



Liikenne- ja
viestintäministeriö

Suomalainen televisiotarjonta 2011

Liikenne- ja viestintäministeriön

toiminta-ajatus

Liikenne- ja viestintäministeriö edistää yhteiskunnan toimivuutta ja väestön hyvinvointia huolehtimalla siitä, että kansalaisten ja elinkeinoelämän käytössä on laadukkaat, turvalliset ja edulliset liikenne- ja viestintäyhteydet sekä alan yrityksillä kilpailukykyiset toimintamahdollisuudet.

visio

Suomi on eturivin maa liikenteen ja viestinnän laadussa, tehokkuudessa ja kansainvälisessä osaamisessa.

arvot

Rohkeus

Oikeudenmukaisuus

Yhteistyö



Liikenne- ja viestintäministeriö

Julkaisun päivämäärä
11.7.2012

Julkaisun nimi
Suomalainen televisiotarjonta 2011

Tekijät
VTK Aino Koskenniemi, MA Pauliina Shilongo, VTM Petro Poutanen ja VTT Minna Aslama, Helsingin yliopiston Viestinnän tutkimuskeskus CRC

Toimeksiantaja ja asettamispäivämäärä
Liikenne- ja viestintäministeriö

Julkaisusarjan nimi ja numero

Liikenne- ja viestintäministeriön
julkaisu 14/2012

ISSN (verkkojulkaisu) 1795-4045
ISBN (verkkojulkaisu) 978-952-243-305-3
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-305-3>
HARE-numero

Asiasanat
televisio, ohjelmisto, monipuolisuus

Yhteyshenkilö
Jussi Mäkinen

Muut tiedot

Tiivistelmä

Selvityksessä kuvataan kahtatoista valtakunnallista, maanpäällisessä digiverkossa vapaasti saatavilla olevaa kanavaa: TV1, TV2, FST5, Teema, MTV3, Sub, Nelonen, JIM, Liv, The Voice, TV5 ja SuomiTV.

Päätulokset ovat:

- 1) Kanavien kokonaistarjonnassa ei ole havaittavissa vuonna 2011 suuria muutoksia verrattuna vuoden 2010 raporttiin, vaikka kanavakentässä tapahtui joitakin muutoksia.
- 2) Valtakunnallisesta tv-tarjonnasta asiaohjelmien osuus oli 35 prosenttia, viihteen osuus oli 23 prosenttia ja ulkomaisen fiktion osuus oli 18 prosenttia koko tarjonnasta.
- 3) Asiaviihde on vakiinnuttanut asemansa varsinkin kaupallisten kanavien ohjelmatarjonnassa ja samalla kasvattanut asiaohjelmien osuutta kokonaistarjonnasta. Asiaohjelmat olivat pääosin pohjoisamerikkalaisia ja kotimaisia.
- 4) Vuonna 2011 kahdentoista kanavan yhteenlasketusta ohjelmistosta 40 prosenttia oli kotimaista tuotantoa.
- 5) Tarkastelujaksolla 2008–2011 TV2 ja MTV3 ovat pysyneet ohjelmistoltaan monipuolisimpina yleiskanavina. Muiden kanavien monipuolisuus on laskenut hitaasti tai pysynyt ennallaan. Julkisen palvelun ohjelmistokokonaisuus on edelleen erittäin monipuolinen.
- 6) Ohjelmiston keskittyneisyys – eli se, että tietyt ohjelmatyypit hallitsevat tarjolla olevaa ohjelmistoa – on noussut hieman suhteessa tarkastelujaksoa edeltäneeseen vuoteen.
- 7) Ensilähetysten osuus tarkasteltujen tv-kanavien tarjonnasta oli otosviikolla noin puolet ja parhaaseen katselu-aikaan lähes 75 prosenttia. Netti-TV-palveluihin siirtyi otosviikon ohjelmista lähes 70 prosenttia.



Publikationsdatum
11.7.2012

Publikation
Finländskt tv-utbud 2011

Författare
Aino Koskeniemi, Pauliina Shilongo, Petro Poutanen & Minna Aslama, Helsingfors universitet
Forskningsinstitutet för kommunikation CRC

Tillsatt av och datum
Kommunikationsministeriet

Publikationsseriens namn och nummer

Kommunikationsministeriets
publikationer 14/2012

ISSN (webbpublikation) 1795-4045
ISBN (webbpublikation) 978-952-243-305-3
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-305-3>
HARE-nummer

Ämnesord
television, program, mångfald

Kontaktperson
Jussi Mäkinen

Rapportens språk
Finska

Övriga uppgifter

Sammandrag

I utredningen beskrivs de tolv nationella kanaler som är fritt tillgängliga i det digitala marknätet: TV1, TV2, FST5, Teema, MTV3, Sub, Nelonen, JIM, Liv, The Voice, TV5 och SuomiTV.

De huvudsakliga resultaten är:

- 1) Man kan inte se några stora förändringar i kanalernas totala utbud 2011 jämfört med rapporten 2010, även om de skedde en del förändringar bland kanalerna.
- 2) Faktaprogrammen stod för nästan 35 procent av det nationella tv-utbudet, underhållningens andel var 23 procent och den utländska fiktionens andel 18 procent av det totala utbudet.
- 3) Infotainment har befast sin ställning i synnerhet i de kommersiella kanalernas utbud och samtidigt ökat faktaprogrammens andel av det totala utbudet. Faktaprogrammen var huvudsakligen amerikanska och inhemska.
- 4) År 2011 var 40 procent av de tolv kanalernas sammanlagda program producerade i Finland.
- 5) Under översiktsperioden 2008–2011 har TV2 och MTV3 fortsatt vara de mest mångsidiga allmänna kanalerna när det gäller utbudet. De övriga kanalernas mångsidighet har sakta minskat eller bibehållits. Som helhet är public service-kanalernas utbud alltjämt mycket mångsidigt.
- 6) Koncentrationen av programutbudet – det vill säga det att vissa programtyper dominerar det tillgängliga utbudet – har ökat något jämfört med året innan.
- 7) Andelen förstasändningar av de granskade tv-kanalernas utbud var under översiktsperioden hälften och nästan 75 procent under bästa tittartid. Nästan 70 procent av översiktsveckans program överfördes till tv-tjänster på webben.

Date
11 July 2010

Title of publication
Finnish Television Programming 2011

Author(s)
Aino Koskenniemi, Pauliina Shilongo, Petro Poutanen & Minna Aslama, University of Helsinki
Communication Research Centre CRC

Commissioned by, date
Ministry of Transport and Communications

Publication series and number

Publications of the Ministry of
Transport and Communications
14/2012

ISSN (online) 1795-4045
ISBN (online) 978-952-243-305-3
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-305-3>
Reference number

Keywords
Television, programming, diversity

Contact person
Jussi Mäkinen

Language of the report
Finnish

Other information

Abstract

This overview examines the television supply of the following twelve Finnish nation-wide, free-to-air television channels: TV1, TV2, FST5, Teema, MTV3, Sub, Nelonen, JIM, Liv, SuomiTV, The Voice, and TV5.

The main results are:

- 1) In 2011, the total programme supply of Finland's 12 nation-wide channels did not undergo drastic changes, although the Finnish television landscape as such went through some transformations.
- 2) Factual programmes amounted to 35 % of the total Finnish television output. Entertainment comprised 23 % and foreign fiction 18 % of total supply.
- 3) Factual entertainment (a.k.a. infotainment) has become a standard staple especially in the profiles of Finnish commercial channels. Consequently, this subgenre has increased the overall share of factual programming. Factual programmes on Finnish TV were mainly of North American and domestic origin.
- 4) In 2011, 40 % of the total output of the 12 channels was of domestic origin.
- 5) During the period of 2008-11, the most diverse channels were TV2 and MTV3. Other channels' output seemed to have slowly narrowed or remained unchanged. Still, the public service channels, together, offer a very diverse programme supply.
- 6) Programme Concentration – the dominance of certain programme types in the total output – had increased somewhat in 2011, compared to 2010.
- 7) First runs and reruns were examined based on a research week in 2012. First runs comprised approximately 50 % of total output, and some 75 % of prime time programming. Almost 70 % of all television supply was available for online streaming after their initial screening.

Esipuhe

Raportissa arvioidaan julkisen palvelun ja toimiluvanvaraista televisiotarjontaa ja sen monipuolisuutta. Nyt käsillä oleva raportti antaa yhdessä aikaisempien televisiotarjontatutkimusten kanssa hyvät edellytykset arvioida televisiotarjonnan kehittymistä Suomessa.

Televisiomaisema on muuttunut viime vuosina lähinnä maksutelevisiotarjonnan kasvun vuoksi. Katselu keskittyy kuitenkin maksuttomiin kanaviin, joten niiden erityinen tarkastelu on edelleen perusteltua.

Television kehittyminen heijastuu myös televisiotarjontatutkimukseen; tämän vuoden raportissa tarkastellaan myös ohjelmien siirtymistä internetissä tarjottaviin televisiotoiminnan harjoittajien tarjoamiin tilausohjelmopalveluihin.

Raportti antaa hyvän pohjan arvioida viestintäpoliittisten tavoitteiden toteutumista käytännössä.

Helsinki, 11.7.2012

Jussi Mäkinen
Neuvotteleva virkamies

Sisällysluettelo

Yhteenveto	3
Sammanfattning.....	8
English Summary 2011	13
Johdanto	18
1. Yleiskatsaus Tv-vuoteen 2011	21
1.1 Laitekanta	21
1.2 Toimialakenttä.....	21
1.3 Muutoksia katselussa.....	23
2. Yleiskatsaus ohjelmatarjontaan	26
2.1 Ohjelma-aika	26
2.2 Kokonaistarjonta ja paras katseluaika.....	29
2.3 Ohjelmat alkuperämaittain	32
2.4 Kotimaiset ohjelmat	34
2.5 Lastenohjelmat	36
3. Kanavaprofiilit.....	39
3.1 Profiili: TV1	39
3.2 Profiili: TV2	43
3.3 Profiili: FST5.....	46
3.4 Profiili: Teema	49
3.5 Profiili: MTV3	51
3.6 Profiili: Sub	54
3.7 Profiili: Nelonen	57
3.8 Profiili: JIM.....	60
3.9 Profiili: Liv.....	62
3.10 Profiili: TV5	64
3.11 Profiili: The Voice	67
3.12 Profiili: SuomiTV	69
3.13 Vertailu aiempiin vuosiin	71
4. Julkisen palvelun ohjelmatarjonnan ominaisuuksia.....	74
5. Monipuolisuus, keskittyminen ja ohjelmistotyyppien suhteellinen jakautuminen..	77
5.1 Pääkanavien monipuolisuus	78
6. Asiaohjelmat.....	88
7. Ensiesitykset, uusinnat ja ohjelmien siirtyminen verkkoon	92
7.1 Tarkastelumenetelmä ja tietojen keruu	92
7.2 Määritelmät.....	92
7.3 Ensiesitykset ja uusinnat.....	94
7.4 Netti-TV.....	98
7.5 Yhteenvetoa: uusinnat ja netti-TV:n tulevaisuus	101
Lähteet	103
Liite 1: Koodausrunko	105
Liite 2: Monipuolisuuden mittaaminen ja menetelmät.....	108

Yhteenveto

Tässä selvityksessä on tarkasteltu seuraavia kahtatoista valtakunnallista, vapaasti saatavilla olevaa kanavaa: TV1, TV2, FST5, Teema, MTV3, Sub, Nelonen, JIM, Liv, SuomiTV, The Voice ja TV5. Kanavia on tarkasteltu tarjonnan osalta sekä kokonaisuutena että kanavittain. Julkisen palvelun tarjontaa on tarkasteltu vielä erikseen omana kokonaisuutenaan. Aineistona on kolmatta kertaa voitu käyttää koko vuoden ohjelmätietoja, jotka on saatu Finnpanel Oy:ltä. Parhaan katseluajan ja muun muassa ohjelmiston alkuperän osalta on kuitenkin jouduttu turvautumaan viiteen otosviikkoon (viikot 8, 16, 32, 41 ja 50). Myös ohjelmaluokitusta on uudistettu useina vuosina, eivätkä tulokset siten ole suoraan vertailukelpoisia aiempien vuosien raporttien kanssa. Tätä raporttia tehtäessä lisättiin alkuperämaiden luokituksen kategoriat Useat maat, Kanada, Australia ja Uusi-Seelanti. Uusinta- ja ensilähetyksiä koskevaa lukua varten on kerätty erillinen aineisto vuodelta 2012.

Vapaasti vastaanotettavien kanavien kentällä tapahtui muutoksia vuosien 2010 ja 2011 aikana, joilla on vaikutusta tämän raportin tietoihin. Nelonen Sport lakkautettiin vuonna 2010. Urheiluohjelmia tarjosi vuonna 2011 Nelonen Pro -kanava, joka maksullisena ei kuulu tämän raportin piiriin. TV5 ja The Voice lähettivät ohjelmiaan 31.3.2011 asti yhdeltä kanavalta ja 1.4.2011 lähtien omilta kanaviltaan. Myös tämä hankaloittaa osittain vertailua edellisiin vuosiin näiden kanavien kohdalla.

Selvitys antaa tukea viestintäpoliittiseen päätöksentekoon rakentamalla yleiskuvaa suomalaisille tarjolla olevasta televisio-ohjelmistosta ja sen monipuolisuudesta. Raportin avulla voidaan vertailla Yleisradion tarjontaa toimiluvanvaraiseen televisiokenttään. Valvontainstrumentiksi raporttia ei kuitenkaan ole tarkoitettu.

Kokonaistarjonta

Huolimatta muutoksista kanavakentällä raportin kattavien kanavien kokonaistarjonnassa ei ole havaittavissa suuria muutoksia verrattuna vuoden 2010 raportin tietoihin.

Vuonna 2011 kahdentoista tv-kanavan ohjelmatarjonta oli keskimäärin 1 199 tuntia viikossa eli yli 171 ohjelmätuntia vuorokaudessa. Kanavien ohjelma- ja muu tarjonta (kuten uutisikkunat, chatit ja mobiilipelit) muodostivat yhteensä yli 1 750 viikkotuntia eli yli 250 tuntia päivittäin. Sekä varsinainen ohjelmatarjonta että perustarjontaa täydentävä muu tarjonta lisääntyivät hieman edellisvuodesta.

Valtakunnallisen tv-tarjonnan suurimmat yksittäiset ohjelmaluokat olivat vuonna 2011 asia- (sis. kulttuuri- ja palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmat) sekä viihdeohjelmat. Asiaohjelmien osuus oli 35 prosenttia. Viihteen osuus oli 23 prosenttia ja ulkomaisen fiktion osuus oli miltei viidennes koko tarjonnasta.

Urheilun osuus koko tarjonnasta putosi vuoden 2010 viidestä prosentista kahteen prosenttiin. Syynä tähän oli ennen kaikkea Nelonen Sport -kanavan siirtyminen maksulliseksi Nelonen Pro -kanavaksi. Muiden luokkien osuudet jäivät selvästi alle kymmenyksen: elokuvat (8 %), ajankohtaisohjelmat (4 %), lastenohjelmat (4 %), uutiset (3 %), kotimainen fiktio (2 %) ja opetusohjelmat (1 %).

Vuoden 2010 tapaan vuonna 2011 yli kolmannes ohjelmatarjonnasta oli faktapainotteisia ohjelmia ja yli puolet viihdepainotteisia ohjelmia. The Voicen runsas musiikkivideotarjonta vaikutti edellisvuoden malliin viihteen osuuteen. Vuonna 2011 kahdentoista kanavan yhteenlasketusta ohjelmistosta 40 prosenttia oli kotimaista tuotantoa, joka on yhden prosenttiyksikön enemmän kuin edellisena vuonna. Suurimmat kotimaiset ohjelmaluokat 2011 olivat viihde (40 %) ja asiaohjelmat (27 %).

Lastenohjelmien osuudessa ohjelmatarjonnasta on ollut havaittavissa selvä laskutrendi viimeisen kolmen vuoden aikana. Vuonna 2011 lastenohjelmien osuus pysyi samana neljänä prosenttina kokonaistarjonnasta kuin edellisenä vuonna, jolloin se oli laskenut vuodesta 2009 neljä prosenttiyksikköä. Lastenohjelmia tarjottiin vuonna 2011 selvästi eniten Yleisradion kanavilla: 62 prosenttia lastenohjelmatarjonnasta tuli Ylen kanavilta (edellisvuonna 50 %). SuomiTV lähetti vuonna 2010 17 prosenttia kaikesta lastenohjelmatarjonnasta, vuonna 2011 sen osuus laski neljään prosenttiin. MTV3:n ja Nelosen osuudet olivat kullakin 15 prosenttia, Subin osuus laski kolmeen prosenttiin.

Kanavavertailu

Raportissa tarkastellut kaksitoista tv-kanavaa edustavat sekä perinteisiä laajan tarjonnan kanavia että eriytyneitä teema- tai kohderyhmäkanavia. Kanavaperheissä kanavien kesken tehdään selvää työnjakoa – trendi, joka on havaittu jo aiemmissa raporteissa – ja yhtiöiden sisällä kanaville annetaan erilaisia ohjelmapainotuksia. Yksityiskohtaista kanavakohtaista erittelyä tehdään luvussa 3.

TV1:n tarjonta ei ole paljonkaan muuttunut edellisvuodesta. Muutosta on jonkin verran tapahtunut viiden vuoden tarkastelujaksolla. Muutokset johtunevat pitkälti Ylen tavasta profiloida kanaviaan selkeämmin ja jakaa eri ohjelmaluokkia eri kanaville. Opetus- ja lastenohjelmat ovat kokonaan poistuneet kanavan tarjonnasta. Myös asiaohjelmien osalla näkyy kasvutrendi.

TV2:n tarjonta ei ole paljonkaan muuttunut edellisvuodesta. Suurimmat muutokset ovat asiaohjelmien ja viihteen hienoinen vähentyminen. Pidemmällä aikavälillä kotimaisen ja ulkomaisen fiktion saralla on selkeä trendi: lisäystä on tapahtunut viiden vuoden mittaan.

FST5:n ohjelmatarjonnassa asiaohjelmien määrä kasvoi edellisvuodesta kuusi prosenttiyksikköä 41 prosenttiin. Miltei viidennes FST5:n ohjelmatarjonnasta on lastenohjelmia.

Teeman profiiliin muutokset näkyvät viiden vuoden mittaan tapahtuneessa opetusohjelmien merkittävässä vähenemisessä. Myös viihteen osuus on pienentynyt. Asiaohjelmat, ulkomainen fiktio ja elokuvat ovat kasvattaneet osuuksiaan. Vuonna 2011 asiaohjelmien osuus kasvoi edellisvuoteen verrattuna 14 prosenttiyksikköä 67 prosenttiin.

MTV3:n profiilissa ei tapahtunut suuria muutoksia edellisvuoteen verrattuna. Asiaohjelmien osuuden viiden prosentin laskun korvasivat viihteen, uutisten, elokuvien ja lastenohjelmien osuuksien hienoinen kasvu. Myös kanavan alkuperämaarakenne säilyi hyvin samankaltaisena, eli kotimaisten ohjelmien osuus jäi hieman alle 50 prosentin.

Subilla suurin muutos tapahtui viihdepainotteisten ohjelmien kasvuna. Tähän vaikuttivat sekä viihdeohjelmien, ulkomaisen fiktion että elokuvien ja urheilun osuuksien lievä kasvu. Pohjoisamerikkalaisten ohjelmien osuus laski huomattavasti ja kotimaisen tuotannon osuus hiukan. Eurooppalaisen tuotannon osuus puolestaan kasvoi lähes 10 prosenttiyksiköllä.

Asiaohjelmien osuus Nelosen tarjonnasta jatkoi edellisen vuoden tavoin kasvuaan seitsemällä prosenttiyksiköllä. Nelosen asiaohjelmistoa dominoivat asiaviihde ja palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmat. Viihdeohjelmien osuus laski puolestaan 12 prosenttiyksikköä edellisvuodesta.

JIM:n tarjonnassa suurin luokka oli edellisvuoden tapaan asiaohjelmat, joiden osuus oli lähes kolme neljänestä koko tarjonnasta. Asiaohjelmista suurin osa lukeutui perinteisiin asiaohjelmiin, joita Nelosen tapaan dominoi asiaviihde.

Livin tarjonta perustui pitkälti asiaohjelmiin, joista suurin osa oli palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmia. Myös kanavan toiseksi suurimman ohjelmaluokan, viihteen, ohjelmista suurin osa keskittyi ruokaan ja sisustukseen, mutta nämä ohjelmat sisälsivät *lifestyle*-ohjelmista poiketen kilpailuelementin.

TV5:n ja The Voicen vuoden 2011 merkittävin muutos oli erkaantuminen omille kanavapaikoilleen 1.4.2011. The Voice on nyt selvästi musiikkikanava, jonka ohjelmistosta 97 prosenttia on viihdeohjelmia.

Viihteen ylivoima on selvästi pienentynyt TV5:n ohjelmatarjonnassa Voicen siirryttyä omalle kanavapaikalleen. Miltei neljännes kanavan koko ohjelmatarjonnasta oli asiaohjelmia. Toisaalta parhaaseen katseluaikaan 46 % tarjonnasta oli elokuvia.

Joulukuussa 2009 lähetyksensä aloittaneella – ja nyt jo toimintansa lopettaneella – SuomiTV:llä oli vuoden 2011 aikana vaikeuksia ylläpitää säännöllistä lähetystoimintaa, minkä vuoksi sen keskimääräinen viikoittainen ohjelma-aika pieneni merkittävästi. Viihteen osuus kasvoi SuomiTV:n ohjelmatarjonnassa lastenohjelmien ja asiaohjelmien kustannuksella.

Asiaohjelmat

Asiaohjelmien osuus on jatkanut kasvuaan mutta huomattavasti aiempaa maltillisemmin. Asiaohjelmia oli vuonna 2011 35 prosenttia ohjelmistosta eli noin prosenttiyksikön edellisvuotta enemmän. Vuodesta 2007 asiaohjelmien määrä on kuitenkin kasvanut jo 16 prosenttiyksikköä.

Kaiken kaikkiaan asiaohjelmistoa hallitsivat perinteiset asiaohjelmat (49 %) ja palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmat (43 %). Perinteisten asiaohjelmien luokkaa kasvattivat erilaiset ammattiryhmää tai työpaikkaa seuraavat *reality*-ohjelmat, kuten esimerkiksi *Matkaoppaat* tai *Pelastushelikopteri*. Vuonna 2011 esitettiin eri kanavilla yhteensä jopa 50 eri dokumenttisarjaa, jotka seurasivat eri ammattiryhmiä. Yleisesti asiaviihde onkin vakiinnuttanut asemansa ennen kaikkea kaupallisten kanavien ohjelmatarjonnassa ja siten kasvattanut asiaohjelmien osuutta kokonaistarjonnasta.

Asiaohjelmien kolmannen alaluokan muodostavat kulttuuriohjelmat, joiden osuus asiaohjelmista jäi vain noin kahdeksaan prosenttiin.

Pohjois-Amerikka oli 32 prosentin osuudellaan suurin raportissa käsitellyillä kanavilla esitettyjen asiaohjelmien tuottaja vuonna 2011. Kotimaista tuotantoa oli kuitenkin lähes yhtä paljon, eli noin 31 prosenttia asiaohjelmista. Kulttuuriohjelmista valtaosa oli kotimaisia, perinteisistä asiaohjelmista noin kolmasosa ja palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmista reilu viidennes. Eniten kotimaista asiaohjelmaa lähettivät MTV3, TV2 ja TV1.

Julkinen palvelu

Neljän televisiokanavan (TV1, TV2, FST5 ja Teema) Yleisradio tarjosi edelleen kokonaisuutena kattavan ohjelmakirjon ja melko kotimaisen ohjelmiston. Faktapainotteisten ohjelmien osuus nousi kolme prosenttiyksikköä 56 prosenttiin ja viihdepainotteisten ohjelmien osuus puolestaan laski koko tarjonnan osalta 41 prosentista 37 prosenttiin. Eniten faktan osuus lisääntyi FST5 ja YLE Teema -kanavilla, joissa kasvua vuodesta 2007 vuoteen 2011 oli yli 10 prosenttiyksikköä. Viihdepainotteisin YLE:n kanavista oli TV2. Kuitenkin myös TV2:n viihdepainotteisten ohjelmien osuus laski hieman. Huomattavinta viihdepainotteisten ohjelmien osuuden lasku oli YLE Teemalla, jossa niiden osuus laski vuonna 2011 noin kymmenen prosenttiyksikköä edellisvuodesta.

YLEn tarjonta kattoi kaikki ohjelmaluokat, mutta kaksi ohjelmaluokkaa nousi myös vuonna 2011 selvästi tarjonnaltaan ylitse muiden. Asiaohjelmien luokka kattoi 38 prosenttia koko tarjonnasta ja ulkomainen fiktio oli toiseksi suurin luokka lähes viidenneksen osuudellaan. Ajankohtaisohjelmien osuus pysyi samana kuin edellisvuonna eli kattoi kymmenyksen koko tarjonnasta – kaikkien muiden ohjelmaluokkien osuus jäi alle kymmeneen prosenttiin. Paras katseluaika nosti elokuvien, uutisten, kotimaisen fiktion ja viihdeohjelmien, sekä hieman urheilun ja asiaohjelmien osuuksia.

Vuonna 2011 kotimaisuusaste kohosi prosenttiyksikön 50 prosenttiin. Myös muun kuin kotimaisen pohjoismaisen tuotannon osuus kasvoi prosenttiyksiköllä kun taas muun eurooppalaisen tarjonnan osuus jatkoi laskuaan neljällä prosenttiyksiköllä. Parhaaseen katseluaikaan alkuperämaaosuudet pysyivät lähes samoina. Suomalaisen, pohjoismaalaisen ja pohjoisamerikkalaisen tuotannon osuudet kasvoivat hieman kun taas muun eurooppalaisen tuotannon osuus laski noin kaksi prosenttiyksikköä.

Monipuolisuus

Suomalaisen televisiotarjonnan monipuolisuus ja keskittyneisyys ovat kehittyneet maltillisesti. Tarkastelujaksolla 2008–2011 TV2 ja MTV3 ovat pysyneet ohjelmistoltaan monipuolisimpina yleiskanavina. Muiden kanavien monipuolisuus on laskenut hitaasti tai pysynyt ennallaan. Julkisen palvelun ohjelmisto on säilynyt koko tarkastelujakson erittäin monipuolisena. Ohjelmiston keskittyneisyys on myös odotetusti noussut hieman suhteessa tarkastelujaksoa edeltäneeseen vuoteen. Mittarien mukaan suomalaista televisiotarjontaa voidaan pitää kokonaisuutena keskittyneenä, toisin sanoen tietyt ohjelmatyypit hallitsevat tarjolla olevaa ohjelmistoa, mutta tarjontaan mahtuu silti useita temaattisia kanavia sekä monipuolisia yleiskanavia.

Raporttia varten kerättiin lukuja ja aineistoa siten, että vuodet 2008–2011 muodostavat hyvin vertailukelpoisen tarkastelujakson. Monipuolisuutta ja keskittyneisyyttä mitattiin edellisvuosien tapaan suhteellista entropiaa ja mediamarkkinoiden keskittymistä kuvaavien indeksien avulla.

Mittarien ohelle otettiin mukaan monimuuttujamenetelmällä toteutettu analyysi, jossa kanavia vertaillaan keskenään ohjelmatyyppien ja ohjelmien alkuperämaiden suhteen. Tämän osion tarkoituksena on syventää monipuolisuuslukujen tulkintaa kysymällä, millä tavalla eri kanavat eroavat toisistaan suhteessa ohjelmatyyppeihin ja ohjelmiston alkuperämaihin sekä miten tämä keskinäinen profiloituminen suhteutuu monipuolisuuteen. Monimuuttujamenetelmällä toteutettuun osioon on sisällytetty koko 12 ohjelmatyyppin luokitus, jota ei ole voitu hyödyntää esimerkiksi monipuolisuuslukuja laskettaessa vertailukelpoisuuden säilyttämiseksi. Tämän tarkastelun tärkeimpänä antina voidaan pitää tarkentuneita tietoja kanavien profiileista, eroista ja yhtäläisyyksistä, tietoja ohjelmiston alkuperämaitten jakautumisesta eri kanavien kesken sekä parhaan katseluajan vaikutuksesta kanavien profiileihin.

Ensilähetykset ja uusinnat

Edellisvuosista poiketen vuoden 2011 aineistosta ei tarkasteltu kanavakohtaisesti ensilähetykset- ja uusintatietoja, koska tv-kanavat ilmoittavat nämä tiedot toisistaan poikkeavin tavoin. Sen sijaan ensilähetyksiä ja uusintoja tarkasteltiin erillisen vuodelta 2012 kerätyn aineiston pohjalta. Lisäksi haastateltiin kanavien edustajia.

Ensiesityksiä oli otosviikolla 11/2012 yhteensä 51 prosenttia ohjelmista. TV-yhtiöt perustelevat ohjelmien uusintaa taloudellisista ja palvelullisista syistä. TV-ohjelmien teko ja esittäminen on kallista, joten ohjelmat kannattaa esittää useampaan kertaan jos katsojamäärät ovat riittäviä. Lisäksi uusinnalla halutaan taata kaikille mahdollisuus

ohjelman katsomiseen. Uusimispäätökseen vaikuttavat TV-yhtiöiden mukaan myös katsojien toiveet, kilpailutilanne, ohjelmien ikäraajat sekä vuodenaika.

Parhaaseen katseluaikaan (18:00–23:00) uusintojen osuus oli huomattavasti pienempi kuin muulloin. Vain noin 30 prosenttia parhaan katseluajan ohjelmista oli otosviikolla uusintoja ja vain kahdella kanavalla yli puolet ohjelmista oli prime time -aikaan uusintoja.

Eniten uusintoja esiintyi asia-, palvelu- ja *lifestyle*- sekä viihdeohjelma- ja ulkomaisen fiktion luokissa. Sen sijaan uutis-, ajankohtais- ja urheiluohjelmat olivat yli 80 prosenttisesti ensiesityksiä.

Netti-TV nähdään TV-yhtiöissä merkittävänä osana nykyistä ja tulevaisuuden TV-tarjontaa. Otosviikon ohjelmista netti-TV-palveluihin siirtyi lähes 70 prosenttia. Elokuvia siirtyi netti-TV:een kaikkein vähiten eli alle 10 prosenttia ja lastenohjelmista vain reilut 30 prosenttia. Sen sijaan valtaosa kaikkien muiden ohjelmaluokkien ohjelmista siirtyi verkkoon. Kulttuuri-, palvelu- ja harraste- sekä ajankohtaisohjelmista jopa yli 80 prosenttia siirtyi verkkoon.

Verkkotarjonnan ulkopuolelle jäi kotimaisista ohjelmista huomattavasti pienempi osuus kuin ulkomaisista. Kotimaisten ohjelmien nettikatseluaika oli keskimäärin ulkomaisten ohjelmien katseluaikaa pidempi.

Sammanfattning

I den här utredningen granskas följande tolv nationella, fritt tillgängliga kanaler: TV1, TV2, FST5, Teema, MTV3, Sub, Nelonen, JIM, Liv, SuomiTV, The Voice och TV5. Kanalerna har för utbudets del granskats såväl som helhet som kanalvis. Public service-kanalerna har dessutom granskats som en egen helhet. För tredje gången har vi kunnat använda programuppgifter för hela året som vi har fått från Finnpanel Oy. När det gäller prime time och bl.a. programmets ursprung har vi ändå varit tvungna att använda fem sampelveckor (veckorna 8, 16, 32, 41 och 50). Också programklassificeringen har förnyats under flera år och därför är resultaten inte direkt jämförbara med de tidigare årens rapporter. Vid uppgörandet av den här rapporten kompletterades klassificeringen av ursprungsländerna med följande kategorier: Flera länder, Kanada, Australien och Nya Zeeland. När det gäller repriser och förstasändningar har ett separat material samlats in för år 2012.

När det gäller fritt tillgängliga kanaler skedde det sådana förändringar under åren 2010 och 2011 som har inverkan på uppgifterna i den här rapporten. Nelonen Sport lades ner år 2010. År 2011 erbjöd kanalen Nelonen Pro sportprogram, men eftersom den är avgiftsbelagd ingår den inte i den här rapporten. TV5 och The Voice sände sina program på samma kanal t.o.m. 31.3.2011 och fr.o.m. 1.4.2011 på varsin kanal. Också det försvårar jämförelsen med tidigare år för dessa kanalers del.

Utredningen stöder kommunikationspolitiskt beslutsfattande genom att ge en allmän bild av det tv-utbud finländarna erbjuds och hur mångsidigt det är. Med hjälp av rapporten kan man jämföra Rundradions utbud med de tv-kanaler som har koncession. Rapporten är ändå inte avsedd att vara ett övervakningsinstrument.

Det totala utbudet

Trots förändringarna på kanalfältet har det inte skett några synliga förändringar i de granskade kanalernas totala utbud jämfört med uppgifterna i rapporten för 2010.

År 2011 sände de tolv tv-kanalerna i genomsnitt 1 199 timmar per vecka, dvs. över 171 programtimmar per dygn. Kanalernas egentliga program och övriga utbud (t.ex. text-tv-nyheter, chattar och mobilspel) utgjorde totalt över 1 750 veckotimmar, dvs. över 250 timmar per dag. Såväl det egentliga programutbudet som det övriga utbudet som kompletterar basutbudet ökade något från året innan.

De största enskilda programklasserna 2011 var fakta- (inklusive kulturprogram) och underhållningsprogram. Faktaprogrammen utgjorde 35 procent. Underhållningens andel var 23 procent och den utländska fiktionen utgjorde nästan en femtedel av det totala utbudet.

Sportens andel av det totala utbudet föll från fem procent till två procent. Det berodde framför allt på att kanalen Nelonen Sport ändrades till avgiftsbelagd under namnet Nelonen Pro. De övriga klassernas andel stannade klart under en tiondel: film (8 %), aktualitetsprogram (4 %), barnprogram (4 %), nyhetsprogram (3 %), inhemsk fiktion (2 %) och utbildningsprogram (1 %).

Precis som år 2010 var drygt en tredjedel av programutbudet faktabetonade program och drygt hälften underhållningsbetonade. Det riktiga utbudet av musikvideor på The Voice inverkade på samma sätt som i fjol på underhållningens andel. År 2011 var 40 procent av de tolv kanalernas sammanlagda program producerade i Finland, vilket är en procentenhet mer än året innan. De största inhemska programklasserna 2011 var underhållning (40 %) och faktaprogram (27 %).

Under de senaste tre åren har man kunnat se en klar sjunkande trend i barnprogrammets andel av programutbudet. År 2011 var barnprogrammets andel samma fyra procent av det totala utbudet som året innan, då den hade sjunkit med fyra procentenheter från år 2009. Klart mest barnprogram sändes år 2011 på Rundradions kanaler: Hela 62 procent av barnprogrammen visades på YLE:s kanaler (50 % året innan). SuomiTV sände år 2010 17 procent av allt barnprogramsutbud, år 2011 hade dess andel sjunkit till fyra procent. MTV3 och Nelonen stod för 15 procent var, medan Subs andel sjönk till 3 procent.

Kanaljämförelse

De tolv kanaler som granskas i rapporten representerar såväl traditionella kanaler med ett brett utbud som specialiserade tema- eller målgruppskanaler. Inom kanalfamiljerna finns det en klar arbetsfördelning mellan kanalerna. Det är en trend som har noterats redan i tidigare rapporter, och inom bolagen får också kanalerna olika programbetoningar. En detaljerad, kanalvis beskrivning finns i kapitel 3.

TV1:s utbud har inte förändrats nämnvärt från året innan. Det har skett en del förändringar under en femårig översiktsperiod. Förändringarna beror sannolikt i hög grad på YLE:s sätt att profilera sina kanaler tydligare och fördela olika programklasser på olika kanaler. Utbildnings- och barnprogrammen finns inte längre alls i kanalens utbud. Också för faktaprogrammens del kan man se en uppåtgående trend.

TV1:s utbud har inte förändrats nämnvärt från året innan. De största förändringarna är att faktaprogrammen och underhållningen har minskat en aning. På längre sikt kan man se en klar trend när det gäller inhemsk och utländsk fiktion: det har skett en ökning under de senaste fem åren.

I FST5:s programutbud ökade andelen faktaprogram med sex procentenheter från året innan till 41 procent. Nästan en femtedel av FST5:s utbud var barnprogram.

Förändringarna i Teemas profil syns i att utbildningsprogrammen har minskat avsevärt under de senaste fem åren. Också underhållningens andel har minskat. Faktaprogram, utländsk fiktion och film har ökat sina andelar. År 2011 ökade faktaprogrammens andel jämfört med året innan med 14 procentenheter till 67 procent.

Det skedde inte några stora förändringar i MTV3:s profil jämfört med året innan. Faktaprogrammens nedgång på fem procent kompensades med en liten ökning i underhållning, nyheter, film och barnprogram. Också strukturen för programmets ursprung var rätt oförändrad, dvs. de inhemska programmets andel stannade något under 50 procent.

På Sub har den största förändringen skett i att de underhållningsbetonade programmen har ökat. Det beror på att såväl underhållningsprogram och utländsk fiktion som film och sport har ökat sina andelar. De nordamerikanska programmets andel sjönk märkbart och den inhemska produktionens andel sjönk något. Den europeiska produktionens andel ökade för sin del med nästan 10 procentenheter.

Precis som året innan ökade andelen faktaprogram i Nelonens utbud, nu med sju procentenheter. Nelonens faktaprogram domineras av infotainment samt service- och lifestyle-program. Underhållningsprogrammets andel sjönk för sin del med 12 procentenheter från året innan.

I JIM:s utbud var den största klassen precis som året innan faktaprogram, som utgjorde nästan tre fjärdedelar av hela utbudet. Av faktaprogrammen är största delen traditionella faktaprogram, som precis som på Nelonen domineras av infotainment.

Livs utbud baseras i hög grad på faktaprogram, av vilka största delen var service- och lifestyle-program. Också kanalens näst största programklass, underhållningen, fokuserade i hög grad på mat och inredning, men programmen inkluderade till skillnad från lifestyle-programmen ett tävlingsmoment.

De största förändringarna för TV5 och The Voice år 2011 var att de skiljdes åt till egna kanalplatser 1.4.2011. The Voice är nu klart en musikkanal, av vars program 97 procent är underhållningsprogram.

Underhållningens övertag har minskat klart i TV5:s programutbud då Voice flyttat till sin egen kanalplats. Nästan en fjärdedel av kanalens totala programutbud var faktaprogram. Under bästa tittartid var 46 procent av utbudet film.

SuomiTV, som inledde sina sändningar i december 2009 – och som nu har avslutat sin verksamhet – hade svårigheter att upprätthålla en kontinuerlig sändningsverksamhet 2011. Därför minskade den genomsnittliga programtiden per vecka avsevärt. Underhållningens andel av SuomiTV:s programutbud ökade på barnprogrammets och faktaprogrammens bekostnad.

Faktaprogram

Faktaprogrammen har fortsatt sin växande trend, men betydligt måttligare än tidigare. Faktaprogrammen utgjorde år 2011 35 procent av programmen, dvs. en procentenhet mer än året innan. Sedan år 2007 har faktaprogrammens andel ändå ökat med hela 16 procentenheter.

Allt som allt dominerades de faktabetonade programmen av traditionella faktaprogram (49 %) och service- och lifestyle-program (43 %). De traditionella faktaprogrammens andel ökades av olika reality-program som följer med olika yrkesgrupper eller arbetsplatser, till exempel Matkaoppaat (Guiderna) och Pelastushelikopteri (Räddningshelikoptern). År 2011 visade man på olika kanaler hela 50 olika dokumentärserier, som följde med olika yrkesgrupper. Allmänt taget har infotainment befast sin ställning i synnerhet i de kommersiella kanalernas utbud och på det sättet ökat faktaprogrammens andel av det totala utbudet.

Den tredje underklassen i faktaprogrammen utgörs av kulturprogram, som inte utgör mer än 8 procent av faktaprogrammen.

År 2011 producerades hela 32 procent av faktaprogrammen på de granskade kanalerna i Nordamerika. Andelen inhemska program var ändå nästan lika stor, cirka 31 procent av faktaprogrammen. Av kulturprogrammen var största delen inhemska, av de traditionella faktaprogrammen en tredjedel och av service- och lifestyle-programmen en dryg femtedel. Mest inhemska faktaprogram sände MTV3, TV2 och TV1.

Public service

Rundradion med fyra tv-kanaler (TV1, TV2, FST5, Teema) erbjöd alltså som helhet ett mycket täckande och rätt inhemskt programutbud. De faktabetonade programmets andel ökade med tre procentenheter till 56 procent och de underhållningsbetonade programmets andel sjönk för sin del från 41 till 37 procent när det gäller hela utbudet. Mest ökade andelen fakta på kanalerna FST5 och Yle Teema, där ökningen från år 2007 till 2011 var mer än 10 procentenheter. Den mest underhållningsbetonade kanalen var nu TV2. Ändå sjönk också de underhållningsbetonade programmets andel på TV2 något. Mest märkbar var minskningen av underhållningsbetonade program på YLE Teema, där deras andel år 2011 sjönk med ungefär 10 procentenheter från med året innan.

YLE:s utbud täckte alla programklasser, men också år 2011 steg två programklasser klart förbi de övriga. Faktaprogrammens andel var 38 procent av hela utbudet och den utländska fiktionen var den näst största klassen med en andel på nästan en femtedel. Aktualitetsprogrammets andel förblev densamma, dvs. en tiondel av hela utbudet. Alla de övriga programklasserna stannade under tio procent. Prime time ökar filmens, nyheternas, den inhemska fiktionens och underhållningens andelar och man kan också se en liten ökning i sport och faktaprogram.

År 2011 ökade andelen inhemska program med en procentenhet till 50 procent. Också de övriga nordiska ländernas andel ökade med en procentenhet medan det övriga europeiska utbudets andel fortsatte sin nedgång med fyra procentenheter. Under prime time var ursprungsandelerna närmast oförändrade. Andelen program producerade i Finland, Norden och Nordamerika ökade något medan andelen program producerade i övriga Europa minskade med ungefär två procentenheter.

Mångsidighet

Det finländska tv-utbudets mångsidighet och koncentration har utvecklats måttligt. Under översiktsperioden 2008–2011 har TV2 och MTV3 fortsatt vara de mest mångsidiga allmänna kanalerna när det gäller utbudet. De övriga kanalernas mångsidighet har sakta minskat eller bibehållits. Programutbudet på public service-kanalerna har varit mycket mångsidigt under hela översiktsperioden. Koncentrationen av programutbudet har som väntat ökat något jämfört med året innan. Enligt mätarna kan det finländska tv-utbudet som helhet anses vara koncentrerat, det vill säga att vissa programtyper dominerar de tillbudsstämmande programmen, men utbudet rymmer trots det flera temakanaler och mångsidiga allmänna kanaler.

För rapporten insamlades siffror och material så att åren 2008–2011 utgör en period som möjliggör bra jämförelser. Mångsidigheten och koncentrationen mättes precis som tidigare år med hjälp av relativ entropi och index som beskriver koncentrationen på mediemarknaden.

Mätarna kompletterades med en multivariat analys, där kanalerna jämförs sinsemellan vad gäller programtyper och programmets ursprungsländer. Avsikten med den här delen var att fördjupa tolkningen av mångsidighetssiffrorna genom att fråga på vilket sätt kanalerna skiljer sig från varandra för programtypernas och ursprungsländernas del och hur profileringen är relaterad till mångsidigheten. I den del som jämförts med multivariat analys har hela klassificeringen med 12 programtyper inkluderats, men den har inte använts t.ex. vid beräkningen av mångsidighetssiffrorna för att bibehålla jämförbarheten. Det viktigaste resultatet av granskningen var noggrannare information om kanalernas profiler, skillnader och likheter, information om fördelningen av programmets ursprungsländer mellan olika kanaler samt vilken inverkan prime time har på kanalprofilerna.

Förstasändningar och reprisar

Jämfört med tidigare år granskas materialet för år 2011 inte kanalvis för förstasändningar och reprisar, eftersom kanalerna har olika praxis att informera om dem. Däremot granskades förstasändningarna och repriserna utgående från ett material som samlades in separat år 2012. Dessutom intervjuades representanter för de olika kanalerna.

Förstasändningarna utgjorde under översiktsveckan 11/2012 totalt 51 procent av programmen. Tv-bolagen motiverar repriserna med ekonomiska orsaker och serviceorsaker. Det är dyrt att producera och sända tv-program, så det lönar sig att

sända programmen flera gånger om tittarna är tillräckligt många. Dessutom vill man med repriserna garantera alla möjlighet att se programmen. Besluten påverkas enligt tv-bolagen också av tittarnas önskemål, konkurrenssituationen, programmens åldersgränser och årstider.

Under prime time (18.00–23.00) är andelen repris avsevärt mindre än under andra tider. Bara ungefär 30 procent av prime time-programmen var under översiktsveckan repris och på bara två av kanalerna var över hälften av prime time-programmen repris.

Flest repris förekom inom fakta-, service- och lifestyle-program samt underhållningsprogram och utländsk fiktion. Däremot var över 80 procent av nyhets-, aktualitets- och sportprogrammen första sändningar.

Webb-tv ses inom tv-bolagen som en betydande del av dagens och framtidens tv-utbud. Nästan 70 procent av översiktsveckans program överfördes till tv-tjänster på webben. Allra minst förs filmer över till webb-tv, dvs. mindre än 10 procent, och av barnprogrammen bara dryga 30 procent. Däremot läggs största delen av programmen i de övriga programklasserna ut på webben. Av kultur-, service-, hobby- och aktualitetsprogrammen förs till och med över 80 procent in på webben.

En betydligt mindre andel av de inhemska programmen lämnades utanför webb-tv än de utländska, och i genomsnitt visades de inhemska programmen längre på webben än de utländska programmen.

English Summary 2011

This overview examines 12 Finnish nation-wide, free-to-air television channels of the digital terrestrial network. The public service offered 4 channels: full-service channels TV1, TV2 and FST5 (a channel for Swedish-speaking minority); as well as specialized channel Teema (emphasis on culture, education and science). The commercial channels were the full-service channels MTV3 and Nelonen, Sub (entertainment and fiction oriented), JIM (focused on hobbies, reality and documents), Liv (lifestyle), The Voice and TV Viisi (music videos, other entertainment-oriented programming), as well as SuomiTV (a family channel). The focus of analysis has been both in overall supply as well as in channel profiles. In addition, public service programming has been examined as its own entity.

The basic data, acquired from the Finnish TV meter company *Finnpanel*, covers the entire year 2011. However, analyses on prime time supply and the origin of programming are based on sample weeks (weeks 8, 16, 32, 41, and 50 of 2011). Reruns have been examined based on a sample week in 2011. The results are not directly comparable to those of the previous Finnish Television Supply reports due to some changes in genre classification in previous years. This year, the classification of the country of origin has been changed, to include "several countries", Canada, Australia and New Zealand.

