

Mitä syitä näet siihen, että radio on menestys kiristyneessä kilpailutilanteessa?

Miksi uskot ihmisten myös tulevaisuudessa kuuntelevan musiikkia radiosta?

Millaisena näet analogisen radion tulevaisuuden?

Uskotko, että digiradio tulee nousemaan?

Miten näet netin merkityksen tulevaisuudessa radion kannalta?

Millaisena näet paikallisradion tulevaisuuden?

Uskotko, että Radio Porin kuuluvuusalue on riittävän suuri, jotta kanavalla on tulevaisuutta?

Mitkä on paikallisradion mahdollisuudet tulevaisuudessa?

Mitkä on paikallisradion uhat tulevaisuudessa?

Uskot, että nuorempi polvi kuuntelee tulevaisuudessa paikallisradiota?

Miten kommentoit Radio Porin näkökulmasta paikallisradioiden ketjuuntumista?

Miten viime taantuma vaikutti Radio Porin mainosmyyntiin?

Minkätyyppiset mainostajat vähensivät panostuksiaan radioon viime taantumien aikaan?

Uusi taantuma uhkaa – et kuitenkaan koe sitä katastrofaaliseksi Radio Porille?