
Yleisradio ja kilpailu 1980-luvun radio- ja tv-toiminnassa

Martti Soramäki

Mitä on kilpailu

Yleisradiotoiminnassa kilpailua voi esiintyä monella tasolla: esimerkiksi taloudellisista resursseista, työvoimasta ja kuuntelijoista/katsojista. Tässä artikkelissa tarkastellaan yleisradiotoiminnan ja Yleisradion kilpailutilanteen kehitystä 1980-luvulla erityisesti suhteessa

- 1) katsojiin
 - 2) korvaaviin palveluihin kuten video ja satelliitti/kaapelitelevisio ja
 - 3) uusiin yrittäjiin.
- (vrt. Lahti 1987, 118-119)

Yleisradiotoiminta jaetaan radiotoiminnaksi ja televisiotoiminnaksi ja niitä kutakin tarkastellaan erikseen. Kilpailua katsojista analysoidaan tarkastelemalla katsomisen yleisösuuksien kehitystä koko valtakunnan tasolla ja televisiotoiminnan osalta myös kaapeliverkkojen muodostamilla osamarkkinoilla.

Kilpailun kehittymistä analysoidessa voidaan kiinnittää huomiota seuraaviin tekijöihin

- mikä on kunkin ajankohdan kilpailurakenne?
- miten rakenne kehittyy tai sen oletetaan

kehittyvän?

- tarjotaanko alueella kilpailevia teknologioita kysynnän tyydyttämiseksi? Miten kilpailu eri teknologioiden välillä kehittyy tai sen oletetaan kehittyvän?
- onko kunkin ajankohdan kilpailijoiden kilpailuhalukkuus matala tai korkea? Mitä kilpailuaseita käytetään? Miten kilpailuhalukkuus kehittyy?
- onko alalle tulossa uusia yrityksiä? Onko uusien yritysten helppo tai vaikea tulla alalle?
- kuinka suuri on uusien substituuttien uhka tarkastelujaksolla?
(vrt. Metalliteollisuuden keskusliitto 1987, 37-38)

Yrityksen näkökulmasta kilpailua voidaan tarkastella kolmella tasolla, jotka ovat yritys-taso, bisnestaso ja operatiivinen taso. Yrityksen eri toimia näillä alueilla voidaan kutsua yritysstrategiaksi, kilpailustrategiaksi ja kilpailutaktiikaksi. Yritysstrategiassa on kysymys toiminnan suuntavalinnoista, niihin liittyvistä rakennemuutoksista ja resurssien jakamisesta. Bisnestasolla on kysymys toiminnan suuntaamisesta tavoitteiden mukaisesti itse kilpailuareenalla. Operatiivisen toiminnan tavoitteena on elää ja menestyä tänään. Tässä

artikkelissa keskitytään yritystason ja bisnes-tason eräiden keskeisten strategioiden ja näihin liittyvien toimien esittelyyn ja yleiseen arviointiin.

Kilpailutilanne

1980-luvun alussa

Kilpailutilanne 1980-luvun alkaessa oli tarkastelun kohteen osalta varsin yksinkertainen.

Radiotoiminnassa Yleisradio oli ainoa yrittäjä ilman uhkia. Tämä jo Yleisradion perustamisesta lähtien 1920-luvulta vallinnut tilanne säilyi ennallaan aina 1980-luvun puoliväliin saakka, jolloin Suomeen perustettiin yksityinen mainosrahoitteinen paikallisradiotoiminta valtioneuvoston tekemin toimituspäätöksin. Kehityksen taustalla oli useita tekijöitä. Musiikkikulttuurit olivat hienojakoistuneet ja etsivät sellaista tarjontaa, johon Yleisradio ei ollut valmis. Paikallistasolla oli syntynyt laajempia tarpeita välittää tietoja ja viihdettä. Ja mikä tärkeintä yhteiskunnan taloudellinen ja poliittinen kehitys tarjosivat mahdollisuuksia käyttää radiomainontaa toiminnan resurssina. Kysymyksessä oli siten samalla Suomessa kokonaan uuden mainonnan muodon käyttöönotto. Kilpailu kuuntelijoista alkoi.

