

Lähde: Finnpanel Oy, https://www.finnpanel.fi/tv_sanasto.php (2021-05-18 14:43:08)
Julkaistu [CC-BY-lisenssillä](#)

TV-mittaritutkimus - Sanastoa

Aikablokki

Jokin kellonajoista määritelty aikaväli - yleensä 15 minuutin kerrannainen. Mitään "virallista" aikablokkijakoa ei ole käytössä.

Ajassa siirretty katselu

Vuoden 2008 alusta lähtien katselutiedot sisältävät 7:n vuorokauden sisällä kertyneen ajassa siirretyn katselun tallentavista digisovittimista ja -televisioista. Ajassa siirretty katselu määritellään seuraavasti:

Live katselu = ns. perinteinen katselu ohjelman lähetyksen aikana

Vosdal (viewed on same day as live) = ohjelmalle samana päivänä klo 02:00 mennessä kertynyt viivästetty katselu.

Live + vosdal = perinteinen live katselu sekä samana päivänä klo 02:00 mennessä kertynyt viivästetty katselu (yliyönraportti).

Consolidated = kokonaiskatselu, joka on kertynyt lähetyspäivältä ja sen jälkeisiltä 7 vuorokaudelta

Vosdal + 7 d (TSV) = pelkästään ajassa siirretysti kertynyt katselu eli ns. time shifted viewing

Bruttopeitto

Kampanjan saavuttamat kokonaiskontaktit. Bruttopeitto voidaan ilmaista joko tuhansina henkilöinä tai peittoprosenttien summana (= GRP, Gross Rating Point).

CPP

Kontaktihinta yhtä GRP / TRP -yksikköä kohden. (Cost Per Point).

CPT

Kampanjakohtainen tunnusluku, joka tarkoittaa spotin kontaktihintaa per tuhat katsojaa. (Cost Per Thousand)

DTH

TV:n katselun vastaanottotapana on oma lautasantenni. (Direct To Home).

DVB

Eurooppalainen digi-tv-standardi, joka on valittu Suomes- sa digitaaliseksi lähetyjärjestelmäksi. DVB-tunnusta käytetään myös lisämerkintöjen DVB-T, DVB-C ja DVB-S kanssa. (Digital Video Broadcasting).

EPG

Sähköinen ohjelmaopas. (Electronic Programme Guide).

Estimaatti

= keskipaksojamäärä (1000 katsojaa) minuutille, spotille, ohjelmalle, aikablokille jne. pidemmälle jaksolle kuin minuutti estimaatti on minuuttiyleisöjen keskiarvo. (Viewers, Rating).

GRP

= Gross Rating Point. Bruttopeitto prosentissa ilmaistuna, eli kampanjaan kuuluvien ohjelmien/spottien peittojen summa. GRP:tä käytetään kampanjan koon mittana - esim. ostetaan 100 GRP:tä. Kohderyhmistä puhuttaessa käytetään termiä TRP.

Katko

Spoteista koostuva mainosten lähetyväli. (Break).

Katseluminuutti

Keskimääräisen henkilön katseluun käyttämät minuutit. Kantalukuna on koko väestö (tai kohderyhmä) - ei ainoastaan katsoneet. (Time of Viewing).

Katseluosuus

Kanavan tai ohjelman osuus (%) kokonaiskatselusta. (Channel Share).

Katsomisintensiteetti

Ohjelmatason prosenttiluku, joka kertoo katsotun osuuden (%) ohjelman lähetyssajasta (= Net Fraction). Laskennallisesti keskipaksojamäärän ja tavoitetun yleisön suhde. (Net Fraction).

Keskipaksojamäärä

Ohjelman tms. saamat katsojat ilmaistuna tuhansina henkilöinä. (Viewers, Rating).

Kohderyhmä

Väestöryhmä, jonka katselua analysoidaan.

Minuuttiyleisö

Yhden minuutin katsojamäärä. Pienin mittaritutkimuksen tuottama yksikkö, josta voidaan edelleen rakentaa varttien, ohjelmien jne. katselumäärät. (Minute Audience).

Net Fraction

Ohjelmatason prosenttiluku, joka kertoo katsotun osuuden (%) ohjelman lähetysajasta. Suomeksi: katsomisintensiteetti.

Nettopeitto

Kampanjan saavuttamat nettokontaktit, eli vähintään yhden ohjelman/spotin kampanjasta nähneet. Nettopeitto voidaan ilmaista joko tuhnasina henkilöinä tai prosentteina. (Net Reach).

Ohjelma

Tv-yhtiöiden lähetyspäiväkirjoissa määritelty aikaväli, jolloin on lähetetty nimeltä mainittu ohjelma. Kaupallisten kanavien osalta ohjelmaan on sisällytetty myös mainoskatkot. (Programme).

