

PAIKALLISRADIOIDEN NYKYTILA

**Ei- ja puolikaupallisten radiokanavien toimintamahdollisuudet
suomalaisessa radiokentässä**

Markku Liukkonen

Opinnäytetyö, syksy 2009

Diakonia-ammattikorkeakoulu

Turun toimipaikka

Viestinnän koulutusohjelma

Medianomi (AMK)

TIIVISTELMÄ

Markku Liukkonen. Paikallisradioiden nykytila. Ei- ja puolikaupallisten radiokanavien toimintamahdollisuudet suomalaisessa radiokentässä. Turku, syksy 2009, 44s.

Diakonia-ammattikorkeakoulu, Turun yksikkö, Viestinnän koulutusohjelma, medianomi (AMK), monimediatoimittajan suuntautumisvaihtoehto.

Opinnäytetyöni tutkii suomalaisten paikallisradioiden tämänhetkistä tilaa sekä niiden tulevaisuuden toimintamahdollisuuksia. Tuon esille ei- ja puolikaupallisten radioiden käsitteet perinteisten kaupallisten- yhteisöradioiden rinnalle. Esitän myös yhtymäkohtia uusien sosiaalisen median sovellusten sekä perinteisen ääniradion toimintamuodoissa.

Suomalaisen paikallisradiokentän luonnollista kehittymistä on viime vuosina estänyt monikansallisten mediatalojen poikkeava laintulkinta. Paikallisradioasemia valjastetaan suurten radioketjujen käyttöön ja sisältö tuotetaan keskitetysti paikallisille markkinoille. Tällainen toiminta on lain hengen vastaista ja viime vuosina laintulkinta onkin saanut useita eri muotoja.

Yhteisöradio toiminta Suomessa on muihin pohjoismaihin verrattuna todella vähäistä. Radiota ei ole opittu omaksumaan osaksi vartenotettavaa paikallista mediaa. Tutkielmaani varten tehty kyselytutkimus kuitenkin osoittaa, että potentiaalinen kohdeyleisö olisi kiinnostunut journalistisella otteella tehdystä toimituksellisesta paikallisesta sisällöstä, sekä monipuolisesta musiikkitarjonnasta. Tiedetyt radiotoimijat ovat kuitenkin vuosia pyrkineet luomaan homogeenisen sekä matalakustannuksisen formaattiradioiden kentän.

Uusien paikallisradioiden syntyminen Suomeen vaatisi johdonmukaisempaa laintulkintaa sekä valtiovallan tukea. Mikäli tällä hetkellä radiokentällä esiintyvät markkinahäiriöt kyettäisiin estämään, Suomen pienilläkin radiomarkkinoilla olisi toimintaedellytyksiä alueellis-paikallisesti toimiville kaupallisille ja puolikaupallisille radioille.

Asiasanat: Paikallisradio, yhteisöradio, radio

ABSTRACT

Markku Liukkonen. Current state of Finnish local radios. Operation potential for Non- and semi commercial radios in the Finnish radio field. 44p. Language: Finnish. Turku, Autumn 2009.

Diaconia University of Applied Sciences. Degree Programme in Communication and Media, Bachelor of Media.

My thesis examines the Finnish local radio stations, the current state and the future opportunities. The work compares the concepts of half-commercial and community radio alongside traditional notions of commercial radio. The new social media applications have also been linked to the traditional forms of radio.

Evolution of the Finnish local radio in recent years has been hindered by multinational media houses. Especially their interpretation of the law differs from the small local radio stations. Local radio stations have been merged into major chains and the use of the content is produced centrally for the local markets. Such conduct is against the spirit of the law and the interpretation of the law in recent years has received a number of different forms.

Community Radio Policy in Finland is very small, compared to other Nordic countries. Local radio is no longer convincing part of the local media. However, the survey shows that the potential target audience is interested in local journalistic content, and varied musical offerings in local radios. Some of the radio operators have for many years been working to create a low-cost radio format and therefore homogenized the field of local radios.

The emergence of new local radio stations in Finland would require a more consistent interpretation of the law, and government support. If the current disturbance in the radio field could be prevented, even with small Finnish radio market, there could be commercial and semi-commercial radio stations operating actively.

Keywords of the study: Local radio, community radio, radio

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 PAIKALLISRADIOIDEN HISTORIA	8
2.1 paikallinen radiotoiminta pohjoismaissa	8
2.2 Suomen paikallisradioiden alkutaival	10
2.3 Rakennemuutoksen seuraava vaihe	13
3 LAKI JA SIDOSRYHMIEN NÄKEMYKSIÄ	14
3.1 Toimilupajärjestelmä	14
3.2 Sidosryhmien näkemyksiä	15
4 RADION NYKYTILA JA TULEVAISUUS SUOMESSA	18
4.1 Radion kuuntelu Suomessa	18
4.2 Radion digitalisoituminen	19
4.3 Tekijänoikeuskysymykset	21
4.4 Paikallisuuden väärinkäyttö – esimerkkinä Iskelmä-ketju	22
4.5 Ääniradion tulevaisuus	23
5 YHTEISÖRADIO	25
5.1 Yhteisöradio sosiaalisena mediana	28
5.2 Yhteisöradio vai yhteisöllinen radio?	29
6 PAIKALLISRADIOIDEN TULEVAISUUS JA MAHDOLLISUUDET	31
6.1 Kyselyn tulokset	33
6.2 Mainonta	36
7 PAIKALLISRADION PERUSTAMINEN – ESIMERKKI AALLONMURTAJA FM	37
8 POHDINTA JA YHTEENVETO	41
LÄHTEET	42

1 JOHDANTO

Kun paikallisradioita perustettiin Suomeen 1980-luvun puolessa välissä, idealismi oli vahvasti läsnä. Silloiset paikallisradiotoimijat peräänkuuluttivat demokratian ja sananvapauden laajentamista paikallisen median avulla. Nykyään paikallisradiot on valjastettu markkinatalouden rattaisiin ja paikallinen radiotoiminta taistelee olemassaolostaan. Radion toimilupapolitiikka on edelleen, yli kahdenkymmenen vuoden jälkeen, tulkinnanvaraista ja termistöltään vakiintumatonta. Laki paikallisradiotoiminnasta on myös tulkinnanvarainen, eikä sanktioita lain rikkomisesta juuri käytetä.

Tarkastelen opinnäytetyössäni kuinka paikallisradiokenttä on ajautunut muutamien suurten pelureiden käsiin, jotka omalla toiminnallaan ovat köyhdyttäneet sekä homogenisoineet radioiden sisältöä, ja toisaalta polkeneet paikallisradiotoiminnan elinehtona olevia mainosmarkkinoita omaksi edukseen. Useat tutkimukset sekä selvitykset tältä vuosituhanneelta osoittavat paikallisradiotoiminnan olevan muutoksen tarpeessa, mutta jostain syystä muutosta ei ole tapahtunut.

Tutkielmassani tuon esille yhteisöradion sekä ei-kaupallisen radiotoiminnan mahdollisuudet 2010-luvulla. Yhteisömedia, yhteisöradio ja ei-kaupallisuus ovat lähes täysin unohdettuja toimintamuotoja suomalaisessa radiokentässä. Vertaan pohjoismaista yhteisöradiokenttää suomalaisen paikallisradiokentän perinteeseen. Otan esille yhtymäkohtia 1980- luvun ja 2000-luvun paikallisradiokenttien tilanteesta ja vertaan niitä keskenään.

Tutkielmassani käytin aineistona strukturoitua Webropol-lomakekyselyä, johon vastasi yli 300 potentiaalisen kohderyhmän edustajaa. Todellista kohderyhmää on vaikea arvioida paikallisradiokentällä, sillä ainoa yhdistävä tekijä on maantieteellisyys.

Kun syksyllä 2007 tein kyselyni, opinnäytetyöni tuoteosana oli paikallisradion perustaminen Turkuun. Tuoteosan poisjäänti oli harmillinen mutta odotettavissa ollut käänne. Silloinen työryhmämme oli liian heterogeeninen, eikä usealla (lähinnä kulttuuritoimijoista koostuvalla) työryhmän jäsenellä ollut konkreettista radiokokemusta. Hyödynnän tutkielmassani kuitenkin kyselyä ja työryhmän toimintasuunnitelmia.

Uusien sosiaalisten verkkosovellusten myötä sosiaalinen media on noussut yhdeksi keskustelluimmista aiheista mediakentällä. Otan tutkielmassani esille radion yhteisöllisiä muotoja ja vertaan radiota niin sanottuna vanhana mediana uusiin sosiaalisen median muotoihin.

Lopuksi kartoitan paikallisradioiden taloudellisia toimintamahdollisuuksia ja markkinatilannetta mainoskentällä. Otan esille myös toimintasuunnitelman, jonka perusteella voidaan nähdä, että uusia toimintamalleja hyväksikäyttäen, paikallisradio on toimiva yrityskonsepti, joka edesauttaa paikallisen demokratian kehittymistä, työllistymistä ja että radio on välineenä edelleen varteenotettava media.

2 PAIKALLISRADIOIDEN HISTORIA

1980-luvun alussa suomessa käynnistyi voimakas sähköisen viestinnän murroskausi. Kansainvälisen viestinnän kasvu, ulkomaisen ohjelmiston lisääntyminen muissa sähköisissä viestimissä sekä yksityisen kaapelitelevisiotoiminnan käynnistyminen vauhdittavat muutosta. (Ylönen 2002, 8.) Samaan aikaan radiotuotannon tekniset laitteet kehittyivät, halpenivat ja kevenivät. Tämä teki mahdolliseksi ohjelmien tuottamisen ja lähettämisen aiempaa huomattavasti pienemmillä resursseilla. Tekninen kehitys loi kanavia ja välineitä sekä avasi keskustelun sähköisen viestinnän monopolin tulevaisuudesta (Viljakainen 2004, 161–165.)

Paikallisradioliiton puheenjohtajana (1983–1987) toimineen Jaakko Nummisen näkemykset paikallisradiotoiminnasta poikkeavat nykyisestä bisnesajattelusta suuresti:

”Kuitenkin paikallisradioiden keskeinen toimintamotiivi tulee olemaan kansalaisten aktiivisuuden herättäminen, omaehtoisen harrastustoiminnan tukeminen, kiinnostuminen omasta lähiympäristöstä ja sen kehittamisestä, herättäminen ihmisen henkiseen kasvuun ja omien elämänolosuhteiden parantamiseen sekä kiihköttömaan oman kannan ja mielipiteen esittämiseen. Katson, että tähän kaikkeen juuri paikallisradio antaa mahdollisuuden, koska sen piirissä on aikaa ja tilaa läheisille asiaille.”(Numminen 1985.)

2.1 Paikallinen radiotoiminta pohjoismaissa

Pohjoismaissa valtion radiomonopoli muuttui toisenlaiseen suuntaan kuin Suomessa. Muun muassa Ruotsissa aloitettiin lähiradiotoiminta (närradio) jo vuonna 1979. Närradio oli täysin mainokseton ja toimintaa voivat harjoittaa vain aatteelliset yhdistykset, seurakunnat ylioppilaskunnat sekä lähiradioyhdistykset. Kaupallisia paikallisradiolupia alettiin Ruotsissa myöntää vasta 1990-luvulla. Lähiradiotoiminta jatkui kaupallisten radiokanavien rinnalla. (Ylönen 2002, 6.)

