

Liikenne- ja viestintäministeriö
kirjaamo@mintc.fi

Viite: LVM159/05/2012

RADIOTOIMIALAN NÄKEMYS: VIESTINTÄPOLIITTINEN OHJELMA

Pidämme erittäin tärkeänä hallitusohjelman kirjausta sähköisen median viestintäpoliittisen ohjelman laatimisesta, joka on tarkoitus valmistella avoimesti keskustellen tiiviissä yhteistyössä alan toimijoiden kanssa.

Mielestämme on hyvin olennaista, että viestintäpoliittisessa ohjelmassa tarkastellaan radiotoimintaa kokonaisuutena. Tämä on tärkeää, jotta monipuolinen ja taloudellisesti kannattava radiotoiminta pystytään turvaamaan Suomessa. Toivomme, että toimilupajärjestelmän, taajuuspolitiikan ja vaihtoehtoisten jakeluteiden lisäksi ohjelmassa huomioidaan myös muita radiotoiminnan toimintaedellytyksiin olennaisesti vaikuttavia tekijöitä. Pyrimme tässä kommenttipuheenvuorossamme nostamaan esille alustavia näkemyksiämme siitä, *mitä ainakin viestintäpoliittista ohjelmaa laadittaessa tulisi huomioida*. Olemme tuoneet esille seikkoja, joilla on merkitystä radiotoiminnan tulevaisuuskuvan kannalta.

Pidämme viestintäpoliittisen ohjelman laatimiseksi asetettua aikataulua hyvin tiukkana. Aikataullisista syistä haluammekin vielä myöhemmin palata tarkemmin tässä esille nostamiimme teemoihin ja näkemyksiimme viestintäpoliittisen ohjelman sisällöksi. Tässä tuomme esille yleistä tietoa jatkovalmistelun pohjaksi.

Radiotoimiala todella toivoo, että viestintäpoliittisessa ohjelmassa huomioidaan yksityisen radiotoiminnan merkitys suomalaisessa mediakentässä ja annetaan radiolle sille kuuluva painoarvo.

