

YLEISÖKERTOMUS YLE 2010





1.

Kannen kuva: Yleisurheilun Eliittikisat

1. Kotikadun fanit
tutustumassa lavasteisiin.

YLEISRADIO OY

00024 Yleisradio

Käyntiosoite: Radiokatu 5

Puhelin: (09) 14801

Lisää tietoa Ylestä:

avoinyyle.fi

yle.fi

etunimi.sukunimi@yle.fi

VIESTINTÄ

Viestintäjohtaja Reija Hyvärinen

YLEN YLEISÖKERTOMUS 2010

Strategia / Tutkimuspäällikkö

Erja Ruohomaa

Viestintä / Marja Niemi,

Marja-Liisa Nordell

Kuvat: YLE Kuvapalvelu/

Jyrki Valkama,

Pertti Raami

Ulkoasu: Tähtikuviot Oy

Sisällys

s. 3 YLEN YLEISÖT 2010

Yhteenveto tuloksista

s. 4 1. JOHDANTO

- 1.1 Mediakäytön trendit
- 1.2 Toimintaympäristön muutoksia
- 1.3 Yleisötutkimuksista

s. 7 2. YLE INSTITUUTIONA

- 2.1 Luottamus Yleen instituutiona
- 2.2 Yle kansalaisyhteiskunnan ja suomalaisen kulttuurin vahvistajana
- 2.3 Yle-mielikuvat
- 2.4 Tv-maksu Ylen rahoituslähteenä

s. 10 3. YLEN OHJELMISTOJEN JA PALVELUJEN KÄYTTÖ

- 3.1 Ylen tavoitavuus ja tyytyväisyys Yleen
 - Ohjelma-alueet
 - Mediatarjonta
 - Lastenohjelmat
 - Svenska Yle ja ruotsinkieliset

s. 14 4. YLEN MEDIOIDEN YLEISÖT

- 4.1 Television katselu
 - Kaikki katsojat
 - Ruotsinkieliset katsojat
 - Katsotuimmat tv-ohjelmat ja tv-ohjelmaluokat
 - Alueellisten tv-uutisten katselu
 - Teksti-tv:n katselu
- 4.2 Radionkuuntelu
 - Kaikki kuuntelijat
 - Ruotsinkieliset kuuntelijat
 - Maakuntaradioiden kuuntelu
- 4.3 Internetpalvelujen käyttö
 - Internetin yleisimpien palvelujen käyttö
 - Suosituimpien suomalaisten internetpalvelujen käyttö
 - Ylen internetpalvelujen käyttö

LIITETAULUKOT

Television katselu koko väestössä

Radionkuuntelu koko väestössä

Radionkuuntelu ruotsinkielisessä väestössä

Ylen yleisöt 2010

- > Yle tavoittaa ohjelmistoillaan viikossa lähes kaikki eli 95 % suomalaisista.
- > Ylen ohjelmistoja seuranneista 99 % on niihin vähintään tyytyväisiä.
- > Suomalaisista 63 % kokee saavansa Ylen ohjelmistoista vähintään melko hyvin vastinetta tv-maksulleen.

Kaikkien suomalaisten Yle

Yleisradio on Suomen merkittävin sisällön tuottaja, joka yhdistää suomalaiset. Ylen ohjelma-alueet ja palvelut kokonaisuudessaan tavoittivat vuonna 2010 viikoittain lähes kaikki suomalaiset (95 %) television, radion ja internetin välityksellä, päivittäinkin tavoitettiin 78 %. Uutiset tavoittivat suomalaiset parhaiten, sillä päivittäin jopa 71 % yli 15-vuotiaista seurasi Ylen uutislähetystiä. Muut päivittäin parhaiten tavoittavat ohjelma-alueet olivat urheilu (33 %), alueet (31 %) ja ajankohtaisohjelmat (29 %). Viikoittain asia- ja ajankoh- taisohjelmat tavoittivat lähes 70 % väestöstä. Myös viihde, ulkomainen draama ja urheilu tavoittivat viikkotasolla noin 60 % väestöstä. Lastenohjelmien tavoitavuus päivätasolla on suurta myös koko väestössä, mutta erityisen suurta lapsiperheissä.

Tv:ssä oli suuri urheiluvuosi ja Ylen osuus katselusta kasvoi 45 %:iin. Myös YLE TV1 nousi markkinajohtajaksi 21,8 %:lla, MTV3 jäi toiseksi 21,4 %:lla. Ylen kanavista TV2:n markkinaosuus kasvoi eniten juuri urheilulähetysten vuoksi. Yle.fi:n kävijämäärä kasvoi 1,5 miljoonaan eri selaimeen viikossa. Suosituimpien suomalaisten internetpalvelujen joukossa Yle nousi sijalle viisi heti suurimpien iltapäivälehtien, Helsingin Sanomien ja MTV3:n jälkeen. Tv:n ja internetin käytön kasvun rinnalla Ylen radio vahvisti asemiaan: YLE Radio Suomi säilyi markkinajohtajana ja Ylen osuus kuuntelusta nousi 53 %:iin.

Vuoden katsotuim ohjelma oli vuonna 2010 kuten parinäkymenänä viime vuotenakin Tasavallan Presidentin itsenäisyyspäivän vastaanotto (YLE TV1). Toiseksi katsotuim on myös tuttu: vastaanoton aikana YLE Uutisten lähetys tavoittaa lähes yhtä suuret katsojamäärät kuin itse vastaanotto. Muut katsotuimmat ovat suuria urheilutapahtumia, joissa suomalaiset ovat menestyneet tai viihde-

ohjelmia kuten MTV3:n Tanssii tähtien kanssa finaalilähetys, joka oli vuoden neljänneksi katsotuim ohjelma.

Tv-maksu keskustelun kohteena

Vuonna 2010 tv-maksulle sai vähintään melko hyvin vastinetta 63 % väestöstä. Tuloksessa on hieman laskua viime vuodesta, mutta tulos on nyt kuitenkin parempi kuin vuonna 2008. Melko huonosti vastinetta saavien osuus on hieman kasvanut ja melko hyvin vastinetta saavien osuus taas laskenut hieman. Tulos vastaa tilannetta, jossa myös Ylen tavoitavuus ja tyytyväisyys ovat hieman laskeneet vuodesta 2009. Keskustelu tv-maksun tulevaisuudesta on jatkunut myös kuluneena vuotena, vaikka valtioneuvostoon ei vielä viety lopullista esitystä tavasta rahoittaa Ylen toiminta vuoden 2012 jälkeen.

Suomalainen Yle rikastuttaa kulttuuria suomeksi ja ruotsiksi

Ylen tavoitteena on olla vaikuttava sisällön tuottaja suomalaisessa kansalaisyhteiskunnassa ja kulttuurissa. Yle palvelee sekä perinteisiä että uusia median käyttötapoja yhdistäen perinteiset palvelut ja uuden yhteisöllisen median ainutlaatuisiksi suomalaisiksi kokonaisuudeksi. Erityisesti kansalaisyhteiskunnan ja demokratian vahvistamisen näkökulmasta Yle saa parhaan arvosanan siitä, että se uskalltaa tuoda keskusteluun tärkeitä ja vaikeita asioita. Suomalaisen kulttuurin vahvistamisessa lastenohjelmat saavat parhaat arviot. Myös muun ohjelmiston kotimaisuus sekä kulttuurin rikastuttaminen saavat hyvät arviot. Ruotsinkieliset antavat Ylelle korkeimman arvosanan erityisesti suomenruotsalaisen kulttuurin rikastamisesta.

- > Tulokset ovat sekä Ylen tutkimuksista että mediankäytön osalta Finnpanel Oy:n TV-mittaritutkimuksesta ja KRT:stä, TNS Gallupin TNS Metrixistä. TV-mittaritutkimus perustuu 1000 talouden otokseen (n. 2200 henkilöä). Kansallisen Radiotutkimuksen otos käsittää vuosittain yli 18 000 henkilöä ympäri maata.
- avoinyyle.fi > Vuosikertomus > Yleisökertomus 2010

1. Johdanto

1.1 Mediakäytön trendit

Radiota kuunnellaan päivittäin edelleen hieman pidempään kuin katsellaan televisiota. Ero on kuitenkin vuodesta 2001 vähentynyt 41 minuutista 20 minuuttiin. Tänä aikana ovat tosin kehittyneet mittauksen periaatteet sekä erityisesti tv:n vastaanottoteknologia digitalisoinnin myötä. Vuonna 2010 television päivittäinen katselu-aika kasvoi 2 minuutilla ja uupuu kolmesta tunnista enää 8 minuuttia (yhteensä 2 t 52 min). Vuoden 2008 alusta mittaukseen mukaan otetut yhden viikon aikana tallennetut ja katsellut ohjelmat sekä vieraskatselu ovat kasvattaneet katselun kokonaisaikaa vain vähän. Radion päivittäinen kuuntelu-aika laski yhdellä minuutilla 3 tuntiin 10 minuuttiin päivässä. Lasku on ollut varsin tasaista vuodesta 2002 lähtien.

Internetin käyttäjien määrä jatkoi kasvuaan: internetin yleisyys kotitalouksissa kasvoi 81 %:iin. 16–74-vuotiaista suomalaisista 86 % oli käyttänyt internetiä viimeksi kuluneiden kolmen kuukauden aikana (Tilastokeskuksen Tieto- ja viestintätekniikan käyttötutkimus 2010). Osuus on neljä prosenttiyksikköä enemmän kuin vuotta aiemmin. Internetiä käyttää yli 90 % kaikista alle 55-vuotiaista ikäryhmistä. Vuoden aikana erityisesti internetin päivittäinen käyttö on yleistynyt, ja jo yli puolet suomalaisista käyttää internetiä monta kertaa päivässä. (Tilastokeskus 2010)

1.2 Toimintaympäristön muutoksia

Yleinen taloudellinen elpyminen v. 2010 vaikutti myönteisesti mediatiloudessa keskeiseen mainontaan. Kun edellisenä vuonna mediamainonta oli supistunut 15,8 prosenttia, vuonna 2010 se kasvoi 4,8 prosenttia. Kasvu oli kuitenkin epätasaista ja jäi lehdistössä niukaksi. Sen sijaan televisiomainonta kasvoi 12,1 prosenttia ja saavutti nimellisesti aallonpohjaa edeltävän vuoden 2008 tason. Verkkomediamainonta kasvoi vielä tätä enemmän: 14,7 prosenttia.

Toimintakauden aikana Yleisradioon vaikuttavia lainsäädäntöjä hyväksyttiin yksi. Siirtovelvoitteen (ns. must carry) edellytykseksi säädettiin näkö- ja kuulovammaisia, ikääntyviä ja maahanmuuttajia palvelevan äänitekstityksen ja tekstityksen toteuttaminen laissa määri-

tellyssä aikataulussa ja laajuudessa. Edelleen siirtovelvoite rajattiin vain Yleisradion kanaviin ja kaupallisiin valtakunnallisiin tv-kanaviin. Lainsäädäntö tulee voimaan 1.7.2011 ja on kaupallisten kanavien osalta voimassa vuoden 2016 loppuun.

Sen sijaan Yleisradion valvontaa ja rahoitusta koskeva valmistelu ei johtanut tuloksiin. Viestintäministeri Suvi Lindén päätti maaliskuussa 2010, että Yleisradion hallintomallia ja rahoitusta koskevaa kokonaisuudistusta ei ole mahdollista viedä eteenpäin, ja asian järjestäminen siirtyi maan seuraavalle hallitukselle. Päätöksen seurauksena eduskuntaryhmien puheenjohtajat linjasivat asioita Yleisradion rahoitus- ja hallintomallin uudistamisesta. Sen mukaan jatkovalmistelun lähtökohdaksi on Yleisradion toimintaedellytysten turvaaminen nykyisen kaltaisessa laajuudessa siten, että rahoituksen taso on riittävä julkisen palvelun sisältötarjonnan kehittämisen turvaamiseksi. Puheenjohtajat pitivät myös tärkeänä, että valmistelussa otetaan huomioon maksujärjestelmän sosiaalinen oikeudenmukaisuus ja että kokonaisuudistukselle tavoitellaan laajaa parlamentaarista tukea. Maan hallitus päätti lokakuussa korottaa televisiomaksua kuudella prosentilla vuoden 2011 alusta lukien. Korotus perustui hallintoneuvoston esitykseen.

Vuoden aikana toimilupapolitiikassa luotiin kilpailuasetelma ja -keluverkkotoiminnassa ja edellytykset teräväpiirto- eli HD-ohjelmatoiminnalle. TV-verkkolupia oli toimintakauden päättyessä kolmella toimijalla ja valtioneuvoston myöntämiä ohjelmistolupia noin 30 kpl. Yksi verkkolupa ja kahden kanavanipun ohjelmistoluvat sekä kaikki radion ohjelmistoluvat jäivät kuitenkin jaettavaksi kevään 2011 aikana. Edellisenä vuonna DNA:lle myönnettyihin verkkolupiihin VHF A ja VHF B myönnettiin HD-ohjelmistoluvat maaliskuussa. Anvialle myönnettiin kaksi verkkolupaa UHF-alueelle, joista toinen on valtakunnallinen (kanavanippu F) ja toinen alueellinen (HD3). Lisäksi toimilupia kanavanipuissa UHF A, UHF B ja HD3 muutettiin siten, että toimijoiden kesken sovittavalla tavalla tulee mahdolliseksi myös SD-lähetäminen. Vastaavasti Digitan yhtä verkkolupaa (kanavanippu E) muutettiin siten, että HD-lähetäminen tulee mahdolliseksi vuonna 2013.

Myös Yleisradion hallintoneuvosto varasi julkisen palvelun televi-

siotoimintaan kapasiteettia yhden HD-kanavan lähettämistä varten. Asiasta päätti Yleisradion hallintoneuvosto kokouksessaan joulukuussa. Säännöllisten HD-lähetysten aloittaminen on Yleisradiolle sellainen merkittävä palvelu, joka edellyttää ns. ennakoarviointimenettelyn käynnistämistä. Hallintoneuvosto päätti ennakoarviointimenettelyn perustamisesta lokakuussa, koska EU:n komissio edellyttää yleisradioyhtiön johdosta riippumatonta ennakoarviointimenettelyä julkisen palvelun merkittävistä uusista palveluista.

