

Opinnäytetyö (AMK)

Diakin viestinnän koulutusohjelma

Journalismi

2014

Sanna Linjos

”AIDOSTI PAIKALLINEN”

– Radio Auran Aaltojen kuuntelijatutkimus



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Diakin viestinnän koulutusohjelma | Journalismi

2014 | 52

Ohjaaja: Juha Sopanen

Sanna Linjos

”AIDOSTI PAIKALLINEN”

Tässä työssä selvitetään Turun paikallisradio Auran Aaltojen kuuntelijoiden mielipiteitä ja ajatuksia paikallisesta radiokanavasta.

Radio Auran Aallot on yksi Suomen ensimmäisistä paikallisradioista, joka on toiminut samalla nimellä ja taajuudella jo 29 vuotta.

Radio Auran Aallot lähettää toimitettua ja juonnettua ohjelmaa arkisin 11,5 tuntia vuorokaudessa ja selostaa edelleen jokaisen Turun Palloseuran jääkiekko-ottelun.

Paikallisradiot muuttivat Suomen radiokenttää 1980-luvulla, mutta sitä kuinka tärkeänä turkulaiset kuuntelijat pitävät paikallisradiotoimintaa tänä päivänä ei ole tutkittu.

Radio Auran Aaltojen kuuntelijatutkimuksessa on tarkoitus selvittää, minkä takia ihmiset kuuntelevat Auran Aaltoja ja mitä he haluaisivat kanavassa muuttaa tai kehittää.

Tutkimusmenetelmänä työssä on laadullinen kyselytutkimus, joka toteutettiin internetkyselynä kesällä 2014. Kyselyyn vastasi 96 henkilöä.

Tutkimuksesta kävi ilmi, että Radio Auran Aaltojen kuuntelijat pitävät paikallista sisältöä kanavan tärkeimpänä ominaisuutena ja ovat tyytyväisiä erityisesti kanavan musiikkivalintoihin.

Yleisesti ottaen kuuntelijatutkimukseen vastanneet olivat tyytyväisiä kanavaan.

ASIASANAT:

(Auran Aallot, Radio Auran Aallot, radio, kuuntelijatutkimus, paikallisradio)

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Diak degree program in communications | Journalism

2014 | 52

Instructor: Juha Sopanen

Sanna Linjos

“GENUINELY LOCAL”

In this bachelor's thesis the aim is to research the opinions and thoughts of the listeners of Auran Aallot regarding the radio station.

Radio Auran Aallot is one of the first local radios in Finland. It has operated under the same name and frequency for 29 years.

Radio Auran Aallot provides a programme 11,5 hours a day and broadcasts commentary of all the ice hockey matches of Turun Palloseura.

Local radios changed the Finnish radio field in the 1980s. Despite this, Auran Aallot has not researched the current importance of local radio to the people of Turku. The aim of the listener research in this thesis is to investigate why people listen to Auran Aallot and what they would like to change or improve.

The research method was qualitative survey that was carried out in the summer of 2014. 96 people answered the survey.

The research revealed that the listeners of Auran Aallot regard local content as the most important quality of the station. The listeners are also especially pleased with the station's music selection.

Generally speaking the people who responded to the survey were pleased with the station.

KEYWORDS:

(Auran Aallot, Radio Auran Aallot, radio, listener survey, local radio)

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 YLEISTÄ RADIOTOIMINNASTA SUOMESSA	9
3 RADIO AURAN AALLOT	12
3.1 Historiaa	12
3.2 Auran Aallot nyt	16
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	17
4.1 Internetkysely	18
5 TUTKIMUSTULOKSET	21
5.1 Radion kuuntelutottumukset	23
5.2 Kilpailutilanne	29
5.3 Radiokanavan valintakriteerit	32
5.4 Paikallisradiotoiminnan merkitys	35
5.5 Sisältötoiveet	37
5.6 Auran Aaltojen internetsivut	42
6 TULOSTEN ANALYSOINTI	44
7 PARANNUSEHDOTUKSET	46
LÄHTEET	51
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni on kuuntelijatutkimus Turun paikallisradio Auran Aalloille. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten kanavan sisältö tällä hetkellä vastaa kuuntelijoiden toiveita.

Lähetystoiminnan automatisointi ja kaupallinen ajattelu ovat tehneet radio-ohjelmistosta tuotteen ja kuuntelijasta kuluttajan (Viljakainen 2004, 284) ja siksi onkin tärkeää välillä tutkia miten tuote ja kuluttaja kohtaavat toisensa. Radio on kauppatavaraa kuten mikä tahansa kulutustavara ja kasvava kilpailu markkinoilla lisää tuoteanalyysin merkitystä, koska sellainen radio menestyy parhaiten, jonka tuotteita kuunnellaan eniten. (Nukari & Ruohomaa 1997, 13.)

Auran Aaltojen kuuntelijatutkimuksessa selvitän sitä, milloin Radio Auran Aaltoja kuunnellaan eniten, millä perusteella kanava valitaan ja mitkä radiokanavat Suomessa ovat Auran Aaltojen merkittävimmät kilpailijat. Tämä tieto auttaa paitsi mainosmyyjiä myös kanavan juontajia rakentamaan lähetystä ja ohjelmasisältöä.

Toinen tärkeä osa opinnäytetyötä on selvittää, kuinka tärkeänä kuuntelijat pitävät paikallisradiotoimintaa yleisesti ja kuinka tärkeänä sitä, että kanava painottaa paikallista sisältöä. Keväällä 1984 kun liikenneministeriön työryhmä laati esityksen paikallisradiokokeilun järjestämiseksi, kirjattiin lupaehtoihin muun muassa se, että ohjelmien tuli tukeutua paikallisuuteen. (Viljakainen 2004, 166.) Myös vuonna 1999 menestyvien paikallisradioiden tuottajat pitivät paikallisuutta tärkeimpänä paikallisradion valttina. Heidän mielestään paikallisuuden tulisi näkyä kaikessa paikallisradion toiminnassa. (Liikenneministeriö, 2004, 68.) Yhä

tänä päivänä Radio Auran Aaltojen tuottaja mainitsee tärkeimmäksi kanavan kilpailuvaltiksi paikallisuuden. Mutta onko paikallisuus kuuntelijoille edelleen tärkeää? Eläkö paikallisradio vain siinä uskossa että paikallisilla asioilla on radiokuuntelussa tänä päivänä suuri merkitys, kun tieto leviää sosiaalisen median ja internetin kautta nopeammin. Tätä selvitän opinnäytetyössäni.

Radiotoiminnassa musiikilla on merkittävä rooli, sillä mainosrahoitteisten radiokanavien ohjelmasisältö koostuu pääasiallisesti musiikista. Opinnäytetyöni tarkoitus on myös selvittää, kuinka tärkeänä paikallisradio Auran Aaltojen kuuntelijat pitävät musiikkia ja mitkä muut (juontajat, paikallinen sisältö, kilpailut, uutiset) vaikuttavat kuuntelijoiden kanavan valintaan.

Radio Auran Aallot on paitsi paikallinen radio myös kaupallinen radio, jonka tavoitteena on olla tuottava yritys. Opinnäytetyössäni pohdin, miten kanavaa ja sen sisältöä voitaisiin kehittää tuottavammaksi ja kohtaamaan kuuntelijoiden toiveita entistä paremmin. Tällä hetkellä radiokanavat Suomessa nojaavat monimediallisuuteen ja tuottavat sisältöä useisiin viestimiin yhdellä kertaa, mahdollisuuksien mukaan ja resursseja säästävällä tavalla (Uimonen 2011, 216.) Se, miten Auran Aallot voisi olla tässä kehityksessä mukana, on yksi opinnäytetyöni kysymyksistä. Jotta voisin opinnäytetyössäni antaa ideoita ja kehittämiskäsitteitä, minun on tiedettävä paikallisradion taloudesta. Liikenneministeriön vuonna 1999 julkaisema selvitys *Menestyvä paikallisradio* käsittelee liiketaloudellisesti menestyvien ja tappiollisten paikallisradioiden eroja. Tämän selvityksen mukaan, kaikkien liiketaloudellisesti menestyvien paikallisradioiden ohjelmaformaatti on suunnattu joko nuorille aikuisille tai keski-ikäisille kuuntelijoille, ja kuuntelijoiden keski-ikä on 30 ja 40 vuoden välissä. Kuulijakunta jakautuu melko tasaisesti naisiin ja miehiin. Opinnäytetyössäni selvitän, eroavatko Auran Aaltojen oma käsitys kanavan kohderyhmästä ja todellinen kuuntelijajoukko toisistaan, ja kohtaako kanavan sisältö havittelemansa kuulijat. Jos ei kohtaa, tarkoitukseni on ideoida miten asiaa voisi muuttaa.

Kuuntelijatutkimuksen vastaukset on kerätty verkkokyselyllä, joka julkaistiin Auran Aaltojen verkkosivuilla. Tarkoitus oli kysyä kuuntelijoiden kuuntelutottumuksia ja kanavan kehittämistoiveita. Lähtökohtaisesti tutkimuksessa kiinnostivat vastaajat, jotka kuuntelevat kanavaa ja osaavat täten eritellä, miksi kuuntelevat juuri Auran Aaltoja. Tästä syystä yrityksen omat verkkosivut on luonteva paikka kyselylomakkeelle.

Tutkimuksessa pyrin saamaan mahdollisimman paljon vastauksia. Haastattelututkimuksia en käyttänyt, sillä mielestäni suurempi määrä vastauksia oli tässä tutkimuksessa relevantimpaa kuin yksittäisen kuuntelijan mielipide. Toisaalta kyselytutkimuksessa käy ilmi, ettei suurin osa verkkokyselyn vastaajista täysin vastaa Kansallisen radiotutkimuksen tuloksia siitä, minkä ikäiset kuuntelevat Radio Auran Aaltoja eniten. Toisaalta kanavan tavoitteena on saada enemmän nuorempia, alle 55-vuotiaita kuuntelijoita, joten verkkokyselyn tulokset antavat tärkeää tietoa siitä, miten tässä voitaisiin onnistua, sillä suurin osa kyselyyn vastaajista oli alle 55-vuotiaita.

Kyselytutkimus on enimmäkseen määrällistä tutkimusta, jossa sovelletaan tilastollisia menetelmiä. Kyselyaineistot koostuvat pääosin mitatuista luvuista ja numeroista, vaikka kysymykset esitetään sanallisesti, niiden vastaukset esitetään numeerisesti. Kyselylomakkeessa käytetään sekä suljettuja että avoimia osioita. Avoimeen osioon vastataan vapaamuotoisesti, kun taas suljettuun osioon vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi lomakkeessa. (Vehkalahti 2014, 13, 24.) Olen käyttänyt tekemässäni kyselyssä myös avoimia kysymyksiä, johon vastaaja voi vastata omin sanoin. Näiden vastausten käsittely on työläämpää, mutta ne antavat vastaajalle mahdollisuuden antaa ideoita ja palautetta kanavan toiminnasta ilman rajoituksia.

Kyselytutkimuksessa on toki monta mahdollista kompastuskiveä, joista myös Vehkalahti kertoo teoksessaan *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät*. Kyselytutkimuksessa on huomioitava muun muassa se, ettei vastausvaihtoehtoja saa olla liikaa, mutta niitä pitää olla riittävästi. Lisäksi kyselytutkimuksessa on vain luotettava siihen, että vastaaja vastaa totuuden mukaisesti, emmekä voi tietää, edustaako kyselyyn osallistunut tutkimuksen perusjoukkoa, saatiinko vastauksia riittävästi tai oliko kyselyn ajankohta vastaajalle hyvä.

2 YLEISTÄ RADIOTOIMINNASTA SUOMESSA

Radiotoiminta alkoi Suomessa vuonna 1926, kun Yleisradio aloitti kansalliset radiolähetykset. Yleisradiolla oli radiotoiminnan monopoli Suomessa liki viisikymmentä vuotta, kunnes vuonna 1983 Suomen Paikallisradioliiton toiminta alkoi. (Toivonen, T. 2009.)

Yksityisen paikallisradiotoiminnan alkaminen muutti Yleisradion toimintaympäristöä 80-luvulla, kun radiotoiminnan monopoli kaatui. Vähitellen kuuntelijatutkimukset alkoivat osoittaa, että uudet paikalliskanavat vievät Yleltä erityisesti nuoria kuulijoita. (Viljakainen 2004, 170.)

Yleisradio profiloi radiokanavansa uudelleen vuonna 1990 ja aloitti tuolloin myös Yleisradion ensimmäisen selvästi nuorille suunnatun kanavan Radio Mafian (Viljakainen 2004, 170). Tänäkin päivänä monet kanavat profiloivat tarkasti kanavan sisällön ja hakevat tietoisesti tietynlaisia kuuntelijoita. Kohderyhmän valinta ja siihen suuntaaminen auttavat radiokanavia erottumaan laajasta tarjonnasta. Radiokanavien ohjelmaprofiili rakennetaan mahdollisimman tarkasti tietylle kohdeyleisölle, jossa tärkein elementti on kohderyhmälle sopiva musiikki, joka esitetään tietyllä rotaatiolla tietokoneen ohjaamana soittolistojen mukaan. Puhutaan formaattiradiosta, joka on tietyllä aikarytmillä etenevää juontajien sitomaa lähetysvirtaa, joka koostuu musiikista, mainoksista, juonto-osuuksista, haastatteluista, uutissähkeistä, säätiedotuksista, asematunnuksista ja ajankohtaisjutuista. Suosittuja ovat myös paikalliset urheilutapahtumat. (Viljakainen 2004, 184.) Näistä kaikista koostuu myös Auran Aaltojen lähetysvirta tänä päivänäkin.

