

# Joukkoviestimet

Finnish Mass Media  
2002



# *Joukkoviestimet*

*Finnish Mass Media  
2002*

---

<b>Tiedustelut:</b>	<b>Inquiries:</b>	<b>SVT</b>	<b>Suomen virallinen tilasto</b>
			<b>Finlands officiella statistik</b>
			<b>Official Statistics of Finland</b>
<b>Tuomo Sauri</b> Puh. (09) 1734 3449	<b>Tuomo Sauri</b> Tel. +358-9-1734 3449		
<b>Rauli Kohvakka</b> Puh. (09) 1734 3448	<b>Rauli Kohvakka</b> Tel. +358-9-1734 3448		
<b>Virpi Minkkinen</b> Puh. (09) 1734 2627	<b>Virpi Minkkinen</b> Tel. +358-9-1734 2627		
<i>tuomo.sauri@tilastokeskus.fi</i>	<i>tuomo.sauri@stat.fi</i>		
<i>rauli.kohvakka@tilastokeskus.fi</i>	<i>rauli.kohvakka@stat.fi</i>		
<i>virpi.minkkinen@tilastokeskus.fi</i>	<i>virpi.minkkinen@stat.fi</i>		
<b>00022 Tilastokeskus</b>	<b>FIN-00022 Statistics Finland</b>		

**Kansikuva – Cover design: Ilkka Kärkkäinen**

© 2002 Tilastokeskus

**ISSN 0784-8765**  
= Kulttuuri ja viesintä  
**ISSN 1455-9447**  
**ISBN 952-467-111-5**

**Taulukoissa käytetyt symbolit**

*Ei mitään ilmoitettavaa*  
*Suure pienempi kuin puolet*  
*käytetyistä yksiköistä*  
*Tietoa ei ole saatu tai se on*  
*liian epävarma ilmoitettavaksi*

**Key to symbols used in Tables**

*No information.....* –  
*Quantity less than*  
*half the unit used.....* 0 ja 0,0  
*Data not available or*  
*sufficiently reliable.....* ..

*Vaaka- tai pystysuora viiva, joka katkaisee aikasarjan, osoittaa, että viivan eri puolilla olevat tiedot eivät ole täysin verrannollisia.*  
*A horizontal or vertical line drawn across a time series shows substantial breaks in the homogeneity of a series.*

**Hakapaino Oy, Helsinki 2002**

---

# Esipuhe

Joukkoviestimet – Finnish Mass Media ilmestyy nyt kahdeksantena laitoksena. Lisäksi siitä on ilmestynyt neljä kertaa englanninkielinen laitos. Julkaisu ilmestyi ensimmäisen kerran vuonna 1987, silloin nimellä Joukkoviestintätilasto. Joukkoviestimet – Finnish Mass Media 2002 on yhteistyön tuote, kuten edeltäjänsäkin. Tilastokeskuksen ja liikenne- ja viestintäministeriön yhteistyö joukkoviestinnän tilastollisessa kuvaamisessa alkoi jo 1980-luvun puolivälissä. Myös opetusministeriö tuli 1990-luvulla mukaan toiminnan rahoitukseen.

Kahdeksan joukkoviestintätilaston lisäksi yhteistyön puitteissa on ilmestynyt lukuisia joukkoviestintää ja sen eri aloja kuvaavia erillisraportteja.

Joukkoviestimet -julkaisun ovat koonneet ja toimittaneet Rauli Kohvakka, Virpi Minkkinen ja Tuomo Sauri (vastaava toimittaja). He ovat myös laatineet julkaisun tilastolukujen yhteenvetoartikkelit. Tekijöiden tarkempi työnjako ilmenee julkaisun sisällysluettelosta. Julkaisun valmistamiseen ovat osallistuneet myös Irma Ollila (taulukoiden ja kuvioden toteutus) ja Heidi Lehikoinen (taitto). Englanninkielisen yhteenvetoartikkelin on kääntänyt David Kivinen.

Julkaisun alussa olevat teema-artikkelit esittelevät joukkoviestinnän ajankohtaisia kysymyksiä eri näkökulmista. Tilastokeskus kiittää kirjoittajia mielenkiintoisista artikkeleista. Artikkeleissa esitetyt tulkinnat ovat kirjoittajien omia.

Helsingissä, marraskuussa 2002

*Jussi Simpura*  
Tilastojohtaja

## *Artikkelien kirjoittajat*

*Minna Aslama*, tutkija, Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos

*Mikko Grönlund*, tutkimuspäällikkö, Turun kauppakorkeakoulu,  
Yritystoiminnan tutkimus- ja koulutuskeskus, Mediaryhmä

*Heikki Hellman*, kulttuuritoimituksen esimies, Helsingin Sanomat

*Erkki Hujanen*, yliassistentti, Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos

*Jaana Hujanen*, tutkija, Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos

*Rauli Kohvakka*, yliaktuaari, Tilastokeskus

*Virpi Minkkinen*, yliaktuaari, Tilastokeskus

*Tuomo Sauri*, erikoistutkija, Tilastokeskus

---

# Sisällys – Contents

Esipuhe – Preface .....	3
-------------------------	---

## Artikkeleita joukkoviestimistä

<i>Jaana Hujanen</i> : Joukkoviestimet nuorten arjessa .....	9
<i>Mikko Grönlund</i> : Alueelliset painoviestintämarkkinat Suomessa .....	25
<i>Erkki Hujanen</i> : Sanomalehtien tilaamattomuus .....	45
<i>Minna Aslama, Heikki Hellman &amp; Tuomo Sauri</i> : TV-tarjonnan lähihistoria .....	59

## Joukkoviestimet Suomessa

### *Mass media in Finland*

Introduction: the changing mass media scene in Finland	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	73
1 Joukkoviestinnän talous ja kulutus <i>Mass media economy and consumption</i>	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	81
2 Televisio – Television	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	111
3 Radio – Radio	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	149
4 Äänitteet – Phonograms	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	183
5 Video – Video	
<i>Rauli Kohvakka</i> .....	201
6 Elokuva – Films	
<i>Virpi Minkkinen</i> .....	217
7 Kirjat ja kirjastot – Books and libraries	
<i>Virpi Minkkinen</i> .....	237
8 Sanomalehdet – Newspapers	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	261
9 Aikakauslehdet – Magazines and periodicals	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	289
10 Digitaaliset joukkoviestimet – Digital mass media	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	307

11	Joukkoviestinnän julkinen tuki <i>Government subsidies for the mass media</i> <i>Rauli Kohvakka</i> . . . . .	321
12	Kansainvälisiä vertailutietoja <i>International comparisons</i> <i>Tuomo Sauri</i> . . . . .	337
	Liitteet – <i>Appendices</i> . . . . .	355
	Osoitteita – <i>Addresses</i> . . . . .	361

---

## *Artikkeleita joukkoviestimistä*





## Joukkoviestimet nuorten arjessa

Joukkoviestimien käytön ja niiden ihmisten arjessa saamien merkitysten voidaan ajatella elävän murrosvaihetta runsaan tarjonnan ja uusien viestintäteknologioiden vuoksi. Kun uutiset maailman tapahtumista voi lukea Internetistä reaaliajassa tai tilata ne kännykkään, monet kysyvät, miten esimerkiksi sanomalehtien ja kirjojen lukemisen käy. Kun televisio ja Internet tarjoavat viihteellistä aineistoa entistä runsaammin, kiinnostavatko uutis- ja asiaohjelmat ihmisiä? Erityisesti nuoret mieltyvät helposti uudenlaisten mediakäyttöjen etulinjaan (vrt. Drotner 2000, 153). Jos joidenkin, heidän uskotaan uusien viestintäteknologioiden taitavina ja innokkaina käyttäjinä esimerkiksi lukevan uutisia mielellään verkkomediasta. Nuoret näyttävät helposti myös innokkaiksi osallistumaan uuden interaktiivisen median toimintaan keskustelufoorumien ja palautekanavien kautta.

Tarkastelen tässä artikkelissa, miten suomalaiset nuoret käyttävät joukkoviestimiä. Kiinnostavaa on, miten tarjonnan kasvu ja uudet viestintäteknologiat näkyvät nuorten mediakäytöissä. Tähän vastaamiseksi erittelen, mitkä joukkoviestimet vetävät heitä puoleensa ja millaisista sisällöistä he ovat kiinnostuneita. Silmään myös sitä, missä määrin nuoret ovat osallistuneet median toimintaan: vastanneet gallupeihin tai esimerkiksi kirjoittaneet keskustelupalstoille. Aloitan tarkasteluni televisios- ta ja radiosta, joista jatkan videoiden katseluun ja elokuvissa käyntiin. Tämän jälkeen tarkastelen sanoma- ja aikakauslehtiä sekä kirjoja. Lopuksi tarkastelen nuorten verkkomedian käyttäjiä ja sitä onko nuorten mediakäytöissä uuden median myötä käyttäjyyttä, joka kertoo osallistumisesta median toimintaan, esimerkiksi omia tekstejä kirjoittamalla.

Erittelyni perustuu nuorten median käyttöä useista näkökulmista selvittävään kyselytutkimukseen, joka toteutettiin loppuvuodesta 1999. Siihen vastasi 698 satunnaisotannalla valittua nuorta. He olivat tuolloin 13-, 15-, 17- ja 19-vuotiaita tyttöjä ja poikia, enimmäkseen koululaisia tai opiskelijoita. Vastajat olivat kirjoilla Jyväskylässä, Jyväskylän maalaiskunnassa, Muuramessa, Jämsässä, Jämsänkoskella, Korpilahdella ja Petäjavedellä. Tämä näkyi heidän mediamaisemassaan niin, että kotona olivat useimmiten tarjolla valtakunnalliset ja alueelliset televisio- ja radiokanavat, päivittäisistä sanomalehdistä Keskisuomalainen sekä oman asuinkunnan paikallis- tai ilmaisjakelulehti. Koska tutkittaviin nuoriin kuului sekä kaupunkilais- että maalaisnuoria, tutkimuksen voi ajatella edustavan suomalaisia nuoria yleensä pääkaupunkiseutua ja pohjoisimpia osia lukuun ottamatta.

Kyselytutkimus on osa Suomen Akatemian Mediakulttuurin tutkimusohjelman hanketta "Murrostuva suomalainen mediakulttuuri. Tekijän, tekstin ja nuoren kohtaamisia." Kyselytutkimuksen pohjalta on ilmestynyt raportti "Mediat nuorten arjessa. 13–19-vuotiaiden nuorten mediakäytöt vuosituhannen vaihteessa" (Luukka, Hujanen, Lokka, Modinos, Pietikäinen & Suoninen 2001).

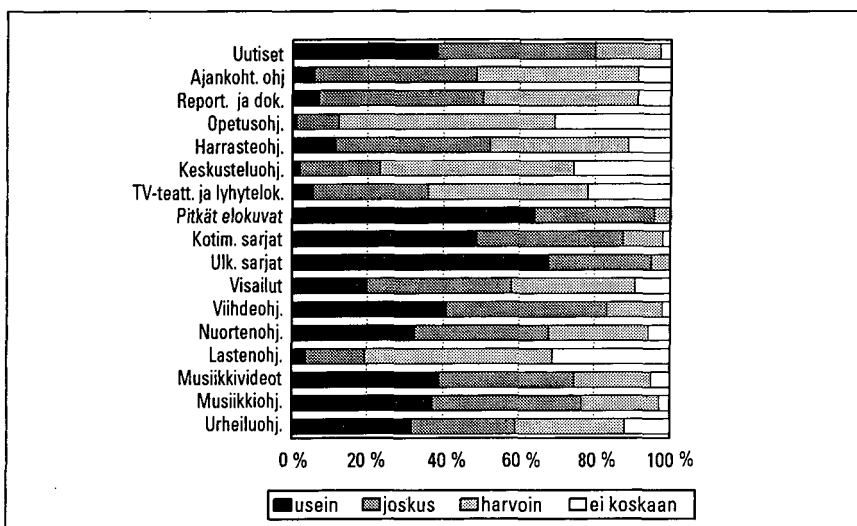
## Televisio

Television asema suomalaisnuorten media-arjessa on vahva. Se osoittautui nuorten eniten käyttämäksi mediaksi. Lähes kaikki (97 %) katsoivat televisiota vähintään neljä kertaa viikossa, suurin osa (87 %) päivittäin. Tyypillisenä arkipäivänä keski-suomalaisnuoret katsoivat televisiota kaksi tai kolme tuntia ja viikonloppuna kolme tai neljä tuntia. Lähes puolet (43 %) katsoi televisiota arkena vähintään kolme tuntia, ja tyypillisenä viikonloppu päivänä melkein kolme neljästä (71 %) katsoi televisiota näin pitkään. Samansuuntaisia tuloksia saatiin vuonna 1997 kerätyssä aineistossa (Saanilahti 1999, 49). On esitetty, että Internet veisi aikaa television katselulta. Television suosio nuorten media-arjessa tulee esiin kuitenkin myös Sanomalehtien liiton vuoden 2001 Nuorison mediankäyttötutkimuksessa (Sanomalehtien Liitto 2001, 8). Sen mukaan nuoret katsoivat televisiota vuonna 2001 hieman enemmän kuin vuonna 1999.