EU:n komissio hyväksyi tiedonannon digitaalisesta agendasta, unionin uudesta strategiasta, jolla pyritään edistämään talouskasvua ja levittämään digitaaliaikakauden hyödyt kaikille yhteiskunnan osa-alueille. Suomessa hallitus antoi vastaavasti eduskunnalle selonteon ”Tuottava ja uudistuva Suomi – Digitaalinen Agenda vuosille 2011–2020”, jossa määritellään tulevien vuosien tavoitteet tietoyhteiskunnan kehittämiseksi ja tarvittavat toimenpiteet niiden saavuttamiseksi.

Tv-talouksien määrä vuoden 2010 lopussa oli Tilastokeskuksen laitetiedustelujen mukaan 2,3 miljoonaa taloutta (91 % kaikista talouksista, joita Suomessa on kaikkiaan yli 2,5 miljoonaa). Televisiotomia on edelleen muita enemmän alle 35-vuotiaiden ikäryhmissä ja yksinasuvien talouksissa.

Suomalaisten kotitalouksien yleisimmät viihde-elektroniikan laitteet ovat edelleen matkapuhelin, televisio ja tietokone, jotka ovat käytössä lähes kaikissa talouksissa. Kuluneena vuotena talouksiin on hankittu lisää erityisesti internetin käyttöön liittyviä valmiuksia kuten liikkuva laajakaista (mökkula 22 %:sta 35 %:iin talouksista) ja langaton sisäverkko (31 %:sta 37 %:iin). Myös GPS-matkapuhelimia

on käytössä entistä enemmän (26 %:sta 38 %:iin). Muu varustus on pysynyt pääosin ennallaan; vain DVD:n määrässä on vähennystä 4 prosenttiyksikköä. Ilmiö on kansainvälinen ja on yhteydessä merkittävään elokuvatarjonnan kasvuun internetin välityksellä. Lankapuhelimista on edelleen luovuttu 5 %:ssa kotitalouksista, ja lankapuhelin on käytössä enää joka viidennessä kotitaloudessa.

1.3 Yleisötutkimuksista

Yleisökertomus perustuu Ylessä vuosittain tehtäviin tutkimuksiin, jotka käsittelevät koko Ylen ja sen ohjelma-alueiden käyttäjiä sekä television ja radion yleisöjä Suomessa sekä internetin palvelujen käyttäjiä. Keskeisiä kysymyksiä ovat:

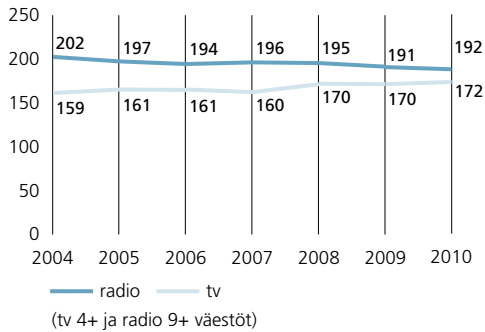
- > miten kattavasti eri yleisöryhmät tavoitetaan Ylen sisältötarjonnalla ja medioilla,
- > kuinka tyytyväisiä suomalaiset ovat Yleen ja sen ohjelmistoihin,
- > miten Ylen ohjelmistoja arvostetaan,
- > miten suomalaiset kokevat Ylen julkisen palvelun tehtävän ja
- > miten suomalaiset kokevat saavansa vastinetta maksamalleen tv-maksulle.

Yleisösuhteen tutkiminen on olennainen osa parempaa Ylen asiakaspalvelua. Tutkimustuloksista kertominen on tärkeää jo yleisradiolain vuoksi. Laki edellyttää, että ohjelmistot erityis- ja oheispalveluineen tarjotaan yhtäläisesti kaikille suomalaisille, asuinpaikasta tai varallisuudesta riippumatta.



Näyttelijä Ria Kataja Kotikadun 15-vuotisjuhlassa fanien kanssa.

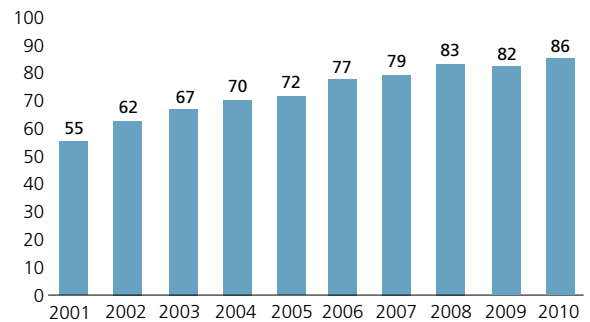
Tv:n katselun ja radion kuuntelun kehitys v. 2004–2010 (min/päivä)



- 1.1.2008 lähtien tv:n katselumuutit sisältävät vieraat ja ajassa siirretyn katselun (yksi viikko)
- 1.1.2009 lähtien radion mittauksessa mukana myös ruotsinkieliset ja puhelinnumerottomat

TV-mittaritutkimus ja KRT: Finnpanel Oy – Yle

Internetin käyttö v. 2001–2010 käyttänyt internetiä viim. 3 kk:n aikana (% 16–74-v. väestöstä)



Tilastokeskus: Tieto- ja viestintäteknikan käyttö 2010

Digitaaliset televisiölähetykset Suomessa (joulukuu 2010)

Kanavanippu A Julkinen palvelu Verkon peitto 99,99 %	Kanavanippu B Verkon peitto 99,99 %	Kanavanippu C Verkon peitto 78–90 % Kanavatarjonta vaihtelee alueittain	Kanavanippu D (DVB-H) Mobiili-tv-verkko Verkon peitto 40 %	Kanavanippu E Verkon peitto 95 %
<p>YLE TV1</p> <p>YLE TV2</p> <p>YLE Teema</p> <p>YLE FST5</p> <p>SVT World****</p> <p>Radiokanavat: Ylen Klassinen YLE Mondo YLE Puhe</p>	<p>MTV3</p> <p>MTV3 MAX*</p> <p>Sub</p> <p>Sub Juniori* / klo 20 alk.</p> <p>Sub Leffa*</p> <p>Nelonen</p> <p>JIM</p> <p>URHOtv*</p>	<p>Nelonen Sport***</p> <p>Canal+ First*</p> <p>Canal+ Series*</p> <p>Canal+ Urheilu*</p> <p>Canal+ Aitio*</p> <p>Disney Channel* klo 6–18</p> <p>Nelonen Sport Pro*</p> <p>The Voice TV / TV Viisi Iskelmä klo 6–18</p> <p>Harju & Pöntinen klo 18–6</p> <p>Turku TV**</p> <p>Klubi.tv</p> <p>Digiviihde.fi*</p> <p>Radiokanavat: The Voice Iskelmä</p>	<p>Palveluoperaattori: DNA*</p> <p>YLE TV 1 YLE TV 2 MTV3 Sub The Voice TV</p> <p>Radiokanavat: YLE Radio 1, YleX, Radio Nova The Voice radio, Iskelmä</p> <p>DTT-toimiluvan haltijat voivat ilman erillistä toimilupaa lähettää DVB-H –simulcasteja</p> <p>Viestintävirasto myöntää toimiluvat radio- ja tv-toimintaan kanavanipussa D</p> <p>Muut multimedialpalvelut eivät edellytä toimilupaa</p>	<p>Discovery Channel*</p> <p>Eurosport*</p> <p>MTV3 Fakta*</p> <p>Nickelodeon* / Music Television MTV*</p> <p>KinoTV*</p> <p>Liv</p> <p>SuomiTV</p>
<p>EPG-ohjelmaopas</p> <p>Äänitekstitys kaikilla YLEn tv-kanavilla.</p> <p>Valinnainen tekstitys: suomi/ruotsi</p> <p>Tekstitystä kuulorajoitteisille</p>	<p>EPG-ohjelmaopas</p>	<p>EPG-ohjelmaopas</p>	<p>EPG-ohjelmaopas</p> <p>ESG-palveluopas</p>	<p>EPG-ohjelmaopas</p>

Verkkotoimiluvat: Digita. Kanavanippu A–C, E: DVB-T ja D: DVB-H. A–C voimassa 31.12.2016, E 13.6.2026, D 22.3.2026 asti.

■ Ulkomaisessa omistuksessa *Maksullinen **Turussa ***Verkon peitto 90,4 % ****Edellyttää korttimaksun

2. Yle instituutiona

2.1 Luottamus Yleen instituutiona

Keskustelu julkisen palvelun asemasta ja merkityksestä on jatkunut myös vuonna 2010. Keskusteltaessa Ylen rahoituksesta ja tehtävistä tulevaisuudessa on pohdittu sitä, ovatko suomalaiset tulleet tyytymättömiksi Yleen ja onko julkisen palvelun yleisradiotoiminta menettämässä olemassaolon oikeutuksensa ja tv-maksuun perustuvan rahoituksensa. Luottamusta Yleisradioon on mitattu vuosina 2003 ja 2009.

Yleisradiota v. 2009 kohtaan tunnettu luottamus on vahvaa. 13 % suomalaisista luottaa Yleisradioon erittäin paljon, 57 % melko paljon, ”vain vähän” luottavia on vain 6 %. Luvut ovat pysyneet samalla tasolla vuodesta 2003, erittäin paljon luottavien määrä on jopa kasvanut. Yle asettuu siten 10 luotettavimman tahon joukkoon, kun mittauksen kohteena ovat 22 julkisen sektorin laitosta, poliittisen järjestelmän instituutiota ja muuta yhteiskunnallisesti merkittävää tahoja. Merkillepantavaa on myös, että Yleen luotetaan selvästi enemmän kuin mediaan ja joukkoviestimiin yleensä.

2.2 Yle kansalaisyhteiskunnan ja suomalaisen kulttuurin vahvistajana

Ylen tehtävät on asetettu laissa Yleisradiosta. Sen mukaan yhtiön tehtävänä on luoda täyden palvelun tv- ja radio-ohjelmisto siihen liittyvine oheis- ja lisäpalveluineen jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin. Ylen tehtävänä on myös tukea kansanvaltaa ja jokaisen osallistumismahdollisuuksia tarjoamalla monipuolisia tietoja, mielipiteitä ja keskusteluja sekä vuorovaikutusmahdollisuuksia. Ylen tulee myös tuottaa, luoda ja kehittää kotimaista kulttuuria, taidetta ja virikkeellistä viihdettä. Lisäksi Yleisradion tehtävänä on ottaa ohjelmistossa huomioon sivistys- ja tasa-arvonäkökohdat, tarjota mahdollisuuksia oppimiseen ja itsensä kehittämiseen, painottaa lapsille suunnattuja ohjelmistoja sekä tarjota hartausohjelmia.

Ylen 2010 strategian missio ja visio lähtevät Ylelle laissa annetuista tehtävistä. Ylen arvot: suomalaisuus, luotettavuus, riippumattomuus, monipuolisuus ja ihmisen arvostaminen luovat perustan Ylen sisältöjen erottuvuudelle. Strategiassa Ylen tavoitteena on olla johtava tuottaja asia- ja kulttuurisällöissä, suomalaisessa musiik-

kissa, lasten palveluissa, draamassa, uutisissa sekä ajankohtais- ja aluepalveluissa. Yle haluaa erottua muista toimijoista viihteessä ja populaarikulttuurissa.

Ylen tavoitteena on olla vaikuttava sisällön tuottaja suomalaisessa kansalaisyhteiskunnassa ja kulttuurissa. Yle palvelee sekä perinteisiä että uusia median käyttötapoja yhdistäen perinteisten palveluiden ja uuden yhteisöllisen median ainutlaatuisiksi suomalaisiksi kokonaisuudeksi.

Aikaisempien vuosien yleisökyselyissä Yleisradio on saanut varsin korkean arvosanan tehtäviensä tärkeydessä ja niissä onnistumisessa. Viime vuosina käyty keskustelu lehtien ja internetin keskustelupalstoilla osoittaa, ettei suomalaisilla ole täysin selvää käsitystä julkisen palvelun yleisradiotoiminnasta ja Ylen tehtävästä.

Vuoden 2009 ja 2010 kyselyissä on pyritty lähestymään Ylen onnistumista aiempaa rajatumminkin eli erityisesti kansalaisyhteiskunnan ja suomalaisen kulttuurin vahvistumisen näkökulmista. Mediana Ylellä on ainutlaatuinen tehtävä ja merkitys kotimaisen kulttuurin ja demokratian edistäjänä.

Yle saa kyselyssä erittäin hyvät tulokset, ja käsitykset Ylen sisällöistä ovatkin varsin pysyviä, koska vuoden aikana muutokset ovat hyvin vähäisiä. Suurin muutos on korkeimman arvosanan saaneen uutis-, asia- ja ajankohtaistarjonnan luotettavuudessa, joka on jonkin verran entisestä noussut (4,8:sta 4,93:een 6:sta). Hyödyllisen tiedon tarjoamisessa ja ajan tasalla pitämisessä Yle on onnistunut seuraavaksi parhaiten. Neljänneksi nousee lastenohjelmien turvallisuus (4,62).

Eryteisesti kansalaisyhteiskunnan ja demokratian vahvistumisessa Yle saa parhaat arvosanat väitteissä ”uskaltaa nostaa esille vaikeita asioita” ja ”tuo esiin keskustelua tärkeistä asioista” (molemmat 4,53). Suomalaisen kulttuurin vahvistamisen näkökulmasta lastenohjelmat saavat parhaat arviot (4,62), ohjelmistojen kotimaisuus (4,49) sekä kulttuurin rikastuttaminen laajemmin (4,23). Ruotsinkielisiltä asiaa kysyttäessä he antavat Ylelle korkeimman arvosanan (5,08, v. 2009 4,65) erityisesti suomenruotsalaisen kulttuurin rikastamisesta.