Radiobisneksen kannalta musiikki on tärkein yksittäinen elementti, jolla kuuntelija houkutellaan virittämään radiovastaanotin tietylle kanavalle. Ennen mainosrahoitteisia radiokanavia Suomessa ei oltu juurikaan kohdennettu musiikkia tiukasti tietyille kuuntelijaryhmille. 80-luvulla, paikallisradioiden syntyäikaan, valta kappaleiden soittamiseen tai soittamatta jättämiseen oli selkeästi juontajilla ja ohjelmantekijöillä. Uutuuslevyjen erikoisuus nähtiin valttina. (Uimonen 2011, 11, 74-75)

90-luvulla alkoivat paikallisradioillakin muutokset, jotka kuuluivat etenkin musiikkivalinnoissa. Kilpailun lisääntyessä haluttiin minimoida riskit kuulijoiden kaikkoomiseen ja alettiin soittaa kappaleita, joiden suosioista oli jo varmaa näyttöä. (Uimonen 2011, 119.) Tämä ajatus ohjaa edelleen Auran Aaltojen musiikkivalintoja. Tunnistettava kappale on tärkein kriteeri Auran Aaltojen musiikinvalinnassa. Tämä johtaa siihen, että niin paikallisradiot kuin valtakunnallisetkin kanavatkin soittavat pääosin samoja kappaleita. Kahvipöytäkeskusteluissa usein parjataan paikallisradioiden musiikkivalintoja ja moni tuntuu ihmettelevän, miksi radiokanavat soittavat samoja kappaleita. Opinnäytetyössäni halusin selvittää, mitä mieltä Auran Aaltojen kuuntelijat todella asiasta ovat. Häiritsevähkö tehoitot, soittolistat ja hittikappaleet, kaipaako paikallisradion kuuntelija erikoisempaa musiikkitarjontaa tai enemmän paikallisten artistien musiikkia. Nythän kanavan musiikkilinja menee niin kuin Uimonen kirjassaan Radiomusiikin rakennemuutos toteaa. Kun kappale alkaa soida kahdella tai kolmella kanavalla, siihen kiinnittävät huomiota myös kilpailijat, jotka ovat alun perin kappaleen soitosta pidättyneet.

Tarkkaan harkitut soittolistat ovat aikoinaan olleet myös taloudellisen menestyksen takana. Kaikilla liikeloudellisesti menestyvillä paikallisradioilla vuonna 1999 oli musiikkipääällikkö joka valitsi hyvin tarkasti soitettavat kappaleet etenkin kohdeyleisön, eli kuuntelijoiden, mieltymyksiä kuunnellen (Liikenneministeriö 1999, 54.) Tätä tekevät monet kanavat edelleen erilaisten kilpailujen, listaohjel-

mien ja äänestysten kautta. Auran Aalloilla musiikkipäällikkö eli tuottaja valitsee kaikki kanavalla soitettavat kappaleet.

Toki radionkuuntelu on yleisesti ottaen muuttunut kolmessakymmenessä vuodessa. Tänä päivänä kuluttaja voi kuunnella minkä tahansa kappaleen, koska tahansa, lähes missä tahansa. Internet ja musiikkipalveluohjelmat kuten YouTube ja Spotify ovat muuttaneet ihmisten musiikinkuuntelutottumuksia. (Uimonen 2011, 216.) Radio ei enää olekaan ainoa lähde kuulla musiikkia. Tämä on saanut minut pohtimaan, millä muilla keinoilla kanava voi erottua ja houkutella kuuntelijoita.

Liiketaloudellisesti menestyvien paikallisradioiden juonnettu ohjelma-aika oli vuonna 1999 klo 06.00-18.00, mutta kuitenkin niin, että paikalliset urheilutapahtumat kuten jääkiekon SM-liigaottelut venyttivät juonnettua ohjelmaa. Varsinaisista ohjelmakartoista menestyvät paikallisradiot olivat luopuneet jo 90-luvun lopulla. (Liikenneministeriö 1999, 54.) Tästä voisi päätellä, että liiketaloudellisesti menestyvän paikallisradion avain on ohjelmasisältö joka vastaa kuuntelijoiden toiveita, sillä yleisesti ajatellaan, että mitä suuremmat kuuntelijaluvut, sitä helpompi tuote on myydä asiakkaille. Tästä syystä opinnäytetyössäni tarkastelenkin, kuinka tärkeänä kuuntelijat pitävät ohjelmia, juontajia, urheilu-lähetystyksiä tai kilpailuja tänä päivänä.

On kuitenkin huomioitava, ettei liiketaloudellisesti tappiollinen paikallisradio tarkoita automaattisesti sitä, että kanavan ohjelmasisältö olisi huono. Tilanteeseen vaikuttavat monet muutkin asiat, kuten konkreettinen mainosmyynti sekä markkinointi. Markkinoinnissa esiin tulee etenkin näkyvyys oman kuuluvuusalueen tapahtumissa ja niiden järjestämisessä sekä katukuvassa (Liikenneministeriö 1999, 59.)

3 RADIO AURAN AALLOT

3.1 HISTORIA

Vuonna 1985 Valtioneuvosto myönsi Suomeen ensimmäiset kaupalliset radio-toimiluvat, joiden myötä Suomeen perustettiin 18 uutta radioasemaa. Turkuun myönnettiin tuolloin jaettu toimilupa, jonka saajat olivat Näkövammaisten Keskusliitto ja Turun Sanomalehtimiesyhdistys. Jaettu toimilupa johti perustamaan radiotoimintaa varten oman yhtiön, Turun Paikallisradio Oy:n. Kanavan profiiliksi kaavailtiin Yleisradiota kansanomaisempaa ja ripeämpää otetta, jossa ohjelma-aikaa haluttiin luovuttaa etenkin kulttuurialan toimijoille, eikä niinkään poliittisille tai uskonnollisille ryhmille. Radioasema julkisti nimensä, Auran Aallot kesällä 1985. Nimi on pysynyt samana alusta alkaen, eli 29 vuotta. (Toivonen, T. 2009.)

Radio Auran Aaltojen lähetystoiminta käynnistyi lauantaina 7. Syyskuuta 1985 taajuudella 90.5 MHz, joka sekin on pysynyt samana alusta lähtien. Radiotoiminnan alkuaikoina ohjelmaa lähetettiin klo 8-10.30 ja klo 15-17. Tuolloin paikallisradiolla oli radiolähetystehoja vain 100 wattia ja antennikorkeutta merenpinnasta 55 metriä. Signaali kuuluikin vain noin kahdenkymmenen kilometrin päähän Turusta. Vuonna 1987 lähetykset pitenevät ja jatkuivat tauotta aamukuudesta puoli seitsemään illalla. Heti kanavan perustamisesta lähtien Radio Auran Aallot solmi urheiluselostusyhteistyön paikallisen palloseuran Turun palloseuran kanssa. Tämäkin yhteistyö on jatkunut katkeamattomana kauteen 2014-2015 saakka. Urheiluselostusten lisäksi merkittävää paikallista mielenkiintoa nostattivat alkuaikoina kaupunginvaltuuston kokouksien lähetykset, laaja musiikkitarjonta, visailut ja radiokuunnelmat. Radio Auran Aalloille palkattiin 80-luvun loppupuolella erillinen musiikkitoimittaja valitsemaan soitettavia levyjä ja tekemään levynmyyntilukuihin perustuvaa listaohjelmaa. Nuortenohjelmaan panostettiin etenkin viikonloppuisin. (Toivonen, T. 2009.)

Kokeiluna vuonna 1985 alkanut Suomen paikallisradiotoiminta vakinaistettiin kesällä 1987, jolloin kaikki kokeiluasemat saivat kahden vuoden jatkoluvan. Varsinais-Suomessa Auran Aallot oli tuolloin ollut Radio Iniön ohella ainoa paikallisradio. Uusi toimilupakierros toi kuitenkin Lounais-Suomeen uusia radioasemia ja keväällä 1988 aloitti Turun saaristossa toiminut Meriradio ja raumalainen Radio Ramona, jotka lisäsivät paikallisradiokilpailua alueella. Kilpailun osalta tilanne tiukentui entisestään vuonna 1989, jolloin radioaalloilla koettiin varsinainen ryntäys. Uusia asemia perustettiin paljon eri puolilla Suomea ja monet suuret kaupungit saivat rinnalleen kilpailevan paikallisen toimijan. Vuoden 1989 toimilupakierroksella Turkuun radiotoimiluvan sai Auran Aaltojen lisäksi peräti neljä uutta toimijaa. Varsinais-Suomessa uusia paikallisradioita olivat Uudenkaupungin Radio UBC ja Salon Radio Suomen Salo sekä vuonna 1990 Turussa toimintansa aloittanut Radio Robin Hood. Myös Yleisradio uudisti radiotoimintaansa vuonna 1990, jolloin Radio Suomi alkoi haalia kuuntelijoita paikallisradioilta. Tästä syntyi myös Turussa Turun Radio, joka sisällytettiin Radio Suomeen, ja joka toimii Turussa edelleen. Myös Yleisradion nuortenkanava Radiomafia, alkoi kilpailla nuorista kuulijoista paikallisradioiden kanssa. Näiden lisäksi Turussa alkoi kuulua myös ruotsinkielinen alueradio Radio Åboland. (Toivonen, T. 2009.)

Vuosina 1989-1990 Turkuun saatiin siis ensi kertaa uudenlaista kilpailuasetelmaa radioaalloille. Auran Aaltojen pahimmaksi kilpailijaksi nousi Pro Radion omistama Radio Sata. Radio Sadan perustajista suuri osa oli Radio Auran Aaltojen entisiä työntekijöitä, jolloin kilpailu kuulijoista lisääntyi huomattavasti. Kanavien musiikkitarjonta kuitenkin erotti kanavat toisistaan. Auran Aallot pyrki olemaan nuorekkaampi kun taas Radio Sata turvautui vahoihin klassikoihin. Sata haki kohdeyleisökseen selvästi vanhempaa kuuntelijakansaa. Auran Aallot profiloitui nuorten ja nuorten aikuisten suosikiksi. (Toivonen, T. 2009.)

Kilpailun lisääntyessä ja tekniikan kehittyessä, myös Auran Aallot oli uudistumisen paineessa. Studiot siirrettiin Turun Iso-Heikkilästä uusiin toimitiloihin Wärtsilän entiseen telakkakonttoriin Valkoiseen taloon Aurajoen rannalle syksyllä 1990 ja samalla Auran Aaltojen lähetintä siirrettiin ja tehoa nostettiin 200 wattiin, jolloin kuuluvuusalue kasvoi 30 kilometristä 60 kilometriin. (Toivonen, T. 2009.)

90-luvun heikko taloudellinen tilanne alkoi kuitenkin nopeasti näkyä myös radio-toiminnassa. Yritykset irtisanoivat työntekijöitään laman aikana, konkurssit yleistyivät ja koko Suomella meni huonosti. Epävakaas pakotti monet yritykset harmitsemaan tarkkaan markkinointiin varaamiensa varojen käyttöä ja kaupalliset radiokanavat kärsivät mainostajien vähenemisestä ja tulojen laskemisesta. Vaikka taloudellinen tilanne oli tiukka, Auran Aallot pystyi silti laajentamaan kuuluvuusalueitaan Uuteenkaupunkiin sekä Laitilaan, Raumalle ja Kustaviin. Tällöin myös Vakkasuomi sai omaa paikallista radiosisältöä Auran Aalloilta, muutaman tunnin päivässä. Samana vuonna, 1994, monikansallinen SBS Discovery Media osti Radio Sadan ja puolestaan Auran Aaltojen omistus pysyi yhtä vakaammin turkulaisilla, kun uutena osakkaana kanavalle saatiin Turun Palloseuran jääkiekko ry. (Toivonen, T. 2009.)

Paikallisradioiden tilanne kiristyi entisestään kun vuonna 1996 Oy Suomen Uutisradio Ab sai ensimmäisen valtakunnallisen, koko maakunnassa kuuluvan mainosradion, Radio Novan. Kanavien lisääntyessä 90-luvun puolivälin jälkeen kilpailu oli erittäin kovaa. Mainostajat miettivät tarkasti mihin kanavaan sijoittaa, kuuntelijoilla oli entistä enemmän valinnanvaraa ja kanavat alkoivat entistä enemmän muistuttaa toisiaan. 2000-luvun alussa Turussa kuului peräti 17 radiokanavaa. Samalla Internet alkoi tehdä tuloaan ja television ohjelmatuotanto ja kanavat olivat lisääntyneet mainoskanavien myötä. Radio oli saanut uusia kilpailijoita paitsi muista radiokanavista, myös muista sähköisistä viestimistä. Paikallisradiomaailmassa yritettiin epätoivoisesti hakea ratkaisua kiristyneeseen kilpailutilanteeseen. Ratkaisuksi ajateltiin Radio Plussaa, jossa parikymmentä paikallisradiota yhtenäisti soittolistansa ja äänimaisemansa. Yhteistyön ajateltiin

parantavan asemien kilpailumahdollisuuksia markkinoilla, jossa kuviteltiin asiakkaiden haluavan valtakunnallista kuuluvuutta. Myös Turussa Auran Aallot muutti nimensä Radio Plus Auran Aalloiksi. Yhteiset uutiset, sama musiikkilinja ja yhtenäisempi paikallisradioiden sisältö ei kuitenkaan osoittautunut paikallisradioiden pelastukseksi ja osa kanavista ajautui konkurssiin parin vuoden kokeilun jälkeen. Samalla Auran Aallot palasi käyttämään vanhaa nimeään ja tarkensi soittolistaansa. (Toivonen, T. 2009.)

