

Somijas Sabiedriskā medija (YLE) vizītes (12.10.2012) apkopojums

Daži fakti par Somijas YLE : Vienots medijs: 5 TV kanāli, 6 Radio stacijas un Interneta medijs, Apgrozījums 2011.g. 432M Euro, 73% sabiedrības ikdienā lieto YLE TV, Radio, WEB un 84% uzskata, kad YLE ir viņiem interesants. YLE stratēģija ir vadošais medijs Somijā.

Atziņas no sekojošām tēmām un vadītājiem:

- 1) **Uzņēmuma vadība (Lauri Kivinen)** – Medija stratēģija ir no PSB uz PSM (no broadcasting uz media oriented), organizācijai jābūt gatavai strādāt 3 biznesa modeļos (a) reklāmas tirgus, (b) valsts finansējums, (c) maksas medija abonēšanas pakalpojumi. YLE padomē ir 21 parlamenta pārstāvji, kuri apstiprina YLE satura un organizācijas stratēģiju un mērķus un YLE valdē ir 7 dalībnieki realizē YLE stratēģiju.
- 2) **Uzņēmuma stratēģija (Gunilla Ohls)** – uzņēmuma stratēģija tiek plānota 3 gadiem, nākošo gadu stratēģija ir pārorientācija no kanāliem uz saturu. Uzsvāri uz *create a value for society, best talents in organisation, multimedia usage*. Segmentācija ir balstīta uz klientu vecumu un dzimumu. YLE plāno ieviest jaunu sabiedriskā labuma mērījumu sistēmu 2013.gadā. Par nākamo gadu mērāmiem mērķiem ir izvirzīts - 100% Somijas iedzīvotājiem ir jābūt izmantojušiem vismaz vienu no sabiedriskā medija platformām 1 reizi gadā, 90% no Somijas iedzīvotājiem ir jāuzskata, ka sabiedriskais medijs ir svarīgs un interesants, 80% no Somijas iedzīvotājiem ir jāizmanto viena no medija platformām (TV, Radio, web) katru dienu.
- 3) **Finanšu vadība (Katri Westerberg)** – 2013.g. tiks ieviesta jauna Mediju nodeva (YLE tax), iedzīvotājiem 0,68% no IIN, nodevas starp 50-140 Euro/gadā (izņemot personas līdz 18 gadiem un ar zemiem ienākumiem), un uzņēmumiem 140 – 3000Euro/gadā atkarībā no UIN lieluma. Šo pašu modeli plāno ieviest arī Zviedrijā. Medija 2013.g. budžets būs 459M Euro (atskaitot 9% PVN), kur piemēram ~55% ir satura izmaksas, 14% tehnoloģijas un telpas, 8% apraide, 4% marketings. Katru gadu YLE investīcijām novirza 28M Euro.
- 4) **Personāla vadība (Liisa Ojala Walker)** – Medija organizācija ir matrica, kopā 3000 darbinieki (kanālu vadība un satura virzienu producēšana un ražošana (1/3 darb.), ziņu dienests (1/3 darb.), atbalsta funkcijas (1/3 darb.). Personāldienests nodrošina sekojošas funkcijas (personāla vadība, motivācija, talantu attīstība un darba vides vadība). Personālstratēģijas pamatā ir Inovatīva darba kultūra un daudzas efektīvas komandas (20-50 speciālisti). Motivācijas sistēma ir veidota 80% fiksētais atalgojums un 20% mainīgā atkarībā no rezultātiem. YLE intensīvi praktizē iekšējās apmācības metodes.
- 5) **Tehnoloģiju vadība (Olli Sipila)** – YLE ir ieviests 1 HD kanāls, tiek gatavota pārējo TV kanālu pāreja uz HD. Video, audio, internet datu apmaiņai ir dažādas IT sistēmas, bet vienota ziņu dienesta, tiešraides studiju un apraides vadība un arhīva sistēma. Visas IT, TV, Radio un WEB sistēmas ir veidotas atbilstoši biznesa procesiem. YLE nodrošina B2B pakalpojumus citiem medijiem (playout vadība, studiju īre).
- 6) **Marketinga vadība (Arto Mäkinen, Mika Ojamies)** – 2 marketinga un PR departamenti, vairāk nekā 70 darbinieki, iekšējā reklāmas aģentūra (50 pašreklāmas kampaņas, 3000 treileri, augstas kvalitātes foto materiāli, 4x gadā lielie preses pasākumi, 2x mēnesi ziņa vēstkopai, ikdienas ziņas sociālajos medijos, uc.), nav ārējo mediju budžets, kas ir liela problēma, lai sasniegtu līdz šim nesasniegto auditoriju (visgrūtāk sasniedzamā auditorija ir gados

jaunas sievietes, kas dzīvo pilsētā), 2012.gadā pabeigts 'rebranging' (mainīts logotips, process ildzis 2 gadus), intranetam liela nozīme.

- 7) **Ziņu dienests (Marjo Ahonen)** – Žurnālisti ir aprīkoti ar portatīvajiem datoriem un viedajiem tālruņiem, neseno notikusi ziņu un aktuālo notikumu departamentu apvienošana, būtiski mainīts gan studiju dizains, gan satura plānošanas sistēmas (BBC Journalism portal white paper – šobrīd pats aktuālākais), jauni cilvēki ziņas neskatās TV, interneta platformas attīstībai vislielākā nozīme. *Par YLE ziņu dienesta reorganizāciju tika nosūtīti daudz materiāli (liela daļa prezentēti arī EBU konferencēs).*
- 8) **Programmu un satura vadība (Airi Vilhunen, Arttu Nurmi)** - 2013.g. no ārējiem producentiem tiek plānots iepirkt 19% satura, satura ziņā medija mugurkaulu veido ziņas, YLE teema (kultūras un izglītības kanālu) skatāms maz, bet lielākā daļa somu uzskata, ka tāds kanāls ir nepieciešams, otrs kanāls, kas paredzēts vairāk jauniešiem, ir ļoti dārgs, jo tur jābūt lielai izklaides proporcijai,

Gints Miķelsons
Zane Čulkstēna
NEPLP

24.10.2012