Muita hieman heikomman arvosanan saavat ”saa vaikuttamaan asioihin”. Tämän väitteen kohdalla voidaan todeta, että suomalaiset jonkin verran vierastavat ajatusta, että heihin vaikutettaisiin ulkopäin. He haluavat tehdä ratkaisunsa itse. On siis eri asia jakaa luotettavaa tietoa kuin pyrkiä vaikuttamaan johonkin sen avulla.

2.3 Yle-mielikuvat

Tutkittaessa Ylen brändimielikuvia tulokset osoittavat, että suomalaisuus toteutuu parhaiten, sillä 81 % suomalaisista katsoo ominaisuuden sopivan Yleen. Luotettavuus sopii Yleen 69 %:n mielestä ja ihmisen arvostaminen 63 %:n mielestä. Monipuolisuus sopii Yleen 49 %:n ja riippumattomuus 45 %:n mielestä.

Muissa Ylen tavoitteisiin liittyvissä mittareissa on parhaiten onnistuttu ammattitaitoisuudessa (68 %), kiinnostavuudessa (51 %) ja avoimuudessa (44 %). Heikoimmin toteutuu rohkeus (20 %); suomalaiset eivät tosin odotakaan medialta kovin korkeaa rohkeutta. Tulokset ovat varsin pysyviä luonteeltaan, vuositason muutokset ovat vähäisiä.

Kun tuloksia laajemmin suhteutetaan suomalaisten odotuksiin, mielikuva Ylestä on suomalaisempi kuin ihmisten odotukset medialle yleensä, mikä vastaa hyvin lain edellytyksiä Ylen tehtävistä suo-

malaisessa yhteiskunnassa. Suurin osa Yle-mielikuvista vastaa täysin odotuksia medialle, jolloin voidaan sanoa, että Ylen laatutaso luo Suomessa yleisempää mediasisältöjen laatustandardia. Yle kuitenkin allittaa odotukset avoimuudessa ja asiakkaan kuuntelussa, vaikka saakin näissä muita medioita korkeammat arvot.

2.4 Vastine tv-maksulle

Vuonna 2010 tv-maksulle saa vähintään melko hyvin vastinetta 63 % väestöstä, missä on laskua edellisvuodesta 5 prosenttiyksikköä. Melko huonosti vastinetta saavien osuus on kasvanut 4 prosenttiyksiköllä ja samalla melko hyvin vastinetta saavien määrä on vähentynyt 3 prosenttiyksiköllä. Vähentymisen takana ovat yhtäläisesti kaikki ikäryhmät nuorinta, alle 30-vuotiaita lukuun ottamatta. Heidän kohdallaan ”erittäin tyytyväisten” osuus onkin kasvanut viime vuodesta.

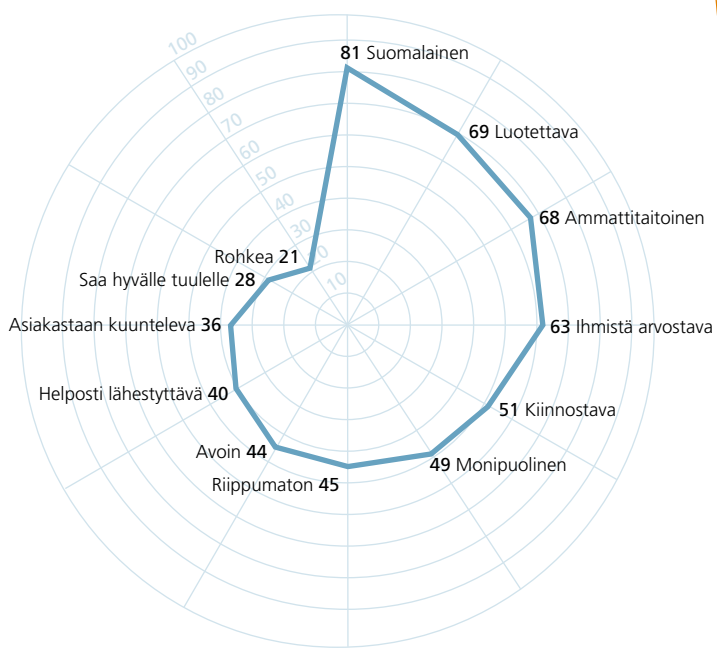
Vastinetta saadaan nyt kuitenkin paremmin kuin vuonna 2007 tai 2008. Vuoden 2009 tulos vastasi hyvin myös vuoden 2010 korkeita, koko tarjontaan liittyviä tyytyväisyystuloksia. Vuonna 2010 sekä vastinetus että tyytyväisyystulokset ovat heikentyneet edellisvuodesta. Keskustelu tv-maksun tulevaisuudesta on jatkunut myös kuluneena vuotena, vaikka valtioneuvostoon ei vielä viety lopullista esitystä tavasta rahoittaa Ylen toiminta vuoden 2012 jälkeen.

Ylen onnistuminen kansalaisyhteiskuntaa ja suomalaista kulttuuria vahvistavissa ohjelma- ja palvelusällöissä v. 2009 ja 2010

Asteikko 1-6 (1=erittäin huonosti ja 6= erittäin hyvin)

	2009	2010
Uutis-, asia- ja ajankohtaistarjonta on luotettavaa	4,80	4,93
Tarjoaa hyödyllistä tietoa	4,71	4,70
Pitää ajan tasalla tärkeistä kysymyksistä	4,75	4,68
Tekee lapsille turvallisia ohjelmia ja nettipalveluja	4,59	4,62
Uskaltaa nostaa esiin vaikeita asioita	4,58	4,53
Tuo esiin keskustelut tärkeistä asioista	4,56	4,53
Tarjoaa runsaasti kotimaista ohjelmistoa ja palveluja	4,49	4,49
Tarjoaa asioihin kriittisiä näkökulmia	4,37	4,29
Kertoo asioista alueellisista näkökulmista	4,34	4,27
Tarjoaa yhteisiä elämyksiä ja kokemuksia, joista voi keskustella	4,24	4,23
Rikastaa suomalaista kulttuuria	4,30	4,23
Antaa minulle/ihmisille mahdollisuuden jakaa mielipiteitään ja kokemuksiaan	4,10	4,15
Tarjoaa asioihin tasapuolisesti eri näkökulmia	4,16	4,10
Saa ajattelemaan asioita uudella tavalla	4,00	4,03
Saa minut/ihmiset vaikuttamaan asioihin	3,66	3,69

Ylen brändimielikuvat, v. 2010 (% väestöstä, "kuvaus sopii brändiin")

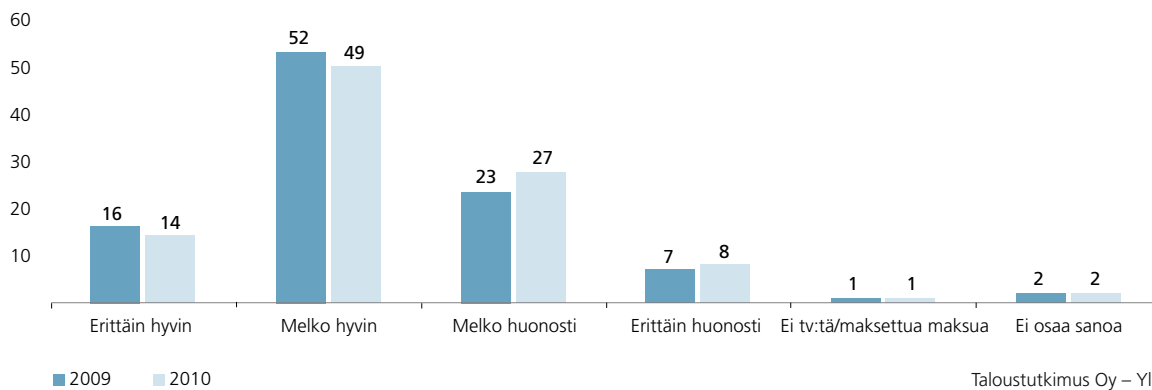


Taloustutkimus Oy – Yle



Yle välitti Seinäjoen Tangomarkkinat myös kotiyleisöille.

"Kuinka hyvin saatte vastinetta tv-maksulle?" v. 2009 ja 2010 (% väestöstä)



Taloustutkimus Oy – Yle

3. Ylen ohjelmistojen ja palveluiden käyttö

3.1 Ylen tavoitavuus ja tyytyväisyys Yleen

Ohjelmisto kaikkiin välineisiin ja kaikille Ylen kanaville tuotetaan (v. 2010) neljällä ohjelmistoalueella:

- > Asia- ja kulttuuri-YLE tuottaa asia-, ajankohtais- ja kulttuuriohjelmistot sekä oppimisen ja tieteen ja draaman ohjelmistot
- > YLE24 tuottaa uutisten, urheilun sekä alueiden ohjelmistot
- > YLE Visio tuottaa lasten, viihteen ja populaarikulttuurin ohjelmistot
- > Svenska Yle tuottaa uutisten ja urheilun, faktan ja fiktion ja nuorten ohjelmat ruotsiksi.

Näitä ohjelmistoja ja niihin liittyviä palveluja

Yle lähettää suomalaisten käyttöön

- > YLE TV1:n, YLE TV2:n, YLE FST5:n sekä YLE Teeman välityksellä tv:stä
- > radiokanavien Ylen Klassinen, YLE Mondo ja Yle Puhe välityksellä tv:stä
- > YLE Radio 1:n, YLE Radio Suomen, YleX:n, YLE Puheen, YLE Radio Vegan, YLE X3Min välityksellä radiosta sekä
- > yle.fi:n ja svenska.yle.fi:n välityksellä internetissä.

Ylen ohjelma-alueet tavoittivat vuonna 2010 viikoittain lähes kaikki suomalaiset (95 %, v. 2009 98 %), päivittäin tai lähes päivittäin 78 % (v. 2009 82 %). Tavoittavuudessa on jonkin verran laskua vuodesta 2009. Uutiset tavoittivat suomalaiset parhaiten, päivittäin jopa 71 % yli 15-vuotiaista seurasi Ylen uutislähettyksiä. Muut päivittäin parhaiten tavoittavat ohjelma-alueet olivat urheilu (33 %), ajankohtaisohjelmat (29 %) ja alueelliset ohjelmistot (31 %). Viikoittain ajankohtaisohjelmat tavoittivat jopa 66 %, asiaohjelmat 70 % väestöstä. Myös viihde, ulkomainen draama ja urheilu tavoittavat viikkotasolla erittäin hyvin.

Lastenohjelmien tavoitavuus päivätasolla on suurta koko väestössä, mutta erityisesti lapsiperheissä.

Tyytyväisyys Ylen ohjelma-alueisiin on korkealla tasolla, kun ohjelma-alueisiin yhteensä ovat lähes kaikki niitä seuranneet vähintään tyytyväisiä (99 %). Tyytyväisyys kaikilla ohjelma-alueilla yhteensä on vuoden 2009 tasolla. Tyytyväisyys yksittäisiin ohjelma-alueisiin on sen sijaan hieman laskenut vuoden 2009 huipputuloksista. Uutislähettyksiin ollaan tyytyväisimpiä (76 % vähintään tyytyväisiä, v. 2009 81 %), mutta myös lastenohjelmiin, asiaohjelmiin, urheiluun, ajankohtaisohjelmiin ja alueellisiin ohjelmiin on vähintään tyytyväisiä yli puolet ohjelma-alueiden tavoittamista suomalaisista.

Mediatarjonta

Kysyttäessä erikseen suomalaisten tyytyväisyyttä koko Ylen mediatarjontaan televisiossa, radiossa ja internetissä, 44 % (v. 2009 50 %) on erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä, yhteensä 88 % (v. 2009 87 %) vähintään melko tyytyväisiä medioiden tarjontaan. Väestöryhmittäin tarkastellen vuoden aikana erityisesti 30–44-vuotiaiden tyytyväisyys Ylen medioihin on vähentynyt, vaikka vuotta aiemmin tyytyväisyys juuri tässä ikäryhmässä kasvoi eniten. Tyytyväisyys Ylen medioihin on vähäisintä nuorimmassa ikäryhmässä, vaikka siinä on eniten kasvua vuodesta 2009.

Lastenohjelmat

Yle on lastenkulttuurin keskeinen toimija Suomessa, ja suomalaisten mielestä lastenohjelmien tarjoaminen on yksi yhtiön tärkeimmistä julkisen palvelun tehtävistä. Edellä lasten- ja nuortenohjelmien tavoittavuutta ja tyytyväisyyttä on tarkasteltu vain koko väestön tasolla, jossa tyytyväisyys koko väestön tasolla kasvoi, erityisesti ”melko tyytyväisten” osuus vuodesta 2009. Erittäin tyytyväisiä ja tyytyväisiä on 75 % koko väestöstä (v. 2009 79 %). Erityisesti pienten lasten (2–9-v.) vanhempien kokonaistyytyväisyys kasvoi jonkin verran (88 %:sta 90 %:iin).

Pienten lasten vanhemmat arvostavat erityisesti Ylen lastenohjelmissa niiden turvallisuutta, kehittävyttä ja lasten arvostamista.