Kesällä 2001 Auran Aallot muutti uusiin toimitiloihin kaupungin keskustaan, näkyvälle paikalle Turun Yliopistonkadun ja Brahenkadun kulmaan. Samaan kiinteistöön muutti myös Turun ilmaisjakelulehti Aamuset. (Toivonen, T. 2009)

3.2 AURAN AALLOT NYT

Tänä päivänä Radio Auran Aallot toimii Turun Artukaisissa, Turun Sanomien lehtitalossa, noin seitsemän kilometrin päässä Turun keskustasta. Kanava määrittää kohderyhmäkseen 25-55-vuotiaat turkulaiset kaupunkilaiset, naiset sekä miehet. Lähetystä tehdään ennen kaikkea varsinaissuomalaisille, joita kiinnostavat paikalliset asiat. (Haastattelu, tuottaja Ville Klami)

Kanavan musiikkilinja perustuu tunnistettavuuteen. Kanavan tuottaja pyrkii valitsemaan soitettavat kappaleet niin, että kuulija tietäisi aina, mikä kappale on kyseessä. Musiikkigenreistä painotetaan poppia ja jonkin verran rokkia. Kotimaista musiikkia pyritään myös soittamaan paljon. (Haastattelu, tuottaja Ville Klami)

Auran Aallot pyrkii painottamaan lähetyksissään paikallista sisältöä kautta linjan. Paikallisuus pyritään tuomaan esille niin jututissa, uutisissa kuin juonnoisakin Toimitetuissa jutuissa pyritään jakaumaan jossa 90% jutuista on paikallisia ja 10% yleismaailmallisia, kuten artistihaastatteluja. (Haastattelu, tuottaja Ville Klami)

Auran Aaltojen lähetysaika on aina arkisin klo 6.30-18.00, mutta urheiluselokset iltaisin ja viikonloppuisin venyttävät toimitettua ohjelma-aikaa. Viikonloppuisin ja iltaisin kanavalla soi musiikki. Auran Aaltojen päiväohjelma on jaettu kahteen juonto-osuuteen. Aamulähetys alkaa klo 6.30 ja päättyy klo 12 ja ilta-päivälähetys alkaa klo 12 ja päättyy klo 18. Toimitukseen kuuluu aamujuontaja, tuottaja ja kaksi osa-aikaista iltapäiväjuontajaa. Myös tuottaja juontaa noin yhden iltapäivän viikossa. Tuottaja on myös kanavan musiikkipäällikkö. Näiden henkilöiden lisäksi toimitettuja juttuja tuottaa kaksi kiertävää toimittajaa.

4 KUUNTELIJATUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Auran Aaltojen kuuntelijatytyväisyyskysely toteutettiin internetkyselynä. Mahdollisimman suuren otannan saamiseksi itse kyselystä tehtiin nopeasti vastattava sekä selkeä.

Suurimmassa osassa kysymyksiä oli valmiit vastausvaihtoehdot. Kyselyyn vastattiin Auran Aaltojen internetsivujen kautta touko-heinäkuun 2014 aikana. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka hyvin kanavan oma profiili kohtaa kuuntelijoiden toiveiden kanssa, mitä asioita kuulijat pitävät tärkeinä ja millä perusteella he valitsevat Auran Aallot.

Koska Auran Aallot on mainosradio, tavoitteena oli myös selvittää milloin ja missä radiota kuunnellaan eniten, jotta tutkimustuloksia voisi hyödyntää myös mainosmyynnissä.

4.1 INTERNETKYSELY

Tutkimuksen pohjaksi haluttiin internetkysely, jolla pyrittiin mahdollisimman laajaan otokseen. Tutkimus toteutettiin Digium-järjestelmän kautta. Kuuntelijatutkimuksessa päädyimme internetkyselyyn vaikka tiesimme, että kaikilla Auran Aaltojen kuuntelijoilla ei ole internetiä eikä näin ollen mahdollisuutta osallistua kyselyyn.

Kuitenkin kirjallisten kyselylomakkeiden lähettäminen olisi vaatinut postituskuluja ja paperisten kyselylomakkeiden käsittely olisi ollut työlästä. Samoin puhelinhaastattelut olisivat kustantaneet puhelinmaksut. Olisi myös ollut haastavaa selvittää, kenelle kyselyt lähetettäisiin, sillä Auran Aalloilla ei ole kuuntelijoiden osoite- tai puhelinnumerotietoja. Lisäksi halusimme pääosin vastauksia henkilöiltä, jotka tuntevat kanavan ja näin ollen osaisivat mahdollisesti vastata, miksi kuuntelevat tai eivät kuuntele kanavaa. Siksi tuntui luontevalta laittaa kysely Auran Aaltojen internetsivuille. Kyselyä mainostettiin radiossa juontajien juonnoissa ja kanavan Facebook-sivuilla.

Internetkyselyn lisäksi päätimme olla ottamatta henkilökohtaisia tai syventäviä haastatteluja, sillä halusimme tutkimuksessa keskittyä mahdollisimman suuren joukon mielipiteisiin ja käsityksiin. Yksittäiset mielipiteet kanavasta ja sisällöstä vaihtelevat aina, mutta tutkimuksessa pyrimme löytämään mahdollisimman paljon niitä yhteisiä nimittäjiä, jotka yhdistävät radio Auran Aaltojen kuuntelijoita.

Vaikka avoimet kysymykset olisivatkin antaneet mahdollisesti kattavampia vastauksia, päätimme antaa suurimmassa osassa kysymyksiä vastausvaihtoehdot, jotta vastaaminen olisi mahdollisimman nopeaa ja vaivatonta, ja jotta voisimme

saada näin mahdollisimman monta vastausta. Lisäksi kysymyksiä jouduttiin karsimaan, jotta kyselystä ei tulisi liian pitkä. Lopulta päätimme keskittyä selvittämään kuulijoiden kuunteluaikaa, -paikkaa ja ikää, sekä sitä, kuinka kauan kanavaa keskimäärin kuunnellaan kerralla. Tämä tieto auttaa sekä mainosmyyntiä että kanavan sisällön tuottajia hahmottamaan, millainen on tyypillisen Auran Aaltojen kuuntelijan kuuntelukokemus.

Avoimella kysymyksellä ”Miksi kuuntelet Auran Aaltoja” halusimme selvittää, mikä kanavan ominaisuus tuo kuulijan kanavalle. Tästä tiedosta voisimme päätellä, mikä kanavan ominaisuus ainakin kannattaa säilyttää jatkossakin. Lisäksi kohdassa ”Mitä parannettavaa kaipaisit” pyrimme saamaan mahdollisimman monipuolisia vastauksia ja uusia ideoita kanavan kehittämiseksi. Näissä kohdissa emme halunneet sitoa vastaajia valmiisiin vastausvaihtoehtoihin, jotta voisimme saada kaikki mahdolliset ja mahdottomat ideat esille.

Toinen tärkeä tutkimuskohde oli paikallisuus. Auran Aallot on pitkään mielletty Turun seudun ainoaksi paikalliseksi radioksi, sillä Yle Turun sisältö ei ole paikallista taukoamatta aamusta iltaan eikä Radio City (entinen Radio Sata), toimita Turussa kuin tunnin paikallisohjelmaa päivittäin. Halusimme tutkimuksessa selvittää, kuinka tärkeänä kuuntelijat ylipäätään pitävät paikallisradiotoimintaa, ja mitkä valtakunnalliset tai paikalliset radiokanavat ovat Auran Aaltojen pahimpia kilpailijoita. Näistä tutkimustuloksista voi päätellä sen, minkä tyyllisiä muita kanavia Auran Aaltojen kuuntelijat kuuntelevat eli mistä he kenties pitävät, sekä sen, kannattaako paikallisuutta juonnoissa ja ohjelmissa painottaa. Onko paikallisradiotoiminta edes tärkeää kuuntelijoille.

Kyselyssä kysyttiin myös Auran Aaltojen verkkosivuista. Kysymyksen asettelu ”Onko sinulla tapana käydä Auran Aaltojen verkkosivuilla” on sinänsä hieman ristiriitainen kun kysely itsessään oli Auran Aaltojen internetsivuilta, mutta tarkoi-

tus oli selvittää kuinka houkuttelevana ja kiinnostavana Auran Aaltojen kuulijat pitää verkkosivuja ja niiden sisältöä.

Lopuksi annoimme vastaajalle mahdollisuuden lähettää terveisiä ja palautetta avoimesti Auran Aaltojen toiminnasta.

5 TUTKIMUSTULOKSET

Auran Aaltojen internetkyselytutkimukseen saatiin yhteensä 96 vastausta. Vastaa-
jista naisia oli 48% ja miehiä 52%.

Niin kuin ikäjakaumasta huomaa, suurin osa vastaajista oli 40-49-vuotiaita. Toi-
siksi eniten oli 30-39-vuotiaita.

	2014 (n=96)
Nainen	48 %
Mies	52 %
Alle 20-vuotta	1 %
20–29-vuotta	10 %
30–39-vuotta	22 %
40–49-vuotta	40 %
50–59-vuotta	13 %
Yli 60-vuotta	15 %

KUVA1: Taulukko Auran Aaltojen kuulijatutkimuksen vastausten ikäjakauma.

Tuloksista päätellen kyselytutkimus on siis kiinnostanut eniten 30-39- sekä 40-
49-vuotiaita vastaajia, mutta päivittäisiä kuulijoita ei näissä ikäryhmissä ole
montaa. 30-39-vuotiaista vastaajista vain 24% kertoi kuuntelevansa kanavaa
päivittäin ja 40-49-vuotiaista 11%, joten kanavan vakiokuuntelijoita tämä suurin
vastausjoukko ei kuitenkaan täysin edusta.

Tuoreimman Kansallisen radiotutkimuksen kuuntelijatutkimusten mukaan Auran
Aallot tavoitti kevään 2014 aikana 70 000 kuulijaa, joista suurin osa, 21 000 oli
65-vuotiaita. (Finnpanel. KRT-luvut)

Auran Aallot

Joulu 2013 - touko 2014 (26 viikkoa, S+R)

Tavoittavuus (1000)

Viikko

	Radio yht.	Yle yht.	Kaup. yht.	Auran Aallot Melodia yht.	Radio City + Iskelmä	Yle Radio 1	YleX	R Si
Kaikki								
Kaikki (n=1067)	451	259	373	70	119	66	63	
Sukupuoli								
Miehet (n=521)	219	121	180	33	59	26	34	
Naiset (n=546)	232	138	193	37	60	40	29	
Ikäryhmä I								
9-14 v (n=70)	25	9	24	2	7	1	3	
15-24 v (n=162)	67	30	59	3	16	2	21	
25-34 v (n=141)	66	29	61	6	15	7	14	
35-44 v (n=140)	63	25	59	3	16	3	10	
45-54 v (n=146)	64	33	57	16	17	4	9	
55-64 v (n=169)	76	50	60	19	28	14	3	
65- v (n=239)	91	82	50	21	19	35	2	

KUVA 2: Auran Aaltojen tuoreimmat kansallisen radiotutkimuksen luvut.

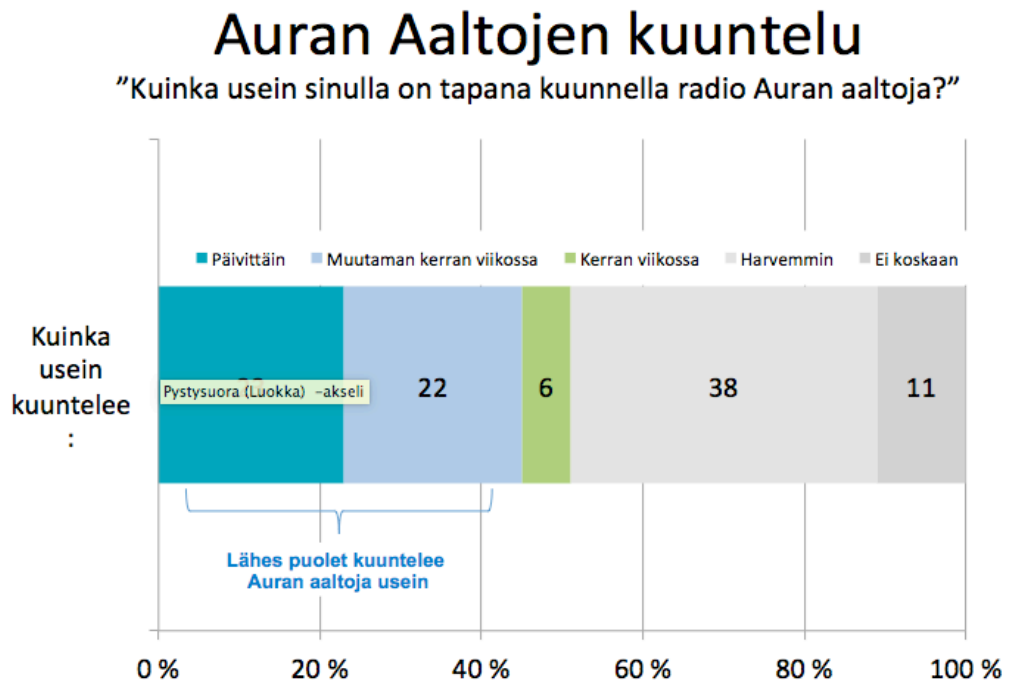
5.1 RADION KUUNTELUTOTTUMUKSET

Auran Aaltojen internetkyselytutkimuksen mukaan Auran Aaltoja kuuntelevat siis eniten 30-49-vuotiaat. Päivittäin kanavaa kuuntelee 23% kaikista kyselyyn vastanneista. Suurin osa vastanneista kertoi kuuntelevansa kanavaa harvemmin.