Also, several changes occurred in 2010 and 2011 that have had an impact in the data at hand. Nelonen Sport, a former free-to-air sports channel, ceased to exist. Also TV5 and The Voice offered their programming on one channel until April 2011, after that in two separate channels.

This report is intended to support media policy making by offering an overall outlook on the Finnish television output and its diversity, including some possibilities for comparisons between the public service television and its commercial counterparts. However, the report is not a formal instrument of regulatory monitoring of television markets in Finland.

Overall Supply

Despite of the changes in the Finnish television landscape in 2011 (see below), the overall television supply did not undergo dramatic transformations.

In 2011, the total programme supply of Finland's twelve nation-wide channels amounted to 1 199 hours per week, equaling some 171 hours per day. Regular programming, coupled with additional programming (e.g., so called TV chats and games as well as teleshopping), amounted to over 1 750 hours per week, or 250 hours per day. Both the actual programming and additional programming had increased somewhat from 2010 to 2011.

The largest programme categories in 2011 were factual programmes (including cultural programming) and entertainment. Factual programmes amounted to 35 % of the total output. Entertainment comprised 23 % and foreign fiction almost 20 % of total supply.

The share of a traditionally large programme category, sports, decreased notably, from 5 % in 2010 to 2 % in 2011. This is greatly due to the sports channel, Nelonen Sport, that had transformed from a free-to-air to a pay channel called Nelonen Pro. The shares of the other programme types remained relatively low: Movies accounted for 8 %, current affairs programmes for 4 %, children's programmes for 4 %, news for 3 %, domestic fiction for 2 %, and educational programmes merely for 1 % of total output.

As in the previous year, also in 2011 over one third of all programme supply consisted of

factual, and one half of entertainment-oriented programming. The vast supply of music videos, by the channel The Voice, contributed significantly to the share of total entertainment programming in Finland.

In 2011, some 40 % of the total output was of domestic origin. The largest domestic programme categories were entertainment (40 %) and factual programmes (27 %).

The share of children's programming has shown a decline in the past three previous years. In 2011, children's programmes amounted to some 4 % of total output, exactly as in 2010 in 2011. As in previous years, the public service YLE provided a significant amount of children's programming (50 % of total children's programme supply in 2010; 62 % in 2011). Suomi-TV's share diminished from 17 % of children's programmes in 2010 to 4 % in 2011. The output of MTV3, Sub and Nelonen amounted to approximately 15 % each, and Sub children's programming comprised 3 % of the total supply in this category.

Comparison Between Channels

The Finnish television system depicted in this overview consists both of generalist and of channels that are specialized thematically or by viewer segments. They engage in a distinct division of labour. As noted in Finnish Television Supply reports of the past several years, channel profiling is becoming more pronounced, both within the system and within television companies (see Chapter 3).

The public service channel TV1 has not changed its offerings since 2010, but has streamlined its profile in the past five years. This is mostly due to the public service broadcaster YLE's general channel profiling, resulting in different genres designated to different channels. In the past years, the role of factual programmes, has increased in the programming palette of TV1. In contrast, there is a decline in the share of current affairs programming in the channel's output. Educational and children's programmes are no longer included in the channel profile of TV1.

Another public service channel, TV2, has changed from 2010 to 2011 very little. The minor shifts pertain to a slight decrease of factual programming and entertainment. On the other hand, one can observe a trend of increase in the share of domestic and foreign fiction.

The Swedish-language public service channel FST5 has increased its output of factual programming somewhat, by 6 percentage points from 2010 to 2011. Almost one-fifth of its profile consisted of children's programmes.

The public service channel Teema has over the past years diminished its educational programming significantly. Also, the share of entertainment has decreased in its supply. In contrast, factual programmes, foreign fiction, and feature films have gained more prominence in the channel's profile. In 2011, Teema offered 14 percentage points more factual programming than in 2010.

The profile of the commercial channel MTV3 has not changed significantly since 2010. Factual programmes showed a slight decrease, while entertainment, news, films, and children's programmes showed an equal increase in the channel's total output. The channel seems to have established its profile also in terms of the origin of programming. In 2011, domestic programming amounted to slightly less than 50 % of its total output.

Sub, the youth-oriented sister channel of MTV3, has increased its offerings of entertainment-oriented programming with entertainment, foreign fiction, films, and sports programming. The changes in the channel's profile also include a significant

decline in North American programming, a slight decrease of domestic production, but a notable increase in European productions.

As in 2010, also in 2011 Nelonen, the commercial competitor of MTV3, shows a significant increase of factual programming. Its factual profile mainly includes infotainment, and service and lifestyle programming. The share of entertainment has, in contrast, declined significantly, 12 percentage points, from 2010 to 2011.

Nelonen Media's other channel, JIM, relatively narrow in its profile, built its profile on factual programmes (three fourth of its output) – most of that programming being factual entertainment.

Another Nelonen Media channel, Liv, is defined by the broadcast company as a lifestyle channel directed towards the female audience. Most of the Liv's programmes are factual programmes; namely service and lifestyle programmes. The second largest programme group is entertainment programmes, but that category, too included reality-type competitions that had to do with food, interior design and decoration, and so on.

The most obvious, and significant, change in the profiles of TV5 and The Voice was the separation of the two into two channels. The Voice is now a music channel, with some 97 % of entertainment-oriented programming. In contrast, TV5 offers a significant amount of factual programming (almost one fourth of its total output); however, its prime time includes a significant share, 46 %, of feature films.

SuomiTV started its programming in December 2009 – and has already shut down its operations. In 2011, it struggled to offer content; hence, its supply diminished throughout the year. The share of entertainment increased during that time in the channel's profile, while the shares of children's and factual programmes diminished somewhat.

Factual Programmes in Focus

The broad genre of factual programmes has increased its share in the overall Finnish TV supply steadily and significantly, although more modestly than in previous years. In 2011, it comprised 35 % of total supply. From 2007 to 2011, factual programming has increased 16 percentage points.

Factual programming consisted mainly of traditional factual programmes (49 %) and lifestyle programmes (43 %). The former subgenre includes many reality-type shows that depicted a profession (in 2011, a total of 50 different titles), and these kinds of shows were a staple typical to commercial channels.

Almost one third of all factual programmes originated from North America – and almost an equal share of them were domestic productions. Most cultural programmes, one third of traditional factual programming, and one fifth of lifestyle programming were of domestic origin. The largest shares of domestic factual programmes could be found in the channels MTV3, TV2, and TV1.

Public Service Television (YLE)

The programme supply of the four channels of the Finnish public service television YLE (TV1, TV2, FST5, Teema) offered in 2011 a broad array of programme types, with a significant supply of domestic programming.

YLE's programming profile changed slightly from 2010 to 2011: The share of information and factually-oriented programming increased from 53 % in 2010 to 56 % in 2011, and

the share of entertainment-oriented programming decreased from 41 % to 37 %. The increase of factually-oriented programming was most notable in FST5 and YLE Teema channels, amounting to some ten percentage points from 2007 to 2011. The largest share of entertainment-oriented programming was offered by TV2 (although the channel, too, had decreased entertainment genres in its profile). In terms of individual channels, the most significant decrease in entertainment-oriented programming could be found in YLE Teema's profile, amounting to a decrease of ten percentage points from 2010 to 2011.

YLE as a whole offers full-service programming, but two programme categories stood out in its supply in 2011: Factual programmes amounted to 38 % of all programming, and foreign fiction to one fifth of YLE's total supply. In 2011, the share of current affairs comprised some 10 % of the output, as also in the previous year. All other genres amounted each to less and one tenth of the total supply. Prime time caused an increase in the shares of film, news, factual programmes, sports, domestic fiction, and entertainment in YLE's overall programming profile. In 2011, half of YLE's programming consisted of domestic productions. Other Nordic programming increased slightly, but other European programming continued to decline, by 4 percentage points from 2010 to 2011. Prime time brought no major changes to the country of origin in YLE's output. Domestic, Nordic, and North American productions increased their share, while the share of European programmes decreased somewhat.

Diversity

The quantitative diversity of Finnish television supply was in this report examined by two different metrics, used also in previous reports. The Relative Entropy Index was used to analyze diversity in individual channels. In addition, the Herfindahl–Hirschman Index (HHI) is used to depict concentration of overall supply, that is, whether certain programme types dominate the output.

This report also compared individual channels by 12 programme types and their countries of origin, through a multi-variable analysis. The goal was to highlight channel profiling and division of labour between channels, in total supply and in prime time.

In terms of diversity analysis, the trend in years 2008-11 is that TV2 and MTV3 have maintained their positions as the most diverse channels, whereas other channels' output has either slowly narrowed or remained unchanged. YLE's public service supply has remained very diverse during the whole reference period.

The analysis of programme concentration, measured by HHI, indicates that Finnish television output has narrowed down somewhat in the past years. As a whole, the Finnish television system is relatively concentrated, yet includes full-service channels and an array of different thematic channels.

Reruns

Unlike previous *Finnish Television Supply* studies, this report did not include information on first runs and reruns based on the channels' own data. The examination of reruns was, instead, based on a sample week in 2012 (week 11). The reason for this was that different channels and broadcasters have differing criteria for monitoring reruns. The sample week thus allowed for a more unified data. In addition, the programming data was coupled by interviews of programming directors in different channels.

First runs comprised of 51 % of the total output in the sample week in 2012. During prime time, first runs were much more common and the share of reruns was much

smaller, only 30 %. Only in two channels, the prime time supply included more than 50 % of reruns. The most reruns could be found in factual, service programming, entertainment and foreign fiction. In contrast, first runs comprised 80 % of news, current affairs, and sports programmes.

Programming directors see reruns important due to several factors. Cost-effectiveness of programme production is one key aspect, as is the aim to serve audiences by offering several screenings of a programme, or responding to audiences' requests. Other factors include the season (e.g., summer), the age-limit (rating) of a programme, and simply the competitive market situation.

The idea of reruns will naturally shift when Internet TV (online streaming) becomes a more prominent mode of viewing. Finnish TV channels view Internet TV supply as a significant part of their output. During the sample week some 70 % of programmes were offered online, although this different by genre. Only 10 % of feature films could be seen online, whereas over 80 % of cultural, service, and current affairs programmes were offered via Internet TV. Also, domestic productions were likely to be available longer for online streaming than foreign productions.

Johdanto

Käsillä oleva selvitys kuvaa suomalaista vapaasti saatavilla olevaa televisiotarjontaa vuonna 2011. Raportti on järjestyksessään 12. televisiotarjonnan yleistä ja kanavakohtaista rakentumista sekä monipuolisuutta käsittelevä vuosittainen selvitys. Raportissa tarkastellaan vuonna 2011 maanpäällisessä verkossa vapaasti saatavilla olleiden kahdentoista kanavan tarjonta: TV1, TV2, FST5, Teema, MTV3, Sub, Nelonen, JIM, Liv, The Voice, TV5 ja SuomiTV. Vuoden 2010 raportissa The Voicea ja TV5:tä tarkasteltiin yhtenä kanavana, sillä ne jakoivat saman kanavapaikan. Tässä raportissa näitä tarkastellaan kahtena erillisenä kanavana, sillä 1.4.2011 ne erkanivat eri kanavapaikolle. Maksutelevisiokanavat eivät ole mukana raportissa. Vaikka niiden mukanaoloa voitaisiin pitää perusteltuna varsinkin tv-yhtiöiden kokonaistarjonnan näkökulmasta, kuluttajien ja kansalaisten näkökulmasta on perusteltua rajata tarkastelu vain vapaasti saatavilla olevien kanavien tarjontaan.

Raportin tarkoitus on tukea viestintäpoliittista päätöksentekoa luomalla yleiskuva suomalaisille tarjolla olevasta televisio-ohjelmistosta ja sen monipuolisuudesta. Se antaa eväitä suhteuttaa Yleisradion tarjontaa toimiluvanvaraiseen televisiokenttään. Liikenne- ja viestintäministeriö seuraa raporttien avulla, miten televisiotarjonnan kokonaisuudelta edellytetty monipuolisuus toteutuu käytännössä. Raportti hyödyttää myös alan toimijoita antamalla kokonaiskuvan tv-tarjonnasta.

Tämä raportti jatkaa edellisvuosien tv-tarjontaraporttien mallia. Toteutustapa on pitkälle sama kuin vuoden 2010 raportissa. Aineistona on toiminut kokonaisuohjelmatarjonnan osalta koko vuoden aineisto ja muiden tarkasteltavien kysymysten osalta viiden otosviikon aineisto. Ohjelmaluokituksena on käytössä vuodesta 2009 lähtien ns. Finnpanel-luokitus. Vuodesta 2009 lähtien on tehty vertailua vuosien kolmen aiemman vuoden kokonaisuaineistoon, joten vuoden 2011 tuloksia on ollut kohtalaisen helppo verrata edellisvuosien aineistoihin. Edellisvuosista poiketen vuoden 2011 aineistosta ei tarkasteltu kanavakohtaisesti ensilähetys- ja uusintatietoja, koska tv-kanavat ilmoittavat nämä tiedot toisistaan poikkeavin tavoin. Sen sijaan ensilähetyksiä ja uusintoja tarkasteltiin erillisen vuodelta 2012 kerätyn aineiston pohjalta.

Ensimmäisessä luvussa esitetään lyhyt yleiskatsaus tv-vuodesta 2011. Siinä käydään läpi tv-kentän suurimmat muutokset ja tarkastellaan myös katselun kehitystä. Kokonaistarjonta esitetään luvussa 2 ja ohjelmatarjonta kanavittain luvussa 3. Luvussa 4 käsitellään julkisen palvelun kanavien kokonaisuutta. Luku 5 keskittyy monipuolisuuteen ja luvussa 6 tarkastellaan tarkemmin asia-, kulttuuri- ja *lifestyle*-ohjelmaluokan tarjontaa. Luvussa 7 tarkastellaan ensilähetyksiä ja uusintoja, sekä sitä miten ohjelmat siirtyvät Netti-TV-palveluihin.

Hankkeen toteutuksesta on vastannut Helsingin yliopiston Viestinnän tutkimuskeskus CRC. Projektin koordinaattorina on toiminut suunnittelija MA Pauliina Shilongo. Analyysistä ja lukujen 2-4 ja 6 kirjoittamisesta ovat vastuussa VTK Aino Koskenniemi ja Pauliina Shilongo. Luvun 1 on kirjoittanut VTT Minna Aslama, luvun 5 on kirjoittanut VTM Petro Poutanen ja luvun 7 on kirjoittanut Aino Koskenniemi. Aineiston koodauksesta vastasi Aino Koskenniemi. Yhteenvedon käännökseen ruotsiksi on tehnyt VTM Jaana Hagelberg ja englanniksi Minna Aslama. Hankkeen tieteellisenä johtajana on toiminut professori Hannu Nieminen.

Aineistot ja menetelmä

Raportti kattaa vapaasti saatavilla olevien kahdentoista valtakunnallisen kanavan TV1:n, TV2:n, FST5:n, Teeman, MTV3:n, Subin, Nelosen, JIM:n, Livin, TV5:n, The Voicen ja SuomiTV:n tarjonnan.

Aineistojen raportointi ei perustu ohjelmanimikkeiden määrään vaan lähetykseen. Tulokset esitetään useimmiten joko prosenttiosuuksina tai viikoittaisina tuntimäärinä. Aineisto kertoo siitä, millainen ohjelmatarjonta on katsojien kannalta; millaiset ohjelmat saavat eniten tilaa lähetysvirrassa. Tämä on yleinen käytäntö ohjelmistotutkimuksissa. Kuulutuksiin, mainoksiin yms. käytettyä aikaa sen sijaan ei ole laskettu mukaan.

Tutkimuksen aineistot koostuvat viime vuoden tapaan sekä koko vuoden kattavasta kokonaisaineistosta että viiden viikon otoksesta. Otoksena toimivat viikot 8, 16, 32, 41 ja 50, joiden aikana ei ollut suuria urheilukilpailuja tai muita normaalia tv-tarjontaa vinouttavia tapahtumia. Otos on välttämätön, sillä kokonaisaineisto ei sisällä esimerkiksi tietoja ohjelmien alkuperästä. Viiden viikon otos on yhtäältä riittävä antamaan luotettavan kuvan ohjelmiston luonteesta ja toisaalta työekonomisesti riittävän pieni työmäärän pitämiseksi hallittavana. Aineistot perustuvat Finnpanel Oy:n tv-mittaritutkimusta varten tv-yhtiöiltä saamiin lähetyspäiväkirjoihin. Koska kanavien itsensä tekemä ohjelmaluokitus on joidenkin kanavien kohdalla puutteellinen, ohjelmat on luokiteltu viiden otosviikon osalta uudelleen. Tietoja on myös tarkistettu ja täydennetty myös muista käytettävissä olevista lähteistä, kuten lehtien tv-ohjelmatedoista ja kanavien verkkosivustoilta. Yleisradion kanavia sekä MTV3:a ja Subia koskevia ohjelmätietoja saatiin myös suoraan yhtiöltä.

Kokonaisaineisto on tilattu Finnpanelilta ja se pitää sisällään kanavakohtaiset tiedot ohjelmaluokkien tarjonnasta prosenttiosuuksina ja minuuttimäärinä. Tätä aineistoa on hyödynnetty luvun 2 taulukossa 2.1.1 *Viikoittainen ohjelma-aika kanavittain* sekä luvun 5 monipuolisuuslaskelmissa. Muut lukujen 2-4 ja luvun 6 taulukot, kuvaajat ja tiedot perustuvat viiden viikon otokseen.

Vuoden 2011 tietojen lisäksi käsitellään tietoja vuosilta 2007, 2008, 2009 ja 2010, jotta jonkinlaista pidemmän aikavälin tarkastelua pystyttäisiin tekemään. Tiedot vuosilta 2007–2010 eivät ole suoraan vertailukelpoisia keskenään, koska luokitusrunkoa ja koodauskriteerejä on vuosien varrella uudistettu. Lisäksi vuosien 2007 ja 2008 kaikki tiedot eivät olleet työryhmän käytössä.

Raportissa on ohjelmaluokituksen osalta ollut kolmatta kertaa kertaa käytössä ns. Finnpanel-luokitus, jossa varsinaisia ohjelmaluokkia on 11:¹

UUTI	uutiset
AJAN	ajankohtaisohjelmat
ASIA	asia/kulttuuri/palvelu- ja <i>lifestyle</i> -ohjelmat
OPET	opetusohjelmat
KFIK	kotimainen fiktio
UFIK	ulkomainen fiktio
ELOK	elokuvat
VIIH	viihde/kevyt musiikki
URHE	urheiluohjelmat

¹ Aiemmissa raporteissa käytetyssä luokituksessa oli 13 ohjelmaluokkaa. Vuoden 2009 alussa Finnpanel otti käyttöön populaarikulttuuri-luokan. Käytännössä kuitenkin vain YLE on ottanut luokan käyttöönsä ja senkin kanavista lähinnä Teema. Populaarikulttuuri-luokkaa on jätetty pois tämän raportin tarkastelusta ja ohjelmat liitetty osaksi kulttuuriohjelmien tarjontaa, eli asiaohjelmaluokkaan.

LAST lastenohjelmat
MUUT muut ohjelmat

Asiaohjelmat luokiteltiin kolmeen erilliseen alakategoriaan - asia/kulttuuri/*lifestyle*- ja palveluohjelmat - ja niitä tarkastellaan lähemmin luvussa 6. Luokittelurunko ja -kriteerit on esitelty liitteessä 1.

Muutoksena aiempiin raportteihin on alkuperämaan luokittelun tarkkuus. Alkuperämaa on kahdessa edellisessä raportissa koodattu viiteen eri ryhmään: Suomi, Pohjoismaat, muu Eurooppa, Pohjois-Amerikka ja muu maailma. Tätä raporttia varten alkuperämaan luokitukseen lisättiin kategoria Useat maat, johon koodattiin usean maan yhteistuotannot. Yhteistuotannot, jotka olivat esimerkiksi valtaosin amerikkalaisia, on aiemmin koodattu yleisesti luokkaan Pohjois-Amerikka. Nyt nämä tuotannot kuuluvat siis luokkaan Useat maat. Luokitukseen lisättiin myös Kanada, Australia ja Uusi-Seelanti. Jotta vertailtavuus edellisvuoden tulosten kanssa säilyisi, on sekä luvun 2 kokonaistarjontaa käsittelevissä taulukoissa että luvun 3 kanavakohtaisissa taulukoissa käytetty edellisvuoden tapaan viiden ryhmän luokittelua. Kanada ja USA laskettiin yhteen kategoriaan Pohjois-Amerikka, ja Australia, Uusi-Seelanti sekä yhteistuotannot laskettiin mukaan kategoriaan Muu maailma.

TV-yhtiöiden tapa määritellä ensilähetykset ja uusinnat vaihtelee suuresti, joten kanavien ensiesityksiä ja uusintoja koskevat tiedot eivät ole edellisten vuosien raporteissa olleet kaikilta osin vertailukelpoisia keskenään. Tämän vuoksi vuoden 2010 raportissa uusintoja ja ensilähetyksiä koskevia tietoja tulkittiin hyvin varovaisesti, ja vuoden 2011 raporttiin päätettiin ottaa käyttöön uusi lähestymistapa ensilähetysten ja uusintojen tarkasteluun. Tässä raportissa ei kanavakohtaisissa profiileissa ole ensilähetyksiä ja uusintoja käsitelty lainkaan. Sen sijaan luvussa 7 käsitellään aihetta oman erikseen kerätyn ja käsitellyn aineiston tarkastelun kautta. Aineistot ja menetelmät on esitelty luvun 7 alussa.

Vuoden 2009 raportissa oli selvitetty formaatti-ohjelmat, mutta formaattitietojen saaminen tv-yhtiöiltä tai niiden löytäminen ohjelmatiedoista on ollut liki mahdotonta, joten formaattitieto jouduttiin jättämään pois jo vuoden 2010 raportista.

1. Yleiskatsaus Tv-vuoteen 2011

Tässä luvussa kuvataan lyhyesti vuoden 2011 suomalaista televisiomaisemaa käymällä läpi niin lainsäädännössä, toimialan rakenteessa kuin television katselussa tapahtuneita muutoksia. Näin luku tarjoaa taustan, jota vasten jäljempänä raportissa tarkasteltua ohjelmatarjontaa on hyvä peilata.

1.1 Laitekanta

Vuonna 2011 osapuilleen 90 prosenttia suomalaisista kotitalouksista omisti television ja 38: prosentilla oli vähintään kaksi vastaanotinta. Televisiottomien talouksien osuus on täten pysynyt osapuilleen samana kuin vuosina 2009 ja 2010.² Miltei puolet suomalaisista kotitalouksista on kaapeliverkossa tai vastaanottaa lähetykset satelliitilla, 42 prosenttia tavallisella antennilla. Suomalaiset ovat myös satsanneet televisioteknologiaan: puolella kotitalouksista on teräväpiirtotelevisio ja jopa 80:llä prosentilla litteä televisio.³

Maksu-tv oli edellisvuosina kasvanut melko maltillisesti, mutta sen asema vahvistui selvästi vuonna 2011. Maksu-tv-talouksia tuli yli satatuhatta lisää, toisin sanoen osapuilleen joka kolmas tv-talous tilasi maksullisia palveluja. Samoin netti-tv:n käyttö kasvaa perinteisen television katselun ohessa. Puolessa kaikista suomalaisista kotitalouksista katsotaan kotimaisten tv-yhtiöiden netti-tv:stä kokonaisia ohjelmia ainakin joskus – joka kuudennessa kotitaloudessa viikoittain.⁴

1.2 Toimialakenttä

Digitaalinen teknologia leimaa suomalaisen tv-kentän kehitystä monin tavoin. Se on ensinnäkin mahdollistanut kanavien määrän lisäämisen. Tämä näkyi vuoden 2010 aikana tehdyissä toimilupapäätöksissä (ks. esim. Suomalainen tv-tarjonta 2010) ja sama trendi jatkuu vuonna 2011. Uusia kanavia - ja varsinkin teräpiirtokanavia - tulee koko ajan lisää. DNA:lle myönnettiin VHF/T2-verkkotoimilupa. Lisäksi HD-lähetykset alkoivat Anvian ja DNA:n maanpäällisissä verkoissa.

Vuonna 2011 teknologian kehitys näkyi toimialakentässä myös mm. Valtioneuvoston päätöksessä muuttaa Digitan mobiili-tv-verkkotoimiluvan teknologia vanhentuneesta DVB-H:sta nykyaikaiseen DVB-T2:een. Samoin kehitys on mahdollistanut MTV3:n uuden alueellisen mainosjärjestelmän.⁵

Lisäksi teräväpiirtoteknologian yleistymisen on herättänyt keskustelua Yleisradion roolista HD-palvelun tarjoajana. Yhtäältä on pohdittu Ylen mahdollista etulyöntiasemaa suomalaisilla mediemarkkinoilla. Toisaalta, koska palvelu ei olisi Ylen muiden kanavien tapaan vapaasti saatavilla, on keskusteltu myös sen eriarvoistavasta luonteesta: palvelun saamisen edellytyksenä olisi näet sopimus jakelijan eli palveluoperaattorin kanssa (Nieminen 2011). Kilpailutilanteesta tehty selvitys (Borenius & Kempainen 2011) kuitenkin toteaa, että "Yleisradion teräväpiirtokanavalla ei ole suoria kilpailua rajoittavia vaikutuksia" ja että "mahdolliset epäsuorat vaikutukset on estettävissä siten, että Yleisradion jakeluehdot eivät sido palveluoperaattoreita kohtuuttoman pitkällä

² <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/tvta loudet/2010/kaikki.html> (luettu 30.4. 2012).

³ <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedote.php?id=138> (luettu 30.4.2012).

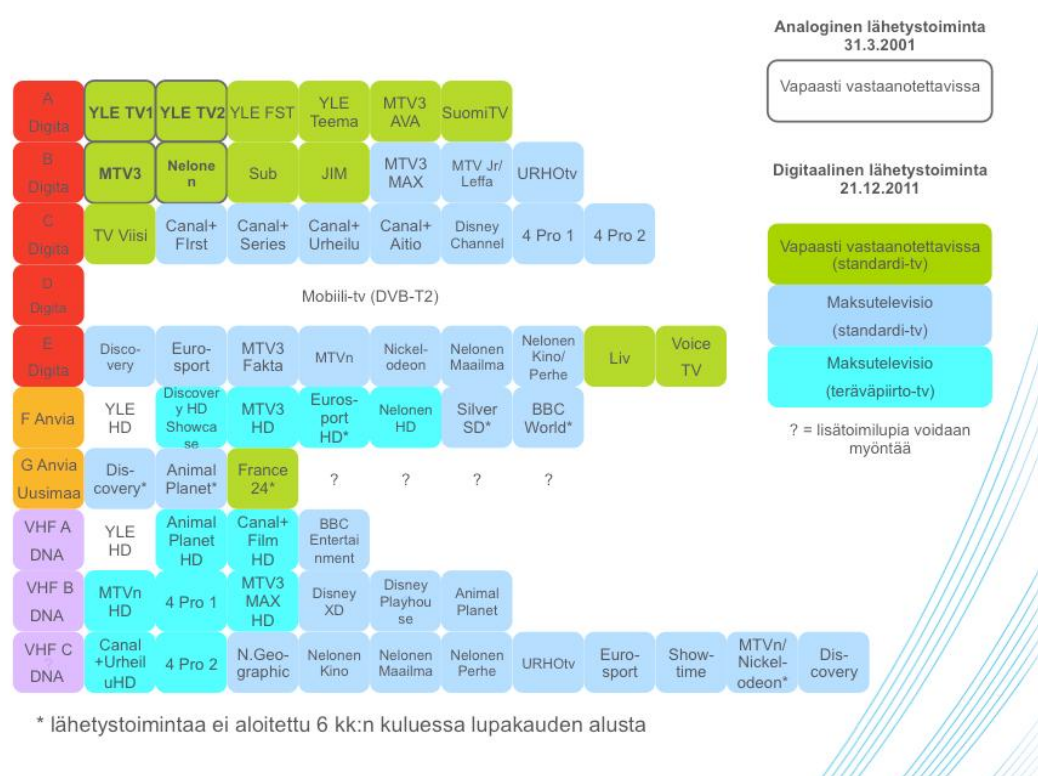
⁴ <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedote.php?id=138> (luettu 30.4.2012).

⁵ http://www.digita.fi/kuluttajat/tv/vastaanottotavat/digi-tv_n_kehitysvaiheet (luettu 30.4. 2012).

jakeluvetoilla” (emt., 3). Yleisradion hallintoneuvosto päättikin maaliskuussa 2011, että Yle voi aloittaa säännölliset teräväpiirtolähetykset. Palvelumalli arvioidaan uudelleen vuonna 2016 (Nieminen 2011).

Kuvio 1.2.1 esittää tilanteen vuoden 2011 lopussa. Siinä havainnollistuu suomalaisen tv-kentän kasvu neljästä vapaasti saatavilla olevasta kanavasta vuonna 2001 vuoden 2011 kanavapaljouteen (14 vapaasti vastaanotettavaa kanavaa, 34 standardi-maksu-tv-kanavaa ja 11 maksullista teräväpiirtokanavaa). Siinä näkyvät myös Yle:n teräväpiirtokanaville varatut kanavapaikat.

Kuvio 1.2.1 Vapaasti saatavilla olevat ja maksulliset kanavat 2011 kanavanipuittain



Lähde: Liikenne- ja viestintäministeriö

Kanavanippujen väestöpeittoprosentit ovat seuraavat:⁶

Digita A = 99,9 %

Digita B = 99,9 %

Digita C = 78 - 90,4 % (alueellisia variaatioita)

Digita E = 95 %

Anvia F = 60 %

Anvia G = pääkaupunkiseutu (tarkkaa peittoprosenttia ei saatavilla)

DNA VHF A, VHF B ja VHF C = 57 %

⁶Ks. <http://www.digita.fi/kuluttajat/tv/nakyyvyysalueet>,

<http://www.anvia.fi/fi-FI/Yrityksille/Televisio/AntemiTV/Sivut/N%C3%A4kyvyysalueet.aspx>,
(luettu 31.5.2012).

Samaa perhettä olevat TV5 ja The Voice TV erkanivat omille kanavapaikoilleen 1. huhtikuuta 2011. Muutoksen myötä The Voice TV palasi takaisin 24h-musiikkikanavaksi. Uuden kanavapaikan myötä The Voice TV siirtyi niin kutsuttuun E-kanavanippuun ja TV5 pysyy C-kanavanipussa.⁷

Vuoden 2011 merkittävin toimialaa koskeva kehitys lienee kuitenkin päätös Yleisradion rahoitusmuodon muuttamisesta tv-maksusta nk. Yle-veroksi. Kansanedustaja Mika Lintilän johtaman parlamentaarisen työryhmän selvitys Yleisradion tehtävästä, rahoituksesta ja hallinnosta vuodelta 2009 (ks. Lintilä & Tunturi 2009) ei johtanut päätöksiin vielä vuonna 2010 ja viestintäministeri Suvi Lindén siirsi asian ratkaisun yli kevään 2011 vaalien seuraavalle hallitukselle.

Joulukuussa 2011 valtioneuvosto tekikin periaatepäätöksen Yleisradion uudesta rahoitusmallista ja huhtikuussa 2012 eduskunta sai esitykset Ylen rahoitusuudistusta koskeviksi laeiksi. Lait tulevat voimaan vuoden 2013 alusta.

Suurin uudistus on, että Yleisradion julkisen palvelun kustannukset katetaan tulevaisuudessa yleisradioverolla. Vero on 0,68 prosenttia verovelvollisen henkilön ansio- ja pääomatulojen yhteismäärästä. Yleisradiovero otetaan huomioon ennakonpidätysprosentissa tuloverojen tapaan. Vero ei koske alle 18-vuotiaita. Hallituksen esityksen mukaan myös yli 400.000 euroa liikevaihdon yritykset maksavat liikevaihtoon suhteutettua Yle-veroa. Vuonna 2012 televisiomaksut peritään kuten tähänkin saakka, mutta vuonna 2013 Yle-veroa aletaan kerätä verotuksen yhteydessä.

Ylen rahoitus ei sinänsä tule olemaan osa valtiontaloutta, vaan verovarot ohjataan valtion televisio- ja radiorahastoon, josta siirretään laissa säädetty summa Ylelle vuosittain. Rahastoa hallinnoi Viestintävirasto yhteistyössä Valtiokonttorin kanssa.

Lisäksi Yleisradion hallintoneuvosto saa uusia valvontatehtäviä: sen tulee arvioida ennakkoon Ylen suunnittelemaat merkittävät uudet palvelut. Rahoitusta ja valvontaa koskevien uudistusten lisäksi julkisen palvelun sisältöä täsmennetään "vastaamaan nykyaikaa"⁸, mutta julkisen palvelun määrittely ei sinänsä muutu (Yle-uudistus 2011).

1.3 Muutoksia katselussa

Televisio on keskeinen osa suomalaisten arkea. Vuonna 2011 tv:n keskimääräinen katseluaika oli kaksi tuntia ja 58 minuuttia vuorokaudessa, täsmälleen saman verran kuin vuotta aiemmin. Maailmanlaajuisessa vertailussa suomalaiset sijoittuvat kuitenkin keskiarvon alapuolelle: globaali keskimääräinen katseluaika on kolme tuntia ja 16 minuuttia vuorokaudessa. Televisio näyttää Internetin voittokulusta huolimatta pitävän pintansa kaikkialla maailmassa. Koko maailman keskimääräinen katseluaika on lisääntynyt on viime vuosikymmenenä yli 20 minuutilla vuorokaudessa. Erityisesti Aasiassa televisiota katsotaan selvästi enemmän kuin vuosikymmen sitten, mutta myös Ranskassa ja Italiassa katselun kasvu on ollut runsasta, myös viime vuosina.⁹

Kuten kuvio 1.3.1 osoittaa, myös Suomessa television äärellä vietetään selvästi enemmän aikaa kuin 10–15 vuotta sitten. Suomalaisten tv-katselu lisääntyi vuosittuhannen vaihteeseen saakka, jonka jälkeen se pysyi muutaman vuoden ajan tasaisena. Viime vuosina katselu on noussut aiempaa korkeammalle tasolle muttei ole käytännössä muuttunut sitten vuoden 2008. Kasvua selittää osaltaan lisääntynyt kanava-

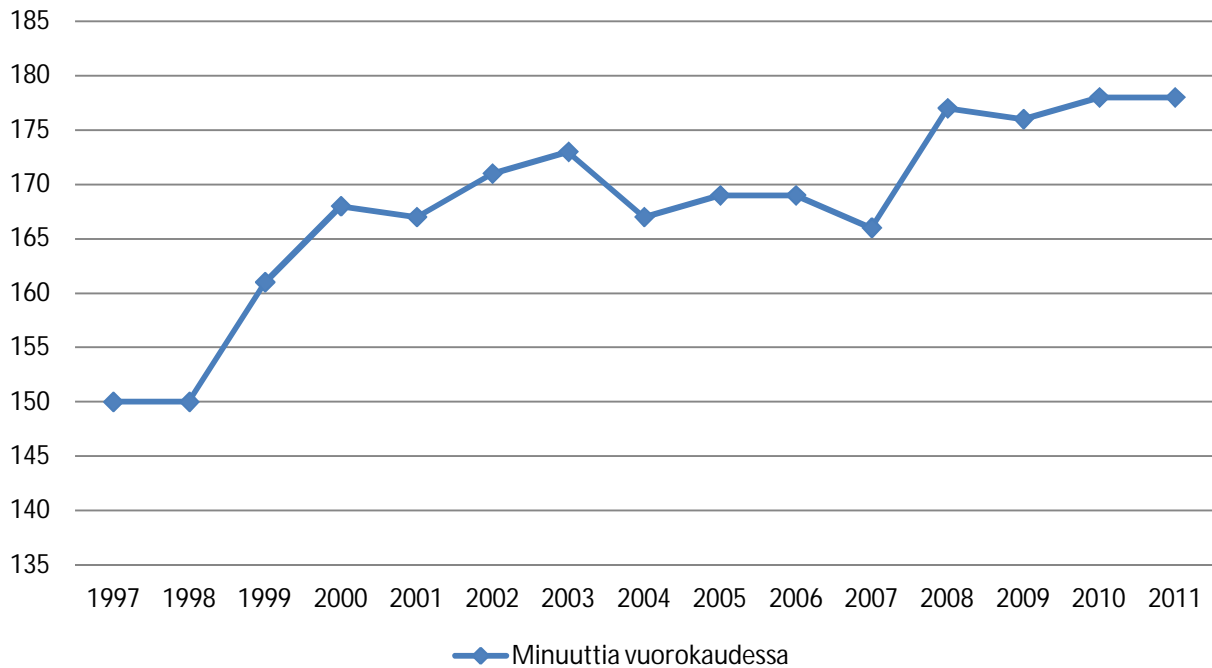
⁷ <http://www.voice.fi/ohjelmat> (luettu 31.5.2011)

⁸ <http://www.lvm.fi/yle-vero> (luettu 30.4. 2012).

⁹ <http://www.rapidtvnews.com/index.php/2012032220805/worldwide-tv-daily-viewing-rises-20-minutes-in-ten-years.html> (luettu 30.4.2012).

ja ohjelmatarjonta. Toinen selitys on muuttunut mittaustapa, joka on vuodesta 2008 alkaen ottanut huomioon myös siirretyn katselun, ts. esimerkiksi digisovittimelle tallennettujen ohjelmien katselun. Tosin suurin osa suomalaisesta tv:n katselusta tapahtuu edelleenkin reaaliajassa (Finnpanel 2012). Mittaukseen sisältyy kuitenkin myös nk. vieraskatselu, joka osaltaan saattaa vaikuttaa kokonaiskatselun kasvuun (ks. myös Suomalainen tv-tarjonta 2009 -raportti, Lehtinen 2010).

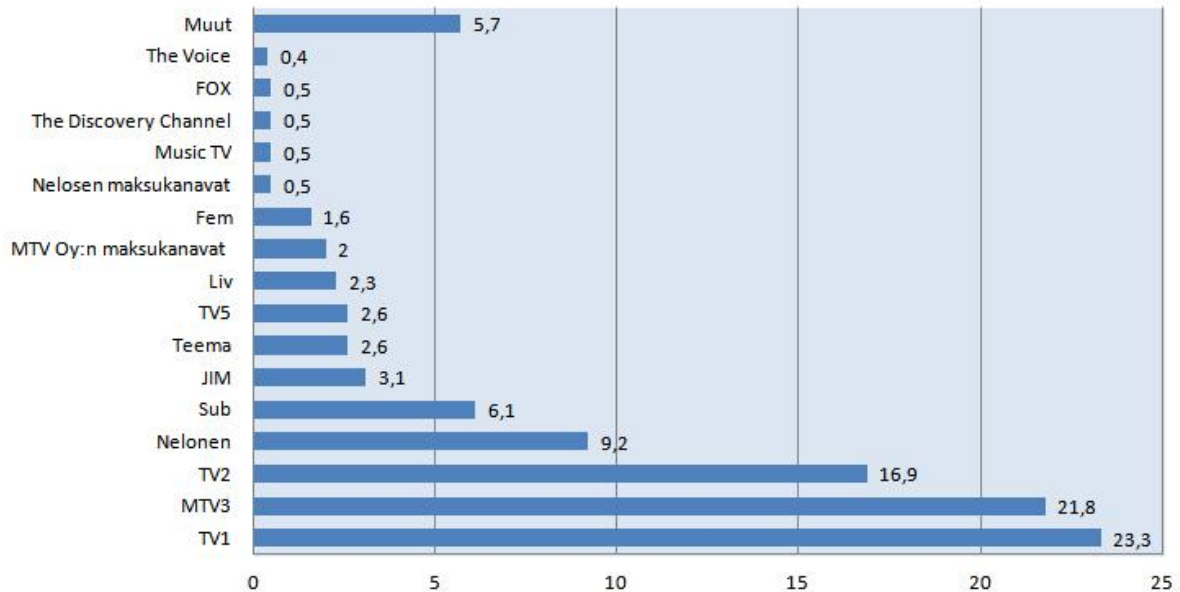
Kuvio 1.3.1. Televisionkatselun kehitys 1997–2011



Lähde: Finnpanel

Kuvio 1.3.2 havainnollistaa eri kanavien osuuksia kokonaiskatselusta. Perinteisillä tv-yhtiöillä ja kanavilla (Yleisradio, MTV Oy, Nelonen Media) on edelleen valta-asema suomalaisilla tv-markkinoilla. Julkisen palvelun rooli on merkittävä: TV1 oli vuonna 2011 katsotuin kanava – vaikkakin MTV3 ja TV1 kilpailevat edelleen jokseenkin tasapäisesti katsotuin kanavan tittelistä. Ylen kanavat muodostivat edellisvuoden tapaan yhteensä osapuilleen 45 prosenttia koko katselusta. Kun mukaan luetaan kaupallisten yhtiöiden maksukanavat, MTV Oy:n osuus oli noin kolmekymmentä prosenttia, Nelonen Median viisitoista prosenttia kokonaiskatselusta. Näiden kanavien ja yhtiöiden katseluosuudet eivät käytännössä olleet muuttuneet edellisvuodesta lainkaan.

Kuvio 1.3.2. Suomalaisen televisiokanavien katseluosuudet 2011 (%)



Lähde: Finnpanel

Maksu-tv:n rooli suomalaisessa tv-maisemassa kasvaa. Vuonna 2011 jo joka kolmas tv-talous tilasi maksullisia kanavia.¹⁰ Maksukanavien ohjelmistot saivat yhteensä noin seitsemän prosenttia koko katseluajasta.

Suomalaisten suosikkiohjelmat ovat säilyneet perinteisinä. *Itsenäisyyspäivän vastaanotto* (TV1) oli myös vuoden 2011 suosituin ohjelma ja kokosi yli kaksi miljoonaa suomalaista ruudun ääreen, kuten myös TV1:n itsenäisyyspäivän uutislähetys. Myös jääkiekon Ruotsi-Suomi –ottelu (TV2) rikkoi kahden miljoonan katsojan rajan. Kärkikymmenikköön mahtui lisäksi mm. kaksi muuta urheilutapahtumaa, eduskuntavaalien tulosilta (TV1) sekä viihdeohjelmat *Putous* ja *Idols* (MTV3) ja Eurovision finaali (TV2) (Finnpanel 2012).

Televisionkatselu on saanut uusia muotoja. Digiboksin tallennekatselun ohella tietokoneet ja kännykät muuttavat katselun olemusta. Esimerkiksi Yhdysvalloissa tallennekatselu kasvoi vuodesta 2008 loppuvuoteen 2011 yli 65 prosenttia ja videosisältöjen mobiilikatselu huikautti 206 prosenttia.¹¹ Samoin televisionkatseluun yhdistyy samanaikaisesti muun median, erityisesti kännyköiden käyttö.¹² Suomessa valtaosa tv-ohjelmien katselusta tapahtuu perinteisen vastaanottimen kautta, mutta viidennes väestöstä katselee viikoittain tv-ohjelmia tietokoneella. Lisäksi jopa puolessa kaikista suomalaisista kotitalouksista katsotaan kotimaisten tv-yhtiöiden netti-TV:stä kokonaisia ohjelmia ainakin joskus – ja kuten Finnpanel Oy:n (2012) tilastointi osoittaa, trendi näyttää olevan kasvussa.¹³ Toisaalta mobiilikatselu on vielä vähäistä. Vain kaksi prosenttia väestöstä katselee viikoittain TV-ohjelmia puhelimella ja vielä harvempi käyttää tablettia tv:n katseluun (Finnpanel 2012).

¹⁰ <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedote.php?id=138> (luettu 30.4. 2012).

¹¹ <http://techcrunch.com/2012/02/09/nielsen-cord-cutting-and-internet-tv-viewing-on-the-rise/> (luettu 30.4. 2012).

¹² http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/cross-platform-report-americans-watching-more-tv-mobile-and-web-video/ (luettu 30.4. 2012).

¹³ <http://www.finnpanel.fi/tulokset/nettitv/kk/kaynnistyksset> (luettu 30.4. 2012).

2. Yleiskatsaus ohjelmatarjontaan

Tässä luvussa annetaan yleiskuva suomalaisen televisiojärjestelmän kokonaistarjonnasta. Luvussa 2.1 esitetään kahdentoista tässä raportissa tarkasteltavana olevan kanavan ohjelma-ajat, jotka muodostavat kokonaiskuvan suomalaisen tv-tarjonnan laajuudesta. Luvussa verrataan *parhaan katseluajan tarjontaa kokonaistarjontaan* sekä *ohjelmiston alkuperämaita*. Kotimaiseen tarjontaan paneudutaan tarkemmin ja lopuksi kuvataan vielä erikseen lastenohjelmia osana suomalaista tv-tarjontaa.

Maksuttomien kanavien kentällä tapahtui vuosien 2010 ja 2011 aikana muutoksia, joilla on vaikutusta tämän raportin tietoihin. Vuonna 2010 lakkautettu Nelonen Sport oli vuonna 2010 osa Nelonen Mediaa. Urheiluohjelmia tarjosi kaudella 2011 Nelonen Pro -kanava, joka maksullisena ei kuulu tämän raportin piiriin. TV5 ja The Voice lähettivät ohjelmiaan 31.3.2011 asti yhdeltä kanavalta ja 1.4.2011 lähtien omilta kanaviltaan. Tämä hankaloittaa osittain vertailua edellisiin vuosiin näiden kanavien kohdalla.

2.1 Ohjelma-aika

Vuonna 2011 tutkimuksessa mukana olevien kahdentoista tv-kanavan ohjelmatarjonta oli keskimäärin 1 199 viikkotuntia, eli yli 171 ohjelmatuntia vuorokaudessa. Tarjonta on lisääntynyt viime vuodesta vain kolmella viikkotunnilla – yli sadan viikkotunnin vuosittaisen kasvun trendi, jota on raportoitu edellisvuosina, näyttää siis olevan hiipumassa. Lukuun ei sisälly kanavien muu tarjonta, kuten uutisikkunat, chatit ja mobiilipelit. Kahdentoista kanavan ohjelma- ja muu tarjonta yhteensä oli noin 1 758 viikkotuntia eli yli 250 tuntia päivittäin.

Taulukko 2.1.1 esittää tarjonnan määrän kanavittain. Vuoden 2011 lukujen vertailukelpoisuutta edellisiin vuosiin hankaloittavat TV5:n ja The Voicen erkaneminen omiksi kanavikseen 1.4.2011, sekä katkos SuomiTV:n lähetyksissä 30.5.–14.8.2011, jolloin kanava lähetti ohjelmaa vain 3 tuntia päivässä¹⁴.

Eniten varsinaista ohjelmatarjontaa oli TV5:llä, jonka luvussa näkyvät myös tammi-maaliskuun aikana lähetetyt The Voice -kanavan ohjelmat. Vastaavasti The Voicen raportoitu ohjelma-aika kattaa vain osan vuodesta, eli ajan huhtikuun alusta, jolloin kanava siirtyi omalle kanavapaikalleen, vuoden loppuun. Kolmen loppuvuoden otosviikon keskiarvon mukaan ohjelmatarjontaa oli Voicella noin 168 tuntia viikossa, eli reilusti eniten kaikista kanavista. TV Viidellä taas oli kolmen otosviikon keskiarvon mukaan 126 tuntia varsinaista ohjelmatarjontaa viikossa.