Televisiotoiminnassa tilanne oli aivan toisentyppinen, vaikka 1960-luvulla vakiintunut Suomen julkisen palvelun järjestelmän asema kilpailuareenalla oli sinänsä monopolinomainen. Yleisradio ja sitä avustava MTV hallitsivat toimintaa.

Yleisradion ja MTV:n välisestä kilpailuasetelmasta esiintyy monia tulkintoja (ks. Hellman 1988, 64-83; Soramäki 1989b). Tämän kirjoittaja tukee seuraavanlaista tulkintaa. Yritysstrategiassaan MTV on 1980-luvulla pyrkinyt omaan tv-kanavaan ja sen erilaiset kilpailustrategiset toimet (uutiset 1982, 1980-

luvun lopun pyrkimys saada lisää prime time-aikaa, MTV-kanavan nimi ohjelmistonsa tavaramerkkinä 1987) ovat olleet osa tätä pyrkimystä. Kahden kanavan järjestelmässä MTV:n ongelmana on kuitenkin ollut se, ettei yhtiöllä 1980-luvun yleisradiojärjestelmässä ollut poliittisesti mahdollisuutta saada omaa kanavaa.

MTV:n strategia oli siten suhteessa yhtiön tavoitteisiin virheellinen, ja kun se oli yrityksen ainoa valinta, se johti yhtiön ajautumiseen taloudellisiin ongelmiin 1980-luvun loppupuolella. Itse asiassa saatuaan uutiset vuonna 1982 MTV menetti televisiotoiminnan kehittämisessä aloitteen Yleisradiolle ja joutui suuntautumaan tiiviimpään yhteistyöhön Yleisradion kanssa. Strateginen liittosuhde astui voimakasta kilpailua korostavien näkökohtien edelle. 1980-luvun lopussa aloitteen kolmannen tv-kanavan käyttämisestä mainosrahoitteiseen tv-toimintaan teki Yleisradio. Yleisradion neuvotteluasemia vahvisti se, ettei valtiovalta ollut kiinnostunut vaikuttamaan televisiotoiminnan rakenteeseen, esimerkiksi lainsäädäntötoimin.

Sen sijaan on korostettava, että taktisella tasolla kilpailua ei Yleisradion ja MTV:n välillä ole korostettu. Tähän näkökulmaan ovat liittyneet selvä työnjako ohjelmatyypeissä Yleisradion ja MTV:n välillä, ohjelmatoiminnan koordinaatio ja hintakilpailun välttämisen ohjelmiston hankinnassa.

Televisiotoiminnan ero kilpailunäkymissä radioon nähden oli kuitenkin olennainen sillä kilpailevien uusien tekniikoiden uhka koettiin 1980-luvun alussa todellisena. Nämä uudet tekniikat olivat kaapelitekniikka, johon 1980-luvun alkupuoliskolla ohjelmien jakelussa yhdistettiin satelliittitekniikka. Lisäksi tulossa oli myös video kokonaisuena uutena alana.

Sähköisten tekniikoiden esiinmarssi näytti

niin laajalta, että myös graafisen viestinnän piirissä oletettiin sähköisen viestinnän etenevän graafisen kustannuksella ja ottavan eräiden vaihtoehtoisten kasvunäkymien vallitessa vuosikymmenen kuluessa selvästi suuremman osuuden koko joukkoviestinnän liikevaihdosta. Varovaisempiakin arvioita esiintyi (Siivonen et al 1982, 349-355).

Uusia suuremman luokan yrittäjiä ei ollut kuitenkaan näköpiirissä vuosikymmenen alussa, ehkä kaapelitelevisioyhtiö HTV:tä lukuunottamatta, joka kuitenkin kamppaili taloudellisissa vaikeuksissa. Sanoma Oy osti HTV:n vuonna 1981, mikä merkitsi kaapelitelevisiotoiminnan ykkösyrittäjien toimintamahdollisuuksien vakiintumista, mutta ei kuitenkaan kyennyt nostamaan yritystä kannattavaksi vielä koko 1980-luvulla (Luotonen 1989). Suurten avainyritysten puuttuminen uusilta aloilta oli kuitenkin oire tulevasta. Kynnys ohjelmatoiminnan aloittamiselle on ollut suhteellisen korkea, valtakunnallisessa toiminnassa itse asiassa ylittämätön.