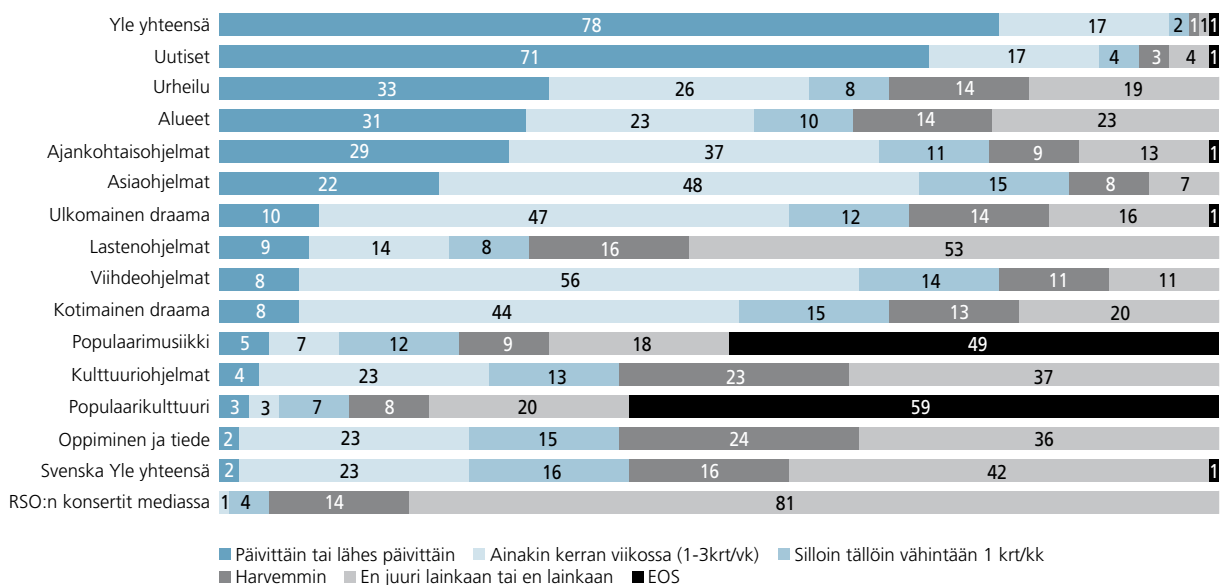
Svenska Yle ja ruotsinkieliset

Svenska Ylen ohjelmistot: uutiset ja urheilu, fakta, fiktio ja nuorten ohjelmistot ja niihin liittyvät palvelut ruotsiksi lähetetään erityisesti ruotsinkielisen väestön käyttöön, mutta myös koko väestölle tv:ssä YLE FST5:n ja radiossa YLE Radio Vega ja YLE X3Min välityksellä sekä svenska.yle.fi:ssä. Svenska Ylen ohjelma-alueet tavoittivat vuonna 2010 yhteensä 99 % maamme ruotsinkielisestä väestöstä, päivittäin tai lähes päivittäin 64 %. Ruotsinkieliset uutiset ja urheilu tavoittavat selvästi parhaiten, päivittäin 54 % yli 15-vuotiaista seuraa Svenska Ylen uutislähetyksiä, viikoittain 82 %. Muut ohjelma-alueet

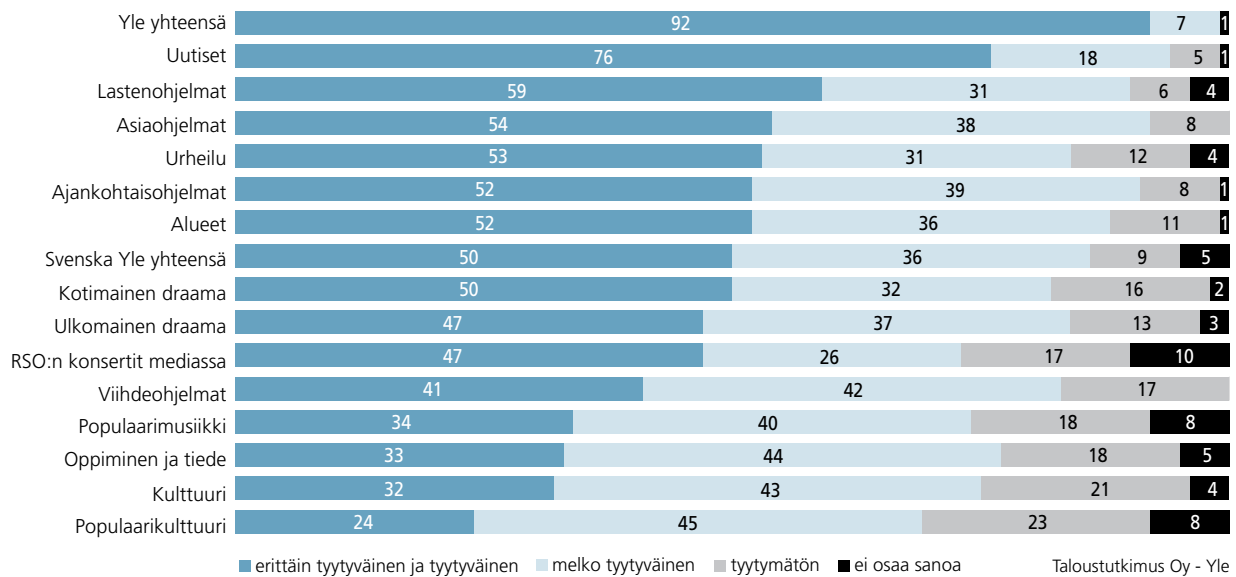
tavoittavatkin tarjonnan tiheyden huomioon ottaen parhaiten viikokotasolla arvioituna: fakta 74 %, fiktio 50 %, nuortenohjelmat 34 % (koko ruotsinkielisessä väestössä, nuorista 56 %) ja pohjoismainen draama 43 %. Erityistä kasvua on tapahtunut faktan tavoitavuudessa päivittäin ja viikoittain uuden, päivittäisen aamu-tv-ohjelman myötä, myös pohjoismainen draama tavoittaa merkittävästi entistä paremmin.

Tyytyväisyys Svenska Ylen ohjelma-alueisiin on korkealla tasolla ja entisestään kasvanut, kun ohjelma-alueisiin yhteensä on vähintään tyytyväisiä 99 % tavoitetuista ruotsinkielisistä (v. 2009 95 %). Uutisiin ja urheiluun ollaan myös entistä tyytyväisimpiä, mutta myös faktaan ovat vähintään tyytyväisiä selvästi yli puolet tavoitetuista.

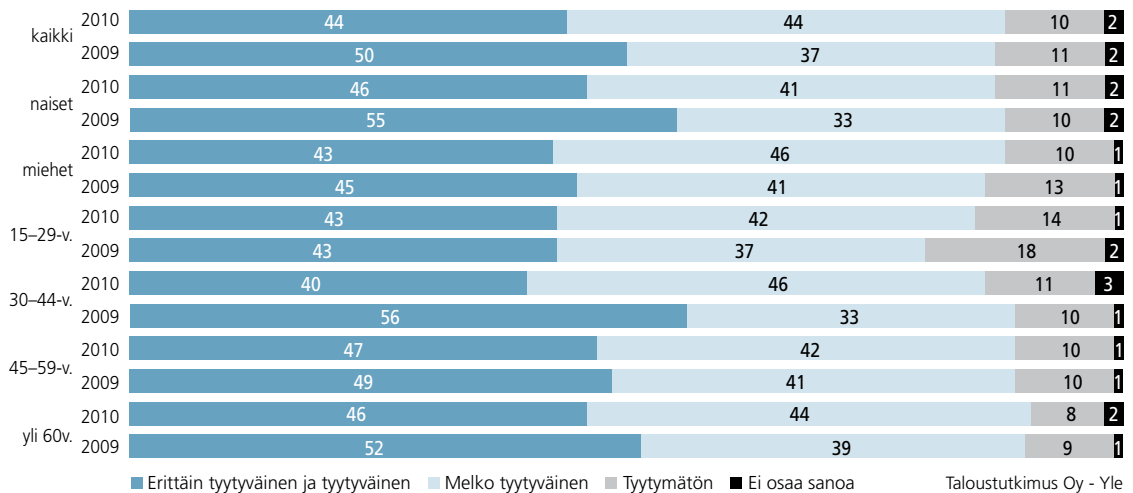
Ylen ohjelma-alueiden tavoittavuus v. 2010
(% väestöstä)



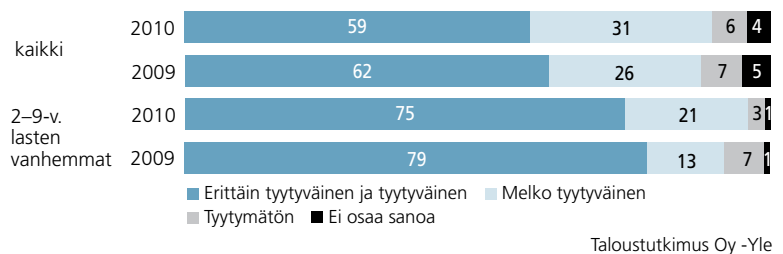
Tyytyväisyys Ylen ohjelma-alueisiin v. 2010 (% tavoitetuista)



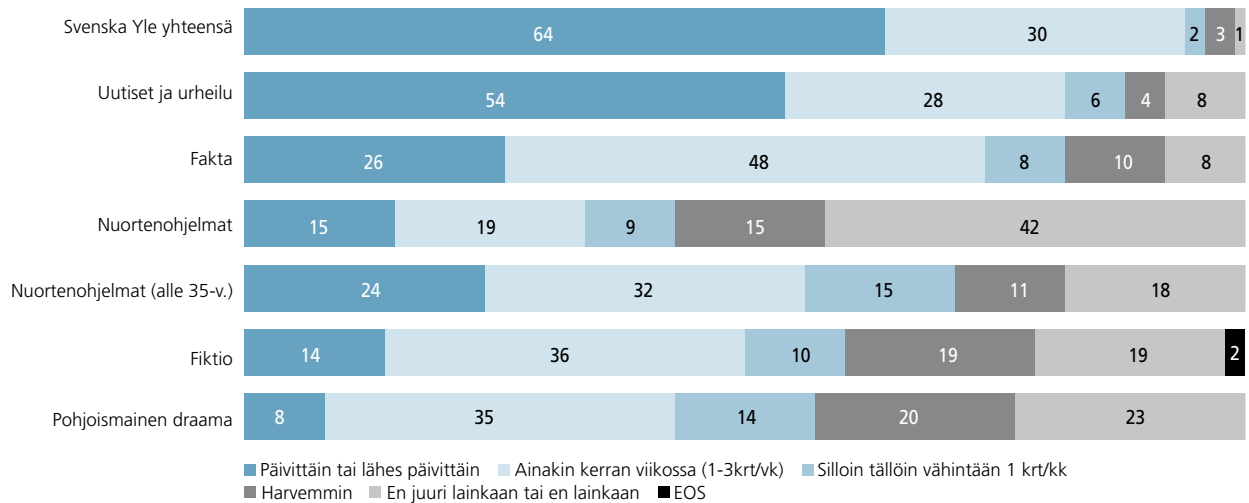
Tyytyväisyys Ylen mediatarjontaan v. 2009 ja 2010 (tv, radio, internet, % tavoitetuista)



Tyytyväisyys Ylen lastenohjelmiin v. 2009 ja 2010 (% kaikista tavoitetuista ja 2-9-v. lasten vanhemmista)

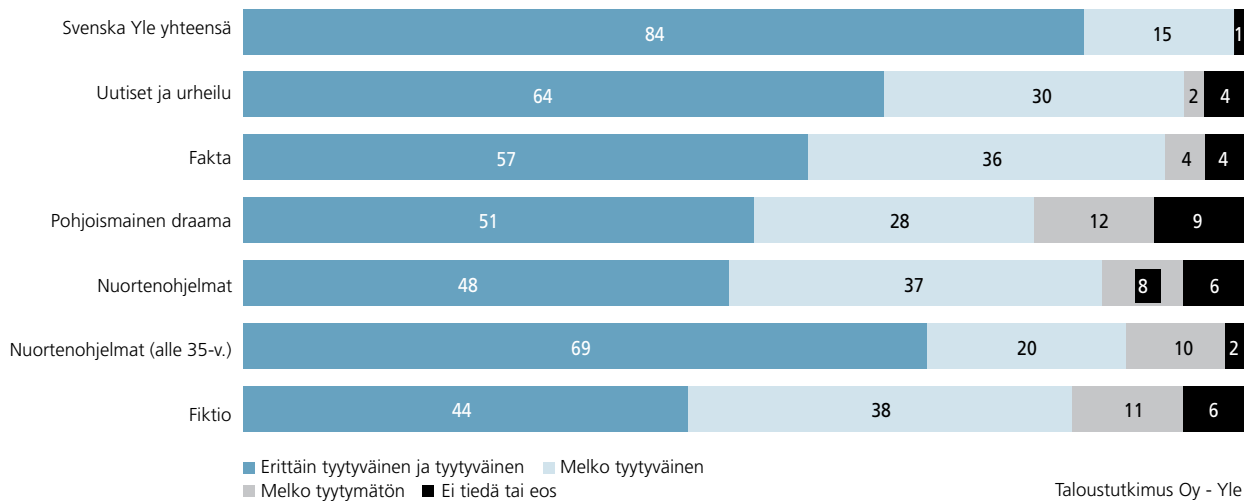


Svenska Ylen ohjelma-alueiden tavoitavuus v. 2010 (% ruotsinkielisestä väestöstä)



Taloustutkimus Oy - Yle

Tyytyväisyys Svenska Yleen v. 2010 (% tavoitetusta ruotsinkielisestä väestöstä)



Taloustutkimus Oy - Yle

4. Ylen medioiden yleisöt

4.1 Television katselu

Kaikki katsojat

Tavoittavuus. Televisio tavoitti vuonna 2010 päivittäin 73 % väestöstä, eli noin 3,7 miljoonaa yli 4-vuotiaista suomalaista, 1 prosenttiyksikköä edellisvuotta enemmän. Ylen kanavat tavoittavat päivittäin 60 % suomalaisista, MTV3 51 % ja Nelonen 35 %. Viikon aikana Ylen kanavat tavoittavat 87 % yli 4-vuotiaista suomalaisista, ja kaiken kaikkiaan televisio tavoittaa viikon aikana 93 % suomalaisista.

