

**Mainosaikatutkimus  
5-6/2002**

## SISÄLTÖ

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>YHTEENVETO</b> .....	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>TUTKIMUKSEN TOTEUTUS</b> .....	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>OHJELMAJAKSOJEN MÄÄRITTELY</b> .....	<b>6</b>
4.1	OHJELMA JA OHJELMISTO .....	6
4.2	MAINONTA.....	6
4.3	TELEOSTOSLÄHETYKSET.....	7
4.4	KATSOJAKILPAILUT .....	7
4.5	KUULUTUKSET JA TULEVIEN OHJELMIEN ESITTELY .....	7
4.6	KATKOTUNNUKSET .....	8
4.7	SPONSORITUNNISTEET .....	8
<b>5</b>	<b>MAINONNAN MÄÄRÄ JA SIJOITTELU</b> .....	<b>9</b>
5.1	MAINONNAN MÄÄRÄ TASATUNTIA KOHTI .....	9
5.2	MAINOSKATKOJEN MÄÄRÄ, KESTO JA SIJOITTELU .....	9
<b>6</b>	<b>OHJELMAN JA MAINONNAN EROTTAMINEN</b> .....	<b>10</b>
6.1	MAINOSKATKOJEN SISÄLTÖ .....	10
6.2	KANAVATUNNUSTEN KÄYTTÖ MAINOSKATKOJEN YHTEYDESSÄ.....	10
<b>7</b>	<b>MAINOSKATKOJEN VÄLIIN JÄÄVÄT OHJELMAOSAT</b> .....	<b>11</b>
7.1	MAINOSKATKOT JA OHJELMAOSIEN KESTO PITKISSÄ OHJELMISSA.....	11
7.2	MAINOSKATKOT JA OHJELMAOSIEN KESTO ELOKUVISSA .....	11
<b>8</b>	<b>SPONSORITUNNISTEIDEN KÄYTTÖ</b> .....	<b>12</b>
8.1	SPONSORITUNNISTEJAKSOJEN MÄÄRÄ, KESTO JA SIJOITTELU .....	12
8.2	SPONSORITUNNISTEIDEN SISÄLTÖ .....	13
8.2.1	<i>MTV3:n sponsoritunnisteet</i> .....	13
8.2.2	<i>Nelosen sponsoritunnisteet</i> .....	15

## **1 JOHDANTO**

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten valtakunnalliset kaupalliset televisiokanavat MTV3 ja Nelonen noudattavat televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain (744/98) säännöksiä mainonnasta, teleostoslähetysistä ja ohjelmien sponsoroinnista. Tutkimuksen aineiston keruu toteutettiin touko-kesäkuussa 2002. Kolme aiempaa vastaavaa tutkimusta on tehty syyskuusta 1999–2001.

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain (744/98) määräyksistä on tarkasteltu lähinnä mainonnan ajallista osuutta ohjelma-ajasta, mainoskatkojen sijoittelua ohjelmistoon ja mainosten erottamista muusta ohjelmistosta. Lisäksi on kiinnitetty huomiota sponsoritunnisteiden käyttöön. Lain ohella tutkimuksessa on hyödynnetty hallituksen esitystä televisio- ja radiotoimintaa koskevaan lainsäädäntöön (34/1998) ja EU:n televisiodirektiiviä (89/552/EY) muutettuna direktiivillä 97/36/EY).

## **2 YHTEENVETO**

Mainonnan enimmäismäärän ylittyminen yhtä tasatuntia kohti oli molemmilla kanavilla nyt yleisempää kuin aiemmillä tutkimuskerroilla. Erityisesti MTV3:lla tapahtui 12 minuutin ylityksiä usein. Tähän saattaa olla yhtenä selityksenä mittausajankohdan muuttaminen loppusyksystä loppukevääseen. (Ks. luku 5.1.)

Mainoskatkojen määrää pitkissä elokuvissa noudatetaan jälleen hyvin, samoin katkojen väliin jäävien ohjelmaosien pituutta koskevia säännöksiä. Sen sijaan muissa pitkissä ohjelmissa ns. 20 minuutin sääntö toteutuu vain harvoin. (Ks. luku 7.)

Mainontaa ja muita ohjelmapalveluja toisistaan erottavia kanavatunnuksia käytetään säännönmukaisesti, kun on kyse samaa ohjelmaa keskeyttävistä mainoskatkoista. Eri ohjelmien väliin sijoitettuja mainoksia ei sen sijaan eroteta erillisellä tunnuksella muista ohjelmista juuri koskaan. (Ks. luku 6.2.)

MTV3:lla lähes puolet ja Nelosella neljä viidestä sponsoritunnistejaksosta oli sijoitettu sponsoroitavan ohjelman reunoille. Vain noin joka kymmenes jakso oli nyt sijoitettu tulevien ohjelmien esittelyjen yhteyteen, kun viime syksynä noin joka kolmas jakso oli sijoitettu näin. (Ks. luku 8.1.) Sisällöltään sponsoritunnisteet muistuttavat yhä enenevässä määrin mainontaa, kuten luvun 8.2. kuvauksista käy ilmi.

### **3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

Tutkimusaineisto kerättiin nauhoittamalla MTV3:n ja Nelosen ohjelmistoa yhteensä 14 päivänä viikkojen 21–23 aikana niin, että jokainen viikonpäivä on kummastakin kanavasta yhden kerran mukana. Tutkimuksessa on keskitytty prime time -ohjelmistoon eli klo 18.00 ja 23.00 väliseen aikaan. Pitkät elokuvat, jotka alkoivat klo 22.30 mennessä, nauhoitettiin kuitenkin kokonaan. Nauhoituspäivät ja -ajat olivat seuraavat:

MTV3	ti 21.5.	18.00–23.40 (elokuvan loppuun)
MTV3	ma 27.5.	18.00–23.00
MTV3	ke 29.5.	18.00–23.00
MTV3	pe 31.5.	18.00–23.00
MTV3	la 1.6.	18.00–23.00
MTV3	su 2.6.	18.00–23.00
MTV3	to 6.6.	18.00–23.00
Nelonen	ma 20.5.	18.00–23.00
Nelonen	pe 24.5.	18.00–23.15 (elokuvan loppuun)
Nelonen	ti 28.5.	18.00–23.00
Nelonen	to 30.5.	18.00–23.00
Nelonen	la 1.6.	18.00–23.10 (elokuvan loppuun)
Nelonen	ke 5.6.	18.00–23.00
Nelonen	su 9.6.	18.00–23.25 (elokuvan loppuun)

Tutkimukseen valittujen päivien prime time -ohjelmatiedot on liitetty tämän raportin loppuun.