Norjan paikallisradiot saivat kokeiluluvat vuonna 1981, Ruotsin mallin mukaan ilman mainoksia. Vuodesta 1987 lähtien pysyväksi muuttuneessa paikallisradiotoiminnassa alettiin sallia myös mainontaa. Norjan paikallisradiokeskustelua kuvataan kahden erilaisen näkökulman taisteluksi: toisen leirin mielestä paikallisradio on paikallisen demokratian väline, toinen koulukunta halusi hyödyntää paikallisradiotoiminnan taloudelliset mahdollisuudet. (Ylönen 2002, 7.) Kemppainen (2001, 93.) jakaa Norjan lähiradiotoiminnan kolmeen lajiin.

- suuret kaupunkiasemat, jotka usein ovat suurten mediayhtiöiden omistuksessa. Näillä on paljon lähetysaikaa ja keskeinen osa ohjelmistoa koostuu musiikista sekä palvelutiedotuksista.
- enimmäkseen kristityt erityisryhmien asemat
- todellisiksi lähiradioiksi kehittyneet maaseuturadiot, joilla on vahva asema kotikunnassaan. Nämä rahoitetaan usein radiobingolla.

Tanskassa radiomonopoli murtui 1980-luvun alussa. Ensimmäiset paikallisradiokokeilut alkoivat vuonna 1983, voimakkaan idealismin saattelemana. Tanskan paikallisradiokokeilun tarkoituksena oli lisätä median monimuotoisuutta, kehittää alueellista demokraattista toimintaa sekä antaa useammille ihmisille mahdollisuus saada äänensä kuuluviin mediassa. Tanskassakin mainonta oli aluksi kiellettyä. Yksityiset yhtiöt eivät saaneet toimilupia, lukuun ottamatta päivälehtiä. 1988- sallittiin rajoitettu mainonta, kattona 10 prosenttia lähetysajasta. Lopulta 1990 sponsoroidut ohjelmat sallittiin. (Ylönen 2002, 7.)

Suomessa 1980-luvun alussa radio- ja televisiokomitean alkuperäisenä ajatuksena oli jakaa paikallisradiotoiminta kahteen eri lajiin: kaupalliseen ja ei-kaupalliseen. Ei-kaupallinen toiminta oli kuitenkin alusta lähtien vähäisempää, eikä saanut Suomessa jalansijaa. (Kemppainen 2002, 121.)

Vuonna 1985 myönnetyt 33 radiolupaa 21 alueelle olivat kokeilulupia. Ensimmäisenä yksityisenä paikallisradiona aloitti Radio Lakeus Nivalassa 27.4.1985 ja heti perään vapun aattona Radio City Helsingissä. Kaiken kaikkiaan vuonna 1985 aloitti toimintansa 18 paikallisradiota. Vuonna 1987, jolloin valtioneuvosto myönsi toimiville radioille kahden vuoden toimiluvat, Suomessa toimi 26 paikallisradiota. Keväällä 1989 oli markkinoilla jo 40 paikallisradiota, joista 4 oli ei-kaupallista. Kaikki asemat olivat kotimaisessa omistuksessa. Kesällä 1989 hallitus pidensi toimilupakauden viiteen vuoteen ja antoi toimiluvan 58 kaupalliselle ja kahdeksalle ei-kaupalliselle radiokanavalle. (Kempainen 2001, 121.)

2.2 Suomen paikallisradioiden alkutaival

Suomessa paikallisradiohanke ajoittui yhteiskunnallisen kehityksen kannalta oikeaan aikaan. Tiedotusvälineet alkoivat suhtautua huomattavasti vapaamielisemmin poliittisiin päättäjiin, sekä politiikkaan yleisemminkin. Myös viestintäpoliittinen ilmapiiri muuttui vähitellen sallivampaan suuntaan. (Ylönen 2002, 13.) Paikallisradioliiton silloinen toimitusjohtaja Jarmo Viljakainen kuvaa 1980-luvun puolenvälin sähköisen viestinnän murrosta korostamalla kuinka hankkeet yksityisen paikallisradiotoiminnan käynnistämiseksi saivat yhä laajemmat yhteiskuntapiirit tuekseen. Tällöin syntyi yhteinen tahto käynnistää toiminta myös poliittisella tasolla. Ilman järjestäytyntä liikettä hanke olisi kuitenkin jäänyt hajanaiseksi ja vuonna 1983 perustettiin Suomen Paikallisradioliitto. Paikalla oli 56 virallista radioyhtiöiden edustajaa. (Viljakainen 1985.)

Yleisradion kannalta radiomonopolin murentuminen oli hankalaa. Yhtiö oli parhaillaan rakentamassa omaa alueellisten paikallisradioiden verkkoaan. Tuolloisen Yleisradion pääjohtajan Sakari Kiurun mukaan lähiviestinnän tarve oli vain muodollinen perustelu paikallisradiotoiminnan yksityistämiseksi. Olihan Yleisradio lähettänyt paikallista ohjelmaa pääkaupunkiseudulla jo vuodesta 1975. (Ylönen 2002, 13.)

Tampereen-yliopiston Olli Ylösen (2002) tekemän haastattelututkimuksen mukaan, monella aloittavalla paikallisradiokanavalla oli vuonna 1985 suunnittelu vielä meneillään ja vaikka joillakin toiminta oli käynnistymässä, kokemukset todellisesta radiotoiminnasta olivat saamatta. Haastateltavien lähtökohdat olivat erittäin hankalat.

Piti yrittää kuvata jotakin sellaista, mitä ei aiemmin ollut olemassa ja jonka hallinnasta ei ollut mitään kokemusta. Paikallista yksityistä kaupallista radioasemaa ei Suomessa ollut ainakaan viiteenkymmeneen vuoteen. Pohjoismaista ei ollut apua, sillä niissä käynnistetyissä paikallisradioissa ja lähiradioissa ei mainontaa tuolloin ollut sallittua. Kaupallisesta radiotoiminnasta oli lähinnä esimerkkejä merirosvotoiminnaksi leimattuna. (Ylönen 2002, 22.)

Ylönen (2002) haastattelututkimuksesta käy ilmi, että radiosta haluttiin tehdä paikkakunnan oma väline. Tällä ilmaisulla oli usein tarkoitus häivyttää mainosmyyntiä haittaavaa omistajataustaa, mutta monesti olemassa oli myös aito huoli paikkakunnan jakautuneisuudesta joko poliittisesti, maantieteellisesti tai ikäryhmittäin.

Ylönen (2002) haastattelututkimuksesta on eroteltavissa paikallisradiotoiminnan viestintäpoliittisia ja sananvapaudellisia linjavetoja. Ylönen jaottelee näkökulmat viestintäpoliittisiin, yhteisöllisiin ja sananvapaudellisiin. Viestintäpoliittinen näkökulma 1980-luvulla ajoi yksinkertaisesti valtamedioiden (Yleisradion sekä valtalehkien) monopoliasemien murtamista. Yhteisöllinen näkökulma korosti tiedonvälityksen parantamista sekä yhteisön rakentamista. Sananvapausaspekti keskittyi ennen kaikkea yhteisöjen mahdollisuuksiin laajentaa sananvapautta ja tuoda sille vaihtoehdon.

Alle puolet paikallisradiotoimiluvan saaneista oli lehtialan ulkopuolelta. Jo tällöin osa radio- ja televisiokomitean ajatus lähiyleisradiokokeilun idealismista jäi toteutumatta. Komitean mukaan tulisi pyrkiä etsimään ensisijassa sellaisia radiotoiminnan harjoittajia, jotka yhteisönä olisivat laajapohjaisia, sekä sellaisia radiotoiminnan harjoittajia, joilla ei aikaisemmin ole ollut mahdollisuutta joukkotiedotuksen harjoittamiseen. (Ylönen 2002, 18.)

Paikallisradioiden toiminnan käynnistyttyä sulkeutui monia teoreettisia toimintamahdollisuuksia. Jo ministeriön myöntämät luvat käytännössä sulki pois muiden Pohjoismaiden silloisen toimintamallin: paikalliset radiot kokonaan ilman mainoksia. Käytäntö osoitti myös, miten hankalaa oli yhdistää liiketoimintaa ja aatteellisuutta; tämä tuli näkyviin myös, kun ulkopuolisille yhteisöille myytiin ohjelma-aikaa. Radioiden käynnistäjät olivat useilla paikkakunnilla halunneet korostaa radion puolueettomuutta ja tarjota sitä paikkakunnan koko yleisölle ja jopa yhdistämään kunnan eri osia. Paikkakunnilla, joissa voimakas maakuntalehti oli jäänyt ilman radiolupaa, oli herkästi kuitenkin noussut esiin vastakkaisuuksia "uuden" ja "vanhan" välineen välille. Radiot alkoivat jo 1980-luvun lopulla erottua toisistaan ja paikallisradio kuulosti eri paikkakunnilla erilaiselta. Erottuminen oli kuitenkin usein musiikin avulla aikaan saatua pikemmin kuin varsinaisella paikallisella ohjelmistolla. (Ylönen 2002, 35.)

Ensimmäisten paikallisradiotoimilupien mukaan yhtiöiden tuli antaa omasta lähetystoiminnasta yli jäävää lähetyaikaa kunnille, seurakunnille, sekä harrastus- ja muille järjestöille kohtuullista korvausta vastaan. Tätä toimilupaehtoa toteutettiin monin eri tavoin. Liikenneministeriön väliraportti vuodelta 1986 sekä Paikallisradiotutkimus vuodelta 1987, osoittavat että edellä mainittujen tahojen ohjelma-aika jäi noin kahteen prosenttiin. (LVM 1/1987)

Kun paikallisradiotoimintaa tutkittiin puolentoista toimintavuoden jälkeen, seurantatutkimus osoitti, että ohjelmat eivät ainakaan toistaiseksi olleet tuoneet viestintäkenttään sisällöllisesti olennaista muutosta, eivätkä ne täyttäneet odotuksia kulttuurin ja demokratian kehittämisestä. Myös radiomainonnan osuus mainonnan kokonaisvolyymistä oli jäänyt alle eurooppalaisen keskitason. (Kempainen 2001, 124.)

Paikallisradiotutkimus vuodelta 1989 suositti jälleen, että ei-kaupallista paikallis- ja lähiradiotoimintaa tulisi edistää, kun kaupallisesta paikallisradiosta ei ollut sananvapauden laajentajaksi. Jo ensimmäinen paikallisradiotutkimus osoitti, että toiminnan painopiste oli entistä selvemmin vihteessä ja että kansalaisten avointa keskustelua oli edistetty lähinnä kevyiden kontaktien tasolla. Markkinat olivat kypsyneet kilpailutilanteeseen, jolloin teknologia- ja sisältökeskeisyys muuttui markkinakeskeisyydeksi. (Kempainen 2001, 124.)

2.3 Rakennemuutoksen seuraava vaihe

vuonna 1994 kaksi erikoisradiota (Classic FM ja Kiss FM) saivat toimiluvat usealle paikkakunnalle. Samalla myös paikallisradioille sallittiin aiempaa laajempi ohjelmallinen ketjuuntuminen ja yhteislähetyskieltoa lievennettiin. Myös jako kaupallisiin ja ei-kaupallisiin radiotoimilupiin poistettiin. Ensimmäiset osavaltakunnalliset radioketjut aloittivat toimintansa, ensimmäiset formaattiasemat syntyivät Suomeen ja asemat alkoivat suunnata ohjelmansa entistä tarkemmin rajatulle kohdeyleisölle. Usean erikoisradion toimiluvat siirtyivät ulkomaalaisomistukseen. (Kemppainen 2001, 124.)