OTS

= Opportunity To See. Kampanjan keskimääräinen toisto, eli kuinka monta kampanjaan kuuluvaa ohjelmaa/spottia on sellainen henkilö keskimäärin nähnyt, joka on nähnyt vähintään yhden = bruttopeito / nettopeitto. (OTS = Average Frequency).

Päivätavoittavuus

Päivän tavoitettu yleisö, eli vähintään minuutin päivän aikana katsoneet (kanavaa, televisiota, videota jne.). (Daily Reach).

Paluukanava

Digi-tv-tekniikkaan liittyvä paluukanava, joka mahdollistaa vuorovaikutteiset lisäpalvelut, kuten sähköposti, Internet, pankkiasioden hoito ja sähköinen kaupankäynti.

Peitto-%

Katsojien osuus (%) koko väestöstä tai kohderyhmästä. Kantaluku (=100%) on väestöestimaatti. (Rating = TVR).

Perustutkimus

= Tv-taloudet Suomessa = Tv-mittaritutkimuksen peruskartoitus. Laaja postikysely, jolla selvitetään perusjoukko tv-ympäristöön liittyvien tekijöiden osalta sekä kerätään tietoja ns. rekrytointipankkiin paneelin rakentamista varten. (Establishment Survey).

Prime Time

Katselun "huippuaika" eli kellonaikaväli, jolloin television katsojia on yleensä eniten. Aikarajat asettuvat yleensä klo 18-23 väliselle ajalle, mutta mitään "virallista" Prime Time -määrittystä ei ole.

Profiili-%

Kohderyhmän osuus (%) katsojamäärästä. Kantaluku (=100%) on kokonaiskatsojamäärä. (Profile).

SMATV

Television katselun vastaanottotapana on esim. taloyhtiön yhteinen lautasantenniverkko. (Satellite Master Antenna TV).

Spotti

Yksittäinen jollakin mainoskatkolla lähetetty tv-mainos. Spotti on yksiselitteisesti määritelty päivämäärän, kellonajan, mainostajan, tuoteryhmän ja tuotteen perusteella. (Spot).

Tavoitettu yleisö

Tavoitetusta yleisöstä puhutaan yleensä ohjelmien yhteydessä, jolloin tarkoitetaan ohjelmaa vähintään 3 minuuttia yhtäjaksoisesti katsoneita. Päivän ja viikon tavoitetusta yleisöstä käytetään termiä päivä- tai viikkotavoittavuus, ja silloin tarkoitetaan kaikkia päivän tai viikon aikana vähintään minuutin katsoneita. (Reach).

Tehokas toisto

Kampanjatunnusluku, joka kertoo kuinka suuri osuus (%) kohderyhmästä on nähnyt vähintään yhden, vähintään kaksi jne. kampanjaan kuuluvaa ohjelmaa/spottia. Tunnuslukua kutsutaan myös efektiiviseksi toistoksi ja siitä puhutaan myös muodossa 2+, 3+ (= vähintään kaksi nähneet, vähintään kolme kertaa nähneet jne.). (Effective Reach).

Toisto

Keskimääräinen toisto = OTS. Toiston jakauma (= frequency distribution) kertoo kampanjassa kuinka monta kohderyhmään kuuluvaa on nähnyt tasan yhden, tasan kaksi jne. kampanjaan kuuluvaa ohjelmaa/spottia.

Trendi

Päivä-/viikkoraportoinnin osa, jossa ko. viikolle on esitetty katseluminuutit ja tavoitettu yleisö (10+ v) tarkimmalla mahdollisella kanavajaotuksella. Trendissä esitetään "viralliset" katseluminuutit, joista voidaan laskea viikon, kuukauden tai vuoden katseluosuudet.

TRP

= Target Rating Point = kohderyhmän GRP. Bruttopeitto prosentteissa ilmaistuna, eli kampanjaan kuuluvien ohjelmien/spottien peittojen summa, kun puhutaan kohderyhmästä.

Tv-mittaritutkimus

Television katselun mittaus- ja raportointijärjestelmä. (TAM = Television Audience Measurement).

Väestöestimaatti

Sukupuolille sekä painotuksessa oleville muuttujille = väestötilaston tai muiden tilastojen mukainen väestömäärä. Muille kohderyhmille = ryhmään kuuluvien paneelissa olevien henkilöiden painokertoimien summa. (Population).

Viikkotavoittavuus

Viikon tavoitettu yleisö, eli vähintään minuutin viikon aikana katsoneet (kanavaa, televisiota, videota jne.). (Weekly Reach).

Yliyön raportti (PDF)

Päivittäinen raportti, joka tulostetaan edellisen illan katselusta seuraavana päivänä. (Overnight Report).