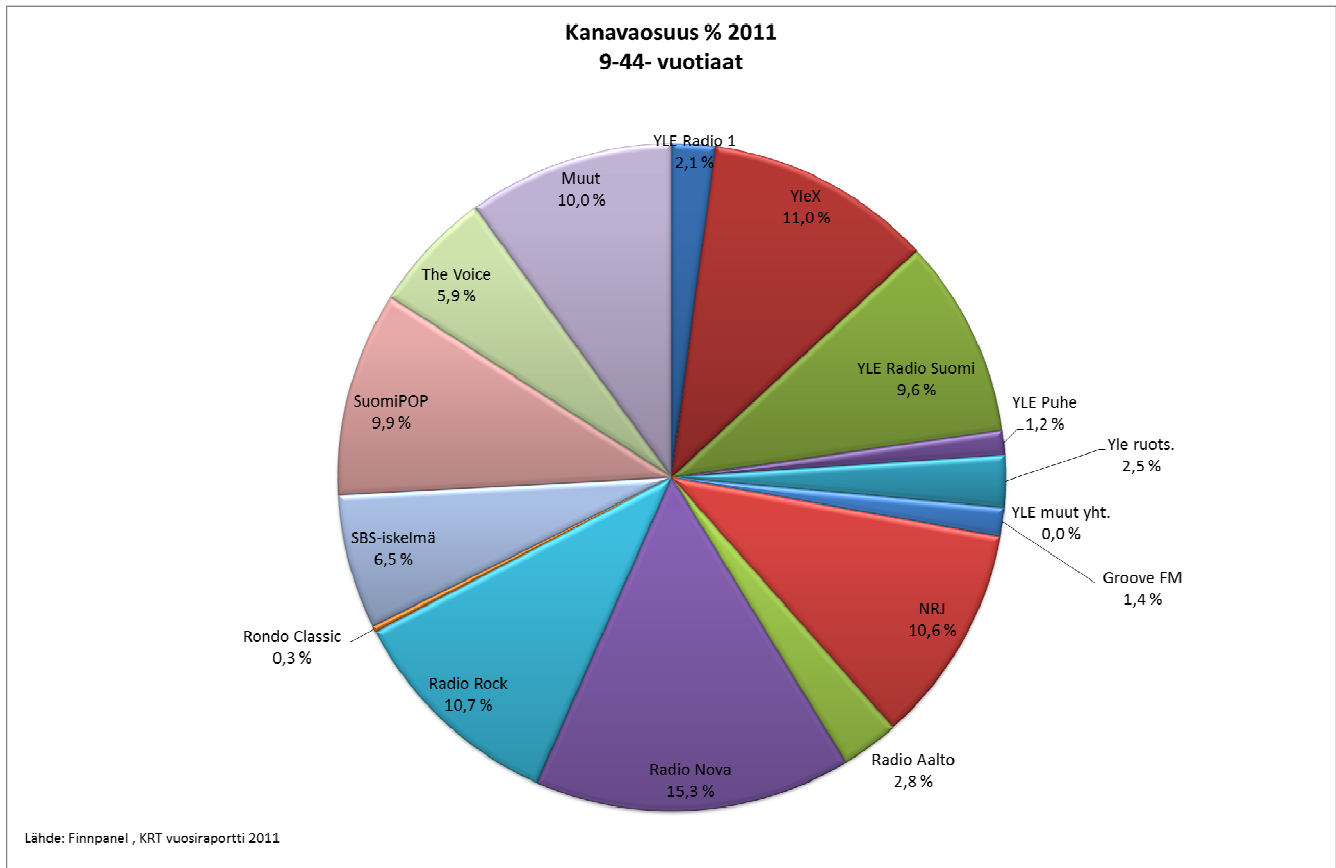
Radio on merkittävä osa suomalaista arkea

Suomalaiset kuuntelevat radiota päivittäin reilu kolme tuntia, mikä tarkoittaa suomalaisten käyttävän radion parissa enemmän aikaa kuin minkään muun median parissa. Radio tavoittaa viikoittain lähes kaikki suomalaiset: 95 % kaikista yli 9-vuotiaista suomalaisista. Päivittäin radiota kuuntelee 3,7 miljoonaa suomalaista. Radio on siis tärkeä osa suomalaisten arkea ja pyhiä.

Radiotarjonta Suomessa on runsasta. Valinnanvaraa riittää, sillä asuinpaikasta riippuen suomalaisella on mahdollisuus kuunnella noin 20 FM-radiokanavaa. Tämän lisäksi tarjolla on lukuisia, tuhansia nettiradiovaihtoehtoja. Suomalaiset ovat radionkuuntelijoina laajasta

tarjonnasta huolimatta hyvin kanavauskollisia. Tutkimusten mukaan suomalaiset kuuntelevat keskimääräisenä päivänä vain 1,5 radiokanavaa ja viikonkin aikana vain noin kolmea kanavaa.¹

Runsas radiotarjonta näkyy erityisesti nuoremmissa ikäryhmissä radion kokonaiskuuntelun jakaantumisenä useiden kanavien välille. Kilpailu kuunteliijoista ja samalla mainostajista on kovaa.



Internetin lukuisat musiikkipalvelut ja äänitteet kilpailevat radion kanssa erityisesti nuorten ajankäytöstä. Radion kuunteluun keskimääräisenä päivänä käytetty aika kasvaa kuuntelijan iän mukaan. Kun yli 55-vuotiaat suomalaiset kuuntelevat radiota keskimäärin yli neljä tuntia päivittäin, kuuntelevat samaan aikaan 9–14-vuotiaat radiota vain noin tunnin, 15–24-vuotiaat noin kaksi ja 25–34-vuotiaat vajaa kolme tuntia.²