Vuonna 1997 aloitti toimintana valtakunnallinen kaupallinen radiokanava Radio Nova, jonka toimilupayhtiön omisti Alma Media sekä kolme pääpuolueiden lähellä olevaa viestintäyhtiötä. Erikoisradioiden määrä lisääntyi seitsemään vuoden 1999 toimilupakierroksella. Ranskalaisomisteinen NRJ ketjuuntui paikallisradiotoimilupien kautta kahdeksalle paikkakunnalle ja Kiss FM laajensi kymmenelle paikkakunnalle. Kaupallinen paikallisradiokenttä on muuttunut paljon vuoden 1994 jälkeen. Paikallisradiotoiminta on väistynyt radioketjujen ja valtakunnallisen Novan tieltä. Erikoisen kehityspiirre on ohjelmaformaattien ketjuttaminen hankkimalla vähemmistöosuuksia paikallisradioista, esimerkkinä SBS-Finlandin Iskelmä-ketju. (Kemppainen 2001, 125–126.)

Vuoden 1999 toimilupapäätökset perustuivat vuoden alussa voimaan tulleeseen televisio- ja radiolakiin. Toimilupiin ei sisällytetty erityisiä radioasemien yhteislähetystyksiä koskevia rajoituksia, koska katsottiin, että lakiin sisältyvä radiotoiminnan harjoittajan määritelmä riittää takaamaan radiotoiminnan harjoittajien itsenäisen toiminnan. Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 2 §:n 1 momentin 4. kohdan mukaan laissa radiotoiminnan harjoittajalla, eli toimiluvan haltijalla tarkoitetaan sitä, jolla on vastuu radio-ohjelmistojen suunnittelusta ja joka lähettää ääniradio-ohjelmistoja tai lähetyttää niitä kolmansien osapuolten välityksellä. (LVM 73/2004.)

3 LAKI JA SIDOSRYHMIEN NÄKEMYKSIÄ

Nykyisissä niin sanotuissa paikallisradiotoimiluvissa edellytetään, että lähetettävän ohjelmiston tulee sisältää tietoja kuuluvalualueen paikallisista asioista sekä edistää paikallista kulttuuria ja kansalaisten avointa keskustelua. Nykyisiin toimilupiin ei ole sisällytetty erityisiä aikarajoituksia esimerkiksi paikallisesti toimitetun ohjelmiston suhteen, eikä ohjelmien tuotantotapaa koskevia vaatimuksia. Radioiden yhteislähetystyksiä koskevien määräysten puuttuminen ja paikallista ohjelmatoimintaa koskevien määräysten epätasaisuus ovat käytännössä olleet osaltaan johtamassa siihen, että paikallinen radiotoiminta on ketjuuntunut ja paikallisen ohjelmatuotannon osuus on useiden paikallisradion osalta supistunut lähes olemattomiin. (LVM 73/2004.)

Useimmat erikoisradiot ovat niin sanottuja formaattiradioita, joiden kohdeyleisö on varsin kapea. Formaattiradioiden taloudellinen edellytys on kuuluminen useammalla talousalueella. Toisaalta kritiikkiä on esitetty sen suhteen, että erikoisuuden määrittely on joidenkin kanavien osalta siinä määrin epämääräinen, ettei se käytännössä ohjaa radion ohjelmiston muotoutumista millään tavoin. Liikenne- ja Viestintäministeriön tutkimuksen mukaan toimilupapolitiikassa erikoisradioiden kuuluvuustarpeet on erittäin yksittäisiä paikkakuntia lukuun ottamatta voitu huomioida varsin hyvin. (LVM73/2004.)

3.1 Toimilupajärjestelmä

Kuten Liikenne- ja Viestintäministeriön tekemä selvitys osoittaa, niin nykyinen toimilupajärjestelmä ei täysin vastaa markkinoilla esiintyvää tilannetta. Se ei myöskään pidä tavoitteistaan huolimatta kahta pelikenttää täysin erillään (kansainvälis-valtakunnallinen ja alueellis-paikallinen), mistä seuraa markkinahäiriöitä. Esimerkiksi muutamat toimijat kykenevät toimilupajärjestelmän tavoitteista huolimatta toimimaan samanaikaisesti kummallakin pelikentällä ja hyödyntämään kansainvälis-kansallisella kentällä saamaansa mittakaavaetua alueellis-paikallisella kentällä siten, että ainoastaan tällä kentällä toimivat eivät kykene siihen vastaamaan. Mikäli esiintyvät markkinahäiriöt kyetään estämään, Suomen pienilläkin radiomarkkinoilla on toimintaedellytyksiä sekä valtakunnallisesti että alueellis-paikallisesti toimiville kaupallisille radioille. (LVM 74/2004.)

Paikallisradioiden kehittymisen ja säilymisen keskeiseksi esteeksi on muodostunut epäterve kilpailutilanne mainosmarkkinoilla. Jos paikkakunnalla kuuluu useampi paikallisradio, usein ketjuradion osana toimiva paikallisradio joka on supistanut aidon paikallisen tarjontansa lähes olemattomiin, voi tarjota mainosaikaa huomattavasti halvemmalla hinnalla kuin pelkästään paikallisilla markkinoilla toimiva paikallisradio. Puhtaasti paikallista ohjelmaa tuottava radio ei tällöin voi markkinatalouden lakien mukaan saada toimintaansa likimainkaan kannattavaksi. (LVM 73/2004.)

Liikenne- ja Viestintäministeriön työryhmän näkemyksen mukaan toimilupajärjestelmän tulee turvata tasapuoliset kilpailuolosuhteet eri toimijoiden välillä. (LVM 73/2004) Koska tutkimukset selvästi osoittavat, että Suomessa on radiomainonnassa selvästi kahdet markkinat, tulisi tämä huomioida myös toimilupapolitiikassa. Liikenne- ja Viestintäministeriön työryhmä esittää, että erikoisradioiden lähetysten kuuluvuutta tulisi toimilupamääräyksillä rajata siten, että ne kuuluisivat samanaikaisesti ja samansisältöisinä kaikista lähettimistä ja että toimilupaehdot rajaisivat paikallisten toimijoiden toiminnan nykyistä selvemmin paikalliseksi. Toimilupamääräys koskisi myös puolivaltakunnallisten erikoisradioiden mainontaa, jota nykyään käytetään lain hengen vastaisesti paikallisen ohjelmatuotannon materiaalina. (LVM 73/2004.)

3.2 Sidosryhmien näkemyksiä

Liikenne- ja Viestintäministeriön raportti sidosryhmien näkemyksistä (LVM 22/ 2008.) osoittaa Televisio- ja radiotoimilupajärjestelmän valvonnan olevan riittämätöntä. Raportti osoittaa, myös että nykyinen toimilupajärjestelmä suosii liiaksi nykyisiä ”isoja pelureita” ja ennustettavien sisältöjen tuottamista ja näin ehkäisee viestinnän sisältöjen monipuolisuutta ja innovatiivisuutta. Raportin kyselyyn vastanneista sidosryhmien edustajista alle puolet (44 %) koki nykyisen toimilupajärjestelmän toimivan pääpiirteittäin hyvin. Lähes kolmannes radiotoiminnan toimiluvan haltijoista kokee, että nykyinen toimilupajärjestelmä ei millään lailla edistä alan luonnollista kehitystä.

Raportti tuo esille myös muita negatiivisia seikkoja toimilupajärjestelmän vaikutuksista. Sidosryhmien mukaan nykyinen järjestelmä estää kaupallisen radiotoimialan kasvua ja kannattavuutta, syynä tähän on toimijoiden eriarvoiset menestymisen edellytykset. Myös lain tulkinta ja jälkikäteinen lupaehtojen muuttaminen ja tulkitseminen estävät pitkäjänteistä toimintaa. Raportissa huomioitiin myös, että yhteisö- ja kansalaisradiotoimintaa ei ole viestintäpolitiikassa mitenkään tuettu.

Radiotoimiluvista suurin osa on päätyntä suurille, jopa kansainvälisille mediataloille ja ketjuille. Aitoja paikallisradioita on siis vain vähä. Toimiluvan siirrossa on oltu varsin sallivia niin, että radion toiminnan alkuperäinen luonne on muuttunut usein toimiluvan siirron kautta. Sidosryhmät peräänkuuluttivat nopeaa reagointia selkeisiin rikkomuksiin, tasapuolisuutta valvontaan sekä nykyistä laajempaa sanktiovalikoimaa. Ennen kaikkea vuoden 2008 tutkimus osoittaa sekä kysely- että haastatteluaineistosta nousevan esille näkemyksiä, joiden mukaan voittoa tavoittelemattomien radiotoimijoiden toiminta tulisi turvata toimilupajärjestelmän avulla. (LVM 22/2008.)

Voimassa olevan radiotoimintalain 13. pykälän mukaan radiotoimintaa varten myönnettyä toimilupaa ei saa siirtää toiselle. Valtioneuvosto voi sanktiona peruuttaa toimiluvan, jos tosiasiallinen määräysvalta on toimiluvan haltijaan nähden muuttunut. Toimiluvan siirtoja koskevia menettelyjä kuitenkin muutettiin 2003, jolloin määräysvallan muuttuminen ei enää automaattisesti johtanut toimiluvan menettämiseen. Toimivallan siirtoja on radiotoimintalain muutoksen jälkeen kuitenkin tapahtunut ja onkin syytä olettaa, että toimivallan siirrossa on ollut kyse laittomasta radiotaajuuksien kauppaan rinnastettavasta toiminnasta. (LVM 73/2004.)

Luvanvaraisten radioiden sisältötutkimus (Ala-Fossi 2007.) osoittaa, että paikallisuus on tulkinnanvarainen käsite. Aiemmissa paikallisen radiotoiminnan lupaehdoissa peräti kahteen kertaan mainittu sana ”paikallinen” on nykyään korvattu sanalla ”kuuluvuusalue”. Sisältötutkimus (Ala-Fossi 2007) ei puutu tarkemmin radiotoiminnan erilaisiin paikallisuuden ulottuvuuksiin, sillä Liikenne- ja Viestintäministeriöllä ei ole tarjolla ohjelmien paikallisuutta koskevien lupaehtojen soveltamisohjeita tai tarkempaa tulkintaa.

Lupaehtojen näkökulmasta on hankala tarkastella maantieteellistä paikallisuutta, sillä paikallisuus määrittyy uuden tulkinnan myötä erikseen kunkin toimiluvan lähetystaajuuksien teknisen kuuluvuusalueen mukaan. Lupaehdoissa edellytetään lähinnä kahdentyyppistä paikalliseksi luokiteltavaa ohjelmasisältöä: Koko ohjelmiston täytyy olla kuuluvuusalueen väestölle suunnattua. Lisäksi toimilupaehdoissa mainitaan kuuluvuusalueen asioita käsittelevät aihesisällöt tai kuuluvuusalueen erityisryhmiä palveleva toimituksellinen aineisto. (Ala-Fossi 2007.)

4 PAIKALLISRADION NYKYTILA JA TULEVAISUUS SUOMESSA

Toimilupaehdoissa määritelty paikallisuus on tulkinnanvarainen käsite. Radioalan tutkimuksia ei Suomessa ole liiemmin tehty, joten useat alan käsitteet ovat edelleen vakiintumattomia. Myös radio on käsitteenä monimerkityksinen. Teknisesti se tarkoittaa vapaasti säteilevien sähkömagneettisten radioaaltojen käyttämistä viestintään. Näin määriteltynä myös esimerkiksi televisio tai kännykkä on radio. (Vanhatalo 2004.) Työssäni käytän radiota tarkoittamaan ääniradiota.

Muun muassa Pentti Kemppaisen tekemä muistio Liikenne- ja Viestintäministeriölle vuodelta 2007 (LVM 68/2007.) avaa radion käsitettä 2000-luvulla.