11% vastanneista vastasi, ettei kuuntele koskaan Auran Aaltoja.

Miehistä yli puolet vastasi kuuntelevansa harvemmin kuin kerran viikossa naisvastaajista puolestaan suurin osa kertoi kuuntelevansa päivittäin (30%) tai ainakin muutaman kerran viikossa (28%).

Päivittäisiä kuuntelijoita näyttäisi olevan selkeästi eniten 50-59-vuotiaiden joukossa, sillä heistä 67% kertoi kuuntelevansa kanavaa joka päivä. Vähiten päivittäisiä kuulijoita on yli 60-vuotiaiden joukossa.



KUVA 3: Kuulijatuutkimuksenvastaajista lähes puolet kuuntelee Auran Aaltoja usein.

Kanavan sisältö on suunnattu myös alle 30-vuotiaille sekä 30-39-vuotiaille kuuntelijoille. Kyselytuutkimuksen mukaan alle 30-vuotiaista päivittäin kanavaa kuunteli 27% ja 30-39-vuotiaista 24%.

50-59-vuotiaiden vastaajien joukossa päivittäisiä kuuntelijoita oli selvästi eniten, jopa 67% vastaajista.

Ikäjakaumasta ja kuuntelumäärästä voi siis päätellä, että kanavaa kuuntelevat päivittäin eniten yli 50-vuotiaat vaikka kanavan oma profiili pyrkii tekemään sisältöä myös nuoremmille kuuntelijoille. Kanava tavoittaa siis vain pienen osan siitä ryhmästä, jolle se lähetystä tekee.

Kyselytutkimuksessa pyrittiin selvittämään myös sitä, mihin aikaan kanavaa kuunnellaan eniten. Vastausvaihtoehdot olivat aamuisin klo 6-10, keskipäiväisin klo 10-14, iltapäivisin klo 14-18 tai iltaisin klo 18-jälkeen. Vastauksissa oli mahdollista valita useampikin vaihtoehto.

Yli puolet vastaajista kertoi kuuntelevansa eniten keskipäivällä klo 10-14. Vastaajista vähemmistö kertoi kuuntelevansa kanavaa iltapäivisin klo 14-18. Alle 30-vuotiaista suurin osa kertoi kuuntelevansa kanavaa joko aamuisin klo 6-10 tai iltaisin klo 18 jälkeen. 30-39-vuotiaista suurin osa löytää kanavalle keskipäivällä 10-14 sekä iltaisin klo 18 jälkeen.

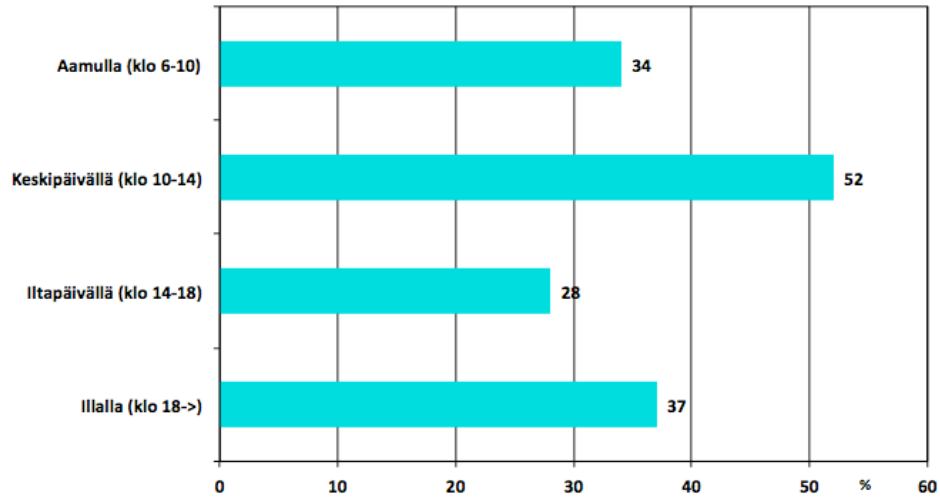
Päivittäisistä kuuntelijoista suurin osa on 59-59-vuotiaita ja he kuuntelevat kanavaa pääosin aamuisin, mutta erot aikojen välillä ovat huomattavasti pienemmät kuin muissa ikäryhmissä ja kuuntelukestot päivittäin selvästi suuremmat tässä ikäryhmässä kuin muissa ikäryhmissä.

Peräti 55% 50-59-vuotiaista vastaajista kertoi kuuntelevansa kanavaa yli 3 tuntia päivässä. He pitävät kanavaa auki kotona sekä autossa.

Auran Aaltoja kuunnellaan pitkin päivää, eniten keskipäivällä

”Mihin aikaan kuuntelet radio Auran aaltoja?”

Kuunteluajoissa havaittiin eroja sukupuolten välillä: naisista 41 prosenttia kuuntelee aamulla ja 38 prosenttia iltapäivällä, vastaavat luvut miehillä 26 ja 18.



KUVA 4: Auran Aaltojen kuuntelijoista suurin osa kuuntelee kanavaa keskipäivällä klo 10-14.

Selvästi suurin osa vastaajista kertoi kuuntelevansa Auran Aaltoja autossa sekä kotona. Kaikista vastaajista työpaikalla kanavaa soittaa vain 18%, mutta huomioitavaa on kuitenkin se, että työpaikalla kuuntelevista suurin osa osuu nuorempaan kohderyhmään eli alle 30-vuotiaisiin sekä 30-39-vuotiaisiin.

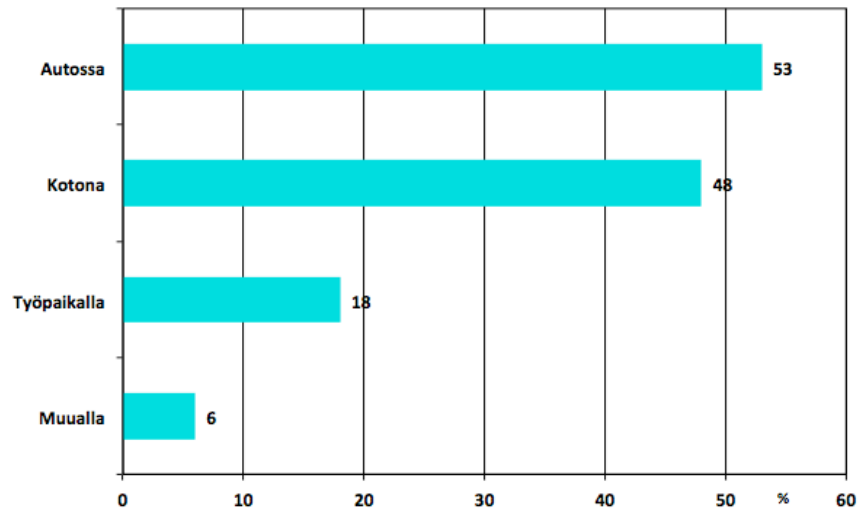
Eli kanava tavoittaa työpaikoilla hyvin nuoremman kohderyhmänsä. Tällä kohderyhmällä on kuitenkin vaikeuksia löytää kanavalle vapaa-ajalla.

Kuuntelijoiden kuuntelupaikkaa selvittäessä vastausvaihtoehdoissa tuli kodin, auton ja työpaikan lisäksi monesti esiin kesämökki.

Auran Aaltoja kuunnellaan autossa ja kotona

”Missä sinulla on tapana kuunnella Auran aaltoja?”

Yli puolet kuuntelee Auran aaltoja autossa sukupuolesta ja iästä riippumatta. Naisista 26 prosenttia kuuntelee työpaikalla. Miesten vastaava luku 10 prosenttia.



KUVA 5: Auran Aaltoja kuunnellaan eniten autossa ja kotona.

Kuuntelijatutkimuksessa pyrimme myös selvittämään kuinka kauan kuulijat viihtyvät kanavalla, kun he sille kääntävät. Huomioitavaa oli se, että päivittäisistä kuuntelijoista selvästi suurin osa kuuntelee kanavaa pitkään eli jopa yli 3 tuntia päivässä tai 1-3 tuntia päivässä.

Tässä kohtaa vastausvaihtoehto ”En kuuntele Auran Aaltoja päivittäin” on saanut kuitenkin selvästi suurimman osan vastauksista. Kysymyksen asettelu on siinä mielessä huono, että se valitaan helposti vastausvaihtoehdoksi jos ei kuuntele kanavaa ihan jokaisena päivänä vuodessa, ja ymmärrettävästi vakio-kuuntelijoillakin on päiviä, jolloin he eivät Auran Aaltoja kuuntele.

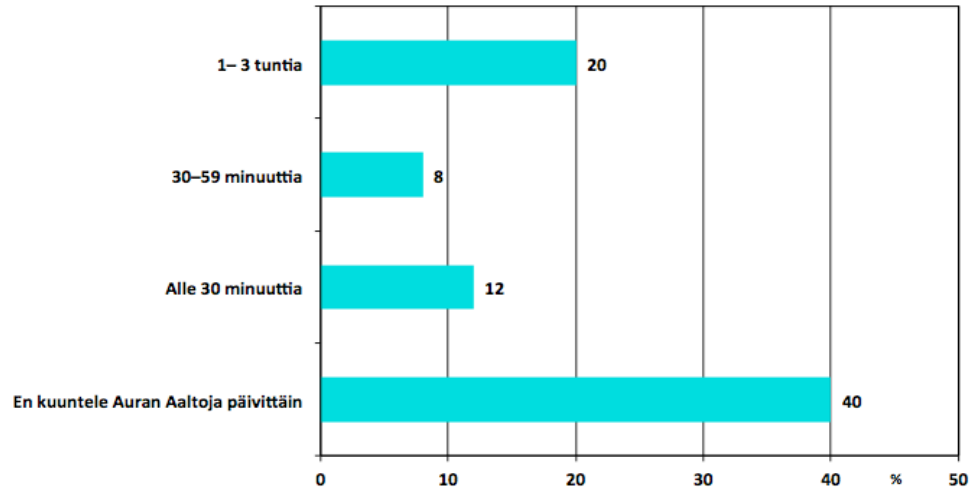
Joka viides kuuntelee 1–3 tuntia päivän aikana

Kaikki vastaajat, %

”Osaatko arvioida, kauanko kuuntelet Auran aaltoja päivän aikana?”

Kuunteluajoissa havaittiin pieniä eroja sukupuolen ja iän mukaan. Naisista 28 prosenttia kuuntelee 1–3 tuntia päivän aikana, miehillä vastaava luku 13 prosenttia.

Alle 40-vuotiaista 27 prosenttia kuuntelee 1–3 tuntia päivän aikana, yli 40-vuotiailla vastaava luku 17 prosenttia.



KUVA 6: Päivittäisistä kuuntelijoista suuri osa kuuntelee kanavaa monta tuntia.

5.2 KILPAILUTILANNE

Radiotoiminta Suomessa on hyvin kilpailtua. Maassamme on 25 yksityistä radioasemaa ja Ylen maakuntaradiot mukaan luettuna kanavia on yhteensä yli 50. Näistä 18 kuuluu Turussa (Digita. Karttapalvelu.)