Muista kanavista eniten ohjelmaa viikoittain lähettivät TV2, MTV3 ja TV1. Ohjelmatarjonta TV1:llä oli vuonna 2010 vähentynyt kaksi tuntia edellisestä vuodesta, kun taas vuonna 2011 se jälleen nousi kaksi tuntia ja oli nyt 118 viikkotuntia. TV2 oli tarjonnan määrässä yhä TV1:n edellä.

MTV3 lähetti ohjelmia yhä 17 tuntia vuorokaudessa, vaikka sen viikoittainen ohjelmatarjonta hieman väheni vuodesta 2010. Nelonen taas kasvatti ohjelmatarjontaansa kahdeksalla tunnilla viikossa ja lähetti vuonna 2011 myös miltei 17 tuntia ohjelmaa vuorokaudessa.

¹⁴ <http://fi.wikipedia.org/wiki/SuomiTV>, sekä Finnpanel, Paula Viitalan sähköposti. Vastaanotettu 16.3.2012

JIM:n ohjelmatarjonta on kasvanut tasaisesti: vuodesta 2009 yhteensä 19 tunnilla viikossa, kun taas Teeman ja Subin ohjelmatarjonta on vähentynyt vuodesta 2009 (Teemalla viisi tuntia ja Subilla yhdeksän tuntia viikossa).

SuomiTV:n ohjelmatarjonta väheni radikaalisti edellisvuoden 72 viikotunnista 35 tuntiin viikossa. Yllä mainittu katkos lähetyksissä vaikuttaa lukuun (otosviikkojen 8 ja 16 keskimääräinen ohjelmatarjonta oli 44 tuntia viikossa, kun taas otosviikolla 32 ohjelmatarjontaa oli 23 tuntia). Seuraavaksi vähiten varsinaisia ohjelmia tarjosi FST5 (60 viikotuntia). Kaiken kaikkiaan kanavien yhteenlaskettu ohjelmatarjonta lisääntyi hieman mutta ei mitenkään huomattavasti.

Taulukko 2.1.1

Viikottainen ohjelma-aika kanavittain (h/vko) 2009 - 2011

	2009	2010	2011
TV1	118	116	118
TV2	120	121	121
FST5	58	65	60
Teema	81	78	76
MTV3	117	122	119
Sub	104	103	95
Nelonen	107	108	116
JIM	83	95	102
Liv	-	100	106
TV5*		159	147
The Voice*	-	-	106
SuomiTV	-	72	35
Yht.	1046	1179	1199

*TV5 ja The Voice erkanivat omiksi kanavikseen 1.4.2011.

Varsinainen ohjelmatarjonta ja muu tarjonta

Vaikka raportti keskittyy kanavien varsinaiseen ohjelmatarjontaan, taulukko 2.1.2 osoittaa, että The Voicea ja SuomiTV:tä lukuun ottamatta kaikki kanavat lähettävät runsaasti myös muita tv-palveluja: pelejä, chatteja sekä uutis- ja ostospalveluja.

Selvästi eniten muuta kuin varsinaista ohjelmatarjontaa löytyi YLE Teeman ohjelmistosta: 88 tuntia viikossa eli yli 12 tuntia vuorokaudessa. Lähes koko Teeman muu tarjonta koostui *Teematiedosta*. Edellisvuodesta poiketen, jolloin FST5 ei lähettänyt muuta ohjelmistoa varsinaisen ohjelmatarjontansa lisäksi (vain 1 tunti viikossa), vuonna 2011 se lähetti muuta ohjelmaa, lähinnä Textnytt uutisikkunaa, 74 tuntia viikossa eli yli 10 tuntia vuorokaudessa.

Kaupallisista kanavista eniten muuta ohjelmatarjontaa esittivät Sub, JIM ja Liv. Kuten edellisvuosina, nytkin suurin osa Subin muusta tarjonnasta koostui chat-ohjelmista, joita näytettiin kanavalla erityisesti yö- ja aamuaikaan. JIM:n muu tarjonta koostui lähinnä peleistä ja ostos-tv:stä. MTV3:n muu kuin varsinainen ohjelmatarjonta koostui puolestaan lähinnä erilaisista peleistä ja chateista. TV2:n muu tarjonta piti sisällään enimmäkseen pelejä ja *Uutisikkunan* ja TV1:n muutaman jumalanpalveluksen lisäksi ainoastaan *Uutisikkunan*. Nelosen muu tarjonta koostui lähinnä ostos-tv:stä ja peleistä.

Raja varsinaisen ohjelmatarjonnasta ja muun tarjonnasta välillä on häilyvä. Kiintoisaa on, että esimerkiksi Sub on itse määritellyt juonnetut pelit varsinaiseksi ohjelmatarjonnaksi ja ohjelmatyypiltään viihteeksi. Kuitenkin *Ostos-tv:n* kanava sijoittaa muuhun

tarjontaan, vaikka sekin tyyllillisesti muistuttaa varsinaisia ohjelmia. Syynä tähän on se, että Ostos-tv on myytyä kaupallista aikaa.

Taulukko 2.1.2

Muu tarjonta h/vko

	Muu tarjonta yhteensä	Uutiset	Pelit	Chatit	Ostos	Muu
TV1	47	43	-	-	-	3
TV2	44	35	9	-	-	0
YLE FST5	74	73	-	-	-	1
YLE TEEMA	88	-	-	-	-	88
MTV3	41	-	10	22	8	0
SUB	65	-	7	38	20	0
NELONEN	47	-	29	-	17	2
JIM	61	-	41	-	19	1
LIV	57	-	38	-	19	-
SUOMI TV	4	-	-	-	-	4
TV5	17	-	-	-	17	-
THE VOICE	6	-	-	-	6	-
Yht.	551	152	134	60	106	99

2.2 Kokonaistarjonta ja paras katseluaika

Kuviosta 2.2 selviää, että asia/kulttuuri/*lifestyle*-ohjelmat ja viihde/kevyt musiikki -ohjelmat¹⁵ olivat selvästi suurimmat ohjelmaluokat kaikkien kahdentoista kanavan yhteenlasketussa tarjonnassa vuonna 2011. Asiaohjelmien osuus oli 35 prosenttia (edellisvuonna 34 %) ja viihteen osuus 23 prosenttia koko tarjonnasta (edellisvuonna 20 %). Kolmanneksi suurimmaksi ohjelmaluokaksi nousi ulkomainen fiktio, jota tarjonnasta oli 18 prosenttia (edellisvuonna 19 %). Järjestys oli sama kuin edellisvuonna. Asiaohjelmien määrän jatkuvaa nousua selittävät uudet tosi-tv-tyyppiset asiaohjelmasarjat.

Suurimpia ohjelmaluokkia seurasi elokuvat kahdeksan prosentin osuudella. Urheilun osuus kaikkien kanavien kokonaistarjonnassa jäi kahteen prosenttiin, vuonna 2010 se vielä oli 11 prosenttia. Tämä selittyy Nelonen Sport kanavan siirtymisellä maksuttomista maksullisten kanavien joukkoon. Kaikkien muiden ohjelmaluokkien osuus jäi alle kymmenykseen. Ajankohtaisohjelmia tarjottiin viisi prosenttia, lastenohjelmia neljä prosenttia, uutisia kolme prosenttia, kotimaista fiktiota kaksi prosenttia ja opetusohjelmia prosentti.

Vuonna 2011 suomalainen tv-tarjonta koostui yli 40 prosentin osuudella faktapainotteisista ohjelmista ja yli 50 prosentin osuudella viihdepainotteisista ohjelmista.¹⁶

Paras katseluaika eli prime time

Illan paras katseluaika (*prime time*) on pyritty rajaamaan ajaksi, jolloin ruudun ääressä on keskimäärin vähintään miljoona katsojia. Tällä perusteella parhaan katseluajan ohjelmiksi on katsottu ohjelmat, jotka alkavat kello 18.00–23.00:n välillä.

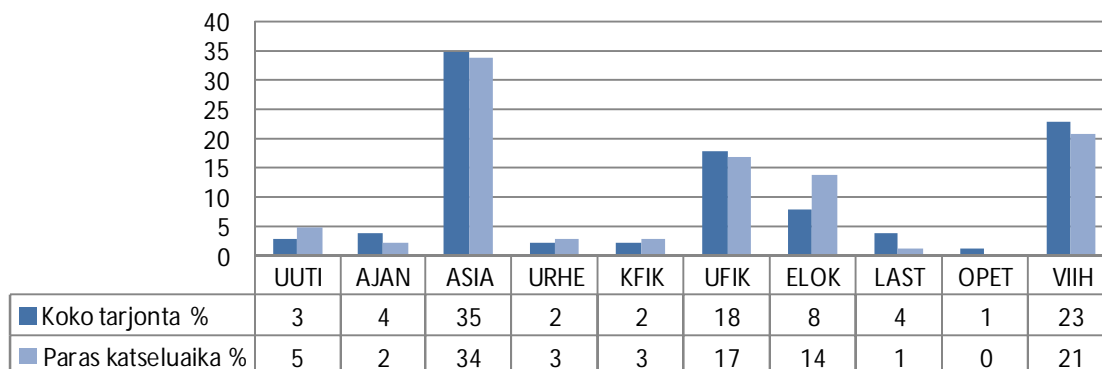
Illan televisiotarjonta näyttää kokonaisuudessaan hieman toisenlaiselta kuin koko vuorokauden tarjonta. Elokuvat ja uutiset korostuvat *prime time* -ohjelmistossa selkeästi kokonaistarjontaan verrattuna. Sen sijaan lastenohjelmat poistuivat ruudusta miltei täysin ja ajankohtaisohjelmienkin osuus väheni iltaisin selvästi. Kuviossa 2.2 vertaillaan kahdentoista kanavan yhteenlasketun kokonaistarjonnan ja parhaan katseluajan ohjelmaprofiileja. Kanavittain profiileja käsitellään tarkemmin luvussa 3.

¹⁵ Tästä eteenpäin tässä raportissa asia/kulttuuri/*lifestyle*-ohjelmista puhutaan jatkossa pelkästään asiaohjelmaluokkana ja viihde/kevyt musiikki -ohjelmista taas pelkästään viihdeohjelmina.

¹⁶ Faktapainotteisia ohjelmatyyppejä ovat tässä uutiset, ajankohtaisohjelmat, asiaohjelmat, palvelu- ja harrasteohjelmat, opetusohjelmat sekä kulttuuriohjelmat. Viihdepainotteisia ohjelmia ovat urheilu, kotimainen fiktio, ulkomainen fiktio, elokuva ja viihde. Luokittelun ulkopuolelle jäävät lastenohjelmat ja muut ohjelmat.

Kuvio 2.2

Valtakunnallisten kanavien ohjelmatarjonta ohjelmatyypeittäin 2011 (%)



Julkisen palvelun (Ylen kanavat TV1, TV2, FST5 ja Teema) ja kaupallisten tarjoajien (MTV3, Sub, Nelonen, JIM, Liv, The Voice, TV5 ja SuomiTV) ohjelmatarjonnat eroavat kokonaisuuksina toisistaan.¹⁷ Kuten taulukosta 2.2.1 voidaan havaita, suurimmat erot Ylen kokonaistarjonnan ja kaupallisten kanavien kokonaistarjonnan välillä löytyvät faktapainotteisuudessa ja kotimaisuudessa. Jako näkyy myös edellisvuosien tilastoissa.

Taulukko 2.2.1

Julkisen palvelun ja kaupallisten tarjoajien ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	YLE	Kaupalliset	YLE	Kaupalliset
Faktapainotteisia ohjelmia	56	38	53	32
Viihdepainotteisia ohjelmia	37	60	45	67
Alkuperämaa:				
Suomi	50	35	51	35
Muut Pohjoismaat	10	2	11	3
Muu Eurooppa	24	16	22	14
Pohjois-Amerikka	9	40	11	41
Muut maat	7	7	5	7

Ylen tarjonnasta yli puolet on faktapainotteisia ohjelmia, kun taas kaupallisten tarjonnasta faktapainotteisten ohjelmien osuus on 38 prosenttia (vuonna 2010 osuus oli sama 38 %, mutta vuonna 2009 osuus oli 20 %). Viihdepainotteista ohjelmaa on kaupallisten kanavien tarjonnasta 60 prosenttia. Vielä vuonna 2009 näkyneet Ylen selvä faktapainotteisuuden ylivoima näyttäisi olevan vuoden 2010 ja 2011 tilastojen perusteella kapenemassa. Jo aiemmin todettu *reality*-tyyppisten asiaohjelmien lisääntyminen kaupallisilla kanavilla, joka havainnoitiin jo vuoden 2010 raportissa, selittää faktan ja viihteen tarjontaosuusien erojen kapenemista Ylen ja kaupallisten toimijoiden välillä vuoteen 2009 verrattuna¹⁸.

Taulukko 2.2.1 osoittaa, että kotimaisten ohjelmien osuudet kaupallisilla ja Ylen kanavilla ovat samansuuntaiset. Kuitenkin siinä missä kaupallisten kanavien tarjonnasta 40 prosenttia tulee Pohjois-Amerikasta, Ylen ohjelmisto sisältää 84 prosenttia eurooppalaista tarjontaa. Ylen ohjelmista tulee 60 prosenttia Suomesta ja muista Pohjoismaista. Kaupallisten kanavien ohjelmista tulee 18 prosenttia Suomesta ja muista Pohjoismaista. Toisin päin tarkasteltuna Ylen tarjonnasta vajaa kymmenes on pohjoisamerikkalaista

¹⁷ Pelkästään julkista palvelua tarkastellaan tässä raportissa vielä tarkemmin luvussa 4.

¹⁸ Asiaohjelmia tarkastellaan lähemmin luvussa 6.

alkuperää ja kaupallisten kanavien tarjonnasta 16 prosenttia eurooppalaista alkuperää. Kiinnostavasti sekä Yle että kaupalliset kanavat hankkivat kummatkin seitsemän prosenttia ohjelmistaan Euroopan ja Pohjois-Amerikan ulkopuolelta.

Ohjelmatyypit Yleisradiossa ja kaupallisilla kanavilla

Ohjelmaluokkien osalta tarjonta jakaantuu niin, että Ylen tarjonnasta 54 prosenttia on uutis-, ajankohtais- ja asiaohjelmia. Kaupallisilla kanavilla näistä ohjelmista koostuu tarjonnan 38 prosenttia. Taulukko 2.2.2 osoittaa, että sekä Ylen että kaupallisten kanavien selvästi suurimmat ohjelmaluokat ovat asiaohjelmat ja ulkomainen fiktiio.

Ylen tarjonnasta 38 prosenttia oli asiaohjelmia ja 19 prosenttia ulkomaista fiktiota. Muut ohjelmaluokat jäivät 10 prosenttiin (ajankohtaisohjelmat) tai sen alle. Kaupallisten kanavien kokonaistarjonnasta liki kolmannes oli viihdeohjelmia, 18 prosenttia ulkomaista fiktiota ja 34 prosenttia asiaohjelmia. Opetusohjelmia nähtiin ainoastaan Ylen kanavilla.

Parasta katseluaikaa vertailtaessa esiin nousee asiaohjelmien määrän kasvu Ylen kanavilla ja vastaavasti niiden lasku kaupallisilla kanavilla. Elokuvat korostuvat parhaaseen katseluaikaan sekä julkisen palvelun että kaupallisilla kanavilla. Ajankohtaisohjelmia ja lastenohjelmia lähetetään sekä Ylen että kaupallisilla kanavilla vähemmän parhaaseen katseluaikaan koko tarjontaan verrattaessa.

Taulukko 2.2.2

Julkisen palvelun ja kaupallisten tarjoajien ohjelmatarjonta kokonaisuutena ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	YLE	Kaupalliset	YLE	Kaupalliset
UUTI	6	2	8	3
AJAN	10	2	5	0
ASIA	38	34	40	29
URHE	4	2	5	3
KFIK	4	1	6	2
UFIK	19	18	18	17
ELOK	7	8	11	15
LAST	7	2	3	0
OPET	2	0	1	0
VIIH	3	31	5	30
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	369	824	143	272

2.3 Ohjelmat alkuperämaittain

Tätä raporttia varten alkuperämaan luokittukseen lisättiin kategoriat Useat maat (usean maan yhteistuotannot), Kanada, Australia ja Uusi-Seelanti. Jotta vertailtavuus edellisvuoden tulosten kanssa säilyisi, on osassa tämän luvun taulukoista sekä luvun 3 kanavakohtaisissa taulukoissa käytetty edellisvuoden tapaan viiden ryhmän luokittelua. Kanada ja USA laskettiin yhteen kategoriaan Pohjois-Amerikka, ja Australia ja Uusi-Seelanti sekä yhteistuotannot laskettiin mukaan kategoriaan muu maailma.

Taulukoissa 2.3.1 ja 2.3.2 tarkastellaan vapaiden kanavien ohjelmien alkuperämaita. Kaiken kaikkiaan 40 % kaikesta tarjonnasta on kotimaista (ks. taulukko 2.3.1), eurooppalaista (Suomi pois lukien) 23 prosenttia ja pohjoisamerikkalaista 31 prosenttia.

Taulukko 2.3.1

Kanavien ohjelmarakenne alkuperämaan mukaan 2011 (%)

	Suomi	Muut Pohjois-maat	Muu Eurooppa	Muu maailma	Useita maita	USA	Kanada	Australia	Uusi-Seelanti	Yht.
TV1	55	3	29	1	2	5	2	1	2	100
TV2	52	6	22	1	2	9	4	5	0	100
FST5	53	34	7	1	1	2	0	1	0	100
Teema	36	8	33	5	3	12	1	1	0	100
MTV3	47	0	13	2	4	33	1	0	0	100
Sub	13	1	31	0	2	54	0	0	0	100
Nelonen	21	2	7	0	8	54	6	2	1	100
JIM	19	3	14	1	0	54	2	8	0	100
Liv	11	3	33	0	2	36	10	5	1	100
TV5	28	5	12	0	6	41	2	3	1	100
The Voice	99	0	1	0	0	0	0	0	0	100
SuomiTV	30	2	27	0	2	27	5	4	2	100
Yht. (%)	40	5	18	1	3	28	3	2	1	100
Yht. h/vko	471	55	217	8	35	336	32	30	7	1192

Taulukosta 2.3.2 nähdään, että kotimaisesta ohjelmistosta enemmistö on viihdettä (40 %) ja asiaohjelmia (27 %). Noin joka kymmenes kotimainen ohjelma on ajankohtaisohjelma tai uutinen – muut luokat jäävät reilusti alle kymmenen prosentin. Muualta Pohjoismaista hankitaan eniten asiaohjelmia (63 %) ja fiktiota (10 %); nämä ovat suurimmat ohjelmaluokat myös pohjoismaiden ulkopuolelta tuotetusta eurooppalaisesta ohjelmistosta. USA:laisesta tarjonnasta valtaosa on asiaohjelmia (35 %) ja fiktiota (34 %), 13 prosenttia on viihdettä ja 16 prosenttia elokuvia. Kanadalaista ja uusiseelantilaista alkuperää olevista ohjelmista yli puolet on asiaohjelmia, joista suurin osa palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmia.

Taulukko 2.3.2

Ohjelmien alkuperä ohjelmaluokittain 2011 (%)

	Suomi	Muut Pohjoismaat	Muu Eurooppa	Muu maailma	Useita maita	USA	Kanada	Australia	Uusi Seelanti
UUTI	8	-	-	-	-	-	-	-	-
AJAN	11	-	-	-	-	-	-	-	-
ASIA	27	63	45	35	31	35	66	36	53
URHE	4	7	3	10	-	-	1	1	-
KFIK	5	-	-	-	-	-	-	-	-
UFIK	0	10	33	23	22	34	16	33	36
ELOK	2	4	4	3	46	16	1	1	-
LAST	3	6	4	17	9	3	9	1	6
OPET	1	1	-	5	-	-	-	-	-
VIIH	40	8	11	6	3	13	6	28	5
Yht.	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yht. h/vko	471	55	217	8	35	336	32	30	7

2.4 Kotimaiset ohjelmat

Taulukko 2.4.1 osoittaa, että kotimaisten ohjelmien osuus on noin puolet Ylen kolmella kanavalla (TV1, TV2 ja FST5) sekä MTV3:lla. Kotimaisten ohjelmien prosentuaalinen osuus on korkein The Voice -kanavalla, mutta sen ohjelmatarjonnan alkuperämaan tulkinta on ongelmallista, koska ohjelmat koostuvat lähinnä musiikkivideoista, joiden alkuperämaa on usein joku muu kuin Suomi.

Taulukko 2.4.1

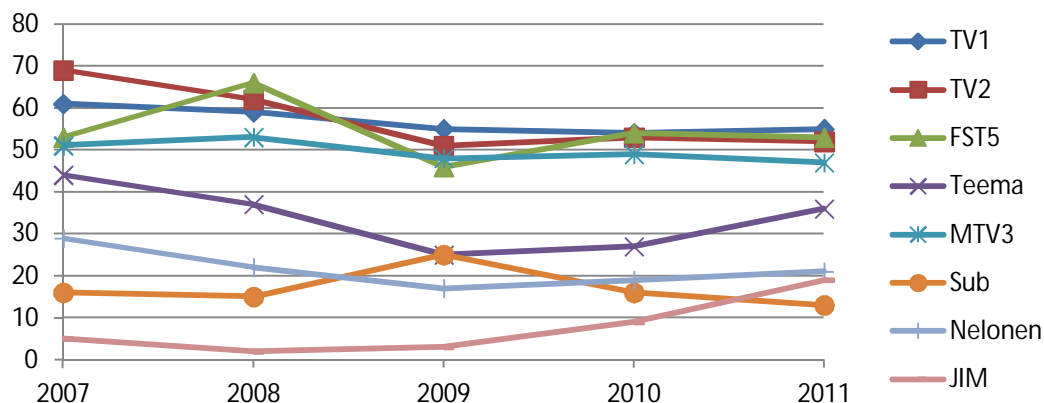
Kotimaisen ohjelmatarjonnan määrä (h/vko) ja osuus (%) kanavittain koko tarjonnassa ja parhaaseen katseluaikaan

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	Määrä (h/vko)	Osuus (%)	Määrä (h/vko)	Osuus (%)
TV1	64	55	22	58
TV2	61	52	23	62
FST5	31	53	15	48
Teema	27	36	13	34
MTV3	56	47	19	52
Sub	13	13	8	20
Nelonen	24	21	12	38
JIM	19	19	10	29
Liv	11	11	6	17
TV5	36	28	2	7
The Voice	117	99	29	99
SuomiTV	11	30	10	32
Yht.	471	40	169	41

Kuvio 2.3 ja taulukko 2.4.2 havainnollistavat kotimaisen ohjelmatarjonnan osuuden kehitystä eri kanavilla viiden vuoden aikana. Kuten kuvioista 2.3 voidaan havaita, kotimaisuusasteessa ei viimeisen viiden vuoden aikana ole näkynyt useita suuria muutoksia. Kuitenkin esimerkiksi JIM:n kotimaisuusaste nousi selvästi vuosina 2010 ja 2011, ja Subin kotimaisen tuotannon osuus kasvoi vuonna 2009 mutta palasi sittemmin vuosien 2007 ja 2008 tasolle. Teeman kotimaisuusasteessa tapahtui puolestaan pieni notkahdus vuonna 2009 ja FST5:n ohjelmiston kotimaisuusasteessa havaittavissa heilahtelua vuosina 2008 ja 2009. Muuten Yleisradion kanavien kotimaisuusasteessa on nähtävissä hidas laskutrendi vuosina 2007–2011.

Kuvio 2.3

Kotimaisten ohjelmien osuus (%) kanavien ohjelmatarjonnasta 2007–2011



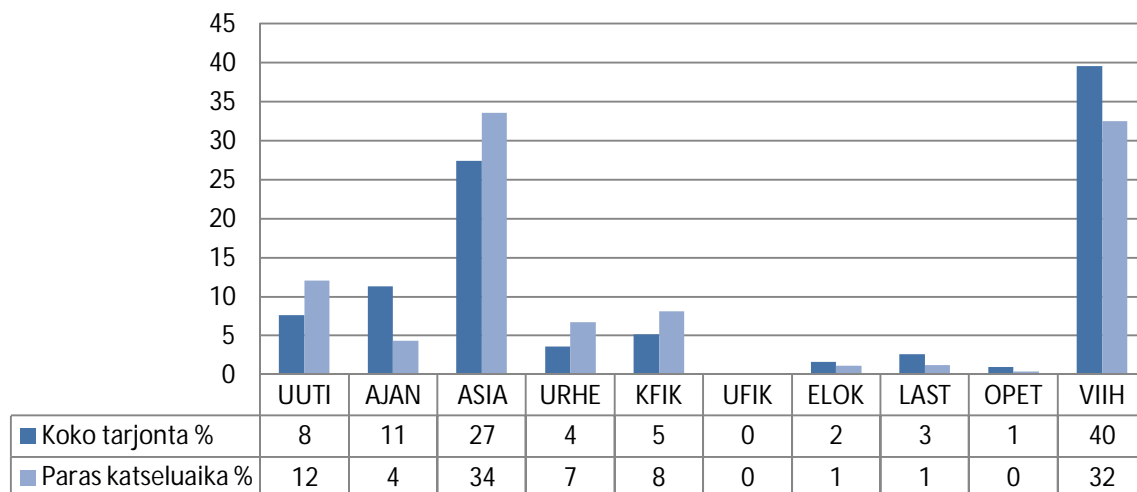
Taulukko 2.4.2

Kotimaisen ohjelmatarjonnan osuus (%) kanavittain koko tarjonnassa 2007 - 2011

	2007	2008	2009	2010	2011
TV1	61	59	55	54	55
TV2	69	62	51	53	52
FST5	53	66	46	54	53
Teema	44	37	25	27	36
MTV3	51	53	48	49	47
Sub	16	15	25	16	13
Nelonen	29	22	17	19	21
JIM	5	2	3	9	19
Liv	-	-	-	8	11
TV5	-	-	-	69	28
The Voice	100	-	-	-	99
SuomiTV	-	-	-	35	30
Nelonen Sport/ Urheilukanava	100	-	-	-	-

Kuviosta 2.4 nähdään, että kaikesta kotimaisesta ohjelmatarjonnasta valtaosa on viihdettä, asia- ja ajankohtaisohjelmia ja uutisia. Viihteen osuus pienenee parhaaseen katseluaikaan ja asiaohjelmien kasvaa. Ajankohtaisohjelmien osuus pienenee prime time -aikaan ja uutisten osuus nousee.

Kuvio 2.4

Kotimainen ohjelmatarjonta ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

2.5 Lastenohjelmat

Lastenohjelmat ovat keskeinen osa suomalaista televisiotarjontaa. Ne ovat vakiinnuttaneet paikkaansa 12 vapaasta kanavasta kuudelle. Kuten kuviosta 2.5 ja taulukosta 2.5.1 nähdään, lastenohjelmia tarjoaa eniten TV2 48 prosentin osuudella. Muita lastenohjelmien tarjoajia ovat FST5, MTV3 ja Nelonen, jotka kukin tarjoavat noin 15 prosentin verran kaikesta vapaiden kanavien lastenohjelmatarjonnasta. Vuonna 2010 SuomiTV tarjosi uutena tulokkaana peräti 17 prosenttia lastenohjelmista. Vuonna 2011 sen osuus oli pudonnut neljään prosenttiin. Subin lastenohjelmien tarjonta on viime vuosina vähentynyt, vuonna 2011 sen osuus oli 3 prosenttia. Aiemmista vuosista poiketen myös Teema tarjosi vuonna 2011 lastenohjelmaa. Sen osuus oli 2 prosenttia lastenohjelmien kokonaistarjonnasta.

Lastenohjelmien osuus putosi edellisvuoden 50 viikkotunnista 41 viikkotuntiin.

Tässä raportissa on edellisvuosien tapaan edetty kanavien omien määritelmien pohjalta. Ylen kotisivuilla lastenohjelma määritellään seuraavasti:

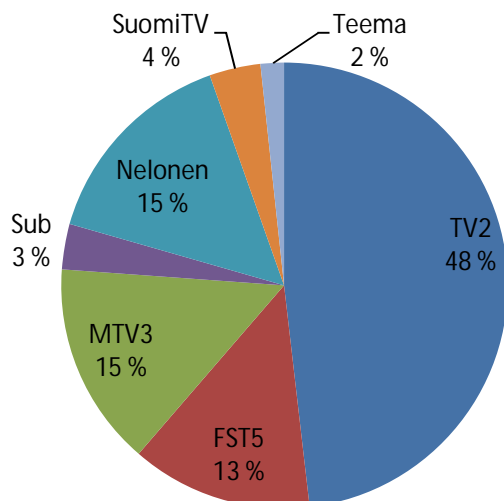
”Ohjelmisto pyrkii:

- tukemaan lapsen tasapainoista kasvua sekä positiivisen minä- ja maailmankuvan muodostumista. Tavoitteena on rikastuttava, myönteinen, rohkaiseva, kiireetön ja turvallinen katsomis- sekä kuuntelukokemus.
- innostamaan lasta leikkiin, omaan ajatteluun ja löytämiseen.
- auttamaan lasta kohtaamaan, tunnistamaan ja hyväksymään tunteensa.
- ottamaan huomioon eri kehitystasot tarjoten erilaista ohjelmaa pienille lapsille, esikoululaisille ja koulunsa aloittaneille.

Ohjelmisto ei sisällä viihteellistä eikä perusteetonta väkivaltaa.”¹⁹

Kuvio 2.5

Lastenohjelmien tarjonnan jakautuminen eri kanaville 2011 (%)



¹⁹ <http://ohjelmaopas.yle.fi/artikkelit/lapset/lapset-alasivu/ylen-lastenohjelmien-periaatteet> (luettu 1.6.2012)

Taulukko 2.5.1

Lastenohjelmien määrä (h/vko) ja osuus (%) kanavien tarjonnasta 2011

	Määrä (h/vko)	Osuus (%)
TV2	20	17
FST5	5	9
MTV3	6	5
Sub	1	1
Nelonen	6	6
SuomiTV	2	4
Teema	1	1
Kaikki kanavat yht.	41	4

Taulukossa 2.5.2 eritellään vapaiden kanavien lastenohjelmatarjonnan alkuperää. Kaikkein kotimaisimpia lastenohjelmia lähettää FST5, jonka tarjonnasta 51 prosenttia on suomalaista alkuperää. Seuraavaksi eniten kotimaisia lastenohjelmia tarjoaa TV2 (40%). SuomiTV:n lastenohjelmien kotimaisuus laski edellisvuoden 66 prosentista 22 prosenttiin. Vuoden 2010 otoksesta 45 prosenttia Subin lastenohjelmista oli kotimaisia, kun taas vuoden 2011 otoksessa Sub ei lähettänyt yhtään kotimaista lastenohjelmaa.

Pohjoisamerikkalaisia lastenohjelmia suhteessa koko tarjontaansa lähettää eniten Sub, jonka koko tarjonnasta 90 prosenttia tulee USA:sta. Nelosen lastenohjelmista 68 prosenttia tulee USA:sta ja Kanadasta. MTV3 lähettää myös runsaasti pohjoisamerikkalaista ohjelmaa (56 %) lastenohjelmatarjonnastaan.

Prosenttien valossa tarkasteltuna MTV3 on kansainvälisesti monipuolisin lastenohjelmien tarjoaja, sillä 18 prosenttia sen tarjonnasta tulee Pohjois-Amerikan ja Euroopan ulkopuolelta. Tosin viisi prosenttiyksikköä niistä on yhteistuotantoja, joissa saattaa olla myös eurooppalaisia ja pohjoisamerikkalaisia maita mukana. TV2:n vastaava luku on 17 prosenttia. 51 prosenttia SuomiTV:n tarjonnasta tulee Pohjoismaiden ulkopuolisesta Euroopasta. On kuitenkin huomattava, että suhteelliset prosenttiosuudet eivät kerro absoluuttisista määristä vaan kanavien sisäisistä jakaumista alkuperämaiden suhteen.

Pohjoismaihin keskittynein kanava on Teema, jonka koko lastenohjelmatarjonnan muodosti ruotsalainen lasten kieliopetusohjelma *Go Yoyo go*. FST5 odotetusti lähettää viidenneksen tarjonnastaan muissa Pohjoismaissa tehtyä ohjelmaa. Myös Nelosen lastenohjelmista 17 prosenttia on muista Pohjoismaista. Muista kanavista pohjoismaista ohjelmaa tarjoavat TV2 ja MTV3.

Taulukko 2.5.2 osoittaa, että Pohjoismaiden ulkopuolista lastenohjelmaa tulee Teemaa lukuun ottamatta kaikilta tarkastelussa olevilta kanavilta. TV2, FST5, MTV3, Sub ja Nelonen tarjoavat kukin vähintään kymmenesosan eurooppalaista lastenohjelmistoa.

Kotimaisuus on vieläkin lastenohjelmien määräävä piirre, vaikka kotimaisuuden aste kanavien yhteenlasketusta tarjonnasta on laskenut edellisvuoden 44 prosentista 30 prosenttiin. Toisena ovat pohjoisamerikkalaiset lastenohjelmat, joiden yhteenlaskettu osuus on 29 prosenttia. Taulukko 2.5.2 näyttää, että Pohjoismaiden ulkopuolisen Euroopan osuus kaikkien tarjolla olevien lastenohjelmien määrästä on viidennes.

Taulukko 2.5.2
Lastenohjelmien alkuperä kanavittain 2011 (%)

	Suomi	Muut Pohjoismaat	Muu Eurooppa	Muu maailma	Useita maita	USA	Kanada	Australia	Uusi Seelanti	Yht.
TV2	40	2	28	3	12	6	7	0	2	100
FST5	51	20	17	0	11	0	0	0	0	100
Teema	0	100	0	0	0	0	0	0	0	100
MTV3	13	2	11	13	5	51	5	0	0	100
Sub	0	0	10	0	0	90	0	0	0	100
Nelonen	8	17	7	0	0	51	17	0	0	100
SuomiTV	22	0	51	0	0	0	5	22	0	100
Yht.	30	8	20	3	8	22	7	1	1	100

3. Kanavaprofiilit

Luvussa 3 tarkastellaan 12 vapaasti saatavilla olevan kanavan ohjelmatarjontaa kanavakohtaisesti ja kuvataan kunkin kanavan ominaispiirteitä vuonna 2011. Edellisvuosien tapaan kanavaprofiilit esitetään ohjelmatyypeittäin. Kaikki kanavat eivät pyri tarjoamaan laajamittaista ohjelmatarjontaa, vaan joukosta löytyy hyvinkin erikoistuneita kanavia, kuten The Voice. Luvun tarkoitus ei ole vertailla kanavia toisiinsa.

Tässä luvussa kuvataan kunkin kanavan tarjontaa ohjelmatyyppien ja niiden alkuperämaiden prosenttiosuuksien valossa. Kysymys on siis suhteellisista, ei absoluuttisista kuvauksista. Uusinta- ja ensilähetyksiä käsitellään erikseen luvussa 7. Kanavaprofiileissa on myös tuotu esiin kanavan omia kuvauksia ohjelmatarjonnasta. Luvun lopussa tarkastellaan kanavien ohjelmatarjonnan kehitystä vuosina 2007–2011.

3.1 Profiili: TV1

Yleisradio ei toimi toimiluvan varassa vaan erillisen lain perusteella.²⁰ Siksi Ylen ohjelmatarjonta ei perustu toimiluvan määräyksiin vaan pelkästään yhtiön omiin ratkaisuihin lain puitteissa. Yleisradion tarjontaa kokonaisuutena ja sen julkisen palvelun tehtäviä käsitellään tässä raportissa tarkemmin luvussa 4.

Viime vuosina Yleisradio on tarkentanut kanaviensa painotuksia ja jakanut vastuuta eri ohjelmatyypeistä eri kanavilleen. Yhtiön oman kuvauksen mukaan:

”TV1 haluaa pitää katsojat ajan tasalla ja haastaa ajattelemaan itsenäisesti. TV1:n ydin on kriittisessä journalismissa, ja kanava on läsnä suomalaisille merkittävässä hetkissä. Vahvan faktaohjelmiston rinnalla TV1 tarjoaa elämyksiä ja viihtymistä. Kanavan ohjelmasuunnittelun lähtökohtana onkin löytää tasapaino tiedon ja tunteiden välillä. Asiakanava TV1 ei ole vakavikko, vaan huumorintajuisesti ja uteliaasti maailmaan suhtautuva etsijä, joka arvostaa sitä, että asioita uskalletaan pöyhiä syvältä, pintaakaan pelkäämättä.”²¹

Kuten vertailu taulukossa 3.1.1 osoittaa, kanavan profiili muuttui vain hieman edellisvuodesta. Faktapainotteisten ohjelmien osuus nousi hieman kokonaistarjonnassa, mutta parhaaseen katseluaikaan niiden osuus väheni yhden prosenttiyksikön. Kotimaisen ja pohjoisamerikkalaisen tarjonnan osuudet eivät juuri muuttuneet, mutta verrattaessa vuoteen 2010 muuta eurooppalaista alkuperää olevien ohjelmien osuus tarjonnasta pieneni seitsemän prosenttiyksikköä. Vuonna 2011 TV1 lähetti ohjelmaa viikoittain 118 tuntia. Määrä kasvoi kaksi tuntia viime vuodesta.

Taulukot 3.1.1 ja 3.1.2 sekä kuvio 3.1 osoittavat sen, että TV1:n tarjonnassa painottuivat faktapainotteiset ohjelmat (63 %). Verrattuna vuoteen 2010 viihdepainotteiset ohjelmat vähenivät kokonaistarjonnassa hieman ja faktapainotteisten ohjelmien tarjonta jatkoi kasvuaan, kun taas parhaaseen katseluaikaan viihdepainotteisten ohjelmien määrä kasvoi hieman.

²⁰ Laki Yleisradiosta, 1380/1993.

²¹ TV1:n kotisivut, ks. <http://tv1.yle.fi/tv1-pysyy-ja-paranee> (luettu 30.5.2012).

Taulukko 3.1.1
TV1:n ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011 (%)

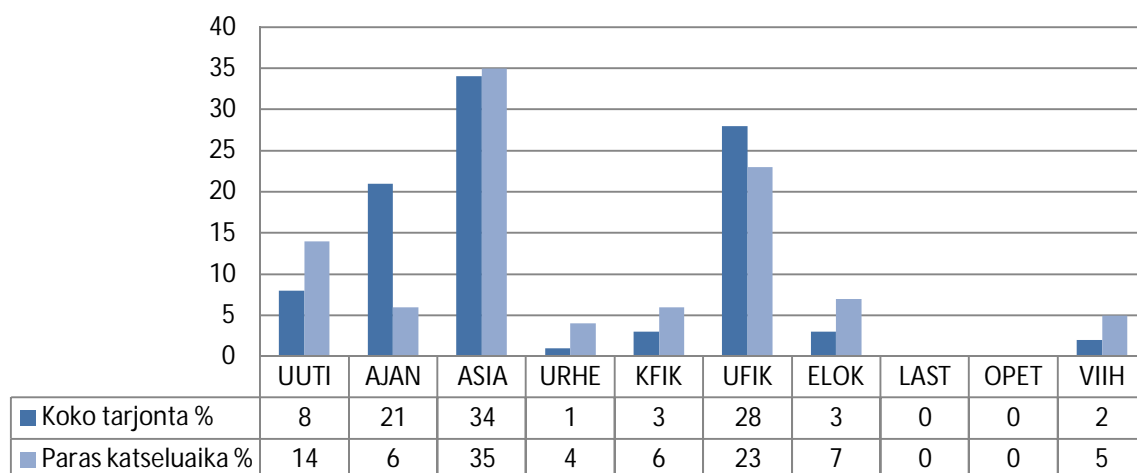
	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	63	62	55	56
Viihdepainotteisia ohjelmia	37	38	45	44
Alkuperämaa:				
Suomi	55	54	58	53
Muut Pohjoismaat	3	3	4	4
Muu Eurooppa	29	36	24	35
Pohjois-Amerikka	7	6	10,4	6
Muut maat	6	2	3,5	2

TV1:n tarjonnassa ei ollut monia suuria muutoksia vuoteen 2010 verrattuna. Kanavan määrällisesti suurimmat ohjelmatyypit olivat edelleen asiaohjelmat, ulkomainen fiktio ja ajankohtaisohjelmat. Kanava ei tarjonnut lainkaan lastenohjelmia, mikä kertoo Ylen kanavien keskinäisestä työnjaosta. Ylen verkkosivujen kehittymisen myötä opetusohjelmat ovat poistuneet TV1:n tarjonnasta kokonaan jo aiemmin sekä vähentyneet myös YLE Teeman tarjonnassa. Yleisesti ottaen kanava tarjosi monipuolisen ohjelmiston. Asiaohjelmia näytettiin ohjelmatyypeistä eniten (34 %) ja toiseksi suurin ohjelmatyyppi oli ulkomainen fiktio (28 %). Kolmanneksi suurin ohjelmatyyppi oli ajankohtaisohjelmat (21 %), mikä selittyy arkaamujen pitkillä *Aamu-tv*-lähetyksillä. Vuoteen 2010 verrattuna uutisten osuus nousi yhden prosenttiyksikön kahdeksaan prosenttiin. (ks. kuvio 3.1).

Vähiten tarjontaa oli seuraavissa ohjelmatyypeissä: kotimainen fiktio ja elokuvat (3 %), viihde (2 %) ja urheilu (1 %). Verrattaessa tarjontaa vuoteen 2010 viihteen ja kotimaisen fiktion osuus laski yhdellä prosenttiyksiköllä.

Paras katseluaika erosi koko tarjonnasta jonkin verran: uutisia, viihde- ja urheiluohjelmia sekä kotimaista fiktiota ja elokuvia nähtiin edellisvuosien tapaan enemmän illan ohjelmistossa verrattuna koko tarjontaan. Suurimmat ohjelmatyypit parhaaseen katseluaikaan olivat asiaohjelmat (35 %), ulkomainen fiktio (23 %) sekä uutiset (14 %). Asiaohjelmien osuus parhaaseen katseluaikaan väheni kahden prosenttiyksikön verran ja ulkomaisen fiktion osuus taas nousi saman verran edellisvuoteen verrattuna. Tässä on nähtävissä muutos muutamaan edellisvuoteen nähden. (Ks. kuvio 3.1; taulukko 3.1.2.)

Kuvio 3.1
TV1:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011



Taulukko 3.1.2
TV1:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	8	7	14	14
AJAN	21	21	6	5
ASIA	34	34	35	37
URHE	1	1	4	4
KFIK	3	4	6	7
UFIK	28	27	23	21
ELOK	3	3	7	6
LAST	0	-	-	-
OPET	0	-	-	-
VIIH	2	3	5	6
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	118	116	37	36

TV1:n ohjelmistosta 55 prosenttia oli suomalaista alkuperää, 29 prosenttia eurooppalaista (Suomi ja muut Pohjoismaat pois lukien), seitsemän prosenttia pohjoisamerikkalaista (näistä ohjelmista viisi prosenttia oli USA:sta ja kaksi prosenttia Kanadasta) ja kolme prosenttia pohjoismaista alkuperää. Ohjelmistosta kuusi prosenttia oli muista maista. Edellisvuoden raportissa TV1:n tarjonnassa ei ollut lainkaan ohjelmia Euroopan ja Pohjois-Amerikan ulkopuolelta. Tämä muutos edellisvuoden raportin verrattuna johtuu osittain muutoksesta alkuperämaan koodauksessa. Vuoden 2011 otoksesta prosentti tarjonnasta oli australialaista ja kaksi prosenttia uusiseelantilaisista alkuperää, kaksi prosenttia ohjelmista oli usean maan yhteistuotantoa ja yksi prosentti tarjonnasta oli muuta kuin yllä mainittua alkuperää.

Kotimaista tarjontaa löytyi käytännössä jokaisesta kanavan tarjoamasta ohjelmaluokasta lukuun ottamatta ulkomaista fiktiota. Sataprosenttisesti kotimaisesta tarjonnasta koostuvia ohjelmaluokkia olivat TV1:n tarjonnassa vuonna 2011 kotimaisen fiktion lisäksi uutiset ja ajankohtaisohjelmat. Lisäksi 90 prosenttia TV1:n viihdeohjelmista (esim. *Presidentin kanslia* ja *Uutisvuoto*) oli kotimaista tuotantoa. Suurimman ryhmän kanavan suomalaisesta ohjelmistosta muodostivat ajankohtaisohjelmat, joita TV1:n kotimaisesta tarjonnasta oli miltei 40 prosenttia. Tämä

selittyy paljolti *Aamu-tv:n* joka arkipäivä nähtävillä pitkäkestoisilla lähetyksillä. Seuraavaksi suurin kotimaisten ohjelmien luokka oli asiaohjelmat (28 %), joita olivat esimerkiksi *Voimala*, kulttuuriohjelma *Strada* ja palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmaksi luokiteltava *Kuningaskuluttaja*.

3.2 Profiili: TV2

Ylen kanavien profilointi näkyy TV2:n tarjonnassa. Yhtiön kuvauksen mukaan TV2 on *”Ylen monipuolisin tv-kanava, jonka parissa viihtyy ja rentoutuu. Lasten, nuorten ja perheiden kanava.”*²² TV2:n nettisivujen mukaan vuonna 2011:

”YLE TV2 elää tämän päivän perheiden mukana tarjoten rentoutumista, läsnäoloa ja irtiottoa arjesta. Perhe tarkoittaa pieniä lapsia. Arkiaamujen, -iltojen ja viikonlopun Pikku Kakkosessa nähdään maan parhaat ja katsotuimmat lastenohjelmat. Perhe on yhdessä katselua keski-illassa. Tartu Mikkiin, Pasila, Uusi päivä, Pirunpelto, Taivaan tulet, Satuhäät, Maalaiskomedia, Jopet-show. Perhe on myös äiti ja isä myöhäisillassa kun lapset nukkuvat ja astianpesukone jyllää. Silloin on vanhempien kovan päivän illan hetki rentoutua ja viihtyä. Kova laki kahdesti viikossa, koskettavat ajankohtais- ja asiaohjelmapaikat, Silminnäkiä maanantaisin, tiistaileffat ja Jalkapallon Mestareiden liiga, lauantain kymppileffa.”²³

Tammikuussa 2012 kanavan profiili uudistui ja se pyrkii nyt tavoittamaan alle 45-vuotiaat katsojat.²⁴

Vuonna 2011 Yleisradion TV2 tarjosi ohjelmaa 119 viikkotuntia (edellisvuonna 121), siis reilusti yli 17 tuntia vuorokaudessa. TV2:n ohjelmisto on kahtena viime vuotena kasvattanut hieman faktapainotteisuuttaan, mutta noin puolet tarjonnasta oli edelleen viihdepainotteista.²⁵

Taulukko 3.2.1

TV2:n ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	34	31	41	41
Viihdepainotteisia ohjelmia	49	52	59	59
Alkuperämaa:				
Suomi	52	53	63	64
Muut Pohjoismaat	6	4	3	3
Muu Eurooppa	22	23	20	16
Pohjois-Amerikka	13	16	12	14
Muut maat	7	4	2	3

Kuten taulukko 3.2.2 osoittaa, on TV2:n ohjelmatarjonta pysynyt melko samanlaisena kuin edellisvuonna. Urheilun osuus ohjelmatarjonnasta laski neljä prosenttiyksikköä ja ulkomaisen fiktion osuus kaksi prosenttiyksikköä, kun taas asiaohjelmien, kotimaisen fiktion ja elokuvien osuudet nousivat kukin kaksi prosenttiyksikköä. Lastenohjelmien osuus pysyi samana kuin edellisvuonna. Uutisten osuus (9 %) nousi prosenttiyksikön. Ajankohtaisohjelmien osuus pysyi ennallaan (3 %).