Paikallisradiot ovat perusoletuksena analogisia FM-radioita. On selvää, että radio pysyy Suomessa analogisena vielä pitkään. Syitä tähän on esimerkiksi analogisen lähetysjärjestelmän laaja infrastruktuuri sekä radion vankka asema mediakentällä. Kemppainen kuitenkin muistuttaa, että radio ei tule jäämään ainoaksi analogiseksi saarekkeeksi, kun muut mediat ympärillä digitalisoituvat. Analogista radiota eivät kuitenkaan haasta digitaaliradiotekniikat, vaan uudet radionomaiset mobiililaitteet, joiden tarjoamat sisällöt ja sovellukset tulevat haastamaan perinteisen radion. (LVM 68/2007.)

4.1 Radion kuuntelu Suomessa

Suomalaiset viettävät radion parissa enemmän aikaa kuin minkään muun median. Keskimääräinen kuuntelu-aika on jo useamman vuoden ajan ollut noin kolme ja puoli tuntia päivässä. (Finnpanel, Kansallinen Radiotutkimus.) Tilastokeskuksen mukaan Suomessa on yli kymmenen miljoonaa radiovastaanotinta ja määrä kasvaa jatkuvasti kun lähes jokaisessa matkapuhelimessa on nykyään myös FM-vastaanotin. (Kemppainen (2007).

Vaikka suomalaisten radionkuuntelutottumukset ovat pysyneet lähes muuttumattomana viimeiset 17 vuotta, tarkempi tutkimusten tarkastelu osoittaa, että radion kuuntelussa on tapahtunut ja tapahtuu merkittäviä muutoksia (Mäntylä 2009.) Esimerkiksi nuorten ja iäkkäämpien kuuntelutottumukset ovat toisistaan hyvinkin poikkeavia. Suomessa yli 55-vuotiaat kuuntelevat yli kaksi kertaa enemmän radiota kuin alle 25-vuotiaat. Muualla Euroopassa radionkuuntelu painottuu huomattavasti enemmän nuorempiin ikäryhmiin. Kun Suomessa yli 65-vuotiaat kuuntelivat viime vuonna radiota päivittäin neljä tuntia kuusitoista minuuttia, niin alle 15-vuotiaiden päivittäinen radionkuunteluaika oli vain tunti ja kolmetoista minuuttia. Kaupallisen radiotoiminnan aloittaminen Suomessa vuonna 1985 toi nuoria kuuntelijoita takaisin radion ääreen ja myös Yleisradion ohjelmien kuuntelu lisääntyi. Nyt kun nämä kuuntelijat ovat varttuneet aikuisiksi, kaupallinen radio on keski-ikäistynyt heidän mukanaan. Uusi sukupolvi ei ole kasvanut radion parissa samalla tavalla kuin vanhempansa. Varsinkin verkossa välittyvä rajaton audiopalvelujen kirjo kilpailee nuorten kuuntelijoiden ajankäytöstä perinteisen ääniradion kanssa. (LVM 68/2007.)

Kaupallisten radioiden alkumenestys ja Radio Suomen suuret kuuntelijaluvut osoittavat, että paikallisuus kiinnostaa suurta yleisöä. (LVM 68/2007.)

4.2 Radion digitalisoituminen

Radiotoiminta on muuttunut manufaktuurista prosessiteollisuudeksi. Digitaaliset studiojärjestelmät mahdollistavat yhä laajemman ohjelmistomäärän yhä pienemmällä ihmistyövoimalla. (LVM 68/2007.) Tästä seuraa kuitenkin se, että soittolistaperusteisen formaattiradion sisältö homogenisoituu ja tiukka segmentointi vähentää sisällöllistä arvoa entisestään. Ohjelmasisältö on muuttunut kaupallisella radiokentällä täysin kuuntelijalähtöiseksi. Lähetysjärjestelmien digitalisoituminen, varsinkin avoimen lähdekoodin vuoksi, alentaa sisällöntuotannon kustannuksia entuudestaan. Täten resursseja olisi siirrettävissä esimerkiksi henkilöstökuluihin. Suuret ketjuradiot eivät näin kuitenkaan ole toimineet.

Radion on odotettu digitalisoituvan, kuten muidenkin medioiden. Näin ei ole kuitenkaan käynyt ja 1980-luvulta lähtien kehitelty digitaalinen lähetysverkko tuli tiensä päähän vuonna 2005 (YLE.) Vaikka kokeiluverkko oli käytössä jo vuodesta 1997, niin DAB:in (Digital Audio Broadcasting) suosio jäi vähäiseksi. Myös Nokian ja SBS-Finlandin toimesta aloitettu Visual Radio -kokeilu on todettu toimimattomaksi formaatiksi. Analogisen FM-radion vahvuutena digitaaliseen radioon verrattuna on vastaanottimien suuri määrä ja lähetysverkon laaja infrastruktuuri. (LVM 68/2007.)

Analogisen ääniradion tuotantoketju on ollut täysin digitaalinen jo jonkin aikaa, mikä on mahdollistanut uudenlaiset tuotantotavat, uuden tuotantokulttuurin ja tämän seurauksena muuttanut ohjelmasisältöjä. Vain tuotantoketjun viimeinen väli lähetinantennista kuuntelijan radiovastaanottimeen on säilynyt analogisena, koska maa on täynnä analogisia radiovastaanottimia.

Sisältötuotannon digitaalisuus on mahdollistanut viestinten välisen sisältöjen yhdentymiskehityksen, konvergenssin. Viestinnässä sanalla konvergenssi tarkoitetaan eri joukkotiedotusvälineiden ja niiden sisältöjen yhdentymistä niin, että esimerkiksi samaa ääntä, tekstiä, kuvaa ja liikkuvaa kuvaa sisältävää aineistoa voidaan jakaa eri muodoissa eri medioissa ja eri alustoilla. (LVM 68/2007.)

Nykyisin korostetaan käyttäjä- tai kuluttajalähtöisyyttä. Tässä mielessä Internetin audiotarjonta suo analogista lähetysvirtaradiota huomattavasti laajemmat mahdollisuudet. Perinteinen tekijälähtöinen ääniradiolähetys on toimituksellisesti tuotettua ohjelmaa, jota kuuntelijat hakeutuvat seuraamaan silloin kun se radioaalloilla lähetetään. Internetin kautta ääniradiota voi kuunnella periaatteessa kolmella tavalla:

1. Streaming simulcast. Ohjelma kuuluu Internetissä samanaikaisesti kun päälähetys tulee analogisella taajuudella. Streaming-radioita ovat tietysti myös ainoastaan Internetissä kuuluvat radiot.
2. Streaming on demand. Kuuntelija poimii ohjelman kuultavakseen radiokanavan palvelimelta itse valittuna ajankohtana ja myös kuuntelee sen lähettäjän palvelimelta.

3. Downloading. Kuuntelija lataa äänitiedoston omalle koneelleen myöhempää kuuntelua varten ja mahdollisesti siirtää sen MP3-soittimeen. Ennakkotilausjärjestelmä RSS-protokollan mukaan (podcasting) helpottaa henkilökohtaisen kuunteluprofiilin luomista. (LVM 68/2007.)

4.3 Tekijänoikeuskysymykset

Tekijänoikeuskysymykset ovat hidastaneet ei-kaupallisten radioiden, sekä internetin mahdollisuuksia kilpailla radiokentällä. Simulcastin tultua musiikin liikevaihtosidonnaisen korvauksen piiriin suomalaiset kaupalliset radiot pääsivät kesällä 2007 aloittamaan internetissä samanaikaisesti päälähetyksen kanssa tapahtuvat radiolähetykset. Syksyllä 2007 yli puolet kaupallisista radioista lähetti ohjelmaansa simulcastina Internetissä. Loput asemista vielä arastelivat osittain keskeneräisten musiikin tekijänoikeusneuvottelujen vuoksi. (LVM 68/2007.)

Vasta syksyllä 2009 Gramex ja kaupalliset radiot saivat sovittua useita vuosia kestäneen kiistansa kaupallisten radioiden korvaustariffeista. Osapuolet keskeyttivät oikeusprosessinsa hovioikeudessa ja tyytyvät vuonna 2007 saatuun käräjäoikeuden tuomioon. Kyse oli niin sanotusta pilotti-oikeudenkäynnistä, jossa päätetyn tariffin olisi tullut olla sovellettavissa kaikkiin kaupallisiin radioihin, vaikka oikeudessa olivat vain Nova ja Gramex. Gramex allekirjoitti sovintosopimuksen Radio Novan kanssa ja puitesopimuksen Suomen Radioiden Liiton kanssa. Sopimuksen mukaisesti Suomen Radioiden Liitto suosittaa kaikille jäsenradioille uuden korvaustariffin käyttöönottoa ja sen mukaisten tariffisopimusten solmimista. Esimerkiksi lyhytaikaisella toimiluvalla toimiva radio maksaa Gramexille musiikin käytöstä seuraavalla kaavalla:

Radiolähetyksen ja sen jakaminen Internetissä siten, että kaistatila maksimissaan 199 yhtäaikaista kuuntelijaa.

52,92 € / päivä (14 vrk:een saakka)

32,94 € / päivä (14 vrk:n ylimenevät päivät)

(Gramex)

4.4 Paikallisuuden väärinkäyttö – esimerkkinä Iskelmä-ketju

Virallisten asiakirjojen mukaan Suomessa ei ole olemassa Iskelmä-nimistä valtakunnallista, tai edes osavaltakunnallista radiokanavaa. SBS-Finlandin Iskelmä-radio kertoo kuitenkin olevansa ”valtakunnallinen radiokanava, joka tavoittaa yli miljoona suomalaista viikossa”. (Ala-Fossi 2008.) Kaikki Iskelmä-ketjun omikseen ilmoittamat 16 ULA-taajuutta on Valtioneuvoston päätöksellä myönnetty erillisten paikallisradioiden käyttöön. Kun kahdeksan ketjun ulkopuolista paikallista radioasemaa jätti viestintäministeri Suvi Lindénille vetoamuksen, jossa ne paheksuivat Iskelmä-ketjun tapaa toimia kuin valtakunnallinen kanava, SBS Finlandin toimitusjohtaja Leena Ryyänen kiirehti vakuuttamaan, että kaikkien Iskelmä-ketjun asemien ohjelma on paikallista, eikä toimilupaehdoja rikota. Ala-Fossin tutkimus vuodelta 2007 kuitenkin osoittaa, että Iskelmä-ketjun asemien lähettämä ohjelmasisältö on keskenään valtaosin (89–98%) yhtenevää. (Ala-Fossi 2007.)

SBS-Finland onkin viime vuodet käyttänyt radiotoimilupajärjestelmän tulkinnanvaraisuutta hyödykseen ja luonut Iskelmä-ketjulle puolivaltakunnallisen toimintamallin paikallisradioiden kustannuksella. SBS-Finland on toiminnassaan omaksut niin sanotun matalakustannuksisen tuotantoprosessin, joka aiheuttaa radiokentällä vakavia markkinahäiriöitä. (LVM 74/2004.)