Kehitys 1980-luvulla ja vuosikymmenen lopun tilanne

Kaapelitelevisio- ja myöhemmin kaupallisen radiotoiminnan alueilla Yleisradion kilpailijat jäivät paikallisiksi, eikä valtakunnallista toimintaa syntynyt. Tästä syystä yksittäisten kilpailevien yritysten mittaluokka jäi pieneksi. Suurin kaapelitelevisioyrittäjä, HTV kasvoi liikevaihdoltaan vuosikymmenen loppuun mennessä noin 60 milj. markan mittaluokkaan ja suurimmat paikallisradiot Helsingissä, Radio City ja Radio Ykkönen, noin 20 milj. markan mittaluokkaan. Yleisradion tulot olivat vuosikymmenen lopussa yli 1,5 miljardia ja MTV:n liikevaihto oli 500 milj. markkaa.

Alkuaikojen odotusten vastaisesti kaapelitelevisiosta ei kuitenkaan tullut 1980-luvulla

lainkaan paikallinen tiedotusväline, vaan kansainvälisten ja valtakunnallisten ohjelmien paikallinen jakelupiste (Soramäki 1989c, 37).

Videovuokraus liiketoiminnan muotona kasvoi voimakkaasti vuosikymmenen alkupuoliskolla, mutta kasvu pysähtyi vuosikymmenen puolivälissä 250 milj. markan reaalitasolle.

Ainoan poikkeuksen näytti kasvussa muodostavan mainosrahoitteinen radio, joka jatkaa edelleen kasvuaan. 1980-luvun lopussa radiomainonta saavutti 180 milj. markan liikevaihdon. Kaupallisesta radiosta tuli paikallinen journalistinen väline, joka palveli myös erilaisia musiikin ja viihteen osakulttuureja.

Paikallisradiolle kasvupohjan antoi se, että sekä paikallisradiotoiminta että valtakunnallinen radiomainonta olivat täysin hyödyntämättömiä joukkoviestinnän resursseja. Paikallisen radion kasvumahdollisuuksiin 1990-luvulla ja Yleisradion reaktioihin palaamme myöhemmin.

Mitkä syyt johtivat sitten tällaiseen kehitykseen? Syyt voidaan jakaa seuraaviin ryhmiin

- 1) Markkinat osoittautuivat uusilla aloilla varsin pieniksi.
- 2) Kansallinen kehitys ei erällä aloilla saanut vetoapua kansainvälisestä kehityksestä.
- 3) Yleisradion ja MTV:n vastakkainasettelu kehittyi kohti yhä tiiviimpää yhteistyötä ja markkinoiden jakoa.
- 4) Erityisesti Yleisradion vastatoimet vaikuttivat muiden alojen ja yrittäjien kasvumahdollisuuksiin niitä heikentävästi.

Uusien alojen pientä mittakaavaa ohjelma-bisneksen näkökulmasta kuvaa parhaiten kaapelitelevisio, johon asetetut odotukset olivat vuosikymmenen alussa suurimmat. Vuosikymmenen alussa modernimpaa kaapelointia edusti vain HTV, koko maan mittakaavassa se edusti alle 5 prosenttia maan kotitalouksista.

Vuosikymmenen lopussa paikallisia moderneja kaapelitelevisioverkkoja oli lähes 200 ja niiden kattavuus noin 28 prosenttia talouksista. Tästä huolimatta niissä tehty liiketoiminta (tulot mainonnasta ja maksutelevisiosta) on jäänyt marginaaliseksi, noin 40 milj. markkaan eli selvästi alle 50 milj. markan kerta- luokkaan (Österlund-Karinkanta 1990a, 8).

Kaapelitelevision kehittyttyä kansainvälisten ohjelmalvelujen välittäjäksi sen kasvumahdollisuudet tulivat riippuvaiseksi näiden kehityksestä. Vastoin yhtäläillä odotuksia satelliittiteitse välitetyt ohjelmalvelut kehittyivät yleiseurooppalaisella tasolla varsin hitaasti, eivätkä saavuttaneet kannattavuutta koko 1980-luvulla (ks. tarkemmin Soramäki 1988 ja 1989c). Itse asiassa alueen 1980-luvun markkinajohtaja, Sky Channel vetäytyi vuoden 1989 alusta yleiseurooppalaisilta markkinoilta ja keskittyi Englannin ja Irlannin markkinoiden hyväksikäyttöön. Kehittymättömän kansainvälinen tarjonta merkitsi heikkoa kilpailukykyä alalle Suomessa.