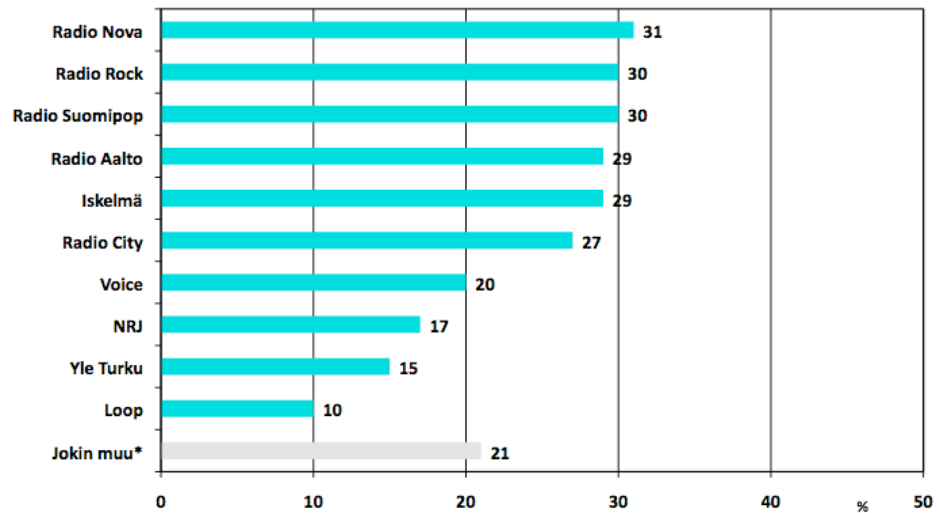
Finnpanelin radiotutkimuksen mukaan 3,8 miljoonaa suomalaista kuuntelee radiota päivittäin peräti kolmen tunnin ajan ja noin 96% radiokuuntelusta on FM-radiokuuntelua.

Auran Aaltojen kuuntelijatutkimuksen perusteella paikalliskanavan kovimmat kilpailijat ovat valtakunnalliset, isot kaupalliset kanavat. YLE Turku esimerkiksi ei näyttäisi tutkimuksen perusteella kilpailevan Auran Aaltojen kanssa juurikaan samoista kuuntelijoista.

Radion kuuntelu

Kaikki vastaajat, %

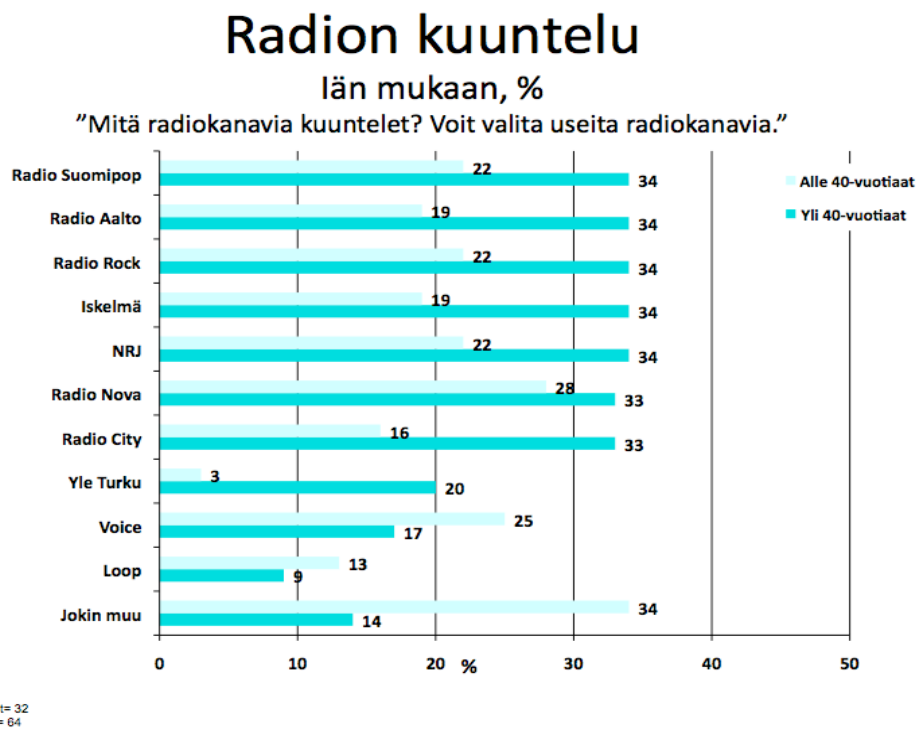
”Mitä radiokanavia kuuntelet? Voit valita useita radiokanavia.”



*Muita mainittuja kanavia Radio Nostalgia, Groove FM, YLE Puhe, Radio Suomi, Radio Moreeni, YleX, Lux, Radio SUN

KUVA 7: Taulukko kuulijatutkimuksen vastauksista. Auran Aaltojen kuuntelijat kuuntelevat myös tasaisesti suurimpia kaupallisia radiokanavia.

Kanavan kohderyhmästä alle 40-vuotiaat kuuntelevat Auran Aaltojen ohella eniten Voicea, Loopia sekä YleX:ää.



KUVA 8: Auran Aallot käy suurinta kilpailua kuuliijoista Radio Suomipopin, Radio Aallon, Radio Rockin, Iskelmän sekä NRJ:n kanssa.

5.3 KANAVAN VALINTAKRITEERIT

Kanavan valintakriteereitä selvitettyä kävi yksiselitteisesti ilmi se, että musiikki on tärkein valintakriteeri kanavaa valittaessa. Tätä mieltä oli ylivoimaisesti suurin osa vastaajista jokaisessa ikäryhmässä. Musiikkia keuhuttiin avoimissa vastauksissa lähes poikkeuksetta, eikä yhdessäkään vastauksessa toivottu musiikkilinjan muuttamista tai esimerkiksi musiikkia paikallisilta pienemmiltä artisteilta. Tästä voidaan siis päätellä, että Auran Aallot on onnistunut musiikkivalinnoissaan erinomaisesti, ja etteivät ainakaan Auran Aaltojen kuuntelijatutkimukseen osallistuneet kaipaa siihen muutosta.

Soittolistat ja hittibiisit näyttäisivät siis purevan kuuntelijoihin mainiosti ja linja, josta Uimonen kirjassaan Radiomusiikin rakennemuutos kirjoittaa, toimii: Kun kappale alkaa soida kahdella tai kolmella kanavalla, siihen kiinnittävät huomiota myös kilpailijat, jotka ovat alun perin kappaleen soitosta pidättyneet. (Uimonen, 2011, 119.) Tämä näyttäisi olevan linja, johon Auran Aaltojen kuuntelijat ovat hyvin tyytyväisiä. Paljon kiitosta sai musiikin monipuolisuus ja se, että tuoreimpien hittien seassa soi myös vanhempia klassikkokappaleita.

Mutta koska Auran Aaltojen kuuntelijatutkimuksessa kanavan valintakriteereitä sai valita useampiakin, nousivat musiikin lisäksi myös juontajat ja paikallinen sisältö vahvasti esiin. Huomattavaa on se, että alle 40-vuotiaille juontajilla on huomattavasti suurempi merkitys kuin yli 40-vuotiaille kuuntelijoille. 50-59-vuotiaat kuuntelijat taas pitävät juontajia ja musiikkiakin tärkeämpänä valintakriteerinä paikallista sisältöä.

Urheilua piti valintakriteerinä 17% vastanneista ja 24% vastanneista kertoi valitsevansa radiokanavan kilpailujen perusteella. Kyselytutkimuksesta kävi myös ilmi se, että kaikista vähiten vastaajien kanavavalintaan vaikuttavat haastattelut. Vain 16% vastaajista piti haastatteluja merkittävänä asiana kanavaa valitessa. Paikallista sisältöä arvosti 39% kaikista vastaajista, etenkin alle 40-vuotiaat sekä 50-59-vuotiaat.

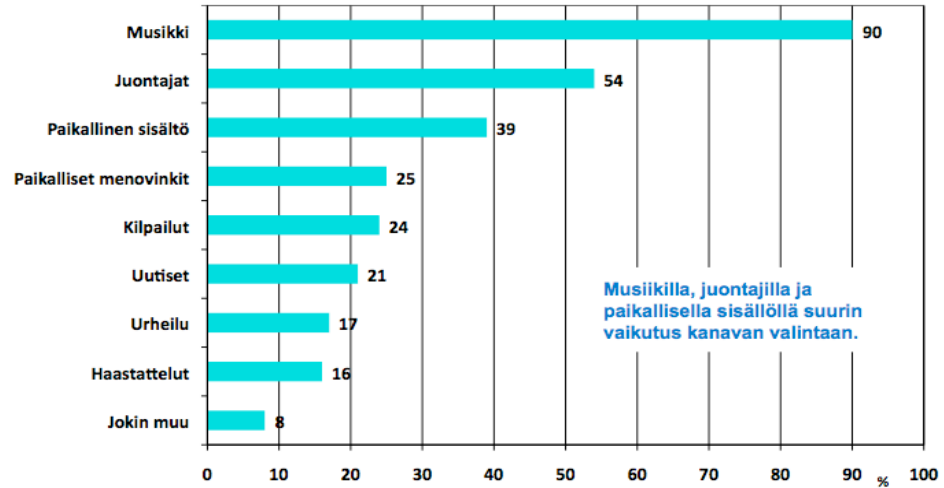
Auran Aaltojen haastattelut koskevat usein paikallisia tapahtumia, ilmiöitä ja henkilöitä, joten vastauksissa on havaittavissa pientä ristiriitaa. Toisaalta, kyselyssä ei eritelty tarkemmin, mitä haastatteluilla tarkoitetaan. Käsite haastattelut on laaja ja se saatetaan helposti mieltää studiovieraiksi tai artistihaastatteluiksi, joita toki kanavalla myöskin on.

Avoimista vastauksista kävi ilmi myös se, että mieliala ja sattuma vaikuttavat paljon kanavan valintaan. Lisäksi vaihtelevaa sisältöä ja musiikkia pidettiin tärkeänä ja moni vastaaja toivoi mielenkiintoisia keskusteluja ja kiinnostavia aihevalintoja.

Radiokanavan valitseminen

Kaikki vastaajat, %

”Millä perusteella valitset radiokanavan, jota kuuntelet? Voit valita useita syitä.”



KUVA 9: Taulukko Auran Aaltojen kyselytutkimuksen vastauksista. Musiikki ja juontajat sekä paikallinen sisältö vaikuttavat kanavan valintaan eniten.

5.4 PAIKALLISRADIOTOIMINNAN MERKITYS

Auran Aaltojen kyselytutkimuksesta kävi ilmi, että kuuntelijatutkimukseen vastanneiden mielestä yksi tärkeimpiä radiokanavan valintakriteereitä ovat musiikin ja juontajien jälkeen paikallinen sisältö. Vastaus lienee osittain tämän suuntaisen siksi, että kyse on paikallisradiosta ja kysely on suunnattu paikallisradion kuuntelijoille.

Tutkimuksesta voi kuitenkin päätellä sen, että paikallista sisältöä kannattaa tuottaa ja että se on kanavan suurin kilpailuvaltti, sillä suurimmat kilpailijakanavat kuten Radio Nova, Radio Rock tai Radio Suomipop eivät tuota Turun ja Salon seudulle paikallista sisältöä.

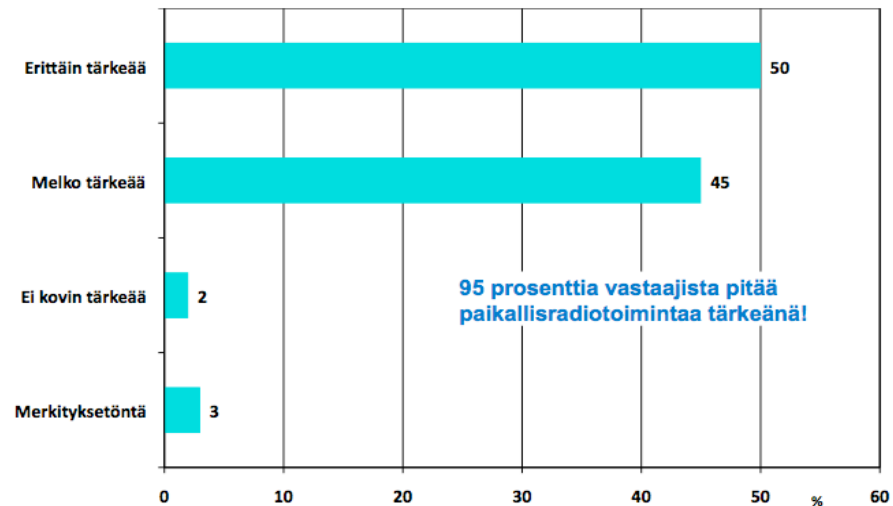
Kyselytutkimuksesta kävi ilmi se, että selvästi suurempi osa naisista (63%) piti paikallisradiotoimintaa erittäin tärkeänä, kun taas miesvastaajista erittäin tärkeäksi sen koki vain 37%.

Ylivoimaisesti tärkeintä paikallisradiotoimintaa on 50-59-vuotiaille vastaajille, joista 92% vastasi sen olevan erittäin tärkeää. He ovat sitä sukupolvea, jotka elivät nuoruuttaan Yleisradion radiomonopolin aikaan.

Radion kuuntelu

Kaikki vastaajat, %

”Kuinka tärkeää mielestäsi paikallisradiotoiminta yleisesti ottaen on?”



KUVA 10: Paikallisradiotoiminta nähdään edelleenkin tärkeänä Turussa.

Huomioitavaa on myös se, että nuoremmatkin vastaajat, eli alle 30-vuotiaat sekä 30-39-vuotiaat pitivät paikallisradiotoimintaa erittäin tai melko tärkeänä. Tästä voisi siis päätellä, ettei paikallisradiotoiminnasta kannata missään nimessä luopua vaikka radiokentällä kilpailu lisääntyisikin.