Tutkimuksessa käytettiin Panasonicin AG-TL350-aikaviivenauhuria, jossa nauhalle tallentuvat päivämäärä ja kellonaika sekunnin tarkkuudella. Videonauhoista puretut tutkimuspäiväkirjat ovat tämän raportin liitteinä. Niihin on merkitty kunkin ohjelmajakson nimi, alkamis- ja loppumisaika sekä mainosten ja sponsoritunnisteiden kestot minuutteina ja sekunteina. Ohjelmajaksot, joiden aikana tasatunti vaihtui, on pilkottu ajallisesti.

Tutkimuksen toteutuksesta on Viestintävirastossa vastannut Tiina Vainikainen. Laura Maanavilja on koonnut tutkimusaineiston ja osallistunut raportin kirjoittamiseen.

## **4 OHJELMAJAKSOJEN MÄÄRITTELY**

### **4.1 Ohjelma ja ohjelmisto**

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 2 §:n mukaan ohjelmistolla tarkoitetaan "televisio- ja radio-ohjelmien muodostamaa ennalta valikoitua kokonaisuutta". Hallituksen esityksessä todetaan, että "televisio-ohjelmistoissa ohjelmien tulee koostua pääasiassa liikkuvista kuvista ja ääniradio-ohjelmissa äänestä. Ohjelmien tulee olla myös pääasiassa toimitettuja tai ohjattuja". Tämän tarkemmin ohjelmaa ei ole määritelty laissa eikä televisiodirektiivissä.

Tutkimusjakson ohjelmat on merkitty tutkimuspäiväkirjoihin niiden nimellä. Ohjelmina on pidetty ohjelmatiedoissa ilmoitettuja ohjelmia. Näin ollen esimerkiksi epäsäännöllisesti esitettäviä lyhyitä uutiskatsauksia ("Uutisotsikot" ja "Uutisia lyhyesti") ei ole tutkimuksessa luokiteltu varsinaisiksi ohjelmiksi, vaan tulevien ohjelmien esittelyiksi. Erottelu on kuitenkin joiltakin osin ongelmallista, sillä televisiodirektiivi rinnastaa ohjelmaotteista koostuvat tulevien ohjelmien esittelyt ohjelmiin. Tätä luokittelua käsitellään myös luvussa 4.5.

### **4.2 Mainonta**

Lain 2 §:n mukaan televisio- ja radiomainonnalla tarkoitetaan "televisio- ja radiotoiminnassa lähetettävää mitä tahansa kauppaan, liike-elämään tai ammatinharjoitukseen liittyvää ilmoitusta, jonka julkinen tai yksityinen yritys lähettää maksua tai muuta vastiketta vastaan edistääkseen tavaroiden menekkiä tai palvelujen toimittamista, mukaan lukien kiinteä omaisuus tai oikeudet ja sitoumukset, tai edistääkseen omaa toimintaansa".

Televisiodirektiivin johdannon kohdassa 39 todetaan, että "omat myynninedistämistoimet ovat erityinen mainonnan muoto, jossa lähetystoiminnan harjoittaja mainostaa tuotteitaan, palvelujaan, ohjelmiaan tai kanaviaan". Näin ollen tässä tutkimuksessa mainoksiksi on luokiteltu esimerkiksi seuraavat ohjelmajaksot:

- MTV3:n tekstikanavalta tilattavien mobiilipalvelujen mainokset
- Nelosen tekstikanavalta tilattavien säätiedotus-mobiilipalvelujen mainokset
- Nelosen mainokset teemalla "Nelonen – jotain ihan muuta"
- mainos, jossa mainostetaan NRJ-radioasemaa, Kaivopuiston kesäkonserttia, Nelosella esitettävää konserttitaltointia ja Nelosen Internet-sivuilla järjestettävää kilpailua
- mainos, jossa Nelosen Törkytorstain juontajat kertovat Nelosen Internet-sivuilla järjestettävästä kilpailusta ja syövät Mars-patukoita (logo näkyy mainoksen lopussa)
- mainos, jossa esitetään ote Star Wars -elokuvasta ja teksti "Nelosen uutiset Skywalker Ranchilla, Episode II:n tähdet osoitteessa [www.nelonen.fi](http://www.nelonen.fi)"
- "The Slanted Lens" -mainos Nelosella

Mainontaan ei lueta trailereita eli ohjelmaotteista koostuvia esittelyohjelmia. Lain 29 §:n 3 momentin mukaan "mainontana ei pidetä lähetystoiminnan harjoittajan omia ohjelmia ja näihin suoraan liittyviä oheistuotteita koskevia kuulutuksia". Tällaisina tuotteina mainitaan hallituksen esityksessä esimerkiksi kieliohjelmiin liittyvät nauhoitteet ja kirjat. Tutkimusaineistossa tuotekuulutuksia ei esiintynyt. Tulevia ohjelmia koskevia kuulutuksia kuvaillaan luvussa 4.5.

Lain 29 §:n 3 momentin mukaan mainontaan ei lueta virallisia tiedotuksia ja korvauksetta lähetettäviä hyväntekeväisyysvetoomuksia. Tutkimusaineistossa oli yksi mahdollisesti

näihin kuuluva mainos. Nelonen esitti kerran WWF:n Operaatio Merenneidon mainoksen, jossa näkyi teksti "Mukana yhteistyössä Nelonen". Mainos on kuitenkin mukana yhteenlasketussa mainosajassa, koska sen taustasta ei ollut tarkempaa tietoa ja koska se kestoltaan lyhyenä ei oleellisesti vaikuttanut kokonaismainosaikaan.