Suoraan yleisölle lähetettäviä yleisradiosatelliitteja suunniteltiin toimiviksi jo ennen 1980-luvun puoliväliä, mutta monet tekijät — tekniset takaiskut, ohjelmatoiminnan kalleus ja vaikeudet sopia ohjelmatoiminnasta — aiheuttivat sen, että ohjelmatoimintaa niiden välityksellä ei asiaallisesti syntynyt lainkaan 1980-luvulla, vaikka vuosikymmenen lopussa tämän alueen satelliitteja oli radallaan neljä: Ranskan TDF-1, Saksan liittotasavallan TV-SAT, Englannin BSB ja Ruotsin Tele-X.

Satelliitti/kaapelitelevision uhka ja menestymisen mahdollisuudet näyttivät vielä reaalisilta vaihtoehdoilta 1980-luvun puolivälissä. Tämä kehitys johti Yleisradion merkittävimpään yritysstrategiseen operaatioon 1980-luvulla eli Kolmostelevisio Oy:n perustamiseen vuonna 1985 (osuudet osakkeista Yleisradio 50 prosenttia, MTV 35 prosenttia, Nokia 15

prosenttia). Alunperin ajatus oli paikalliseen televisiomainontaan nojautuvan ohjelmatoiminnan ohella harjoittaa maksutelevisiotoimintaa, mutta nämä suunnitelmat eivät koskaan realisoituneet ja yritys kehittyi nopeasti puhdasveriseksi mainostelevisioksi kilpailustrategianaan kotimaisessa ohjelmatuotannossa kustannusjohtajuus ja ulkomaisessa ohjelmistossaan erityisesti modernien kaupunkikulttuuriin sitoutuneiden elokuvien ja draamasarjojen esittäminen.

Vaikka Kolmostelevisio saavutti suhteellisen hitaasti taloudellisen kannattavuuden tason, katsojien markkinoilla sen menestys oli ilmeinen. Tämä menestys oli niin ilmeinen, että se kykeni myös hankkimaan itselleen olennaisen osan MTV:n yleisöstä. Taulukko 1 kuvaa tarkemmin kehitystä 1980-luvulla.

Yleisradion osuus katselusta oli valtakunnallisella tasolla 60 prosenttia vuosikymmenen alussa ja 57 prosenttia vuosikymmenen lopussa. Muutos oli siten varsin vähäinen, eli 5 prosentin kokonaisvähennys. Sen sijaan MTV:n katselu väheni 39 prosentista 26 prosenttiin. Vähennys oli siten kolmannes. Kolmostelevisiion osuus oli 1980-luvun lopussa 11 prosenttia ja kaapelitelevision 4 prosenttia (vuosikymmenen alussa vain 1 prosentti).

Vuosikymmenen lopussa Yleisradio esitti liikenneministeriölle syyskuussa 1988 antamassaan lausunnossa yleisradiolainsäädännön uudistamistarpeesta ja yleisradiojärjestelmän kehittämisestä, että

”Ohjelmatoiminnan laajentaminen niukkojen resurssien oloissa on kuitenkin johtanut tilanteeseen, jossa toimintaa on organisoitava uudella tavalla, jotta koko järjestelmän toimintakelpoisuus ja sen eri osien elinkelpoisuus säilyisivät. Televisiotoiminnassa kanavat tulisi organisoida uudella tavalla siten, että Oy Yleisradio Ab. toimisi kahdella televisiokanavalla ja mainosrahoitettujen televisiotoiminta keskittettäisiin yhdelle kanavalle (kolmannelle laajennettavalle kanavalle).