5.5 SISÄLTÖTOIVEET

Kun tarkastellaan, millä perusteella Auran Aaltojen kuuntelijat valitsevat juuri Auran Aallot, on musiikki yhtä edelleen tärkein valintakriteeri kaikissa ikäryhmissä. Kaikista vastaajista 90% piti musiikkia tärkeimpänä valintakriteerinä.

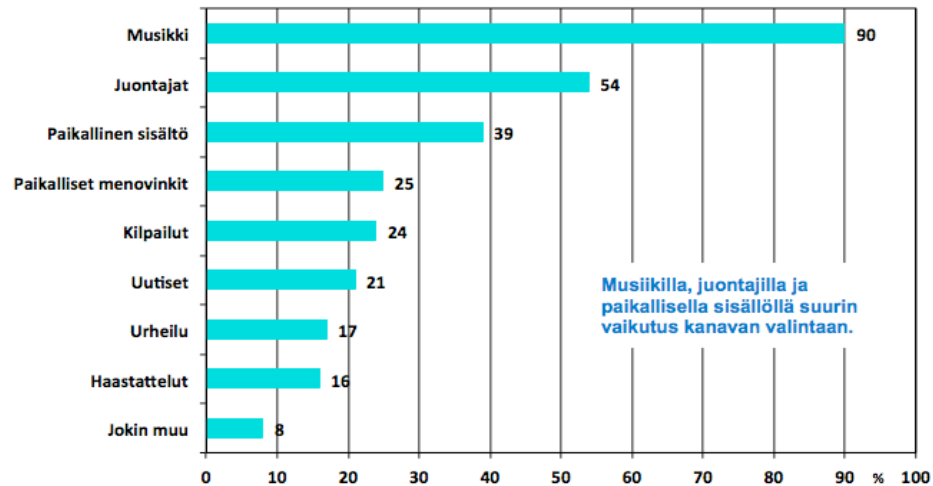
Kanavan juontajat vaikuttavat ennen kaikkea nuorempien eli alle 30-vuotiaiden sekä 30-39-vuotiaiden kuulijoiden kanavanvalintaan. Molemmista ikäryhmistä yli 70% mainitsi juontajat tärkeäksi valintakriteeriksi. Juontajien merkitys kanavan valinnassa kuitenkin vähenee kuuntelijan iän noustessa. Vähiten juontajat korostuvat kanavavalinnassa 40-49-vuotiaiden keskuudessa. Heistä vain 37% kertoi juontajien vaikuttavan kanavavalintaan. Yli 50-vuotiaista vastaajista yli puolet vastasivat, että juontajilla on merkitystä.

Tutkimuksessa kävi ilmi myös, se etteivät uutiset korostu kanavan valinnassa. Kaikista vastaajista vain 21% piti uutisia tärkeänä kriteerinä radiokanavaa valitessa. Tämä voi johtua siitä, että lähes jokaisella kanavalla on vakiintunut käytäntö lähettää uutiset tasatunnein. Tätä saatetaan pitää jopa itsestäänselvytenä. Toisaalta, mielenkiintoista on se, että Auran Aaltojen uutisissa kerrotaan pääsääntöisesti paikallisista asioista ja radio Auran Aaltojen kuuntelijat pitävät paikallisuutta erittäin tärkeänä asiana, mutta uutisten kohdalla tämä ei näyttäisi korostuvan. Saattaa myös olla, että tässäkin kohtaa kuuntelijat pitävät itsestään selvytenä sitä, että kanavan uutiset ovat paikallisia.

Radiokanavan valitseminen

Kaikki vastaajat, %

”Millä perusteella valitset radiokanavan, jota kuuntelet? Voit valita useita syitä.”



KUVA 11: Musiikki on edelleen tärkein kriteeri radiokanavaa valitessa.

Kuuntelijatutkimuksessa oli myös mahdollista kertoa omin sanoin, miksi kuuntelee tai ei kuuntele Radio Auran Aaltoja.

Kuuntelijoiden keskuudessa korostui ennen muuta paikallisuus sekä hyvä musiikki, jota keuhuttiin lähes jokaisessa avoimessa vastauksessa. Musiikki koettiin myös monipuoliseksi ja erilaiseksi muihin kanaviin verrattuna. Yhdessäkään vastauksessa ei erikseen toivottu monipuolisempaa musiikkitarjontaa tai musiikkia paikallisilta artisteilta.

Parannusehdotuksia pyydettyäessä vastauksissa nousivat esiin kilpailut, joita toivottiin monessa vastauksessa. Kilpailut eivät siis määrittele kanavan valintaa, eikä niitä koeta tärkeäksi kriteeriksi kanavaa valitessa, mutta moni toivoo silti, että niitä olisi.

Vapaissa vastauksissa korostui myös toive erilaisista musiikki- ja keskusteluohjelmista.

”Kuuntelen Auran Aaltoja, koska Aalloilla soitetaan yleensä hyvää musiikkia ja saa tietoa oman maakunnan asioista ja tapahtumista.” (internetkyselyn vastaus)

”Autoilen Varsinais-Suomesta Uudellemaalle töihin. Tällä matkalla on hyvä pitää kotiseutu mielessä ja kuuntelemalla Auran Aaltoja se onnistuu parhaiten.” (internetkyselyn vastaus)

”Mahtavan ja monipuolisen musiikin takia. Musiikkia on joka makuun; löytyy päivän hittejä, mutta myös kauan kadoksissa olleita kappaleita joita muut eivät soita. Ja onneksi sama kappale ei soi puolen tunnin välein...” (internetkyselyn vastaus)

”Kuuntelijoiden toivetunti olisi hyvä juttu sekä ohjelma, johon saisi soittaa ja keskusteltaisiin kuuntelijoiden kanssa mielenkiintoisista aiheista. Tai sitten jonkunlainen Kysmys-vastaus-homma jossa eri alojen asiantuntijat vastailevat kuuntelijoiden kysymyksiin. Ohjelman nimi voisi olla vaikkapa Mikä sääki tiärät?” (internetkyselyn vastaus)

”Lisää aiherikkaita ja persoonallisia keskusteluohjelmia” (internetkyselyn vastaus)

Kun vastaajilta kysyttiin, miksi he eivät kuuntele Radio Auran Aaltoja, suuri osa mainitsi, ettei ole kuullut kanavasta. Kanavan näkyvyys paikallisissa tapahtumissa ja katukuvassa on vähäistä ja tästä saattaa johtua myös se, että uusien kuuntelijoiden hankkiminen on haastavaa.

Vastaajat mainitsivat myös, etteivät kuuntele Auran Aaltoja, koska asuvat kuuluvuusalueen ulkopuolella. (Loppukesän 2014 aikana Auran Aallot laajensi kuuluvuuttaan nettiradioon, jossa lähetys ja musiikki kuuluvat nyt koko ajan, mutta silloin kun kysely tehtiin, Auran Aallot kuuluivat vain perinteisen FM-taajuuden kautta.)

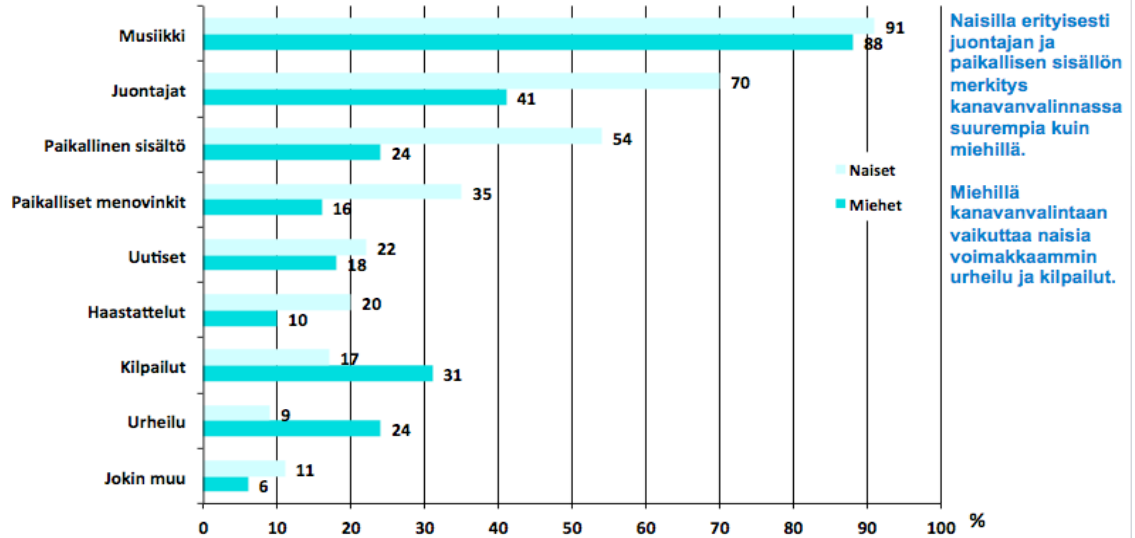
”Juonnettuja lähetyksiä on ihan sopivasti. Parannettavaa on siinä, että viikonloppuisin ei nykyisin kuulla STT:n uutisia ja Auran Aaltojen kuuluvuusalueen sääennustetta.” (internetkyselyn vastaus)

”Enemmän erityyppisiä musiikkiohjelmia” (internetkyselyn vastaus)

Radiokanavan valitseminen

Sukupuolen mukaan, %

”Millä perusteella valitset radiokanavan, jota kuuntelet? Voit valita useita syitä.”



Naisilla erityisesti juontajan ja paikallisen sisällön merkitys kanavanvalinnassa suurempia kuin miehillä.

Miehillä kanavanvalintaan vaikuttaa naisia voimakkaammin urheilu ja kilpailut.

N= 96
 Alle 40-vuotiaat= 32, yli 40-vuotiaat= 64
 Naiset= 46, miehet= 49

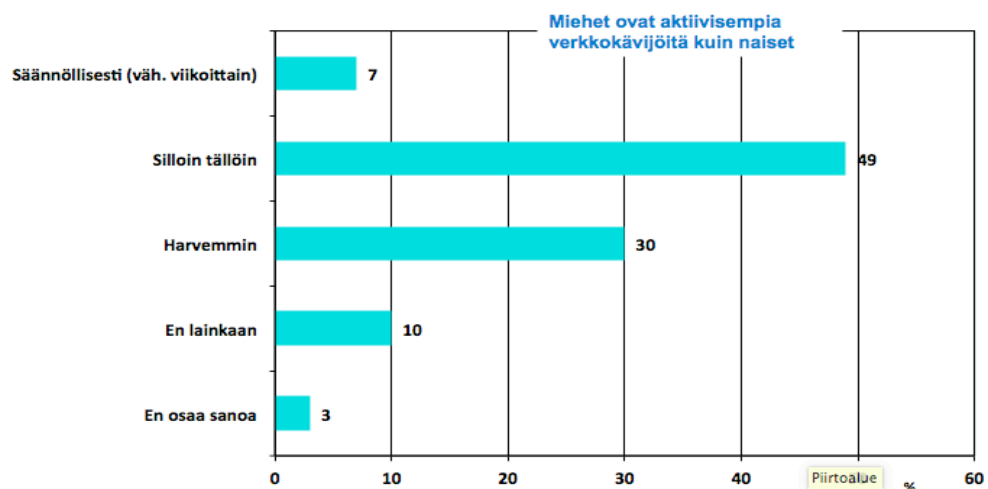
KUVA 12: Radiokanavan valintaan vaikuttavat asiat vaihtelevat myös hieman sukupuolen mukaan.

5.6 AURAN AALTOJEN INTERNETSIVUT

Auran Aaltojen kuuntelijatutkimuksessa kysyttiin myös sitä, kuinka usein kuuntelijat vierailevat Auran Aaltojen verkkosivuilla. Kysymys oli hieman ristiriitainen, sillä kysely löytyi Auran Aaltojen verkkosivuilta, mutta vastausten perusteella, suurin osa vastanneista, lähes puolet, vierailee verkkosivuilla toisinaan. Säännöllisiä kävijöitä on vain 7% vastaajista ja heistäkin suurin osa alle 30-vuotiaita.

Puolet vastaajista vierailee verkkosivuilla silloin tällöin

”Onko sinulla tapana vierailla Auran Aaltojen verkkosivuilla?”



KUVA 13: Suurin osa vastaajista ei käy Auran Aaltojen verkkosivuilla päivittäin, mutta vierailee niillä silloin tällöin.

Vastanneista suurin osa ajattelee, että sivut ovat hyvät ja selkeät. Eniten parannettavaa on vastaajien mielestä ohjelmätiedoissa. Myös verkkokilpailuja kaivat-

tiin useassa vastauksessa enemmän. Avoimessa kysymyksessä pyydettiin vastaajia antamaan avointa palautetta verkkosivuista ja kertomaan, mitä he verkkosivuille kaipaisivat.