Kyselytutkimukseen vastanneille keskisuomalaisnuorille televisio oli tärkein viihteen väline, tapa etsiä jännitystä, rentoutua ja täyttää tyhjiä hetkiä (ks. kuvio 1). Kaksi kolmasosaa nuorista (69 %) kertoi etsivänsä jännitystä televisiosta. Lähes yhtä suuri (59 %) osa avasi television, kun ei ollut muuta tekemistä. Rentoutumisen välineenä sitä piti puolet (49 %) nuorista. Nuoret katsovat televisiota paljon kavereiden kanssa. Jännitystä ja rentoutusta televisiosta tarjoavat ulkomaiset ja kotimaiset sarjat sekä pitkät elokuvat, joita yli puolet nuorista kertoi katsovansa usein.

Syksyllä 1999 keskisuomalaisnuorten suosikkiohjelmia olivat Salatut elämät, South Park ja Salaiset kansiot. Televisio on kuitenkin nuorille, kuten muullekin väestölle, myös tärkeä uutisväline (vrt. Intermediatutkimus 2000, 3, 15). Päivittäin televisioutisia seurasi kaikista vastaajista 42 prosenttia. Kun Yleisradion kello 20.30 uutisilla on ollut pitkään kansaa kokoavan uutislähetysten asema, keskisuomalaisnuorten mieluisimmaksi uutiskanavaksi osoittautui MTV3. Televisioutisia seuraavista nuorista yli kolmannes (38 %) katsoi MTV3:n uutislähetystä päivittäin. Niistä nuoret seurasivat eniten Kymmenen uutisia, jotka olivat noin kolmannekselle televisioutisia seuraavista nuorista tärkein uutislähetys. YLE:n uutisia katsoi televisioutisia seuraavista nuorista päivittäin 14 prosenttia ja Nelosen uutisia 9 prosenttia. Kaikista kyselyyn vastanneista tekstitelevision uutisia seurasi kaksi kolmesta (67 %). Uutisia seuraavista nuorista 13 prosenttia luki tekstitelevision uutisia päivittäin. Viikoittain tekstitelevision uutisia luki uutiset neljä kymmenestä.

Kuvio 1. Nuorten televisiosta seuraamat ohjelmatyypit katselun useuden mukaan



Nuoret tuo uutisten äärelle erityisesti kiinnostus maailman tapahtumiin. Monet heistä kokevat uutisten seuraamisen hyödylliseksi esimerkiksi koulun tai työn kannalta. Uutisten aihepiireistä nuoria veti puoleensa eniten urheilu. Reilusti yli puolet (66 %) nuorista piti sitä kiinnostavana. Paikallisten, valtakunnallisten ja ulkomaan uutisten kiinnostavuudessa ei ole suuria eroja; kun paikallisia uutisia reilu viidennes piti erittäin kiinnostavana, kahta jälkimmäistä hieman vajaa neljäsnes.

## Radio

Television tapaan radio on olennainen osa nuorten media-arkea. Melkein kaikki (93 %) kyselytutkimuksen vastaajat kertoivat kuuntelevansa radiota. Lasten ja nuorten muuttuva mediakulttuuri -tutkimuksen vastaajista myös valtaosa kuunteli radiota (92 %) (Saanilahti 1999, 10). Lähes päivittäin radion avasi keski-suomalaisnuorista vajaa puolet (46 %). Radio vetää enemmän puoleensa tyttöjä kuin poikia. Kun tyttöistä hieman yli puolet kuunteli sitä lähes päivittäin, pojista osuus oli noin kolmannes. Jos kyselytutkimuksen tuloksia vertaa kaksi vuotta myöhemmin tehtyyn Nuorison mediakäyttötutkimukseen (Sanomalehtien Liitto 2001), nuorten radion kuuntelu näyttää hieman lisääntyneen: vuonna 2001 puolet nuorista kuunteli radiota päivittäin. Nuoret kuuntelevat radiota vajaat puoli tuntia päivässä. Nuorison mediankäyttötutkimuksen (2001, 10) mukaan nuorten keskimääräinen radion kuuntelu-aika on vähentynyt muutaman minuutin vuodesta 1999.

Nuoret kuuntelevat radiosta eniten musiikkia. Lähes yhdeksän kymmenestä kertoi kuuntelevansa radiosta musiikkia usein, kun esimerkiksi radion uutislähetyskiä

kuunteli usein hieman vajaa neljännes nuorista. Erityisesti pojat kuuntelevat radiosta melko usein myös urheilua. Kaikista kyselyyn vastanneista uutisia kuunteli radiosta kolme neljästä (78 %). Päivittäin radiouutisia kuunteli uutisia seuraavista nuorista joka viides.

Keskisuomalaisnuorten useimmin kuunnellut radiokanavat olivat syksyllä 1999 KISS FM, Radio Nova ja Radiomafia. Yli 40 prosenttia vastaajista ilmoitti kuuntelevansa usein näitä kanavia. Radio hahmottui nuorille enemmän kanavien kuin ohjelmien mukaan: vain kolmannes vastaajista osasi tai halusi nimetä suosikkiohjelman. Suositumpia radio-ohjelmia olivat Alivaltiosiihteri, Leila ja Annukka, Kiss FM Aamutiimi, Enzo's Special ja Jusuplus.

## Videot

Lähes kaikki kyselytutkimukseen vastanneet keskisuomalaisnuoret (95 %) kertoivat katsovansa videoita. Nuorten videoiden katselussa ei näytä tapahtuneen suuria muutoksia 1990-luvun lopussa. Myös vuonna 1997 toteutetun tutkimuksen mukaan lähes kaikki 13- ja 15-vuotiaat nuoret katsoivat videoita (Saani-lahti 1999, 11). Eniten keskisuomalaisnuoret katsoivat televisiosta itse kertakäyttöä ja pysyvämpää säilytystä var-ten nauhoitettuja videoita (96 % ja 97 %). Suurin osa katsoo myös vuokra- (94 %) ja myyntivideoita (93 %) sekä kavereiltaan lainaamia videoita (94 %). Kirjastoista niitä lainasi alle puolet (46 %). Itse kuvattuja kotivideoita katseli puolet nuorista (51 %) ja itse kuvattuja videoelokuvia yli neljäsosa (29 %). Tulokset ovat samansuuntaiset aiempien tutkimusten kanssa. Niissäkin on tullut esiin, että suurin osa videoiden kat-seluun menevästä ajasta kuluu itse nauhoitettujen videoiden parissa (Suomen Gal-lup-Media 1998, 23; Liikkanen, Pääkkönen, Toikka & Hyytiäinen 1993, 28).

## Elokuvat

Lähes kaikki keskisuomalaisnuoret (92 %) kertoivat käyvän elokuvissa. Melkein puolet (47 %) nuorista kävi elokuvissa 2–3 kertaa vuodessa. Hieman vähemmän oli niitä (42 %), jotka kävivät elokuvissa vähintään kerran kuukaudessa. Asuinalue ja sen elokuvatarjonta näkyivät odotetusti nuorten elokuvissa käynnissä. Kun Jyväskylän seudulla (Jyväskylässä, Jyväskylän maalaiskunnassa ja Muuramessa) 46 prosenttia kävi elokuvissa noin kerran kuukaudessa, maakunnassa asuvista yhtä usein elokuvis-sa kävi 34 prosenttia. Elokuvatyypeistä nuorten suosikkilistan kärjessä olivat komedi-at. Lähes kaikki (97 %) nuoret katsoivat komediaelokuvia. Nuorista 42 prosenttia kat-seli niitä usein ja 41 prosenttia joskus. Rikos-, toiminta tai sotaelokuvia kertoi katso-vansa usein 29 prosenttia ja joskus 35 prosenttia. Myös kauhu- ja scifi -elokuvat sekä draamaelokuvat kiinnostivat huomattavaa osaa nuoria. Noin kolmannes katsoi niitä

---

usein ja saman verran nuorista kertoi katsovansa niitä joskus. Vähiten 13–19-vuotiaita nuoria kiinnostivat dokumentit sekä lasten- ja lyhytelokuvat. Reilusti yli puolet ei katsonut niitä koskaan ja hyvin harvat katsoivat niitä usein.

## Sanomalehdet

Nykyinen suomalaisnuoriso on kasvanut teknologisten innovaatioiden läpäisemissä mediamaisemissa. Tämän perusteella on ajateltu, että Internetin uutistarjonta kiinnostaa nimenomaan nuoria. Kun laman myötä useiden sanomalehtien peittoprosentit laskevat, lehtitalot ovat olleet myös huolestuneita, oppivatko ja haluavatko nuoret yhä lukea sanomalehtiä. Kyselytutkimuksen perusteella sanomalehdestä tulee pääsääntöisesti melko vakiintunut osa nuorten media-arkea. Valtaosa lukee painettuja sanomalehtiä melko säännöllisesti. Keskisuomalaisista 13–19-vuotiaista nuorista lähes kaikki eli 96 prosenttia tutkimukseen vastanneista kertoivat lukevansa sanomalehtiä. Luku on kansainvälisesti korkea (ks. Beentjes, Koolstra, Marseille & van der Voort 2001, 93). Esimerkiksi Ruotsissa, toisessa perinteisessä sanomalehtimaassa, 83 prosenttia 16-vuotiaista nuorista luki vuonna 1998 sanomalehtiä (Johnsson-Smaragdi & Jönsson 2001). Internetin käyttö ei kyselytutkimuksen mukaan vie aikaa sanomalehdiltä, sillä Internetiä keskimääräistä enemmän käyttävät lukivat keskimääräistä enemmän myös painettuja sanomalehtiä (ks. myös Sanomalehtien Liitto 1999a).

Paperisen sanomalehden mieluisuudesta ja vankasta asemasta keskisuomalaisnuorten media-arjessa kertoo myös se, että valtaosa (kahdeksan nuorta kymmenestä) niistäkin vastaajista, jotka kertoivat lukevansa myös verkkosanomalehtiä, tarttui mieluummin paperiseen sanomalehteen. Lähes 700 nuoresta verkkosanomalehteä luki mieluummin vain kaksi. Yhtä hyvin paperinen ja online-sanomalehti kelpasivat viidennekselle verkkosanomalehtiä lukevista keskisuomalaisnuorista. Sanomalehti on tärkeä media nuorille myös tuoreimman Nuorison mediakäyttötutkimuksen (Sanomalehtien Liitto 2001, 12) mukaan: se oli vuonna 2001 toiseksi tärkein media nuorille television jälkeen ja ennen Internetiä.

Tutkimukset nuorten mediakäytöistä kertovat silti myös muutoksesta sanomalehtien lukemisessa. Aiempaa harvempi nuori tarttuu sanomalehteen päivittäin. Puolet (50 %) kaikista kyselytutkimukseen vastanneista keskisuomalaisnuorista kertoi lukevansa sanomalehteä lähes päivittäin (kuvio 2). Loput sen sijaan tarttuivat sanomalehteen 1–5 kertaa viikossa. Vajaa viidennes (17 %) luki sanomalehteä 4–5 päivänä viikossa, reilu kymmenesosa (14 %) parina–kolmena päivänä ja noin joka kymmenes (11 %) kerran viikossa. Lähes 20 vuotta sitten sanomalehti oli päivittäinen media huomattavasti suuremmalle osalle nuoria, sillä vuonna 1985 kolme neljästä (74 %) suomalaisnuoresta luki sanomalehteä joka päivä. Vuonna 1992 päivittäislukijoita oli enää alle kaksi kolmesta (62 %) ja vuonna 1999 alle puolet (41 %).