Taulukko 1. Television katselun jakautumisen kehittyminen 1980-luvulla (%)

yritys/ala	1980 koko maa	1989 koko maa	kaapeli- järjestelmät
Yleisradio	60	57	48
MTV	39	26	24
Kolmostelevisio	-	11	12
Kaapeli			
- rajakatselu	1	2	4
- satelliitti/kaapeli	0	3	13
Yhteensä	100	100	100
Lisäksi videon katselu %			
television ja videon katselusta	0%	7%	5%

Tiedot: Kalkkinen 1986; Österlund-Karinkanta 1990b; Mittaritutkimus

Samalla Oy Yleisradio Ab:n toimilupaan perustuva valtakunnallinen televisiotoiminnan järjestelmä (tai vastaava menettely lainsäädännöllä toteutettuna) tulisi säilyttää. Erikseen tulisi osapuolten kesken selvittää, miten ko. kanavan mainosrahoitteinen tv-toiminta luodaan nykyisistä yhtiöistä (MTV ja Kolmostelevisio).” (Yleisradio 1988a).

Neuvottelut Yleisradion ja MTV:n kesken asiasta alkoivat syksyllä 1988 ja ne saatettiin loppuun keväällä 1989. Neuvottelun tuloksiksi muodostui keskeisiltä osiltaan seuraava

- MTV:n toiminnan keskittäminen kokonaan kolmannelle, koko maahan laajennettavalle kanavalle viimeistään 1.1.93. Tällöin Yleisradio on rakentanut kolmannen tv-verkon kattamaan 95 prosenttia Suomen väestöstä.

- Yleisradio ja MTV solmivat vuoden 2001 alkuun ulottuvan yhteistyösopimuksen, jonka mukaan ”televiisiokanavien uudelleenjärjestelyyn liittyen yhtiöt toimivat yhteistyössä 1.1.1991 alkavan kymmenvuotiskauden, jona aikana MTV Oy sitoutuu harjoittamaan ohjelmatoimintaansa Oy Yleisradio Ab:n toimikuvan puitteissa riippumatta kulloisenkin toimilupakauden pituudesta.”

- Yleisradio myi omistamiaan Kolmostelevisioon osakkeita siten, että Kolmostelevisiosta tuli MTV:n tytäryhtiö. Vuoden 1990 alusta uusi osakkeiden jakaantuminen oli seuraava: MTV 65 prosenttia, Yleisradio 20 prosenttia ja Nokia 15 pro-

senttia.

- MTV alkoi ohjelmatoiminnan kolmannella kanavalla aamiaisteleviisolähetysillä joulukuussa 1989.

Yritysstrategisesta näkökulmasta MTV osti takaisin sen markkinaosuuden, jonka se oli menettänyt 1980-luvulla muulle kaupalliselle tv-toiminnalle ja Yleisradio varmisti MTV:n toiminnan toimiluvallaan ja välillisen mainosrahoituksensa aina 1990-luvun loppuun.

Yleisradio laajensi television kilpailustrategiana ohjelmatoimintaansa vuosikymmenen kokonaisuutena tarkastellen voimakkaasti otamalla käyttöönsä erityisesti aiemmin laiminlyötyjä prime timen ulkopuolisia aikoja. Toinen Yleisradion kilpailustrategiaa luonnehtiva tekijä on pyrkimys laatuohjelmiin ja julkinen palvelu.

Vuosien 1980/81 ja 1987/88 välisen lähetyssajan lisäys oli 30 prosenttia (MTV:n lisäys jäi vain 10 prosenttiin). Vuosikymmenen loppussa Yleisradio lähetti tv-ohjelmia noin 4.700 tuntia, Kolmostelevisio noin 2.000 tuntia (50 prosentin kattavuus kotitalouksista) ja MTV noin 1.000 tuntia (Österlund-Karinkanta 1989). MTV:n kehitys tälläkin alueella poikkeaa siten yleisestä trendistä ja heijaste

lee osaltaan yhtiön keskeistä ongelmaa 1980-luvulla: selväpiirteisen kilpailustrategian puutetta. Yritys kehitti vuosikymmenen lopussa tosin kilpailustrategisen aloitteen aamiaisteleviosta, mutta itse hankkeeseen ryhtyminen siirtyi aivan vuoden 1989 loppuun.

Yleisradion tv-toiminnan laajentaminen ja Kolmostelevisio-ohjelmatoiminnan syntyminen merkitsivät 1980-luvun loppupuoliskolla yhä olennaisempaa kilpailutekijää videolle ja satelliitti/kaapelitelevisiolle. Näiden kasvu pysähtyi, itse asiassa satelliitti/kaapelitelevision osuus katselusta väheni. Samalla video kehittyi koko väestössä yhä enemmän ns. katse-luajan siirtoon perustuvaksi välineeksi. Tämä kehitys merkitsi taas sitä, ettei se enää ollut varsinainen kilpailutekijä yleisradiotoiminnalle, koska videolaitteiden avulla esitettiin enimmäkseen vain viiveellä Yleisradion, Kolmostelevisio- ja MTV:n tv-ohjelmia (ks. Videotutkimus 1986).