Radion tulevaisuuden kannalta olennaista on nimenomaan nuorten kuuntelutottumusten kehittyminen. Jatkuuko nuorten vähäinen radion kuuntelu heidän vanhetessaan ja tullessaan keski-ikään vai alkavatko he viettämään aikaansa sen parissa jossain vaiheessa yhä enemmän. Ensimmäinen vaihtoehto merkitsisi radion asteittaista marginalisoitumista ja jälkimmäinen radion pysymistä keskeisenä mediana myös tulevaisuudessa. 15–24-vuotiaista

¹ Finnpanel Oy. Kansallinen radiotutkimus. Radiovuositalaus 26.1.2012.

² Finnpanel Oy. Kansallinen radiotutkimus.

peräti 40 % kuuntelee kuukausittain radiota internetin välityksellä. Jotta radio pystyy tavoittamaan nuoret kuuntelijat, tulee radion edellytyksiä monikanavajakelun suhteen parantaa. Tähän palaamme tarkemmin jäljempänä.

Radio merkitsee suomalaisille eri asioita. Yksi haluaa keskittyä kuuntelemaan, kun radion asiaohjelmia, kuunnelmia tai konserttimusiikkia. Toiselle radio on urheilutapahtumien tunnelmanluoja. Kolmannelle radio on tärkeä viihdyttäjä ja seuralainen. Neljännelle radion merkitys määräytyy musiikin tai radiopersonien kautta.

Radion tarkoitusta on määritelty kahden toisistaan poikkeavan koulukunnan mukaan. Ensimmäisen mukaan radio on ensisijaisesti tiedotusväline. Toisen koulukunnan mukaan radio on viihdeväline, johon olennaisesti liittyvät musiikki- ja populaarikulttuuri. Kahden toisistaan poikkeavan määritelmän sijaan radion merkitys ja tarkoitus tulisi nähdä molempien näkemysten kautta – radio on näitä molempia. Radiolla on tärkeä tehtävä tiedotusvälineenä, mutta samaan aikaan radiolla on tehtävä suomalaisten viihdyttäjänä. Radion toimintaedellytyksiä tulisi kehittää huomioiden radiokentän monipuolisuus ja radion monimuotoiset tehtävät.

Miten turvaamme suomalaisen radiotoiminnan taloudelliset edellytykset?

Yksityistä radiotoimintaa Suomessa ei voi kuvata kultakaivokseksi. Ei siitäkään huolimatta, että yksityinen radiotoimiala on kasvanut aikavälillä 2000–2011 40 miljoonasta eurosta 57 miljoonaan euroon. Viime vuosi oli liikevaihdolla mitattuna kaikkien aikojen ennätysvuosi. Radion osuus mediainvestoinneista viime vuonnakin oli silti vain neljä prosenttia.

Yksityisen radion liikevaihdosta 75 % tulee valtakunnallisesta myynnistä ja loput 25 % paikallisesta. Vielä vuonna 2000 liikevaihto jakautui tasan valtakunnallisen ja paikallisen radiotoiminnan välillä.³ Markkinoiden kasvu on 2000-luvulla keskittynyt lähinnä suuriin valtakunnallisiin tai osavaltakunnallisiin ketjuradioihin. Kuitenkin myös itsenäisten paikallisradioiden joukossa on tasaisesti kasvavia ja taloudellisesti hyvin hoidettuja ja kannattavia radioita, joskin niiden kasvu on perinteisesti ollut selvästi hitaampaa.

Kasvumahdollisuudet ovat suurimmat valtakunnallisilla kanavilla, minkä vuoksi toimialan kehittämiseksi niille tulee taata riittävä asema ja toimintaedellytykset. Ne ovat toimialan vetureita, jotka lisäävät kiinnostusta ja uskottavuutta koko radioalaa kohtaan. Selvää kuitenkin on, ettei tämä saa tapahtua kurjistamalla paikallisten radioiden asemaa suhteessa valtakunnallisiin. Myös niillä on merkittävä rooli suomalaisessa mediakentässä paikallisdemokratian edistäjinä ja paikallisten asioiden esille tuojina.