Vuonna 2001 päivittäislukijoiden osuus oli 44 prosenttia, eli se kasvoi hieman edelliseen mittaukseen verrattuna. (Sanomalehtien Liitto 1999b & 2001.)

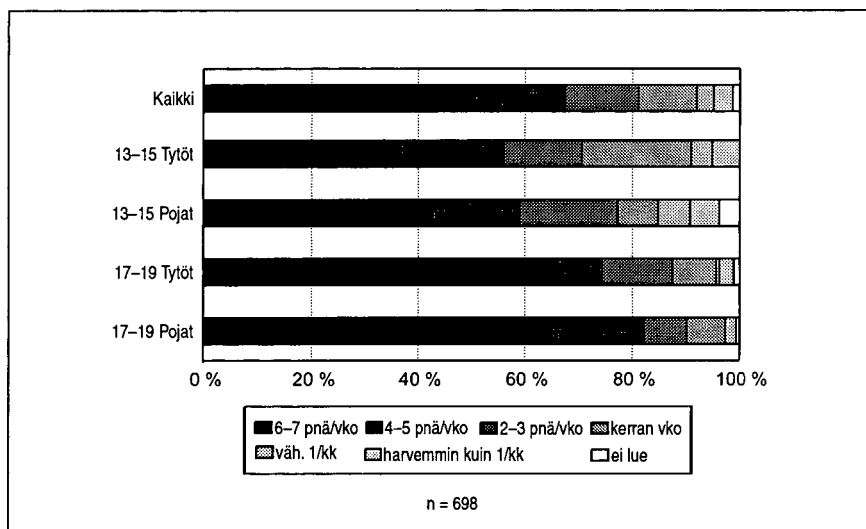
Sanomalehti on nuorelle todennäköisimmin päivittäin media silloin, kun se tulee tilattuna kotiin. Sanomalehden lukemiseen käytettävä aika ei ole pienentynyt olennaisesti. Keskisuomalaisista 13–19-vuotiaista nuorista lähes kolme neljästä luki lehteä enintään neljännestunnin päivässä. Heistä noin puolet (51 %) lehtien kertoi lukuvansa sanomalehtiä 5–15 minuuttia. Alle viidessä minuutissa lehden selasi lähes viidennes (18 %) nuorista. Nuorison mediakäyttötutkimuksen (2001, 5) tulokset ovat samansuuntaiset. Nuoret lukivat vuonna 2001 arkipäivisin lehteä neljännestunnin ja viikonloppuisin 19 minuuttia.

Usein maailmankansalaisiksi kuvatut nuoret osoittautuivat sanomalehtikäyttöisään myös siinä mielessä perinteisiksi, että he lukivat eniten omalla asuinseudullaan ilmestyviä sanomalehtiä. Keskisuomalaisen levikkialueella syntyneet ja pääosin siellä edelleen asuneet vastaajat tarttuivat useimmin tähän maakuntalehteen. Lukijoista lähes puolet (49 %) tutkaili Keskisuomalaista lähes päivittäin. Sen sijaan vain 5 prosenttia nuorista luki Helsingin Sanomia lähes päivittäin. Kerran viikossa sitä tutkaili joka kymmenes ja 2–5 kertaa viikossa lähes yhtä moni.

Alueellisten sanomalehtien mieluisuus tuli esiin myös kysyttäessä tärkeintä sanomalehteä. Lähes kolme neljästä ilmoitti (73 %), että maakuntalehti on heille tärkein sanomalehti. Paikallislehden ilmoitti tärkeimmäksi sanomalehdeksi vastaajista 9 prosenttia, ilmaisjakelulehden 6 prosenttia, iltapäivälehden 7 prosenttia ja valtakunnallisen sanomalehden 5 prosenttia.

Alueellisten sanomalehtien suosittuus näkyy myös siten, että lehtiä lukevista nuorista 41 prosenttia luki kerran viikossa tai useammin paikallislehtiä. Asuinseutu ja sen mediatarjonta näkyvät paikallislehden lukutottumuksissa selvästi. Kun maa-

Kuvio 2. Nuorten sanomalehtien lukemisen säännöllisyys iän ja sukupuolen mukaan



---

kunnassa asuvista nuorista neljä viidestä (81 %) luki paikallislehteä kerran viikossa tai useammin, Jyväskylän seudulla näin usein paikallislehtiä luki alle viidennes (18 %) nuorista. Asuinseutu ja sen mediatarjonta heijastuvat myös ilmaisjakelulehtien lukemisessa. Kaikista vastaajista ilmaisjakelulehtiä kertoi lukevansa 37 prosenttia. Keskisuomalaisnuorista ilmaisjakelulehtiä lukivat erityisen ahkerasti maakunnassa (erityisesti Jämsässä ja Jämsänkoskella) asuvat. Siellä ilmaisjakelulehteä luki viikoittain 64 prosenttia nuorista, kun Suur-Jyväskylän alueella asuvista 34 prosenttia kuului vikkoittaislukijoihin. (Jämsän seudulla ilmestyvä ja itseään uuden ajan kaupunkilehtenä mainostava Vekkeri ilmestyy kerran viikossa. Jyväskylän seudulla postiluukusta tipahtaa viikoittain Suur-Jyväskylän Lehti.)

Iltapäivälehtien levikkien huomattava kasvu näkyy nuorten mediakäytössä. Melkein puolet lehtiä lukevista nuorista tarttui niihin viikoittain (Iltalehteen 46 % ja Iltä-Sanomiiin 42 %). Silti hyvin harvat (3 %) lukivat niitä päivittäin tai lähes päivittäin. Kaikista kyselyyn vastanneista nuorista iltapäivälehtiä luki viikoittain neljä kymmenestä (39 %). City-lehti – ilmaisjakelulehti ja profiililtaan paitsi nuorten aikuisten myös erityisesti kaupungeissa asuvien lehti – tavoitti myös huomattavan osan keskisuomalaisnuorista. Kaikista vastaajista lähes neljä kymmenestä (39 %) luki sitä vähintään kerran kuukaudessa.

Nuorten sanomalehtien lukemisen kannalta merkittävä taitekohta on muutto pois vanhempien luota. Kun vanhempien luona asuvista valtaosa (93 %) kertoi, että kotiin tulee sanomalehti, itsenäisesti asuvista nuorista alle puolet (45 %) oli tilannut sanomalehden. Tutkimustulos poikkeaa hieman vuoden 1999 Nuorison mediakäyttötutkimuksesta, jonka mukaan vain reilulle kolmannekselle (38 %) muualla kuin vanhempien luona asuvista 18–20-vuotiaista tuli tilattu sanomalehti. Sellaisten nuorten talouksien osuus, johon ei tule tilattua sanomalehteä, kasvoi useita kymmeniä prosentteja 1990-luvun alusta vuosituuhannen loppuun (Sanomalehtien Liitto 1999b).

## *Aikakauslehdet*

Suurin osa nuorista lukee säännöllisesti aikakauslehtiä. Kolme neljästä kyselyyn vastanneesta keskisuomalaisnuoresta luki aikakauslehtiä viikoittain. Tytöt ovat poikia innokkaampia aikakauslehtien lukijoita. Niin nuoremmista 13–15-vuotiaista kuin vanhemmista 17–19-vuotiaista tytöistä valtaosa (80 %) kertoi lukevansa aikakauslehtiä. Vanhemmista pojista aikakauslehtiä luki sen sijaan noin kolme neljästä (72 %) ja nuoremmista pojista puolet (50 %). Lasten ja nuorten muuttuva mediakulttuuri -tutkimushankkeen tulokset olivat samansuuntaiset: lähes kolme nuorta neljästä kertoi lukevansa aikakauslehtiä (Saani-lahti 1999, 10)

Nuorten suosimat aikakauslehdet olivat melko perinteisiä. Luetuimpien aikakauslehtien joukon muodostavat yleisaikakaus-, asiakas- ja nuortenlehdet, joita luki yli kaksi kolmesta. Toiseksi suosituimpaan lehtiryhmään kuului lukemistoja, nais-



ten-, urheilu- ja musiikkilehtiä, terveyttä ja kauneutta käsitteleviä aikakauslehtiä, muoti- ja käsityölehtiä sekä tietotekniikkaa, eläimiä ja luontoa käsittelevät lehdet. Näitä lehtiä luki 40–50 prosenttia nuorista. Suosituimpia aikakauslehtiä nuoret nimesivät yli 100. Suosituimpia olivat nuorten- ja yleisaikakauslehdet: joka neljäs keskisuomalaisvastaaja piti itselleen tärkeimpänä Suosikkia. Toiseksi tärkeimpiä olivat 7 päivää ja Demi, jotka joka viides mainitsi. Vähintään yksi kymmenestä nuoresta oli sijoittanut tärkeiden joukkoon Avun (14 %), Seuran (11 %), SinäMinän (12 %), Reginan (10 %) tai Mikrobitin (10 %).

Tyttöjen ja poikien listat olivat melko erilaisia. Tyttöille tärkeimpiä olivat nuortenlehdet ja romanttiset lukemistot (Suosikki, Demi, SinäMinä ja Regina). Pojat mainitsivat useimmin tietotekniikkaa ja tekniikkaa käsitteleviä lehtiä sekä yleisaikakauslehtiä (7 päivää ja Apu). Ylivoimaisesti luetuimmaksi ja kaikkia yhdistäväksi lehdeksi osoittautui 7 päivää. Nuortenlehtiä, lukemistoja sekä tietotekniikkaa ja urheilua käsitteleviä lehtiä nuoret lukivat aktiivisesti, usein moneen kertaan. Muita sen sijaan luettiin selailevasti.

## Kirjat

Keskisuomalaisten nuorten kyselytutkimus ei tue väitteitä, joiden mukaan uudet viestintäteknologiat ja media veisivät nuoria pois kirjojen ääreltä. Suurin osa nuorista ilmoitti lukevansa muita kuin koulukirjoja (tytöistä 98 % ja pojista 90 %). Puolet kertoi lukevansa kirjallisuutta viikoittain, yli viidennes (22 %) tarttui kirjaan vähintään neljänä päivänä viikossa ja joka päivä yksi kymmenestä (12 %). Tyttöjen ja poikien lukutottumukset poikkeavat kuitenkin selvästi. Tytöistä lähes kaksi kolmesta (61 %) luki kirjoja viikoittain. Pojilla osuus oli reilu kolmannes (37 %).

Yli puolet keskisuomalaisnuorista arvioi lukeneensa viimeisen puolen vuoden aikana yhdestä viiteen kirjaa. Erityisesti 13–15-vuotiaat tytöt osoittautuivat ahkeriksi lukijoiksi. Vähiten kirjoja lukivat samanikäiset pojat. Vain hyvin harvat (4 %) keskisuomalaisnuorista eivät olleet lukeneet lainkaan kirjoja.

Verrattaessa tuloksia vuonna 1997 tehtyyn, 10–15-vuotiaiden suomalaisnuorten mediakäyttöä koskevaan selvitykseen (Saanilahti 1999, 105), voidaan havaita eroja. Niiden nuorten osuus, jotka eivät olleet lukeneet kirjoja viimeisen puolen vuoden aikana, oli silloin suurempi. 13-vuotiaista pojista lähes viidennes (17 %) ja 15-vuotiaista pojista yli neljännes (27 %) ei ollut lukenut lainkaan tai vähän kirjoja.

Koko väestöä koskevan ajankäyttötutkimuksen mukaan kirjojen ja lehtien lukeminen on kuitenkin hiukan vähentynyt. Vuonna 1991 82 prosenttia kertoi lukeneensa vuoden aikana ainakin jonkin kirjan. Vuonna 1999 vastaava osuus oli 73 prosenttia (Minkkinen, Pääkkönen & Liikkanen 2001, 13; vrt. Suomen Galup-Media 2000, 4).