Näin vuosikymmenen lopulla oli saavutettu valtakunnallisella tasolla lähes sama markkinatilanne kuin 1980-luvun alussa. Kaapeliteleviiojärjestelmissä kilpailu oli luonut jo hieman toisenlaisia jakautumia (ks. taulukko 1), mutta kaapelitelevision paino valtakunnallisesti oli vielä vähäinen. Silti kaapeliteleviiojärjestelmissä laaja tarjonta vaikuttaa Yleisradion ohjelmien katseluun sitä vähentävästi ja Yleisradion katseluosuus jää alle 50 prosenttiin.

Vastaliikkeenä taantuvalla kehityksellä kaapelitelevision alan keskeiset yritykset perustivat vuonna 1989 uuden valtakunnallisen kaapelitelevision ohjelmayhtiön PTV:n, joka aloitti toimintansa eräissä lähinnä Etelä-Suomen kaapeliverkoissa vuoden 1990 alussa. Tämän yritysstrategisen toimenpiteen vaikutukset jäävät luonnollisesti myöhemmin arvioitaviksi, mutta ne liittyvät ensisijaisesti kilpailuun MTV:n kanssa tv-mainonnassa.

Oliko sitten 1980-luvun kehitys vain näennäistä? Lainaan itseäni:

"Näin ei voida väittää. Uuden teknologian esiinmarssi on aiheuttanut olennaisia ajattelutavan muutoksia, joilla on huomattavaa merkitystä tulevaisuudessa. Se on tuonut mukanaan deregulaatioajattelun eli pyrkimyksen sähköistä viestintää koskevien säännösten purkamiseen ja keventämiseen. Se on tuonut perinteisten, julkista yleisradiopalvelua korostavien ajattelutapojen rinnalle yritys-, markkina- ja kilpailuajattelua. Se on tuonut erityisesti tv-toimintaan suuria monikansallisia yrityksiä eri liiketoiminnan alueilta aina rakennustoiminnasta kehitysyhtiöihin.

Vakaan kasvun ja yksinkertaisen muutoksen ajasta on siirrytty jatkuvan muutoksen aikaan, jossa voitto ja häviö ovat paitsi poliittinen kysymys, myös kilpailumenestykseen perustuva asia." (Soramäki 1989c, 43)

Radiotoiminnassa kehitys kohti kilpailua alkoi vasta 1980-luvun lopulla yksityisen paikallisradiotoiminnan laajentumisen myötä. Vuosikymmenen lopussa paikallisradiotoiminta kattoi jo noin 70 prosenttia maan kotitalouksista ja muutamilla paikkakunnilla toimi enemmän kuin yksi asema (ks. tarkemmin Soramäki 1989a). Kehitys radion kuuntelun jakautumisessa oli seuraava:

Taulukko 2. Radion kuuntelun jakautumisen kehitys 1980-luvun lopulla

	1987	1988	1989
Yleisradio	92	85	75
Yksityiset paikallisradiot	8	15	25
Yhteensä	100	100	100

Lähteet: Erholm 1989, 1989

Kilpailun kiristyminen johti Yleisradion radiotoiminnan kilpailustrategian muutoksiin 1980-luvun lopulla. Yhtiön organisaatiouudistuksen yhteydessä päätettiin muuttaa myös radiokanavien luonne vastaamaan selkeäm-

min radioyleisön segmentoitumista. Tämän mukaisesti

"Radiostrategian lähtökohtana on kanavien välinen selkeä työnjako. Työnjaossa on otettu huomioon erityisesti alueelliset ohjelmatarpeet, ajankohtaisohjelmien välittäminen sekä nuorten ja nuoren aikuisväestön palveleminen.