Toimilupapolitiikassa on olennaista keskittyä riittävän ja toimivan kilpailun mahdollistamiseen. Aito kilpailutilanne ja lähtökohdiltaan kilpailijoiden tasavertaiset toimintaedellytykset edesauttavat paitsi laadun kasvua myös parantavat toimialan

³ Tilastokeskus.

taloudellisia edellytyksiä suhteessa mediamarkkinoiden kokonaisuuteen. Lähtökohtana tulisi olla radiotoimijoiden yhtäläiset toimintaedellytykset myös toimilupien ja taajuuskokonaisuuksien osalta, jotta radiotoimijoilla olisi tasapuoliset lähtökohdat toiminnan harjoittamiseen. Yksityisten valtakunnallisten radiokanavien tulisi myös todellisuudessa olla valtakunnallisia.

Yksityistä radiotoimintaa ei voi kehittää analysoimatta koko mediamarkkinoiden muodostamaa kokonaisuutta. Samoilla mediamarkkinoilla toimivat mediayhtiöt kilpailevat keskenään samoista mainoseuroista. Sääntelyllä ja viranomaispäätöksillä ei tulisi asettaa eri medioiden edustajia eriarvoiseen asemaan keskenään. Olennaisia tekijöitä ovat väestöpeitto ja tavoitavuus.

Kuulijamäärillä mitattuna yksityiset radiot yhteensä tavoittavat viikoittain 74 % ja Ylen radiokanavat 63 % yli 9-vuotiaista suomalaisista. Katsottaessa suomalaista radiotoimialaa kokonaisuudessaan silmiin pistävää on julkisen radiotoiminnan etulyöntiasema yksityiseen radiotoimintaan nähden teknisten toimintaedellytysten osalta. Yksityisille radiotoimijoille tulisi turvata myös Yleisradioon nähden yhdenvertaiset toimintaedellytykset väestöpeiton osalta.

Mediaympäristö ja mediankulutustottumukset muuttuvat kokoajan, eikä vauhti näytä hidastuvan. Radiotoiminnan kannattavuuden turvaamiseksi on olennaista taata radiotoimijoille edellytykset reagoida muuttuvaan mediaympäristöön. Toimilupapolitiikalla tulisi kiinnittää huomiota siihen, etteivät tiukat toimilupaehdot aseta rajoitteita toiminnan kehittämiseksi.

Edellä mainittujen ohella toimilupapolitiikan ennustettavuus on tärkeää. Radiotoimijoiden tulee pystyä arvioimaan ennakolta, millä edellytyksillä he saavat jatkaa toimintaansa myös toimilupakauden vaihtuessa. Vuoden vaihteessa 1.1.2012 voimaan astunut uusi aikaisempia pidempikestoisempi toimilupakausi on askel oikeaan suuntaan. Toiminnan kehittäminen ja kehitystoimintaan investoiminen edellyttävät pitkäjänteistä työtä, mikä on mahdollista vain toimilupien keston ollessa riittävällä tasolla.