---

Vapaa-aikana nuoria veti eniten puoleensa kertomakirjallisuus. He lukivat sitä enemmän kuin tietokirjallisuutta. Yksittäisistä kirjatyypeistä nuoret lukivat kuitenkin eniten opiskeluun ja työhön liittyvä tietokirjoja. Seuraavaksi suosituimpia olivat nuorten kirjat ja "muut romaanit".

## Verkkomedia

Modeemi- ja Internetyhteyksien määrässä Suomi on kuulunut Euroopan kärkimaihin. Kotitietokoneen innokkaimpia käyttäjiä ovat olleet pientalouksien miehet sekä perhetalouksien lapset ja nuoret (Nurmela 1998; Niemi & Pääkkönen 2001, 41). Myös keskisuomalaisten nuorten mediakäyttöä kuvaavan kyselytutkimuksen tulosten mukaan nuoret käyttävät uusia viestintäteknologioita ahkerasti. Lähes kaikki kyselyyn vastanneet (95 %) kertoivat käyttävänsä tietokonetta ainakin joskus. Noin kolmella neljästä (77 %) oli tietokone kotona ja joka kolmannella (33 %) omassa huoneessaan. Noin puolet (54 %) tietokonetta käyttävistä nuorista käytti tietokonetta usein Internet-yhteyden ottamiseen ja lähes kaikki (96 %) vastaajat käyttivät Internetiä ainakin joskus. Suomalaisnuorten mahdollisuudet ja taidot käyttää uusia viestintäteknologioita, kuten Internetiä ja sähköpostia, ovat kansainvälisestikin korkeita (Süss 2001, 237–239). Suomen suosituimmat www-sivustot ovat olleet hakupalveluja lukuun ottamatta perinteisten joukkoviestimien ylläpitämiä, ja ennen vuosituhannen vaihdetta Internetissä oli tarjolla jo toista sataa lehtien verkkoversiota (Sauri & Siivonen 1998, 29).

Siitä huolimatta, että tietokone ja Internet osoittautuivat vakiintuneeksi osaksi monen nuoren arkea, niiden kautta tarjolla olevien "uusien" joukkoviestintäpalveluiden käyttö oli vähäistä. Internet toimi keskisuomalaisnuorilla ennen muuta henkilökohtaisen yhteydenpidon ja tiedonhaun välineenä. Sähköpostia käytti usein lähes puolet vastaajista ja lähes puolet myös surffasi usein verkossa. Myös vuonna 2001 tehdyn Nuorison mediakäyttötutkimuksen (Sanomalehtien Liitto 2001, 23) mukaan Internetin avulla lähetetään useimmiten sähköpostia. Saman tutkimuksen mukaan muita yleisiä käyttötarkoituksia olivat tiedon haku, hakupalvelimien käyttö, viihde ja surffailu. Marras-joulukuussa 1997 kerätyn Lasten ja nuorten muuttuva mediakulttuuri -tutkimuksen tuloksiin nähden surffaaminen Internetissä näyttäisi vähentyneen, kun taas sähköpostin ja tiedonhankinnan käyttö olisi lisääntynyt (vrt. Saanilahti 1999, 87).

Internetin uutiskäytön vähäisyys tuli esiin kyselytutkimuksessa monella tapaa. Valtaosa (81 %) ilmoitti, ettei lue ollenkaan sanomalehtien Internetissä ilmestyviä verkkoversioita. Viidennes (19 %) vastanneista kertoi lukevansa verkkosanomalehtiä, mutta ani harva luki niitä päivittäin. Kysyttäessä verkkolehdistä (siis hieman laajemmin kuin vain sanomalehtien verkkojulkaisuista) ja uutisryhmistä, vain 3 prosenttia kertoi seuraavansa niitä usein.

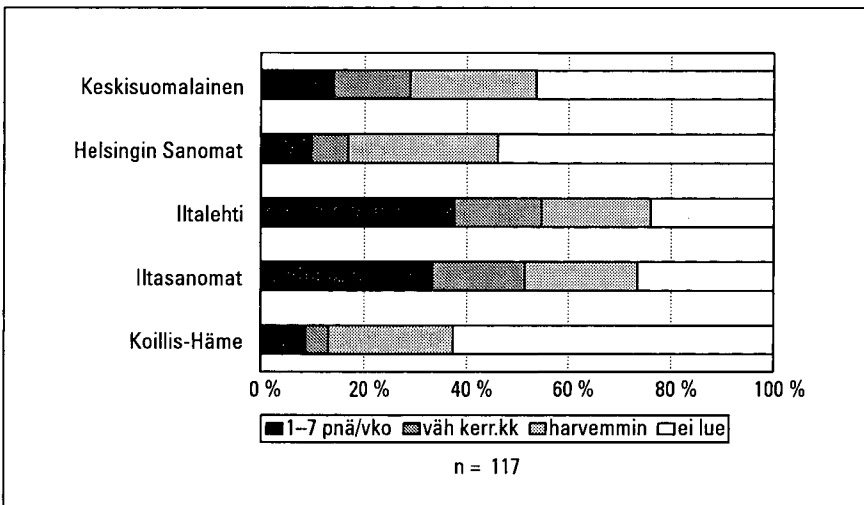
Verkossa tarjolla olevat julkaisut näyttävät pikemminkin täydentävän kuin korvaavan muuta uutismediatarjontaa ja -käyttöä. Tästä vihjaa se, että innokkaimmin keski-suomalaisnuoret lukivat verkosta iltapäivälehtiä. Verkkolehtien lukijoista tutkaili vähintään kerran viikossa noin kolmannes Iltä-Sanomia (33 %) ja Iltalehti Onlinea (38 %) (kuvio 3). Vaikuttaa myös siltä, että verkossa asiaa enemmän nuoria vetää puoleensa viihde, urheilu ja kevyempi uutisaineisto. Suosituimmiksi verkkojulkaisujen osastoiksi tai palstoiksi osoittautuivat kilpailut, kyselyt ja gallupit sekä urheilu.

Keskisuomalaisen nuorisoliitettä Sykettä, Helsingin Sanomien Nyt-liitettä tai City-lehteä hyvin harvat lukivat Internetistä. Esimerkiksi City-lehteä luki Internetistä vähintään kerran kuukaudessa vain 4 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista nuorista. Nuorten verkkojulkaisujen lukemiskäytännöt kertovat myös siitä, että maantiede merkitsee (myös) verkkomedian käytöissä. Helsingin Sanomien Verkko-liitettä luki 698 vastaajista vain 11 vähintään kerran viikossa. Jämsäläistä Koillis-Hämettä luki Internetistä viikoittain myös kymmenkunta nuorta.

Verkkolehtien ohella muutkaan Internetin uutistyyppiset julkaisut ja foorumit eivät olleet vakiintuneet vastaajien uutisarkeen. Reilusti yli puolet uutisia seuraavista nuorista ei seurannut lainkaan YLE:n (71 % ei seurannut lainkaan), MTV3:n (64 % ei seurannut lainkaan) ja Nelosen (72 % ei seurannut lainkaan) Internet-sivustoilleen tuottamia uutisia. Päivittäin näitä seurasi vain yksi prosentti ja useasti viikossa 5 prosenttia uutisia seuraavista nuorista. Sanomalehtien verkkojulkaisuja ja televisiouutisten Internet-uutisia hieman useammin nuoret seurasivat uutisia muualta Internetistä (viikoittain alle yksi nuori viidestä).

Matkapuhelimeen tulevat tekstiviestit osoittautuivat kyselytutkimuksessa myös epätavalliseksi tavaksi seurata uutismaailmaa. Ne olivat osa harvojen nuorten uu-

Kuvio 3. Tutkimuksessa mainittujen sanoma- ja paikallislehtien lukeminen internetistä



---

tisarkea. Uutisia seuraavista nuorista 7 prosenttia seurasi niitä viikoittain, ja muutama nuori kertoi lukevansa tekstiviestiuutisia päivittäin.

## *Osallistuminen median toimintaan*

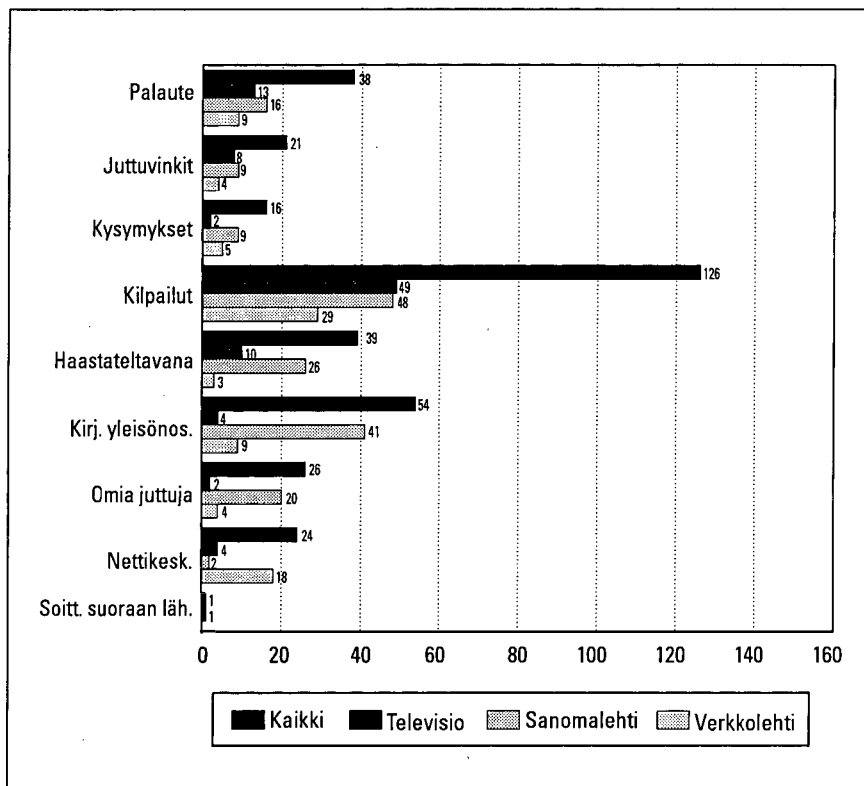
Verkkomediaan ajatellaan usein kytkeytyvän vuorovaikutteisuus, jolloin perinteisestä vastaanottajasta voisi kasvaa median aktiivinen tekijä. Uusi media ei kuitenkaan näytä olennaisesti muuttaneen nuorten mediakäyttöä tässä suhteessa. Kun tarkastellaan keskisuomalaisnuorten konkreettista osallistumista median toimintaan esimerkiksi soittamalla, osallistumalla kilpailuihin tai tekemällä itse juttuja, vähemmistö heistä osoittautui aktiivisiksi. Nuorista noin viidennes (18 %) kertoi, että oli ottanut jollain tavoin yhteyttä mediaan. Valtaosa heistä oli soittanut tai kirjoittanut mediaan kerran tai pari. Eniten nuoret olivat ottaneet yhteyttä sanomalehtiin. Kaikista yhteydenotoista puolet oli sanomalehden, neljännes (27 %) television ja viidennes (23 %) verkkosanomalehden toimintaan osallistumista.

Kaikista kyselyyn vastanneista nuorista 90 nuorta eli hieman yli kymmenesosa (13 %) oli osallistunut jollain tavalla painetun sanomalehden toimintaan. Kun nuorilta kysyttiin rajatumminkin, olivatko he ottaneet yhteyttä sanomalehtien toimittajiin tai kirjoittaneet itse sanomalehteen, vajaa puolet sanomalehteen yhteyttä ottaneista vastasi myöntävästi (44 nuorta). Verkkolehtien toimittamiseen nuoret eivät sen sijaan juuri olleet osallistuneet. Vain kuusi vastaajaa eli alle prosentti kaikista vastaajista kertoi ottaneensa yhteyttä sanomalehden verkkojulkaisun toimittajaan tai kirjoittaneensa verkkojulkaisuun itse.