Radioverkkojen ohjelmistot kootaan siten, että kuhunkin verkkoon sijoitetaan niiden luonteeseen soveltuvaa ohjelmistoa. Tämän mukaisesti radion 1-verkko varataan ns. kulttuuriohjelmille, 2-verkko viihteelliselle nuoria ja nuorta aikuisväestöä puhuttelevalle ohjelmistolle ja 3-verkko alueellisten ohjelmien sekä valtakunnallisten uutis- ja ajankohtaisohjelmien käyttöön." (Yleisradio 1988b, 34)

Toimet olivat myös varsin lähellä kilpailustrategisia muutoksia, koska samalla Yleisradion paikallisalueellisista asemista koottiin kokonaan uusi, kolmas valtakunnallinen radiokanava. Muutos toteutetaan 1.6.1990 ja sen vaikutusten arviointi jää myöhemmän tarkastelun varaan.

Taloudellisen rakenteen muutokset

Vuosikymmenen kuluessa joukkoviestinnän taloudellinen rakenne muuttui oheisen taulukon kuvaamalla tavalla.

Taulukosta havaitaan, että asiallisesti graafisen viestinnän ja sähköisen viestinnän suhteellisissa osuuksissa joukkoviestinnän kokonaisliikevaihdosta ei ole tapahtunut muutoksia. Sen sijaan näiden osa-alueiden sisällä on havaittavissa uusjakoja. Graafisessa viestinnässä erityisesti mainospainotuotteet ovat vahvistaneet suhteellista osuuttaan ja aikakauslehdistö menettänyt. Vastaavasti sähköisessä viestinnässä kuvatallenteet (vuokraus ja myynti) on noussut uutena alana esiin elokuvateattereiden ja äänitteiden menettäessä asemiaan.

1990-luvulle

Suomen radio- ja tv-järjestelmä on edelleen voimakkaassa kasvussa alan johtavien yhtiöiden yritys- ja kilpailustrategisten toimien ansiosta. Näistä merkittävimmät liittyvät Yleisradion radiokanavauudistukseen 1990 ja Yleisradion ja MTV:n televisiokanavaudistukseen 1993.

Sellaisia suuria uhkia ei Yleisradiolle eikä yleisradiotoiminnalle katsota olevan näköpiirissä kuin 1980-luvun alussa oli. Satelliitti/kaapelitelevision suuren luokan läpimurtoa ei välittömästi odoteta. Suomessa uusille aloille yleensä näyttää olevan kasvun rajana 200-300 milj. markkaa kuten videolla nyt on ja mihin rajaan myös mainosrahoitteinen paikallisradiotoiminta asettunee. Myös tutkijoi-

Taulukko 3. Joukkoviestinnän liikevaihdon rakenne 1980 ja 1988

Ala	jakautuma	
	1980	1988
Sanomalehdistö	29	31
Paikallislehdistö	3	3
Ilmaislehdistö	1	3
Aikakauslehdistö	24	18
Kirjankustannus	15	14
Mainospainotuotteet	6	11
Graafinen yhteensä	78	79
Elokuvateatterit	2	1
Yleisradiotoiminta	13	13 *)
Kaapelitelevisio	0	0 **)
Kuvatallenteet	0	2
Äänitteet	6	4
Teletietopalvelu	0	0
Sähköinen yhteensä	22	21
Yhteensä	100	100

*) ml. yksityinen paikallisradiotoiminta, noin 1%

***) mainonta ja maksu-tv

Lähteet: Soranäki 1986; Joukkoviestintätilasto 1988

ta on saatavissa tukea näkemyksille Yleisradion kestävydestä (Hellman 1989).

Suomalaiselle radio- ja tv-järjestelmälle 1990-luvulla tulee olemaan ominaista niin lupamaksu- kuin mainontaresurssien ehtyminen. Tämän ilmiön perusta on ensiksikin väritelevisiolupien kasvun pysähtyminen sen leviytystä kaikkiin kotitalouksiin ja tästä seuraava ilmiö, jossa Yleisradion keskeinen kasvu perustuu poliittisiin lupamaksukorotuksiin. Toiseksi radio- ja televisiomainonnan markkinat kyllästyvät, kun Yleisradio ja MTV toteuttavat tv-kanavauudistuksen.