Vaikka lakia tulkintaan monin eri tavoin, on sen henki selvä:

Voimassa olevan lain 2 §:ssä määritellään televisio- tai radiotoiminnan harjoittajaksi se, jolla on vastuu ohjelmistojen suunnittelusta ja joka lähettää tai lähetyttää niitä. -- Voimassa olevan 1 momentin mukaan televisio- tai radiotoimintaa varten myönnettyä toimilupaa ei saa siirtää toiselle. Ehdotetussa sääntelyssä tämä kielto säilytettäisiin. Kieltoa kehoitetaan tarkennettavaksi siten, että toimilupa raukeaa, jos toimiluvanhaltija kiellosta huolimatta siirtää sen. Toimilupa ei voi näin edelleenkaan olla kaupan, lahjoituksen tai muun vastaavan oikeustoimen kohteena. Toimiluvan siirtokiellolla halutaan estää tilanteet, joissa valtioneuvoston korvauksetta myöntämiä toimilupia käytettäisiin kauppatavarana. (Finlex 2005.)

Jo pelkästään nämä laissa esitetyt toimilupaehdot riittäisivät tutkinnan käynnistämiseen Iskelmä-ketjun toiminnasta.

4.5 Ääniradion tulevaisuus

Radion tulevaisuutta tarkastellessa keskeisenä asiana on teknologinen kehitys. Internetin suomat mahdollisuudet muuttavat perinteisen radiokuuntelun muotoa. Kilpailu varsinkin nuorten kuuntelijoiden ajankäytöstä kiristyy entisestään. Täytyy kuitenkin pitää mielessä, että moni nuorista hyväksyy valmiiksi formatoidut radiokanavat sen sijaan, että he rakentaisivat itselleen sopivia sisältökokonaisuuksia. Mitä vanhempiin kuuntelijaryhmiin mennään, sitä tiukemmassa on perinteinen radiokäsitys. Vanhempi kuulijakunta tulee tulevaisuudessa edelleen kuunteleman radiota sen perinteisessä muodossa. (LVM 68/2007.)

Koska paikallisradiokenttä on Suomessa verrattain nuori ja tutkimatonta alue, on sen tulevaisuudesta esitettävissä useita hypoteeseja. Asiantuntijat ja sidosryhmät eivät ole päässeet yksimielisyyteen radion tulevaisuuden suunnasta. Yhtenä kiistan aiheena on radio käsitteenä. Tarkoitetaanko sillä sisältöä vai laitetta? Sisällön muoto tekijä- vai kuulijälähtöisenä. Tehdäänkö radioon sisältöä ideologian, vaikutusmahdollisuuksien tai demokraattisen osallistumisen vuoksi, vai onko kyse vain tietyn kuulijasegmentin tavoittamisesta mainostajia varten? Radion analogisuus verrattuna sen digitalisoitumiseen, ja ennen kaikkea asiantuntijat haluaisivat ennustaa uuden kuuntelijasukupolven käsityksen radiosta mediana.

Radiotoiminnan harjoittajat Suomessa jakautuu karkeasti kahteen eri koulukuntaan. Ensimmäisen mukaan radio on ensi sijassa tiedotusväline, vartenotettava osa journalistista mediakenttää. Tätä linjausta edustavat jotkut paikallisradiot sekä tietysti julkisen palvelun Yleisradio. Toisen koulukunnan mukaan radio on tiukasti musiikkiteollisuuteen kytköksissä oleva viihdeväline. Varsinkin kaupalliset, ulkomaalaisomistuksessa olevat formaattiradiot ovat painottuneet tähän markkinataloudelliseen katsantokantaan. (LVM 68/2007.)

Lauri Saarikosken pro gradu -tutkielma vuodelta 2007 tutkii verkkoradiota osana mediakenttää. Tutkimuksen lähtökohtana on ollut näkemys siitä, että verkkoradio on mediana perinteisen ääniradion sukulainen, jonka olemukseen tietokone ja tietoverkot kuitenkin vaikuttavat ratkaisevalla tavalla. Myös Saarikoski törmää tutkimuksessaan samoihin tulevaisuuden radion muotoja koskeviin kysymyksiin, mihin tutkijat ovat etsineet vastauksia jo vuosituhatien alusta lähtien. Saarikoski pohtii esimerkiksi sitä, että onko kyseessä radio-ohjelma, jos sitä kuunnellaan mistä tahansa lähteestä, olipa kyseessä esimerkiksi televisiosta kuunneltu tai tietokoneen muistiin tallennettu radiolähetys? Tulisiko erottaa nykyhetkessä lähetävä radio-ohjelma arkistoista, vai onko yleisöllä jonkinlaiset yleiset radiokuuntelun tarpeet, joihin vastaavat viestimet ovat kaikki radioita? (Saarikoski 2007, 69–70.)

Pentti Kemppaisen (2007.) Liikenne- ja Viestintäministeriölle tekemän selvityksen mukaan Internet ja uudet audiosovellukset muodostaisivat uhan perinteiselle analogiselle ääniradiolle. Kemppaisen tulkinta internetin osuudesta radion kehitykseen on kuitenkin puhtaasti hypoteettinen ja hän tulkitsee sen vasta-alkavaksi. Saarikosken (2007.) pro gradu luo ajantasaisen kuvan perinteisen ääniradion ja digitaalisen viestintäverkon symbioosista. Hänen mukaansa verkkoradiota voidaan ajatella tietokoneen ja radion synteesisinä: perinteisen radion kaltaisen käytön ohella verkkoradion käyttöön on kerrostunut sellaisia toimintamalleja sekä käyttötapoja, jotka ovat peräisin tietokoneen ja internetin käyttötottumuksista.

Saarikoski (2007.) tutki verkkoradiota ennen kaikkea musiikkiviestimenä, mutta tutkimustulokset ovat rinnastettavissa perinteisen ääniradion ja digitaalisen verkkoradion suhteeseen yleensä. Verkkoradion kuuntelu- ja toimintaympäristö on pitkälti lähtöisin tietokoneiden ja internetin maailmasta: kuuntelu tapahtuu tietokoneen ja verkkoyhteyden kautta ja siihen vaaditaan erityyppisiä tietokoneohjelmia. Vastaavasti verkkoradioiden sisältö sekä kuuntelutavat ja -tarpeet ovat pitkälti perinteisen ääniradion perillisiä. Saarikosken tutkimuksessa haastatellut käyttivät verkkoradioita samoihin tarpeisiin kuin perinteistäkin radiota, mutta he valitsivat verkkokuuntelun esimerkiksi ulkomaisen kanavavalikoiman takia. (Saarikoski 2007, 71.)

5 YHTEISÖRADIO

Käsitteenä yhteisöradio on suomenkielessä vakiintumaton ja tulkinnaltaan monisyinen. Aiempaa tutkimustietoa yhteisöradiotoiminnasta ei Suomessa ole juurikaan tehty, eikä Pohjoismainen yhteisöradio (Närradio) ole tässä kontekstissa vertailukelpoinen, sillä sen toimintaperiaatteet poikkeavat lainsäädännöllisesti suomalaisista yhteisöradioista. Suomalaiset yhteisöradiot ovat olleet mukana paikallisradiotutkimuksissa, mutta toimintamuodoltaan huomattavasti eroavat yhteisöradiot eivät ole vertailukelpoisia kaupallisten radiokanavien kanssa. Syinä ovat muun muassa rahoituksen eroavaisuudet, kohderyhmä sekä sisällöntuotannolliset seikat. Yleensä yhteisöradio mielletään ei-kaupalliseksi, yhteisöllisesti ylläpidetyksi paikallis- tai lähiradioksi. Yhteisöradioiden kansainvälisen yhteistyöjärjestön AMARC:in määritelmän mukaan yhteisöradiokonsepti ei rajoitu ainoastaan Suomessa totuttuun järjestöjen, yhteisöjen tai muiden ei-kaupallisten toimijoiden tuottamaan ohjelmistoon. (amarc.org)

Yhteisöradion voivat omistaa niin ei-kaupalliset toimijat, kuuntelijat itse, opiskelijat, yliopistot, kunnat, seurakunnat tai ammattiyhdistykset. Rahoitus ei myöskään tee rajoja yhteisöradion ja perinteisen kaupallisoradion välille. Yhteisöradion rahoitus voi tulla kuuntelijoiden lahjoituksista, apurahoista, mainonnasta tai vaikka Norjan mallin mukaan radiobingosta.

Aarhusin Yliopiston journalismin professori Per Jauert määrittelee Maslogia (1997) lainaten yhteisöradion seuraavalla tavalla:

- 1) *Owned and controlled by people in the community*

Yhteisön omistuksessa sekä hallinnassa

- 2) *Usually smaller and low cost*

Yleensä pienempi ja toimii matalemmilla kustannuksilla

- 3) *Provides interactive two-way communication*

Tarjoaa kahdenvälistä interaktiivista kommunikaatiota

- 4) *Non-profit and autonomous, therefore usually non-commercial*

Voittoa tavoittelematon sekä autonominen, siksi usein ei-kaupallinen

5) *Has limited coverage or reach*

Rajoitettu tavoitettavuus

6) *Utilizes appropriate, indigenous materials and resources*

Hyödyntää asianmukaisia ja alkuperäisiä materiaaleja sekä lähteitä

7) *Reflects community needs and interests*

Heijastelee yhteisön omia tarpeita ja kiinnostuksen kohteita

Yhteisöllinen tai puolikaupallinen radio voidaankin Jauertin (2008) mukaan jakaa moneen eri kastiin:

- private radio
- local radio
- community radio [nærradio or] neighbourhood radio
- regional radio

EU:ssa on nykyisin yli 3000 yhteisöradiota. Näitä radioita ylläpitävät kansalaisjärjestöt ja ne toimivat julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden ja yksityisen kaupallisen median rinnalla. Tätä mediaa kutsutaan usein myös kolmanneksi mediasektoriksi. Pohjoismaissa yhteisöradiot ovat vakiinnuttaneet asemansa, varsinkin Tanskassa, missä on noin 75 yhteisöradiokanavaa ja Ruotsissa, jossa on noin 150 radiokanavaa. Suomessa, missä ei erillisiä yhteisöradiolupia tunneta, on vain 6 yhteisöradiota, joista vain kolmesta neljään toimii aktiivisesti. (Pohjoismainen yhteisöradiokonferenssi 2008.)

Europarlamentti suosittelee, että jäsenvaltiot, jotka eivät ole vielä tunnustaneet yhteisömedian laillista asemaa, tunnustaisivat ei-kaupallisen kansalaismedian erilliseksi ryhmäksi kaupallisten ja julkisen palvelun medioiden rinnalle. (Euroopan parlamentin päätöslauselma kansalaismediasta Euroopassa (2008/2011(INI).)

Yhteisöradiotoimijat ovat vaatineet, että suomalaisen yhteiskunnan tulisi tunnustaa lainsäädännöllisesti kolmas mediasektori, ei- kaupallinen sähköinen media, ja luoda järjestelmä julkiselle tuelle, lehdistötuen tapaan. Osa digitaalisista taajuuksista tulisi varata yleishyödyllisille ei-kaupallisille radioille ja televisioille, minkä lisäksi yhteisöradioille tulisi varata analogiset taajuudet FM-alueella. (Pohjoismaisen yhteisöradiokonferenssin julkilausuma 2008)

Aarhusin Yliopiston professori Per Jauertin (2008.) mukaan Pohjoismaisissa yhteisöradioissa on huomattavia eroavaisuuksia. Hän korosti puheenvuorossaan Pohjoismaisessa yhteisöradiokonferenssissa, että eri maiden kesken on suuria eroja jo pelkästään terminologian ja lakien suhteen. Esimerkiksi Suomessa ei yhteisöradiota ole noteerattu millään tavalla.