#### **4.3 Teleostoslähetykset**

Mainontaan liittyvät televisio- ja radiotoimintalain säännökset koskevat myös teleostoslähetyksiä. Lain 2 §:n mukaan teleostoslähetykset ovat "suoria tarjouksia sisältäviä, yleisölle suunnattuja televisiolähetyksiä tuotteiden tai palvelujen, mukaan lukien kiinteä omaisuus tai oikeudet ja sitoumukset, toimittamiseksi maksua vastaan".

Tämän tutkimuksen aineistossa ei ollut lainkaan teleostoslähetyksiä. Niitä esitetään lähinnä muulloin kuin tutkimuksessa tarkasteltuun parhaaseen katselu aikaan.

#### **4.4 Katsojakilpailut**

Mainonnan, ohjelmien ja tulevien ohjelmien esittelyn lisäksi tutkimusaineistosta on eroteltu katsojakilpailut. Niiden ja muiden ohjelmajaksojen välinen raja oli toisinaan häilyvä, sillä mainokset ja tuotepalkintoja esittelevät katsojakilpailut ovat usein hyvin samankaltaisia. Tutkimuksessa katsojakilpailuiksi on luokiteltu seuraavat ohjelmajakset:

- Formulakuningas (MTV3)
- Tangomittari (MTV3)
- Keijon kotipeli (Nelonen)
- Nettiskaba, jossa Nelosen Internet-sivuilta voi voittaa liput Ruisrockiin (Nelonen)

#### **4.5 Kuulutukset ja tulevien ohjelmien esittely**

Lain 29 §:n 3 momentissa televisiomainontaan liittyvien rajoitusten yhteydessä todetaan, että mainontana ei pidetä lähetystoiminnan harjoittajan omia ohjelmia koskevia kuulutuksia. Näitä ovat esimerkiksi ennen ohjelman alkua tulevat kuulutukset.

Tutkimuksessa kuulutuksiksi on tulkittu ns. menu-pohjat. Niissä näkyy kanavan logo, teksti "seuraavaksi", seuraavana esitettävän ohjelman nimi ja luettelo loppuillan muista ohjelmista. MTV3:lla menu-pohjaan kuuluu punertava tausta ja instrumentaalimusiikkia, Nelosella vaihtuva taustakuva ja kuuluttajan puhetta. Tutkimusjaksolla menu-pohjien kesto vaihteli noin 10 sekunnin ja minuutin välillä.

Muunlaiset ohjelmaesittelyt kuin menu-pohjat on tutkimuksessa luokiteltu tulevien ohjelmien esittelyksi. Tähän ryhmään kuuluu sekä ohjelmaotteita (esim. ote tulossa olevasta elokuvasta) että muulla tavoin toteutettuja esittelyjä (esim. ajankohtaisohjelman juontaja kertomassa seuraavan ohjelman aiheista). Tulevien ohjelmien esittelyksi on tutkimuksessa luokiteltu myös epäsäännöllisesti esitettävät lyhyet uutislähetykset, joissa kerrotaan päivän uutisotsikot ja viitataan tulossa olevaan pidempään lähetykseen ja joista ei ole mainintaa päivän ohjelmatiedoissa. Näiden lisäksi MTV3:n Suuri Seikkailu Live on luokiteltu tähän ryhmään.

Tulevien ohjelmien esittelyt rakentuvat yleensä siten, että ensin näytetään ohjelmaote ja sitten kanavan logo ja ohjelman esitystiedot. Nelosella niiden jälkeen esitetään joskus vielä toinen, lyhyempi ote ohjelmasta. Joissakin MTV3:n ohjelmaotteissa kanavan logo ja ohjelman tiedot näkyvät ruudun alareunassa koko ohjelmaesittelyn ajan.

Televisiondirektiivin johdannon kohdassa 39 todetaan, että ohjelmaotteista koostuvia tulevien ohjelmien esittelyjä olisi pidettävä ohjelmina. Näin ollen ne olisi erotettava mainoksista kuva- tai äänitunnuksella kuten lain 21 §:n 1 momentissa säädetään. MTV3 ja Nelonen eivät kuitenkaan yleensä käytä kanavatunnuksia mainonnan ja tulevien ohjelmien esittelyn välissä. Sen sijaan ohjelmaesittelyjä ja menu-pohjia käytetään erottamaan mainoksia ohjelmista, kuten luvussa 6.2 todetaan.

#### **4.6 Katkotunnukset**

Lain 21 §:n 1 momentin mukaan "televisio- ja radiomainokset on voitava tunnistaa mainoksiksi ja teleostoslähetykset teleostoslähetyksiksi. Ne on erotettava muusta ohjelmistosta kuva- tai äänitunnuksella".

Molemmat kanavat käyttävät ns. kanavatunnuksia johdonmukaisesti ohjelmia keskeyttävien mainoskatkojen yhteydessä. MTV3 esittää näillä katkoilla tunnuksen, jossa näkyy kanavan logo ja sana "jatkuu" punaisella pohjalla. Taustalla kuuluu MTV3:n tunnussävel. Tunnuksen kesto on 5 sekuntia. Myös Nelosen katkotunnuksissa näkyy kanavan logo ja sana "jatkuu". Tunnusten taustakuvat vaihtelevat: tutkimusjaksolla niiden aiheina oli esimerkiksi grillimakkaroita ja bikiniasuisia naisia. Tunnuksen kesto on 3 sekuntia.

Kahden eri ohjelman välissä esitettäviä mainoksia ei sen sijaan yleensä ole erotettu ohjelmista kanavatunnuksella. MTV3 kuitenkin käyttää kanavatunnusta joidenkin ohjelmien lopussa. Tällöin tunnukseen kuuluu kanavan logo, ohjelmatyypistä kertova teksti (esim. MTV3 sää) ja taustakuva (esim. sään lopussa näkyy metrojuna ajamassa asemalle).

Ohjelman ja mainonnan erottamiseen käytetään usein kanavatunnuksen sijasta menu-pohjaa. Kanavatunnusten käyttöä käsitellään luvussa 6.2.