Katseluaika. Vuonna 2010 yli 4-vuotiaat katselivat televisiota päivittäin 2 tuntia 52 minuuttia eli 2 minuuttia edellisvuotta enemmän. Suurta kasvua ei enää ole tullut v. 2008 alusta käyttöönotetun uuden mittaamenetelmän vuoksi (vieraskatselun ja viikon aikana tallennettujen ja katseltujen ohjelmien myötä). Ylen kanavien osuus nousi 45 %:iin v. 2009 43,7 %:sta. Vuosi 2010 oli poikkeuksellisten suurten urheilutapahtumien vuosi; vuosi alkoi Vancouverin talviolympialaisilla, jatkui keväällä jääkiekon MM-kisoilla ja kesällä MM-jalkapallolla Etelä-Afrikasta. Tulos näkyy erityisesti YLE TV2:n markkinaosuudessa, joka urheilun myötä kasvoi 0,9 prosenttiyksiköllä. Mutta myös YLE TV1:n osuus nousi 0,4 prosenttiyksiköllä 21,8 %:iin ja markkinajohtajaksi, samalla kun MTV3:n osuus laski v. 2009 22,6 %:sta v. 2010 21,4 %:iin. YLE Teeman ja YLE FST5:n osuudet pysyivät lähes ennallaan. Vapaista kaupallisista kanavista Nelosen osuus laski 9,1 %:iin, Subin 6,5 %:iin, mutta JIMin osuus nousi hieman. Neljän suurimman kanavan yhteinen markkinaosuus oli v. 2010 71,5 %, kun se vielä v. 2009 oli 72,2 %. Tulos on edelleen suuri, mutta näyttää olevan hitaasti hiipumassa teemakanavien hyväksi.

Vuonna 2010 Ylen osuus yli 65-vuotiaiden tv:n katselusta oli yli 60 %, kun taas kaupallisten tv-kanavien osuus alle 45-v. katsojien ikäryhmissä oli yli puolet tv:n katselujasta. 45–64-vuotiaiden katselu jakaantuu varsin tasan Ylen ja kaupallisten kanavien kesken. Tv:n katseluaika ikäryhmittäin pysyi edellisvuoden tasolla.

> TV-mittaritutkimuksessa (perustuu 1000 talouden otokseen eli n. 2 200 henkilöä, toteuttaa Finnpanel Oy) television tavoittavuudella tarkoitetaan niiden katselijoiden suhteellista määrää tutkitussa väestössä, jotka katsovat tv:tä vähintään yhden minuutin päivän aikana. Tv:n katseluaika lasketaan katseluun käytetystä ajasta koko tutkitavaan väestöön suhteutettuna. Katselussa otetaan huomioon sekä kaikkien talouden jäsenten että vieraiden live-katselu ja myös viikon aikana tallennettujen ja katseltujen ohjelmien katselu.

Ruotsinkieliset katsojat

Suomen ruotsinkielisen väestön tv:n katselu eroaa koko väestön katselusta, koska Ruotsin tv-kanavilla on hyvä näkyvyys rannikkoalueella ja niitä voi vastaanottaa maksu-tv:ssä missä tahansa kaapeliteitse. Ruotsinkieliset katsovat paljon myös suomenkielisiä tv-kanavia, ja Yle palvelee ruotsinkielisiä myös omalla YLE FST5-kanavalla.

Tavoittavuus. Televisio tavoitti vuonna 2010 päivittäin 69 % (v. 2009 68 %) yli 10-vuotiaista ruotsinkielisistä, Ylen kanavat yhteensä 55 % (v. 2009 54 %). Parhaiten eri kanavista tavoittaa YLE TV1 41 %, MTV3 tavoittaa 38 %, YLE TV2 35 % ja YLE FST5 32 % ruotsinkielisestä väestöstä. Ruotsin kanavista SVT:n kanavat tavoittivat yhteensä 14 %, TV4 Sverige 9 % ja SVT Europa 9 %.

Katseluaika. Vuonna 2010 ruotsinkieliset katselivat televisiota päivittäin 2 tuntia 25 minuuttia (v. 2009 yhteensä 2 t 22 min). Ylen kanavien yhteenlaskettu osuus on 38 % katseluun käytetystä ajasta kuten myös v. 2009. Yksittäisistä kanavista katsotuina oli YLE TV1 17 %, MTV3:n osuus oli 13 %, YLE TV2 12 %, YLE FST5:n 7 %. Ruotsin kanavien osuus oli yhteensä 13 %.

Katsotuimmat tv-ohjelmat ja tv-ohjelmaluokat

Vuoden katsotuimman ohjelma oli vuonna 2010 Tasavallan presidentin itsenäisyyspäivän vastaanotto (YLE TV1). Näin on ollut aina tv-mittaritutkimuksen alusta, v. 1987 lähtien ja ohjelma on jäänyt lähettämättä vain yhtenä vuonna toimittajakunnan lakon vuoksi. Yleisömäärä oli

viime vuonna 2,1 miljoonaa katsojaa, kun 45 % senhetkisestä koko katsojamäärästä katseli vastaanottoa. Toiseksi katsotuin on myös tuttu: vastaanoton aikana YLE Uutisten lähetys tavoitti lähes yhtä suuret katsojamäärät kuin itse vastaanotto. Kolmanneksi katsotuin oli Tanssii Tähtien kanssa finaali (MTV3), jota seurasi 1,4 miljoonaa katsojaa. Seuraaviksi katsotuihin olivat suuria urheilutapahtumia, joissa suomalaiset ovat menestyneet: Mäkihypyn MC (MTV3 ja 1,4 miljoonaa katsojaa) ja Jääkiekon MM, erityisesti sen Suomi-Venäjä-ottelu (YLE TV2), jota seurasi 1,2 miljoonaa katsojaa.

Suurimpien kanavien (71,5 % kokonaiskatselusta) katselua ohjelmaluokittain tarkastellen fakta kiinnostaa edelleen. Erityisesti Ylen kanavilla asiaohjelmiston katselu korostuu, koska tarjontaa on merkittävästi enemmän kuin muilla tv-yhtiöillä. YLE TV1:n painotus uutis- ja ajankohtaisjournalismiin, kansainväliseen näkökulmaan, dokumentteihin, kulttuuriin sekä tieteen ja oppimisen palveluihin näkyy näiden ohjelmien katseluosuuksissa. Toki kanavan kotimaista viihdettä ja fiktiota sekä ulkomaisia elokuvia ja sarjojakin katsotaan. Faktaohjelmien katselun osuus kaikesta katselusta on yli 56 %. YLE TV2:n suuntautuminen urheiluohjelmiin (35 %) ja viihteeseen (20 %) näkyy sekin katselussa asiaohjelmien (22 %) ohella. Nelosen katselusta lähes puolet (49 %) käsittää ulkomaisia sarjafilmejä ja elokuvia sekä vähemmässä määrin kotimaista viihdettä ja fiktiota (29 %). MTV3 sijoittuu välimaastoon: faktaohjelmat ja urheilu painottuvat kanavan katselussa (34 %), mikä on selvästi enemmän kuin Nelosella. Ulkomainen fiktio (35 %) kiinnostaa taas vastaavasti vähemmän.

Alueellisten tv-uutisten katselu

Alueelliset tv-uutiset ovat saaneet erittäin hyvän vastaanoton ja saavuttaneet nopeasti arvostetun aseman Ylen uutisohjelmistossa. Ylen alueelliset tv-uutiset tavoittavat alueilla viikoittain ensilähetyksillään yhteensä yli 1,1 miljoonaa katsojaa. Uusintoineen koko maassa ne tavoittavat viikossa yhteensä yli 1,6 miljoonaa katsojaa.

Suhteellisesti eniten alueellisia tv-uutisia katsotaan ensilähetyksinä Keski-Suomessa (30 %) ja Pohjois-Suomessa (29 %), vaikka määrällisesti eniten katsojia on Uudellamaalla (yht. 211 000), missä vain noin joka seitsemäs (15 %) seuraa alueuutisia viikoittain. Koko maassa eri alueiden lähetykset kiinnostavat saman verran, vaikka Uudenmaan lähetykset kiinnostavat jonkin verran muita vähemmän.

Teksti-tv:n katselu

Teksti-tv on nykyään jo lähes kaikissa tv-vastaanottimissa ja Suomessa teksti-tv tavoittaaakin 83 % talouksista, mikä on 4 prosenttiyksikköä edellisvuotta vähemmän. Tv-vastaanottimia oli Tilastokeskuksen laitetiedustelujen mukaan kaikkiaan v. 2010 lopussa 91 %:ssa eli 2,3 miljoonassa taloudessa.

Teksti-tv:n palveluja käyttää suuri osa niistä, joilla on tv-vastaanottimessaan teksti-tv, vaikka käyttäjien määrä on selvästi vähentynyt vuodesta 2004 lähtien. Vuonna 2010 teksti-tv-talouksissa asuvista 62 % eli yli 2,3 miljoonaa katsojaa käytti teksti-tv:tä. Vielä vuonna 2009 käyttäjiä oli 68 % niistä, joiden taloudessa on teksti-tv.

Suurin käyttäjäryhmä eri ikäryhmistä ovat 35–49-vuotiaat kuten aiempinakin vuosina. Vähiten palveluja käyttävät alle 25-vuotiaat katsojat, mutta he katsovat myös yleensä keskimääräistä vähemmän televisiota. Nykyään niissä talouksissa, joissa on myös laajakaistayhteys, käytetään tv:n teksti-tv-palveluja vähemmän kuin viime vuosina. YLE Teksti-TV on edelleen käytetyin suomalainen teksti-tv-palvelu, jota käyttää viikossa 73 % teksti-tv:n käyttäjistä, tulos on vähentynyt 6 prosenttiyksikköä vuodesta 2009. Erityisesti useammin kuin kerran päivässä tapahtuva käyttö on vähentynyt 5 prosenttiyksiköllä. Edelleen YLE Teksti-TV:llä on viikossa noin 1,7 miljoonaa käyttäjää.

Suosituimpia sivustoja ovat kotimaan uutiset, joita seuraa säännöllisesti 51 %, ulkomaan uutisia seuraa 31 %, urheilusivustoja 30 % ja säätietoja 29 % säännöllisistä teksti-tv:n käyttäjistä. YLE Teksti-TV:n palveluihin kuuluvat myös mm. kuulovammaispalvelut kuten ohjelma-tekstitys.

4.2 Radionkuuntelu

Kaikki kuuntelijat

Tavoittavuus. Lähes kaikki suomalaiset eli 96 % yli 9-vuotiaasta väestöstä kuuntelee radiota viikon aikana. Keskimääräisenä päivänä radio tavoittaa 78 % väestöstä. Vuonna 2010 Ylen radiokanavat tavoittivat viikossa yhteensä 63 % (v. 2009 62 %) ja päivittäinen tavoittavuus oli 44 % kuten edellisenäkin vuonna. Viikon aikana YLE Radio Suomi on kuunnelluin kanava tavoittaessaan 44 % (v. 2009 44 %) väestöstä. Päivittäinen tavoittavuus oli 29 % eli lähes joka kolmas suomalainen tavoitetaan myös päivätasolla.

Kuuntelu-aika. Vuonna 2010 radion päivittäinen kuuntelu-aika oli keskimäärin 3 tuntia 10 minuuttia eli yhden minuutin edellisvuotta vähemmän. Ylen osuus radion kuuntelusta on noussut 1 prosenttiyksiköllä 53 %:iin. YLE Radio Suomi on edelleen markkinajohtaja: 37 % (v. 2009 36 %) kaikesta kuunteluun käytetystä ajasta käytetään Radio Suomen ja sen maakuntaradioiden kuunteluun. Kulttuuriin ja klassiseen musiikkiin keskittyvän YLE Radio 1:n osuus oli 8 % (v. 2009 7 %). Populaarimusiikkiin suuntautuneen YleX:n osuus laski 4 %:iin vuoden 2009 5 %:sta koko väestössä; kanavan pääkohderyhmän, alle 15–34-vuotiaiden kuunteluosuus oli 14 %.

Selvästi muita enemmän radiota kuuntelevat päivittäin yli 55-vuotiaat, jotka myös kuuntelevat selvästi eniten Ylen kanavia: 55–64-vuotiaat 82 % kuunteluajastaan, yli 65-vuotiaat lähes 85 % kuuntelustaan. Yli 45-vuotiaiden kuunnelluin yksittäinen kanava on edelleen YLE Radio Suomi. 45–54-vuotiaat kuuntelevat kuitenkin kaksi tuntia päivässä myös kaupallisia radiokanavia. 15–24-vuotiaiden kuunnelluimman kanavan aseman jakavat YleX yhdessä Radio Rockin ja NRJ:n kanssa. YLE Radio 1:tä kuuntelevat selvästi eniten yli 65-vuotiaat.

- > **Kansallisessa Radiotutkimuksessa (otos käsittää yhteensä yli 18 000 henkilöä maakunnittain, toteuttaa Finnpanel Oy) tavoittavuudella tarkoitetaan tutkimuksessa väestössä niiden kuuntelijoiden suhteellista määrää, jotka kuuntelevat radiota vähintään puolet yhdestä 15-minuuttisjaksosta tarkasteltavana ajanjaksona. Radion kuuntelu-aika lasketaan niiden 15-minuuttisjaksojen määrästä, jolla vastanneet ovat merkinneet kuunnelleensa radiota.**

Ruotsinkieliset kuuntelijat

Ruotsinkielisen väestön radionkuuntelu eroaa suomenkielisestä valtaväestön kuuntelusta kuten tv:n katselukin, mutta ruotsinkielisillä radiopalveluilla on heille kielen vuoksi vielä suurempi merkitys kuin televisiopalveluilla, koska kuvaa tai sen mukana tekstitystä ei ole käytettävissä.

Tavoittavuus. Vuonna 2010 radio tavoitti ja sitä kuunneltiin lähes samassa määrin ruotsinkielisen kuin suomenkielisen väestönkin keskuudessa. Viikoittain 93 % Suomen ruotsinkielisestä väestöstä kuuntelee radiota, päivittäin 77 %. YLE Radio Vegaa kuuntelee viikoittain 61 % ruotsinkielisistä (v. 2009 58 %), päivittäin 45 % (v. 2009 42 %). Ylen suomenkielisiä radiokanavia kuuntelee noin

joka viides (21 %, v. 2009 24 %). YLE X3Miä kuuntelee viikoittain 35 % kaikista ruotsinkielisistä. Radio Nova on kaupallisista radioista kuunnelluin ja tavoittaa viikon aikana 26 %. Kaupalliset radiot tavoittavat yhteensä yli puolet ruotsinkielisistä (53 %) ja Sveriges Radio 7 % ruotsinkielisistä.