Journalisti-lehdessä 29.1.2009 julkaistussa jutussa (Alitalo 2009.) viestintäneuvos Ismo Kosonen Liikenne- ja Viestintäministeriöstä ilmaisee selkeästi yleisen poliittisen ilmapiirin yhteisöradioita kohtaan. Kososen mukaan yhteisöradio ja sen kehittäminen ei ole ollut mediapolitiikan keskiössä. Ministeriöllä on pöydällään paljon kiireellisempiä ja monimutkaisempia asioita. Ei-kaupallisten toimijoiden tarve mediakentällä tiedostetaan ministeriössä, mutta ongelma Kososen mukaan on se, että uudella sukupolvella halukkuutta ei tunnu olevan.

Samassa jutussa haastateltu Radio Robin Hoodin projektisuunnittelija Maarit Nermes ei allekirjoita ministeriön näkemystä. Radioalan sidosryhmien yleinen mielipide on, että Liikenne- ja Viestintäministeriö pitää radiota Suomessa bisneksenä tai tekniikkana. Lehdistön vahva asema näkyy Suomessa erilaisten kulttuuri- ja mielipidelehtien avustuksissa, mutta yhteisöllisen radiotoiminnan on kannatettava itse itsensä. (Alitalo 2009.)

2000- luvun yhteisöradiotoiminnan ideologia on lähes täysin verrattavissa 1980-luvun radiotoimintaan. Silloin vaadittiin kansalaisten aktiivisuuden herättämistä, omaehtoisen harrastustoiminnan tukemista sekä pyrittiin edesauttamaan kiinnostumista omasta

lähiympäristöstä ja sen kehittämisestä. Yhteisöradion tulisi myös edesauttaa ihmisen henkistä kasvua ja omien elämänolosuhteiden parantamista sekä antaa mahdollisuus kiihköttömään oman kannan ja mielipiteen esittämiseen. (ks- Ylönen 2002: luku 2.)

5.1 Yhteisöradio sosiaalisena mediana

2000- luvulla sosiaalisesta mediasta on tullun trendisana (mm. google trends). Jussi-Pekka Erkkolan (2008.) loppuyö Taideteollisen korkeakoulun medialaboratoriosta antaa sosiaaliselle medialle useita erilaisia tulkintamuotoja. Käsitteen koostumuksesta ei siis vallitse yksimielisyyttä ja eri tahot sisällyttävät sosiaalisen median käsitteeseen eri tekijöitä. Erkkola havaitsi viitatuimmaksi sosiaalisen median määritelmäksi englanninkielisen Wikipedian (2008.) määritelmä. Wikipedian määritelmässä sosiaalinen media on sateenvarjotermi, johon sisällytetään erilaisia verkkopohjaisia toimintatapoja, joissa teknologia, erilaiset mediasisällöt ja sosiaalinen vuorovaikutus integroituvat. Lisäksi määritelmässä sosiaalisen median käyttäjien katsotaan rakentavan yhteisiä merkityksiä sosiaalisen median avulla. (Erkkola 2008.) Kari A. Hintikan mukaan (2007.) termi viittaa toisaalta informaation jakamiseen ja toisaalta siihen liittyvään yhteisöllisyyteen ja kanssakäymiseen. Näiden määritelmien mukaan on toisaalta ristiriitaista mutta toisaalta oikeutettua luokitella yhteisöradio ja sen uudet sovellusmuodot sosiaalisiksi mediaksi.

Erkkolan tutkimuksessa havaittiin, että sosiaalinen media on teknologiasidonnainen ja -rakenteinen prosessi, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla vertais- ja käyttötuotannon kautta. Samalla Erkkola määrittelee sosiaalisen median jälkitekolliseksi ilmiöksi, jolla on tuotanto- ja jakelurakenteen muutoksen takia vaikutuksia yhteiskuntaan, talouteen ja kulttuuriin. Sosiaalisen median terminologiassa näyttää siltä, että yhteisöradio on täysin unohdettu varteenotettavana mediana yhteisöllisyyttä ja sosiaalista mediaa tutkittaessa.

On siis kyseenalaista kutsua paikallisradiota sosiaalisiksi mediaksi, sillä sosiaalinen media liitetään tiiviisti 2000- luvun web 2.0:n sovelluksiin ja yhteisöllisiin verkkosovelluksiin. Yleisin esimerkki sosiaalisesta mediasta puhuttaessa lienee Facebook. Facebookin yleisin käyttötapa on päivittää oma status: mitä teen, missä

olen, kenen kanssa ja niin edelleen. En näe tässä eroa esimerkiksi Turun seudulla 1990-luvun alussa kuuluneen Meriradion iltaohjelmiston toimintaperiaatteeseen, missä kuuntelija saattoi soittaa ohjelmaan ja kertoa mitä tekee, missä on ja kenen kanssa.

Uudet teknologiset sovellukset vain vahvistavat jo olemassa olevaa yhteisöllisyyttä ja verkkopalvelujen kirjo muodostaa jälkitekollisen sosiaalisen median. Sanoma Magazines Finlandin Digital media -yksikön kehityspäällikkö Kari Haakana ennusti Diakonia-ammattikorkeakoulun järjestämän journalistiseminaarin puheenvuorossaan (2009.), että tulevaisuudessa sosiaalinen media tulee muuttumaan entistä mobiilimpaan suuntaan. Haakana arveli informaation myös muuttuvan tilattavasta on-demand muodosta automaattiseksi, sekä entistä paikallisemmaksi. (Haakana 2009.) Tällaista paikallisen informaation mobiilisovellusta voi kutsua myös radioksi.

5.2 Yhteisöradio vai yhteisöllinen radio?

Sosiaalista mediaa ei sovi sekoittaa yhteisölliseen mediaan. Kotimaisten kielten tutkimuskeskus painottaa, että alkuperäinen englanninkielinen termi – social media – kääntyisi suomeksi termiin yhteisöllinen media. Yhteisöllinen ja sosiaalinen media tarkoittavat kuitenkin nykymuodoissaan eri asioita. Sana sosiaalinen on niin monitulkintainen, että sitä käytettäessä käsitteen merkitys ei helposti avaudu. (kotus)

Termistön monitulkintaisuus on huomattavissa myös EU:n päätöslauselmasta, missä termi "community media" on käännetty kansalaismediaksi, kun tässä yhteydessä olisi suotavampaa puhua yhteisömediasta. Web 2.0:n aikana eri tahoilla on tarve määritellä uusien termien sisältöjä, tässä uusmedian kilpajuoksussa perinteinen ääniradio on vääjäämättä jäänyt jalkoihin.

Pentti Kemppainen arvioi tutkimuksessaan (LVM 68/2007.), että internetin suomat sosiaaliset verkostot edesauttavat radionomaisten tuotantojen määrän kasvua verkossa. Kemppainenkin kuuluu siis koulukuntaan, joka kokee ohjelmatuotannon siirtyvän analogisesta digitaaliseksi. Harva tutkija kuitenkaan uskaltaa esittää toisensuuntaista tulkintaa: digitaalisesta analogiseksi, FM-taajuudelta verkkoon. Eri medioiden rajua erottelu uusiin ja vanhoihin kaipaisi uudenlaista lähestymistapaa ja postmoderni teknologia-ajattelu tulisi saada tuottamaan uusia innovaatioita, jotka eivät olisi riippuvaisia uusista teknologisista sovelluksista, vaan eri medioiden tekijälähtöisistä integroitumistavoitteista.

Yhteisöradioiden vähitellen kehittyessä osaksi sosiaalisen median kenttää, onkin vaikea enää erotella sosiaalista,- yhteisöllistä,- tai yhteisömediaa. Eri teknologiat sulautuvat uusien sovellusten myötä ja termistön ei voida odottaa vakiintuvan vielä aikoihin.

6 PAIKALLISRADIOIDEN TULEVAISUUS JA MAHDOLLISUUDET

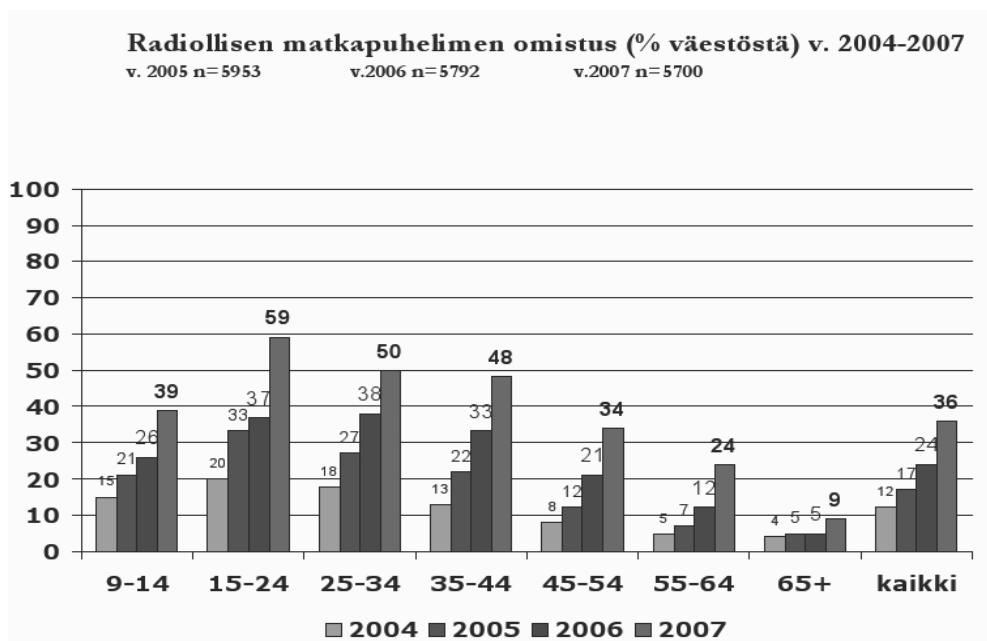
Suomen radiotoiminnan lainsäädäntö on jäänyt pahasti jälkeen Eurooppalaisesta kehityksestä radiotoimilupien suhteen. Hyvänä esimerkkinä Englannin tilanne, jossa yhteisöradioluvat (community radio) myönnetään epäkaupalliseen toimintaan paikallisesti erilaisille yhteisöille. Useimmat niistä toimivat tiheästi asutuilla alueilla. Vuonna 2004 säädettiin laki, jolla määriteltiin paikallisradiotoiminta. Englannin lain mukaan toiminnasta tulee olla sosiaalista hyötyä, se palvelee yhtä tai useampaa paikallista yhteisöä.

Nämä Ula-taajuuksilla toimivat lyhytkantamaiset (säde noin viisi kilometriä) radioasemat ovat osa paikallisdemokratiaa. Toiminta ei ole kaupallista ja voitontavoittelu estetään tehokkaasti, vaikka mainonta onkin sallittua, sitä säädellään erittäin tehokkaasti. Tuloista vain puolet saa muodostua mainoksista. Valtio antaa taloudellisen lähtöpanoksen toiminnan käynnistämiseksi. (LVM 68/2007.)

Yksi paikallisradion kehittymistä edesauttava tekijä on radiolisten matkapuhelimien määrän kasvu. Rab Finlandin (nykyään RadioMedia) tekemän tutkimuksen mukaan yli puolet 9-34 vuotiaista suomalaisista kuuntelee matkapuhelimellaan radiota. (Finnpanel.)

Kesällä 2008 matkapuhelimella kuunteli radiota viikoittain 322 000 suomalaista, mikä on yli kaksinkertainen määrä vuoden 2005 tilanteeseen verrattuna, jolloin radio tavoitti 136 000 kuulijaa kännykällä. (RadioMedia.)