#### **4.7 Sponsoritunnisteet**

Lain 2 §:n mukaan sponsoroinnilla tarkoitetaan "kaikenlaista osallistumista televisio- tai radiotoiminnassa lähetettävien ohjelmien rahoitukseen, jos rahoitus tulee sellaiselta julkiselta tai yksityiseltä yritykseltä, joka ei harjoita televisio- tai radiotoimintaa tai audiovisuaalisten teosten tuotantoa, ja tarkoituksena on mainostaa yrityksen nimeä, tavaramerkkiä, mielikuvaa, toimintaa tai tuotteita."

Hallituksen esityksessä tarkennetaan, että ulkopuolisen tahon osallistuminen ohjelman rahoitukseen voi olla suoraa tai epäsuoraa osallistumista. "Epäsuoralla osallistumisella tarkoitetaan muun muassa tuotannossa tarvittavien tavaroiden tai materiaalin luovuttamista tai palkintojen luovuttamista kilpailuihin tai peleihin. Mainonnasta sponsorointi eroaa siinä, että sponsoroinnista saadut tulot on sidottu kyseessä olevan ohjelman tai ohjelmasarjan erilliseen budjettiin, kun taas mainonnasta saatavat tulot menevät lähetystoiminnan harjoittajan yleiseen budjettiin. Esitysoikeuksien hankintakustannuksiin ja lähetyskustannuksiin osallistumista ei pidetä sponsorointina."

Lain 26 §:n 2 momentin mukaan "sponsoroitujen televisio- ja radio-ohjelmien alussa tai lopussa on esitettävä selvästi sponsorin nimi tai tunnus". Hallituksen esityksessä todetaan, että "sponsorin nimi tai logo voitaisiin lisäksi esittää myös ohjelmaan liittyvien mainosjaksojen tai teleostoslähetysjaksojen yhteydessä. Sponsorin tunnus voi viitata joko yhtiön nimeen tai yhtiön tunnettuun tuotemerkkiin". Euroopan neuvoston televisioyleissopimuksen perustelujen mukaan tämä ei tarkoita myynnin edistämiseen tähtäävien elementtien esittämistä (esim. ostokehutus tai tuotteen laatuun tai

tehokkuuteen viittaaminen). Monissa tutkimusjaksolla esitetyissä sponsoritunnisteissa kuitenkin oli hyvin mainosmaisia piirteitä. Tunnisteiden sisällöt on kuvattu luvussa 8.2., ja niiden määrää, kestoa ja sijoittelua tarkastellaan luvussa 8.1.

## **5 MAINONNAN MÄÄRÄ JA SIJOITTELU**

### **5.1 Mainonnan määrä tasatuntia kohti**

Lain 29 §:n 2 momentin mukaan "mainosten ja teleostoslähetysten osuus yhtä tasatuntien välistä tuntia kohti ei saa olla yli 20 prosenttia". Minuuteiksi muutettuna säännös tarkoittaa, että mainosten ja teleostoslähetysten maksimiaika on 12 minuuttia yhtä tasatuntien välistä tuntia kohti.

12 minuutin raja ylitettiin sekä MTV3:n että Nelosen ohjelmistossa usein. Tasatunteja, joihin sisältyi yli 12 minuuttia mainontaa, oli MTV3:lla 23 kpl eli 66 % tutkimusaineiston 35 tasatunnista. Nelosella vastaava luku oli 9 kpl eli 26 %. Mainosajat tasatunteja kohti on esitetty taulukoissa 5.1.1 ja 5.1.3.

MTV3:lla mainosaika tasatuntia kohti oli keskimäärin lähes 12 minuuttia, Nelosella noin 10 minuuttia ja 20 sekuntia. Suurimmassa osassa tasatunneista, joissa 12 minuutin raja ylittyi, mainosaika jäi alle 13 minuutin. Pisin mainosaika tasatuntia kohti oli MTV3:lla 15 minuuttia ja 10 sekuntia, Nelosella 14 minuuttia ja 28 sekuntia.

Sallittu mainosaika ylittyi selvästi useammin kuin edellisessä mainosaikatutkimuksessa syksyllä 2001. Tuolloin 12 minuutin raja ylittyi MTV3:lla vain kerran ja Nelosella viisi kertaa. Myös näitä edeltävissä kahdessa tutkimuksessa vuosina 1999 ja 2000 mitattiin huomattavasti alhaisempia mainosaikoja. Yhtenä selityksenä tälle saattaa olla mittausajankohdan muuttaminen loppuvuodesta loppukevääseen. Esim. Gallup Mainostiedon tekemien mittausten mukaan televisiomainonnan volyyymi on ollut viime vuosina lähes korkeimmillaan juuri toukokuussa, kun taas marraskuu on ollut yksi volyymitaan heikoimmista kuukausista.

Jos mainosaikoihin lisätään sponsoritunnisteiden kestot, luvut muuttuvat vain vähän, sillä suurin osa sponsoritunnisteista on kestoiltaan lyhyitä. Tasatuntia kohti niitä on MTV3:lla keskimäärin alle 12 sekuntia ja Nelosella noin 7 sekuntia. Tunnisteiden kesto ei ylitä minuuttia yhdelläkään tutkimusjakson tasatunnilla. Vaikka osa sponsoritunnisteista siis tulkittaisiinkin mainonnaksi, ne eivät yleensä ole syynä mainontaa koskevien aikarajojen ylityksiin. Mainosten ja sponsoritunnusten yhteenlasketut kestot on esitetty taulukoissa 5.1.2 ja 5.1.4.

Mainosaikoihin on laskettu mukaan ns. mustat sekunnit, joilla erotetaan mainoksia toisistaan. MTV3-kanavalla ne ovat sekunnin pituisia, Nelosella hieman lyhyempiä. Tunnissa esitetään yleensä 30–40 mainosta, joten mustista sekunneista voi kertyä tuntia kohti MTV3:lla puolisen minuuttia ja Nelosella jonkin verran vähemmän.

### **5.2 Mainoskatkojen määrä, kesto ja sijoittelu**

Lain 22 §:n 1 momentin mukaan "mainokset ja teleostoslähetykset on sijoitettava ohjelmien väliin". Lain 2 momentissa määritellyin edellytyksin, joista tarkemmin jäljempänä, niitä voidaan sijoittaa myös ohjelmien keskelle.