²² YLE:n kotisivut, ks. <http://yle.fi/yleisradio/kanavat-ja-palvelut> (luettu 1.6.2012).

²³ Suomalainen TV-tarjonta 2010, s. 38

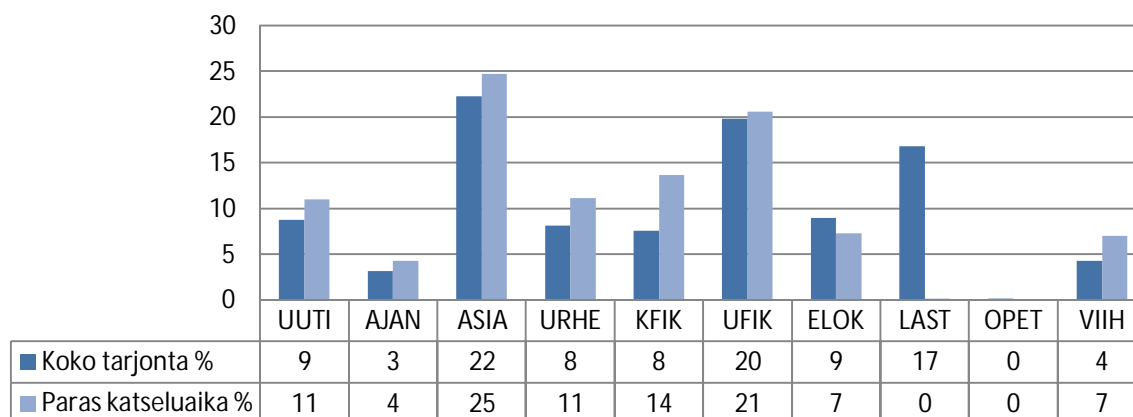
²⁴ TV2:n kotisivut <http://tv2.yle.fi/faktaakakkosesta> (luettu 27.6.2011 ja 1.6.2012).

²⁵ TV2 on merkittävä lastenohjelmien tarjoaja, ja lastenohjelmat muodostavatkin miltei viidenneksen kanavan tarjonnasta. Lastenohjelmat jäävät kuitenkin viihde- ja faktapainotteisuusjaottelun ulkopuolelle.

Illan parhaaseen katseluajkaan kanava muutti profiiliaan vain hieman. Asiaohjelmia lähetettiin selvästi eniten kaikista ohjelmaluokista. Vuonna 2011 TV2:n parhaalle katseluajalle tyypillisimmät ohjelmatyypit olivat asiaohjelmat 25 % (edellisvuonna 27 %) ja ulkomainen fiktio 21 % (edellisvuonna 21 %). Viihteen osuus putosi edellisvuodesta kahdeksasta prosenttiyksiköstä seitsemään. Kuten vuonna 2010, urheilua (11 %) ja uutisia (11 %) nähtiin parhaaseen katseluajkaan kymmenesosa kutakin kanavan tarjonnasta. (Ks. kuvio 3.2.2; taulukko 3.2.2.)

Kuvio 3.2

TV2:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)



Taulukko 3.2.2

TV2:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katselu aika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	9	8	11	10
AJAN	3	3	4	4
ASIA	22	20	25	27
URHE	8	12	11	11
KFIK	8	6	14	11
UFIK	20	22	21	21
ELOK	9	7	7	7
LAST	17	17	-	-
OPET	-	-	-	-
VIIH	4	5	7	8
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	119	121	37	36

TV2:n kotimaisuusaste laski edellisvuodesta yhden prosenttiyksikön. Kanavan tarjonnasta yli puolet oli kotimaista alkuperää (52 %). Kotimaisten ohjelmien suurimmaksi luokaksi TV2:lla nousivat asiaohjelmat (*Inhimillinen tekijä*, *Silminnäkijä* ja *Mansikkapaikka*). Kotimaisista ohjelmista seuraavaksi eniten TV2:lla nähtiin uutisia. Uutisten suureen osuuteen vaikuttaa se, että kanavalla nähdään useita paikallisia uutislähetystyksiä, kuten *Uudenmaan uutiset* ja *Pohjois-Suomen uutiset*. Kotimaista tarjontaa edustivat myös kotimainen fiktio (*Pirunpelto*, *Uusi päivä*). Edellisten lisäksi myös lastenohjelmissa (*Pikku kakkonen* ja *Unna Junná*) ja urheiluohjelmissa (*Urheiluruutu*) nähtiin paljon suomalaista tuotantoa.

Pohjoismainen tarjonta piti sisällään paljon palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmia (*Norjaa ristiin rastiin, Tanskalainen maajussi*). Eurooppalainen ohjelmisto koostui lähinnä fiktiosta ja asiaohjelmista, pohjoisamerikkalainen ohjelmisto puolestaan fiktiosta ja lastenohjelmista. Muuta maailmaa edusti kanavalla muun muassa Australia viiden prosenttiyksikön osuudella, joka koostui lähinnä fiktiosta (esim. *Lentävät lääkärit*), sekä Kanada neljällä prosenttiyksiköllä. Lastenohjelmat olivat TV2:n ohjelmista alkuperältään monipuolisimmat. Lastenohjelmia oli lähes kaikissa alkuperämaaluokissa.

3.3 Profiili: FST5

FST5 on Yleisradion ruotsinkielinen täyden palvelun kanava. Yhtiön oman kuvauksen mukaan kanava on *"utelias ja hyväntuulinen pohjoismainen kanava. Sillanrakentaja suomen- ja ruotsinkielisten sekä Suomen ja Pohjoismaiden välillä."*²⁶ FST5:n omien kotisivujen mukaan kanava on *"enemmistöystävällinen vähemmistökanava"*, jonka tavoitteena on *"näyttää katsojille ympäröivästä maailmasta erilainen näkökulma kuin mitä muut kanavat tekevät, tarjoamalla kaikille suomalaisille huippulaadukasta ja hyvin tehtyä ohjelmaa seitsemänä päivänä viikossa"*.²⁷ 1.9.2011 lähtien FST5 on jakanut kanavapaikkansa Ruotsin julkisen palvelun ulkoruotsalaisille suunnatun kanavan SVT Worldin kanssa:

"Yle Fem-kanavan ohjelmat lähetetään edelleen koko Suomessa aamuisin sekä illalla parhaaseen katselu-aikaan suomeksi tekstitettynä. SVT Worldin ohjelmia lähetetään muina vuorokauden aikoina suurimalle osalle Suomen tv-katsojista, mutta ilman suomenkielistä tekstitystä."²⁸

SVT Worldin ohjelmia ei ole tässä raportissa huomioitu osaksi FST5:n ohjelmatarjontaa, vaikka ne katsojan silmissä saattavat niin näyttäytyä.

Jotta kanava ei profiloituisi vain ruotsinkielisten kanavaksi, sen kaikki ohjelmat uutislähetyksiä ja lastenohjelmia lukuun ottamatta on tekstitetty suomeksi. Myös urheilulähetyksistä löytyy usein vaihtoehtoinen selostus suomeksi.

Tämän vuoden raportissa merkille pantavaa on asiaohjelmien osuuden kasvu 35:stä 41 prosenttiin koko tarjonnasta. Ajankohtaisohjelmien osuus pysyi samana kuin vuonna 2010, jolloin aloitettiin ruotsinkielinen aamuohjelma *Min morgon*.

FST5 lähetti vuonna 2011 58 viikkotuntia ohjelmaa (edellisvuonna 65 h/vko) eli reilut kahdeksan tuntia vuorokaudessa. Kanavan tarjonnasta 65 prosenttia oli faktapainotteista ja reilu neljännes viihdepainotteista. Faktapainotteisten ohjelmien osuus lisääntyi edellisvuodesta. (Ks. taulukko 3.3.1.)

Taulukko 3.3.1

FST5:n ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katselu-aika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	65	60	58	52
Viihdepainotteisia ohjelmia	26	32	30	38
Alkuperämaa:				
Suomi	53	52	48	54
Muut Pohjoismaat	35	32	37	31
Muu Eurooppa	7	7	11	6
Pohjois-Amerikka	3	8	2	8
Muut maat	2	2	3	2

²⁶ YLE:n kotisivut, ks. <http://yle.fi/yleisradio/kanavat-ja-palvelut> (luettu 1.6.2012).

²⁷ FST5:n kotisivut, ks. <http://svenska.yle.fi/fem/suomeksi.php> (luettu 1.6.2012).

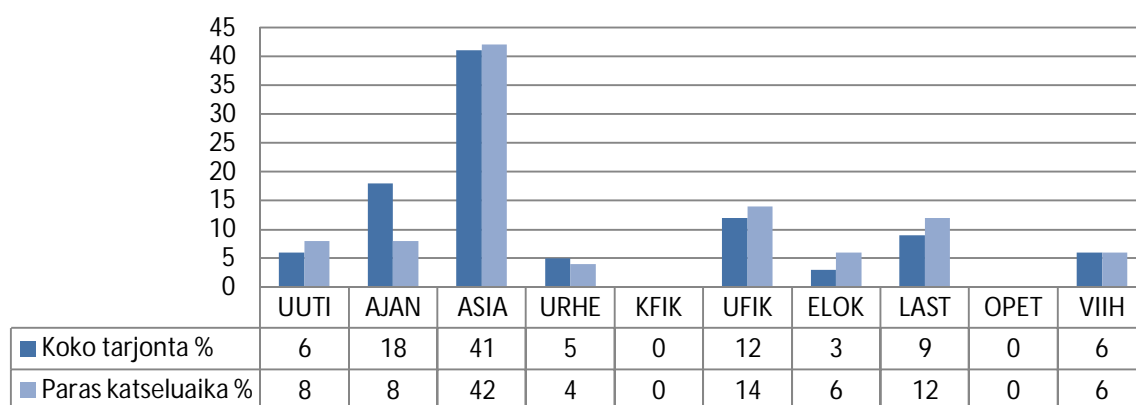
²⁸ http://svenska.yle.fi/info/index.php/4309_kanavapaikka_5_yle_fem_ja_svt_world (luettu 25.5.2012)

Laajan tarjonnan periaate näkyy edellisvuosien tapaan FST5:n ohjelmaprofilissa: kanavalta löytyi lähes kaikkia ohjelmatyyppejä. Ylivoimaisesti suurin luokka muodostui kuitenkin asiaohjelmista, joiden osuus oli 41 prosenttia koko tarjonnasta. Toiseksi suurimmaksi ohjelmaluokaksi nousi ajankohtaisohjelmat (18 %) ja sitä seurasi ulkomainen fiktio (12 %), lastenohjelmat (9 %), uutiset (6 %), viihde (6 %) urheilu (5 %) ja elokuvat (3 %). Selvästi pienimmiksi luokiksi kanavalla jäivät opetusohjelmat ja kotimainen fiktio vajaan puolen prosentin osuuksillaan tarjonnasta. (Ks. kuvio 3.3 ja taulukko 3.3.2.)

Parhaaseen katselu aikaan korostuivat asiaohjelmat, ulkomainen fiktio ja lastenohjelmat.

Kuvio 3.3

FST5:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)



Taulukko 3.3.2

FST5:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katselu aika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	6	7	8	8
AJAN	18	18	8	8
ASIA	41	35	42	35
URHE	5	6	4	6
KFIK	0	1	0	1
UFIK	12	15	14	17
ELOK	3	5	6	7
LAST	9	8	12	10
OPET	0	1	0	0
VIIH	6	5	6	5
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	58	65		37

Vuoden 2010 raportissa oli virhe FST5:n kotimaisuuslaskelmissa. Todellisuudessa FST5:n ohjelmistosta vuonna 2010 kotimaista tuotantoa oli 52 prosenttia, muuta pohjoismaista 32 ja eurooppalaista tuotantoa seitsemän prosenttia. Pohjoisamerikkalaisen tuotannon osuus oli tuolloin kahdeksan ja muun maailman kaksi prosenttia. Kotimaisen tuotannon osuus kohosi siis yhden ja pohjoismaisen tuotannon osuus kolme prosenttiyksikköä vuonna 2011, kun taas pohjoisamerikkalaisen tuotannon osuus puolestaan laski viitisen prosenttiyksikköä. Pohjoisamerikkalaisia ohjelmia nähtiin kanavalla vuonna 2011 siis

melko vähän; vain vajaa 3 prosenttia ohjelmista oli pohjoisamerikkalaista alkuperää. Alkuperämaaluvut on korjattu taulukkoon 3.3.1.

Reilusti yli kolmannes kanavalla nähdystä kotimaisista ohjelmista oli asiaohjelmia (esim. *Septaasi*, *Strömsö* ja *Pixel*). Suurinta osaa näistä ohjelmista on näytetty/esitetty kanavalla jo usean vuoden ajan.

Asiaohjelmien lisäksi kotimaisia ohjelmia edustivat luonnollisesti uutiset, joiden ruotsinkielinen versio *TV-nytt*, nähdään FST5-kanavalla. Myös lastenohjelmat ovat alkuperältään usein kotimaisia (esim. *Buu-klubben* ja *Pusse!*). Kanavalla nähtiin myös kotimaisia ajankohtaisohjelmia (aamuohjelma *Min morgon*, *Närbild* ja *Obs.*)

3.4 Profiili:Teema

Teema on Yleisradion kanavista selvästi erikoistunein. TV1, TV2 ja FST5 tarjoavat laajan ohjelmakirjon, kun taas Teema keskittyy selvästi muutamaan ohjelmaluokkaan. Ylen oman kuvauksen mukaan Teema on *”ohjelmasisältöjä ennakkoluulottomasti yhdistelevä kulttuurikanava, joka vapauttaa katsojansa ajattelemaan.”*²⁹ Kanava kuvailee itse itseään näin: *”Teema arvostaa katsojan kykyä ymmärtää ja halua oivaltaa. Teeman katseluun käytetty aika on sen arvoista: Emme tuhlaa sinun aikaasi.”*³⁰

Vuonna 2011 kanava lähetti ohjelmaa kaksi tuntia vähemmän kuin vuotta aiemmin, eli noin 76 tuntia viikossa. Kuten taulukosta 3.4.1 voidaan havaita, Teeman profiilissa korostui faktapainotteisten ohjelmien osuus, joka oli kasvanut miltei kymmenen prosenttiyksikköä edellisvuoteen verrattaessa. Viihdepainotteisten ohjelmien osuus kanavalla oli 25 prosenttia koko tarjonnasta, mutta kohosi selvästi (37 %) parhaaseen katseluaikaan.

Taulukko 3.4.1

YLE Teeman ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	74	65	63	56
Viihdepainotteisia ohjelmia	25	35	37	44
Alkuperämaa:				
Suomi	36	27	35	21
Muut Pohjoismaat	8	9	2	7
Muu Eurooppa	33	42	32	44
Pohjois-Amerikka	14	11	19	16
Muut maat	9	10	12	12

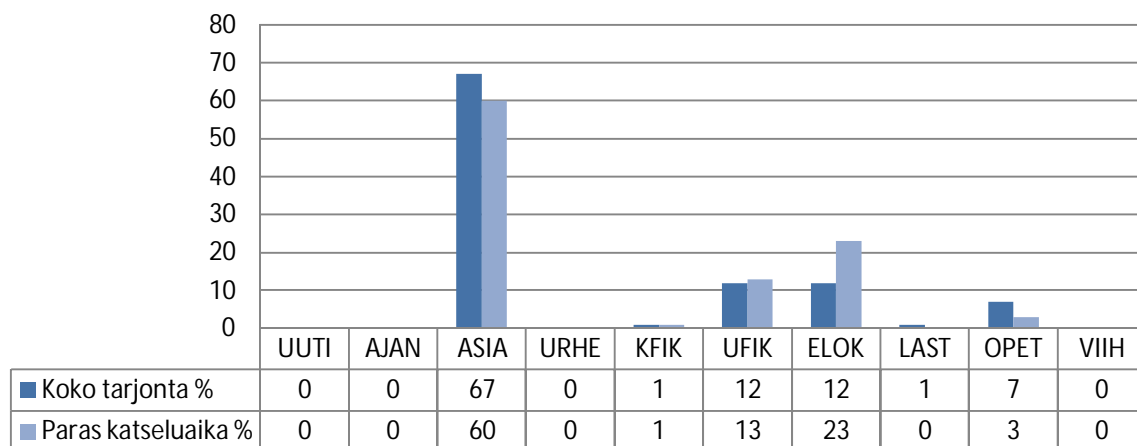
Taulukko 3.4.2 ja kuvio 3.4 osoittavat, että Teeman ohjelmisto muodostui ennen muuta asiaohjelmista, elokuvista ja ulkomaisesta fiktiosta. Muutoksia edellisvuoteen tapahtui lähinnä asiaohjelmiston ja opetusohjelmien saralla. Asiaohjelmien osuus kanavan tarjonnasta oli 67 prosenttia (edellisvuonna 53 %), opetusohjelmien osuus pieneni entisestään 7 prosenttiin edellisvuoden 12 prosentista. Ulkomaisen fiktion osuus oli nyt 12 prosenttia – yhtä suuri ohjelmaluokka oli myös elokuvat. Muita kanavalla tarjottuja ohjelmaluokkia olivat kotimainen fiktio ja lastenohjelmat (1 %). Viihde jäi vuonna 2011 kokonaan pois kanavan tarjonnasta.

Lastenohjelmia - lapsille suunnattu kieliopetusohjelmasarja - oli kanavan tarjonnasta vajaan prosentin verran. Kanavan tarjonnasta puuttuivat – edellisvuoden lailla - kokonaan sellaiset ohjelmaluokat kuin uutiset, ajankohtaisohjelmat ja urheilu. Paras katseluaika vaikutti Teeman tarjontaan niin, että elokuvien osuus miltei kaksinkertaistui. Samalla opetusohjelmien osuus puolestaan pieneni huomattavasti. Muiden ohjelmatyyppeiden osuuteen paras katseluaika ei vaikuttanut merkittävästi.

²⁹ <http://yle.fi/yleisradio/kanavat-ja-palvelut> (luettu 1.6.2012).

³⁰ YLE:n kotisivut, ks. <http://teema.yle.fi/kanavaesittely> (luettu 1.6.2012).

Kuvio 3.4

YLE Teeman ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2010 (%)

Taulukko 3.4.2

YLE Teeman ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	-	-	-	-
AJAN	-	-	-	-
ASIA	67	53	60	51
URHE	-	-	-	-
KFIK	1	2	1	1
UFIK	12	17	13	16
ELOK	12	15	23	25
LAST	1	-	-	-
OPET	7	12	3	5
VIIH	-	2	-	1
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	76	78	36	36

Teema kasvatti kotimaisten ohjelmien osuutta kokonaistarjonnassa vuonna 2011 edellisvuoden 27 prosentista 36 prosenttiin. Eurooppalaisen ohjelmatuotannon (sis. muun kuin kotimaisen pohjoismaisen tuotannon) osuus putosi yli 50 prosentista reiluun 40 prosenttiin. Pohjoisamerikkalaisten ohjelmien osuus kasvoi muutaman prosenttiyksikön 14 prosenttiin.

Teema tarjosi kaikista kanavista selvästi eniten opetusohjelmia, mutta pudotusta edellisvuoteen nähden oli reippaasti – 12 prosentista 7 prosenttiin. Linjaus liittyy Ylen nettisivujen kasvavaan rooliin opetusohjelmiston tarjoajana. Elokuvatarjonnalla on keskeinen rooli kanavan profillissa. Elokuvia esitetään nimetyillä teemapaikoilla: esimerkiksi *Kino Kaukon* elokuvat ovat peräisin kaukaisista maista, kun taas *Kino Klassikon* tarjonta jo nimenkin perusteella koostuu klassikkoelokuvista.

3.5 Profiili: MTV3

MTV MEDIA kuvaa MTV3-kanavaa verkkosivuillaan "*koko kansan*" kanavaksi, joka "*on suomalaisille tuttu viihteen ja tiedon tarjoajana*". Kanavan ohjelmatarjonnan kulmakiviksi mainitaan uutis- ja ajankohtaisohjelmat, huippu-urheilu, kotimainen viihde ja draama, ulkomaiset laatusarjat ja menestyselokuvat. Kanavaa voidaankin kutsua laajan tarjonnan kanavaksi. Kanavan oman määritelmän mukaan:

"MTV3 on katsotuin ja tavoittavin tv-kanava Suomessa. Kanavaa katsotaan keskimäärin 5 tuntia viikossa. Päivittäin kanavaa katsoo 2,6 miljoonaa ja viikoittain 4 miljoonaa ihmistä. MTV3:n katseluosuus illan parhaaseen katseluaikaan pääkohderyhmässään 25–54-vuotiaat on 30%."³¹

Toisin kuin Ylen kanavat, MTV3 on kaupallinen toimija, jonka ohjelmatarjontaa ohjaa toimitus. MTV3:n toimituksessa edellytetään, että sen "ohjelmistossa tulee ottaa huomioon eri väestöryhmien tarpeet. Ohjelmiston tulee sisältää uutis-, ajankohtais- ja ajanvietteohjelmia."³²

Vuonna 2011 MTV3 tarjosi keskimäärin 121 tuntia ohjelmaa viikossa eli yli 17 tuntia päivässä. Kanavan ohjelmatarjonnan määrä laski noin tunnin viikossa eli merkittävästä muutoksesta ei voida puhua. Kuten taulukosta 3.5.1 voidaan nähdä, kanavan ohjelma-ajasta 62 prosenttia oli viihde- ja 33 prosenttia faktapainotteista ohjelmistoa. Viihdepainotteisuuden osuus kasvoi edellisvuodesta noin kolme prosenttiyksikköä ja faktapainotteisuus laski neljä prosenttiyksikköä. Paras katseluaika muutti tilannetta siten, että viihdepainotteisten ohjelmien osuus kasvoi 76 prosenttiin ja faktapainotteisten laski alle neljännekseen ohjelmistosta.

Taulukko 3.5.1

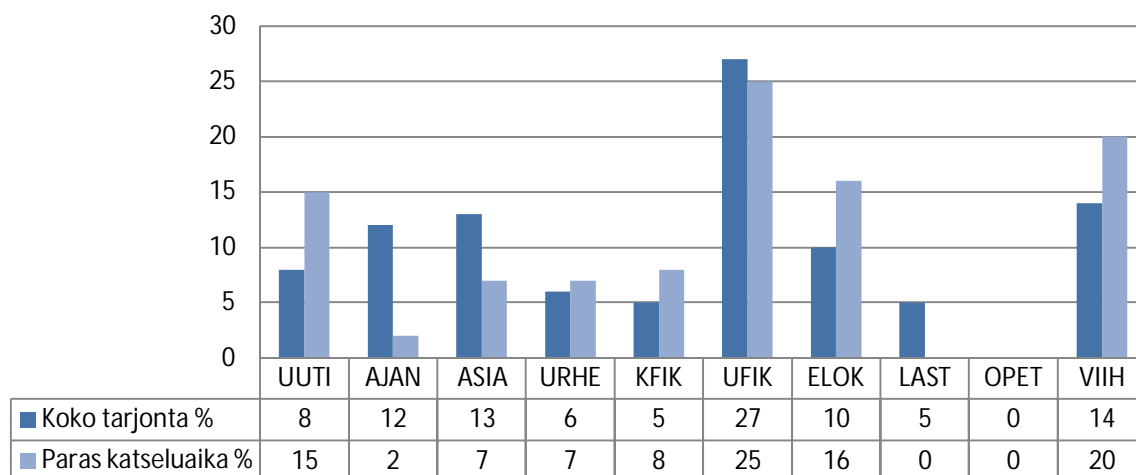
MTV3:n ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	33	37	24	26
Viihdepainotteisia ohjelmia	62	59	76	74
Alkuperämaa:				
Suomi	47	49	52	50
Muut Pohjoismaat	0	1	0	2
Muu Eurooppa	13	14	10	10
Pohjois-Amerikka	34	35	28	38
Muut maat	6	1	10	-

³¹ MTV Median verkkosivut, ks. <http://www.mtvmedia.fi/mediat/?652332#section1> (luettu 5.6.2012).

³² MTV3:n toimitus televisiotuotannon harjoittamiseen (ohjelmistolupa), (luettu 5.6.2012).

Kuvio 3.5
 MTV3:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011



Kuten kuvio 3.5 osoittaa, MTV3 on TV1:n, TV2:n ja FST5:n rinnalla yksi niistä kanavista, joiden ohjelmistoon kuuluu melkein kaikki tässä raportissa erotellut ohjelmatyypit. Poikkeuksen muodostavat opetusohjelmat, joita MTV3 ei tarjoa lainkaan. Ulkomaisen fiktion osuus oli vuonna 2011 ohjelmatyypeistä suurin, aivan kuten aiempinakin vuosina. Ulkomainen fiktio kattoi reilun neljänneksen kanavan ohjelmatarjonnasta. Seuraavaksi suurimmat ohjelmaluokat olivat viihde (14 %), asiaohjelmat (13 %), ajankohtaisohjelmat (12 %) ja elokuvat (10 %).

Parhaaseen katseluaikaan tilanne muuttui siten, että ajankohtaisohjelmien osuus laski kymmenellä prosenttiyksiköllä kahteen prosenttiin, asiaohjelmien osuus laski kuusi ja ulkomaisen fiktion osuus kaksi prosenttiyksikköä. Ajankohtaisohjelmien osuuden laskua prime time -aikaan selittää se, että valtaosa ajankohtaisohjelmistosta koostuu aamuisin esitettävistä *Huomenta Suomi* -lähetyksistä. Elokuvien, viihteen ja uutisten osuudet puolestaan korostuivat parhaaseen katseluaikaan. Lastenohjelmia ei esitetty iltaisin lainkaan.

Taulukko 3.5.1 osoittaa, ettei MTV3:n ohjelmiston alkuperämaarakenteessa ole tapahtunut monia merkittäviä muutoksia vuonna 2011. Ainoa huomattava muutos vuoteen 2010 verrattuna on muun kuin eurooppalaisen ja pohjoisamerikkalaisen ohjelmiston osuuden kasvu yhdestä prosentista kuuteen ja parhaaseen katseluaikaan nolllasta kymmeneen prosenttiin. Suurin osa näistä ohjelmista on kuitenkin elokuvia, joiden tekemisessä on ollut mukana esimerkiksi pohjoisamerikkalaisia ja eurooppalaisia tuottajia mutta jotka eivät yksiselitteisesti kuulu pohjoisamerikkalaisen tai eurooppalaisen tuotannon luokkiin.

Suomalaisen tuotannon osuus laski vuonna 2011 kaksi prosenttiyksikköä 47:ään ja eurooppalaisen tuotannon osuus yhden prosenttiyksikön 13 prosenttiin. Kotimainen tuotanto koostui lähinnä ajankohtaisohjelmista (esim. *Huomenta Suomi*), asiaohjelmista (esim. *Studio 55*, *Mitä tänään syötäisiin?* ja *Karavaanarit*), uutisista (esim. *Kymmenen uutiset* ja *Päivän sää*) ja kotimaisesta fiktiosta (lähinnä *Salatut elämät*).

Parhaaseen katseluaikaan korostuvat suomalaisen sekä muun kuin eurooppalaisen tai pohjoisamerikkalaisen tuotannon osuudet. Valtaosa suomalaisesta tuotannosta koostui parhaaseen katseluaikaan uutisista ja kotimaisista viihdeohjelmista.

Taulukko 3.5.2

MTV3:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	8	7	15	16
AJAN	12	12	2	3
ASIA	13	18	7	7
URHE	6	6	7	7
KFIK	5	5	8	8
UFIK	27	27	25	28
ELOK	10	9	16	17
LAST	5	4	0	-
OPET	0	-	0	-
VIIH	14	12	20	14
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	121	122	37	36

Taulukko 3.5.2 esittää MTV3:n ohjelmiston ohjelmatyypeittäin vuonna 2010 ja 2011. Taulukosta on nähtävissä, että asiaohjelmien osuus pienentyi viisi prosenttiyksikköä. Sen sijaan viihteen osuus kasvoi kaksi ja uutisten, elokuvien sekä lastenohjelmien osuudet yhden prosenttiyksikön. Kaikkiaan tarjonta oli vuonna 2011 kuitenkin hyvin samanlaista kuin vuotta aiemmin.

Parhaaseen katseluaikaan suurin muutos tapahtui viihteen osuudessa, joka kasvoi vuonna 2011 kuusi prosenttiyksikköä. Ulkomaisen fiktion osuus laski kolme prosenttiyksikköä, muuten ohjelmisto oli hyvin pieniä muutoksia lukuun ottamatta samanlaista kuin vuonna 2010.

3.6 Profiili: Sub

MTV MEDIAn verkkosivuilla Subin kuvataan tarjoavan monipuolista viihdettä 24 tuntia vuorokaudessa:

”Sub tavoittaa päivittäin keskimäärin 1,5 miljoonaa ja viikoittain 3,2 miljoonaa katsojaa, ja on Suomen kolmanneksi tavoittavin kaupallinen media. Subin pääkohderyhmä on 10–44-vuotiaat. Mainostajille Sub tarjoaa mahdollisuuden tavoittaa kustannustehokkaasti juuri halutut kuluttajat. Subilla mainostaja voi myös toteuttaa uudenlaisia kokeilevia kampanjoita ja erottuvaa ohjelmayhteistyötä.”³³

Sub on kaupallinen kanava, jonka ohjelmatarjontaa ohjaa toimilupa. Subin toimiluvassa todetaan, että ”ohjelmiston tulee koostua pääasiassa ajanviete- ja viihdeohjelmista. Toimilupa antaa oikeuden lähettää myös alueellisia lähetyksiä ja mainoksia. Ohjelmatoiminnassa tulee noudattaa hyvää journalistista tapaa.”³⁴

Ohjelmatarjonta pitää kanavan oman kuvauksen mukaan sisällään kotimaisia uutuuksia, ulkomaisia huippusarjoja, laadukkaita *lifestyle*-ohjelmia sekä hittielokuvia.

Vuonna 2011 Subin viikoittainen ohjelma-aika oli 97 tuntia eli noin kuusi viikkotuntia vähemmän kuin vuonna 2010. Päivittäin ohjelmaa tarjottiin vajaat 14 tuntia. Viihdepainotteisten ohjelmien osuus kasvoi vuonna 2011 seitsemällä prosenttiyksiköllä 79 prosenttiin. Parhaaseen katseluaikaan kasvua oli vain yhden prosenttiyksikön verran. Faktapainotteisen ohjelmiston osuus kokonaistarjonnasta laski prosenttiyksikön ja pysytteli siten noin viidenneksessä.

Taulukko 3.6.1

Subin ohjelmatarjonnassa ominaisuuksia 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	20	21	13	15
Viihdepainotteisia ohjelmia	79	72	86	85
Alkuperämaa:				
Suomi	13	16	20	13
Muut Pohjoismaat	1	-	-	-
Muu Eurooppa	30	21	21	25
Pohjois-Amerikka	54	62	54	62
Muut maat	2	1	5	-

Kuten kuviosta 3.6 voidaan havaita, Subin tarjonnasta puolet koostui ulkomaisesta fiktiosta, josta yli 60 % oli yhdysvaltalaisista tuotantoa. Toiseksi suurin luokka oli viihde reilulla viidenneksellä ja kolmanneksi suurin asiaohjelmat 20 prosentin osuudella. Elokuviensa osuus jäi kuuteen prosenttiin ja urheilun sekä lastenohjelmien prosenttiin. Uutisia, ajankohtaisohjelmia, kotimaista fiktiota tai opetusohjelmia ei kanavalla tarjottu lainkaan.

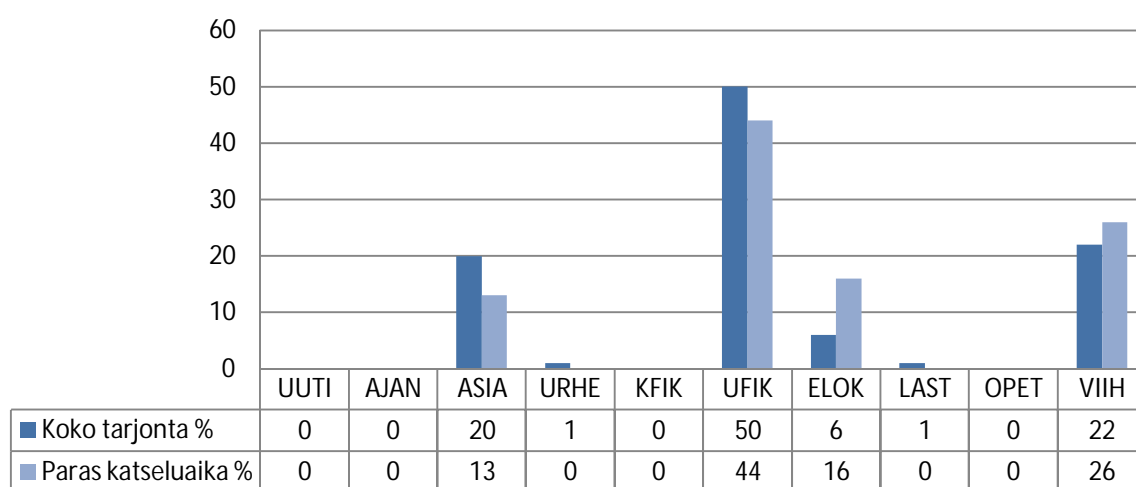
³³ MTV Median kotisivut, ks. <http://www.mtvmedia.fi/mediat/?652333#section1> (luettu 5.6.2012).

³⁴ Subin toimilupa televisiotoiminnan harjoittamiseen (ohjelmistolupa) (luettu 5.6.2012)

Parhaaseen katseluaikaan korostuivat elokuvien ja viihdeohjelmien osuudet. Elokuvien osuus kasvoi noin kymmenen ja viihteen neljä prosenttiyksikköä. Asiaohjelmien ja ulkomaisen fiktion osuudet puolestaan laskivat seitsemän ja kuusi prosenttiyksikköä parhaaseen katseluaikaan.

Kuten taulukosta 3.6.2 voidaan huomata, suurin muutos Subin ohjelmarakenteessa vuoteen 2010 verrattuna tapahtui lastenohjelmien osuudessa, joka laski viidellä prosenttiyksiköllä edellisvuodesta. Muutos selittyy sillä, että vuonna 2011 Sub ei esittänyt enää aamuisin lastenohjelmia vaan eurooppalaisia saippuasarjoja (esim. *Lemmen viemää* ja *Marienhof*). Ulkomaisen fiktion, viihteen ja elokuvien osuudet puolestaan kasvoivat vuonna 2011 muutamalla prosenttiyksiköllä.

Kuvio 3.6

Subin ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011

Taulukko 3.6.2

Subin ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	0	1	0	-
AJAN	-	-	-	-
ASIA	20	21	13	15
URHE	1	-	0	-
KFIK	-	0	-	0
UFIK	50	48	44	53
ELOK	6	4	16	12
LAST	1	6	-	-
OPET	-	-	-	-
VIIH	22	20	26	20
Yht.	100	100	99	100
Yht. h/vko	97	103	37	36

Taulukko 3.6.1 osoittaa, että Subin tarjonnasta kotimaista tuotantoa oli 13 prosenttia (edellisvuonna 16 %). Suomalainen tarjonta painottui otosviikoilla selvästi viihdeohjelmiin (esim. *Duudsonit Amerikassa*, *Big Brother*). Muuta kotimaista tarjontaa

löytyi asiaohjelmien luokasta (esim. *Pelastajat* ja *Paratiisi*) sekä uutisista (*Subin uutiset*).

Pohjoisamerikkalaiset ohjelmat hallitsivat edelleen Subin antia, sillä koko tarjonnasta 54 prosenttia oli pohjoisamerikkalaista, lähinnä yhdysvaltalaisista tuotantoa. Edellisvuoteen nähden kanavan pohjoisamerikkalaisen tuotannon osuus kuitenkin laski kahdeksan prosenttiyksikköä. Sen sijaan eurooppalaisen tuotannon osuus (kotimainen ja pohjoismainen tuotanto pois lukien) kasvoi yhdeksän prosenttiyksikköä lähes kolmannekseen kokonaistarjonnasta. Parhaaseen katseluaikaan puolestaan kotimaisen tuotannon osuus korostui ja muun eurooppalaisen tuotannon osuus laski. Myös Muut maat -ohjelmaluokan osuus kasvoi prime time -aikaan muutamalla prosenttiyksiköllä, mikä selittyy maanosien välisessä yhteistyössä tehtyjen elokuvien osuuden korostumisella. (Ks. taulukko 3.6.1)

3.7 Profiili: Nelonen

Nelonen Median Internet-sivustolla kuvataan kanavia Nelonen, JIM ja Liv seuraavasti:

"Nelonen Media on kehittyvä ja kasvava sähköinen monimediatalo, joka tarjoaa monipuolisia viihdesisältöjä suomalaisten elämään television, radion ja online välityksellä. Nelonen Median brandin alla on kolme mainosrahoitteista ja kolme maksullista televisiokanavaa. Nelonen viihdyttää katsojiaan parhaimmilla kansainvälisillä laatusarjoilla sekä upealla kotimaisella viihteellä. Nelosen uutistoimitus tarjoaa uutiset katsojille kaksi kertaa päivässä. JIM tarjoaa omaa aikaa hauskojen ja helposti katsottavien tositarinoiden parissa. Liv on Suomen ainoa *lifestyleen* keskittyvä tv-kanava." ³⁵

Lisäksi mainostajille tarkoitettussa esittelyssä³⁶ kerrotaan, että Nelonen Media on suomen toiseksi tavoittavin mainosmedia, joka tavoittaa 3,7 miljoonaa suomalaista viikossa. Katsojista 71 % Nelonen Median mukaan alle 54-vuotiaita ja kanava tavoittaa 85 % 24–55-vuotiaista. Päivätavoittavuusennätys kanavalla on 2 723 000 (10+).

Nelosen toimiluvan mukaan "ohjelmistossa tulee ottaa huomioon eri väestöryhmien tarpeet, ja "ohjelmatoiminnassa tulee noudattaa hyvää journalistista tapaa". Lisäksi samoin kuin MTV3-kanavalla "ohjelmiston tulee sisältää uutis-, ajankohtais- ja ajanvietteohjelmia".³⁷

Nelonen lähetti ohjelmaa vuonna 2011 viikoittain keskimäärin 114 tuntia, jolloin päivittäinen tarjonta oli yli 16 tuntia. Kanavan viikkotuntimäärä kasvoi kuudella tunnilla edellisvuoteen verrattuna. Kanavan tarjonnasta 41 prosenttia oli faktapainotteista ja 53 prosenttia viihdepainotteista. Faktapainotteisuuden osuus kasvoi jo toista vuotta peräkkäin 7 prosenttiyksikköä. (Ks. taulukko 3.7.1)

Taulukko 3.7.1

Nelosen ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	41	34	28	22
Viihdepainotteisia ohjelmia	53	61	72	78
Alkuperämaa:				
Suomi	21	19	38	35
Muut Pohjoismaat	2	1	2	2
Muu Eurooppa	7	6	3	2
Pohjois-Amerikka	60	69	47	57
Muut maat	10	5	10	4

Kuten taulukosta 3.7.2 voidaan havaita, kanavan kokonaistarjonnasta yli kolmasosa oli asiaohjelmia (38 %, vuonna 2010 31 %), reilu neljännes ulkomaista fiktiota (28 %, vuonna 2010 25 %) ja kymmenesosa viihdettä. Asiaohjelmien (esim. *Eläinpelastustiimi*, *Matkaoppaat*, *Morsiantieetti*, *Hurja remontti*) määrä nousi siis vuodessa seitsemän prosenttiyksikköä, samoin kuin vuotta aiemmin. Asiaohjelmista noin puolet oli palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmia. Viihteen osuus puolestaan laski vuonna 2011 12 prosenttiyksikköä.

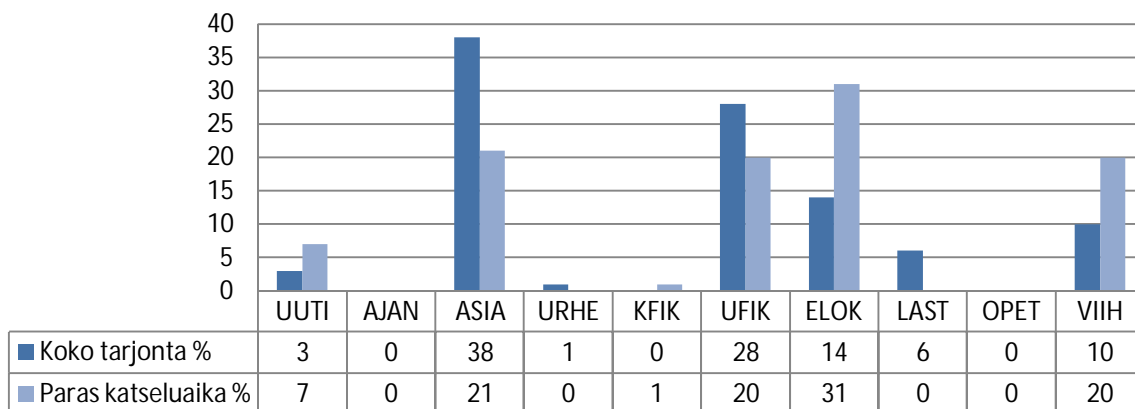
³⁵ <http://www.nelonenmedia.fi/mainostaminen/mediat/tv> (luettu 4.6.2012)

³⁶ <http://www.nelonenmedia.fi/mediat/nelonen/katsojat> (luettu 4.6.2012)

³⁷ Nelosen toimilupa televisiotoiminnan harjoittamiseen (ohjelmistolupa) (luettu 13.6.2012)

Elokuvia kanavan kokonaistarjonnasta oli 14 prosenttia. Urheilu jäi vuonna 2010 kokonaan pois ohjelmistosta, ja nyt urheilun osuus oli yksi prosentti. Lastenohjelmien osuus kasvoi kahdella prosenttiyksiköllä kuuteen prosenttiin ja uutisten osuus pysyi samana kolmessa prosentissa. Kotimaista fiktiota kanavalla tarjottiin alle puoli prosenttia. Ajankohtaisohjelmia ja opetusohjelmia ei kanava tarjoa lainkaan.

Kuvio 3.7

Nelosen ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011

Taulukko 3.7.2

Nelosen ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	3	3	7	7
AJAN	-	-	-	-
ASIA	38	31	21	16
URHE	1	0	0	-
KFIK	0	1	1	2
UFIK	28	25	20	19
ELOK	14	13	31	30
LAST	6	4	0	0
OPET	-	-	0	-
VIIH	10	22	20	26
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	114	108	32	31

Parhaaseen katseluaikaan kanavan tarjonta muuttui niin, että suurimman luokan eli asiaohjelmien tarjonta väheni 17 prosenttiyksiköllä. Sen sijaan elokuvien (31 %) ja viihteen (20 %) osuudet kasvoivat iltta-aikaan selvästi. Myös uutisten osuus korostui prime time -aikaan. Lastenohjelmat jäivät pois ohjelmakaaviosta iltaisin. (Ks. Kuvio 3.7 ja taulukko 3.7.2.)

Nelosen tarjonnan kotimaisuusaste nousi hieman vuoteen 2010 verrattuna, ja 2011 kotimaisten ohjelmien osuus oli 21 prosenttia eli noin viidennes koko tarjonnasta. Suomalainen ohjelmisto jakautui samoin kuin vuonna 2010 lähinnä asiaohjelmien (esim. *Matkaoppaat*, *Poliisit*, *Start!* ja *Elixir*), uutisten (*Nelosen uutiset* ja *Nelosen sää*) ja viihteen (*Hauskat kotivideot*, *Neljän tähden illallinen*) välillä kotimaisen fiktion ja urheilun osuuksien jäädessä hyvin pieniksi.

Noin 60 prosenttia Nelosen ohjelmista oli pohjoisamerikkalaisia ja näistä puolestaan kymmenesosa kanadalaista alkuperää. Sekä pohjoismaisen että muun eurooppalaisen tuotannon osuudet kasvoivat prosenttiyksiköllä kahteen ja seitsemään prosenttiin. Muun kuin eurooppalaisen ja pohjoisamerikkalaisen tuotannon osuus puolestaan kasvoi viisi prosenttiyksikköä kymmeneen prosenttiin, josta reilu viidennes tuli Australiasta ja Uudesta Seelannista. Muiden maiden osuuteen sisältyi muun muassa eri maiden yhteistyössä tuottamia elokuvia.

3.8 Profiili: JIM

JIM on osa Nelonen Mediaa, ja kanava toimii Nelosen lisäpalveluna. JIM:n toimiluvan mukaan "ohjelmiston tulee koostua pääasiassa ajanviete- ja viihdeohjelmista. Ohjelmatoiminnassa tulee noudattaa hyvää journalistista tapaa."³⁸Nelonen Median nettisivuilla JIM:iä kuvaillaan kanavaksi, joka "tarjoaa omaa aikaa hauskojen ja helposti katsottavien tositarinoiden parissa"³⁹

Vuonna 2011 JIM:n ohjelmatarjonta kasvoi 95 tunnista 103 tuntiin, joka tarkoittaa hieman alle 15 ohjelmatuntia päivittäin. Faktapainotteisen ohjelmiston osuus laski kolme prosenttiyksikköä 73 prosenttiin ja viihdepainotteisen nousi vastaavasti kolme prosenttiyksikköä.