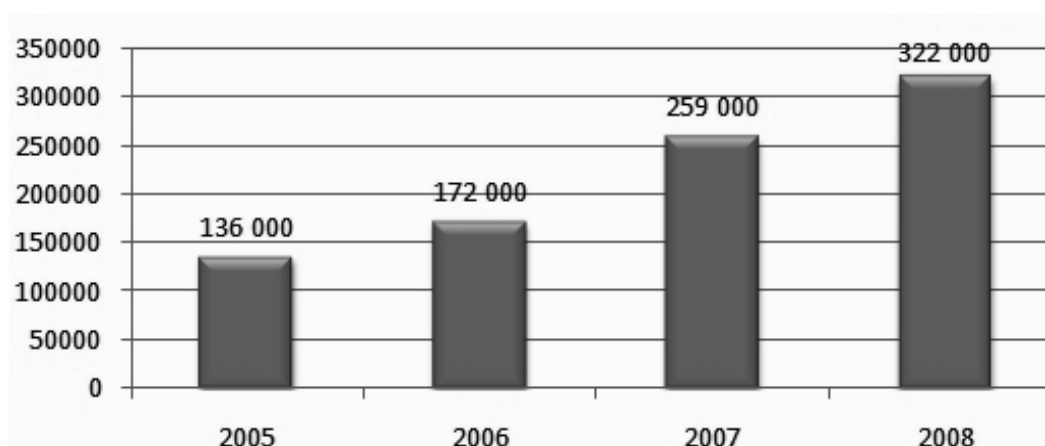
Kuvio 1.



Lähde: RadioMedia

Kuvio 2.

Matkapuhelinkuuntelijoiden viikkotavoittavuus (9+ vuotiaat)



Lähde RadioMedia

Tutkimukset selvästi osoittavat, että perinteisen radionkuuntelun rinnalle on muodostunut uusi mobiili tapa kuunnella radiota.

Radionkuuntelu on myös siirtynyt viime vuosina entistä enemmän verkkoon. Keväällä 2009 tehdyn tutkimuksen mukaan 1,8 miljoonaa suomalaista on kuunnellut joko radion livestreamausta tai podcasteja. Lisäksi 25–44-vuotiaiden kohderyhmässä nettikuuntelu on lisääntynyt vuodessa 12 prosenttia. (RadioMedia)

6.1 Kyselyn tulokset

Syksyllä 2007 tein kyselytutkimuksen silloisen opinnäytetyöni tutkimusosaa varten. Kyselyn tavoitteena oli kartoittaa kohderyhmän kiinnostusta paikallisradioista osaksi yrityssuunnitelmaa. Käytin kyselyn distribuutiossa apuna sosiaalista mediaa ja sähköpostilistoja. Linkitin kyselyn muun muassa omiin Facebook ja Myspace tileihin, kahdelle kohderyhmään sopivalle keskustelupalstalle (Turku10 ja Stealthunit), sekä Turun sanomalehtimiesyhdistyksen postituslistalle. Kyselyyn vastasi 321 16-50-vuotiasta. Suurin osa vastanneista, 72,9 % oli 21–30-vuotiaita.

43,6 % vastaajista oli Varsinais-Suomen talousalueelta. Tutkimus noudatteli Finnpanelin tutkimustuloksia, jotka osoittavat nuorten kuuntelevan huomattavasti vähemmän radiota, kuin varttuneempi väki. Vastanneista radiota kuunteli alle puoli tuntia päivässä yli kolmannes 33,6 %.

Lähes puolet, 44,8 % vastanneista ilmoitti kuuntelevansa paikallisia radioasemia. Radion puutteista kysyttäessä 45,4 % vastanneista peräänkuulutti hyvin toimitettua puheisisältöä, 54,6 % kaipasi toimitettuja musiikkiohjelmia.

Kun vastaajilta kysyttiin vapaassa tekstikentässä, mitä radiosta puuttuu, olivat vastaukset rajattavissa laadukkaaseen toimitettuun ohjelmaan ja vaihteluun musiikkipolitiikassa.

"Kokonaan ei puutu mitään, mutta toimitettua puhesisältöä ja musiikkiohjelmia on varsin vähän." (Mies 31-35, Uusimaa)

"Hyvät juontajat. Nykyään töihin tuntuu pääsevän lähinnä julkkisjuontajat." (Nainen 21-25, Uusimaa)

"Hyvä soundi, kompressoitua tuubaa pukkaa." (Mies 21-25, Varsinais-Suomi)

"Monipuolisempaa musiikkitarjontaa." (Mies 21-25, Pirkanmaa)

Kun vastaajilta kysyttiin, mikä saisi heidät kuuntelemaan enemmän radiota, nousivat sisällön laatu ja musiikin monipuolisuus kaikkein oleellisimmiksi seikoiksi.

"Jos olisi suurempi todennäköisyys laittaessaan se päälle saada hyvää musiikkitarjontaa. Jotain melko hyviä vaihtoehtoja on mutta niissä on sitten sönköttämässä kouluttamattomat teinipojat joilla ei ole mitään käsitystä esim. artikulaatiosta tai millaista "läppää" on sopivaa heittää radiossa."

(Mies 26-30, Varsinais-Suomi)

"Jos ote olisi journalistisempi. Tämä koskien sekä musiikkiohjelmia että muitakin. Haluan toimitettua ohjelmaa, jossa taustatyö on tehty. Ohjelmia tärkeistä asioista. Musiikkiohjelmien osalta artistien taustoitusta jne."

(Mies 26-30, Varsinais-Suomi)

"Jos löytäisin radiokanavan, jossa yhdistyisi fiksujen ihmisten tekemä fiksu sisältö ja mielenkiintoinen musiikki. esim. edesmennyt yleq meets basso tms."

(Nainen 21-25, Varsinais-Suomi)

"Jos musa olisi parempaa. ei siitä mihinkään pääse, että vähänkin musaa seurailevalle jengille radiotarjonta on keskimääräisesti aika skeidaa. pikkuradiot taajuuksille!"

(Mies 21-25, Päijät-Häme)

"Jos ei tarvitsisi kuunnella radio Novaa. Uskomatonta kuraa ja samaa paskaa musiikkia päivästä toiseen. Työkaverin radio siis soi koko päivän tätä paskaa. Miten voi olla noin huono kanava, mambaa ja muuta myötähäpeää aiheuttavaa musiikkia koko saatanan päivä. Siihen päälle vielä äitelät ja ylikorrektit juontajat turhanpäiväisine juttuineen."

(Mies 26-30, Varsinais-Suomi)

"Jos juontajilla olisi kappaleiden välissä oikeasti jotain asiaakin, eikä vain jonninjoutavaa jutustelua. Pahimmillaan puffataan tuntitolkulla päivän lähes ainoaa toimitettua juttua ja kun se viimein tulee, kyseessä on joku 3 minuutin rykäisy."

(Nainen 21-25, Uusimaa)

Kyselylomakkeen vapaassa tekstikentässä oli vastaajilla mahdollisuus kertoa omia ajatuksiaan paikallisradioiden nykytilasta. Vastauksista oli tulkittavissa, että sisältöön ja musiikin laatuun tulisi kiinnittää entistä enemmän huomiota.

”Parhaimmillaan paikallisradio on persoonallinen, sopivasti omalla alueellisuudella maustettu äänitorvi ulkomaailmaan. Pahimmillaan se on sitä että ammattitaidotonta ja asioihin paneutumatonta toimittajakuntaa horisee asian vierestä kamalilla maneerihöystöillä ja soittaa teostovapaata musiikkia.”

(Mies 26-30, Varsinais-Suomi)

”Paikallisradiot ovat parhaina hetkinään todella iholla. Inhimillisiä, kavereita. Paikallistuntemusta, tietoa ja tapahtumainfoa käytetään tosin välillä ehkä liiankin vähän. Välillä myös tuntuu etteivät paikallisradiot käytä potentiaaliinsa nähden tarpeeksi median muuttuvaa maailmaa. Nettyhteisöt ja kuulijakontaktit verkkojen kautta jäävät välillä lähes huomiotta. Ne radiot jotka toimivat vain verkossa, käyttävät tätä mahdollisuutta luonnollisesti kiitettävästi, ja se saa kuulijalle tunteen, että voi oikeasti olla mukana lähetysvirrassa.”

(Nainen 31-35, Varsinais-Suomi)

”Paikallisradioiden vahvuus on ennen kaikkea, nimessäkin, mainittu paikallisuus. Paikalliset asiat, kun sattuvat olemaan lähinnä ihmisen arkea. Paikallisen tiedotuksen avulla, joka paikallisradiossa toisin kuin lehdissä, on yleensä ilmaista on myös mahdollisuus saada suurempia kävijämääriä pienen budjetin tapahtumiin. Ja onhan se kiva, kun joka kaupungissa olisi oma Markku Heikkilä. Semmoinen lisää yhteisöllisyyttä... :)”

(Mies 26-30, Varsinais-Suomi)

6.2 Mainonta

Mainonta on tämän hetkisen paikallisradiokentän elinehto. Vaikka talous taantuu ja eri mediat joutuvat kilpailemaan mainostajien rahoista, on radiomainonta edullisuutensa vuoksi pystynyt säilyttämään ja jopa lisäämään kokonaismääräänsä. Radiomainonnan kokonaismäärä vuonna 2008 oli 0,5 miljoonaa euroa. Kasvua edellisvuoteen kertyi 7,4 prosenttia. (RadioMedia)

Radioaseman kanavaprofiili määrittää millaiset ihmiset kanavaa kuuntelevat. Määrättyjen radioasemien ja ajankohtien avulla radiolla saavutetaan tehokkaasti tietyn alueen tai segmentin kohderyhmä. Edullisuutensa vuoksi se sopii hyvin esimerkiksi koemarkkinointiin ja lanseerauksiin. Varsinkin paikallisradioissa mainonta saadaan kohdistettua hyvin tarkasti toivotulle kohdeyleisölle. Helsingin Sähköisen Toimiston ja RAB Finlandin tekemän tutkimuksen mukaan (2008.) parhaimmillaan verkkosivustolle tulleista vierailijoista jopa 47 prosenttia tuli radiomainoksen johdosta. Kuuntelijat jotka olivat tulleet sivustolle radion ohjaamina, muistivat kuulleensa mainoksen huomattavasti keskimääräistä useammin. Radiomainonnan tehon mittaaminen on tutkimuksen tehneiden mukaan kuitenkin haastavaa, ja saadut tulokset ovat olleet usein radion vaikutusta aliarvioivia. (Reiss 2008.)

Radiomainonnan tämänhetkinen tilanne osoittaa kaupallisen radiotoiminnan olevan taloudellisesti mahdollista. Tulevaisuuden riskinä on kuitenkin suurten mediatalojen toiminta paikallisradiokentällä. Radio Pookin toimitusjohtaja Tapio Järevelä antaa Esimerkiksi SBS-Finlandin, jonka lainvastainen toiminta polkee radiomainonnan hintoja, jolloin pienten radiotoimijoiden mahdollisuudet kentällä heikkenevät. (Ervasti 2008.)

7 PAIKALLISRADION PERUSTAMINEN – ESIMERKKI AALLONMURTAJA FM

Tämän opinnäytetyön tuoteosana oli tarkoitus käynnistää puolikaupallinen paikallisradioasema. Työnimellä ”Aallonmurtaja FM” rakennettuun toimintasuunnitelmaan haettiin muun muassa Turku 2011-hankeen avustusta. Työryhmän ydin koostuu kuudesta kulttuurialan toimijasta. Lisäksi mukana on jäsen mainosalalta, kulttuurituottaja, tapahtumajärjestäjä, tutkija sekä vapaa taiteilija. Työryhmä on edelleen toiminnassa, mutta hankkeen edetessä, huomasimme, että taloudellisesti kannattava sekä uskottava radiokanava vaatisi vähintään yhden täyspäiväisen työntekijän. Täyspäiväisesti ei kenelläkään työryhmäläisellä ollut mahdollisuutta työskennellä.