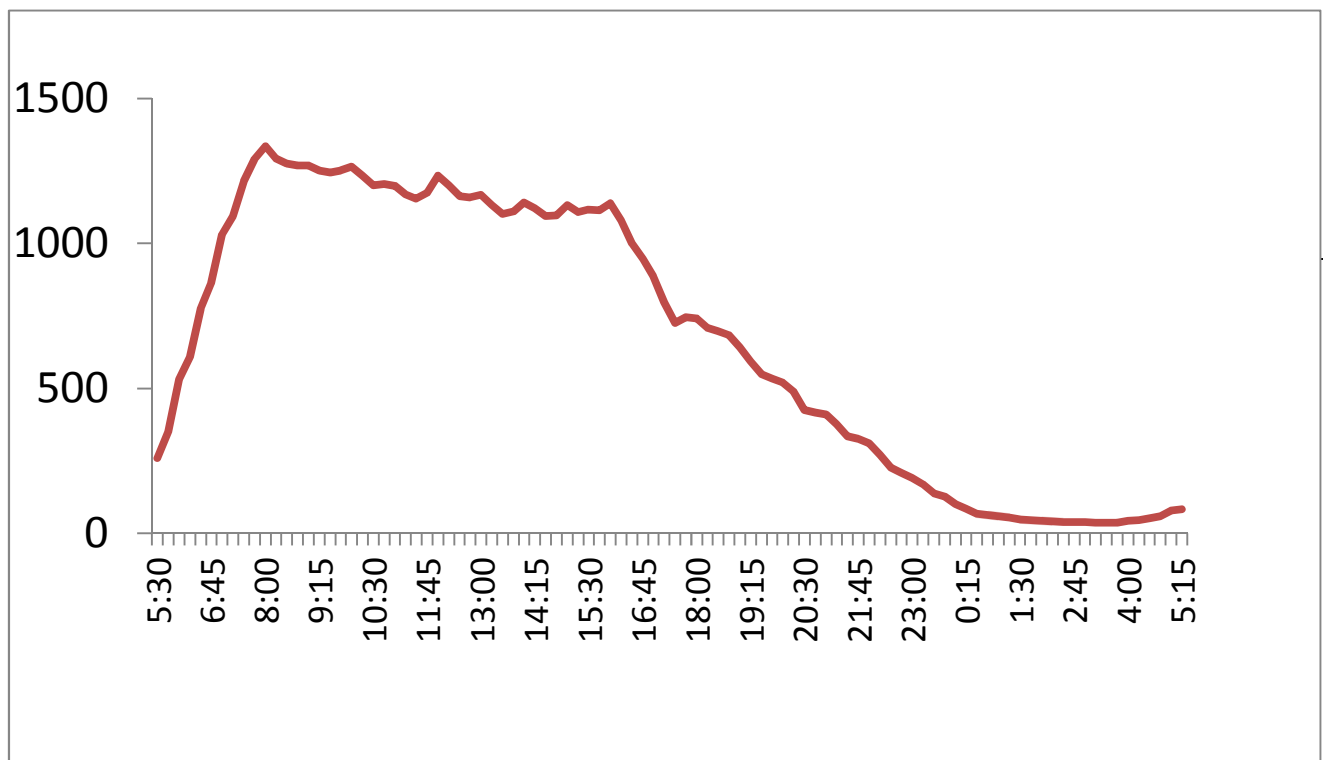
Musiikista maksettavilla korvauksilla on olennainen merkitys radioyhtiöiden annattavuuteen. Korvaukset Suomessa ovat keskimäärin noin 15 % radioiden liikevaihdosta. Varovaisinkin laskelman mukaan Euroopan valtioiden keskiarvo jää alle kymmenen prosentin. Tulisiko musiikin tekijänoikeuksien korvausperustaan tehdä kustannus-/tuottovastaavuutta parantavia ja siten oikeudenmukaisuutta lisääviä muutoksia?

Valtion taholta määrättävät hallinnolliset maksut radiotoiminnan harjoittajille ovat vuosien saatossa kasvaneet. Pienille radiotoimijoille valtion näkökulmasta pienet maksut näyttäytyvät helposti suurina. Turvataksemme myös pienten paikallisradioiden taloudelliset toimintaedellytykset, tulisi myös radiotoiminnan koosta riippumattomien julkisten maksujen oikeaa korvaustasoa arvioida uudestaan.