Nuorilta tiedusteltiin myös, mitä tekniikkaa he olivat käyttäneet yhteydenotoissaan mediataloihin. Sanomalehtiin nuoret lähettivät tavallisimmin kirjeen, kortin tai sähköpostiviestin. Reilu kolmannes yhteydenotoista tapahtui kirjeen tai kortin muodossa. Yhtä suuri osa niistä oli sähköpostiviestejä. Paperille kirjoittaminen oli tyttöjen tapa lähestyä sanomalehden toimitusta, kun pojat suosivat Internetiä ja sähköpostia. Kun keskisuomalaisnuori lähetti kirjeen, kortin tai sähköpostiviestin, kohteena oli useimmin maakuntalehti (44 nuoresta 32). Toiseksi eniten nuoret olivat ottaneet yhteyttä paikallislehtiin. Muutama nuori kertoi kirjoittaneensa Helsingin Sanomiin tai ottaneen yhteyttä sen toimittajaan, ja yksi mainitsi iltapäivälehdessä. Jotkut nuoret olivat ottaneet yhteyttä useampaan sanomalehteen. He mainitsivat useimmiten maakuntalehden ja yhden paikallislehden.

Kun oli kyse painetusta sanomalehdestä, innokkaimmin nuoret olivat osallistuneet niiden gallupeihin, kilpailuihin ja kyselyihin. Osallistumisen kärkeen kuuluivat myös palstat, jonne nuoret voivat kirjoittaa (kuvio 4). Keskimääräistä suosittu tapoja osallistua sanomalehden toimintaan oli lisäksi omien juttujen kirjoittaminen. Jos niillä tarkoitetaan uutissivuilla julkaistavia juttuja (lähinnä avustajan tai free lancerin roolissa lähetettyjä tai koulun ja sanomalehden yhteistyöprojektiin liittyen tehtyjä), luku on

Kuvio 4. Nuorten osallistuminen median toimintaan



yllättävän suuri. Ainakin osa kyselyyn vastanneista nuorista kaiketi ymmärsikin omilla jutuillaan sellaisia, jotka oli lähetetty yleisön- tai nuortenosastoon.

Verkkolehdissä kuten painetuissakin sanomalehdissä kyselyt ja kilpailut olivat suosituimmat nuorten osallistumisen muodot. Niiden virtuaalisiin nuorten- ja yleisönosastoihin nuoret olivat kirjoittaneet laiskasti ja niiden nettikeskusteluihin oli osallistunut kaikista vastaajista vain 3 %. Näyttää siltä, että nuoret lähettävät tekstejään innokkaammin nuorten- tai yleisönosastoon kuin käyvät keskustelua lehdessä julkaistuista jutuista, sillä heidän sanomalehtien toimittajille antamansa juttupalaute osoittautui vähäiseksi. Vielä harvemmin nuoret olivat antaneet sanomalehtitoimittajille vinkkejä jutunaiheista tai lähettäneet heille kysymyksiä jutun tekemistä varten (yksi prosentti kaikista vastaajista). Aika harvoin nuoret kokivat tarvetta puuttua lehden journalistiseen sisältöön. Mutta voidaan myös kysyä, kuinka paljon lukijoita on kannustettu ottamaan yhteyttä toimitukseen. Keväällä 2001 vain joka neljännellä sanomalehden verkkojulkaisulla oli jutun yhteydessä toimittajalle osoitettu sähköpostilinkki, osoite tai vastaava palautekanava; seitsemänpäiväisistä lehdistä puolella oli tuolloin netissä yleisönosasto (Kiviranta 2001, 32–34).

---

## Lopuksi

(Keski)suomalaisnuorten mediakäytöt 2000-luvun kynnyksellä näyttävät melko perinteisiltä. Vaikka heillä oli käytettävissään erilaisten uusien ja vanhojen joukkoviestimien laaja kirjo, televisio oli heille tärkein media. Lähes kaikki katsoivat sitä päivittäin, suuri osa kahdesta kolmeen tuntia päivässä.

Vaikka viihteellisen aineiston ja ohjelmien tarjonta on kasvanut joukkoviestimissä esimerkiksi uusien televisio- ja radiokanavien myötä ja vaikka niin televisio-, elokuva kuin videoviihdekin vetää nuoria puoleensa, myös joukkoviestinten uutismaailma kiinnostaa heitä. Tutkimus ei tue väitteitä, että esimerkiksi sanomalehti tai televisiouutiset tavoittaisivat nuoret huomattavasti heikommin kuin menneinä vuosikymmeninä. Lähes kaikki nuoret lukivat ainakin joskus sanomalehtiä. On kuitenkin huomattava, että päivittäin sanomalehteen tarttuvien nuorten määrä on vähentynyt. Keskisuomalaisnuorista sanomalehteä luki päivittäin noin puolet.

Uudet viestimet tekivät vuoden 1999 lopulla vasta tuloaan nuorten arkeen. Esimerkiksi sanomalehtien verkkojulkaisuja viidennes kertoi lukevansa joskus. Päivittäin tai viikoittain niitä tai televisiokanavien Internet-uutisia seurasivat harvat. Arviotaessa uusien digitaalisten viestimien kotoutumista nuorten arkeen on huomattava, että vasta pääsy kotoa Internetiin merkitsee sen säännöllistä käyttöä. Niistä nuorista, joilla ei ollut kotona nettiyhteyttä, yli puolet käytti Internetiä korkeintaan keran kuukaudessa.

Nuorten joukkoviestimien käyttö osoittautui varsin perinteiseksi myös siinä mielessä, että suurin osa kulutti niiden tuotteita vastaanottajina sen sijaan, että he olisivat itse osallistuneet median toimintaan esimerkiksi lähettämällä omia tekstejään tai kommentoimalla toimittajien tekemiä juttuja.

Julkisessa keskustelussa esiintyy aika ajoin ajatus, että uusi media vähentää perinteisen median käyttöä. Tämän tutkimuksen valossa näyttää kuitenkin siltä, että uusi media pikemminkin täydentää aiempia mediakäyttöjä sen sijaan, että se korvaisi niitä. Jonkin yksittäisen median runsas käyttö ei tarkoita, että nuori käyttäisi jotakin muuta joukkoviestintä vain vähän. Samat nuoret olivat aktiivisimpia lähes kaikkien viestimien käyttäjinä. Esimerkiksi aktiivisesti tietokoneita käyttävät lukivat innokkaasti myös kirjoja ja aikakauslehtiä. Lisäksi vaikka tietokoneen käytön tavat monipuolistuivat 1990-luvun lopulla, kirjojen lukeminen ei vähentynyt. Nuorten media-arkea luonnehtiikin moninaisuus, jossa erilaisilla viestimillä ja lajityypeillä on oma paikkansa ja tehtävänsä.

## Kirjallisuus

*Beentjes, Koolstra, Marseille & van der Voort: Children's Use of Different Media: For How Long and Why.* Teoksessa S. Livingstone & M. Bovill (toim.) *Children and Their Changing Media Environment. A European Comparative Study.* Lawrence Erlbaum, London 2001

*Drotner, K.: Differences and diversity. Trends in young Dane's media uses.* *Media, Culture & Society* 2000, vol 22, 149–166.

Intermediatutkimus 1998. *Suomen Gallup-Media Oy* (moniste).

Intermediatutkimus 2000. *Suomen Gallup-Media Oy* (moniste).

Internetin käytön vaikutus sanomalehtien lukemiseen nuorten keskuudessa. Kesäkuu 1999. *Sanomalehtien Liitto*, Helsinki 1999. (=Sanomalehtien Liitto 1999a)

*Johnsson-Smaragdi, U. & Jönsson A.: From a homogenous to heterogenous media world. Access and use of media among teenagers over three decades.* Växjö Universitet, Institutionen för samhällsvetenskap, 2001

*Kiviranta, L.: Sanomalehtien verkkojulkaisut 2001.* Sanomalehtien liitto, Helsinki 2001.

*Liikkanen, M., Pääkkönen, H., Toikka A. & Hyytiäinen P.: Vapaa-aika numeroina 3: Televisio, video, tietokoneet, radio, musiikki.* SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:5. Tilastokeskus, Helsinki.

*Luukka, M-R, Hujanen, J., Lokka, A., Modinos, T., Pietikäinen, S. & Suoninen A.: Mediat nuorten arjessa. 13–19-vuotiaiden nuorten mediakäytöt vuosituuhannen vaihteissa.* Jyväskylän yliopisto, Solki 2001.

*Minkkinen, V., Pääkkönen, H., Liikkanen, M.: Kulttuuri- ja liikuntaharrastukset 1991 ja 1999.* Kulttuuri ja viestintä 2001: 5. Tilastokeskus, Helsinki.

*Niemi, I. & Pääkkönen, H.: Ajankäytön muutokset 1990-luvulla.* Kulttuuri ja viestintä 2001:6. Tilastokeskus, Helsinki.

Nuoret aikuiset ja sanomalehti. *Sanomalehtien liitto*, Helsinki 2000.

Nuorison mediakäyttötutkimus. Kuudes valtakunnallinen nuorison mediakäyttötutkimus, syyskuu–lokakuu 1999. *Sanomalehtien liitto*, Helsinki 1999. (=Sanomalehtien Liitto 1999b)

Nuorison mediakäyttötutkimus. Seitsemäs valtakunnallinen nuorison mediakäyttötutkimus, syyskuu–lokakuu 2001. *Sanomalehtien Liitto*, Helsinki 2001

*Nurmela, J.: Valikoiko uusi tieto- ja viestintäteknikka käyttäjänsä? Katsauksia 1/1998.* Tilastokeskus, Helsinki.

---

*Saanilahti, M.:* Lasten ja nuorten muuttuva mediakulttuuri. Tampere: Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos, Julkaisuja B 42. 1999.

*Sauri, T. & Siivonen, T.:* Joukkoviestintä ja uusi teknologia. Teoksessa Joukkoviestimet 1998. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1998: 1. Tilastokeskus, Helsinki.

*Süss, D.:* Computers and the Internet in School: Closing the Knowledge Gap. Teoksessa S. Livingstone & M. Bovill (toim.) Children and Their Changing Media Environment. A European Comparative Study. Lawrence Erlbaum, London 2001.





# *Alueelliset painoviestintämarkkinat Suomessa*

Tämän artikkelin tarkoituksena on selvittää Suomen painoviestintäalan alueellista kehitystä ja rakennetta. Artikkelin ensimmäisessä osassa selvitetään painoviestintäalan alueellista kehitystä 1950-luvulta vuosituuhannen vaihteeseen. Tämän jälkeen tehdään tarkempi katsaus painoviestintäalan jakautumiseen maakunnittain vuonna 2000. Viime vuosina painoviestintäalalla on tapahtunut paljon yritysfuusioita ja keskittymistä, minkä seurauksena suurimpien viestintäkonsernien asema ja merkitys maakunnallisilla painoviestintämarkkinoilla on kasvanut entisestään. Artikkelin kolmannessa osassa käydään läpi alueellisten painoviestintämarkkinoiden suurimmat toimijat ja niiden osuudet sanomalehtien kokonaislevikistä maakunnittain. Viimeisessä osassa tarkastellaan mediamainonnan, erityisesti sanomalehtimainonnan, maakunnallista kohdentumista.

Artikkelissa käytetty maakuntajako perustuu viralliseen hallinnolliseen aluejakoon. Syyskuusta 1997 lähtien maakuntien ja niitä edustavien maakuntien liittojen alueet ovat olleet yhteneväiset. Tämän aluejaon perusteella Suomi jakautuu kahteenkymmeneen maakuntaan (ks. [http://tilastokeskus.fi/tk/tt/luokitukset/index\\_alue\\_keh.html](http://tilastokeskus.fi/tk/tt/luokitukset/index_alue_keh.html)).

## *Painoviestintäalan alueellinen kehitys 1950-luvulta vuosituuhannen vaihteeseen*

Useimmat painoviestintäalan yritykset sijoittuvat suurimpiin asutuskeskuksiin. Tänä päivänä lähes puolet toimialan yrityksistä sijoittuu Uudellemaalle ja yli puolet alan tuotannosta tuotetaan tämän maakunnan yrityksissä. Viime vuosina onkin puhuttu runsaasti painoviestintäalan yhä voimakkaammasta keskittymisestä pääkaupunkiseudulle. Tarkasteltaessa painoviestintäalan alueellista kehitystä 1950-luvulta vuosituuhannen vaihteeseen asti voidaan kuitenkin havaita, että toimialan alueellisessa jakautumisessa on tapahtunut toisensuuntaisiakin muutoksia (Picard 2001).