Kuuntelu-aika. Ruotsinkielisten päivittäinen radion kuuntelu-aika oli 2 tuntia 58 minuuttia eli kuuntelu-aika väheni yhdellä minuutilla edellisvuodesta. Ruotsinkielisten markkinajohtaja YLE Radio Vegan osuus on noussut 55 %:iin kuunteluajasta (v. 2009 51 %). YLE Radio Vegan kuuntelu on sitä yleisempää, mitä vanhemmasta ikäryhmästä on kysymys. YLE X3Min kuuntelijajoukossa taas on toisinpäin, mitä nuorempi, sitä enemmän kuuntelee. YLE X3Min osuus kuuntelusta oli koko ruotsinkielisestä väestöstä 12 %. Alle 35-vuotiaista keskimäärin enemmän kuin joka kolmas kuuntelee YLE X3Miä.

Maakuntaradioiden kuuntelu

YLE Radio Suomi lähettää sekä valtakunnallista että alueellista ohjelmaa 20 maakuntaradiossa, lisäksi YLE Radio Vegan taajuuksilla lähetetään ruotsinkielistä paikallista ohjelmaa 5 alueella. Vuonna 2010 kuten aiempinakin vuosina YLE Radio Suomen alueellinen ohjelmisto tavoittaa kuuntelijansa parhaiten Lapissa, missä 71 % asukkaista kuuntelee YLE Radio Suomea viikoittain (v. 2009 76 %). Toista ääripäätä edustaa eteläinen Suomi, jossa tarjonta on runsainta ja sen myötä kilpailu kovinta. Ylen aikaisen alueella, pääkaupunkiseudulla tavoitetaan viikoittain runsas kolmannes (34 %) yli 9-vuotiaasta väestöstä. Määrällisesti tämä tarkoittaa kuitenkin peräti 382 000 kuulijaa, kun Lapissa kuulijoita on viikossa yhteensä 77 000.

4.3 Internetpalvelujen käyttö

Internetin yleisimpien palvelujen käyttö

Internetin yleisyys kotitalouksissa kasvoi vuonna 2009 81 %:iin (v. 2009 78 %) ja sen eri palveluja käytti viimeksi kuluneiden 3 kuukauden aikana v. 2010 jo 86 % kaikista 16–74-vuotiaista. Yleisimmät käyttötarkoitukset ovat pankkiasioiden hoito ja sähköpostin käyttö, joita käyttää 77 % koko väestöstä. Mediapalvelujen käyttö sekä tavaroiden ja palvelujen etsintä internetistä ovat kuitenkin jo yhtä yleisiä (76 % väestöstä).

Suosituimpien suomalaisten internetpalvelujen käyttö

Suosituimpien suomalaisten palvelujen lista on pysynyt viime vuodet varsin samanlaisena. Keskustelu- ja sosiaalisen median palvelut olivat pitkään suosituimpia (msn.fi, Messenger, Suomi 24.fi ja IRC-galleria), mutta sittemmin suurten mediatalojen internetpalvelujen kehittyessä ne ovat ohittaneet suosituimmuudessa muut palvelut. Koska mittari on kansallinen ja rakennettu pääosin kotimaisten mainostajien käyttöön, eivät siinä tule esille sellaiset Suomessakin suosituimpien joukossa olevat palvelut kuten Google, Facebook tai Youtube.

Vuonna 2010 kaikki suurimmat mediat ovat ohittaneet muut ja viisi suosituinta ovat nyt molemmat iltapäivälehdet, MTV3, Helsingin Sanomat ja Yle. Iltalehden käyttäjäselainten määrä on keskimäärin yli 2,5 miljoonaa viikossa, MTV3:n yli 1,8 miljoonaa, HS:n yli 1,6 miljoonaa ja Ylen lähes 1,5 miljoonaa. Ylen internetpalvelujen suosituimmuus on noussut seitsemänneltä sijalta viidenneksi.

> TNS Metrix internetin kävijämäärämittaus Suomessa on alan yhteinen mittari (toteuttajana TNS Gallup Oy), joka tarjoaa vertailukelpoisia tilastoja niiden suomalaisten internetpalvelujen välillä, jotka osallistuvat mittaukseen. Mittaus on selainpohjainen ja mittaa eri selainten käyttöä: TNS Metrix asettaa käyttäjän selaimen evästeen, jolla yksittäiset selaimet tunnistetaan käynnin aikana sekä käyntien välillä uniikeiksi. Koska mittaus ei tunnista, kuka tietokoneita käyttää, haasteeksi on muodostunut sekä saman henkilön useampien selainten käyttäminen että tietokoneiden yhteiskäyttö usean henkilön kesken. Näitä ongelmia korjataan mittauksen korjauskertoimilla.

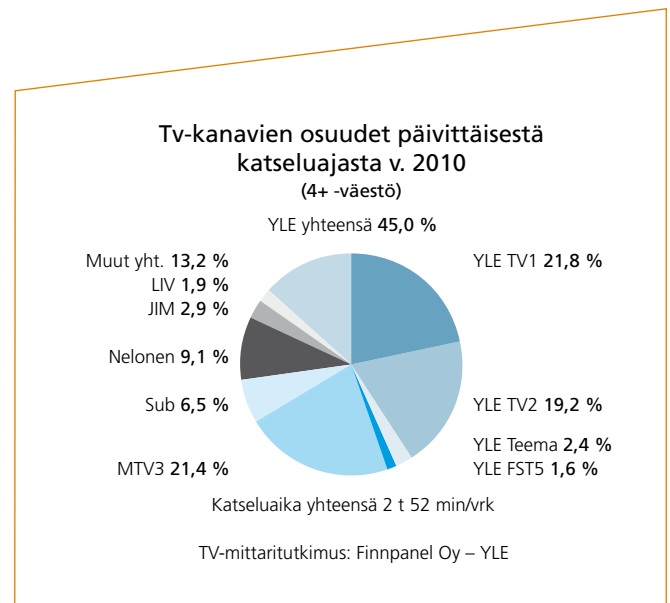
Ylen internetpalvelujen käyttö

Ylellä on sekä suomenkielinen (yle.fi) että ruotsinkielinen (svenska.yle.fi) palvelusivusto internetissä.

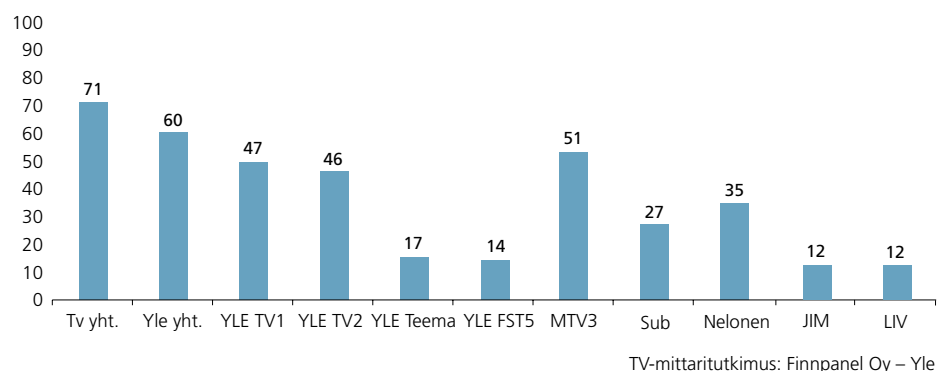
Yle.fi:n kävijämäärä on edelleen kasvanut vuoden 2010 aikana. Syksyllä 2010 sivustoilla vieraili keskimäärin 1,46 miljoonaa eri kävijää viikossa eli yli 200 000 kävijää edellisyksyä enemmän.

Svenska.yle.fi:ssä kävijämäärä oli vuonna 2010 keskimäärin 83 000 eri kävijää viikossa.

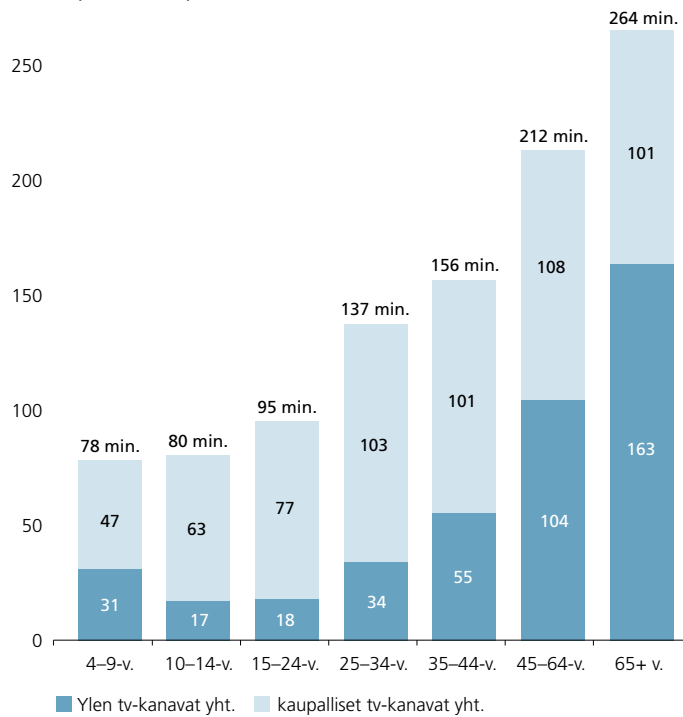
Suosituin palvelu on uutiset, urheilu ja sää, jotka tavoittavat keskimäärin lähes miljoona selainta viikossa. Myös YLE Areenan audio- ja videopalvelut tavoittavat viikossa lähes 400 000 selainta. Lasten palvelu on kolmanneksi suosituin, keskimäärin runsaasti yli 100 000 selainta viikossa.



Tv-kanavien päivittäinen tavoitavuus v. 2010 (% koko 4+ väestö)

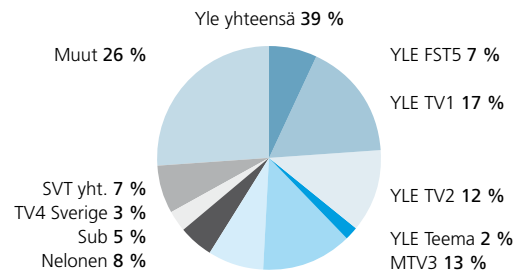


Tv:n katselu-aika ikäryhmittäin (min/päivä) v. 2010
(koko väestö)



TV-mittaritutkimus: Finnpanel Oy – Yle

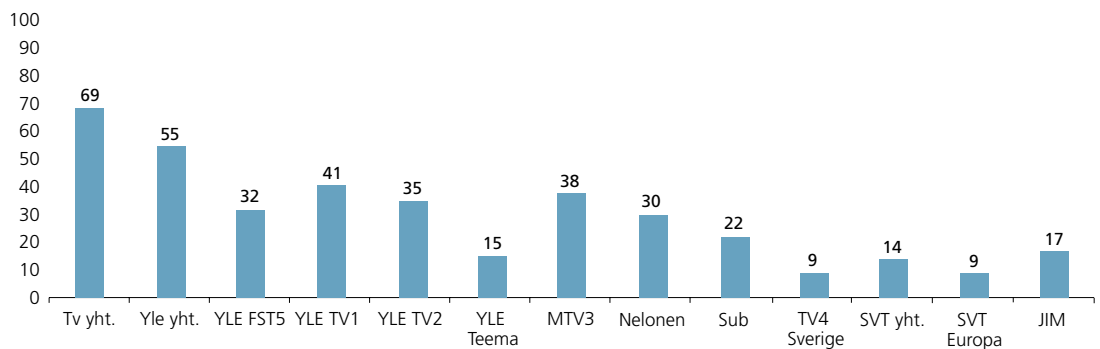
Tv-kanavien osuudet päivittäisestä katseluajasta v. 2010
(ruotsinkielisestä 10+ väestöstä)



Katselu-aika yhteensä 2 t 25 min/vrk

TV-mittaritutkimus: Finnpanel Oy – Svenska Yle

Tv-kanavien päivittäinen tavoitavuus (%) v. 2010
(ruotsinkielisestä 10+ väestöstä)



TV-mittaritutkimus: Finnpanel Oy – Svenska Yle

Katsotuimmat tv-ohjelmat v. 2010 (koko väestö, 10+)

Ohjelma	Pvä	Keskikattoja määrä	Osuus väestöstä%
Itsenäisyyspäivän vastaanotto, YLE TV1	su 6.12.2010	2 123 000	(45)
Tv-uutiset ja sää, YLE TV1	su 6.12.2010	2 036 000	(43)
Tanssii Tähtien kanssa, MTV3	su 28.11.2010	1 446 000	(31)
Mäkihyppyn MC: Bischofshofen, MTV3	ke 6.1.2010	1 445 000	(31)
Tv-uutiset, YLE TV2	ke 18.5.2010	1 271 000	(27)
Jääkiekon MM: Suomi-Venäjä, YLE TV2	ma 18.5.2010	1 206 000	(26)
Seitsemän Uutiset, MTV3	ke 6.1.2010	1 196 000	(25)
Miss Suomi 2010, MTV3	su 17.1.2010	1 117 000	(24)
Jääkiekon MM: Saksa-Suomi, YLE TV2	ke 10.5.2010	1 112 000	(24)
Kymmenen Uutiset, MTV3	to 27.5.2010	1 096 000	(23)