Yksityinen radiotoiminta rahoitetaan yksinomaan mainosrahoilla. Tämän vuoksi mainontaan kohdistuvat rajoitteet vaikuttavat suoraan myös radiotoiminnan

ansaintapohjaan. Mainonnan sääntelyssä tulisi vahvemmin huomioida rajoitusten kokonaisvaikutukset ja vaikutukset monipuolisen mediamarkkinoiden kokonaisuuteen. Mainonnan rajoitteita ei voida säätää koskemaan vain yksittäisiä medioita asettamalla eri mediat toisiinsa nähden eriarvoiseen asemaan. Myös mainonnan sääntöjen tulisi olla teknologianeutraaleja ja kohdella mediatoimijoita yhtäläisesti.

Radio on valtamedia, jonka kuuntelu ajoittuu päiväsaikaan. Radio tavoittaa arkisin yli miljoonayleisön klo 7:00–16:30. Tämän jälkeen radiokuuntelu vähenee tasaisesti. Radion saamat mainosrahat ajoittuvat siten pääsääntöisesti radion prime time -aikaan. Radio on mainostajan silmin mielenkiintoinen media silloin, kun radio tavoittaa yleisönsä, ei silloin kun kuulijoita aalloilla ei ole. Radiomainonnasta ilta-aikaan saatavat tulot ovat hyvin marginaalisia, mikä tulisi huomioida harkittaessa mainonnan aikarajoitteita. Mainonnan rajoittaminen ilta-aikaan merkitsee käytännössä mainonnan loppumista radiossa. Medioiden tasapuolinen kohtelu toteutuu huomioiden kunkin median ominaispiirteet. Esimerkiksi radion ja television kuuntelu- ja katsojakäyrät eroavat olennaisesti toisistaan. Mainonnan rajoittaminen ilta-aikaan vaikuttaa siten eri tavoin radio- ja televisiotoimintaan.



Radion teknologiakehitys ja monikanavajakelu

Tällä hetkellä radion monikanavajakeluun liittyy olennaisesti internet ja sen mahdollistama FM-lähetyksen samanaikainen ja muuttumaton lähettäminen. Nuorista ikäryhmistä yhä useampi kuuntelee samaa FM-ohjelmasisältöä internetin kautta, simulcasting-lähetyksenä. Näin tekee vähintään viikoittain 10 % kaikista yli 9-vuotiaista suomalaisista. Suurinta

internet-kuuntelu on 15–24-vuotiaiden keskuudessa, joista peräti 40 % kuuntelee vähintään kuukausittain ja 22 % vähintään viikoittain radiota internetin välityksellä.⁴ Kun huomioidaan nuorten merkitys radion tulevaisuuden rakentajana, korostuu radion monikanavajakelun merkitys entisestään.

Radiotoiminnan monikanavajakelun kehittäminen edellyttää myös hyvää tekijänoikeuksien hallintaa. Muuttumattoman ja samanaikaisen ohjelmasisällön lähettäminen useita eri jakelukanavia pitkin on tulevaisuudessa yhä merkittävämmässä roolissa. Jotta radio pystyy tavoittamaan yleisönsä, tulee sen olla helposti saatavilla.

Internet-simulcasting ei tuo radioyhtiölle lisää tuloja, mutta lisää kustannuksia. Lähtökohtaisesti FM-lähetyksen samanaikainen ja samansisältöinen simulcasting-lähettäminen internetin välityksellä, ei myöskään tuo radioille lisää kuuntelijoita. Suomalaiset kuuntelevat radiota siten kuin se heille kussakin tilanteessa ja paikassa on helpointa. Radion kuuntelu internetin välityksellä FM-lähetyksen sijaan on siis vaihtoehtoinen tapa kuunnella radiota. Pääsääntöisesti sama henkilö kuuntelee radiota sekä FM-lähetyksenä että simulcasting-lähetyksenä, riippuen kulloisestakin hetkestä ja paikasta.