Mainoskatkojen sijoittelua ohjelmistoon on kuvattu taulukoissa 5.1.5 ja 5.1.6. MTV3:n ohjelmistossa oli tutkimusjaksolla 135 mainoskatkoa, joista 79 oli ohjelmien välissä ja 56 ohjelmien keskellä. Nelosella ohjelmien välisiä mainoskatkoja oli 67 ja ohjelmaa

keskeyttäviä 55. Kummallakin kanavalla suurin osa mainoskatkoista oli siis sijoitettu ohjelmien väliin.

Katkojen keston mukaan mitattuna tilanne on samansuuntainen MTV3:n osalta, mutta Nelosella suhde muuttuu päinvastaiseksi: MTV3:lla esitettiin yhteensä lähes 230 minuuttia mainontaa eri ohjelmien välisillä katkoilla, kun taas samaa ohjelmaa keskeyttävillä katkoilla mainontaa oli 200 minuuttia. Nelosella ohjelmien välissä esitettiin vajaa 160 minuuttia ja ohjelmien keskellä noin 200 minuuttia mainoksia.

Edelliseen mainosaikatutkimukseen verrattuna mainoskatkojen määrä on pysynyt suunnilleen samana. Niiden kesto on kuitenkin pidentynyt. Syksyn 2001 tutkimuksessa mainosajan kokonaiskesto oli MTV3:lla noin 320 minuuttia ja Nelosella noin 340 minuuttia. Nyt vastaavat luvut olivat MTV3:lla lähes 430 minuuttia ja Nelosella noin 360 minuuttia.

## **6 OHJELMAN JA MAINONNAN EROTTAMINEN**

### **6.1 Mainoskatkojen sisältö**

Mainoskatkojen sisällöt on esitetty taulukossa 6.1.1. Ohjelmien välisistä katkoista suurin osa oli sellaisia, joilla esitetään muutakin kuin mainoksia. MTV3:lla niitä oli 69 ja Nelosella 53, kun pelkkää mainontaa sisältävien katkojen määrät olivat vastaavasti 9 ja 14. Ohjelmia keskeyttävien katkojen kohdalla tilanne oli päinvastainen eli suurin osa katkoista sisälsi pelkkää mainontaa. MTV3:lla tällaisia katkoja oli 43 ja "sekakatkoja" 13. Nelosella vastaavat luvut olivat 37 ja 18.

### **6.2 Kanavatunnusten käyttö mainoskatkojen yhteydessä**

Lain 21 §:n 1 momentin mukaan mainokset ja teleostoslähetykset on "erotettava muusta ohjelmistosta kuva- tai äänitunnuksella". Kanavatunnusten käyttö vaihtelee selvästi katkojen sijoittelun mukaan. Ohjelmien välisillä katkoilla tunnuksia ei yleensä ole, kun taas ohjelmia keskeyttävillä katkoilla niitä käytetään poikkeuksetta. Kanavatunnusten käyttöä kuvataan taulukossa 6.2.1.

MTV3:lla 73 prosentissa ohjelmien välisistä katkoista ei käytetty lainkaan kanavatunnuksia. 27 prosentissa katkoista kanavatunnus esitettiin vain katkon alussa. Näitä katkoja edelsi ohjelmatyypistä kertova pitkä kanavatunnus (ks. luku 4.6). Nelosella sen sijaan ainuttakaan kahden ohjelman välistä katkoa ei ollut varustettu kanavatunnuksilla.

MTV3:lla 21 prosenttia ja Nelosella 24 prosenttia kanavatunnuksettomista katkoista on sellaisia, joissa mainontaa ei ole erotettu ohjelmista millään tavalla. MTV3:lla 45 prosentissa kanavatunnuksettomista katkoista on mainosten ja ohjelman välissä menu-pohja ja 34 prosentissa tulevien ohjelmien esittelyä tai katsojakilpailuja. Nelosella vastaavat luvut ovat 37 ja 39 prosenttia. Näitä katkoja kuvataan taulukossa 6.2.2. Katkot, joiden toisessa päässä on menu-pohja ja toisessa tulevien ohjelmien esittelyä, on taulukossa luokiteltu kohtaan menu-pohja.

Samaa ohjelmaa keskeyttävien katkojen yhteydessä kanavatunnuksia käytettiin säännönmukaisesti. Suurin osa näistä katkoista sisälsi pelkkää mainontaa. Jos katkolla näytettiin muutakin materiaalia, se oli sijoitettu katkon loppuun mainosten jälkeen.

## **7 MAINOSKATKOJEN VÄLIIN JÄÄVÄT OHJELMAOSAT**

### **7.1 Mainoskatkot ja ohjelmaosien kesto pitkissä ohjelmissa**

Lain 22 §:n 2 momentin mukaan "ohjelmissa, jotka koostuvat itsenäisistä osista, tai urheiluohjelmissa ja samantapaisesti rakentuissa ohjelmissa, joissa on väliaikoja, mainoksia ja teleostoslähetysksiä saa sijoittaa ainoastaan osien väleihin tai väliajoille". Tällaisiksi luokiteltavia ohjelmia ei tutkimusaineistossa ollut lainkaan.

Kun mainoksilla tai teleostoslähetyksillä keskeytetään muita kuin edellä mainittuja ohjelmia, "peräkkäisten mainoskatkojen välillä on oltava vähintään 20 minuuttia yhden ohjelman aikana". Säännös koskee niitä ohjelmaosia, jotka sijoittuvat samaa ohjelmaa keskeyttävien katkojen väliin. Se ei siis rajoita aikaa ohjelman alusta ensimmäiseen katkoon eikä myöskään aikaa viimeisestä katkosta ohjelman loppuun.

Ohjelmaosien kestot on esitetty taulukoissa 7.1.1 ja 7.1.2. MTV3:lla 20 minuutin sääntöä ei noudatettu suurimmassa osassa ohjelmista: yli 20-minuuttisia oli vain neljännes säännöksessä tarkoitetuista ohjelmaosista eli 4 ohjelmaosaa 15:stä. Nelosella yli 20 minuuttia kestäviä ohjelmaosia oli puolet eli 9 ohjelmaosaa 19:stä.