Taulukko 3.8.1

JIM:n ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2010 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	73	76	68	83
Viihdepainotteisia ohjelmia	27	24	32	17
Alkuperämaa:				
Suomi	19	9	30	23
Muut Pohjoismaat	3	1	3	2
Muu Eurooppa	14	16	8	14
Pohjois-Amerikka	56	63	54	55
Muut maat	8	11	5	7

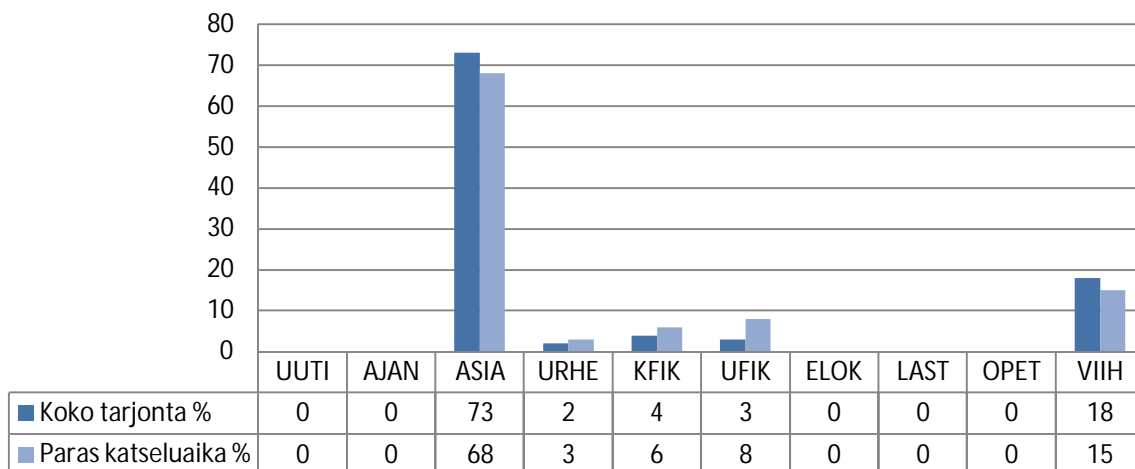
Kuten kuvio 3.8 osoittaa, JIM:n tarjontaa dominoivat asiaohjelmat, joiden osuus oli lähes kolme neljännestä koko tarjonnasta. Asiaohjelmista suurin osa lukeutui perinteisiin asiaohjelmiin (kuten *JIM D* -dokumentit ja ammattiryhmä-*realityt*) ja noin 40 % oli palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmia, kuten kokki-, matkailu- ja remonttiohjelmia. Asiaohjelmien jälkeen suurin ohjelmaluokka oli viihde, jonka osuus oli lähes viidennes ohjelmistosta.

Pohjoisamerikkalaisen ohjelmiston osuus oli vuonna 2011 JIM:n ohjelmatarjonnasta edelleen suurin, vaikka laskua edellisvuodesta oli noin seitsemän prosenttiyksikköä. Sen sijaan kotimaisen ohjelmiston osuus kasvoi kymmenen prosenttiyksikköä noin viidennekseen tarjonnasta. Suuri osa tästä kasvusta tapahtui asiaohjelmien luokassa. Esimerkiksi eri ammattiryhmää seuraavien kotimaisten *reality*-sarjojen ja harrasteohjelmien määrä kasvoi. Myös muiden pohjoismaisten ohjelmien osuus kokonaisuohjelmatarjonnasta kasvoi, joskin vain kaksi prosenttiyksikköä. Muun eurooppalaisen tuotannon osuus taas laski samaiset kaksi prosenttiyksikköä edellisvuoteen nähden. Muita maita JIM:n ohjelmatarjonnassa edusti Australia 8 prosenttiyksikön osuudellaan. Kanavan australialaiset ohjelmat olivat lähinnä asia- ja palveluohjelmia (esim. *Elämää halpalentoyhtiössä*, *Rantavahdit*). (ks. Taulukko 3.8.1)

³⁸ JIM:n toimilupa televisiotoiminnan harjoittamiseen (ohjelmistolupa) (luettu 5.6.2012)

³⁹ <http://www.nelonenmedia.fi/mediat/nelonen/katsojat> (luettu 4.6.2012)

Kuvio 3.8
JIM:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011



Taulukko 3.8.2
JIM:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2010 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	-	-	-	-
AJAN	-	-	-	-
ASIA	73	76	68	83
URHE	2	-	3	-
KFIK	4	1	6	1
UFIK	3	4	8	3
ELOK	-	-	-	-
LAST	-	-	-	-
OPET	-	-	-	-
VIIH	18	19	15	12
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	103	95	34	32

Kuten kuviosta 3.8 on nähtävissä, paras katseluaika muutti tarjontaa siten, että asiaohjelmien määrä laski viisi ja viihdeohjelmien määrä kolme prosenttiyksikköä samalla kun ulkomaisen ja kotimaisen fiktion määrät kasvoivat. Ulkomaisen fiktion luokassa oli otosviikoilla 2011 vain yksi ohjelma, *South Park*, ja kotimainen fiktio koostui lähinnä Nelosella aiemmin esitetyistä *Kaverille ei jätetä* ja *Team Ahma* -sarjoista.

3.9 Profiili: Liv

Liv kuuluu Nelonen Median kanavaperheeseen ja sitä kuvaillaan Nelonen Median nettisivustolla Suomen ainoaksi *lifestyle*en keskittyväksi tv-kanavaksi.⁴⁰ Kanavan kolmevuotispäivänä 14.2.2012 julkaistussa tiedotteessa Liviä kuvaillaan seuraavasti:

”Liv tavoittaa viikoittain 2,1 miljoonaa *lifestyle*en ystävää. Katsojissa korostuvat alle 50-vuotiaat kaupunkilaiset naiset. He huolehtivat itsestään ja ovat kiinnostuneita mm. kodin sisustamisesta ja ruoanlaitosta. Livin naiset shoppailevat erityisen paljon ja jopa kolmannes heistä kertoo nauttivansa mainosten katsomisesta. Liv tavoittaa 56 % mainostajille tärkeistä 25–44-vuotiaista naisista joka viikko.”⁴¹

Myös toimiluvan mukaan ”ohjelmiston tulee koostua pääasiassa naisille suunnatuista ajanviete- ja viihdeohjelmista”. Lisäksi toimilupa ”antaa oikeuden lähettää myös alueellisia lähetyksiä ja mainoksia”. Samoin kuin muiden kanavien kohdalla, ohjelmatoiminnassa tulee toimiluvan mukaan noudattaa hyvää journalistista tapaa.⁴²

Kanavan ohjelmistosta jopa 82 prosenttia oli faktapainotteista ja 18 prosenttia viihdepainotteista ohjelmistoa. Viime vuoden raportissa Livin ohjelmatarjonnan ominaisuuksia -taulukossa oli virhe fakta- ja viihdepainotteisuuslaskelmissa, ja todellisuudessa luvut olivat 80 ja 20 prosenttia (eivät 63 ja 37 %). Kasvua faktapainotteisuudessa oli siis vuonna 2011 edellisvuoteen nähden kaksi prosenttiyksikköä.

Taulukko 3.9.1

Livin ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	82	80	77	80
Viihdepainotteisia ohjelmia	18	20	33	20
Alkuperämaa:				
Suomi	11	13	17	8
Muut Pohjoismaat	3	3	8	2
Muu Eurooppa	33	20	27	24
Pohjois-Amerikka	45	62	43	59
Muut maat	8	2	5	7

Livin ohjelmatarjonnasta vuonna 2011 45 prosenttia tuli Pohjois-Amerikasta (vrt. 2010 62 %) ja tästä noin viidennes Kanadasta. Kotimaisen tuotannon osuus laski 13 prosentista 11 prosenttiin muun pohjoismaisen tarjonnan pysyessä samana. Muun eurooppalaisen tuotannon osuus kasvoi eniten eli noin viidenneksestä kolmasosaan kokonaistarjonnasta. Muun kuin eurooppalaisen tai pohjoisamerikkalaisen ohjelmiston kahdeksasta prosentista kolme neljäsosaa oli australialaista tai uusiseelantilaista alkuperää.

Kuten kuvioista 3.9 on nähtävissä, Livin ohjelmisto koostui pääosin asiaohjelmista, joiden osuus oli 82 prosenttia kokonaistarjonnasta. Valtaosa näistä ohjelmista lukeutui palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmiin, joiden osuus oli yli 86 prosenttia asiaohjelmista. Ohjelmiin

⁴⁰ <http://www.nelonenmedia.fi/mediat/nelonen/katsojat> (luettu 4.6.2012)

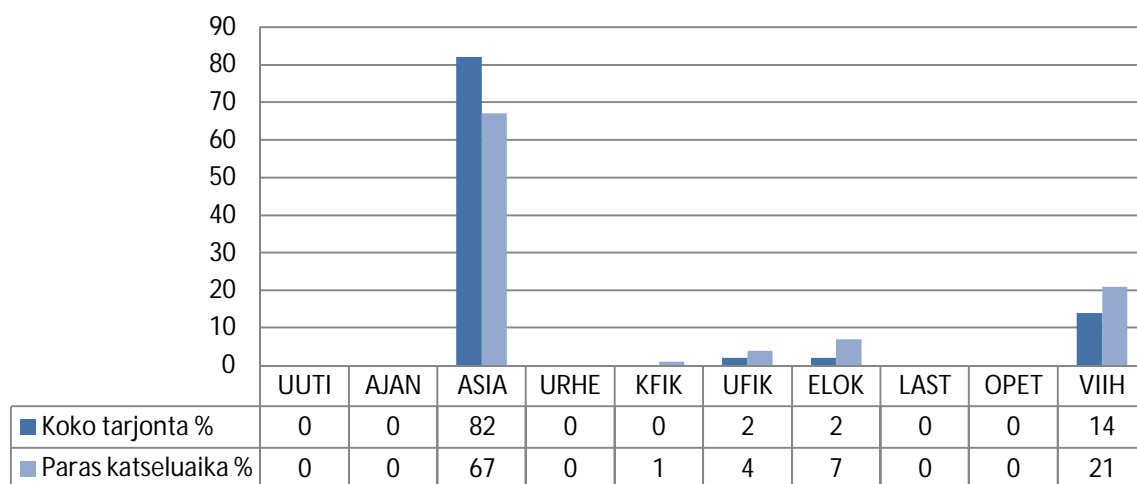
⁴¹ <http://www.nelonenmedia.fi/ajankohtaista/node/384231>

⁴² Livin toimilupa televisiotoiminnan harjoittamiseen (ohjelmistolupa), (luettu 13.6.2012).

lukeutui ennen kaikkea kokki-, hää- sekä muoti- ja kauneusohjelmia. Toiseksi suurin ohjelmaluokka oli viihde 14 prosentillaan. Yli puolet viihdeohjelmistosta koostui erimaalaisista *Arvostele mun illallinen*-ohjelmista, jotka, vaikka ovat ruokaohjelmia, luokitellaan viihteenä, koska niihin liittyy kilpailuelementti.

Parhaaseen katseluaikaan Livin tarjonta muuttui siten, että asiaohjelmien määrä väheni 15 prosenttiyksiköllä, kun taas viihteen määrä kasvoi 7 prosenttiyksikköä. Myös elokuvien ja fiktion osuudet kasvoivat hieman. Kaiken kaikkiaan Livin tarjonta perustuu pitkälti faktapohjaisiin *lifestyle*-ohjelmiin sekä ruokaan ja sisustukseen keskittyneisiin viihdeohjelmiin.

Kuvio 3.9

Livin ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011

Taulukko 3.9.2

Livin ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	-	-	-	-
AJAN	-	-	-	-
ASIA	82	80	67	63
URHE	-	-	-	-
KFIK	0	1	1	1
UFIK	2	5	4	14
ELOK	2	1	7	3
LAST	-	-	-	-
OPET	-	-	-	-
VIIH	14	14	21	18
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	104	100	34	33

3.10 Profiili: TV5

TV5 ja The Voice toimivat samalla kanavapaikalla syyskuusta 2008 huhtikuuhun 2011. Huhtikuusta 2011 lähtien TV5 on lähettänyt ohjelmaa kanavapaikalla 10 ja The Voice kanavapaikalla 11. TV5 ja The Voice TV ovat osa SBS Mediaa ja saksalaista ProSiebenSat.1 Media AG -konsernia.⁴³ Tässä raportissa TV5:n tiedot sisältävät The Voicen alkuvuoden eli viikon 8 lähetykset ja kanavan vuoden 2011 tarjontaa verrataan vuoden 2010 The Voice/TV Viiden ohjelmatarjontaan. The Voicea käsitellään puolestaan uutena kanavana.

TV5:n toimiluvan mukaan ”ohjelmiston tulee koostua pääasiassa nuorisolle suunnatusta ohjelmista ja ohjelmatoiminnassa tulee noudattaa hyvää journalistista tapaa. Toimilupa antaa oikeuden lähettää myös alueellisia lähetyksiä ja mainoksia.”⁴⁴

TV5:n Internet-sivustolla kanavaa kuvaillaan puolestaan seuraavasti:

”TV5 on täyden palvelun viihdekanava. TV5:n ohjelmisto koostuu runsaasta elokuvatarjonnasta, 5D-dokumenteista sekä monipuolisista sarjoista. Kanavan pääkohderyhmä on 15–44-vuotiaat.”⁴⁵

Kanavan kuvausta tukee taulukko 3.10.1, josta voidaan huomata, että kanavan tarjonnasta jopa 77 prosenttia on viihdepainotteista ohjelmistoa. Verrattuna edellisvuoteen viihdepainotteisuus laski 16 prosenttiyksikköä. Tämä kuitenkin johtuu pitkälti siitä, että vuonna 2010 kanavalla ohjelmaa esitti myös The Voice, jonka ohjelmisto oli lähes täysin viihdepainotteista.

Taulukko 3.10.1

TV5:n ohjelmatarjonnassa ominaisuuksia 2011 (%)

	Koko tarjonta 2011	The Voice/TV Viisi 2010	Paras katseluaika 2011	The Voice/TV Viisi 2010
Faktapainotteisia ohjelmia	23	7	22	19
Viihdepainotteisia ohjelmia	77	93	78	81
Alkuperämaa:				
Suomi	28	69	7	1
Muut Pohjoismaat	6	2	5	4
Muu Eurooppa	13	2	15	8
Pohjois-Amerikka	43	27	63	87
Muut maat	10	0	10	-

TV5:n ohjelmisto koostui vuonna 2011 viihde- ja asiaohjelmista, elokuvista sekä ulkomaisesta fiktiosta. Kuten kuvioista 3.10 on nähtävissä, viihdeohjelmia (esim. *Amerikan hauskimmat kotivideot*, *Pikku-Britannia*) oli yli kolmannes tarjonnasta, asiaohjelmia (esim. *Glamourelämää Essexissä*, *Kalajoen hiekat*, 5D dokumentit) 23 prosenttia, elokuvia 22 ja ulkomaista fiktiota 19 prosenttia ohjelmistosta. Paras katseluaika muutti tilannetta elokuvien ja viihteen osalta huomattavasti. Parhaaseen katseluaikaan elokuvia oli jopa 46 prosenttia tarjonnasta eli lähes 25 prosenttiyksikköä

⁴³ <http://www.tv5.fi/yritys> (luettu 5.6.2012)

⁴⁴ TV5:n toimilupa televisiotoiminnan harjoittamiseen (ohjelmistolupa), (luettu 13.6.2012).

⁴⁵ <http://www.tv5.fi/yritys> (luettu 5.6.2012)

enemmän kuin muulloin. Viihteen osuus puolestaan laski 21 prosenttiyksikköä 15 prosenttiin. Asiaohjelmien ja ulkomaisen fiktion osuudet laskivat vain hiukan parhaaseen katseluaikaan.

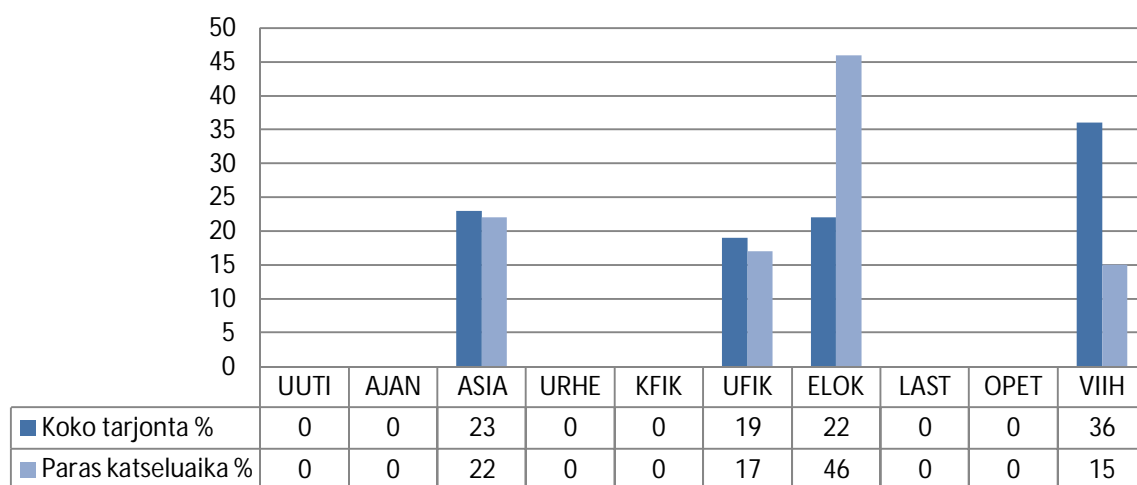
TV5:n ohjelmistosta 43 prosenttia oli pohjoisamerikkalaista alkuperää. Verrattuna vuoteen 2010 pohjoisamerikkalaisen tuotannon osuus kasvoi 16 prosenttiyksikköä. Jälleen syy löytyy siitä, että The Voicen ohjelmisto oli ja on pitkälti kotimaista, mikä näkyy vuoden 2010 tilastossa. Jos katsotaan kuitenkin esimerkiksi vuoden 2010 parhaan katseluajan alkuperämaarakennetta, voidaan huomata, että tuolloin 87 prosenttia tarjonnasta oli pohjoisamerikkalaista. Koska paras katseluaika koostui TV Viiden lähetyksistä, on parhaaseen katseluaikaan tapahtunut muutos parempi mittari kuin muutos kokonaistarjonnassa.

Kun verrataan parasta katseluaikaa vuonna 2011 vuoteen 2010, voidaankin sanoa, että eurooppalaisen, kotimaisen, pohjoismaisen sekä etenkin muun maailman ohjelmistosuudet kasvoivat alkuperämaarakenteessa. Sen sijaan pohjoisamerikkalaisen tuotannon osuus laski prime time -aikana 24 prosenttiyksiköllä vuodesta 2010.

Vuonna 2011 kokonaistarjonnassa suurin alkuperämaaluokka Pohjois-Amerikan jälkeen oli kotimainen ohjelmisto, jonka osuutta nostivat viihdeohjelma *Heräämö*, kotimainen *reality*-ohjelma *Kalajoen hiekat*, sekä The Voicen alkuvuoden musiikkiohjelmat. Paras katseluaika muutti kuitenkin tilannetta niin, että kotimaisen tuotannon osuus oli tuolloin vain seitsemän prosenttia eli yli 20 prosenttiyksikköä vähemmän kuin osuutena kokonaistarjonnasta.

Kuvio 3.10

TV5:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin



Taulukosta 3.10.2 voidaan huomata, että verrattuna vanhaan The Voice/TV Viisi -kanavaan, TV5:n tarjonnassa korostuivat elokuvat, ulkomainen fiktio sekä asiaohjelmat. Kanavan asiaohjelmat ovat kuitenkin pitkälti viihdeohjelmia, eli luokka koostuu lähinnä erilaisista *reality*-sarjoista kuten ohjelmista *Lentokentällä*, *Nuoret Äidit* ja *Ullaredin kyläkauppa* sekä viihdeohjelmista 5D-dokumenteista kuten *5D: Biseksuaaliset tytöt* ja *5D: Britannian haisevimmat ihmiset*. Elokuviin korostuvat yhdysvaltalaiset elokuvat, joita oli otosviikoilla lähes 80 prosenttia elokuvatarjonnasta.

Taulukko 3.10.2
TV5:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	-	-	-	-
AJAN	-	-	-	-
ASIA	23	7	22	19
URHE	-	0	-	-
KFIK	-	-	-	-
UFIK	19	8	17	23
ELOK	22	10	46	41
LAST	0	-	-	-
OPET	-	-	-	-
VIIH	36	75	15	16
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	128	159	37	38

3.11 Profiili: The Voice

Huhtikuusta 2011 alkaen The Voice on lähettänyt ohjelmaa kanavapaikalla 11 niin kutsutussa E-kanavanipussa.⁴⁶ Koska kanavan ohjelmaa esitettiin ennen huhtikuuta 2011 nykyisellä TV5-kanavalla, vuoden 2011 otoksesta puuttuu The Voicen osalta viikko 8. Viikon 8 ohjelmat on tässä raportissa laskettu TV Viiden ohjelmistoksi.

The Voicen toimilupa edellyttää, että kanavan ohjelmisto koostuu monipuolisesti koti- ja ulkomaisista musiikkivideoista, toimitetusta kotimaisesta sisällöstä ja muista musiikkiin ja musiikkiviihteeseen liittyvistä ohjelmista. Toimilupa antaa oikeuden lähettää myös alueellisia ohjelmia ja mainoksia. Kuten muidenkin kanavien toimiluvissa, edellytetään ohjelmatoiminnassa hyvää journalistista tapaa.⁴⁷

The Voice -kanavaa kuvaillaan kanavan omistavan SBS Finlandin mainosratkaisujen nettisivustolla seuraavasti:

”The Voice - Suomen ainoa oikea musiikki-TV. Kanava, joka tarjoilee uusimman pop-musiikin ja halutuimmat eilisen päivän kipaleet - turvallisesti ja perheystävällisesti. The Voice TV on nuorten aikuisten kanava, joka tarjoaa mainostajalle Suomen joustavimman ja kustannustehokkaimman tavan tehdä TV-mainontaa. The Voice TV tavoittaa viikon aikana n. 750 000 katselijaa. Katselijoista 60 % on iältään 15-44 -vuotiaita.”⁴⁸

Taulukko 3.11.1

The Voicen ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011 (%)

	Koko tarjonta 2011	Paras katseluaika 2011
Faktapainotteisia ohjelmia	2	3
Viihdepainotteisia ohjelmia	98	97
Alkuperämaa:		
Suomi	99	99
Muut Pohjoismaat	0	-
Muu Eurooppa	1	1
Pohjois-Amerikka	-	-
Muut maat	-	-

Kuten taulukosta 3.11.1 voidaan huomata, The Voicen ohjelmisto oli vuonna 2011 erittäin viihdepainotteista. Jopa 98 prosenttia ohjelmistosta oli viihde- ja vain kaksi prosenttia faktapainotteista. Parhaaseen katseluaikaan tilanne muuttui hyvin vähän, kun viihdepainotteisuuden osuus laski noin prosenttiyksikön ja faktapainotteisuuden kasvoi saman verran. Viihdepainotteisuus selittyy sillä, että kanavan ohjelmisto koostuu pääosin musiikkivideoista.

Suurin osa eli jopa 99 prosenttia kanavan ohjelmistosta oli vuonna 2011 kotimaista. Kuten vuoden 2010 raportissa kuitenkin mainitaan, alkuperämaatiedot eivät anna täysin

⁴⁶http://www.voice.fi/index.php?mw=Voice%20TV:%20kanavapaikka+%amp;option=com_sbsarticle&tmpl=blog&cid=24344&cat=26 (luettu 5.6.2012)

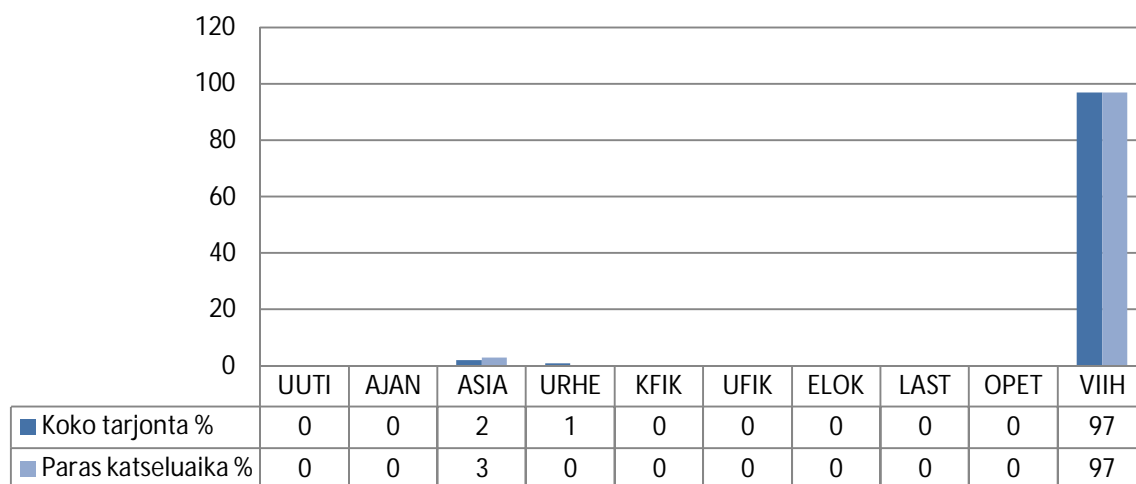
⁴⁷ The Voicen toimilupa televisiotoiminnan harjoittamiseen (ohjelmistolupa), (luettu 13.6.2012).

⁴⁸ <http://sbs.fi/index.php/mainosratkaisut-voice-tv-mainonta> (luettu 5.6.2012)

todellista kuvaa kanavan kotimaisuusasteesta.⁴⁹ Tämä johtuu siitä, että vaikka musiikkivideoita esittävät ohjelmat ovat suomalaisia, eivät esitetyt musiikkivideot itsessään välttämättä ole. Tarkkaa tietoa esimerkiksi musiikkivideoiden kotimaisuusasteesta ei otoksen perusteella ole voitu laskea. Muun eurooppalaisen tuotannon osuus oli vuonna 2011 noin yksi prosentti ja muun pohjoismaisen tuotannon alle yksi prosentti. Pohjoismaisen ja muu eurooppalainen tuotanto koostuivat konsertti- ja festivaalitaltioinneista.

Kuvio 3.11

The Voicen ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)



Taulukko 3.11.2

The Voicen ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta 2011	Paras katseluaika 2011
UUTI	-	-
AJAN	-	-
ASIA	2	3
URHE	1	-
KFIK	-	-
UFIK	-	-
ELOK	-	-
LAST	-	-
OPET	-	-
VIIH	97	97
Yht.	100	100
Yht. h/vko	147	36

Kuten taulukosta 3.11.2 ja kuviosta 3.11 voidaan huomata, viihde oli merkittävin ohjelmaluokka vuonna 2011 97 prosentin osuudellaan. Asiaohjelmien osuus puolestaan oli noin kaksi prosenttia ja urheilun yksi prosentti. Asiaohjelmat koostuivat lähinnä konserttitaltioinneista ja urheiluohjelmat *Red Bull Crashed Ice* -kilpailujen taltioinneista.

⁴⁹http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=1551284&name=DLFE-12236.pdf&title=Julkaisu%2025-2011 (luettu 5.6.2012)

3.11 Profiili: SuomiTV

Nyt jo toimintansa lopettanut kanava SuomiTV aloitti lähetyksensä 18.12.2009. Vuoden 2012 huhtikuussa kanava muuttui FOX:ksi, ja samalla sen päivittäinen ohjelma-aika piteni seitsemästä tunnista 12 tuntiin.⁵⁰

SuomiTV:n ohjelmistoluvan mukaan kanavan ohjelmistossa tuli ottaa huomioon eri väestöryhmien ja erityisesti perheiden tarpeet, ja siihen tuli sisältyä säännöllisesti päivittäin suomen- ja ruotsinkielisiä ohjelmia. Ohjelmiston tuli olla laadukasta ja monipuolista sekä sisältää uutis-, ajankohtais- ja ajanvieteohjelmia. Ohjelmatoiminnassa oli noudatettava hyvää journalistista tapaa.⁵¹

Vuonna 2011 SuomiTV lähetti keskimäärin 34 tuntia ohjelmaa viikossa, mutta 30.5–14.8.2011 välisenä aikana lähetyksissä oli katkos ja ohjelmaa lähetettiin vain 3 tuntia vuorokaudessa.⁵² Tarkastelemalla otosviikkojen ohjelmatarjontaa tarjonnan määrä muuttuu niin, että viikoilla 8, 16 ja 50 ohjelmaa lähetettiin yli 40 tuntia, viikolla 41 noin 35 tuntia ja viikolla 32 vain 23 tuntia. SuomiTV:n ohjelmistosta suurin osa oli viihdepainotteista (62 %) ja vain noin kolmannes faktapainotteista. Faktapainotteisuus laski edellisvuodesta noin kahdeksan prosenttiyksikköä kun taas viihdepainotteisuus lisääntyi lähes 16 prosenttiyksikköä. Tämä tarkoittaa, että myös lastenohjelmien määrän on täytynyt laskea, mikä näkyikin taulukosta 3.12.2.

Taulukko 3.12.1

Suomi TV:n ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011(%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	34	42	32	48
Viihdepainotteisia ohjelmia	62	46	68	52
Alkuperämaa:				
Suomi	30	35	32	30
Muut Pohjoismaat	2	5	2	4
Muu Eurooppa	27	33	27	43
Pohjois-Amerikka	32	21	30	18
Muut maat	9	7	9	6

Suurin alkuperämaaluokka oli edellisvuodesta poiketen pohjoisamerikkalaisten ohjelmien luokka. Kanavan ohjelmistosta hieman alle kolmannes oli pohjoisamerikkalaista alkuperää, kun edellisvuonna osuus oli vain noin viidennes. Toiseksi suurin luokka oli vuonna 2011 kotimaisten ohjelmien luokka 30 prosentin osuudellaan. Kotimaisista ohjelmista noin kolmasosa oli urheilua, joka puolestaan koostui lähinnä raviurheilusta. Muiden pohjoismaisten ohjelmien osuus laski kolmella prosenttiyksiköllä kahteen prosenttiin ja muun eurooppalaisen tuotannon osuus noin kuusi prosenttiyksikköä edellisvuoteen verrattuna.

⁵⁰ http://yle.fi/uutiset/suomitv_muuttuu_tanaan_fox-kanavaksi/5766620 (luettu 4.6.2012)

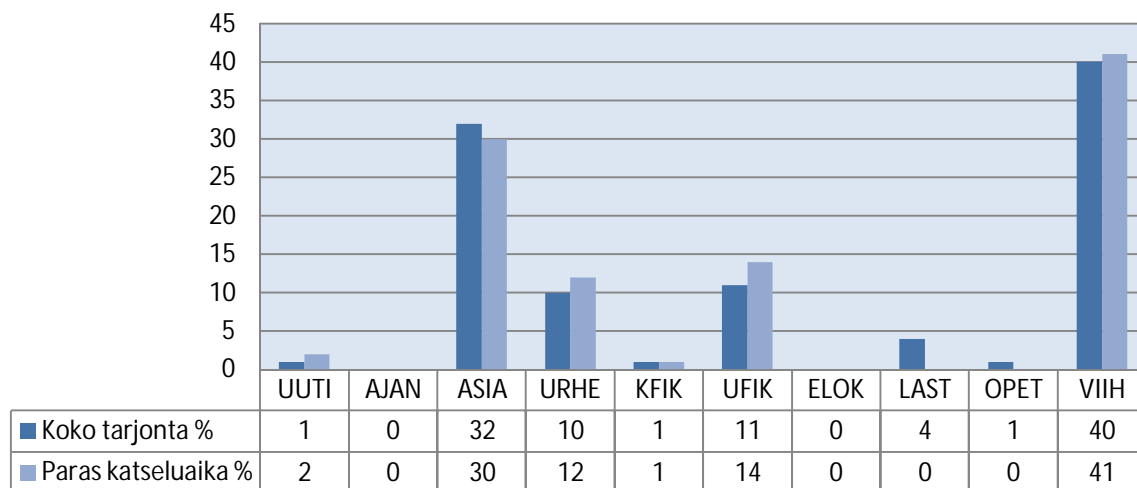
⁵¹ SuomiTV:n toimilupa televisiotoiminnan harjoittamiseen (ohjelmistolupa), (luettu 13.6.2012).

⁵² <http://fi.wikipedia.org/wiki/SuomiTV>, sekä Finnpanel, Paula Viitasen sähköposti. Vastaanotettu 16.3.2012

Kuten kuvio 3.12 voidaan nähdä, SuomiTV:n suurin ohjelmaluokka oli vuonna 2011 viihde 40 prosentin ja asiaohjelmat toiseksi suurin 32 prosentin osuudellaan. Ulkomainen fiktio sekä urheilu kattoivat molemmat tarjonnasta noin kymmenyksen. Paras katseluaika ei tuonut vuonna 2011 suuria muutoksia ohjelmatarjontaan. Ulkomaisen fiktion osuus korostui hieman ja lisäksi urheilun osuus kasvoi kahdella ja viihteen yhdellä prosenttiyksiköllä. Kuten aiemminkin, lastenohjelmien esittäminen rajoittui prime time -ajan ulkopuolelle. Muuten ohjelmistorakenne oli SuomiTV:llä parhaaseen katseluaikaan hyvin samantyyppinen kuin muulloinkin.

Kuvio 3.12

SuomiTV:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)



Taulukko 3.12.2

Suomi TV:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
UUTI	1	2	2	5
AJAN	0	2	0	3
ASIA	32	37	30	40
URHE	10	-	12	0
KFIK	1	0	1	1
UFIK	11	21	14	24
ELOK	0	1	0	1
LAST	4	12	0	1
OPET	1	-	0	0
VIIH	40	23	41	26
Yht.	100	100	100	100
Yht. h/vko	34	72	31	32

Taulukosta 3.12.2 voidaan huomata, että edellisvuoteen verrattuna viihteen osuus SuomiTV:n kokonaistarjonnasta kasvoi vuonna 2011 17 prosenttiyksikköä. SuomiTV:n viihdeohjelmia vuonna 2011 olivat muun muassa *Conan*, *Kingit kotivideot* ja kotimainen *Kymppitonni*. Ulkomaisen fiktion ja lastenohjelmien osuudet puolestaan laskivat huomattavasti vuonna 2011 ja asiaohjelmienkin määrä noin viisi prosenttiyksikköä. Kokonaisohjelma-ajan lasku 72 tunnista 34 tuntiin viikossa oli myös merkittävä.

3.12 Vertailu aiempiin vuosiin

Vuoden 2009 raportissa ohjelmien luokittelussa käytettiin ensimmäistä kertaa Finnpanel-luokitusta. Seuraavassa verrataan vuotta 2011 vuosiin 2007–2010 siltä osin kuin niistä on ollut mahdollista saada vertailukelpoinen aineisto.⁵³ Ensin tarkastellaan kokonaistarjontaa yli kanavien ja sitten tarkemmin kanavakohtaisia muutoksia ohjelmatarjonnassa. SuomiTV, The Voice ja TV5 eivät ole mukana vertailussa aiemman vertailutiedon puutteen vuoksi.

Kuten taulukosta 3.13.1 näkyy, ovat kolme suurinta ohjelmaluokkaa pysyneet samoina viimeisen viiden vuoden aikana. Vain urheilun osuus on vuosina 2010-2011 merkittävästi laskenut.

Tarkasteluvuosina suurimpien ohjelmaluokkien keskinäinen järjestys ja osuudet ovat välillä muuttuneet. Kolme suurinta ohjelmaluokkaa suuruusjärjestyksessä olivat vuonna 2010: asiaohjelmat (34 %), viihde (20 %) ja ulkomainen fiktio (19 %). Vuonna 2011 kolme suurinta ohjelmaluokkaa olivat samat asiaohjelmat (35 %), viihde (23 %) ja ulkomainen fiktio (18 %).

Vuonna 2009 viihdeohjelmien osuus oli kasvanut peräti 11 prosenttiyksikköä vuoteen 2007 verrattuna. Vuoden 2009 raportissa tätä selitettiin sillä, että osa kanavista on luokitellut suositut *reality*-ohjelmansa viihdeohjelmien luokkaan, mutta muutoksen arvioitiin kertovan myös osaltaan televisiotarjonnan aidosta "viihteellistymisestä". Viihdeohjelmat muodostivat 2009 tasan neljänneksen television ohjelmatarjonnasta. Vuonna 2010 viihdeohjelmien osuus notkahti viisi prosenttiyksikköä alaspäin viidennekseen. Vuonna 2011 viihdeohjelmien osuus nousi jälleen 23 prosenttiin.

Yleisemmin voidaan todeta edellisvuoden raportin tapaan, että *pienet ohjelmaluokat ovat entisestään pienentyneet ja suuret suurentuneet*. (Ks. taulukko 3.13.1.)

Taulukko 3.13.1

Kaikkien kanavien ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2007-2011 (%)

	2007	2008	2009	2010	2011
UUTI	6	3	2	3	3
AJAN	6	4	4	5	4
ASIA	19	20	27	34	35
URHE	18	15	11	5	2
KFIK	2	1	1	2	2
UFIK	21	17	15	19	18
ELOK	6	5	4	6	8
LAST	5	9	9	4	4
OPET	3	2	2	1	1
VIIH	14	22	25	20	23
Yht.	100	100	100	100	100

Asiaohjelmien osuus on sen sijaan jatkanut kasvutrendiä. Vuonna 2007 niitä tarjottiin vain 19 prosenttia mutta 2009 jo 27 prosenttia, eli runsas neljännes koko tarjonnasta. Vuonna 2011 tarjontaa oli 35 prosenttia. Vuoteen 2007 verrattuna tarjonta on lähes tuplaantunut. Kun vuoden 2009 raportissa nostettiin esiin ohjelmatarjonnan

⁵³ Vaikka myös aiempien raporttien ohjelmaluokitus on perustunut Finnpanelin käyttämään luokitukseen, se oli tiheämpi, 13-luokkainen, koska se hajotti asiaohjelmat kolmeen eri ryhmään.

viihteellistymistrendi, vuoden 2010 raportissa puhuttiin "asiallistumisesta". On selvää, että *tähän trendiin, joka näyttää jatkuvan vuoden 2011 tilastojen valossa, vaikuttavat merkittävästi viihteellisten dokumentaaristen reality-tyyppisten ohjelmien tarjonnan kasvu.*

Asiaohjelmien luokkaan kuuluvatkin perinteiset asiaohjelmat mutta myös kulttuuri- ja *lifestyle*-ohjelmat. Vuoden 2011 asiaohjelmien tarjontaa tarkastellaan vielä tarkemmin tämän raportin luvussa 6, jossa vertailua tehdään erityisesti vuoteen 2010 nähden.

Tarjonnan muutoksia kanavittain

Etenkin TV1:n tarjonta on jokin verran muuttunut neljän vuoden tarkastelujaksolla. Muutokset johtunevat pitkälti Ylen tavasta profiloida kanaviaan selkeämmin ja jakaa eri ohjelmaluokkia eri kanaville.

Alla olevasta kuvioista 3.13.2 nähdään, että opetus- ja lastenohjelmat ovat selvästi vähentyneet kanavan tarjonnassa. Vuonna 2007 TV1 tarjosi noin kymmenen prosenttiyksikköä vähemmän ulkomaista fiktiota verrattuna vuoteen 2009. Viiden vuoden jaksolla tarkasteltuna kokonaisuusosuus on kuitenkin noussut kolme prosenttia vuoteen 2011 tultaessa. Myös asiaohjelmien osalla näkyy kasvutrendi. Sen sijaan ajankohtaisohjelmissä on selvä laskutrendi.

TV2:n tarjonnan suurimmat muutokset ovat asiaohjelmien ja viihteen vähentyminen. Kotimaisen- ja ulkomaisen fiktion saralla on selkeä trendi: lisäystä on tapahtunut viiden vuoden mittaan.

FST5:n merkittävin muutos on ajankohtais- ja asiaohjelmien osuuksien selvä kasvu. Sen sijaan lastenohjelmat ja opetusohjelmat ovat selvässä laskutrendissä kanavan tarjonnassa.

Teeman profiiliin muutokset näkyvät viiden vuoden mittaan tapahtuneessa opetusohjelmien merkittävässä vähenemisessä. Myös viihteen osuus on pienentynyt. Asiaohjelmat ja elokuvat ovat kasvattaneet osuuksiaan.

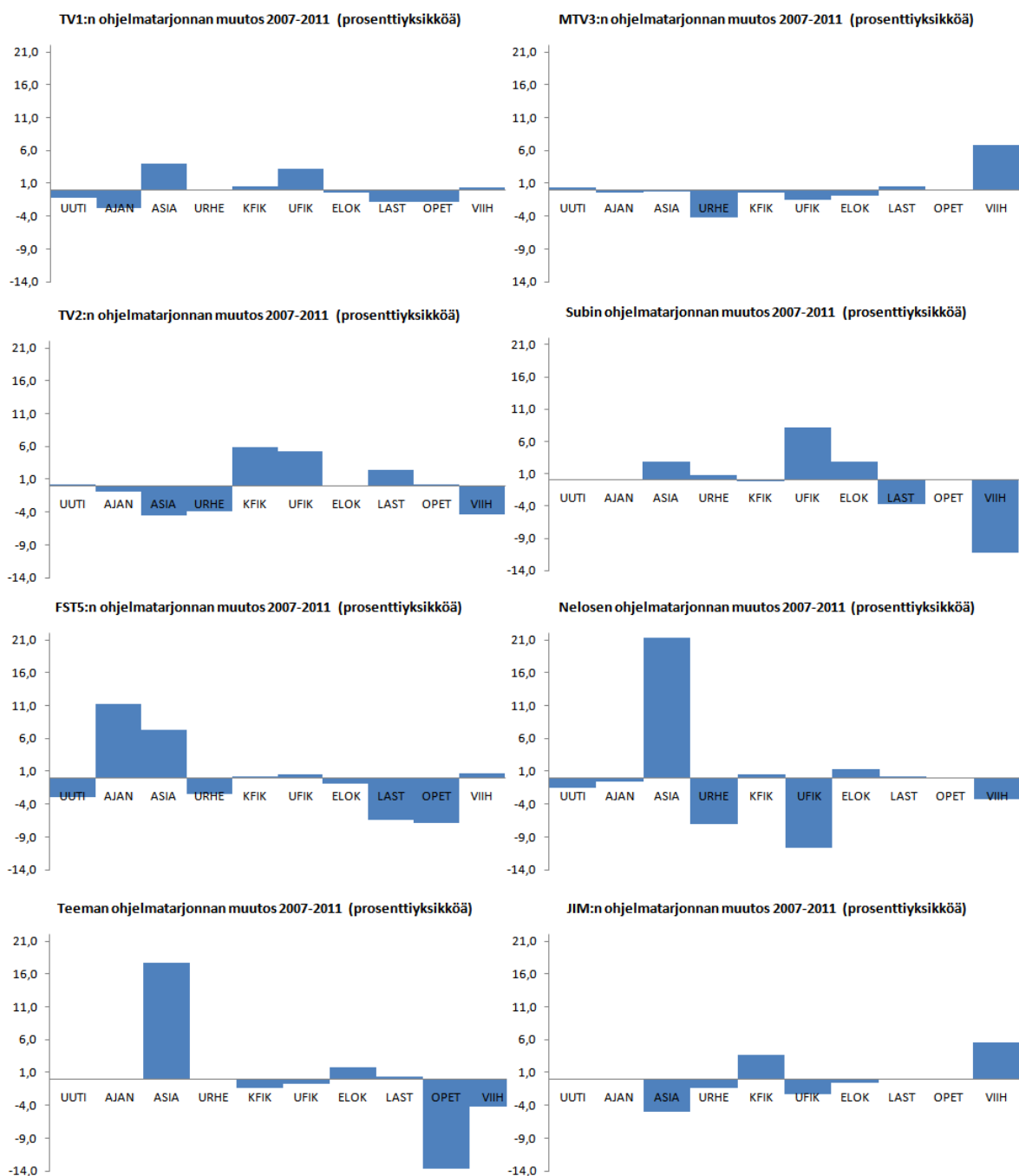
MTV3:n profiilissa näkyy viihteen selvä lisääntyminen. Kiintoisaa on, että kanavan profiili on muuten näyttäytyntynyt tv-tarjontaraporteissa hyvin samankaltaisena vuodesta toiseen. Suurin havaittu muutos viihteen osuuden kasvun lisäksi on urheilun osuuden väheneminen.

Subin suurin muutos on viihdeohjelmien tarjonnan väheneminen. Kanava on lisännyt elokuvien, ulkomaisen fiktion ja asiaohjelmien osuuksiaan. Tässä on tapahtunut käänös aiempaan verrattuna, sillä vuonna 2009 raportoitiin siitä kuinka asiaohjelmatarjontaa oli pienennetty. Lastenohjelmien osuus on pienentynyt.

Nelosen tarjonnassa silmiinpistävä muutos on asiaohjelmatarjonnan huima kasvu. Vuoteen 2010 mennessä viihteen osuus oli myös kasvanut roimasti, mutta vuonna 2011 tapahtui viihteen osuudessa selvä lasku. Elokuvatarjonta ja kotimainen fiktio ovat pysyneet lähes samana, mutta kaikkien muiden ohjelmaluokkien osuudet ovat laskeneet, etenkin urheilun. Asiaohjelmaluokan suuruutta on selitetty aiemmin Nelosen kohdalla pitkälti *lifestyle*-ohjelmilla, joita kanava tarjoaa runsaasti. Tätä voidaan yhä pitää selvänä syynä ohjelmaluokan suurentumiseen.

JIM:n tarjonnan suurimmat muutokset ovat viihteen ja kotimaisen fiktion osuuden kasvu ja toisaalta asiaohjelmien ja urheilutarjonnan lasku. Muissa kanavan tarjoamissa ohjelmaluokissa ei ole tapahtunut merkittäviä muutoksia.

Kuvio 3.13.2
Ohjelmatarjonnan muutokset kanavittain 2007–2011 (%)



4. Julkisen palvelun ohjelmatarjonnan ominaisuuksia

Tässä luvussa tarkastellaan erikseen julkisen palvelun televisiotarjontaa eli Yleisradion neljän kanavan (TV1, TV2, FST5 ja YLE TEEMA) ohjelmistoa kokonaisuutena. Kanavakohtaiset profiilit löytyvät edeltä luvusta 2; Yleisradion kanavien monipuolisuutta käsitellään puolestaan tarkemmin luvussa 5.

Julkisen palvelun tehtävästä on säädetty erikseen Yleisradiota koskevassa laissa. Sen mukaan yhtiön velvollisuutena on *"tuoda täyden palvelun televisio- ja radio-ohjelmisto siihen liittyvine oheis- ja lisäpalveluineen jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin"*. Ohjelmatoiminnassaan yhtiön tulee muun muassa *"tarjota monipuolisia tietoja, mielipiteitä ja keskusteluja sekä vuorovaikutusmahdollisuuksia", "tuottaa, luoda ja kehittää kotimaista kulttuuria, taidetta ja virikkeellistä viihdettä" sekä "tarjota mahdollisuus oppimiseen ja itsensä kehittämiseen" ja "painottaa lapsille suunnattuja ohjelmistoja sekä tarjota hartausohjelmia"*.⁵⁴

Neljän televisiokanavan (TV1, TV2, FST5 ja Teema) Yleisradio tarjosi kokonaisuutena hyvin kattavan ohjelmakirjon ja melko kotimaisen ohjelmiston. Taulukko 4.1.1 osoittaa, että vuonna 2010 reilu puolet Ylen ohjelmistosta oli faktapainotteista ja viihdepainotteisen ohjelmiston osuus oli 41 prosenttia. Vuonna 2011 viihdepainotteisten ohjelmien osuus laski koko tarjonnan osalta neljä prosenttiyksikköä 37 prosenttiin ja faktapainotteisten ohjelmien osuus nousi 56 prosenttiin. Prime time -aikaan viihdepainotteisuus kasvoi kaksi prosenttiyksikköä ja faktapainotteisuus yhden prosenttiyksikön vuoteen 2010 verrattuna. (Tämä tarkoittaa sitä, että lastenohjelmien määrän on täytynyt prime time -aikaan laskea.)