Uudellamaalla/Itä-Uudellamaalla toimivien yritysten osuus koko maan painoviestintäalan yritys-kannasta on kasvanut vuodesta 1955 vuoteen 2000 merkittävästi. Uudenmaan ja Itä-Uudenmaan maakunnissa toimivien yritysten osuus kaikista painoviestintäalan yrityksistä on viidessä vuosikymmenessä kasvanut 40 prosentista

noin 47 prosenttiin. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että erityisesti pääkaupunkiseutu ympäristöineen on kasvattanut suhteellista osuuttaan painoviestintäalan yrityskannasta lähes viidenneksellä viiden vuosikymmenen aikana. Etelä-Pohjanmaan, Pohjanmaan ja Keski-Pohjanmaan yhteenlaskettu osuus painoviestintäalan yrityksistä on laskenut merkittävästi vuosien 1955 ja 2000 välisenä aikana. 1950-luvun puolivälissä Etelä-Pohjanmaan, Pohjanmaan ja Keski-Pohjanmaan maakunnissa toimivat yritykset edustivat yhdessä noin 12 prosenttia toimialan yrityskannasta. Vuonna 2000 edellä mainittujen maakuntien alueella toimivien yritysten osuus toimialan yrityskannasta oli laskenut noin 6 prosenttiin. Vastaavanlainen kehitys on ollut nähtävissä myös Kymenlaakson/Etelä-Karjalan sekä Pohjois-Savon alueilla. Kymenlaakson/Etelä-Karjalan alueella toimivien yritysten osuus painoviestintäalan yrityskannasta oli 1950-luvulla vielä lähes 6 prosenttia, kun se vuonna 2000 oli laskenut reiluun 3 prosenttiin. Pohjois-Savossa toimivien yritysten osuus painoviestintäalan yrityskannasta oli vuonna 1955 vielä yli 5 prosenttia, kun se vuonna 2000 oli laskenut vain hieman yli 2 prosenttiin.

Painoviestintäalan yrityskannan maakunnallisissa osuuksissa tapahtuneet muutokset näyttäisivät tukevan käsitystä toimialan pitkään jatkuneesta keskittymisestä pääkaupunkiseudulle. Painoviestintäalan henkilöstön ja tuotannon alueellisessa jakautumisessa viiden vuosikymmenen aikana tapahtuneet muutokset eivät kuitenkaan tue tätä näkemystä (Picard 2001). Vaikka Uudenmaan ja Itä-Uudenmaan maakunnissa toimivien yritysten osuus painoviestintäalan yrityskannasta on kasvanut, on niiden henkilöstön osuus toimialan kokonaistyövoimasta ollut aivan viime vuosiin saakka laskeva. Vuosien 1955 ja 1995 välisenä ajanjaksona Uudenmaalla/Itä-Uudellamaalla toimivien yritysten henkilöstön osuus toimialan henkilöstöstä laski neljänneksellä 61 prosentista 45 prosenttiin. Vuonna 2000 Uudenmaalla/Itä-Uudellamaalla toimivien yritysten henkilöstömäärän osuus toimialan kokonaishenkilöstömäärästä oli noussut hieman yli 48 prosenttiin. Vuosien 1955 ja 1995 välisenä ajanjaksona henkilöstön suhteellinen osuus on kasvanut useissa maakunnissa. Eniten suhteellista osuuttaan ovat kasvattaneet Keski-Suomen, Etelä-Savon ja Varsinais-Suomen/Satakunnan alueet.

Työvoiman määrän alueellisen jakautumisen lisäksi myös tuotannon bruttoarvon alueellinen kehitys on ollut odotuksien vastainen (Picard 2001). Uusimaa/Itä-Uusimaa menetti vuoden 1955 ja 2000 välisenä aikana viidenneksen suhteellisesta osuudesta painoviestintäalan kokonaistuotannosta. Sen osuus painoviestintäalan tuotannon bruttoarvosta kyseisenä ajanjaksona laski vajaasta 70 prosentista noin 56 prosenttiin. Vuosien 1995 ja 2000 välisenä aikana osuuttaan painoviestintäalan tuotannosta kasvattaneita alueita ovat Häme/Pirkanmaa ja Varsinais-Suomi/Satakunta. 1950-luvun puolivälissä Etelä-Pohjanmaa/Pohjanmaan/ Keski-Pohjanmaan alueella toimivien painoviestintäalan yritysten osuus koko toimialan tuotannon arvosta oli vielä lähes 6 prosenttia. Vuonna 2000 kyseisten maakuntien alueella toimivien yritysten osuus oli laskenut noin 3,5 prosenttiin. Vastaavasti Kymenlaakson/Etelä-Karjalan sekä Poh-

---

jois-Savon alueilla tapahtunut yrityskannan suhteellisen osuuden lasku on heijastanut myös niiden tuotannon suhteellisen osuuden pienentymisenä. Pohjois-Savossa toimivien yritysten osuus painoviestintäalan tuotannon bruttoarvosta oli vuonna 1955 vielä yli 5 prosenttia, kun se vuonna 2000 oli laskenut vain hieman yli 2 prosenttiin.

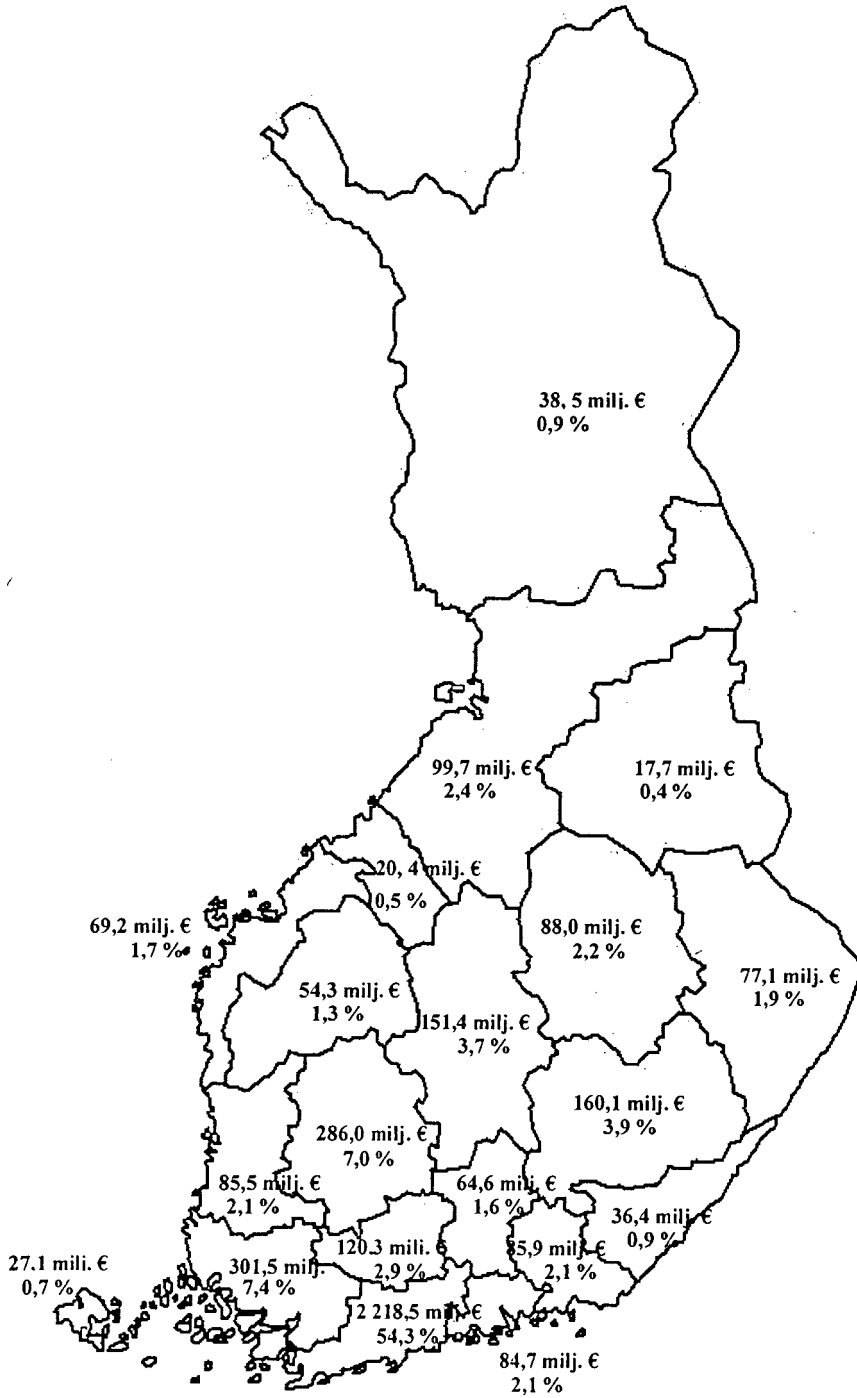
## *Painoviestintäalan jakautuminen maakunnittain vuonna 2000*

Vuonna 2000 painoviestintäalan tuotannon bruttoarvo oli noin 4,1 miljardia euroa. Uudellamaalla toimivien painoviestintäyritysten tuotannon bruttoarvo oli noin 2,2 miljardia euroa eli selvästi yli puolet koko toimialan tuotannon arvosta. Varsinais-Suomessa toimivien painoviestintäyritysten tuotannon bruttoarvo oli noin 300 miljoonaa euroa ja Pirkanmaalla toimivien yritysten noin 286 miljoonaa euroa. Painoviestintäalan tuotannon bruttoarvolla mitattuna kolmen suurimman maakunnan eli Uudenmaan, Pirkanmaan ja Varsinais-Suomen yhteenlaskettu tuotannon arvo oli vuonna 2000 lähes 2,8 miljardia euroa eli yli kaksi kolmasosaa toimialan tuotannon kokonaisarvosta. Kun mukaan lasketaan vielä Etelä-Savon ja Keski-Suomen maakunnat saadaan viiden suurimman maakunnan painoviestintäalan tuotannon kokonaisarvoksi yli 3,1 miljardia euroa eli kolme neljäsosaa koko toimialan tuotannosta. (Kuvio 1.) Vuosien 1995 ja 2000 välisenä aikana painoviestintäalan tuotannon arvo on noussut vajaalla neljänneksellä 3,3 miljardista eurosta vajaaseen 4,1 miljoonaan euroon.

Painoviestintäalan maakunnallisessa kehityksessä kyseisenä ajanjaksona on kuitenkin huomattavia eroja. Ainoa maakunta, jonka painoviestintäalan tuotannon arvo on alhaisempi vuonna 2000 kuin vuonna 1995 on Itä-Uusimaa. Vuonna 1995 Itä-Uudenmaan painoviestintäalan tuotannon arvo oli yli 107 miljoonaa euroa, josta se vuoteen 2000 mennessä oli laskenut viidenneksellä vajaaseen 85 miljoonaa euroon. Sekä Kainuussa että Kymenlaaksossa tuotannon arvon kasvu on vuosien 1995 ja 2000 välisenä aikana jäänyt alle yhden prosentin. Sen sijaan Varsinais-Suomen, Pohjois-Karjalan ja Etelä-Pohjanmaan maakuntien painoviestintäalan tuotannon arvo kasvanut lähes 50 prosenttia. Uudenmaan painoviestintäalan tuotannon arvo on noussut neljänneksellä vuodesta 1995 vuoteen 2000.