Tästä seuraa se, että yleisöstä tapahtuvan kilpailun rinnalle astuu resurssista tapahtuva kilpailu. Tämä luo omia paineita alan yritysten niin yritys- kuin kilpailustrategisille toimille. Näin tapahtuu varsinkin jos resurssien niukkeneminen johtaa tilanteeseen, jossa nykyisten strategisten liittosuhteiden perusta heikkenee.

Kirjallisuus

- ERHOLM, Erja. Radiokuuntelu päivin ja öin. Oy Yleisradio Ab., tutkimus- ja kehitysosasto, Sarja D 1/1990.
- ERHOLM, Erja. Radiokuuntelu lokakuussa 1989, Oy Yleisradio Ab., tutkimus- ja kehitysosasto, Sarja D 1/1990.
- HELLMAN, Heikki. Uustelevisiion aika. Hanki & Jää 1988.
- HELLMAN, Heikki. Nytelevisionen tid. Public service-televisionen: levende eller död. Teoksessa: Pressens årbog. Nordisk forum for forskning og debat om massemedier, 1989.
- JOUKKOVIESTINTÄTILASTO 1989. Tilastokeskus. Kulttuuri ja viestintä 1989:3.
- KALKKINEN, Marja-Leena. Televisio-ohjelmien seuraaminen 1976-1985. Yhteenveto television seuraamistutkimuksista. Oy Yleisradio Ab., suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja B 6/1986.
- LAHTI, Arto. Strateginen yritysanalyysi. Weilin & Göös 1988.
- LUOTONEN, Jouni. Järkähtämätön (Jälkipeli: Sanoma). Talouselämä no 13/1990.
- METALLITEOLLISUUDEN keskusliitto. Kilpailun analyysi, 1987.
- MITTARITUTKIMUS. Tv-mittaritutkimus, Finnpanel.
- SHIVONEN, Timo & LÅNG, Kari & EKBERG, Jan & KEMPE, Bror & NIKULIN, Heikki & UOSUKAINEN, Seppo. Joukkoviestintän teknologian kehitys vuoteen 2000. Valtion teknillinen tutkimuskeskus, tutkimuksia 136 (1982).
- SORAMÄKI, Martti. Joukkotiedotuksen talous. Teoksessa: NORDENSTRENG, Kaarle & WIIO, Osmo A. (toim.). Suomen viestintäjärjestelmä. Weilin & Göös 1986.
- SORAMÄKI, Martti. Televisiotoiminnan uusjako Euroopassa. Teoksessa: TUOMOLA, Olli (toim.). Elävän kuvan vuosikirja 1988. Valtion painatuskeskus 1988.
- SORAMÄKI, Martti. Radioasema – Ladanko hinnalla! Teoksessa: KÄHKÖLÄ, Paavo & HEMÄNUS, Pertti (toim.). Revon haamusta taivaskanaviin. Hanki ja Jää 1989 (a).
- SORAMÄKI, Martti. Televisiotoiminnan kehitys Suomessa. IX Nordiska konferensen för masskommunikationsforskning. Borgholm, Öland 20-23 Augusti 1989 (b).
- SORAMÄKI, Martti. Mihin jäi mullistus. Viisi myyttiä yleisradiotoiminnasta. Teoksessa: APUNEN, Matti (toim.). Elävän kuvan vuosikirja 1989. Valtion painatuskeskus 1989 (c).
- Oy Yleisradio Ab. Lausunto liikenneministeriölle yleisradiolainsäädännön tarpeellisuudesta 8.9.1988 (a).
- Oy Yleisradio Ab. Yleisradion organisaatiouudistuksen päälinjaukset. Hallituksen esitys hallintoneuvostolle 1988 (b).
- VIDEOTUTKIMUS 1986, opetusministeriön työryhmien muistioita 1987:5.
- ÖSTERLUND-KARINKANTA, Marina. Yleisradiotoiminta – 1980-luvun kehitys. Teoksessa: Joukkoviestintätalasto 1989. Tilastokeskus. Kulttuuri ja viestintä 1989:3.
- ÖSTERLUND-KARINKANTA, Marina. Aktuella medicpolitiska frågor i Finland. Oy Yleisradio Ab., Mediegruppen 15.2.1990 (a).
- ÖSTERLUND-KARINKANTA, Marina. Television katseluun käytetyn ajan jakautuminen. Oy Yleisradio Ab. Viestintän kehitysryhmä 1990 (b).