Taulukko 4.1.1

Yleisradion ohjelmatarjonnan ominaisuuksia 2011
(%)

	Koko tarjonta		Paras katseluaika	
	2011	2010	2011	2010
Faktapainotteisia ohjelmia	56	53	53	52
Viihdepainotteisia ohjelmia	37	41	45	43
Alkuperämaa:				
Suomi	50	49	51	50
Muut Pohjoismaat	10	9	11	11
Muu Eurooppa	24	28	22	25
Pohjois-Amerikka	9	10	11	10
Muut maat	7	4	5	4

Kuvio 4.1 osoittaa, että julkisen palvelun ohjelmatyyppejä dominoivat asiaohjelmat 38 prosentin osuudellaan. Toisena oli ulkomainen fiktio liki viidenneksen osuudella. Ajankohtaisohjelmat olivat kolmanneksi suurin luokka 10 prosentin osuudellaan.

Kuviossa 4.1 vertaillaan lisäksi parhaan katseluajan ja kokonaistarjonnan suhteita. Paras katseluaika nosti elokuvien, uutisten, kotimaisen fiktion ja viihdeohjelmien, sekä hieman urheilun ja asiaohjelmien osuuksia. Ajankohtaisohjelmien, ulkomaisen fiktion,

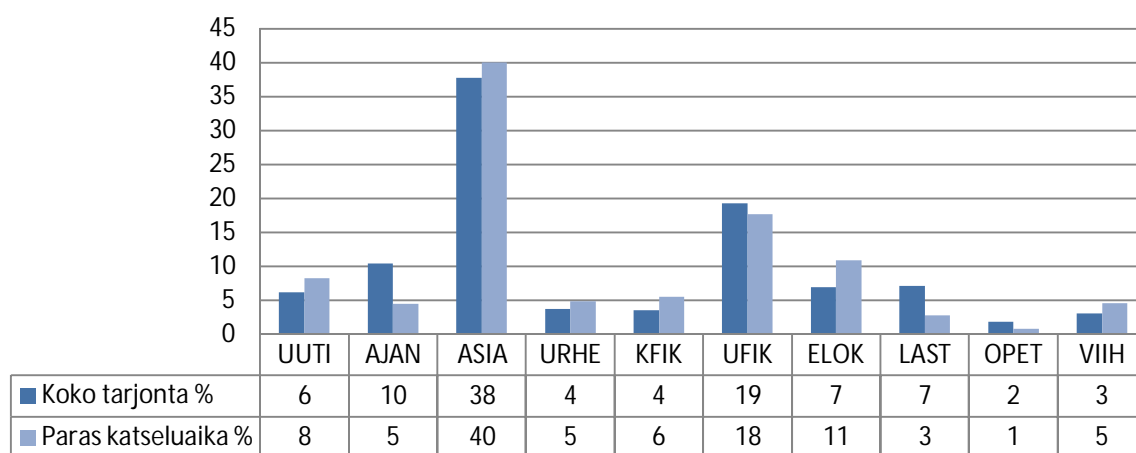
⁵⁴ Laki Yleisradio Oy:stä, 1380/1993, 7 §.

lastenohjelmien ja opetusohjelmien osuudet laskivat prime time -aikaan aivan kuten edellisessäkin vuonna.

Ylen tarjonta kattoi kaikki ohjelmaluokat, mutta kaksi ohjelmaluokkaa nousi myös vuonna 2011 selvästi tarjonnaltaan ylitse muiden. Ensiksi, asiaohjelmien luokka kattoi 38 prosenttia koko tarjonnasta (vuonna 2010: 34 %). Ulkomainen fiktio oli toiseksi suurin luokka lähes viidenneksen osuudellaan. Yhteensä asiaohjelmat ja ulkomainen fiktio kattoivat siis Yleisradion TV-tarjonnasta jopa 57 prosenttia. Ajankohtaisohjelmien osuus pysyi samana kuin edellisvuonna eli kattoi kymmenyksen koko tarjonnasta – kaikkien muiden ohjelmaluokkien osuus jäi alle kymmeneen prosenttiin. Elokuvat ja lastenohjelmat saivat samoin kuin vuonna 2010 seitsemän prosentin osuudet.

Kuvio 4.1

Yleisradion ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2011 (%)



Vuoden 2010 raportissa Ylen kanavien yhteenlaskettu kotimaisuusaste oli noussut vuoden 2009 46 prosentista 49 prosenttiin. Vuonna 2011 kotimaisuusaste kohosi edelleen 50 prosenttiin. Muun kuin kotimaisen ja pohjoismaalaisen eurooppalaisen tarjonnan osuus oli edellisvuonna laskenut neljä prosenttiyksikköä 28 prosenttiin ja nyt lasku jatkui samanlaisena. Muun eurooppalaisen tuotannon osuus olikin siis vuonna 2011 24 prosenttia. Pohjoismaisten ja pohjoisamerikkalaisten ohjelmien osuudet pysyivät lähes samoina noin kymmenessä prosentissa, pohjoismaisten ohjelmien osuus kasvoi prosenttiyksiköllä kun taas pohjoisamerikkalaisten ohjelmien osuus laski saman verran. Ohjelmistosta noin neljä prosenttia oli muuta kuin eurooppalaista tai pohjoisamerikkalaista tuotantoa. Näistä ohjelmista lähes kolme neljästä tuli Australiasta tai Uudesta-Seelannista.

Parhaaseen katseluaikaan alkuperämaaosuudet pysyivät lähes samoina. Suomalaisen, pohjoismaalaisen ja pohjoisamerikkalaisen tuotannon osuudet kasvoivat hieman kun taas muun eurooppalaisen tuotannon osuus laski noin kaksi prosenttiyksikköä.

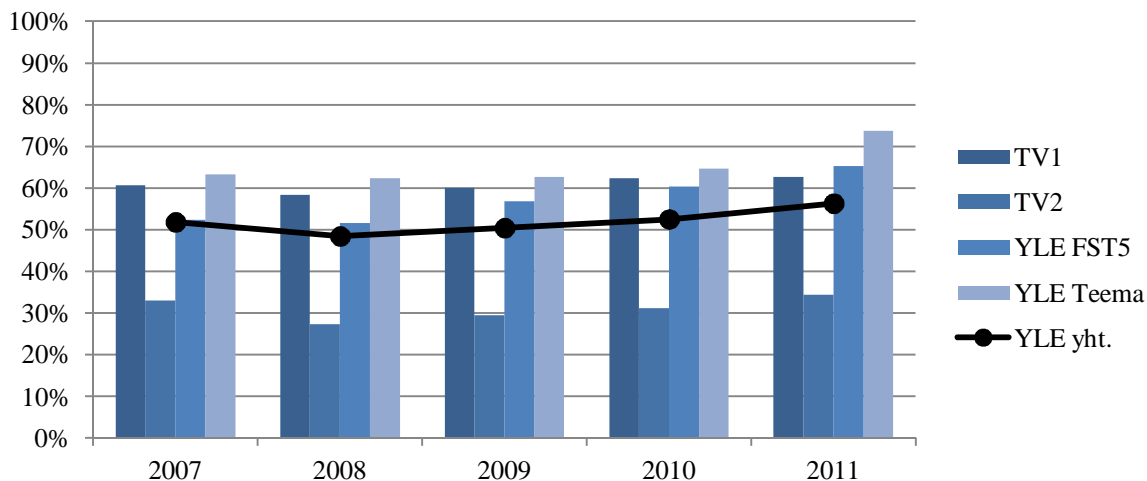
Kuviot 4.2 ja 4.3 osoittavat, että tarkasteltaessa Yleisradion fakta- ja viihdepainotteisuutta näyttäisi siltä, että *faktapainotteisten ohjelmien osuus on hieman lisääntynyt edellisistä kolmesta vuodesta*. Eniten faktan osuus on lisääntynyt FST5 ja YLE Teema -kanavilla, joissa kasvua vuodesta 2007 vuoteen 2011 oli yli 10 prosenttiyksikköä. Matalimmillaan faktan osuus oli vuonna 2008, jolloin faktapohjaisten ohjelmien osuus oli noin 48 prosenttia kokonaistarjonnasta. Vuonna 2011 faktapainotteisten ohjelmien osuus oli kokonaisuudessaan jo 56 prosenttia.

Viihdepainotteisin Ylen kanavista on kuviosta 4.3 katsoen TV2. Kuitenkin myös TV2:n viihdepainotteisten ohjelmien osuus on laskenut edellisen vuoden 52 prosentista 48

prosenttiin vuonna 2011. Huomattavinta viihdeohjelmien osuuden lasku on ollut YLE Teemalla, jossa viihdepainotteisten ohjelmien osuus laski vuonna 2011 noin kymmenen prosenttiyksikköä edellisvuodesta.

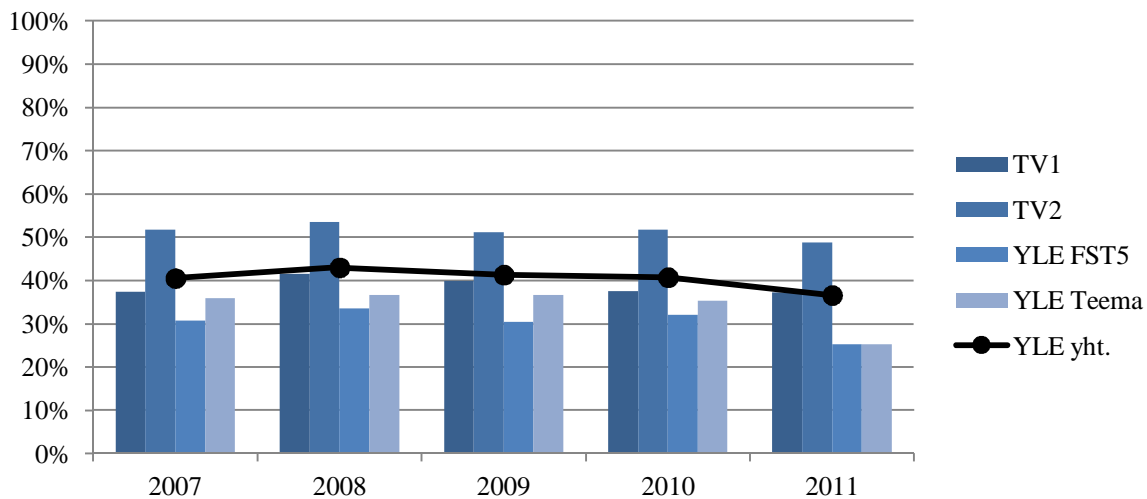
Kuvio 4.2

Faktapainotteiset ohjelmat Yleisradion tarjonnassa 2007-2011 (%)



Kuvio 4.3

Viihdepainotteiset ohjelmat Yleisradion tarjonnassa 2007-2011 (%)



5. Monipuolisuus, keskittyminen ja ohjelmistotyyppien suhteellinen jakautuminen

Tässä selvityksessä tarkastellaan aiempien vuosien *Suomalainen televisiotarjonta* -raporttien tapaan suomalaisia tv-ohjelmistoja niiden monipuolisuuden kannalta. Koska raporttien tavoitteena on antaa määrällinen yleiskuva suomalaisten kanavien ohjelmistoista ja kokonaistarjonnasta, niissä on tarkasteltu monipuolisuutta samasta näkökulmasta kuin tarjontaa muutoinkin, eli kvantitatiivisesti ohjelmistoissa esiintyvien ohjelmaluokkien (genret) kannalta. Esimerkiksi ohjelmissa esitettyjen näkemysten moninaisuuden tai vastaanottajien kokeman monipuolisuuden tarkastelu edellyttäisi toisenlaista lähestymistapaa. *Aiempiin raportteihin nähden uutena elementtinä mukaan on otettu kanavien profiilien tarkastelu suhteessa eri ohjelmatyyppeihin sekä ohjelmiston alkuperämaihin.*

Vuoden 2011 ohjelmiston monipuolisuutta ja keskittyneisyyttä vertaillaan tässä selvityksessä vuosien 2008–2010 ohjelmistoon. Tämä aikaväli muodostaa mielekkään tarkastelujakson, sillä vuonna 2009 käyttöön otettu ohjelmaluokitus (ns. "Finnpanel-luokitus") on pysynyt yhdenmukaisena ja siten vertailukelpoisena. Lisäksi käytössä on ollut soveltuvilta osin kokonaisotanta.⁵⁵

Julkisen palvelun ja muiden yksittäisten laajahkon tarjonnan kanavien monipuolisuutta mitataan aiempien vuosien tapaan suhteellisen entropian matemaattisella mittarilla (H_{rel}). Kuten Euroopan Neuvoston vuonna 2009 julkaisema raportti mediamonitoroinnin metodeista eri maissa toteaa, suhteellinen entropia on yleinen ja suositeltava tilastotieteellinen lähestymistapa mitattaessa viestintäsisältöjen diversiteettiä (Council of Europe, 2009).

Lisäksi tässä raportissa kuvataan edellisvuoden raporttien tapaan kaikkien kanavien yhteenlaskettua tarjontaa nk. Herfindahl–Hirschman-indeksillä (HHI). HHI on kansainvälisesti suosituin ja käytetyin indeksi silloin, kun mitataan mediamarkkinoiden omistuksen keskittymistä. Sitä voi kuitenkin soveltaa myös ohjelmistoihin (ks. Aslama ym., 2009). Tällöin HHI mittaa, kuinka keskittyntä tarjonta mahdollisesti on – toisin sanoen hallitsevatko tietyt ohjelmatyypit tarjolla olevaa ohjelmistoa. Näkökulmalla on Suomen tilanteessa (ja useissa muissakin Euroopan maissa) merkitystä nimenomaan kokonaistarjonnan kannalta. Vaikka kanavat olisivat sinällään profiileiltaan erilaisia, kysymys on siitä, keskittävätkö temaattiset kanavat ja profiloitumaan pyrkivät laajan tarjonnan kanavat televisiotarjontaa kokonaisuutena.

Monipuolisuutta ja keskittymistä mittaavien indeksilukujen ohella ohjelmistotyyppien jakautumisen eroja on tutkittu tässä raportissa korrespondenssianalyysin avulla. Korrespondenssianalyysi on luokittelutasoisille muuttujille soveltuva tilastollinen monimuuttujamenetelmä, jonka avulla voidaan visualisoida havaintoluokkien välisiä eroja. Tässä raportissa menetelmää hyödynnetään monipuolisuuslukujen tulkinnan syventämisessä. Menetelmän voidaan katsoa vastaavan kysymykseen siitä, millä tavalla eri kanavat eroavat suhteessa ohjelmatyyppeihin. Mukaan analyysiin voidaan sisällyttää myös muita muuttujia. Tässä raportissa ohjelmistotyyppien ja kanavien jakautumista on syvennetty ohjelmien alkuperämaita koskevalla tiedolla.

Mittareista ja menetelmistä löytyy perusteellisempi kuvaus liitteestä 2.

⁵⁵ Koko tarjonnan monipuolisuusluvut on laskettu kokonaisotantaa käyttäen. Vuosien 2008 ja 2009 parhaan katseluajan luvut on laskettu viiden viikon otanta-aineistosta, vuodet 2010 ja 2011 koko aineistosta. Keskittyneisyysluvut on laskettu vuosien 2010 ja 2011 osalta otosviikkojen perusteella. Kaikki vuoden 2010 luvut on laskettu uudelleen alkuperäisistä aineistoista tätä raporttia varten.

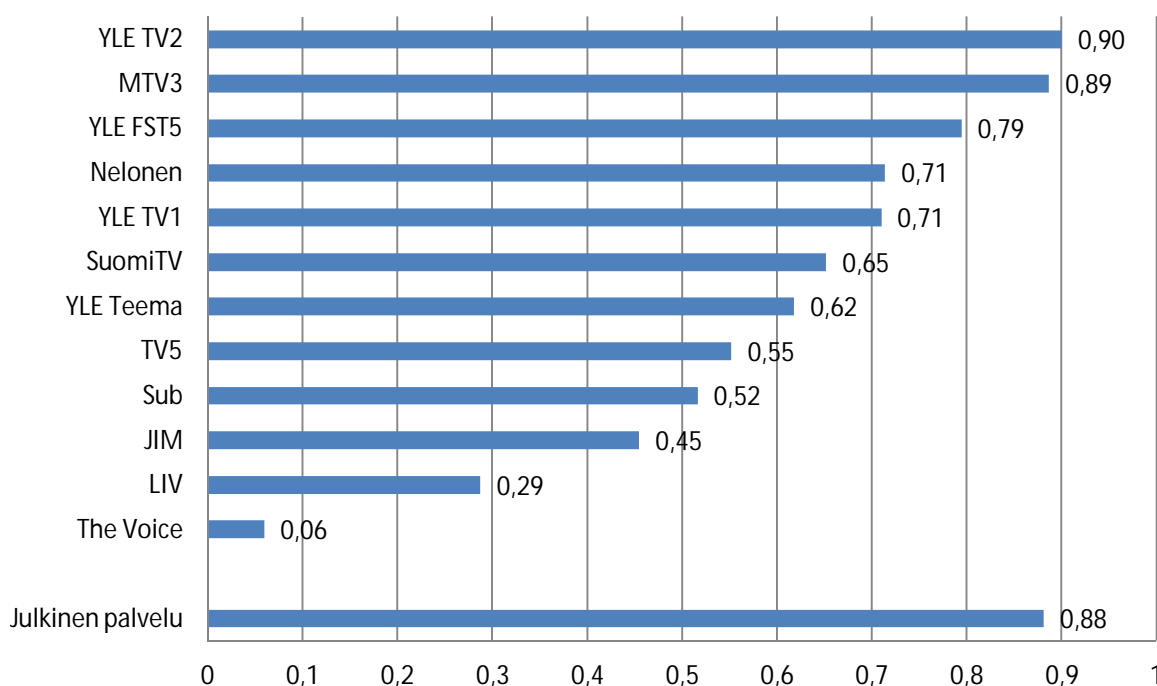
5.1 Pääkanavien monipuolisuus

Kuvio 5.1 esittää pääkanavien monipuolisuutta koko tarjonnassa. Mittarin arvoja tulkitaan siten, että 0,00–0,34 edustaa erittäin vähäistä monipuolisuutta, 0,35–0,54 vähäistä, 0,55–0,69 keskimääräistä, 0,70–0,79 suurta ja 0,80–1,00 erittäin suurta monipuolisuutta. On huomioitavaa, että monipuolisuusmittari soveltuu parhaiten tarjonnaltaan jo monipuolisten yleiskanavien vertailuun – temaattisten kanavien tarkoitushan ei ole olla monipuolisia mittarin mittaamassa merkityksessä.⁵⁶ Kuviossa *Julkinen palvelu* sisältää Ylen TV1:n, TV2:n, FST5:n ja Teeman.

TV2 ja MTV3 olivat vuonna 2011 koko ohjelmiston tarjonnan osalta erittäin monipuolisia kanavia, ja FST5:n, Nelosen ja TV1:n ohjelmiston monipuolisuus oli mittarin mukaan suurta. SuomiTV:n, Teeman ja TV5:n ohjelmatarjonta oli keskimääräisen monipuolista, Subin ja Jimin monipuolisuuden ollessa vähäistä. Kapeammin profiloituneet *The Voice* ja *Liv* olivat myös monipuolisuudeltaan erittäin vähäisiä. Julkisen palvelun tarjonnan monipuolisuus yhdessä oli erittäin suurta.

Kuvio 5.1.

*Ohjelmiston monipuolisuus koko tarjonnassa 2011*⁵⁷

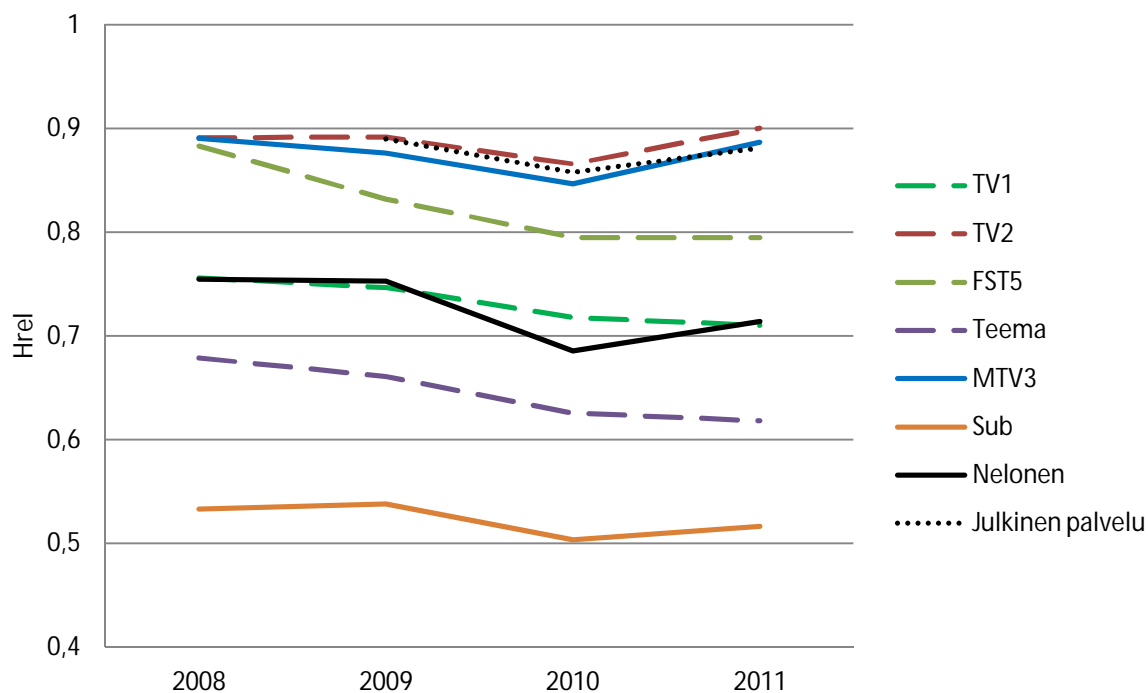


Kuviossa 5.2 on esitetty koko ohjelmiston monipuolisuus neljän vuoden tarkastelujakson aikana. MTV3 ja TV2 ovat edustaneet rinta rinnan kaikkein monipuolisimpia kanavia, kun taas TV1:n, Teeman ja FST5:n monipuolisuus on laskenut loivasti. Nelosen ja Subin ohjelmiston monipuolisuus on säilynyt jokseenkin samana. Julkisen palvelun yhteenlaskettu monipuolisuus on ollut koko tarkastelujakson ajan erittäin monipuolista.

⁵⁶ Temaattisen- ja yleiskanavan ero ei ole täysin selkeärajainen. Temaattisena kanavana voidaan pitää kanavaa, jonka ohjelmistossa yhdelle (tai vain muutamalle) ohjelmatyypille ja/tai kohderyhmälle on annettu selkeästi muita enemmän painoarvoa, kun taas yleiskanavan profiili on ”laveampi”.

⁵⁷ SuomiTV:n ja The Voicen luvut on laskettu otantaa käyttäen.

Kuvio 5.2.
Koko ohjelmiston monipuolisuus 2008–2011

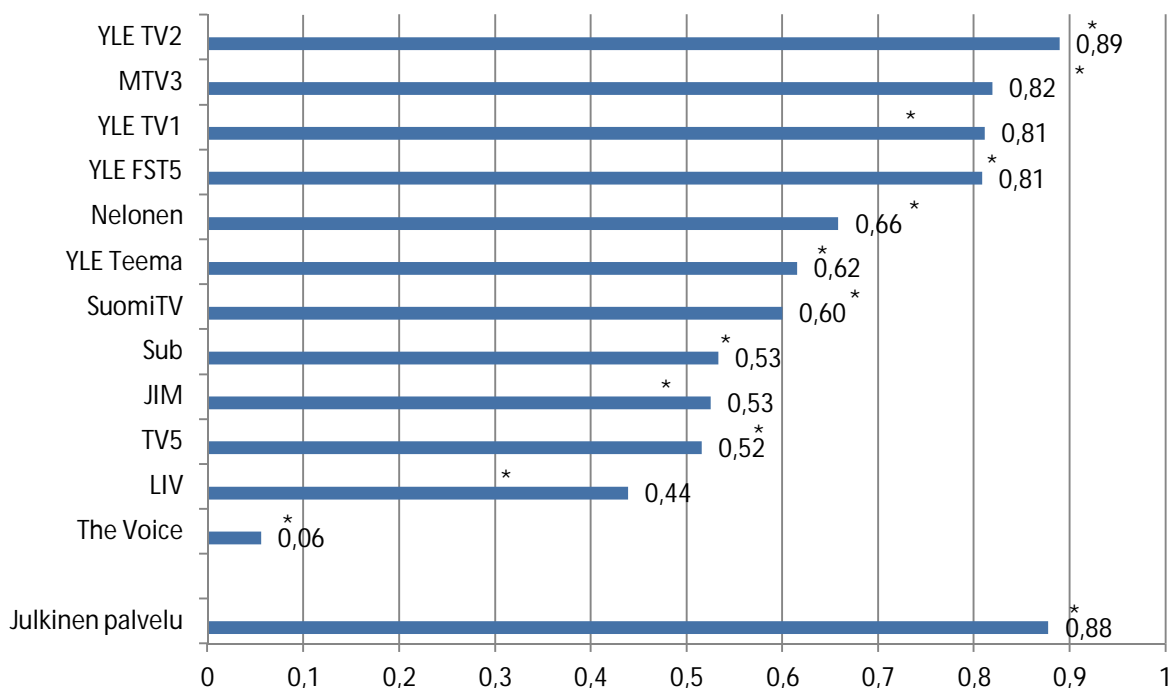


Kuviossa 5.3 tarkastellaan parhaan katseluajan monipuolisuutta (koko tarjonnan monipuolisuus on merkitty mukaan tähdin). Parhaan katseluajan osalta kanavien järjestys monipuolisuuden suhteen säilyy jokseenkin samana; koko tarjonnaltaan monipuoliset kanavat lähettävät myös parhaaseen katselu aikaan monipuolista ohjelmaa. Yhteistä miltei kaikille kanaville on, että niiden monipuolisuus kaventuu hieman koko tarjontaan verrattuna. TV1, JIM ja Liv tekevät tässä poikkeuksen, sillä parhaana katselu aikana niiden ohjelmiston monipuolisuus on suurempaa kuin koko tarjonnassa. Julkisen palvelun tarjonta säilyy erittäin monipuolisena.

Tarkasteltaessa parhaan katseluajan monipuolisuuden kehitystä vuosina 2008–2011 voidaan todeta, että TV1:n monipuolisuus on ollut koko tarkastelujaksolla korkeampi parhaaseen katselu aikaan kuin koko tarjonnan osalta, ja siinä mielessä sen profiili on säilynyt muuttumattomana (ks. kuvio 5.4). Sub-kanava puolestaan on lisännyt parhaan katselu aikansa ohjelmiston monipuolisuutta, mikä selittyy pääosin elokuvien määrän lisääntymisellä.

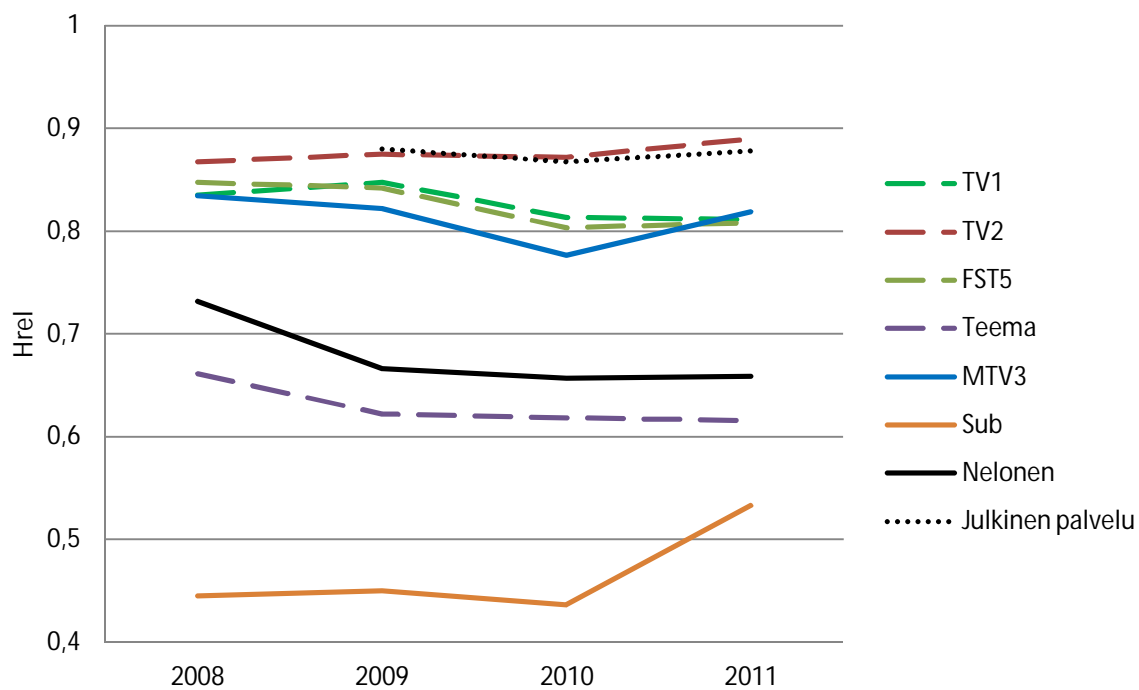
Kuvio 5.3.

Ohjelmiston monipuolisuus parhaaseen katseluaikaan 2011⁵⁸



Kuvio 5.4.

Parhaan katseluaajan monipuolisuus 2008–2009



⁵⁸ SuomiTV:n ja The Voicen luvut on laskettu otantaa käyttäen.

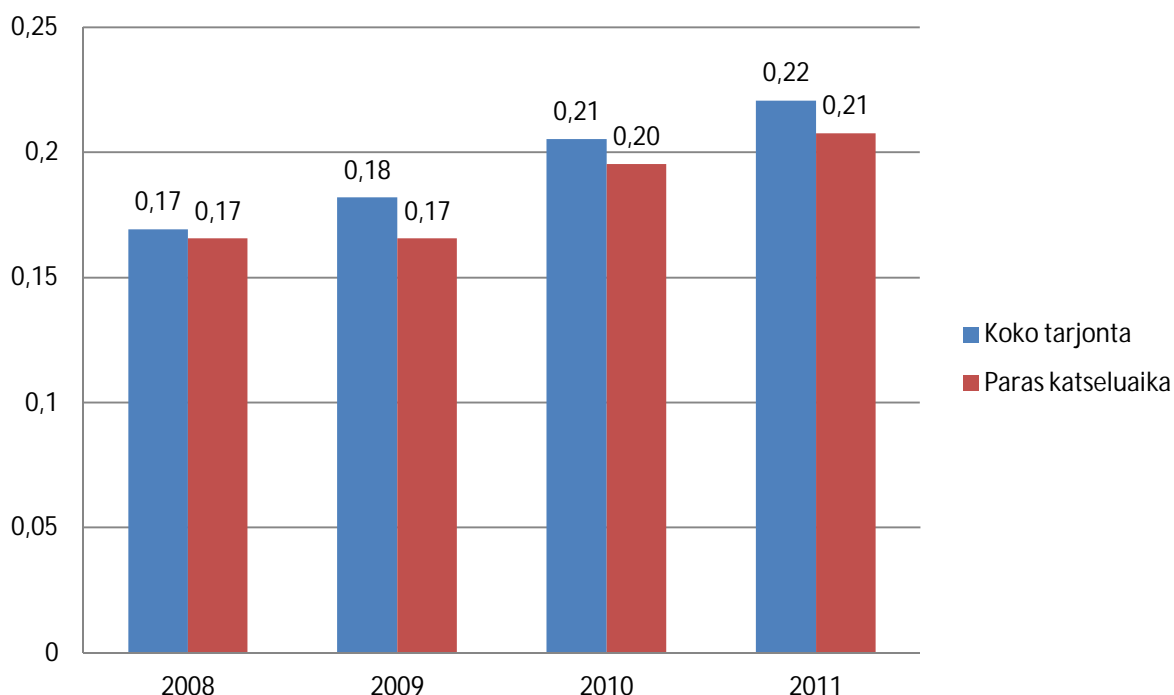
5.1.1 Ohjelmiston keskittyneisyys

Tässä aluvuussa tarkastellaan ohjelmatarjonnan keskittyneisyyttä eli sitä, hallitsevatko tietyt ohjelmatyypit tarjolla olevaa ohjelmistoa. Näkökulmalla on merkitystä kokonaistarjonnan kannalta. Vaikka kanavat olisivat sinällään profiileiltaan erilaisia, kysymys on siitä, keskittävätkö temaattiset kanavat ja profiloitumaan pyrkivät laajan tarjonnan kanavat televisiotarjontaa kokonaisuutena.⁵⁹

Koko ohjelmiston keskittyneisyyttä kuvaavaa HHI-indeksiä tulkitaan siten, että 0,00–0,10 tarkoittaa ohjelmiston vähäistä keskittyneisyyttä, 0,11–0,18 keskimääräistä, 0,19–1,00 suurta keskittyneisyyttä. Kuviosta 5.5 voidaan havaita, että sekä koko ohjelmisto että parhaan katselujan ohjelmisto on hiljalleen kehittynyt kohti suurempaa keskittyneisyyttä.

Kuvio 5.5.

Ohjelmiston keskittyneisyys koko tarjonnassa ja parhaaseen katseluaikaan 2008–2011



Keskittyneisyyteen vaikuttaa se, kuinka hallitsevia tietyt ohjelmatyypit ovat koko ohjelmistossa. Tarkasteltaessa taulukosta 5.1 eri ohjelmatyyppien jakaumia voidaan havaita, että vuonna 2011 kolme ohjelmatyyppiä hallitsi melko vahvasti tarjontaa: useammasta ohjelmatyyppikategoriasta yhdistetty asiaohjelmat (36%), viihde (22%) ja ulkomainen fiktio (18%). Aiempiin vuosiin verrattuna asiakokonaisuuden suhteellinen osuus on kasvanut, samaten ulkomaisen fiktion, joka tosin on laskenut yhden prosenttiyksikön verran vuodesta 2010. Samoin viihteen suhteellinen osuus ohjelmistossa on lisääntynyt. Jo ennestään suurten ohjelmatyyppien suhteellisen osuuden kasvu lisää keskittyneisyyttä.

⁵⁹ Vuosien 2010 ja 2011 luvut on laskettu otanta-aineistosta.

Taulukko 5.1

Kaikkien kanavien ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 2007–2011 (%)

	2007	2 008	2009	2010	2011
UUTI	6	3	2	3	3
AJAN	6	4	4	5	5
ASIA	19	20	27	34	36
URHE	18	15	11	5	3
KFIK	2	1	1	2	2
UFIK	21	17	15	19	18
ELOK	6	5	4	6	7
LAST	5	9	9	4	4
OPET	3	2	2	1	1
VIIH	14	22	25	20	22
Yht.	100	100	100	100	100

Keskittyneisyyden kasvu liittyy myös kanavien monipuolisuuden kehittymiseen. Esimerkiksi joidenkin laajahkon tarjonnan kanavien monipuolisuuden väheneminen näkyy keskittyneisyyden lisääntymisenä. Lisäksi keskittyneisyyteen vaikuttaa temaattisten kanavien määrä. Temaattisilla kanavilla on taipumus painottaa ohjelmistoa tiettyjen ohjelmistotyyppien suuntaa.

Parhaaseen katseluaikaan ohjelmiston keskittyneisyys on koko tarkasteluvälillä vähäisempää kuin koko tarjonnassa, mikä tarkoittaa sitä, että parhaana katseluaikana katsojilla on valittavanaan enemmän ohjelmia useammasta eri ohjelmaluokasta.

5.1.2 Kanavien ja ohjelmistotyyppien suhteellinen sijoittuminen

Korrespondenssianalyysi (*correspondence analysis*) on tilastollinen monimuuttujamenetelmä, joka soveltuu luokitellun aineiston kuvailuun ja analysointiin. Korrespondenssianalyysin tuloksia tulkitaan pääosin visuaalisesti kaksiulotteisesta koordinaatistosta. Erot ja yhtäläisyydet eri muuttujien välillä piirtyvät ”karttakuvassa” kahdelle eri akselille. Korrespondenssianalyysin tarkoituksena on toimia eroavaisuuksien, riippuvuuksien ja yhteyksien havainnollistajana, ei tilastollisena testinä. Korrespondenssianalyysin etuna taulukointiin tai pylväskuvioihin verrattuna on havainnollisempi tulosten tulkittavuus sekä muuttujien välisten yhteyksien kuvaaminen (Vehkalahti 2009).

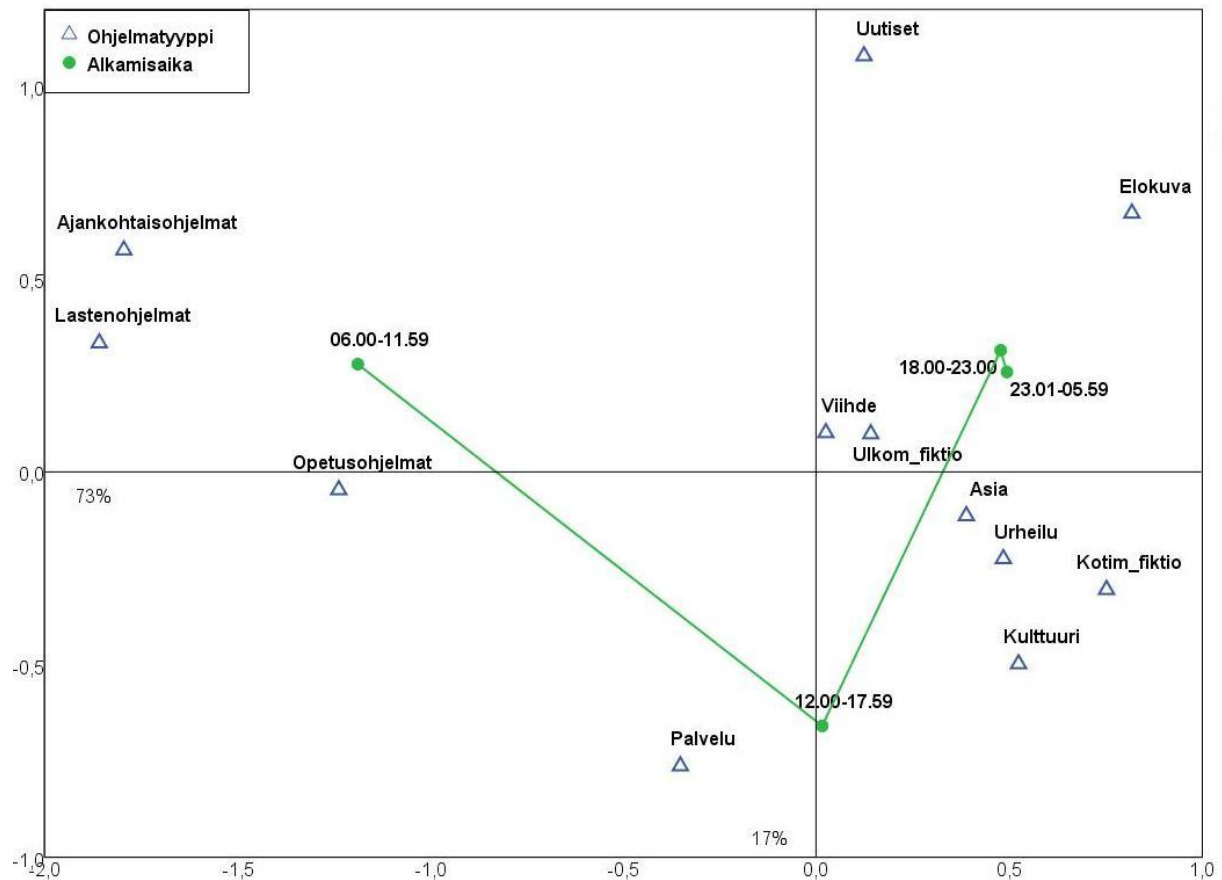
Tämän analyysiosion tavoitteena voidaan pitää vastauksen hakemista kysymykseen siitä, millä tavalla kanavat eroavat toisistaan suhteessa eri ohjelmatyyppeihin ja mikä yhteys tällä on kanavien monipuolisuuteen. Analyysiin on sisällytetty laajempi ohjelmatyypiluokitus, ml. *Kulttuuriohjelmat sekä musiikkitapahtumat ja -konserttitaltioinnit* (KULT) ja *Palvelu- ja harrasteohjelmat* (PALV), jotka ovat esimerkiksi monipuolisuus- ja keskittyneisyyslaskelmissa tiivistetty yhdessä *Asiaohjelmat* (ASIA) -luokan kanssa yhdeksi kokonaisuudeksi. Monipuolisuuslaskelmissa luokitus on haluttu säilyttää vertailukelpoisena edellisvuosiin nähden, eikä laajempaa luokitusta ole siksi käytetty. Uutena ulottuvuutena korrespondenssianalyysiin on sisällytetty ohjelmien alkuperämaa tarkentamaan kanavien erilaisia profiileja.⁶⁰

Kuviossa 5.6 on esimerkkinä kahden muuttujan korrespondenssianalyysin karttakuva esitysaikojen ja ohjelmatyypien suhteen koko ohjelmistossa. Kuvioista voidaan nähdä, kuinka tietyt ohjelmatyypit (*sinisillä kolmioilla merkittynä*) ryhmittyvät lähemmäs tiettyjä esitysaikoja (*vihreät ympyrät*). Esimerkiksi ajankohtais-, lasten- ja opetusohjelmille ovat tyypillisiä varhaisemmat esitysaikat, kun taas palvelu- ja kulttuuriohjelmat näyttävät painottuvan enemmän iltapäivään ja uutiset ja elokuvat iltaan. Loput ohjelmat ryhmittyvät melko tasaisesti parhaan katseluajan ja myöhäisillan ympärille. Akselien leikkauspistettä lähellä olevat luokat ovat *tyypillisiä* luokkia, mikä tarkoittaa sitä, että ne vaihtelevat melko tasaisesti toisten luokkien suhteen.

⁶⁰ Korrespondenssianalyysi on tehty otanta-aineiston perusteella.

Kuvio 5.6.

Kahden muuttujan korrespondenssianalyysi esitysaikojen ja ohjelmatyyppien suhteen



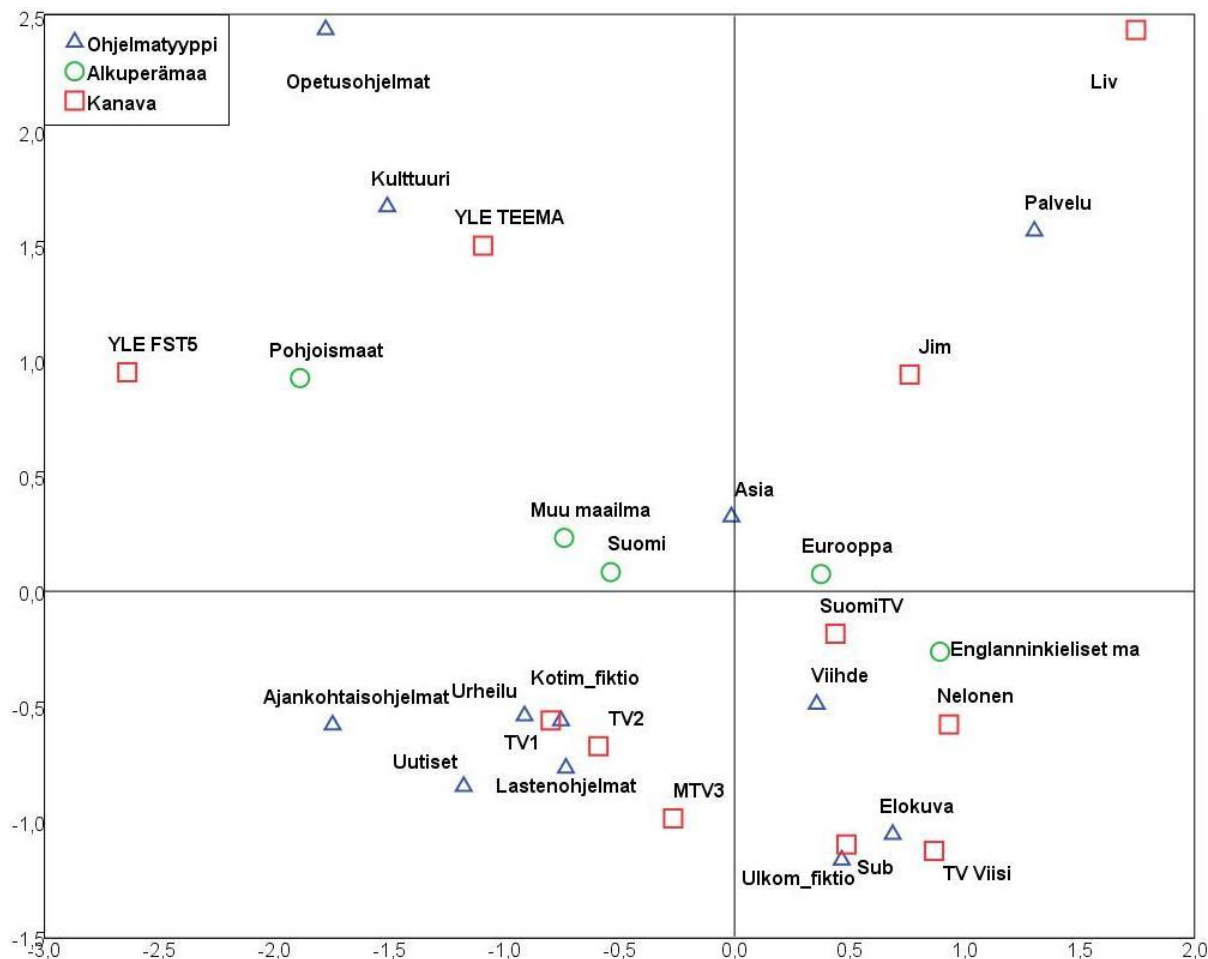
Kuviossa 5.7 on ryhmitelty kanavat, ohjelmatyypit ja alkuperämaat koko tarjonnan suhteen. Kuvioista voidaan havaita, että tietyt kanavat (merkittynä punaisilla neliöillä) sijoittuvat lähemmäs toisiaan ja toisten kanavien ohjelmisto poikkeaa selkeästi tarjonnaltaan muista. Esimerkiksi TV1, TV2 ja MTV3 sijoittuvat hyvin lähelle toisiaan, samoin kuin Sub, TV5, SuomiTV ja Nelonen. Muut kanavat sijoittuvat selkeästi erilleen. Koordinaattien leikkauspistettä lähellä olevat kanavat ovat tarjonnaltaan keskimääräisiä ohjelmatyyppien ja alkuperämaiden suhteen, ja siten profiileiltaan vaikeammin eroteltavissa.