Vuonna 2000 painoviestintäteollisuuden kokonaisinvestoinnit olivat noin 200 miljoonaa euroa, josta painamista ja sitä palvelevaa toimintaa harjoittavien yritysten investoinnit olivat noin 105 miljoonaa euroa. Tarkasteltaessa painoviestintäteollisuuden investointeja maakunnittain voidaan todeta, että alueellisesti ne jakautuvat varsin epätasaisesti. Uudellamaalla toimivien painoviestintäyritysten investoinnit olivat yli 72 miljoonaa euroa eli noin 40 prosenttia toimialan kokonaisinvestoinneista. Kuitenkin suhteutettuna painoviestintäalan tuotannon kokonaisarvoon oli Uudellamaalla toimivien painoviestintäteollisuuden yritysten investointiaktiivisuus melko alhainen, vain reilut 3 prosenttia. Varsinais-Suomessa toimivien yritysten

Kuvio 1. Painoviestintäalan tuotannon bruttoarvo maakunnittain 2000



Lähde: Tilastokeskus, Teollisuustilasto

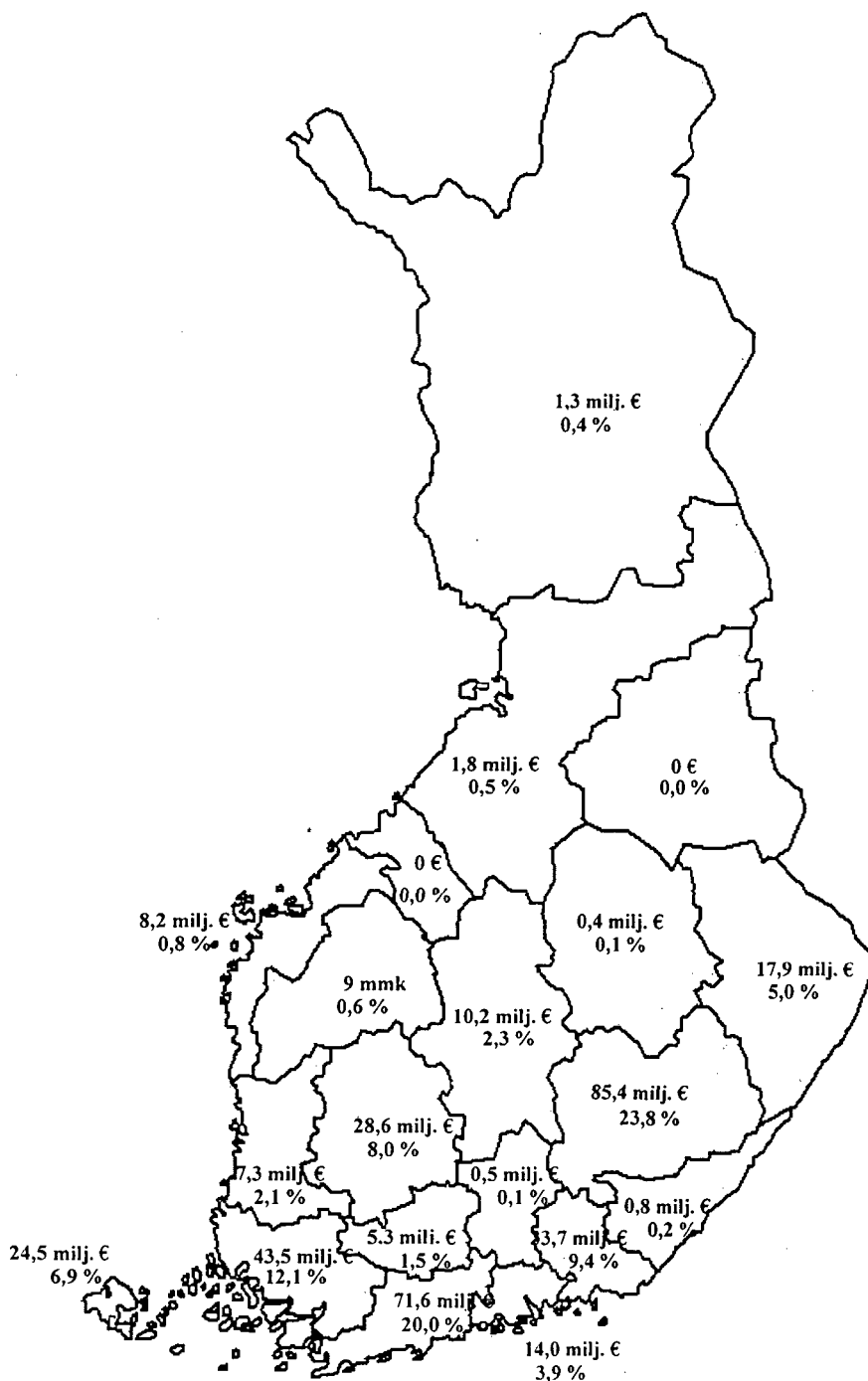
---

osuus painoviestintäalan tuotannon bruttoarvosta oli alle 7 prosenttia, mutta osuus toimialan investoinneista oli lähes viidennes eli noin 31 miljoonaa euroa. Kaikkein eniten suhteessa tuotannon bruttoarvoon investoitiinkin juuri Varsinais- Suomessa (12 %). Vähiten tuotannon kokonaisarvoon suhteutettuna investoitiin Kainuussa, Etelä-Pohjanmaalla, Etelä-Karjalassa ja Etelä-Savossa.

Painoviestintäalan päämarkkina-alue on perinteisesti ollut kotimaassa. Vaikka viennin merkitys on viimeisten kymmenen vuoden aikana ollut kasvussa, on viennin osuus painoviestintäalan tuotannon kokonaisarvosta pysynyt alle kymmenessä prosentissa. Tarkasteltaessa painoviestintäalan viennin merkitystä ja viime vuosien kehitystä alueittain, voidaan havaita huomattavia maakunnallisia eroja (kuvio 2). Esimerkiksi Etelä-Savon osuus painoviestintäteollisuuden tuotannon kokonaisarvosta oli vuonna 2000 vain 4,2 prosenttia, mutta toimialan kokonaisviennistä Etelä-Savossa toimivien yritysten osuus oli lähes neljännes eli noin 85 miljoonaa euroa. Maakunnan painoviestintäalan kokonaistuotannon arvosta hieman yli puolet meneekin vientiin. Tarkasteltaessa maakunnan painamista ja sitä palvelevaa toimintaa harjoittavia yrityksiä erikseen nousee viennin osuus jo noin 60 prosenttiin. Kymenlaakson painoviestintätoimialan tuotannon arvosta vajaan 34 miljoonaa euroa eli noin kolmannes on vientiä. Pirkanmaan painotuotteiden vienti oli vajaan 29 miljoonaa euroa eli noin 10 prosenttia. Varsinais-Suomessa painoviestintäalan tuotannon arvosta menee vientiin vajaa kymmenesosa eli hieman yli 43 miljoonaa euroa. Uudenmaan osuus viennin kokonaisarvosta on viidennes eli reilut 71 miljoonaa euroa. Uudellamaalla viennin merkitys on kuitenkin melko vähäinen, sillä viennin osuus on vain 3 prosenttia tuotannon kokonaisarvosta. Viennin alhaista osuutta selittää ainakin osittain se, että Uudellamaalla toimii runsaasti kustantamista harjoittavia yrityksiä, joiden vientitoiminta on varsin vähäistä. Painamista ja sitä palvelevaa toimintaa harjoittavilla yrityksillä nousee viennin osuus tuotannon bruttoarvosta Uudellamaallakin hieman yli 7 prosenttiin.

Viennin kasvuun liittyi 1990-luvulla kuitenkin merkittävä rakenteellinen ongelma, sillä lähes koko viennin kasvu perustui Venäjän viennin lisääntymiseen. Vienti muihin maihin ei juurikaan lisääntynyt. Riippuvuus yhdestä vientimaasta realisoitui vuonna 1999, jolloin Venäjän vienti romahti yli 50 prosentilla. Venäjän viennin supistumisen seurauksena viennin kokonaismäärä supistui oleellisesti vuosia jatkuneen kasvun jälkeen. Venäjän viennin tyrehtymisellä oli kuitenkin varsin erilainen vaikutus eri maakunnissa. Vuosien 1995 ja 2000 välisenä aikana Etelä-Savon ja Varsinais-Suomen painoviestintäalan yritysten viennistä alhaisimmillaankin yli puolet suuntautui EU-maihin. Tämä seikka selittää ainakin osittain sitä, että näiden maakuntien painotuotteiden viennin kokonaisarvo jatkoi kasvuaan Venäjän ongelmista huolimatta. Varsinais-Suomen ja Etelä-Savon tilannetta selittänee osaltaan yksittäisen suuren voimakkaasti vientiin suuntautuneen yrityksen sijoittuminen maakuntaan. Sen sijaan Kymenlaakson painotuotteiden vienti suuntautui lähes kokonaan Venäjälle ja viennin kokonaismäärä romahti yli 40 prosentilla vajaan 53

Kuvio 2. Painoviestintäalan vienti maakunnittain 2000



Lähde: Tilastokeskus, Teollisuustilasto

---

miljoonasta eurosta 30 miljoonaan euroon vuonna 1999. Vastaavasti Pirkanmaan painoviestintäyritysten viennistä noin kaksi kolmasosaa suuntautui EU:n ulkopuoliin maihin ja viennin kokonaismäärä laskikin reilulla neljänneksellä 38 miljoonasta eurosta 27 miljoonaan euroon vuonna 1999.

## *Alueellisten painoviestintämarkkinoiden suurimmat toimijat*

Useiden yritysostojen ja fuusioiden seurauksena Suomen suurimpien viestintäalan yritysten liikevaihdolla ja levikillä mitatut markkinaosuudet ovat kasvaneet huomattavasti (Sauri 2000). Tämän seurauksena suurimpien viestintäkonsernien asema ja merkitys maakunnallisilla painoviestintämarkkinoilla on vahvistunut entisestään. Keskittymistä kuvataan usein karkeasti mittaamalla niin sanottua absoluuttista keskittymistä eli toimialan suurimpien yritysten kumulatiivista prosenttiosuutta levikistä tai volyyymistä. Litmanin (1985) mukaan voidaan puhua melko keskittyneestä toimialasta, mikäli neljän suurimman yrityksen osuus on 33–50 prosenttia tai kahdeksan suurimman 50–75 prosenttia levikistä. Mikäli neljän suurimman yrityksen osuus on yli 50 prosenttia ja kahdeksan suurimman yli 75 prosenttia, alan voidaan sanoa olevan erittäin keskittynyt.

Vuonna 2000 Sanomalehtien Liiton reilun 200 jäsenlehden kokonaislevikki oli yli 3,2 miljoonaa kappaletta (ks. Suomen Lehdistö 6/2001). Yksistään Suomen suurimpaan viestintäalan yritykseen, SanomaWSOY -konserniin, kuuluvien sanomalehtien yhteenlaskettu levikki oli kyseisenä vuonna noin neljännes sanomalehtien kokonaislevikistä eli yli 800 000 kappaletta. Alma Media -konserniin kuuluvien noin kolmenkymmenen sanomalehden yhteenlaskettu levikki oli vuonna 2000 yli 580 000 kappaletta. Edellä mainittuihin kahteen konserniin kuuluvien sanomalehtien osuus sanomalehtien kokonaislevikistä onkin jo noin 42 prosenttia. Kun mukaan lasketaan sanomalehtien levikillä mitaten kolme seuraavaksi suurinta viestintäalan yritystä (Keski-suomalainen Oyj, TS-Yhtymä Oy ja Ilkka Oyj) nousee osuus kokonaislevikistä jo noin 60 prosenttiin. Levikillä mitattuna kahdeksan suurimman viestintäyrityksen osuus sanomalehtien kokonaislevikistä nousee jo noin 70 prosenttiin. Suomen sanomalehdistön viime vuosien kehitys onkin johtanut jo melko lähelle erittäin keskittyneitä markkinoita. Sanomalehtien ketjuuntuminen on trendi, joka tulee todennäköisesti edelleen jatkumaan ja näin ollen myös keskittyminen lisääntymään.

Edellä esitetty tapa mitata markkinoiden keskittymistä ei kuitenkaan ole ongelmaton. Jo pelkästään alalla toimivien yritysten määrä vaikuttaa tuloksiin. Tuloksiin vaikuttaa olennaisesti myös tarkastelutason määrittäminen (Sauri & Picard 2001). Toisin kuin esimerkiksi aikakauslehdistö, sanomalehdistö koostuu valtaosin alueellisista ja paikallisista lehdistä, ja näin myös keskittyminen on oleellisesti alueellinen ilmiö. Alueellisen näkökohdan huomioon ottaminen onkin erityisen tärkeää arvioitaessa sa-



nomalehdistön kehitystä. Sen sijaan esimerkiksi aikakauslehdistöä tarkasteltaessa sillä ei, ainakaan Suomessa, ole juuri lainkaan merkitystä (Sauri & Picard 2001).