Parhaiten 20 minuutin sääntöä noudatettiin pitkien elokuvien kohdalla. Muissa ohjelmissa yli 20-minuuttisia ohjelmaosia sen sijaan ei ollut juuri lainkaan: molemmilla kanavilla niitä oli kaksi. Alle 20-minuuttisten ohjelmaosien kesto oli MTV3:lla keskimäärin 13 minuuttia 20 sekuntia, Nelosella vajaa 16 minuuttia.

### **7.2 Mainoskatkot ja ohjelmaosien kesto elokuvissa**

Elokuvien kohdalla molemmat kanavat noudattivat hyvin lain 22 §:n 4 momentissa määriteltyä 20 minuutin sääntöä. Kaikissa tutkimusjaksolla esitetyissä elokuvissa peräkkäisten mainoskatkojen väliset ohjelmaosat olivat yli 20 minuuttia pitkiä. Ohjelmaosien kestot on esitetty taulukossa 7.2.1.

Mainoskatkojen määrästä elokuvissa säädetään lain 22 §:n 3 momentissa. "Pitkän elokuvan ja televisiota varten tehdyn elokuvan sekä muun audiovisuaalisen teoksen lähetyksen saa keskeyttää kerran kutakin 45 minuutin jaksoa kohti, jos teoksen suunniteltu kesto on yli 45 minuuttia. Lisäkeskeytys on sallittu, jos teoksen suunniteltu kesto on vähintään 20 minuuttia pidempi kuin kaksi tai useampi kokonaista 45 minuutin jaksoa."

Molemmat kanavat noudattivat elokuvien ja muiden audiovisuaalisten teosten keskeytyksiä koskevia bruttoperiaatteen mukaisia rajoituksia. Bruttoperiaatteella tarkoitetaan teoksen ohjelmatiedoissa ilmoitettua kestoja, jolloin siihen voi sisältyä myös ennen teosta esitettäviä mainoksia. Tutkimusjaksolla esitettyjen elokuvien mainoskatkojen määrät sekä brutto- että nettoperiaatteen mukaan laskettuina on esitetty taulukossa 7.2.2.

## **8 SPONSORITUNNISTEIDEN KÄYTTÖ**

### **8.1 Sponsoritunnistejaksojen määrä, kesto ja sijoittelu**

Lain 26 §:n 2 momentin mukaan "sponsoroitujen televisio- ja radio-ohjelmien alussa tai lopussa on esitettävä selvästi sponsorin nimi tai tunnus". Hallituksen esityksen mukaan sponsoritunniste voidaan lisäksi esittää ohjelmaan liittyvien mainoskatkojen yhteydessä. Tutkimusjaksolla esitettyjen tunnisteiden määrää, kestoja ja sijoittelua kuvataan taulukoissa 8.1.1–8.1.4.

Sponsoritunnisteita on tutkimuksessa käsitelty tunnistejaksoina, jotka voivat sisältää yhden tai useamman sponsorin tunnisteita. Yleensä sponsoreita oli yksi ohjelmaa kohden. Joskus esitettiin peräkkäin kahden sponsorin tunnisteet (esim. Ruokala.tv) ja joskus samassa tunnisteessa esittäytyi useampi sponsori (esim. Formula 1).

MTV3 esitti tutkimusjaksolla yhteensä 56 sponsoritunnistejaksoa. Hieman vajaa puolet niistä oli sijoitettu ohjelman alkuun tai loppuun ja lähes yhtä usea ohjelmaa keskeyttävien katkojen yhteyteen, jolloin sponsoritunniste oli ohjelman ja katkotunnuksen välissä. Kuusi tunnistetta esitettiin tulevien ohjelmien esittelyn yhteydessä. Tätä sijoitteluvaihtoehtoa ei ole mainittu laissa.

Nelosella sponsoritunnisteita oli 26 eli noin puolet MTV3:n määrästä. Tunnisteista 22 oli ohjelman alussa tai lopussa ja neljä tulevien ohjelmien esittelyn yhteydessä. Selvä ero kanavien välillä oli se, että Nelosella ei esitetty lainkaan sponsoritunnisteita ohjelmaa keskeyttävien mainoskatkojen yhteydessä. On tosin huomattava, että tämänkokoisessa aineistossa jo yksittäisillä ohjelmilla on vaikutusta tunnisteiden kokonaismääriin: esimerkiksi MTV3:n esittämään Rauhantekijä-elokuvaan liittyi kahdeksan sponsoritunnistetta. Viime syksyiseen tutkimukseen verrattuna sponsoritunnisteita esitettiin nyt selvästi vähemmän tulevien ohjelmien esittelyjen yhteydessä.

Sponsoritunnisteiden kesto vaihteli parista sekunnista puoleen minuuttiin. Keskimäärin ohjelmien alussa tai lopussa esitettävät tunnisteet kestivät 10–11 sekuntia. Mainoskatkoilla esitetyt tunnisteet olivat lyhyempiä, 2–3 sekunnin mittaisia. Tulevien ohjelmien esittelyn yhteydessä esitettyjen tunnisteiden keskipituus oli MTV3:lla 12 sekuntia ja Nelosella vajaa 5 sekuntia.

Viime syksynä tehdyssä mainosaikatutkimuksessa todettiin, että pitkiä sponsoritunnisteita (11 sekuntia tai sitä pidempiä) esitettiin enemmän viikonloppuisin (pe - su) kuin arkisin. Tällä kertaa tunnisteita esitettiin arkisin hieman enemmän. Pitkien tunnistejaksojen määrä on pysynyt suunnilleen samana.

## **8.2 Sponsoritunnisteiden sisältö**

### 8.2.1 MTV3:n sponsoritunnisteet

Ohjelma: Päivän sää  
Sponsori: 118 Numeropalvelu  
Kesto: 2–9 sek

Ohjelman alussa esitettävässä tunnisteessa näkyy kesäisessä luonnossa kävelevä ihminen ja 118 Numeropalvelun logo. Naisääni sanoo "Päivän säässä mukana 118 Numeropalvelu". Ohjelman lopussa esitettävässä tunnisteessa näkyy 118 Numeropalvelun logo ja teksti "Helppo tapa tavoittaa". Naisääni sanoo "118 Numeropalvelu mukana joka säällä".