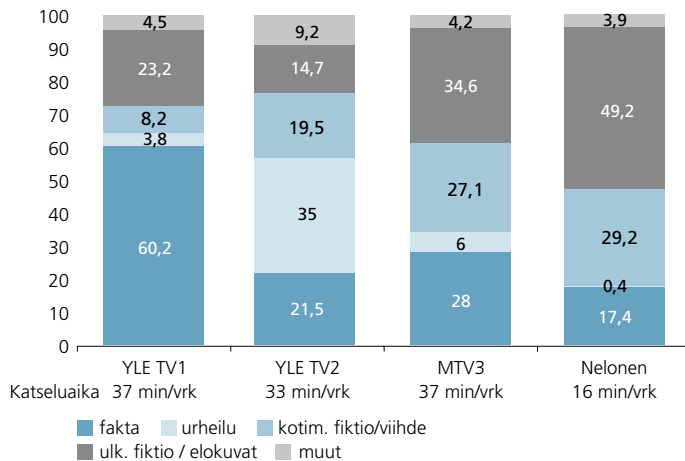
Vain paras esityskerta huomioitu

TV-mittaritutkimus: Finnpanel Oy



YleX Pop

Ohjelmaluokkien osuus tv-kanavan katselusta v. 2010 (koko väestö 4+)



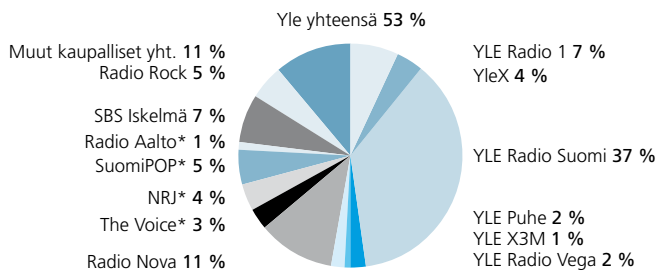
TV-mittaritutkimus: Finnpanel Oy – Yle

Tv:n alueuutisten katselu v. 2010

Alue	Ensilähetyksillä		Uusinta koko maassa	
	%	1 000 hlöä	%	1 000 hlöä
Keski-Suomi	30	87	4	209
Pohjois-Suomi	29	166	5	231
Kaakkois-Suomi	28	92	4	190
Pohjanmaa	26	115	4	217
Itä-Suomi	25	130	4	218
Lounais-Suomi	21	128	4	200
Häme	19	178	4	211
Uusimaa	15	211	3	166

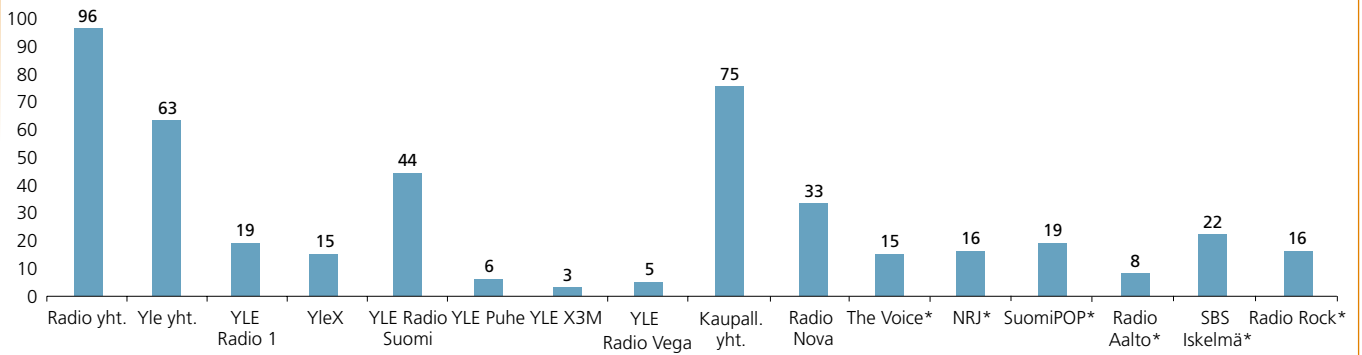
TV-mittaritutkimus: Finnpanel Oy - Yle

Radiokanavien osuudet päivittäisestä kuunteluajasta v. 2010 (koko 9+ -väestö)



* kuuluvuusalue vain osa Suomea
 Kuunteluaika yht. 3 t 10 min/vrk
 KRT: Finnpanel Oy – Yle

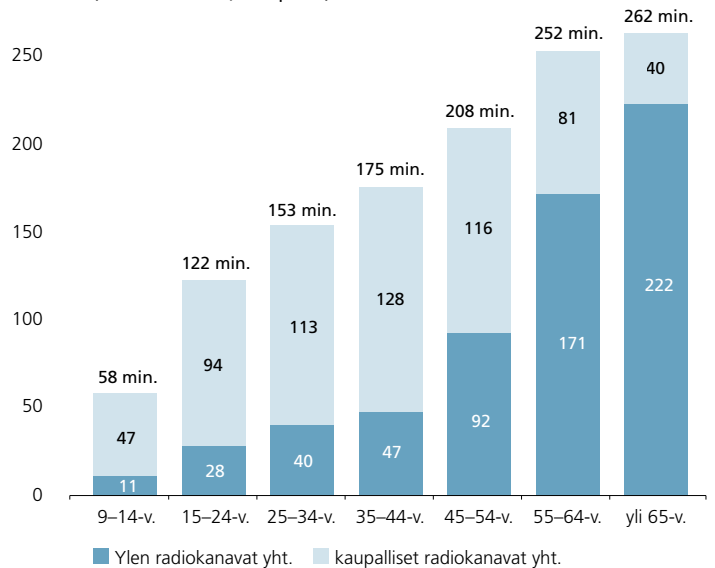
Radiokanavien viikoittainen tavoitavuus v. 2010 (% koko 9+ väestöstä)



* kuuluvuusalue vain osa Suomea

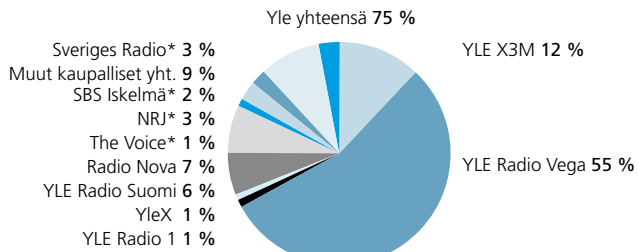
TV-mittaritutkimus: Finnpanel Oy – Yle

Radionkuuntelu ikäryhmittäin v. 2010 (koko 9+ väestö, min/päivä)



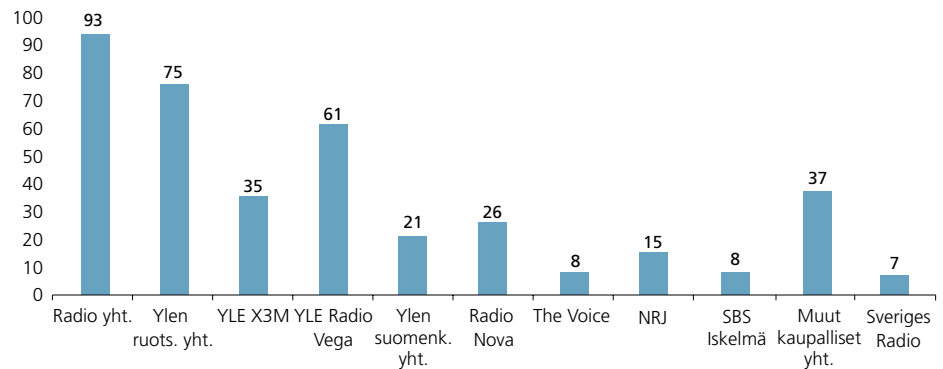
KRT: Finnpanel Oy – Yle

Radiokanavien osuudet päivittäisestä kuunteluaajasta v. 2010 (ruotsinkielisestä 9+ väestöstä)



* kuuluvuusalue vain osa Suomea
Kuuntelu-aika yht. 2 t 58 min/vrk
Ruotsinkielisen väestön kuuntelumittaus: Finnpanel Oy – Svenska Yle

Radiokanavien viikottainen tavoitavuus v. 2010 (% ruotsinkielisestä 9+ väestöstä)



Ruotsinkielisen väestön kuuntelumittaus: Finnpanel Oy – Svenska Yle

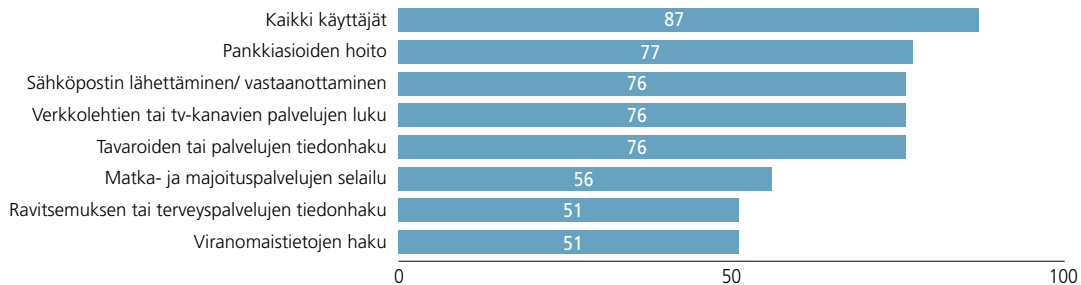
YLE Radio Suomen alueiden viikottavoitavuus v. 2010 *)

	viikkokuuntelijat %-osuus	1 000 hlöä
Lappi	71	77
Meri-Lappi	65	39
Etelä-Karjala	62	76
Pohjois-Karjala	59	90
Kymenlaakso	56	94
Etelä-Savo	55	80
Kainuu	52	39
Pohjois-Savo	51	114
Satakunta	48	100
Kanta-Häme	48	79
Päijät-Häme	48	86
Oulun lääni	47	160
Keski-Suomi	45	109
Pirkanmaa	40	167
Keski-Pohjanmaa	39	40
Itä-Uusimaa	38	42
Länsi-Uusimaa	38	49
Varsinais-Suomi	36	154
Etelä-Pohjanmaa	35	101
Ylen aikainen	34	382

*) joulukuu 2009 - marraskuu 2010

KRT: Finnpanel Oy - Yle

Internetin yleisimmät käyttötarkoitukset v. 2010 (% 16–74-v. väestöstä)



Tieto- ja viestintäteknikan käyttö 2010: Tilastokeskus

Suosituimmat suomalaiset internetpalvelut (syksy 2010)

Keskimääräiset
viikkoselaimet, vkot 35-52

Iltalehti	2 506 000
Ilta-Sanomat	2 088 000
MTV3	1 837 000
Helsingin Sanomat	1 637 000
Yle	1 462 000
Suomi24	1 300 000
Windows Live	1 258 000
MSN.fi	1 235 000
Taloussanomat	742 000
Kauppalehti.fi	680 000

TNS Metrix: TNS Gallup - Yle

Ylen internetin pääpalvelujen käyttö eri selaimilta (syksy 2010)

Palvelut Käyttö eri selaimilta
keskimäärin viikossa

YLE Uutiset (sis. urheilu ja sää)	907 000
YLE Areena	373 000
Lasten sisällöt	117 000
YLE Elävä arkisto	83 000
YleX	76 000

TNS Metrix: TNS Gallup - Yle



1.



1. Yleisurheilun Eliittikisat
2. Tärkeät urheilutapahtumat ovat Ylen katsotuiimpien ohjelmien joukossa.

2.



Liitetaulukot

Koko väestön tv:n katselu 2010

KATSELUUN KESKIMÄÄRIN KÄYTETTY AIKA 2010 (min/päivä)

	kaikki 10+	kaikki 4+	4-9-v.	10-14-v.	15-24-v.	25-34-v.	35-44-v.	45-64-v.	yli 65-v.	maanvilj./ yrittäjät	työntekijät	al.toimih.	yl.toimih.	eläk.	opisk./ koul.
YLE TV1	40	37	4	4	5	12	25	52	88	37	30	30	28	84	6
YLE TV2	34	33	26	12	11	18	24	43	61	29	29	27	24	61	11
YLE Teema	5	4	0	1	1	2	4	6	9	4	4	3	4	8	1
YLE FST5	3	3	1	1	1	2	3	4	5	3	2	2	3	5	1
Yle yht.	81	77	31	17	18	34	55	104	163	73	64	63	58	159	19
MTV3	38	37	14	18	20	30	35	46	55	35	37	43	25	57	18
Sub	12	11	4	11	14	16	13	10	8	10	14	13	8	9	12
MTV Media yht.**	54	52	26	31	37	51	53	61	65	48	58	61	36	69	33
Nelonen	17	16	7	12	15	21	21	17	12	16	20	20	13	14	13
JIM	5	5	1	4	5	7	7	5	3	5	8	5	3	4	4
LIV	3	3	1	2	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3
Nelonen media yht.*	27	26	10	18	25	34	33	28	19	26	35	31	21	23	21
Muut yht.	22	22	20	18	19	24	21	26	20	18	30	22	18	23	16
Maksukanavat yht.	11	11	14	10	10	13	11	13	9	9	16	12	8	10	9
Kaupalliset yht.***	86	83	37	55	71	95	92	93	87	79	100	97	61	95	61
TV yht.	178	172	78	80	95	137	156	212	264	161	178	170	129	268	85