Kohdassa 5.1 esitetty väite radiosta sosiaalisena mediana on hankesuunnitelman oleellisena osana. Kanvasuunnitelmassa on käytössä toimintamalli jossa sekä sisällön tuotanto että kanavan brändi on hajautettu suurelle joukolle pieniä jo olemassa olevia kulttuuritoimijoita. Ohjelma-aikaa jaettaisiin paikallisille yhdistyksille, kuten alkuperäisessä 1980-luvun paikallisradiokokeiluissa oli tarkoitus. Kuuntelijoiden osallistuminen ja sisällön tuottaminen olisi tärkeässä osassa ohjelmasisällöstä. Tärkeintä kanavailmeen muodostamisessa ovat yksittäisten ohjelmien brändit ja niiden vetovoima, ei niiden kehyksenä toimivan kanavan homogeenisyys. Esimerkiksi Soul-musiikkia esittelevää ohjelmaa luotsaavat samat henkilöt jotka samalla "Soul Seed" otsikolla vetävät kerran kuussa toistasataa ihmistä kuuntelemaan ja tanssimaan samaa musiikkia Turun keskustassa sijaitsevaan baariin.

Kaupallisen paikallisradiokanavan perustaminen on helppoa. Lyhytaikaiseen analogiseen radiotoimintaan tarvitaan kaksi eri lupaa: radiotoimilupa eli ohjelmistolupa ja radiolupa eli tekninen lupa. Viestintäviraston on myönnettävä toimilupa, jos toimintaan on osoitettavissa radiotaajuuudet eikä ole syytä epäillä toimiluvan hakijan rikkovan televisio- ja radiotoimintalain tai muun televisio- ja radiotoimintaa koskevan lain säännöstä. Ohjelmistolupaa ei tarvita laisinkaan jos kyseessä on tilapäinen, enintään kolme kuukautta kestävä analoginen toiminta, jossa radiolähettimen säteilyteho on enintään 50 wattia. Toimilupia ei voida myöntää siten, että lyhytaikaisia toimilupia olisi useita peräkkäin. Ohjelmatoiminnan harjoittajan tulee sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä annetun lain mukaan pääsääntöisesti säilyttää

tallenteet jokaisesta ohjelmasta vähintään 21 päivää ohjelman lähettämisestä.
(Viestintävirasto)

Kuvio kolme osoittaa alustavan kustannusarvion. Työryhmän yläkanttiin tekemä kustannuslaskelma on suuntaa-antava ja lisäanalyysillä kustannuksia olisi vielä laskettavissa. Suurimmat menoerät kuukausittaisessa ohjelmatuotannossa muodostuvat henkilöstö- ja tekijänoikeusmaksuista. Koska tekijänoikeuskustannusten laskutusperiaate on jatkuvassa muutoksessa, on ymmärrettävää, että 2011-hankkeen apurahahakemuksen kustannusarviot eivät välttämättä ole täysin ajantasaiset. Myös henkilöstökulujen karsiminen oli työryhmän jatkuvassa analyysissä. Ohjelmatuotannon ulkoistaminen yksityisille toiminimille tai yrityksille tulisi laskemaan myös tätä kustannuserää huomattavasti.

Ohjelmisto haluttiin alusta asti tekijälähtöiseksi, mutta silti helposti lähestyttäväksi. Mahdollisimman suuri joukko eri kulttuurialojen avustajia toisi kanavalle haluttua monipuolisuutta ja uutta ilmettä radiokentälle. Koska suurimmalla osalla mahdollisista sisällöntuottajista ei ole käytännön kokemusta radioalalta, nousisi tärkeäksi seikaksi avustajien kouluttaminen. Kuviosta neljä käy ilmi kanavan pyrkimys palauttaa vanhoja radion ohjelmamuotoja, mutta samalla ylläpitää modernin ohjelmavirtaradion tempoa.

8 POHDINTA JA YHTEENVETO

On hälyttävää, että Radio Median entisen puheenjohtajan ja SBS-Finlandin toimitusjohtajan Leena Ryytäsen mukaan: ”Radio ei ole tiedotusväline, vaan se on viihdettä”. Tämä kommentti kertoo hyvin paikallisradioiden nykytilasta. Paikallisradiot ovat suurten medialinnakkeiden valtaamina menettäneet alkuperäisen toimintaideansa. Kun 1985 Suomessa aloitti ensimmäiset kaupalliset paikallisradioasemat, leimasi niiden toimintaa vahva ideologia sekä halu parantaa paikallista demokratiaa. Nykyään paikallisradiokanavat ovat suurelta osin ketjuuntuneet toistensa kuuloisiksi mainosalustoiksi.

Radioalan ammattilaiset ovat muuttuneet markkinointialan ammattilaisiksi. Kuuntelijoille tuotettu radiosisältö on kevyttä ja kuulijoita houkutellaan lähinnä sopivalla musiikkiformaatilla. Tutkielmaani varten tehty kysely kuitenkin osoittaa, että paikallisradiolta odotetaan toimitettua sisältöä ja vaihtelua soittolistaan. Uuden sukupolven radionkuuntelijat eivät ole oppineet kyseenalaistamaan tarjottua radiosisältöä, eikä uuden sukupolven radion tekijöille ole annettu mahdollisuutta luoda varteenotettavaa kilpailua paikallisradiokentälle.

Radioalan sidosryhmät ovat viime vuosina peräänkuuluttaneet virkamiehiltä televisio- ja radiolain selkeyttämistä. Radiokentällä on jatkuva kädenvääntö lain tulkinnasta, toimilupien siirrosta sekä tekijänoikeuskustannusten muutoksista. Pohjoismainen yhteisöradiokulttuuri ei missään vaiheessa ole saanut valtiovaltaa taakseen. 1980-luvulla paikallisradiot oli vielä tarkoitus jakaa kaupallisiin ja ei-kaupallisiin, muutaman vuoden kokeilun jälkeen tämä kuitenkin huomattiin taloudellisesti mahdottomaksi. Tällöin olisi vaadittu poliittinen tahtotila luoda ei-kaupallisille paikallisradioille tukijärjestelmä, jonka turvin yhteisöllinen radio olisi voinut toimia. Esimerkiksi lehdistötukea ei ole perusteltua jakaa teknologian tai julkaisualustan perusteella. Tärkeintä olisi miettiä, miten saataisiin edistettyä ja monipuolistettua suomalaisen journalistisen sisällön tuottamista, julkaisemista ja jakelua sekä edistää sananvapautta ja paikallista demokratiaa.

LÄHTEET

Ala-Fossi, Marko 2008. Radio- ja Televisiotutkimuksen Metodologiaa, teoksessa Heidi Keinonen, Juha Herkman (toim.) Tampere: Tampere University Press

Ala-Fossi, Marko 2007. Toimiluvanvaraisten radioiden sisältötutkimus 2007. Viestintävirasto.

Ala-Fossi, Marko 2005. Saleable Compromises – Quality Cultures in Finnish and US Commercial Radio.

Erkkola, Jussi-Pekka 2008. Sosiaalisen median käsitteestä. Taideteollinen korkeakoulu.

Haakana, Kari 2009. Luento journalistiseminaarissa 13.11.2009 . Tarvitseeko toimittajan pelätä sosiaalista mediaa?

Hintikka, Kari A. 2007. Web 2.0 – johdatus internetin uusiin liiketoiminta mahdollisuuksiin

Huhtamäki, Harri 1993. Radio viisi tietä – Paradoksidarmaturgisia murtolukuja. Like 1993

Kemppainen, Pentti 2001. Radion murros. Helsingin yliopiston Viestinnän laitos

Liikenne- ja Viestintäministeriön julkaisuja 2004. Radiotoiminta 2007, Työryhmän ehdotukset. LVM 73/2004

Liikenne- ja Viestintäministeriön julkaisuja 2004. Kaupallinen radiotoiminta Suomessa. Selvitys markkinoiden rakenteesta. LVM 74/2004

Liikenne- ja Viestintäministeriön (ent. Liikenneministeriö) julkaisuja 1/1987. Paikallisradiokokeilun seurantatutkimus LVM 1/1987

Liikenne- ja Viestintäministeriön julkaisuja 2007. Ääniradion tulevaisuus – onko se radio? LVM 68/2007

Liikenne- ja Viestintäministeriön julkaisuja 2008. Televisio- ja radiotoiminnan toimilupajärjestelmä. Raportti sidosryhmien näkemyksistä. LVM 22/2008

Mäntylä, Jorma 2009. Voima-Lehti 8/2009. Radio Puhuu.

Numminen, Jaakko Katsaus paikallisradion tulevaisuuteen. Paikallisradio 28.2.1987, s.7

Saarikoski, Lauri 2007. Verkkoradio, musiikki ja radio – Katsaus verkkoradioihin osana suomalaisten musiikin kuuntelua. Helsingin yliopiston taiteiden tutkimuksen laitos.

Sirkkunen, Esa 2008. Social Media. Introduction to the tools and processes of participatory economy, teoksessa (toim.) Katri Lietsala. Hypermedia Laboratory Net Series 17, UNIVERSITY OF TAMPERE

Vanhatalo, Juha-Pekka 2004. Radionkuuntelu identiteettivalintana. Helsingin yliopiston viestinnän laitos.

Viljakainen, Jarmo (toim.): Radio tuli takaisin. Paikallisradioväki kertoo ykstyisten paikalaisradioasemien kokeilukaudesta 1985-1987. Suomen paikallisradioliitto (Helsinki 1987)

Viljakainen, Jarmo 2004. Radiomonopolista kanavatulvaan. Helsinki: Edita 161-165

Ylönen, Olli 2002. Paikallisradioita Suomeen! Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos

Pohjoismainen yhteisöradiokonferenssi. Viitattu 26.10.2009

<http://www.nordicradioconference2008.com/icivicmediaFI.html>

Yhteisöradioiden Maailmanliitto – AMRAC. Viitattu 24.10.2009

http://www.amarc.org/index.php?p=What_is_Community_radio?&l=EN

Euroopan parlamentin päätöslauselma 25. syyskuuta 2008 kansalaismediasta Euroopassa Viitattu 24.10.2009

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//FI>

Kotimaisten kielten tutkimuskeskus. Viitattu 26.10.2009

<http://www.kotus.fi/index.phtml?s=3345>

YLE luopuu digitaalisen radion DAB (Digital Audio Broadcasting) -jakelusta.

http://yle.fi/yleista/tiedotteet2005_2202.shtml Viitattu 20.11.2009

LYHYTAIKAISEN RADIOTOIMINNAN HARJOITTAMINEN

<https://epalvelu.gramex.fi/gxb/wsc/rato.r> Viitattu 20.11.2009

Kansalaisen kaveri

<http://www.journalistilehti.fi/tuotteet.html?id=170/832> Viitattu 20.11.2009

Tutkimustietoa, RadioMedia

<http://www.radiomedia.fi/tutkimustietoa/> Viitattu 20.11.2009

Hyvä radiomainos vetää kuulijan webiin

<http://m.digitoday.fi/?page=showSingleNews&newsID=200612698>

Lyhytaikaiset radiotoimiluvat analogisessa maanpäällisessä joukkoviestintäverkossa

<http://www.ficora.fi/index/luvat/tvjaradiotoiminta/lyhytaikaiset/radiotoimiluvat.html>

Pienet radiot käyvät ketjun kimppuun

http://www.kaleva.fi/plus/juttu717372_page0.htm