Ohjelma: Lucy menee naimisiin  
Sponsori: VO5  
Kesto: alussa ja lopussa 5 sek, katkoilla 2–3 sek

Ohjelman alussa esitettävässä tunnisteessa on tekstit "VO5 & Lucy" ja "Serious styling & dating". Taustalla näkyy hiusslakkapullon suihkaus ja punatukkainen naismalli, paljon liikettä ja nopeita leikkauksia. Naisääni sanoo "Ohjelman tarjoaa VO5". Mainoskatkojen yhteydessä tunnisteesta esitetään lyhyempi versio. Ohjelman lopussa esitettävässä tunnisteessa on samat tekstit, mutta kuvattavana miesmalli.

Ohjelma: Suuri Seikkailu 2002  
Sponsorit: Musta Pörssi, K-Rauta, Tikkurila, Kimara, Kärcher  
Kesto: alussa ja lopussa 15 sek, katkoilla 2–3 sek

Ohjelman alussa ja lopussa esitettävästä tunnisteesta on erilaisia versioita. Ensimmäisessä mies istuu hirsitalon kuistilla ja juo kulauksen olutta. Talon seinässä näkyy kyltti, jossa lukee Kimara. Mies laskee tuopin Tikkurila-merkkisen maalipurkin päälle ja astuu sisään taloon. Sisällä on ihmisiä tanssimassa musiikin tahtiin samppanjalasit kädessä. Kuvassa näkyy myös televisio ja CD-soitin, johon työnnetään K-Raudan ja Mustan Pörssin logoilla varustettu CD-levy. Tunnisteen lopussa hirsitalo näkyy ulkoapäin televisiokuvassa. Kuvan päälle tulee teksti "Mukana suurissa seikkailuissa" ja ruudun alareunaan Suuren Seikkailun, K-Raudan ja Mustan Pörssin logot.

Tunnisteen toisessa versiossa näkyy kesäinen järvimaisema. Taustalla kuuluu mahdollisesti rakennuspuuhista syntyviä ääniä, miehen puhetta ja molskahdus veteen. Kuvan päälle tulee teksti "Mukana suurissa seikkailuissa" ja ruudun alareunaan K-Raudan, Tikkurilan, Kimaran ja Kärcherin logot.

Kerran (la 1.6.) ohjelman alussa esitetään tunnistejakso, johon on yhdistetty katsojakilpailu. Tunnisteessa näkyy hirsitalo ja kuvan päällä tekstit "osallistu" ja "voita". Kuva siirtyy sisälle, jossa mies istuu katsomassa televisiosta hirsitalon kuvaa. Ruudun alareunassa on Suuren Seikkailun, K-Raudan ja Mustan Pörssin logot. Miesääni sanoo: "Osallistu Suureen Seikkailuun K-Raudassa tai Mustassa Pörssissä ja voita oma Kimara-mökki täynnä Philips-elektroniikkaa. 30 000 euron arvoisen pääpalkinnon lisäksi jaossa myös mahtavia viikkopalkintoja." Kuva vaihtuu: kamera seuraa maastossa juoksevaa vaellusasuista miestä. Kuvan päällä näkyy tekstit "elämyksiä", "rentoutumista" ja "nautintoja". Mies hyppää jokeen ja hämmästyy kännykän pirinää. Kuva palaa hirsitaloon, jossa televisiota katsova mies vastaa kännykkäänsä. Ruudun alareunassa näkyy Mustan Pörssin logo ja teksti "Suuren Seikkailun asiantuntija".

Mainoskatkojen yhteydessä esitetään kahdenlaisia tunnisteita. Ensimmäisessä näkyy Mustan Pörssin kanta-asiakaskortti ja teksti "Mukana suurissa seikkailuissa". Taustalla kuuluu linnunlaulua. Toisessa tunnisteessa kuvataan hirsitalon kuistia, jolla on Tikkurilan maalipurkki ja jokin Kärcher-merkkinen kone. Kuvan päällä on teksti "Mukana suurissa seikkailuissa" ja K-Raudan logo.

Ohjelma: Rauhantekijä  
Sponsori: KotiPizza  
Kesto: alussa ja lopussa 10 sek, katkoilla 2-3 sek

Elokuvan alussa esitettävässä tunnisteessa näkyy punertavalla taustalla teksti ja logo "Herkullisen leffaillan tarjoaa KotiPizza". Elokuvan lopussa teksti on muodossa "Herkullisen leffaillan tarjosi KotiPizza". Tunnisteiden taustalla kuuluu MTV3:n tunnussävel. Mainoskatkojen yhteydessä esitettävässä lyhyessä versiossa tekstinä on "Elokuvan tarjoaa KotiPizza".

Ohjelma: Ruokala.tv (tulevien ohjelmien esittelyn yhteydessä)  
Sponsorit: Valio, Atria  
Kesto: molemmat 10 sek

Valion tunnisteessa näkyy höyryävä wok-pannu. Joku maistaa ruokaa ja kaataa sitten pannuun Valion ruokakermaa. Miesääni sanoo "Tilkkasen maukkaampaa ohjelmasta tekee Valio". Kuvassa näkyy sama teksti ja lisäksi Valion Internet-sivujen osoite.

Atrian tunniste alkaa kesäisestä maalaismaisemasta ja jatkuu kuvalla keittokulhosta. Ruudun yläkulmaan ilmestyy Atrian logo ja alareunaan teksti "Maistuis varmaan sullekin". Naisääni sanoo "Ohjelman tarjoilee Atria".

Ohjelma: Sää ja luonto (myös tulevien ohjelmien esittelyn yhteydessä)  
Sponsori: L&T  
Kesto: 10 sek

Tunnisteessa näkyy still-kuva, jossa mies lukee lehteä puistonpenkillä. Kuvan päälle tulee L&T:n logo ja teksti "Ympäristösi huoltaja". Miesääni sanoo "Kesäsään tarjoaa L&T".