Alkuperämaiden perusteella FST5 painottaa pohjoismaista ohjelmistoa ja esimerkiksi Nelosen ohjelmistossa ovat vahvasti mukana englanninkieliset ohjelmat. Muut alkuperämaat, kotimainen ohjelmisto mukaan lukien, sijoittuvat lähelle kuvan keskikohtaa, mikä tarkoittaa sitä, että ne jakautuvat tasaisemmin kaikkien kanavien kesken, joskin TV1, TV2 ja SuomiTV ryhmittyvät vahvimmin alkuperämaaltaan suomalaisen ohjelmiston ympärille. Vastaavasti kotimainen fiktio on vahvaa TV1:llä ja TV2:lla sekä MTV3:lla. MTV3 sijoittuu mielenkiintoisesti Ylen kanavien ja muiden suurten kaupallisten kanavien välimaastoon.

TV5:n ja Subin ohjelmistoa näyttää leimaavan vahvasti elokuvat ja ulkomainen fiktio. Toki näitä ohjelmatyyppejä esiintyy muillakin kanavilla, mutta niiden suhteellinen vaikutus ei ole yhtä merkittävä tässä yhteydessä. Palvelu ja harraste -ohjelmatyypit näyttäisi luonnehtivat Livin ja JIM:n ohjelmistoa, kun taas kulttuuri ja opetusohjelmat ovat Ylen Teema-kanavalle ominaisia. Asiaohjelmatyypit sijoittuvat lähelle leikkauspistettä, mikä kertoo sen yleisyydestä kaikkien kanavien osalta.

Kuvio 5.7.

Usean muuttujan korrespondenssianalyysi kanavien, ohjelmatyyppien ja ohjelman alkuperämaan suhteen koko tarjonnassa⁶¹

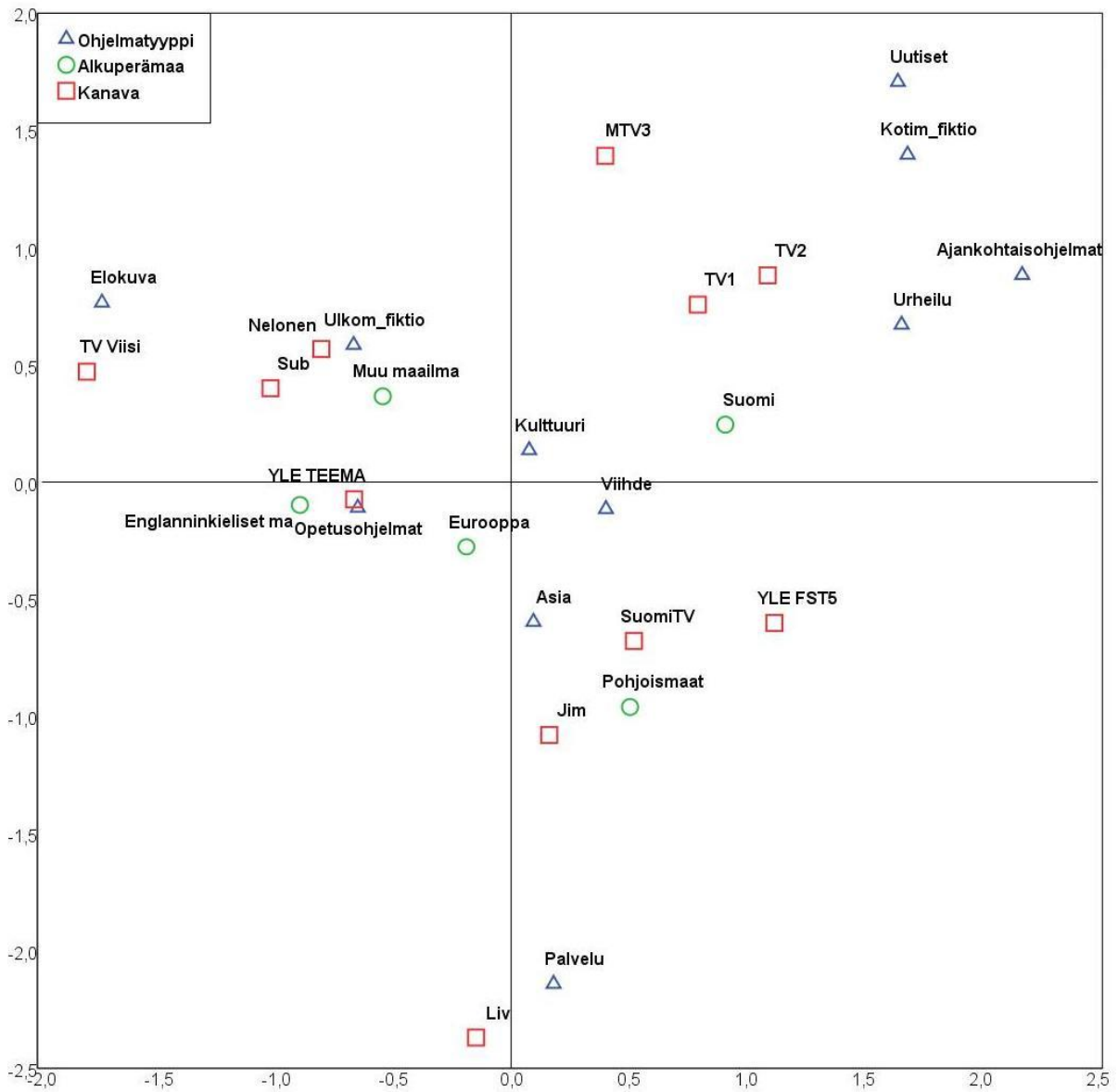


Kuviossa 5.8 on esitetty samat muuttujat parhaana katseluaikana. Voidaan huomata, kuinka kaikki kanavat ryhmittyvät nyt hieman kauemmas kuvan painopisteestä, joka vastaa kaikkien luokkien tyypillisimpiä arvoja. Tämä on seurausta siitä, että kanavien ohjelmisto ei ole parhaaseen katseluaikaan yhtä monipuolista kuin koko tarjonnassa. Toisaalta kanavat erottuvat selkeämmin toisistaan, mikä näkyi koko ohjelmiston keskittyneisyyden laskuna parhaaseen katseluaikaan. TV1, TV2 ja MTV3 pysyvät edelleen lähellä toisiaan, kotimaisen ohjelmiston, kotimaisen fiktion ja uutis- ja ajankohtaisohjelmien sekä urheilun tuntumassa. Koko ohjelmiston tarkastelusta poiketen Ylen Teema-kanava ryhmittyy nyt Nelosen, Subin ja muiden kaupallisten kanavien tuntumaan. Samoin FST5 asettuu JIM:n ja SuomiTV:n läheisyyteen. Palvelu- ja harrasteohjelma -luokka liittyy vahvasti Liv-kanavaan, ja luokka vaikuttanee myös JIM:n, SuomiTV:n ja FST5:n asemaan. Ulkomainen fiktio näyttäisi olevan Nelosen ja Subin vahvinta aluetta parhaaseen katseluaikaan, kun taas kulttuuria ja viihdettä tarjoilevat useat kanavat. Parhaaseen katseluaikaan elokuvat vaikuttaisivat olevan keskeinen osa TV5:n ohjelmatarjontaa.

⁶¹ The Voice -kanava ja useita alkuperämaita -luokka eivät ole mukana analyysissä. Alkuperämaamuuttujan vaikutus koko analyysiin on painotettu vähäisemmäksi kuin kanavan ja ohjelmatyyppien.

Kuvio 5.8.

Usean muuttujan korrespondenssianalyysi kanavien, ohjelmatyyppien ja ohjelman alkuperämaan suhteen parhaaseen katseluaikaan⁶²



⁶² The Voice -kanava, useita alkuperämaita -luokka ja lastenohjelmat-luokka eivät ole mukana analyysissä. Alkuperämaamuuttujan vaikutus koko analyysiin on painotettu vähäisemmäksi kuin kanavan ja ohjelmatyyppin.

Korrespondenssianalyysi helpottaa tulkintaa kanaville tyypillisten ohjelmien ja alkuperämaiden määrittelyssä. Ennen kaikkea se kuvaa sitä, miten kanavat sijoittuvat suhteessa *toisiinsa*. Näiden erojen ja yhtäläisyyksien kautta on huomattavasti helpompaa arvioida, mitä kunkin kanavan monipuolisuus pitää sisällään, ts. millä tavalla kanava on monipuolinen tai temaattinen. Esimerkiksi monipuoliset yleiskanavat TV1, TV2 ja MTV3 näyttävät keskittyvän ensisijaisesti uutisiin, ajankohtaisohjelmiin, kotimaiseen fiktion ja urheiluun. Samoin niiden ohjelmisto on vahvemmin kotimaista. Monipuolisuudeltaan hieman vähäisemmät kanavat, kuten Nelonen, SuomiTV, TV5 ja Sub panostavat enemmän englanninkieliseen ohjelmistoon, elokuvaan, ulkomaisiin sarjoihin ja viihteeseen. Tarjonnaltaan kapeammat temaattiset kanavat JIM ja Liv keskittyvät palvelu- ja harrasteohjelmiin, ja Teema opetus- ja kulttuuriohjelmiin. Parhaana katseluaikana kanavat ryhmittyvät hyvin samantapaisesti kuin koko tarjonnassa. Poikkeuksen tekee Teema, jonka profiilissa parhaaseen katseluaikaan painottuvat koko tarjontaa enemmän englanninkieliset ja eurooppalaiset ohjelmat sekä elokuvat. FST5 hahmottuu tässä analyysissä lähinnä pohjoismaisen ohjelmiston kautta; sen profiili olisi monipuolisempi, jos tarkasteltaisiin pelkästään ohjelmatyyppejä.

On syytä vielä painottaa, että tässä analyysissä esitetyt päätelmät ovat kuvista tehtyjä tulkintoja, jotka perustuvat sekä alkuperämaiden että ohjelmatyyppien jakautumiseen eri kanavilla sekä koko tarjonnassa että parhaaseen katseluaikaan. Pisteiden sijainnit karttakuvissa ovat suhteellisia, mikä tarkoittaa sitä, että jos esimerkiksi jokin vaikutusvaltainen luokka poistettaisiin, kokonaisuus voisi olla hyvin erinäköinen.

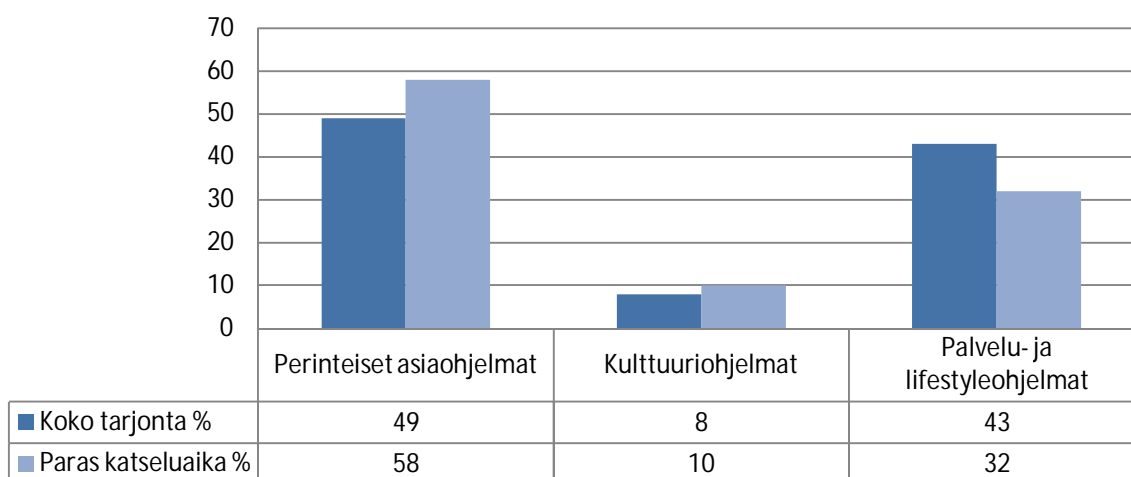
6. Asiaohjelmat

Kuten aiemmissa luvuissa on tullut esille, asiaohjelmat (sis. kulttuuri- ja palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmat) on suomalaisen television suurin yksittäinen ohjelmaluokka. Koko ohjelmatarjonnasta vuonna 2011 asiaohjelmia oli 35 prosenttia, eli prosenttiyksikön enemmän kuin vuonna 2010. Verrattuna kokonaistarjontaan, parhaaseen katseluaikaan asiaohjelmien osuus laski yhden prosenttiyksikön, samoin kuin vuotta aiemmin. Asiaohjelmien tarkempaa analysointia varten ohjelmat on jaettu kolmeen eri luokkaan: perinteisiin asiaohjelmiin, kulttuuriohjelmiin sekä palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmiin.

1. Perinteisiksi asiaohjelmiksi on tässä raportissa luokiteltu perinteiset dokumentit, reportaasit ja haastattelut, suurin osa luonto-ohjelmista sekä muut faktapohjaiset ohjelmat, joiden käsittelytapa ja aihevalinnat ovat "vakavia" (esim. Dokumenttiprojekti, Inhimillinen tekijä). Luokkaan kuuluvat lisäksi vuonna 2009 kevytasiaohjelmiksi luokitellut dokumentaariset *reality*-sarjat kuten ammattiryhmää seuraavat *Pelastajat*, *Matkaoppaat* ja *Poliisit* sekä yksittäisten perheiden elämää seuraavat *Vauvan tarina*, *Uusi elämä maalla* ja *Ruotsin miljonääriäidit*.
2. Kulttuuriohjelmiksi on luokiteltu kaikki aiheeltaan kulttuuria ja taiteita käsittelevät ohjelmat ohjelmaformaattista riippumatta, kuten esimerkiksi *Runoraati* ja *Kirjakausi*.
3. Palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmiin kuuluvat erilaiset harrastamiseen, kuluttamiseen sekä elämäntapaan ja -hallintaan liittyvät ohjelmat. Tällaisia ohjelmia ovat esimerkiksi *Elixir*, *Ihana Piha*, *Mitä tänään syötäisiin?*, *Laihdutaan yhdessä* ja *Kuningaskuluttaja*.

Kaiken kaikkiaan asiaohjelmistoa hallitsivat perinteiset asiaohjelmat (49 %) (mukaan lukien monet *reality*-tyyppiset sarjat) ja palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmat (43 %). Kuvio 6.1 näyttää, että kulttuuriohjelmien osuus jäi vain kahdeksaan prosenttiin asiaohjelmistosta. Paras katseluaika muutti asetelmaa seuraavasti: perinteisten asiaohjelmien osuus nousi 58:aan ja kulttuuriohjelmien kymmeneen prosenttiin. Palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmien osuus taas tippui prime time -aikana reilut kymmenen prosenttiyksikköä 32 prosenttiin.

Kuvio 6.1
Asiaohjelmat alaluokittain 2011 (%)



Perinteisten asiaohjelmien luokkaa kasvattavat erilaiset ammattiryhmää tai työpaikkaa seuraavat *reality*-ohjelmat. Vuonna 2011 esitettiin kokonaisuudessaan jopa 50 eri ohjelmaa, jotka seurasivat samoja ja eri ammattiryhmiä. Eniten tällaisia ohjelmia oli JIM-kanavalla, jolla esitettiin otosviikoilla yhteensä 21 ammattiryhmää seuraavaa *reality*-sarjaa. Ohjelmat dokumentoivat muun muassa poliisien, sotilaiden, lentokenttä- ja pelastustyöntekijöiden arkea.

Taulukko 6.1.1 kertoo kuinka erilaiset asiaohjelmat jakautuivat kanavittain. YLE TV1 on perinteisten asiaohjelmien tilaston kärjessä 83 prosentin osuudellaan, toisena on TV5 80 prosentilla. TV1:n perinteisistä asiaohjelmista noin viidesosa koostui luonto- ja eläinohjelmista, joihin lukeutuvat muun muassa *Avara luonto* ja *Luontohetki*. Toisen viidenneksen kattoivat TV1:n *MOT-*, *Prisma-*, *Ulkolinja-*, ja *Ykkösdokumentit*. TV5:n asiaohjelmista puolestaan lähes neljännes koostui ammattiryhmää tai työpaikkaa seuraavista *reality*-ohjelmista, kuten *Lentokentällä*, *Rantavahdit* ja *SOS Länsirannikko*. Lisäksi noin 15 prosenttia TV5:n asiaohjelmista oli vuonna 2011 viihteellisiä 5D-dokumentteja, kuten *5D: Karvaiset ja karvattomat*, *5D: Teini-ikäiset puoliset* ja *5D: 90 nukahdusta päivässä*. TV1:n ja TV5:n jälkeen kolmanneksi perinteisten asiaohjelmien määrässä sijoittui Sub 66 prosentin ja neljänneksi JIM 61 prosentin osuuksillaan. Vähiten perinteisiä asiaohjelmia esitettiin The Voice -kanavalla, jonka asiaohjelmistosta vain yksi prosentti lukeutui perinteisiin asiaohjelmiin.

Taulukko 6.1.1

Asiaohjelmien alaluokat kanavittain 2011 (%)

	Perinteiset		Palvelu- ja <i>lifestyle</i> -ohjelmat	Yht.
	asiaohjelmat	Kulttuuriohjelmat		
TV1	83	8	9	100
TV2	53	12	35	100
FST5	62	11	27	100
Teema	49	37	14	100
MTV3	27	7	66	100
Sub	66	1	33	100
Nelonen	42	0	58	100
JIM	61	0	39	100
Liv	12	1	87	100
TV5	80	1	18	99
Voice	1	99	0	100
SuomiTV	46	1	53	100
Yht.	49	8	43	100

Taulukko 6.1.1 osoittaa, että The Voice, Yleisradion kanavat ja erityisesti YLE Teema olivat edellisvuosien tapaan päävastuussa kulttuuritarjonnasta. The Voicen 99 prosentin osuutta selittää se, että kanavan osuus asiaohjelmien kokonaistarjonnasta oli vain noin yksi prosentti ja tästä suurin osa koostui konserttitalioinneista. Ylen ja The Voicen tarjonnan lisäksi kulttuuriohjelmia lähettivät vain MTV3 (7 %) sekä Sub, Liv ja SuomiTV yhden prosentin verran.

Palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmien merkittävä rooli asiaohjelmistossa näkyy selvästi kuvioista 6.1. Taulukosta 6.1.1 voidaan puolestaan huomata, että varsinkin Livillä, MTV3:lla ja Nelosella asiaohjelmisto oli pitkälti palvelu- ja *lifestyle*-painotteista. Livin asiaohjelmista peräti 87 prosenttia koostui palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmista, MTV3 kanavalla puolestaan

66 ja Nelosella 58 prosenttia. The Voicella ei palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmia esitetty lainkaan ja TV1:lläkin palveluohjelmien osuus asiaohjelmista jäi alle kymmenen prosentin.

Taulukossa 6.1.2 on esitetty asiaohjelmien alkuperämaat kanavittain. Kaikkiaan kotimaisia asiaohjelmia oli 31 prosenttia asiaohjelmistosta. Eniten kotimaista asiaohjelmaa lähettivät MTV3, TV2 ja TV1. Pohjoismaista asiaohjelmistoa reilusti eniten oli FST5:llä, jonka asiaohjelmistosta 46 prosenttia oli pohjoismaista. Myös TV5:llä ja The Voicella pohjoismaisen ohjelmiston osuus oli yli viidennes asiaohjelmistosta. Muita eurooppalaisia asiaohjelmia lähetettiin eniten YLE Teemalla, Livillä ja Subilla. Vähiten muuta eurooppalaista tuotantoa oli JIM:llä, jonka asiaohjelmisto oli pääosin pohjoisamerikkalaista.

Pohjois-Amerikka olikin 32 prosentin osuudellaan suurin Suomessa esitettyjen asiaohjelmien tuottaja vuonna 2011. Tästä noin viisi prosenttiyksikköä oli Kanadassa ja loput Yhdysvalloissa tuotettua ohjelmistoa. Euroopan ja Pohjois-Amerikan ulkopuolella tuotettua asiaohjelmistoa lähetettiin hyvin niukasti ja pienestä kuuden prosentin osuudesta noin puolet tuotettiin Australiassa ja Uudessa-Seelannissa.

Taulukko 6.1.2

Asiaohjelmien alkuperämaat kanavittain 2011 (%)

	Suomi	Pohjoismaat	Muu Eurooppa	Pohjois-Amerikka	Muut	Yht.
TV1	58	6	26	6	4	100
TV2	60	15	21	3	1	100
FST5	41	46	10	1	3	100
Teema	42	9	36	7	6	100
MTV3	64	1	20	12	2	100
Sub	29	4	30	37	0	100
Nelonen	30	0	15	41	15	100
JIM	17	4	12	60	8	100
Liv	13	2	32	49	5	100
TV5	15	22	22	39	1	100
The Voice	54	23	24	0	0	100
SuomiTV	16	4	25	40	15	100
Yht.	31	8	23	32	6	100

Taulukko 6.1.3

Asiaohjelmien alaluokat alkuperämaittain 2011 (%)

	Perinteiset asiaohjelmat	Kulttuuriohjelmat	Palvelu- ja <i>lifestyle</i> -ohjelmat	Yht.
Suomi	30	60	26	31
Muut Pohjoismaat	12	4	5	8
Muu Eurooppa	22	25	24	23
Pohjois-Amerikka	30	10	39	32
Muut	7	2	5	6
Yht.	100	100	100	100

Taulukossa 6.1.3 on esitetty asiaohjelmien alaluokat alkuperämaittain. Valtaosa kulttuuriohjelmistosta (60 prosenttia) oli kotimaista ja yhteensä 29 prosenttia pohjoismaista ja muuta eurooppalaista tuotantoa. Perinteisistä asiaohjelmista puolestaan noin kolmasosa oli kotimaista ja palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmista reilu neljännes. Palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmista lähes 40 prosenttia oli pohjoisamerikkalaista tuotantoa.

Asiaohjelmien luokittelu *perinteisten asiaohjelmien ja palvelu- ja lifestyle-ohjelmien* välillä on *reality*-sarjojen ja ylipäänsä erityyppisten tosi-tv-sarjojen suosion ja dokumenttipohjaisten viihdeohjelmien määrän kasvun myötä vaikeutunut. Perinteisten asiaohjelmien luokassa on paljon ohjelmia, joiden päätarkoitus on viihdyttää. Ongelma on, että jopa samaa aihepiiriä käsittelevät ohjelmat saattavat olla joko hyvinkin viihteellisiä tai täysin asiapitoisia. Pelkkä aihepiiri ei riitä ohjelmien luokittelun pohjaksi, vaan tarvitaan tarkempaa tietoa aiheen käsittelytavasta.

Lisäksi myös asiaviihteen sisällä ohjelmien aihepiirit poikkeavat toisistaan huomattavasti. Toisaalta asiaviihde voi käsitellä julkisuuden henkilön perhe-elämää, surkeiden ravintoloiden kohennusta, elämää eläintarhassa tai synnytyssairaalan arkea. Toisaalta se voi taas keskittyä esimerkiksi seksin, pakko-oireiden tai lihavuuden ongelmiin ja ratkaisuihin. Ohjelmien kirjo on siis todella laaja ja niitä on toisinaan vaikea erottaa perinteisistä vakavista dokumenteista pelkkien ohjelmakuvausten avulla. Erottelu jää siis pitkälti subjektiiviseksi ja riippuu lisäksi siitä, tuntee ko luokittelija ohjelman hyvin vai joudutaanko luottamaan lyhyeen ohjelmaesittelyyn.

Vuoden 2011 otoksen perusteella voidaan kuitenkin sanoa tiettyjä asioita asiaviihteen osuuksista kanavittain. Yleisradion kanavilla asiaviihteen osuus asiaohjelmista oli huomattavasti pienempi kuin kaupallisilla kanavilla. *Yleisradion asiaohjelmista lähes 90 prosenttia kuului vuonna 2011 vakavien asiaohjelmien luokkaan, kun taas kaupallisilla kanavilla vakavien asiaohjelmien osuus jäi alle 20 prosentin.* Subin ja Nelosen asiaohjelmista kaikki olivat lähempänä asiaviihteen kuin "vakavan" asiaohjelman luokkaa. MTV3:lla asiaohjelmat jakautuivat hyvin tasaisesti vakaviin ja viihteellisiin asiaohjelmiin. JIM ja Liv -kanavilla valtaosa asiaohjelmista lukeutui asiavihteeksi.

7. Ensiesitykset, uusinnat ja ohjelmien siirtyminen verkkoon

Uusintoja sekä TV-ohjelmien siirtymistä verkon katselupalveluihin tarkastellaan tässä raportissa erityisiosiona. Aikaisempina vuosina uusintatietojen tarkastelu on perustunut TV-yhtiöiltä saatuihin tai yhtiöiden ohjelmaoppaissa ilmoittamiin tietoihin, jolloin luotettava vertailu kanavien välillä on ollut mahdotonta. Lisäksi käsite ”uusinta” ei ole täysin yksiselitteinen ja kanavat tarkoittavat eri asioita puhuessaan ensilähetyksistä ja uusintoista. Erityisosiolla pyritään luomaan vertailukelpoisempi kuva uusintojen määrästä sekä valottamaan netti-TV-palveluiden mukanaan tuomia muutoksia. Varsinkin uusintamääriä ja niiden perusteluja voidaan pitää kiinnostavina aikana, jolloin netti-TV:ssä on tarjolla yhä kattavampi osuus ohjelmista.

7.1 Tarkastelumenetelmä ja tietojen keruu

Tarkastelun pohjana ovat Finnpanel OY:n TV-mittaritutkimusta varten TV-yhtiöiltä saamat lähetyspäiväkirjat yhden viikon ajalta. Tarkastelujaksoksi valittiin viikko 11/2012 (12.3.–18.3.2012). Kyseiseltä viikolta on tarkasteltu sitä, kuinka suuri osa tarjonnasta oli ensiesityksiä tai uusintoja sekä sitä, kuinka suuri osa ohjelmista siirtyi Internetin katselupalveluihin (Areena, Katsomo, Ruutu.fi). Tarkasteluun on valittu vain ne kanavat, joilla on jo kattava netti-TV-palvelu (YLE TV1, YLE TV2, YLE Fem, YLE Teema, MTV3, Sub, AVA, Nelonen, Liv ja JIM). Otosviikko valittiin vuodelta 2012 vuoden 2011 sijaan, sillä uusinta- ja netti-TV-tietojen keruu oli tehtävä tarkasteluviikon ja sitä seuranneen viikon aikana todenmukaisten tulosten varmistamiseksi.

Sekä uusintatiedot että tiedot ohjelmien siirtymisestä verkkoon on kerätty kanavien ohjelmaoppaista, yhtiöiden itse ilmoittamista tiedoista, avoimista verkkopalveluista sekä kanavien netti-TV-palveluista (Areena, Katsomo ja Ruutu)⁶³. Avoimia verkkopalveluja ovat tässä Telvis.fi, Telsu.fi, ElisaViihde.fi sekä Google-hakukone. Lisäksi selvitystä varten on haastateltu kaikkien ilmaiskanavien edustajia sekä Liikenne- ja viestintäministeriön edustajaa.⁶⁴

Taustamateriaalina on käytetty lisäksi Viestintäviraston AV-sisältöpalvelujen kuluttajatutkimusta vuodelta 2011⁶⁵ sekä Finnpanelin verkkosivuillaan julkaisemaa netti-TV:n katselutilastoa⁶⁶.

7.2 Määritelmät

Uusinnalla tarkoitetaan tässä ohjelmaa, joka on aiemmin esitetty samalla kanavalla. Uusinnat on selvityksessä lisäksi jaoteltu kolmeen eri luokkaan:

- *Pikauusinta 24H* tarkoittaa ohjelmaa, joka on lähetetty ainakin kertaalleen saman tai edellisen vuorokauden aikana samalta lähetyskanavalta.
- *Pikauusinta 14 vrk* tarkoittaa ohjelmaa, joka on esitetty edeltävän 14 muttei viimeisen vuorokauden sisällä ainakin kerran samalla kanavalla.

⁶³ www.yle.fi/areena, www.katsomo.fi, www.ruutu.fi

⁶⁴ Yle: yleisötutkija Juha Haaramo (17.4.2012), MTV Oy: ohjelmahankintajohtaja Jani Hartikainen (19.4.2012), Nelonen Media: ohjelmasuunnittelupäällikkö Ville Nylund ja kanavapäällikkö Iina Eloranta (23.4.2012), TV5: ohjelmajohtaja Mervi Rouvinen (20.4.2012), FOX: ohjelmajohtaja Mikko Silvennoinen (27.4.2012) ja LVM: neuvotteleva virkamies Jussi Mäkinen (16.5.2012).

⁶⁵ http://www.ficora.fi/attachments/suomial/644H6WopY/AV_sisaltopalvelujen_kuluttajatutkimus_2011.pdf (luettu 18.5.2012).

⁶⁶ <http://www.finnpanel.fi/tulokset/nettitv/kk/kaynnistykset> (luettu 18.5.2012).

- *Uusinta > 14 vrk* tarkoittaa puolestaan ohjelmaa, jonka ensi- tai viime lähetykserrasta on kulunut yli 14 vuorokautta. Luokat eivät ole toisensa poissulkevia, eli ohjelmat voivat kuulua myös useampaan luokkaan yhtäaikaaisesti.

Ensilähetyksiin lasketaan kuuluviksi kaikki ne ohjelmat, jotka lähetetään kanavalla ensimmäistä kertaa. Ohjelmat, jotka on siis esitetty aiemmin toisella kanavalla, lukeutuvat selvityksessä ensilähetyksiin. Ne on kuitenkin myös koodattu omaksi luokakseen, jos ohjelma uusitaan saman kanavaperheen sisällä. Toisen TV-yhtiön kanavalla aiemmin esitetty ohjelma luetaan puolestaan pelkäksi ensilähetykseksi. Lisäksi vain todennettavissa olevat uusintatiedot on kirjattu ylös, eli jos todistetta ohjelman aiemmasta esityksestä ei ole löydetty, ohjelma on kirjattu aina ensiesitykseksi.

Poiketen raportin muista osuuksista ohjelmien ensiesitys- ja uusintaosuudet sekä Internetiin siirtyvien ohjelmien osuudet on seuraavassa laskettu ohjelmanimikkeittäin eikä minuuteittain. Osuudet päätettiin laskea nimikkeittäin, sillä esimerkiksi Internetiin siirtymisessä ohjelmien määrää pidettiin minuuttimäärää selkeämpänä mittarina. Uusintojen prosentuaalisissa määrissä ei puolestaan minuuteittain tai nimikkeittäin laskettuna ollut suurtakaan eroa, joten päädyttiin käyttämään samaa yksikköä kuin Internetiin siirtymisessä.

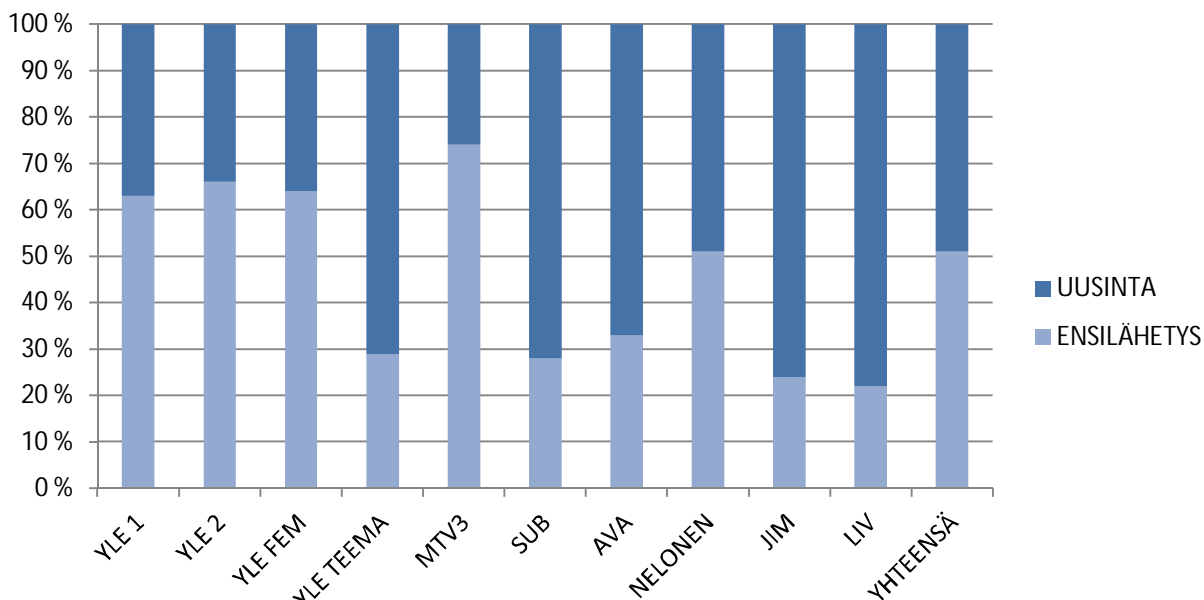
Osa lähetyksistä on sijoitettu luokkaan "täyteohjelmat", eikä niiden uusintatietojen tai verkkoon siirtymisen tarkastelemista ole pidetty tarpeellisena. Täyteohjelmiksi on luettu uutisikkunat, ohjelmataulut, ohjelmaesittelyt, ostoskanavat, deitti-, chat-, tekstiviestipalvelut ja -kilpailut sekä tietoikkunat. Muuten ohjelmaluokituksessa on noudatettu samaa koodausohjetta kuin selvityksen muissa osuuksissa.

Kokonaisaineistosta on poistettu täyteohjelmien lisäksi kaikki YLE Fem -kanavalla esitetyt SVT:n ohjelmat, sillä SVT World toimii "kanava kanavan sisällä" -periaatteella, eivätkä sen ohjelmat siksi kuulu Yleisradion tarjontaan.

7.3 Ensiesitykset ja uusinnat

7.3.1 Ensiesitysten ja uusintojen määrät kanavittain

Kuvio 7.1 Ensilähetysten ja uusintojen osuus kanavittain viikolla 11/2012 (%)



Viikolla 11/2012 ensiesityksiä oli ohjelmista yhteensä 51 prosenttia. Prosentuaalisesti eniten ensiesityksiä oli MTV3-kanavalla, jonka ohjelmista 74 prosenttia oli ensiesityksiä. MTV3:n lisäksi TV1:n, TV2:n ja YLE Femin ohjelmista yli 60 prosenttia oli ensiesityksiä. Sen sijaan YLE Teema, Sub, Liv ja JIM jäivät ensiesitysten osuudessa alle 30 prosenttiin. Nelosen ohjelmista ensiesityksiä oli noin puolet.

TV-yhtiöt perustelivat haastatteluissa ohjelmien uusintaa sekä palvelullisesta että taloudellisesta näkökulmasta. Kun ohjelma esitetään uudestaan eri ohjelmapaikalla tai kanavalla, se tavoittaa yhtiöiden mukaan eri katsojat ja siten palvelee laajempaa yleisöä. Esimerkiksi Ylen mukaan uusinnat palvelevat katsojia muun muassa siksi, että kaikkia ohjelmia ei yrityksistä huolimatta saada Internetiin, verkkotekniikassa esiintyy yhä ongelmia ja ennen kaikkea siksi, että monet haluavat yhä katsoa ohjelmia juuri TV-ruudulta. Tätä havaintoa tukee myös Viestintäviraston vuoden 2011 AV-sisältöpalvelujen kuluttajatutkimus, jonka mukaan av-mediasisältöjen seuraaminen on edelleen yleisintä lähetyksien televisiossa.⁶⁷

Taloudellisesta näkökulmasta ei yhtiöiden mukaan puolestaan ole järkevää esittää ohjelmaa vain yhden kerran, jos katsojamäärät ovat riittäviä myös uusintakerroilla. Tärkeimmät tekijät tehtäessä päätöstä ohjelman uusimisesta ovat TV-yhtiöiden mukaan ohjelman katsojamäärä, esityssopimukset sekä kanavan koko ja taloudellinen tilanne. Pienemmät kanavat esittävät enemmän uusintoja, mikä voidaan nähdä myös kuviosta 7.1. Mainittujen tekijöiden painoarvo päätöksenteossa vaihtelee kanavittain.

Uusimispäätökseen vaikuttavat TV-yhtiöiden mukaan lisäksi katsojien toiveet, kilpailutilanne, ohjelmien ikäraajat sekä vuodenaika. Ylen mukaan kesä nähdään perinteisesti uusintojen aikana, sillä kaupallisten kanavien tarjonta muuttuu kesällä uusintapainotteisemmaksi. Myös Nelonen Median ja TV5:n mukaan kesällä ohjelmisto kevenee ja uusintoja esitetään enemmän. Sen sijaan MTV Oy:ssä kesän

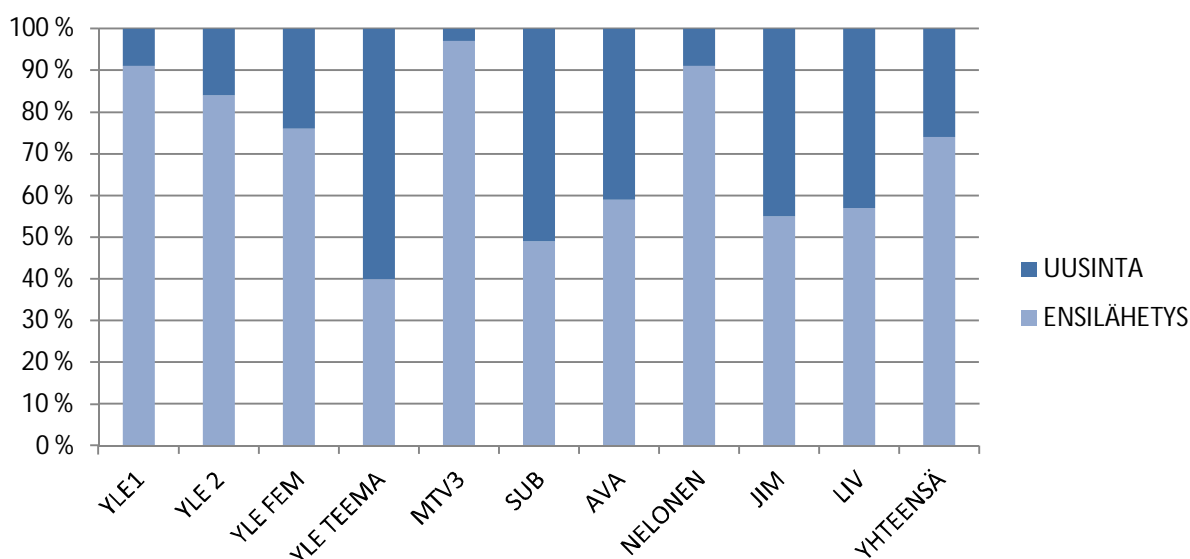
⁶⁷ http://www.ficora.fi/attachments/suomial/644H6WopY/AV_sisaltopalvelujen_kuluttajatutkimus_2011.pdf (luettu 18.5.2012)

uusintapainotteisuutta pidetään jonkinasteisena myyttinä, vaikka kesällä mainonnan määrä perinteisesti laskeekin. Tämä puolestaan vaikuttaa siten, että suurimpia "hittiohjelmiä" ei kannata lanseerata kesäaikaan.

7.3.2 Ensiesitykset ja uusinnat parhaaseen katselu aikaan

Kukin kanava määrittelee parhaan katseluajan omalla tavallaan. Tässä raportissa parhaalla katseluajalla (prime time) tarkoitetaan niitä ohjelmat, jotka otosviikolla alkoivat klo 18:00–23:00 välisenä aikana.

Kuvio 7.2 Ensilähetysten ja uusintojen osuus parhaaseen katselu aikaan kanavittain viikolla 11/2012 (%)



Kuten kuvioita 7.1 ja 7.2 vertailemalla voidaan huomata, kaikilla kanavilla ensilähetysten prosentuaalinen osuus oli parhaaseen katselu aikaan suurempi kuin muulloin. Parhaaseen katselu aikaan MTV3:n ohjelmista jopa 97 prosenttia oli ensilähetystyksiä. Myös TV1 ja Nelonen näyttivät parhaaseen katselu aikaan yli 90 prosenttisesti ensilähetystyksiä. JIM ja Liv -kanavilla ensilähetystyksiä oli parhaaseen katselu aikaan yli 50 prosenttia. YLE Teema ja Sub ovatkin tarkastelluista ainoat kanavat, joiden ohjelmista alle puolet oli ensilähetystyksiä parhaaseen katselu aikaan.

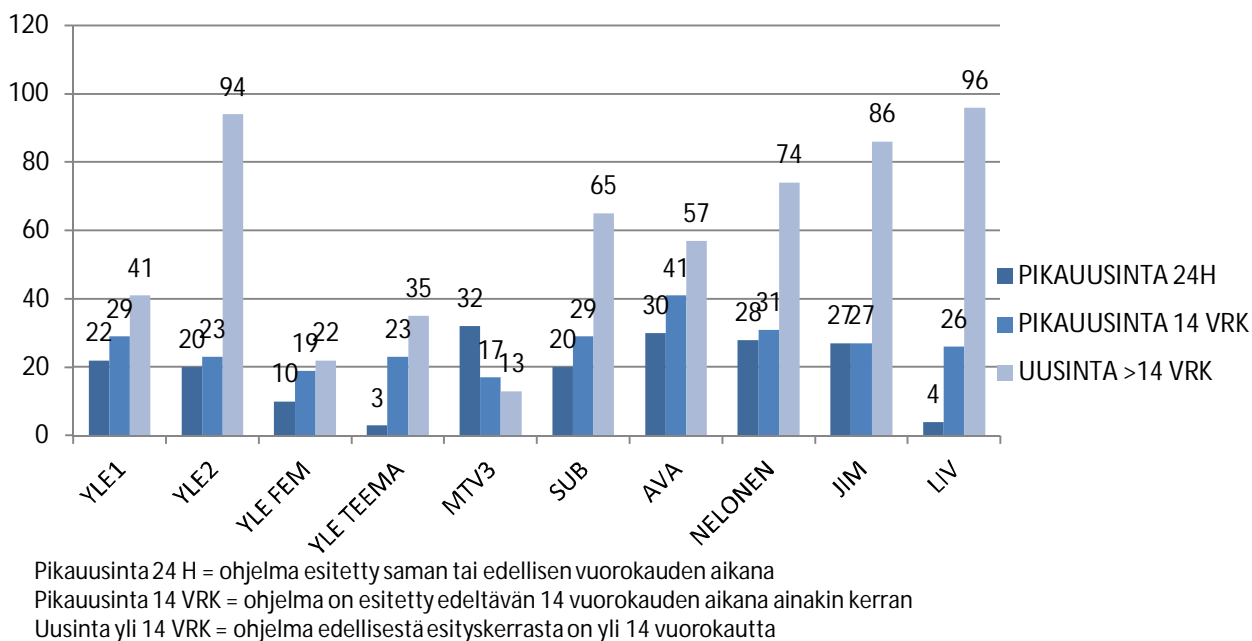
7.3.3 Eri uusintalajit kanavittain

Uusinnat on siis jaoteltu kolmeen eri kategoriaan: saman tai seuraavan vuorokauden aikana esitettäviin pikausintoihin, seuraavan 14 vuorokauden aikana esitettäviin pikausintoihin sekä uusintoihin, joiden ensi- tai viime esityksestä on kulunut yli 14 vuorokautta.

Kuviosta 7.3 voidaan huomata, että kanavat uusivat ohjelmia eri tavoin. Esimerkiksi MTV3-kanavan uusintoista suurin osa oli samana tai edellisenä päivänä esitettyjen ohjelmien uusintaa. Pikausittavia ohjelmia kanavalla olivat muun muassa kolme kertaa päivässä esitettävä *Mitä tänään syötäisiin?* sekä aamupäivisin uusittava *Emmerdale*. Myös Nelonen sekä Sub uusivat seuraavana aamupäivänä edellisen iltapäivän ohjelmia. Tällä logiikalla Nelosella esitettiin tarkasteluviikolla muun muassa *Kauneusklinikka Rand Rusher* ja *Pikakurssi kodinostoon*. Sub puolestaan uusii aamuisin edellisen iltapäivän saksalaiset saippuasarjat *Lemmen viemää* ja *Marienhof*.

JIM, Liv ja YLE TV2 -kanavien uusinnat koostuivat sen sijaan suureksi osaksi yli 14 vuorokautta ensi- tai viime lähetyksen jälkeen esitetyistä uusintoista. Livillä ja JIM:llä uusintojen ohjelmaluokkarakenne vastaa koko tarjonnan rakennetta, kun taas TV2 -kanavan suuri vanhojen uusintojen määrä selittyy pääosin lastenohjelmien uusintoilla.

Kuvio 7.3 Uusintalajit kanavittain viikolla 11/2012 (kpl)



Viikon aikana esitettyjen ohjelmien uusimisesta viikonlopun "pikauusintaputkissa" on tullut tavallinen osa televisiotarjontaa. Tällaisia pikauusintaputkia tarjosivat viikolla 11/2012 kaikki kaupalliset kanavat. Esimerkiksi Subilla uusittiin viikon ajalta mm. *Will & Grace*, *Iholla* sekä *Rillit huurussa* -ohjelmien jaksot, Nelosella *Matkaoppaat* ja *Frasier* ja MTV3-kanavalla suomalainen draamasarja *Salatut elämät*. Lisäksi *Salatut elämät* -sarjan jaksot esitettiin AVAlla aina seuraavana iltana ennen uuden jakson esitystä MTV3-kanavalla.

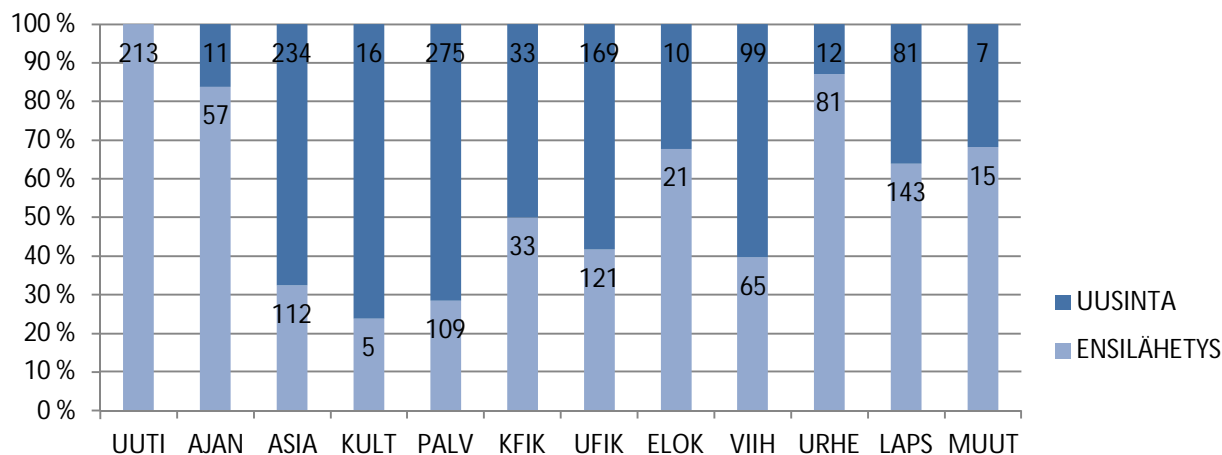
Ohjelmien siirtyminen kanavalta toiselle kanavaperheen sisällä onkin osa normaalia TV-tarjontaa, vaikka tällaisten ohjelmien osuus tarjonnasta on vain noin 3 prosenttia. Esimerkiksi *C.S.I.*-sarjan vanhempia tuotantokausia esitetään MTV OY:n Sub-kanavalla, kun uusi kausi puolestaan pyörii MTV3-kanavalla. Ohjelmien siirtymisestä kanavalta toiselle päätetään kuitenkin TV-yhtiöiden mukaan ohjelma- ja kanavakohtaisesti eikä vakiokiertokulkua ohjelmille tai ohjelmatyypeille ole määritelty. Esimerkiksi Yleisradion mukaan ohjelmien siirtyminen sen kanavien välillä on kuitenkin vähennemässä, mikä johtuu kanavien tarkemmasta profiloinnista.