OSUUDET KATSELUSTA 2010 (%)

	kaikki 10+	kaikki 4+	4-9	10-14	15-24v.	25-34v.	35-44v.	45-64v.	yli 65v.	maanvilj./ yrittäjät	työntekijät	al.toimih.	yl.toimih.	eläk.	opisk./ koul.
YLE TV1	22	22	5	5	5	9	16	25	34	23	17	18	22	32	7
YLE TV2	19	19	34	15	11	13	15	20	23	18	16	16	18	23	13
YLE Teema	3	2	1	1	1	2	2	3	3	2	2	2	3	3	1
YLE FST5	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1
Yle yht.	45	45	41	21	19	25	35	49	62	46	36	37	45	59	22
MTV3	22	21	16	22	21	22	23	22	21	22	21	25	20	21	22
Sub	7	6	5	14	14	12	9	5	3	6	8	8	6	4	13
MTV Media yht.**	30	30	32	39	39	37	34	29	25	30	33	36	28	26	38
Nelonen	9	9	9	14	16	15	13	8	5	10	11	12	10	5	15
JIM	3	3	2	5	6	5	5	3	1	3	5	3	3	2	5
LIV	2	2	1	2	4	3	2	2	1	2	2	2	2	1	3
Nelonen media yht.*	15	15	12	23	27	25	21	13	7	16	19	18	16	9	25
Muut yht.	13	13	26	22	21	17	13	12	8	11	17	13	14	9	19
Maksukanavat yht.	6	7	18	12	11	9	7	6	3	6	9	7	6	4	10
Kaupalliset yht.***	49	49	46	69	75	69	59	44	33	49	56	57	48	35	71
TV yht.	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PÄIVITTÄINEN TAVOITTAUVUUS 2010 (%)

	kaikki 10+	kaikki 4+	4-9	10-14	15-24v.	25-34v.	35-44v.	45-64v.	yli 65v.	maanvilj./ yrittäjät	työntekijät	al.toimih.	yl.toimih.	eläk.	opisk./ koul.
YLE TV1	49	47	14	17	17	32	48	62	76	56	49	48	48	75	19
YLE TV2	47	46	40	27	22	36	45	56	67	49	48	46	42	66	25
YLE Teema	18	17	3	4	7	12	18	23	26	20	20	16	17	26	6
YLE FST5	15	14	4	4	6	10	16	20	20	18	15	14	16	21	6
Yle yht.	61	60	44	36	31	50	63	72	82	67	63	62	61	81	34
MTV3	53	51	25	34	33	50	55	60	63	57	58	58	48	64	34
Sub	28	27	13	27	26	35	34	28	22	31	34	31	26	25	26
MTV Media yht.**	59	58	37	46	41	58	62	65	66	62	65	64	55	67	43
Nelonen	36	35	19	28	28	40	42	40	32	39	42	42	34	35	28
JIM	19	18	6	13	16	22	24	21	13	21	28	19	17	16	15
LIV	13	12	3	7	11	16	16	15	10	15	17	15	13	11	10
Nelonen media yht.*	45	44	23	36	35	50	53	50	40	49	54	51	43	44	36
Maksukanavat yht.	16	16	16	14	14	18	17	17	11	14	21	17	15	13	13
Kaupalliset yht.***	65	64	44	54	47	65	69	71	70	69	71	70	63	72	50
TV yht.	74	73	61	60	51	70	76	80	85	77	77	77	72	85	55

* Nelonen Media yht. sisältää Nelosen, JIMin, Livin, Urheilukanavan ja Nelosen maksukanavien (2 kpl) katselun

** MTV Media yht. sisältää MTV3:n, Subin ja MTV:n maksukanavien (7 kpl) katselun

***Kaupalliset yht. sisältää mainosaikaa Suomessa myyvien kanavien katselun

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy - Yle

Sisältää ajansiirron ja vieraskatselun, pl. päivittäinen tavoitettavuus -taulukko.

Koko väestön radionkuuntelu v. 2010

KUUNTELUUN KÄYTETTY AIKA 2010 (min / keskim.päivä)

	yli 9-v.	miehet	naiset	9–14-v.	15–24-v.	25–34-v.	35–44-v.	45–54-v.	55–64-v.	yli 65-v.	työväestö	al.toimihlö	yl.toimihlö	maanvilj./ yrittäjä	koul.	opisk.	eläk.
YLE Radio 1	14	10	18	2	1	2	3	10	20	42	5	9	8	14	2	2	36
YleX	8	11	6	3	16	22	10	4	3	2	17	8	8	11	3	10	2
YLE Radio Suomi	69	69	70	5	6	11	27	72	136	157	57	47	37	96	5	7	154
YLE Puhe	3	3	3	0	1	1	2	3	3	6	2	2	2	3	0	1	6
YLE X3M	1	2	1	1	3	3	1	0	1	0	2	1	1	2	1	2	0
YLE Radio Vega	5	4	6	1	0	1	2	3	8	14	2	4	3	8	1	0	12
Yle yht.	101	98	104	11	28	40	47	92	171	222	86	70	60	134	11	23	210
Radio Nova	22	21	23	11	15	22	38	36	22	6	36	31	21	40	11	11	10
The Voice	5	4	6	8	12	9	7	4	1	0	8	7	5	4	8	10	0
NRJ	7	6	8	12	18	12	7	4	1	0	10	7	5	5	13	15	0
Radio Aalto	2	2	2	1	2	3	4	3	2	1	3	4	4	4	1	1	1
SBS Iskelmä	13	12	13	3	6	8	15	23	20	8	20	18	9	16	4	5	12
Radio Rock	9	14	4	3	16	22	16	5	2	0	20	9	9	8	3	12	1
SuomiPOP	10	13	7	4	12	17	20	12	4	1	23	10	11	13	3	7	2
Kaupalliset yht.	89	94	84	47	94	113	128	116	81	40	148	104	84	120	49	74	50
Radio yht.	190	192	188	58	122	153	175	208	252	262	234	175	145	254	60	97	261

OSUUDET KUUNTELUSTA 2010 (%; keskim.päivä)

	yli 9-v.	miehet	naiset	9–14-v.	15–24-v.	25–34-v.	35–44-v.	45–54-v.	55–64-v.	yli 65-v.	työväestö	al.toimihlö	yl.toimihlö	maanvilj./ yrittäjä	koul.	opisk.	eläk.
YLE Radio 1	7	5	10	3	1	2	2	5	8	16	2	5	6	6	3	2	14
YleX	4	6	3	5	13	14	6	2	1	1	7	5	5	4	5	11	1
YLE Radio Suomi	37	36	38	8	5	7	16	35	54	60	25	27	26	38	8	7	59
YLE Puhe	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
YLE X3M	1	1	1	1	3	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	0
YLE Radio Vega	2	2	3	1	0	1	1	2	3	5	1	2	2	3	1	0	5
Yle yht.	53	52	55	19	22	26	27	44	68	85	37	41	42	53	18	23	81
Radio Nova	11	11	12	19	12	15	21	17	9	2	15	17	14	16	19	12	4
The Voice	3	2	3	14	10	6	4	2	0	0	3	4	3	2	14	10	0
NRJ	4	3	4	21	15	8	4	2	0	0	4	4	4	2	21	15	0
Radio Aalto	1	1	1	2	1	2	2	2	1	0	1	2	3	1	1	1	0
SBS Iskelmä	7	7	7	6	5	5	9	11	8	3	9	10	6	6	6	5	5
Radio Rock	5	7	2	5	13	14	9	2	1	0	8	5	6	3	5	12	0
SuomiPOP	5	6	4	6	10	11	11	6	1	0	10	6	8	5	6	7	1
Kaupalliset yht.	47	49	45	81	78	74	73	56	32	15	63	60	58	47	82	77	19
Radio yht.	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PÄIVITTÄINEN TAVOITTAUVUUS 2010 (%)

	yli 9-v.	miehet	naiset	9–14-v.	15–24-v.	25–34-v.	35–44-v.	45–54-v.	55–64-v.	yli 65-v.	työväestö	al.toimihlö	yl.toimihlö	maanvilj./ yrittäjä	koul.	opisk.	eläk.
YLE Radio 1	9	8	11	3	2	2	4	8	13	25	4	7	8	8	3	2	21
YleX	6	7	5	4	11	14	6	4	2	2	9	6	7	7	4	9	2
YLE Radio Suomi	29	30	28	6	5	8	16	34	52	58	25	24	23	35	6	5	56
YLE Puhe	2	2	2	1	1	1	2	2	3	5	2	2	3	2	1	1	5
YLE X3M	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	0
YLE Radio Vega	2	2	3	1	0	1	2	2	4	5	1	2	3	3	1	1	5
Yle yht.	44	44	43	16	19	25	26	44	66	79	38	37	37	50	15	19	75
Radio Nova	15	14	15	16	11	15	24	23	13	5	20	20	17	21	16	10	6
The Voice	6	5	7	12	13	9	7	3	1	0	7	7	6	3	13	12	1
NRJ	7	6	8	16	17	10	7	4	1	0	8	7	6	4	16	15	0
Radio Aalto	2	2	3	2	2	3	4	3	2	1	3	3	5	3	2	2	1
SBS Iskelmä	9	9	10	6	5	6	10	16	14	6	13	12	8	11	6	4	8
Radio Rock	7	10	4	5	13	16	11	4	1	0	12	7	8	5	5	11	1
SuomiPOP	8	9	7	6	10	13	15	10	3	1	14	10	11	8	6	8	1
Kaupalliset yht.	50	50	49	50	57	60	65	59	41	24	64	59	57	53	51	54	28
Radio yht.	78	78	79	59	67	72	77	83	87	88	82	80	78	84	60	64	87

Ruotsinkielisen väestön radionkuuntelu vuonna 2010

KUUNTELUUN KÄYTETTY AIKA 2010 (min / keskim.päivä)

	kaikki yli 9-v.	miehet	naiset	9–14-v.	15–24-v.	25–34-v.	35–44-v.	45–54-v.	55–64-v.	65+ v.	maatalous/ muu yrittäjä	joht. as.oleva	toimihenk.	työväestö	opiskelija/ koulul.	eläk.	muu
X3M	22	26	18	13	41	46	32	24	7	6	41	17	18	45	22	5	13
Radio Vega	98	86	110	13	14	26	59	78	148	209	124	69	73	73	9	197	66
YLE Radio 1	2	2	2	0	0	0	0	1	3	4	2	2	1	1	0	3	3
YleX	1	2	1	1	1	6	2	1	1	0	2	2	3	2	1	0	1
YLE Radio Suomi	11	12	9	1	1	1	3	15	19	20	11	6	8	12	1	20	8
Yle yhteensä	134	129	140	29	58	80	96	119	177	239	180	96	103	134	33	226	92
Radio Nova	13	15	10	8	7	10	23	27	14	4	21	17	19	23	6	5	7
The Voice	2	1	3	3	4	4	5	2	0	0	1	2	3	4	3	0	3
NRJ	5	5	5	8	15	11	4	4	1	0	5	3	3	8	11	0	3
Radio Rock	4	7	2	2	10	12	6	2	1	0	6	7	1	10	5	0	3
Iskelmäradio	3	4	3	2	1	2	3	5	7	2	2	2	7	5	1	3	3
Kaupalliset yhteensä	39	45	33	25	46	56	58	61	33	13	51	45	47	70	33	15	33
Sveriges radio	5	5	4	1	2	6	4	5	6	6	9	6	2	6	2	5	2
Radio yhteensä	178	179	177	54	107	143	159	185	216	258	240	147	152	209	68	246	128

OSUDET KUUNTELUSTA 2010 (%; keskim.päivä)

	kaikki yli 9-v.	miehet	naiset	9–14-v.	15–24-v.	25–34-v.	35–44-v.	45–54-v.	55–64-v.	65+ v.	maatalous/ muu yrittäjä	joht. as.oleva	toimihenk.	työväestö	opiskelija/ koulul.	eläk.	muu
X3M	12	15	10	25	39	33	20	13	3	2	17	12	12	22	32	2	10
Radio Vega	55	48	62	24	13	18	37	42	68	81	51	47	49	35	13	80	52
YLE Radio 1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	2	0	0	0	1	2
YleX	1	1	1	2	1	4	1	0	0	0	1	1	2	1	1	0	1
YLE Radio Suomi	6	7	5	2	1	1	2	8	9	8	5	4	6	6	1	8	6
Yle yhteensä	75	72	79	53	54	56	60	65	82	93	75	66	68	63	48	92	71
Radio Nova	7	9	6	14	7	7	15	15	6	2	9	11	12	11	9	2	6
The Voice	1	1	2	5	4	3	3	1	0	0	0	2	2	2	5	0	3
NRJ	3	3	3	14	14	7	3	2	0	0	2	2	2	4	16	0	3
Radio Rock	2	4	1	3	9	8	4	1	1	0	3	5	1	5	7	0	3
Iskelmäradio	2	2	2	3	1	2	2	3	3	1	1	2	5	3	2	1	2
Kaupalliset yhteensä	22	25	19	45	44	39	37	33	15	5	21	30	30	34	49	6	27
Sveriges radio	3	3	2	3	2	5	3	3	3	2	4	4	1	3	4	2	2
Radio yhteensä	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PÄIVITTÄINEN TAVOITTAUVUUS 2010 (%)

	kaikki yli 9-v.	miehet	naiset	9–14-v.	15–24-v.	25–34-v.	35–44-v.	45–54-v.	55–64-v.	65+ v.	maatalous/ muu yrittäjä	joht. as.oleva	toimihenk.	työväestö	opiskelija/ koulul.	eläk.	muu
X3M	17	19	15	20	31	29	21	17	8	5	23	18	16	25	24	5	13
Radio Vega	45	42	48	17	13	22	38	43	63	77	51	44	43	38	13	74	32
YLE Radio 1	2	2	2	1	0	1	1	2	4	4	2	3	1	1	1	3	2
YleX	1	2	1	2	1	4	2	1	1	0	1	2	3	2	1	0	2
YLE Radio Suomi	7	8	6	1	2	2	3	9	11	11	5	7	6	7	1	11	6
Yle yhteensä	61	60	62	34	41	48	54	59	74	85	68	61	58	61	35	83	46
Radio Nova	11	13	9	13	8	9	19	19	11	4	15	15	16	16	9	4	11
The Voice	3	2	3	5	6	4	5	2	0	0	1	2	3	3	6	0	3
NRJ	6	5	7	13	15	11	6	5	1	0	4	5	5	8	14	0	6
Radio Rock	3	5	2	2	7	9	5	3	1	0	5	5	4	5	5	0	3
Iskelmäradio	3	3	3	3	1	2	3	5	6	2	2	2	5	5	2	3	4
Kaupalliset yhteensä	29	31	27	34	36	38	40	39	24	11	29	36	35	40	34	12	33
Sveriges radio	3	3	3	2	1	2	3	3	4	4	5	3	1	4	1	3	1
Radio yhteensä	77	77	77	58	63	71	77	80	83	89	84	81	78	80	59	86	63

Lähde: Ruotsinkielinen KRT - Svenska Yle