Ohjelma: Motor Forum  
Sponsorit: Osaset, PlayStation 2  
Kesto: molemmat ohjelman alussa ja lopussa 10-11 sek, katkoilla 2-3 sek

Ohjelman alussa ja lopussa esitettävässä Osaset-tunnisteessa näkyy auton ratin muotoinen sekuntikello ja ruudun reunoilla vilistää Osaset-logoja. Taustalla kuuluu nopeatempoista musiikkia. Ruutuun tulee teksti "Sponsored by Osaset". Miesääni sanoo "Varaosat, tarvikkeet, Osaset". Mainoskatkon yhteydessä tunnisteesta esitetään lyhyt versio, jossa näkyy vain teksti "Sponsored by Osaset" ja miesääni sanoo "Osaset".

Ohjelman alussa esitetään myös PlayStation 2 -tunniste. Siinä tyttö istuu WC:ssä lukemassa, kun taustalla alkaa kuulua autojen ääniä. Seinät tärisevät ja valot reistailevat. Tytöllä on hämmästynyt ilme. Ruutuun tulee mustalla pohjalla PlayStation 2 -logo. Mainoskatkolla tunnisteesta esitetään lyhyt versio, jossa näkyy vain tytön kasvot ja logo. Ohjelman lopussa esitettävässä tunnisteessa tytön tilalla on nuori mies olohuoneessa, jossa seinät tärisevät ja tavarat lentelevät.

Ohjelma: Soppamies  
Sponsori: Abba  
Kesto: alussa ja lopussa 10 sek, katkoilla 2–3 sek

Tunnisteen alussa näkyy merimaisemaa, josta kuvaa siirtyy rantakalliolle katettuun piknik-tarjoiluun. Ruutuun tulee Abban logo taustanaan kimmeltävää vettä. Miesääni sanoo "Meren herkut tarjoaa Abba". Mainoskatkojen yhteydessä esitettävässä lyhyessä versiossa näkyy vain Abban logo ja miesääni sanoo "Sopassa mukana Abba".

Ohjelma: Formula 1 (tulevien ohjelmien esittelyn yhteydessä)  
Sponsorit: Agfa, e.foto.fi, Tunnin Kuva  
Kesto: 17 sek

Tunniste alkaa kuvalla mustasta formula-autosta ja televisioruuduista, joissa on Formula 1 -logoja. Kamera kiertää autoa ja tarkentaa sitten yhteen televisioista. Sen ruudulla näkyy tietokoneanimaatiolla tehty starttaava auto, jossa on Agfan, e.foto.fi:n ja Tunnin Kuvan logot. Kuva palaa takaisin mustaan formula-autoon ja tarkentuu uuteen tv-ruutuun. Siinä näkyy keltaisella pohjalla Finnetin logo ja teksti "Baana – paalupaikka internetiin". Tunnisteen lopussa kamera kiertää taas mustaa autoa. Taustalla kuuluu koko tunnuksen ajan formula-autojen ääntä.

#### 8.2.2 Nelosen sponsoritunnisteet

Ohjelma: Sää  
Sponsori: Myllyn Paras  
Kesto: alussa 10 sek, lopussa 12 sek

Ohjelman alussa esitettävässä tunnisteessa näkyy piirroskuva maalaismaisemasta myllyineen ja viljapeltoineen. Taustalla kuuluu musiikkia. Ruutuun tulee Myllyn Paras -logo. Miesääni sanoo "Sään tarjoaa Myllyn Paras".

Ohjelman lopussa esitetään kahdenlaisia tunnisteita. Ensimmäisessä versiossa näkyy Myllyn Parhaan tuotepakkauksia, korillinen pasteijoita ja mansikkakakku. Ruudun alareunassa on logo ja teksti "Kakun ohje: [www.myllynparas.fi](http://www.myllynparas.fi)". Miesääni sanoo "Säällä kuin säällä herkkuja kevään juhliin tarjoaa Myllyn Paras". Tunnisteen toisessa versiossa näkyy tuotepakkauksia ja kulhoja täynnä kuviopastaa. Ruudun alareunassa on logo ja teksti "Osallistu kilpailuun: [www.myllynparas.fi](http://www.myllynparas.fi)". Miesääni sanoo "Mamma mia, mitkä muodot makaroneissa! Myllyn Paras".

Ohjelma: NHL Play Offs, Stanley Cup (tulevien ohjelmien esittelyn yhteydessä)  
Sponsori: Dobbél Dusch  
Kesto: 4–5 sek

Tunnisteen alussa näkyy värikkäitä kuvia jääkiekkopelistä. Taustalla kuuluu musiikkia. Ruutuun tulee ensin siniselle pohjalle teksti "After Sport", sitten Dobbél Duschin logo ja tekstit "body & hair" ja "Hiuksille ja koko vartalolle". Miesääni sanoo "Pelissä mukana Dobbél Dusch".

Ohjelma: Allergiasää  
Sponsori: Leiras  
Kesto: ohjelman tunnusten yhteydessä

Allergiasään alkutunnuksen aikana ruudulla näkyy teksti "Allergiaoireita helpottamassa Leiras" ja lopputunnuksen aikana teksti "Allergiasään tarjosi Leiras". Teksti on ruudun alareunassa punaisella, muusta kuvaruudusta visuaalisesti erotetulla vyöhykkeellä.

Ohjelma: Ultravioletti  
Sponsori: Garnier Ambre Solaire  
Kesto: ohjelman tunnusten yhteydessä

Ohjelman alkutunnuksen aikana ruudun alareunassa näkyy teksti "Mukana suojaamassa Garnier Ambre Solaire". Pienessä ruudussa logon vieressä pyörii kuvaa ruskettuneista ihmisistä rannalla. Ohjelman lopputunnuksen aikana ruudulla lukee "Tiiviisti yhteistyössä mukana" ja sen alla ensin Ilmatieteen laitoksen logo ja sitten Garnier Ambre Solairen logo, jonka vieressä on pieni kuva ruskettuneista ihmisistä.

Heti ohjelman jälkeen esitetään Tähtioptikon mainos, joka saattaa olla myös sponsoritunniste ilman riittävän selkeää viittausta sponsoroituun ohjelmaan. Mainoksessa näkyy silmälasia ja ruudun alareunassa silmälasimerkkien logoja. Taustalla kuuluu musiikkia. Miesääni sanoo "Tähtioptikko suojaa silmäsi". Ruutuun tulee Tähtioptikon logo ja teksti "Sinun silmiesi tähden". Miesääni toistaa "Tähtioptikko".