7.3.4 Ensiesitysten ja uusintojen osuuksia eri ohjelmaluokissa

Ensiesitysten ja uusintojen määrien suhde eroaa ohjelmaluokittain. Uutiset, ajankohtaisohjelmat ja urheilu kestävät huonoiten uusimista, joten kyseisissä luokissa ensiesitysten määrä ylittää reilusti uusintojen määrän. Esimerkiksi uutisista ensiesityksiä

oli tarkasteluviikolla 100 prosenttia⁶⁸ ja ajankohtais- sekä urheiluohjelmista yli 80 prosenttia.

Kuvio 7.4 Ensilähetysten ja uusintojen osuus ohjelmaluokittain viikolla 11/2012 (kpl)



SVT:n ohjelmien lisäksi kokonaisaineistosta on poistettu täyteohjelmat. Muuten ohjelmaluokitus noudattaa liitteenä olevaa koodausohjetta. Opetusohjelmat on poistettu kuvaajasta, sillä niitä oli otantaviikolla vain yksi. Ohjelmat on laskettu ohjelmanimikkeittäin, joiden määrät on merkitty kuvaajaan.

Viikon 11/2012 otos osoittaa, että luokat, joissa uusintojen määrä ylitti ensilähetysten määrän, olivat asia-, kulttuuri-, palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmat, ulkomainen fiktio sekä viihde. Kaikkien TV-yhtiöiden haastattelujen mukaan parhaiten uusintaa kestävä juuri fiktio ja *lifestyle*-ohjelmat. Näiden lisäksi lastenohjelmien uusimista pidetään yhtiöissä kannattavana, sillä niiden katsojakunta muuttuu ja uusiutuu nopeasti.

Onkin huomattava, että koska ohjelmat on laskettu nimikkeittäin, lastenohjelmista noin 38 prosenttia koostuu TV2:n *Pikku Kakkonen* ja *Galaxi*-ohjelmista, joiden jokainen juonto-osuus on oma nimikkeensä ja samalla ensilähetys. Ilman *Pikku Kakkosen* ja *Galaxin* juonto-osuuksia lastenohjelmista ensilähetystyksiä olisikin vain reilut 40 prosenttia (nyt noin 64 prosenttia). Opetusohjelmia oli otosviikolla vain yksi, joten luokka on jätetty tarkastelun ulkopuolelle.

7.3.5 Katsojamäärät ja uusinnat

Katsojien näkökulmaa uusintoihin voidaan tarkastella lähinnä katsojalukujen avulla. Koska uusintoja perustellaankin juuri katsojien palveluna, ovat katsojaluvut tärkeä mittari uusintapäätöksiä tehtäessä.

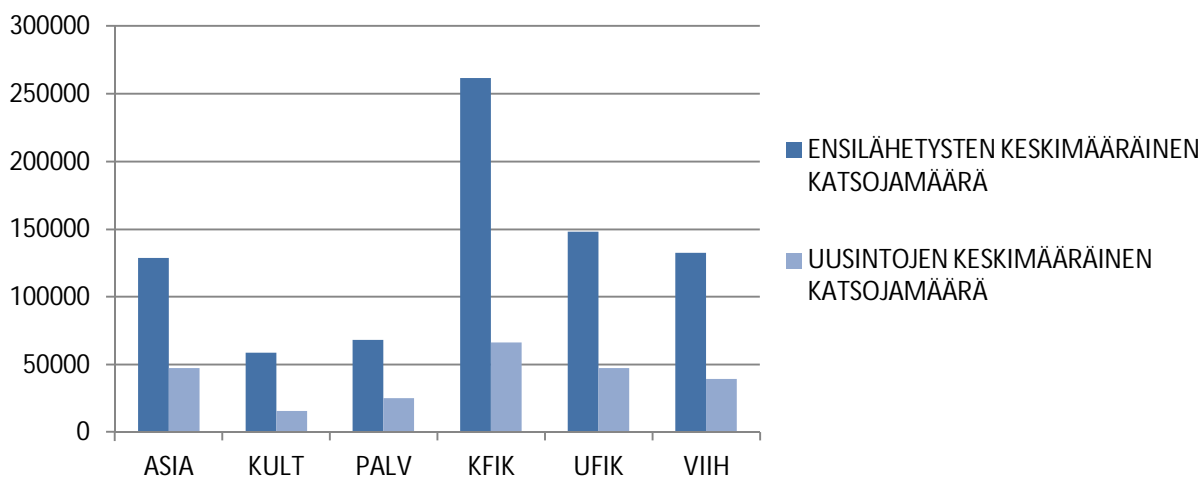
Tarkasteluviikolla kolme katsotuinta ohjelmaa oli kaikilla kanavilla Liviä ja YLE Teemaa lukuun ottamatta ensilähetystyksiä. YLE TV1, YLE TV2 ja MTV3 -kanavilla jopa 35 katsotuinta ohjelmaa oli ensilähetystyksiä. Ensilähetysten keskimääräinen katsojamäärä olikin tarkasteluviikolla noin 128 000 kun taas uusintojen vastaava luku jäi reiluun 40 000. Näitä hyvinkin yleistettyjä lukuja kuvaavampia ovat kuitenkin yksittäisten ohjelmien ensilähetysten ja uusintojen katsojaluvut. Katsotuin uusinta olikin tarkasteluviikolla YLE TV1:n *Utisvuoto*, joka uusintakerrallaan (tallennukset mukaan

⁶⁸ YLE2-kanavalla esitetään iltaisin ”YLE Uutiset alueeltasi”, joka uusitaan aina seuraavana aamuna. Koska aamuisin kuitenkin esitetään koko maan edellisen illan alueuutiset, niitä ei voida pitää uusintoina, sillä ne ovat alueen ulkopuolisille katsojille ensilähetystyksiä.

lukien) tavoitti yli 400 000 katsojaa. Myös MTV3:n *Mitä tänään syötäisiin?*, joka esitetään päivän aikana kolmesti, sai kolmannella esityskerrallaan aina eniten katsojia. Tämän selittää se, että kolmas esityskerta on juuri ennen prime timen alkua noin klo 17.55. Nelosen katsotuim uusinta oli puolestaan *Hauskat kotivideot*, joka tavoitti lauantaina 17.3. yli 200 000 katsojaa.

Raporttia varten laskettiin keskimääräisiä katsojamääriä uusinnoille ja ensilähetyksille niissä luokissa, joissa uusintoja oli otosviikolla yli puolet lähetyksistä. Kuviosta 7.5 voidaankin nähdä, että kaikissa tarkastelluissa luokissa ensilähetykset olivat keskimäärin uusintoja katsotumpia. Kuitenkin myös poikkeuksia löytyy. Esimerkiksi Teemalla otosviikolla kahdesti esitetty dokumentti: *Historia: Titanicin rakentajat* sai viikonlopun uusinnalleen enemmän katsojia kuin tiistain ensiesitykselle. Ensiesityksen katsojamäärä oli nauhoituksineen reilut 93 000 kun taas viikonlopun uusinta tavoitti reilut 101 000 katsojaa.

Kuvio 7.5 Keskimääräisiä katsojamääriä ohjelmaluokittain ensilähetyksille ja uusinnoille viikolla 11/2012



Lisäksi esimerkiksi viikonlopun "pikauusintaputkissa" esitettyjen ohjelmien katsojalukuja vertailemalla käy ilmi, että viikonlopun katsojamäärät ovat viikon ensimmäisen esityksen katsojamääriä yleisesti alhaisemmat. Kuitenkin esimerkiksi Nelosen *Frasier*, joka esitetään arkiöisin klo 23 jälkeen, sai tarkasteluviikolla korkeammat katseluluvut viikonlopun pikauusinnoille kuin arkiesityksilleen. Sen sijaan esimerkiksi *Salatut elämät* -sarjan viikonlopun katsojaluvut jäivät noin kymmenesosaan arkikatsojaluvuista.

7.4 Netti-TV

Netti-TV:n⁶⁹ käyttö on kasvanut perinteisen television katselun rinnalla tasaiseen tahtiin. Jo noin puolessa kaikista suomalaisista kotitalouksista katsotaan kotimaisten tv-yhtiöiden netti-TV-palveluista kokonaisia ohjelmia ainakin joskus – joka kuudennessa kotitaloudessa viikoittain. Netti-TV:n yhteenlasketut käynnistykset ovat nyt jo yli 25 miljoonaa käynnistystä kuukaudessa.⁷⁰

⁶⁹ Netti-tv:llä tarkoitetaan tässä avoimen Internetin yli tarjottavaa audiovisuaalista videopalvelua, jota voidaan katsoa tietokoneen, kännykän tai padin Internet-selaimen ja media playerin avulla (ks. http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=1551284&name=DLFE-12882.pdf&title=Julkaisu%2031-2011 – luettu 28.5.2012).

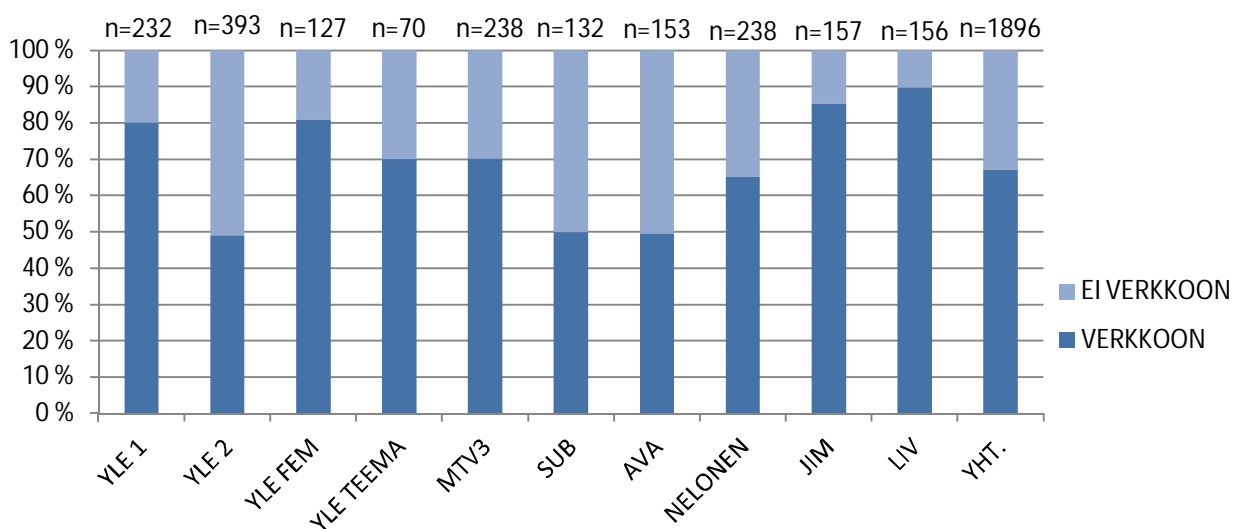
⁷⁰ ks. <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedote.php?id=146> ja <http://www.finnpanel.fi/tulokset/nettitv/kk/kaynnistykset> (luettu 8.5.2012). Käynnistyksellä tarkoitetaan netti-TV:ssä olevan ohjelman katselun aloittamista.

Netti-TV nähdäänkin kaikissa haastatelluissa TV-yhtiöissä tärkeänä osana nykyistä ja tulevaisuuden televisiotarjontaa. Verkon tarjontaa pidetään ennen muuta perinteisen televisiotarjonnan tukijana ja katsojan lisäpalveluna. Tarkasteltujen palveluiden lisäksi siis myös TV Viidellä ja FOX:lla on kattava netti-TV suunnitteilla.

Kaikki TV-yhtiöt pyrkivät saamaan verkkoon mahdollisimman laajan kirjon ohjelmia, mahdollisimman pitkällä katseluajalla. Netti-TV onkin pitkälti *catch-up*-palvelu, eli tarjolla on jo televisiossa esitettyjä ohjelmia määrätyn ajan ohjelman TV-esityksen jälkeen. Tällä hetkellä suurin osa TV-yhtiöiden verkossa tarjoamasta materiaalista on ilmaista, ja vain MTV Oy:n Katsomo tarjoaa joitakin maksullisia palveluita, kuten urheilukilpailuiden live-lähetyksiä ja esimerkiksi mahdollisuuden katsoa Salatut elämät -sarjan jaksoja jo ennen television ensiesitystä. MTV Oy:n mukaan varsinkin juuri urheilutapahtumien maksullinen nettikatselu on kasvamassa.

Ohjelmien siirtyminen netti-televisioon on tarkastettu otosviikon tai sitä seuranneen viikon aikana. Katselu-aika on laskettu ensiesityksestä.⁷¹ Kokonaisdatasta on Internet-katselun osalta poistettu täyteohjelmien lisäksi YLE Fem -kanavalla esitettävät SVT Worldin ohjelmat, sillä ne eivät siirry tai ole siirtyneet Areenaan vaan mahdollisesti SVT Worldin omaan verkkokatselupalveluun.

Kuvio 7.6 Ohjelmien siirtyminen verkkopalveluun kanavittain viikolla 11/2012



Verkkopalveluun siirtyneiden ohjelmien osuus koko ohjelmistosta kanavittain viikolla 11/2012. Ohjelmamääristä poistettu täyteohjelmat sekä YLE Fem -kanavalla esitettävät SVT Worldin ohjelmat.

Kuviosta 7.6 on havaittavissa, että Liv ja JIM -kanavien ohjelmista lähes 90 prosenttia siirtyi otosviikolla tai oli aiemmin siirtynyt verkkokatseluun. YLE TV1-kanavalla verkon katselupalveluun siirtyi neljä viidestä esitetystä ohjelmasta, kun taas YLE Teeman ja

⁷¹ Otosviikon ohjelmista on selvitetty, onko ohjelma siirtynyt joko otosviikolla tai sitä aiemmin verkon katselupalveluun. Jos ohjelma on esitetty aiemmin ja se on siirtynyt toisen tai kolmannen esityksensä jälkeen uudelleen verkkoon, katselu-aika on määritelty tämän kerran katseluajan mukaan. Katseluajat on jaoteltu luokkiin: 1 vuorokausi, 2 vuorokautta, 7 vuorokautta, 14 vuorokautta, kuukausi tai yli kuukausi. Yli kuukauden katsottavissa olevien ohjelmien katselu-aika on yleensä määritelty joko sopimuskauden mittaiseksi tai kokonaan määrittelemättömäksi.

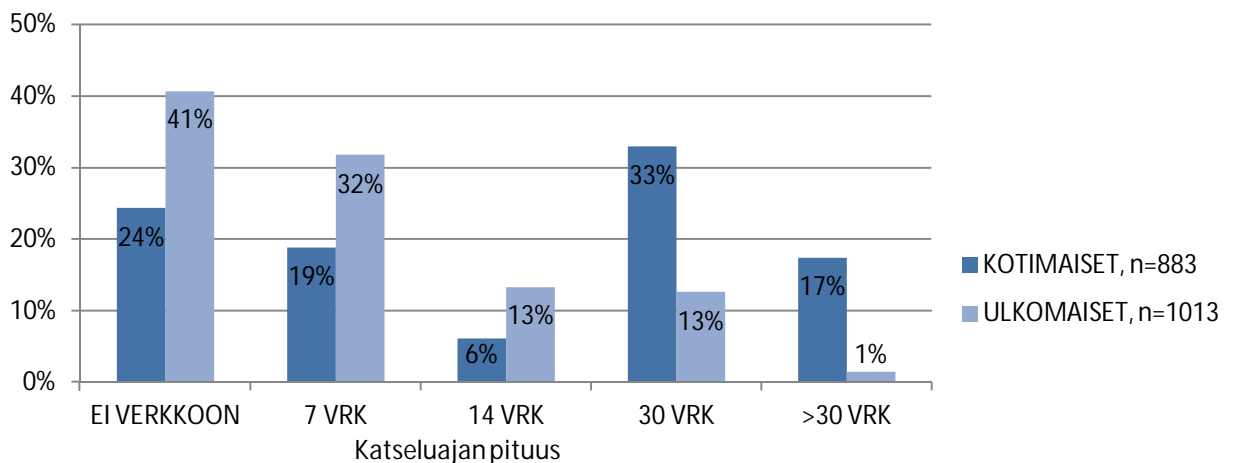
MTV3:n ohjelmistosta noin 70 prosenttia siirtyi tai oli aiemmin siirtynyt katselupalveluun. YLE TV2:n, Subin ja AVAn ohjelmista noin puolet siirtyi verkkokatseluun. TV2:n lukuun vaikuttaa muun muassa se, etteivät Pikku Kakkonen ja *Galaxi*-ohjelmien juonnot tai alueuutiset siirry verkkoon. Yhteensä ohjelmistosta netti-TV-palveluihin siirtyi noin 67 prosenttia.

TV-yhtiöiden mukaan ohjelmien esittämisestä verkon katselupalvelussa sekä katseluajan pituudesta sovitaan aina tuottajan ja esittäjän välisissä sopimuksissa. Tekijöitä, jotka vaikuttavat nettiesitysoikeuksiin ovat muun muassa ohjelman ikä, alkuperämaa, ohjelmassa käytetyt tai esitetyt musiikit sekä TV-yhtiön osallistuminen ohjelman tuotantoon. Vanhoja ohjelmia on vaikeampi saada verkkoon kuin uudempia muun muassa siksi, ettei sopimuksissa alun perin välttämättä ole sovittu verkko-oikeuksista. Lisäksi esimerkiksi Nelonen Median mukaan ohjelman kotimaisuus helpottaa verkko-oikeuksia neuvoteltaessa, sillä TV- ja tuotantoyhtiön intressit ovat kotimaassa pääosin yhdenmukaiset.

Raporttia varten vertailtiin sitä, kuinka pitkiä viikolla 11/2012 esitettyjen kotimaisten ja ulkomaisten ohjelmien verkkokatseluajat olivat. Kuviossa 7.6 onkin nähtävissä, että ulkomaisista ohjelmista yli 40 prosenttia ei lainkaan siirtynyt verkkopalveluun, kun taas kotimaisista vain noin neljännes jäi verkkotarjonnan ulkopuolelle. Kotimaisista verkkoon siirtymättömistä ohjelmista yli puolet oli tarkasteluviikolla TV2:n ohjelmia. Verkkotarjonnan ulkopuolelle jäikin lähinnä lastenohjelmia, kuten *Pikku Kakkonen* ja *Galaxi* -ohjelmien juonnot, sekä alueuutisia.

Noin kolmasosa ulkomaisista ohjelmista siirtyi verkkoon katsottavaksi seitsemäksi vuorokaudeksi, kun taas kotimaisista viikon katseluaika oli vajaalla 20 prosentilla ohjelmista. Sen sijaan kotimaisista ohjelmista noin 50 prosenttia siirtyi verkkokatseluun vähintään kuukaudeksi. Lukuun vaikuttaa muun muassa se, että sekä Yleisradion että Nelosen uutiset ja sää ovat verkkopalveluissa katsottavana 30 päivän ajan ja MTV3:n uutiset yli 30 vuorokautta.

Kuvio 7.7 Kotimaisten ja ulkomaisten ohjelmien katseluajat viikolla 11/2012 (%)

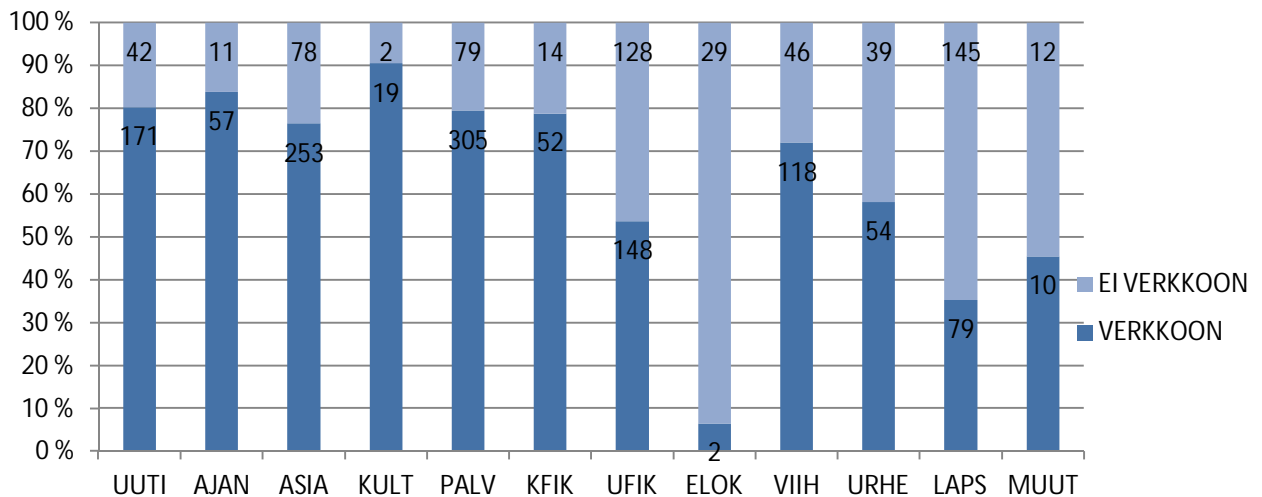


Ohjelmien (kpl) katseluajojen pituudet prosentuaalisina osuuksina kotimaisista ja ulkomaisista ohjelmista viikolla 11/2012. Kotimaisia ohjelmia yhteensä 883, ulkomaisia 1013. Ohjelmamäärästä poistettu täyteohjelmat sekä YLE Fem -kanavalla esitettävät SVT Worldin ohjelmat. Lisäksi yhden ja kahden vuorokauden katseluajat poistettu kuvaajasta (yht. 3kpl ohjelmia).

Ohjelmien siirtyminen verkkopalveluun on jaoteltu myös ohjelmaluokittain. Kuviossa 7.8 voidaan huomata, että harvinaisinta on elokuvien siirtyminen verkkoon. Elokuvien lisäksi vain lastenohjelmista alle 40 prosenttia siirtyi tarkastelujaksolla verkkoon. Pieneen verkko-osuuteen tosin vaikuttaa se, että kaikki *Pikku Kakkonen*- ja *Galaxi* -ohjelmat on laskettu omina nimikkeinään, eivätkä ne siirry sellaisinaan Areenaan. Ulkomaisesta

fiktiosta reilut 50 prosenttia siirtyi verkkoon ja urheilusta puolestaan hieman alle 60 prosenttia. Kulttuuriohjelmista puolestaan noin yhdeksänkymmentä prosenttia siirtyi verkkoon ja ajankohtaisohjelmista reilut 80 prosenttia.

Kuvio 7.8 Ohjelmien siirtyminen verkkopalveluun ohjelmaluokittain viikolla 11/2012 (kpl)



Opetusohjelmien luokka on poistettu kuvaajasta, sillä ohjelmia oli tarkasteluviikolla vain yksi. Ohjelmanimikkeiden määrät on merkitty kuvaajaan.

Kanavien netti-TV-palveluissa on TV:ssä esitettyjen ohjelmien ohella myös Internetiin räätälöityjä ohjelmia. Erilaiset ohjelmaextrat ja lisähaastattelut ovatkin tärkeä osa verkkokatselupalveluita. Tällaiset lyhyet *Youtube*-tyyppiset klipit sopivat hyvin verkkokatseluun ja myös leviävät kanavien mukaan sosiaalisessa mediassa perinteisiä ohjelmia paremmin.

7.5 Yhteenvetoa: uusinnat ja netti-TV:n tulevaisuus

Uusintamäärien muutoksesta tai tulevasta kehityksestä on tässä käytetyn otoksen perusteella vaikea tehdä päätelmiä. Kuitenkin haastattelujen perusteella TV-yhtiöissä uskotaan vahvasti siihen, että hyviä ohjelmia kannattaa uusia ja tullaan jatkossakin uusimaan, sillä ne saavat myös uusintakerroillaan riittäviä katsojalukuja. Uusintalogiikassa onkin esimerkiksi TV5:n ohjelmajohtajan mukaan kyse budjetin tasapainottelusta. Valintoja ohjaavatkin kaupallisilla kanavilla pitkälti katsojaluvut ja tuloksen teko, sekä pienemmässä määrin eurooppalaisen ja riippumattoman tuotannon kiintiöt.

Uusintojen merkitys on myös muuttunut kanavien määrän kasvaessa. Esimerkiksi MTV Oy:n ohjelmahankintajohtajan mukaan ketään voidaan enää "pakottaa katsomaan uusintaa", sillä vaihtoehtojen määrä on kasvanut kanavien määrän kasvaessa. Tilanne oli erilainen aiemmin kun kanavia oli vain muutama ja lähetysaika vain joitakin tunteja. Nyt katsoja voi siis vaihtaa kanavaa tai siirtyä netti-TV:n puoleen, jos tarjottu ohjelma ei miellytä. Lisäksi Nelonen Median mukaan tarjonnan kasvaessa myös kiinnostavia ohjelmia menee yhä enemmän "ohi" ja juuri uusinnat mahdollistavat näiden ohjelmien katsomisen. Tähän keinon tarjoaa tietysti myös netti-TV-palvelu. Katsojat ovatkin Nelonen Median mukaan hyvin perillä netti-TV:n katselulogiikasta ja antavat palautetta nopeasti, jos odotettu ohjelma ei esimerkiksi siirrykään ajoissa verkkoon.

Kaiken katselun siirtymistä netti-TV-palveluihin ei TV-yhtiöissä kuitenkaan pidetä realistisena ajatuksena. Perinteinen televisio tulee yhtiöiden mukaan säilyttämään

asemansa ja mainonnan fokus säilynee vielä pitkään televisiossa. Tulevaisuudessa netti-TV voi kuitenkin tarjota esimerkiksi mainonnalle uusia mahdollisuuksia, kuten verkko-ostomahdollisuuden lisäämisen mainoksen yhteyteen. Lisäksi on todennäköistä, että netti ja TV päätelaitteina tulevat entistä enemmän integroitumaan.

8. LÄHTEET

- Aslama, Minna, Hellman, Heikki, Lehtinen, Pauliina & Sauri, Tuomo. 2009. Suomalainen tv-tarjonta -raportin uudistaminen: Selvitys. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 25/2009. Helsinki: LVM.
http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=339549&name=DLFE-7523.pdf&title=Julkaisuja%2025-2009
- Borenius & Kemppinen 2011 = Yleisradiotoiminnan julkisen palvelun kilpailuvaikutusten ennakoarviointi 14.3.2011. Asianajotoimisto Borenius & Kemppinen Oy. Pdf ladattu: <http://yle.fi/yleisradio/toimintaperiaatteet/ennakoarviointi/ylen-saannollisten-hd-lahetysten-aloittaminen> (30.4. 2012).
- Council of Europe (2009). *Methodology for Monitoring Media Concentration and Media Content Diversity*. Report prepared by the Group of Specialists on Media Diversity (MC-SMD), November 2008. Strasbourg: Council of Europe.
[http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/H-Inf\(2009\)9_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/H-Inf(2009)9_en.pdf) (luettu 8.4.2010).
- Finnpanel 2012 = Television katselu Suomessa vuonna 2011. Esitys Tennispalatsissa 1.2.2012. Pdf ladattu: <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedotteet.php> (30.4.2012).
- Hellman, Heikki (2001). Diversity – An End in Itself? Developing Multi-Measure Methodology of Television Programme Variety Studies. *European Journal of Communication* 16:2, 181–208.
- Joukkoviestimet 2009* (2010). Helsinki: Tilastokeskus.
- Lehtinen, Pauliina & Aslama, Minna (2009). *Suomalainen tv-tarjonta 2008*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 48/2009. Helsinki: LVM.
- Lintilä, Mika & Tunturi, Jussi (2009). *Yleisradion julkinen palvelu ja rahoitus. Työryhmän loppuraportti*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 23/2009. Helsinki: LVM.
- McDonald, Daniel & Dimmick, John (2003). The Conceptualization and Measurement of Diversity. *Communication Research* 30:1, 60–79.
- Napoli, Philip M. (1997). Rethinking Program Diversity Assessment: An Audience-Centered Approach. *Journal of Media Economics* 10:4, 59–74.
- Sandell, Lena & Lamberg, Anna-Leena (2010). *Television katselu Suomessa vuonna 2009*.
- Nieminen, H. (2011). Raportti Yleisradion teräväpiirtotelevisiolähetysten yhteiskunnallisia vaikutuksia koskevasta ennakoarvioinnista, 17.3. 2011. Pdf ladattu: <http://yle.fi/yleisradio/toimintaperiaatteet/ennakoarviointi/ylen-saannollisten-hd-lahetysten-aloittaminen> (30.4. 2012).
- Sobakar, Yuliya (2011). TV in the World 2010.
http://www.finnpanel.fi/lataukset/presentation_light.pdf (luettu 11.8.2011).
- Suoninen, Annika (2007). *Television lastenohjelmatarjonta syksyllä 2007*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 48/2007. Helsinki: LVM.
- Vehkalahti, Kimmo. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.

Vähämaa, Miika. Härmälä, Kennet. Matikainen, Janne. 2011. Suomalainen televisiotarjonta 2010. Helsingin yliopiston Viestinnän tutkimuskeskus CRC. Liikenne ja viestintäministeriön julkaisuja 25/2011.

Yle-uudistus 2011 = Yle-uudistus, tiivistelmä 16.12. 2011, Liikenne- ja viestintäministeriö. Pdf ladattu: <http://www.lvm.fi/yle-vero> (30.4. 2012).

9. Liite 1: KOODAUSOHJEET

1. Kanava
2. Lähetyspäivä (Pvm)
3. Viikko (Vko)
4. Aloitus aika (Alkamis klo)
5. Päättyminen (Päättymis klo)
6. Kesto (min)
7. Ohjelman nimi
8. Ohjelmaluokka

1 Uutiset (UUTI). Tähän luokkaan sisältyvät kanavien pääuutislähetykset sekä muut säännölliset uutislähetykset kuten *Viittomakieliset uutiset* (TV1) ja *Alueelliset lähetykset* (TV2). Uutisiksi on koodattu myös erilliset talousuutislähetykset ja sääennusteet. TV1:n *Aamu-TV*:n ja MTV3:n *Huomenta Suomen* uutislähetysksiä ei puolestaan ole eritelty erikseen, vaan ne on laskettu aamulähetysten mukana ajankohtaisohjelmiksi.

2 Ajankohtaisohjelmat (AJAN). Ajankohtaisohjelmia ovat säännölliset ajankohtaismakasiinit ja -keskustelut kuten esim. *A-Studio*, *Atlas* tai *Lauantaiseura* (TV1), *OBS* ja *Pressiklubi* (TV2). Lisäksi luokkaan kuuluvat TV1:n ja MTV3:n aamutelevisiolähetykset.

3 Asiaohjelmat (ASIA). Asiaohjelmiksi on luokiteltu erilaiset asia-, reportaasi- ja dokumenttiohjelmien sarjat kuten *Basaari*, *Prisma* (TV1), *Seportaatit* (FST/TV2) ja *60 minuuttia* (Nelonen). Samoin luokkaan kuuluvat saman genren perinteiset yksittäisohjelmat, jotka nekin usein esitetään yleisotsikon kuten *Ykkösdokumentti* (TV1), *Dokumenttiprojekti* (TV2) tai *Discovery* (Nelonen) alla. Lisäksi dokumentaariset lyhytelokuvat (tässä: alle 60 min) sisältyvät tähän kategoriaan. Asiaohjelmiin on aiempien vuosien tapaan tässä koodattu myös "yleisiä teemoja" käsittelevät keskusteluohjelmat, joiden aiheet eivät kuitenkaan ole suoraan uutis- tai ajankohtaisohjelmien aihepiiristä. Näitä ohjelmia löytyy lähinnä Ylen tarjonnasta (esim. *Inhimillinen tekijä*, *Sunnuntaivekkari*, *T-klubi*). Samoin tähän luokkaan on sisällytetty myös viihteen ja asian välimaastoon sijoittuvia ohjelmia. Tässä periaatteena on ollut, että asiaa ja dokumentaarisuutta sekä viihdettä yhdistävät ohjelmat, joista puuttuu varsinainen kilpailuelementti, luokitellaan asiaohjelmiksi (esim. TV2:n *Pikku enkelit*, Nelosen *Siipat vaihtoon* ja Subtv:n *Sinkut Losissa*). Kilpailun ympärille rakennetut tosi-tv-tyyppiset ohjelmat on sijoitettu viihdeluokkaan. Ulkonäköön, painonhallintaan ja kodinhoitoon liittyvät *reality*-ohjelmat on sijoitettu luokkaan 5. Ammattiryhmää seuraavat *reality* (*Poliisit*, *Pelastushelikopteri*, *Matkaoppaat* yms.) sen sijaan kuuluvat asiaohjelmien luokkaan. Asiaohjelmiksi luetaan myös pitkät (jopa elokuvateatterilevitykseen) tehdyt dokumentaariset elokuvat (kuten *Miesten vuoro* ja *Jackass*).

4 Kulttuuriohjelmat sekä musiikkitapahtumat ja -konserttitalioinnit (KULT). Tähän luokkaan on sisällytetty yksittäiset kulttuuria käsittelevät dokumentit, esim. *Kulttuuridokumentti*-otsikon alle sijoitetut artistien, näyttelijöiden ja taiteilijoiden henkilökuvat TV1:llä sekä elokuvia tms. käsittelevät *Näin tehtiin* -dokumentit MTV3:lla

ja Nelosella. Samoin luokkaan kuuluvat sarjaluonteiset ohjelmat, esim. *Sininen laulu* -dokumenttisarja, *Kosmos* ja *Runoraati* (TV1) sekä *Ratatosk* (FST/TV2). Myös konserttitaltiointit sisältyvät tähän luokkaan; musiikin ympärille rakennetut nk. estradi-viihdeohjelmat puolestaan on sijoitettu viihde-luokkaan.

5 Palvelu- ja *lifestyle*-ohjelmat (PALV) (ei tv-mittaritutkimuksen luokituksessa). Tämä on hybridi ohjelmaluokka, jonka yhteinen nimittäjä on keskittyminen nk. human interest- tai ihmisten yksityisen alueen teemoihin. Usein ohjelmia leimaa katsojien puhuttelemisen kuluttajina pikemminkin kuin kansalaisina. Tähän luokkaan sisältyvät siten selvät kuluttamiseen ja palveluun liittyvät ohjelmat kuten *Kuningaskuluttaja* (TV1), *Akuutti* (TV2), *Joka kodin asuntomarkkinat*, (MTV3); kuluttamisen ja harrastamisen välimaastossa sijaitsevat kodinhoitoon, ulkonäköön ja liikuntaan, sisustamiseen ja ruokaan liittyvät ohjelmat (esim. TV1:n *Antiikkia*, *antiikkia*, TV1/FST:n *Strömsö*, TV2:n *Makupalat*, MTV3:n *Elixir* tai Nelosen *Inno*); matkailuohjelmat (TV2:n *Matkapassi*, Nelosen *Shoppailumatkalla*); sekä harrasteohjelmat kuten esim. tietokonepelejä käsittelevä *tilt.tv* (MTV3). Luokkaan kuuluvat yleisemmistä yhteiskunnallisista piirteistään huolimatta myös sellaiset ohjelmat kuten *Poliisi-TV* (TV2) ja *Karpolla on asiaa* (MTV3) aiheiden yksityistävän ja yksilöitä palvelevan käsittelytavan vuoksi. Samoin luokkaan sisältyvät myös hengellisten teemojen ympärille rakentuvat ohjelmat kuten *Pisara* (TV2). Tähän luokkaan sisältyvät lisäksi kaikki ulkonäköön, häihin, harrastuksiin ja kodinhoitoon liittyvät sarjat (esim. *Satuhäät*, *Laihdutaan yhdessä*, *Nätti nakuna* etc.).

6 Opetusohjelmat (OPET). Opetusohjelmiin sisältyvät akateemiset, muodolliset opetusohjelmat (mm. kieliohjelmat, *Ylen avoin*), koulu- ja nk. eskari-tv:n ohjelmat (lähinnä TV1) sekä taitoja opettavat ohjelmat (esim. TV1:n *Taito-TV*). Opetusohjelmiin on laskettu myös tosi-tv-elementtejä sisältävä *Talo Italiassa* (TV1).

7 Kotimainen fiktio (KFIK). Kotimaisen fiktion luokka koostuu kotimaisista fiktiivisistä sarjoista (esim. TV1:n *Tahdon asia*, TV2:n *Rakastuin mä luuseriin*, MTV3:n *Käenpesä* sekä Nelosen *Kylmäverisesti sinun*), taltioidusta ja erityisesti tv:lle tuotetusta draamasta (myös tv-elokuvat). Lisäksi fiktiiviset lyhytelokuvat (tässä: alle 60 min) sisältyvät tähän kategoriaan.

8 Ulkomainen fiktio (UFIK). Ulkomaisen fiktion luokka vastaa kotimaisen fiktion luokkaa.

9 Elokuva (ELOK). Elokuviksi on koodattu sekä koti- että ulkomaiset fiktiiviset pitkät elokuvat, jotka on alun perin tehty elokuvateatterilevitykseen. Lisäksi luokkaan kuuluvat pitkät tv-elokuvat (yli 60 min).

10 Viihde (VIIH). Luokkaan on sisällytetty niin peli- ja visailuohjelmat (*SF-studio*, TV1; *Leikin varjolla*, TV2; *Haluatko miljonääriksi*, MTV3), sketsi- ja estradiviihde (TV2:n *Jopet-show* ja *VoiceOut!*, MTV3:n *Huuma* ja Nelosen *Jussi Gaala*) kuin talk show -tyyppinen puheviihde. Puheohjelmien osalta jako on tehty aiheiden ja niiden käsittelytavan mukaan niin, että esimerkiksi *Inhimillinen tekijä* (TV2) on sisällytetty asiaohjelmiin ja toisaalta *Arto Nyberg* (TV1) kuten myös esim. *Ruben & Joonas* (MTV3) ja *Tuomas & Juuso Experience* (Nelonen) viihdeohjelmiin. Kilpailuelementin sisältävät tosi-tv-ohjelmat kuten *Amazing Race* (MTV3), *Sekaisin Miriamista* (Nelonen) tai *Big Brother* (Subtv) luokitellaan samoin viihdeohjelmiksi. Viihde-kategoriaan on lisäksi sisällytetty monista lajityypeistä ammentava talk show -parodia *W-tyyli*

11 Urheilu (URHE). Urheiluohjelmiksi on luokiteltu sekä urheilutapahtumat (suorat ja nauhoitetut), urheilu-uutiset, että urheiluaiheiset ajankohtais- ja asiaohjelmat (esim. Nelosen *4-4-2: Suoraa puhetta futiksesta* tai Urheilukanavan *Olympiamitalistit* ja *Pelistudio*).

12 Lastenohjelmat (LAST). Tämä ohjelmaluokka perustuu kohderyhmään ennemminkin kuin ohjelmatyyppiin sinänsä: se sisältää makasiiniohjelmia (esim. TV1/FST:n *BUU-klubben*, TV2:n *Pikku Kakkonen* sekä Nelosen *Buusteri*), viihteellistä kisaa (*Suuri kupla*, TV2; *Staraoke-laulupeli*, MTV3) ja fiktiota. Animaatioissa ero fiktiota ja lastenohjelmaluokkien välille on määritelty siten, että suomeksi puhuttu animaatio (pois lukien suomalaiset aikuisille tarkoitetut animaatiot, kuten Pasila) on lastenohjelma (esim. Nelosen *Disney esittää*), tekstitetty puolestaan fiktio (esim. MTV3:n *South Park*).

13 Muut (MUUT). Tähän luokkaan kuuluvat nk. täyteohjelmat sekä pieni määrä vaikeasti määriteltäviä hajaohjelmia: yhtäältä lottoarvonnat ja vastaavat, toisaalta taltioidut jumalanpalvelukset.

9. Alkuperämaa: 1 Suomi, 2 Pohjoismaat, 3 Eurooppa, 4 Pohjois-Amerikka (=8+9) (tämä luokka puuttuu nykyisestä koodauksesta, sillä Pohjois-Amerikka on jaoteltu Yhdysvaltoihin ja Kanadaan), 5 muu maailma, 6 useita maita, 7 epäselvä, 8 USA, 9 Kanada, 10 Australia ja 11 Uusi-Seelanti

Koodauksena apuvälineet

- TV-julkaisut, joissa tarkat ohjelmatiedot
- Kotisivut, etenkin www.yle.fi
- TV-MAAILMA-lehdet

10. Liite 2: Monipuolisuuden mittaaminen ja menetelmät

Suhteellisen entropian mittaria (H_{rel})

$$H_{abs} = - \sum_{i=1}^n p_i \log_2 p_i$$

missä p on i :nnen ohjelmatyyppin todennäköisyys esiintyä aineistossa, kun ohjelmatyyppejä on $1, \dots, n$ kappaletta ja

$$H_{max} = \log_2 N$$

missä N on käytetyn ohjelmatyypiluokituksen luokkien kokonaislukumäärä. Siten

$$H_{rel} = \frac{H_{abs}}{H_{max}}$$

Jos esimerkiksi uutisten osuus tarkastellulla jaksolla on 7,8 prosenttia, ulkomaisen fiktion osuus 20,2 prosenttia jne., absoluuttinen entropia lasketaan seuraavasti: $H_{abs} = -(0,078 \cdot \log_2 0,078) + (0,202 \cdot \log_2 0,202) + \dots + n$. Suhteellinen entropia H_{rel} puolestaan lasketaan jakamalla saatu H_{abs} :n arvo sen maksimiarvolla ($H_{max} = \log_2 N$), joka on logaritmi käytettävissä olevan ohjelmaluokituksen luokkien lukumäärästä N (esim. 12 ohjelmatyyppeä).

Mittari käyttäytyy logaritmisesti, minkä johdosta muutos 0,80:stä 0,90:een on huomattavasti dramaattisempi kuin 0,40:stä 0,50:een, ts. mitä suurempi indeksiluku kanavalla on, sen vaikeampaa on monipuolisuuden lisääminen.

Mittarilla laskettavaa tunnuslukua on tulkittu niin, että 0,00–0,34 edustavat erittäin vähäistä monipuolisuutta, 0,35–0,54 vähäistä, 0,55–0,69 keskimääräistä, 0,70–0,79 suurta ja 0,80–1,00 erittäin suurta monipuolisuutta (ks. Aslama ym., 2009; Hellman, 2001).

Herfindahl-Hirschman-indeksin (HHI)

$$HHI = \sum_{i=1}^n (p_i)^2$$

missä p on i :nnen ohjelmatyyppin todennäköisyys esiintyä aineistossa, kun ohjelmatyyppejä on $1, \dots, n$ kappaletta.

Jos esimerkiksi uutisia on tarkastellulla ajanjaksolla 7,8 prosenttia ohjelmatarjonnasta, ajankohtaisohjelmia 20,2 prosenttia jne., laskutoimitus tapahtuu seuraavasti: $HHI = (0,078^2 + 0,202^2 + \dots + n)$.

HHI:tä luetaan käänteisesti verrattuna suhteellisen entropian indeksiin. Mittarin minimiarvo on 0 (kaikissa ohjelmaluokissa yhtä paljon ohjelmia) ja maksimiarvo 1 (kaikki ohjelmat yhdessä ohjelmaluokassa). Mittarilla laskettavaa tunnuslukua on tulkittu niin,

että 0,00–0,10 ohjelmiston vähäistä keskittyneisyyttä, 0,11–0,18 keskimääräistä, 0,19–1,00 suurta keskittyneisyyttä (ks. Aslama ym., 2009; McDonald & Dimmick, 2003; Napoli, 1997).

Korrespondenssianalyysi

Yksinkertaisimmassa kahden muuttujan tapauksessa *korrespondenssianalyysin* (correspondence analysis, CA) lähtökohtana on kahden luokittelu- tai järjestysasteikollisen muuttujan välinen ristiintaulukointi. Perustapauksessa menetelmä skaalaa taulukon luokittelevat muuttujat numeerisille asteikoille. Kun asteikot piirretään vastakkain, saadaan luokat sijoitettua karttaa muistuttavalle, kaksiulotteiselle koordinaatistolle eli *kaksoiskuvalle*. Skaalauksen pyrkimyksenä on maksimoida selitettävä vaihtelu koordinaattiakselien avulla. Tärkeämpää kuin numeeriset tulokset on luokkien ja luokittelijoiden välisten suhteiden visualisointi ja sijoittuminen kaksoiskuvalle. (Vehkalahti, 2008, 183–193.)

Tavallisessa ristiintaulukoinnissa tulos tiivistyy usein riippumattomuuden testaamiseen *khiin neliö* -testisuureen avulla, ja pylväskuvista on hankala erottaa luokittelevien muuttujien mahdollisia riippuvuuksia. Korrespondenssianalyysin etuna voidaan pitää ristiintaulukointia tai pylväskuvioita havainnollisempaa muuttujien välisten riippuvuuksien esitystä, joka huomioi myös epälineaariset yhteydet. Ongelmaksi useamman muuttujan ristiintaulukoinnissa muodostuu huonon tulkittavuuden lisäksi usein myös se, että suuri osa luokittelijoiden yhdistelmistä käy harvinaisiksi. Tällöin voidaan soveltaa korrespondenssianalyysin moniulotteista laajennusta eli *usean muuttujan korrespondenssianalyysiä* (Multiple correspondence analysis, MCA). Siinä luokiteltujen muuttujien pareittain muodostetut ristiintaulukoinnit kootaan yhteen, nk. *Burtin tauluun*, jolle toteutetaan tavallinen korrespondenssianalyysi. (Vehkalahti, 2008, 183–193.)

Korrespondenssianalyysiä on tässä yhteydessä syytä pitää kanavien eroja ja yhtäläisyyksiä kuvaavana visualisointimenetelmänä, joka ei tilastollisessa mielessä testaa mitään, vaan mahdollistaa erojen ja yhtäläisyyksien tulkitsemisen kuvien avulla.