Etenkin pienten radioiden kohdalla olennainen simulcasting-jakeluun vaikuttava tekijä on tekijänoikeuskorvaus. Jo nykyinen internet-jakeluun kohdistuva ylimääräinen kustannuserä on heikentänyt toiminnan kehittymistä monikanavajakelun suuntaan. Pienillä toimijoilla ei ole ollut taloudellisia resursseja aloittaa simulcasting-lähetyksiä. Mikäli jokaisesta jakelukanavasta joudutaan maksamaan erillinen tekijänoikeuskorvaus, tilanne on taloudellisesti kestävä. Tekijänoikeudet eivät saisi olla kehityksen esteenä.

Radion teknologiakehitykseen liittyy myös kysymys digitaaliradiosta. Useissa valtioissa on aloitettu digitaaliradiokokeilut. Tyypillisesti tämä tapahtuu rinnakkain analogisen radion kanssa. Näin on menetelty esimerkiksi Englannissa ja Tanskassa. Norjassa on myös tehty päätös yksinomaan digitaaliseen radioon siirtymisestä, mikäli sille asetetut tavoitteet täyttyvät vuoteen 2017 mennessä. Yhdysvalloissa taas on kaksikin toisistaan poikkeavaa väylää radion digitalisoimiseksi. Kaiken kaikkiaan kansainvälisiksi luokiteltuja digitaalitekniikoita on useita.

Radion digitalisoimiseen liittyy kuitenkin useita avoimia kysymyksiä, kuten kuka haluaisi maksaa radion digitaalisen lähetinverkon rakentamisen sekä ohjelmien rinnakkaisen lähettämisen. Pienellä toimialalla itsellään tähän tuskin on mahdollisuutta. Digitaalisen radion lähetinverkon rakentaminen analogisen rinnalle merkitsisi kallista siirtymäkautta. Lisäksi on jo nähty, että pelkkä nykyisten lähetysten siirtäminen digitaaliselle alustalle ei riitä. Merkittävässä roolissa olisivat kiinnostavat sisällöt uudessa digitaalisessa radiossa, jotta vastaanottimia ostettaisiin riittävästi. Entä miten tällainen uusi sisältötuotanto rahoitettaisiin?

Oletettavaa on kuitenkin, ettei radio jää ainoaksi analogiseksi saarekkeeksi, kun kaikki ympärillä digitalisoituu. Avoimia kysymyksiä ovat myös milloin, miten ja erityisesti millä tekniikalla siirtymä digitaaliseen tapahtuu. Tällä hetkellä Suomen kannalta järkevää on

⁴ Finnpanel Oy. Kansallinen Radiotutkimus. Internetkuuntelu marraskuussa 2011.

seurata muiden valtioiden digitaaliradion teknologiakehitystä. Suomella ei ole mahdollisuuksia lähteä liputtamaan yhden teknologian puolesta tai varaa kehittää omaa teknologiaansa. Radion digitaalisen kehityksen tulee tapahtua yhteisesti muiden valtioiden kanssa, mahdollisesti EU:n laajuisesti.

Euroopassa käynnissä olevat digitaaliradiohankkeet toimivat laajasti taajuusalueella 174–230 MHz. Kyseinen taajuusalue soveltuu parhaiten Eureka 147 -standardin mukaisille digitaalisille radiolähetyksille (mm. DAB, DAB+ DRM). Myös Suomessa vuosina 1997–2005 Yleisradio on suorittanut digitaaliset koelähetyksensä DAB-tekniikalla juuri kyseisellä taajuusalueella. Vaikka digitaaliradion kehitykseen liittyy vielä useita ratkaisemattomia kysymyksiä, Suomenkin tulisi jo ennakolta varautua tulevaan digitalisoitumiseen. Suomen tulisi varata taajuusalueella 174–230 MHz jäljellä oleva tila ääniyleisradiolähetyksille.

Radiomedia ry

Stefan Möller
Toimitusjohtaja

Johanna Töyrylä
Päällikkö, edunvalvonta

7

Lisätietoja tarvittaessa:

Stefan Möller
stefan.moller@radiomedia.fi
puh. 0400 50 8877

Johanna Töyrylä
johanna.toyryla@radiomedia.fi
puh. 050 377 9836