”Juttuja paikallisista tapahtumista ja uutisista. Mitä ”kylällä” tapahtuu juuri nyt. Menovinkit jne.”
(internetkyselyn vastaus)

”Videoita, haastatteluja, nettiristikoita, lisää kilpailuja” (internetkyselyn vastaus)

”Vähän sekavan oloiset sivut, joka johtuu todennäköisesti voimakkaista väreistä ja kontrasteista, mutta hyvin toimivat ja helppo liikkua. Kaikki löytyy melko helposti” (internetkyselyn vastaus)

”Ennen vanhaan sivuilta näkyi, mikä kappale soi parhaillaan. Se oli hyvä juttu ja kaipailen sitä takaisin. Joskus käyn lukemassa uutisia, jos kuulen radiosta jotain vain puolella korvalla ja haluan tarkastaa asian” (internetkyselyn vastaus)

”Hyvät ja selkät sivut. Juuri nyt soi tai muu vastaava ilmoitusrivi etusivulle on toivottu lisäys”
(internetkyselyn vastaus)

”Hyvät sivut. Kaipaisin sivuille soittolistoja biiseistä, jotka ovat soineet päivän aikana” (internetkyselyn vastaus)

”Vierailen verkkosivuilla lähinnä nettiradion takia. Sivujen sisältö on mielestä aika vähäistä.”
(internetkyselyn vastaus)

6. TULOSTEN ANALYSOINTI

Auran Aaltojen kuuntelijatutkimuksesta käy ilmi, että kanava tavoittaa vain pienen osan kohderyhmästään, joka on 25-55-vuotiaat turkulaiset ja Turun seutulaiset. Etenkin kohderyhmän nuorempien kuuntelijoiden tavoittaminen on kanavalle haastavaa. Nuorempaa kohderyhmää tavoitetaan jonkin verran työpaikoilla, mutta kohderyhmällä on vaikeuksia löytää kanavalle vapaa-ajalla.

Olisi ehkä syytä pohtia, onko kanavan kohderyhmä määritelty liian laajaksi. 25-55-vuotiaiden kuuntelijoiden kuuntelutottumukset ja kiinnostuksen kohteet eroavat toisistaan ja kun tarkastellaan sitä, mitä muita kanavia radio Auran Aaltojen kuuntelijat kuuntelevat, esille nousevat niin Nova, Radio Rock, Radio Suomipop kuin Iskelmäradiokin. Nämäkin kanavat eroavat toisistaankin huomattavasti.

Radio Nova ja Radio Iskelmä tuottavat selvästi kevyempää ja maltillisempaa ohjelmaa kuin Radio Rock ja Radio Suomipop. Nova ja Iskelmä sopivat esimerkiksi työpaikan radiokanavaksi hyvin, sillä sisältö ei ole liian rajua tai kantaottavaa. Musiikkivalinnatkin ovat laajoja. Radio Rock ja Radio Suomipop taas panostavat räväkkään tunteita herättävään sisältöön (etenkin aamuisin) sekä rajumpiin musiikkigenreihin, mikä jakaa vahvasti mielipiteitä puolesta ja vastaan. Voisiko ajatella, että työpaikoilla halutaan suosia varmempaa, kevyempää linjaa kuten Nova tai Iskelmä, mutta vapaa-ajalla kuuntelijat toivovat kantaottavampaa ja rajumpaa ohjelmasisältöä.

Auran Aaltojen olisi ehkä paikallaan pohtia, kumpaan kohteeseen he haluaisivat suuntautua. Onko kanavan tarkoitus olla raju, tunteita ja reaktioita herättävä

vapaa-ajan radio vai kaikkeen makuun sopiva, esimerkiksi työpaikoilla kuunneltava hyvä taustakanava.

On myös syytä pohtia voisiko kohderyhmää rajaamalla saavuttaa suuremman osan tietystä kohderyhmästä, kun tällä hetkellä saavutetaan vain pieni osa jokaisesta kohderyhmästä. Voisi myös ajatella, että kun kohderyhmä on rajatumpi, voisi sisällön suunnitella tarkemmin tätä kohderyhmää varten, jolloin tarve kääntää toiselle kanavalle mahdollisesti vähentyisi. Toisaalta, kuuntelijatutkimuksesta käy ilmi, että musiikkivalinnoissa kanava on onnistunut erinomaisesti. Musiikkivalintoja kiiteltiin tutkimuksessa kautta linjan. Kanava on onnistunut musiikkivalinnoillaan tyydyttämään niin 25 kuin 55-vuotiaatkin kuuntelijat.

Myös paikallinen sisältö on asia, johon kanavan kannattaa edelleenkin panostaa. Paikallisuus on Auran Aaltojen kuuntelijoille tärkeää ja yksi suurimmista kanavanvalintakriteereistä. Tämä on myös valtti, jota suuret valtakunnalliset kanavat eivät voi haastaa.

Tutkimuksessa selvitettiin myös, miksi kyselyyn vastanneet eivät kuuntele Auran Aaltoja. Suurin osa kertoi, ettei ole kuullut kanavasta. Radio Auran Aallot on kanava, joka on toiminut Turussa 30 vuotta. Ne kuulijat, jotka ihastuivat kanavaan nuorina, heti sen perustamisen jälkeen, ovat nyt lähellä eläkeikää. Kanavan ongelma on löytää uudet nuoret kuuntelijat. Toisaalta kilpailu heistä on tänä päivänä erittäin kovaa. Näkyvyys ja markkinointi nousevat tässä erittäin tärkeiksi.

7 PARANNUSEHDOTUKSET

Niin kuin jokaisen radiokanavan, myös Auran Aaltojen tavoitteena on saada lisää kuuntelijoita. Tällä hetkellä kanavan kohderyhmistä tavoitetaan hyvin vanhempi sukupolvi eli yli 50-vuotiaat, mutta nuoremman sukupolven eli 25-40-vuotiaiden tavoittamiseen tulisi vielä panostaa.

Niin kuin tutkimustulosten analysoinnissa totesin, yksi mahdollisuus nuorempien kuuntelijoiden tavoittamiseen voisi olla kohderyhmän tiukempi rajaaminen. Tällöin myös kanavan ohjelmien, toimitettujen juttujen ja haastattelujen rajaaminen olisi helpompaa ja kanava voisi keskittyä palvelemaan entistä paremmin pienempää kohderyhmää.

On myös syytä pohtia, millaiselle kuuntelijalle ohjelmaa tehdään. Kotona tai autossa ajavalle yksityishenkilölle vai esimerkiksi työpaikoille, jossa mahdollisesti voisi saada kerralla useampia kuuntelijoita. Tämä linjaus auttaa paitsi kanavan tekijöitä kohdentamaan juttuja ja juontoja sopivaan muotoon, myös kanavan valitsijaa hahmottamaan, minkä tyylisestä kanavasta on kyse. Jos kanava haluaa tavoitella työpaikkoja voisi harkita esimerkiksi kilpailuja joissa kannustetaan työpaikkaa soittamaan Auran Aaltoja ja joissa palkitaan työpaikkoja, joissa kanava soi.

Toisaalta jos tavoitteena on olla räväkkä, tunteita herättävä kanava joka uskalltaa riskeerata sen, että osa kuuntelijoista vihaa ja osa rakastaa, täytyisi linjaa vetää rohkeampaan suuntaan. Kuten Suomipop Suomen kuunnelluimpana radiona todistaa, suora ja kainostelematon tyyli kiinnostaa kuuntelijoita, mutta toisaalta se herättää myös paljon vastustusta. On myös huomioitava, että Radio

Suomipopin suosioon vaikuttavat todennäköisesti myös näkyvät valtakunnalliset mainoskampanjat, joilla kanava, saatiin vuonna 2013 Suomen kuunnelluimmaksi radiokanavaksi.

Niin kuin kuulijatutkimuksissa kävi ilmi, osa kuuntelijoista toivoisi enemmän erikoisohjelmia kuten musiikki- ja keskusteluohjelmia. Musiikkiohjelmien tekeminen on myös keino, jolla radiokanava pystyy haastamaan internetin musiikkipalvelut kuten Youtuben sekä Spotifyn. Näissä palveluissa kuluttajan täytyy tietää itse, mitä kappaleita hakee, mutta toimitetussa musiikkiohjelmassa kuulijalle tarjoillaan vaihtoehtoja, kappaleita, jotka ovat kuuntelijalle uusia tai unohtuneita. Internetmusiikkipalvelut ovat saattaneet viedä radion kuuntelijoita, mutta toisaalta palveluja voi myös käyttää hyväksi. Esimerkiksi radion soittolistat voi kerätä valmiiseen Spotify-soittolistaan, josta kuuntelija voi käydä kuuntelemassa läheyyksessä soineet kappaleet uudestaan.

Musiikki- tai keskusteluohjelmien tekeminen olisi myös kanavan markkinoinnissa ja kuuntelijoiden haalimisessa siinä mielessä hyvä idea, että kanavalla olisi tällöin jotain tulevaa, mitä mainostaa. Kun ajetut haastattelut tai jutut nostetaan internetiin, on kyse jo menneestä, vanhasta jutusta. Radiossa soitetun haastattelun voi käydä jälkeinpäin kuuntelemassa internetissä, mutta kuuntelijoita koukuttavaa olisi voida kertoa kuuntelijoille, mitä on tulossa huomenna, ensi viikolla tai aina keskiviikkoisin.

Toisaalta, tällä hetkellä Auran Aalloilla olisi paljon parannettavaa myös jälkikäteen kuunneltavissa olevien juttujen suhteen. Tänä päivänä lähes jokainen radiokanava satsaa internetsivuihin lähes yhtä paljon kuin radioon. Suurinta osaa radiokanavista voi kuunnella internetissä, ja on luontevaa, että monet haastatte- luista löytyvät jälkeinpäin kanavan verkkosivuilta. Sieltä kuuntelija löytää ne, ellei ehdi radion ääreen oikealla hetkellä tai jos haluaa kuulla jutun uudelleen.

Juttujen löytyminen jälkikäteen internetsivuilta auttaa myös markkinointia sosiaalisissa medioissa.

Sosiaalinen media on nykypäivää ja lähes jokaisella suomalaisella radiokanavalla on ainakin Facebook-sivut. Näiden lisäksi monet isot kanavat käyttää Twitteriä sekä Instagramia. Nämä tilit löytyvät myös Auran Aalloilta. Sosiaalisen median kautta kuuntelijoiden haalimiseen tulisi käyttää aikaa ja mahdollisesti myös hieman rahaa, sillä markkinointi siellä on suhteellisen halpaa ja tieto voi parhaimmillaan levitä nopeasti ja tehokkaasti ainakin niille, jotka ovat kiinnostuneet kanavasta. Auran Aaltojen Facebook-sivu on yrityssivu, jota Facebook kontrolloi, koska haluaa maksimoida oman voittonsa yritysten mainonnasta. Tällä hetkellä Auran Aalloilla on 1379 Facebook-tykkääjää (Facebook 2014, viitattu 15.11.2014), mutta päivitykset tavoittavat usein vain muutaman sadan käyttäjän, eikä aina edes tätä.

auran aallot SOS Radio Auran Aallot
Julkaissut Sanna Linjos [?] · 19. syyskuuta · Muokattu

Ens viikolla vihdoiin! Stand up Turku! -festarit! Lippukisaa ois luvassa tänään n. klo 9.40!
PS. Huippuu perjantaita kuoma! 😊

Stand up, Turku! 24.-27.9.2014
24. syyskuuta
Turku, Finland
287 henkilöä osallistui

82 henkilöä tavoitettu Mainosta julkaisua

Tykkää · Kommentoi · Jaa 1

KUVA 14: Esimerkki päivityksen Facebook-tavoitettavuudesta.

Tämä johtuu Facebookin rajoituksista. Investoimalla Facebook-markkinointiin 1-4 euroa päivässä kanava voisi tavoittaa kaikki Facebook-tykkääjensä ja näin saada huomattavasti suurempaa näkyvyyttä. (Facebook, 2014)

Sosiaaliseen mediaan kannattaisi tuottaa sisältöä muutaman kerran päivässä, valita käytettävät aihetunnisteet oikein ja pyytää haastateltavaakin päivittämään omaan sosiaalisen mediaan kontaktista Auran Aaltojen kanssa. Näin kanava saisi lisää näkyvyyttä etenkin nuorempien kuuntelijoiden keskuudessa. Sosiaalisen median kanaviin voisi linkata Auran Aaltojen verkkosivuilla olevaa sisältöä ja niiden kautta voisi yrittää houkutella kuuntelijoita markkinoimaan kanavaa omilla sosiaalisen median sivuillaan. Esimerkiksi niin, että kuuntelijoita pyydetään kuvaamaan kadulla näkyvä Auran Aallot kyltti tai taksimainos, julkaisemaan se sosiaalisessa mediassa Auran Aallot tunnisteella ja joka viikko palkitaisiin yksi näin tehnyt kuuntelija.

Auran Aaltojen kuuntelijatutkimuksessa kävi myös ilmi se, että yllättävän moni ei tiedä kanavan olemassaolosta. Siksi olisikin erittäin tärkeää, että paikallinen radiokanava, joka havittelee paikallisia kuuntelijoita, markkinoisi ja näkyisi paikallisissa tapahtumissa. Auran Aaltojen kannattaisi olla yhteistyössä turkulaisten tapahtumien, festivaalien ja nuorten suosimien yritysten kanssa, jotta katunäkyvyys lisääntyisi. Tällä tavalla lisätään mielenkiintoa ja tietoisuutta kanavasta, sekä päästään lähelle nuorempia kuuntelijoita.

Auran Aallot voisi myös harkita panostamista omiin tapahtumiin. Isot kanavat järjestävät itse omia festivaaleja ja näyttäviä tapahtumia. Tähän ei paikallisradiolla välttämättä ole resursseja, mutta pienemmät tapahtumat kuten pikkujoulut tai kesätapahtumat, joita voisi markkinoida kanavan omana tapahtumana, voisivat lisätä mielenkiintoa ja näkyvyyttä etenkin nuorempien kuuntelijoiden keskuudessa.

Yksi selkeä toive, joka Auran Aaltojen kyselytutkimuksesta kävi ilmi on se, että kuuntelijat toivoisivat Auran Aaltojen internetsivuille tietoa juuri nyt soivasta kappaleesta sekä mahdollisesti kokonaiset soittolistat.

Paikallisradion tulevaisuutta on pohtinut opinnäytetyössään myös Jyrki Hakanen keväällä 2012. Hän uskoo, että tulevaisuudessa kuuntelijoiden rooli sisälöntuotannossa kasvaa.

Jo tällä hetkellä useilla radioasemilla kuuntelijat voivat esimerkiksi koota pitkiä, jopa useiden kymmenien kappaleiden mittaisia soittolistoja ja perustella valintojaan toisille kuuntelijoille. Tärkeässä roolissa tämäntyyppisissä ohjelmissa ovat tarinat oikeasta elämästä - mitä kaikkea hauskaa, koskettavaa tai ikimuistoista liittyy juuri kyseiseen toivekappaleeseen. Mielestäni radiolla on myös tulevaisuudessa tällaisten tarinoiden välittämisessä suuri rooli. (Hakaniemi 2012, 20.)

Uskon Hakasen näkemykseen. Paikallislehtienkin suosio osittain perustuu ”tuttuuteen”. Siihen, että paikallislehden sivuilta on mukava tunnistaa tuttuja kasvoja ja nimiä, sekä kuulla naapureiden ja tuttujen kuulumisia. Uskon että sama pätee myös paikallisradioon. Tuttujen, naapureiden tai kunnanvaikuttajien ajatuksia on mukava kuulla ja bongata radiossa.

Kuuntelijoita voi osallistaa radio-ohjelmiin esimerkiksi katugallupeilla, kilpailuilla ja erikoisohjelmilla sekä yhdistämällä sosiaalista mediaa radiolähetyksiin.

LÄHTEET

Elektroniset läheteet:

Digita.Karttapalvelu. Viitattu 18.10.2014

http://www.digita.fi/kuluttajat/karttapalvelu/tv_n_karttapalvelu

Facebook.Budjetin valitseminen mainosjoukolle. Viitattu 15.11.2014

<https://www.facebook.com/help/456694414431301/>

Finnpanel. Kansallisen radiotutkimuksen tuloksia. Viitattu 18.10.2014.

<http://www.krt.finnpanel.fi/report.seam?reportId=10219&cid=459>

Finnpanel. Kansallisen radiotutkimuksen tuloksia. Viitattu 18.10.2014.

<http://www.finnpanel.fi/tulokset/radio/krt/2014/22/tavoittavuus.html>

Pajunen, T. 2010. Tapahtui 1985: Auran Aallot. Yle Elävä Arkisto.

http://yle.fi/elavaarkisto/artikkelit/tapahtui_1985_auran_aallot_50507.html#media=50509

Toivonen, T. 2009. Radio Auran Aallot 90,5 MHz. Kanavahistoriikki. Viitattu 18.10.2014.

<http://www.mediamonitori.fi/index.php/artikkelit/kanavahistoriikit/495-radio-auran-aallot-905-mhz>

Julkaisemattomat lähteet:

Klami, V. 2014. Radio Auran Aaltojen tuottaja. Keskustelu. 17.10.2014

Painetut lähteet:

Liikenneminiseriö, 1999. Menestyvä paikallisradio. Talouteen ja johtajuuteen liittyviä näkökulmia liiketaloudellisesti menestyvistä paikallisradioista. Selvitys. Helsinki. Oy Edita Ab.

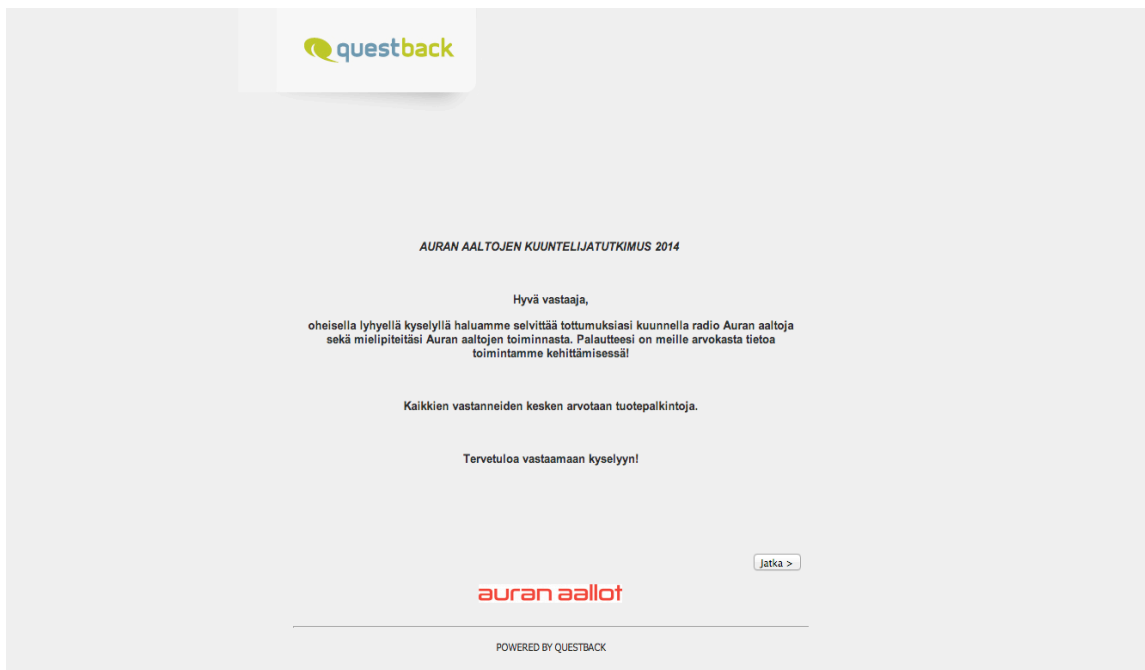
Nuokari, M. & Ruohomaa, E.1997. Uusi vanha radio. Porvoo. WSOY

Uimonen H.2011. Radiomusiikin rakennemuutos. Tampere. Tampereen yliopistopaino.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Finn Lectura.

Viljakainen, J. 2004. Radiomonopolista kanavatulvaan. Helsinki. Edita Prima Oy.

LIITE 1: INTERNETKYSELY AURAN AALTOJEN VERKKOSIVUILLA



questback

AURAN AALTOJEN KUUNTELIJATUTKIMUS 2014

Hyvä vastaaja,

ohjeisella lyhyellä kyselyllä haluamme selvittää tottumuksiasi kuunnella radio Auran aaltoja sekä mielipiteitäsi Auran aaltojen toiminnasta. Palautteesi on meille arvokasta tietoa toimintamme kehittämisessä!

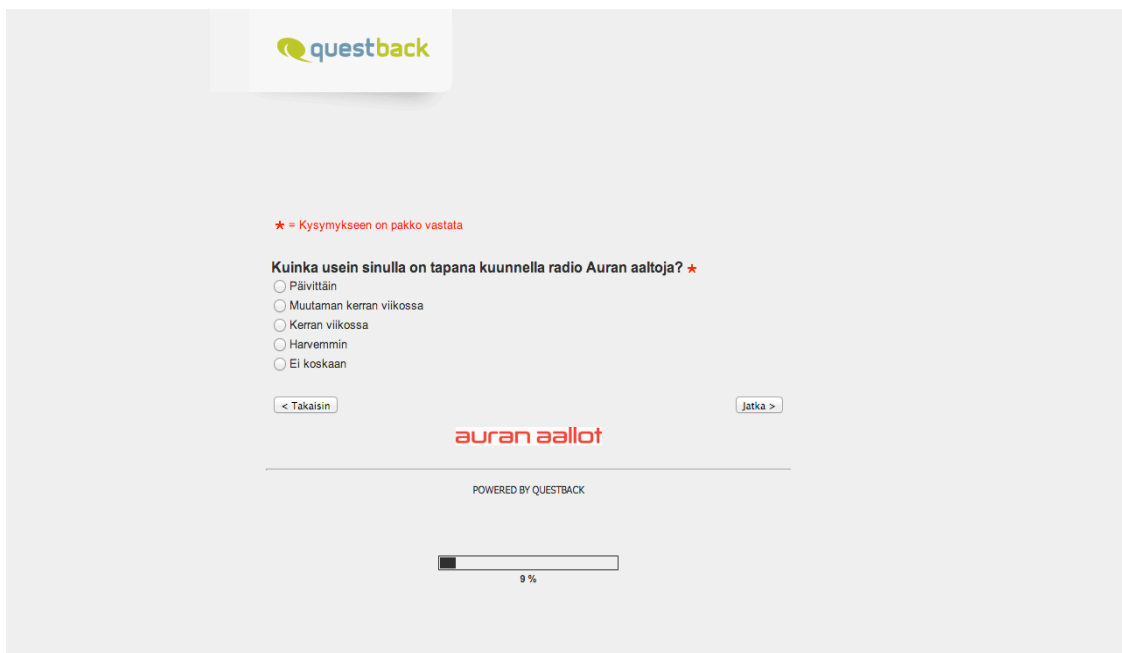
Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan tuotepalkintoja.

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn!

Jatka >

auran aallot

POWERED BY QUESTBACK



questback

★ = Kysymykseen on pakko vastata

Kuinka usein sinulla on tapana kuunnella radio Auran aaltoja? ★

Päivittäin

Muutamana kerran viikossa

Kerran viikossa

Harvemmin

Ei koskaan

< Takaisin

Jatka >

auran aallot

POWERED BY QUESTBACK

9 %



Mihin aikaan kuuntelet radio Auran aaltoja?

Aamulla (klo 6-10)
 Keskipäivällä (klo 10-14)
 Illapäivällä (klo 14-18)
 Illalla (klo 18 ->)


Entä missä sinulla on tapana kuunnella Auran aaltoja?

Autossa
 Työpaikalla
 Kotona
 Muualla, missä?

Osaatko arvioida, kauanko kuuntelet Auran aaltoja päivän aikana?

Yli kolme tuntia
 1-3 tuntia
 30-59 minuuttia
 Alle 30 minuuttia
 En kuuntele Auran aaltoja päivittäin

auran aallot




Kerro omin sanoin, miksi kuuntelet Auran aaltoja?

Millaista sisältöä haluaisit Auran aalloille enemmän, mitä parannettavaa kanavan ohjelmistossa olisi?

auran aallot

POWERED BY QUESTBACK




Kuinka tärkeää mielestäsi paikallisradiotoiminta yleisesti ottaen on?

Erittäin tärkeää
 Melko tärkeää
 Ei kovin tärkeää
 Merkityksetöntä

auran aallot

POWERED BY QUESTBACK

 45 %

Mitä radiokanavia kuuntelet?

Voit valita useita radiokanavia.

Yle Turku
 Radio Aalto
 Radio Rock
 Radio Nova
 Loop
 Radio City
 Radio Suomipop
 NRJ
 Voice
 Iskelmä
 Jokin muu kanava, mikä


Entä millä perusteella valitset radiokanavan, jota kuuntelet?


Voit valita useita syitä.

Musiikki
 Juontajat
 Urmelii
 Uutiset
 Kilpailut
 Haastattelut
 Paikallinen sisältö
 Paikalliset menovinkit
 Jokin muu syy, mikä

auran aallot

POWERED BY QUESTBACK

 55 %




★ = Kysymykseen on pakko vastata

Onko sinulla tapana vieraila Auran aaltojen verkkosivuilla (www.auranaallot.fi)? ★

Säännöllisesti (väh. viikottain)
 Silloin tällöin
 Harvemmin
 En lainkaan
 En osaa sanoa

auran aallot


POWERED BY QUESTBACK



Mitä mieltä olet kanavan verkkosivusta? Mitä kaipaisit Auran aaltojen verkkosivuille?

auran aallot

POWERED BY QUESTBACK



Tässä voit lähettää terveisiä, ruusuja tai risuja Auran aallojen tekijäporukalle:

[< Takaisin](#) [Jatka >](#)

auran aallot

POWERED BY QUESTBACK

82 %

Lopuksi kysymme vielä muutamia taustatietoja tulosten käsittelyä varten.

Sukupuoli:

Nainen
 Mies

Ikäluokka:


Alle 20 vuotta
 20-29 vuotta
 30-39 vuotta
 40-49 vuotta
 50-59 vuotta
 60+ vuotta

[< Takaisin](#) [Jatka >](#)

auran aallot

POWERED BY QUESTBACK

91 %



Vastanneiden kesken arvotaan tuotepalkintoja, mm.radio. Jos haluat osallistua arvontaan, jätä yhteystietosi alle. Tietojasi ei käytetä suoramarkkointiin.

Nimi:


Puhelinnumero:

Sähköpostiosoite:


auran aallot

POWERED BY QUESTBACK

99 %



Kiitos vastauksistasi!!

Powered by 

auran aallot

POWERED BY QUESTBACK

100 %