Sanomalehtien Liitto jaottelee omissa tilastoissaan sanomalehdet muun muassa maakunnittain. Tätä samaa jakoperustetta käytettiin myös tuoreessa alueellisten mainosmarkkinoiden rakennetta selvittävässä tutkimuksessa (Grönlund & al. 2002) kohdistettaessa sanomalehtien levikkejä ja ilmoitustuottoja maakunnittain. Sanomalehtien levikkialueet eivät luonnollisestakaan noudata täydellisesti maakuntarajoja, vaan ne poikkeavat niistä jonkin verran. Erityisen ongelmallisia ovat ns. valtakunnalliset sanomalehdet, joiden maakunnallisia levikitietoja ei ollut käytettävissä. Jos kuitenkin oletetaan, että ns. valtakunnallistenkin sanomalehtien päämarkkina-alue on se maakunta jossa niiden ilmestymispaikkakunta sijaitsee, voidaan jakoperustetta pitää perusteltuna arvioitaessa sanomalehtien maakunnallisia levikki- ja ilmoitustuottomarkkinoita. Sanomalehtien lehtikohtaiset levikki- ja ilmoitustuottotiedot kerättiin Suomen Lehdistön vuosittaisesta Suomen sanomalehdistö -erikoisnumerosta (Suomen Lehdistö 6/2001).

Taulukossa 1 on esitetty sanomalehtien levikkiosuudella mitattuna maakuntien suurimmat painoviestintäalan toimijat. Mikäli konserni harjoittaa painotoimintaa tai julkaisee ilmaisjakelulehteä/-lehtiä maakunnan alueella on tämä merkitty taulukoon plusmerkillä.

Suomessa suurimmat mediayritykset ovat joukkoviestinnän monialayrityksiä. Suomen suurimman viestintäkonsernin SanomaWSOY:n viisi tytäkonsernia toimivat laajasti viestintäalan eri alueilla tarjoten uutisia, sanoma- ja aikakauslehtiä, kirjoja, opetustuotteita ja viihdettä. Konsernin sähköisen viestinnän liiketoimintoja ovat esimerkiksi valtakunnallista televisiotoimintaa harjoittava Ruutunelonen sekä Helsinki Televisio. Sanoma Magazines puolestaan julkaisee noin 300 aikakauslehteä yhdeksässä maassa. Konserniin kuuluu myös Suomen suurin kirjankustantaja Werner Söderström Osakeyhtiö. Konsernin painotoiminta on organisoitu kolmeen tytäryhtiöön (WS Bookwell Oy, Lönnberg Oy ja Dark Oy). SanomaWSOY -konserni omistaa viidenneksen myös Janton -viestintäkonsernista, joka julkaisee esimerkiksi useita ilmaisjakelulehtiä. SanomaWSOY -konsernin asema on erityisen vahva muutamassa maakunnassa, kuten esimerkiksi Uudellamaalla. Konserniin kuuluvien Pohjoismaiden suurimman päivälehdessä Helsingin Sanomien, Ilta-Sanomien ja Taloussanomien yhteislevikki nousee jo lähes 600 000 kappaleeseen, joten niiden osuus Uudenmaan sanomalehtien kokonaislevikistä on noin puolet. AlmaMedia -konserniin kuuluvista sanomalehdistä Uudellamaalla ilmestyvien Iltalehden ja Kauppalehden yhteenlaskettu levikki on yli 210 000 kappaletta. Niiden osuus Uudellamaalla ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä on vajaa viidennes.

SanomaWSOY-konsernin asema on vielä Uudenmaan tilannettakin vahvempi Kaakkois-Suomessa, jossa konserniin kuuluva Kymen Lehtimedia -alakonserni kustantaa kolmea päivälehteä, kuutta paikallislehteä ja yhtä ilmaisjakelulehteä.

Taulukko 1. Sanomalehtiyrittysten lehtinimikkeiden määrä, levikkiosuudet ja muu graafisen alan toiminta maakunnittain

	4–7 päiväisiä sanomalehtiä	1–3 päiväisiä sanomalehtiä	Sanomalehtien yhteislevikki	Osuus yhteislevikistä	Ilmaisjakelu-lehtiä	Kirjapaino-toimintaa
<b>Uusimaa</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>1 182 053</b>			
SanomaWSOY -konserni	3	0		50,6 %		+
AlmaMedia -konserni	2	0		17,8 %		+
Maataloustuottajain Palvelu Oy	0	1		7,7 %		
Hufvudstadsbladet Ab	1	0		6,4 %		+
Muut	7	4		17,4 %		
<b>Itä-Uusimaa</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>33 084</b>			
Keski-Uusimaa Oy	1	1		49,4 %	+	+
Östra Nylands Tidningar Ab	1	1		38,0 %		
Loviisan Sanomain Osakeyhtiö	0	1		12,5 %		
<b>Varsinais-Suomi</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>221 641</b>			
TS-Yhtymä -konserni	2	3		69,4 %	+	+
Loimaan Kirjapaino Oy	0	3		8,5 %		+
Förlags Ab Sydvästkusten	1	1		5,3 %		
Muut	1	5		16,8 %		
<b>Satakunta</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>141 164</b>			
AlmaMedia -konserni	1	4		58,1 %	+	+
Länsi-Suomi Yhtymä -konserni	1	0		12,2 %	+	+
Euran Opintorahastoyhdistys ry.	0	1		6,1 %		
Ajan Sana Oy	0	1		6,0 %		
Huittisten Sanomalehti Oy	0	1		5,1 %		
Muut	0	4		12,7 %		
<b>Kanta-Häme</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>65303</b>			
Hämeen Sanomat Oy	2	0		61,1 %	+	+
Forssan Kirjapaino Oy	1	0		22,2 %	+	+
Hämeen Viestintä Oy	0	1		9,2 %	+	
Sanomalehti Kotokulma Oy	0	1		7,4 %	+	
<b>Pirkanmaa</b>	<b>2</b>	<b>17</b>	<b>244 213</b>			
AlmaMedia -konserni	2	2		62,3 %	+	+
Lempäälän-Vesilahden Sanomat Oy -ryhmä	0	4		10,5 %	+	
Oy Tyrvään Sanomat	0	2		5,6 %		
Muut	0	9		21,6 %		
<b>Päijät-Häme</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>96 118</b>			
Esa -konserni	2	2		86,1 %	+	+
Pitäjäsanomat Oy	0	1		6,8 %		
Padasjoen Sanomat Oy	0	1		3,5 %		
<b>Kymenlaakso</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>82 245</b>			
SanomaWSOY -konserni	2	2		84,2 %	+	+
Kymen Viikkolehti Oy	0	1		6,6 %	+	
Iitin Lehti Oy	0	1		5,3 %		
Elimäen Sanomat Oy	0	1		3,8 %		
<b>Etelä-Karjala</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>54 129</b>			
SanomaWSOY -konserni	1	2		77,1 %	+	+
Kustannus Oy Yhteissanomat	0	1		9,9 %		
Pohjois-Karjalan Kirjapaino -konserni	0	1		8,4 %		
Sanomalehti Simpeleen Seutu Oy	0	1		4,6 %		

	4–7 päiväisiä sanomalehtiä	1–3 päiväisiä sanomalehtiä	Sanomalehtien yhteislevikki	Osuus yhteislevikistä	Ilmaisjakelu-lehtiä	Kirjapaino-toimintaa
<b>Etelä-Savo</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>89 732</b>			
Länsi-Savo -konserni	2	1		57,4 %	+	+
Keskisuomalainen -konserni	0	2		12,8 %		–
SanomaWSOY -konserni	0	2		7,1 %		–
Juvan Lehti ry.	0	1		5,3 %		
Mikkelin Työväenlehti Oy	0	1		5,1 %		
Muut	0	2		6,8 %		
<b>Pohjois-Savo</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>162 837</b>			
Keskisuomalainen -konserni	3	10		95,1 %	+	+
Kiuruveden Sanomalehti Oy	0	1		4,9 %		+
Pohjois-Karjala	1	10	101 190			
Pohjois-Karjalan Kirjapaino -konserni	1	3		65,2 %	+	+
KM-Yhtymä Oy	0	3		13,4 %	+	+
Keski-Karjalan Paikallislehti Oy	0	1		6,8 %		
Sanomalehti Uusi Pohjois-Karjala Oy	0	1		6,5 %		
Muut	0	2		8,1 %		
<b>Keski-Suomi</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>152 839</b>			
Keskisuomalainen -konserni	1	5		69,1 %	+	+
AlmaMedia -konserni	1	1		8,9 %		
Keski-Suomen Viikkolehti Oy	0	1		5,0 %		
Muut	0	6		16,9 %		
<b>Etelä-Pohjanmaa</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>130 328</b>			
Ilkka -konserni	1	5		62,6 %		+
Pohjankyrön Media -konserni	0	2		7,7 %		
Järviseuutu-Seura ry.	0	1		6,5 %		
Kauhajoen Kunnallislehti Oy	0	1		6,0 %		
Lapua-säätiö	0	1		5,2 %	+	
Muut	0	3		11,9 %		
<b>Pohjanmaa</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>97 634</b>			
HSS-Media -konserni	2	2		51,3 %		
Ilkka -konserni	1	1		39,6 %	+	+
Pohjankyrön Media -konserni	0	2		9,0 %		
<b>Keski-Pohjanmaa</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>46 444</b>			
Keskipohtanmaan Kirjapaino -konserni	1	1		75,1 %	+	+
Lestijokilaakson Kirjapaino Oy	0	1		10,9 %	+	+
Aktiebolaget Österbottningen	1	0		10,4 %		+
Kälviän Seudun Sanomat Oy	0	1		3,7 %		
<b>Pohjois-Pohjanmaa</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>187 252</b>			
Kaleva Kustannus Oy	1	0		44,2 %		+
Suomenmaa-Yhtiöt -konserni	2	3		15,7 %	+	+
AlmaMedia -konserni	1	1		8,8 %	+	
Rantapohja Oy	0	1		5,9 %		
Muut	1	8		25,3 %		
<b>Kainuu</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>44 856</b>			
AlmaMedia -konserni	1	3		94,4 %	+	+
Kustannus Oy Puolangan DTP	0	1		5,6 %		
<b>Lappi</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>64 678</b>			
AlmaMedia -konserni	2	1		100 %	+	+
<b>Ahvenanmaa</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>17 595</b>			
Ålands Tidnings-Tryckeri Ab	1	0		61,8 %		+
Nya Ålands Tidningsaktiebolag	1	0		38,2 %		+

---

Konserniin kuuluvat myös rotaatiopainot Kouvolassa ja Lappeenrannassa. Etelä-Karjalan maakunnan ainoan päivälehdet, lappeenrantalaisen Etelä-Saimaan, Joutseno -lehden ja Luumäen Lehden levikki on yhteensä vajaat 42 000 kappaletta. Niiden osuus Etelä-Karjalassa ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä on kolme neljäsosaa. Konserniin julkaisuihin kuuluvat lisäksi imatralainen paikallislehti Uutisvuoksi sekä Lappeenrannassa ilmestyvä ilmaisjakelulehti.

Kymenlaakson suurilevikkisimmät sanomalehdet, Kouvolan Sanomat ja Kymen Sanomat sekä paikallislehdet Anjalankosken Sanomat ja Kaakonkulma, kuuluvat myös Kymen Lehtimediaan. SanomaWSOY -konserniin kuuluvien sanomalehtien kokonaislevikki nouseekin Kymenlaaksossa yli 69 000 kappaleeseen ja niiden osuus ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä yli neljään viidesosaan.

Valtakunnallisen Alma Media -konsernin pääliiketoiminta-alueet ovat sanomalehtien kustantaminen, taloudellisen informaation kustantaminen ja jakelu, televisio- ja radioliiketoiminta, uusmedia ja painotoiminta. Taloudellisen informaation tuotanto ja jakelu eri jakelukanaviin on koottu Business Information Groupiin. Broadcasting-liiketoimintaryhmä vastaa Alma Median radio- ja televisioliiketoiminnasta (MTV3, Subtv ja Radio Nova). Alprint -liiketoimintaryhmä vastaa keskitetysti Alma Media -konsernin painopalveluiden myynnistä ja painotoiminnassa tarvittavien materiaalien hankinnasta. Pirkanmaalla Alma Media -konserni julkaisee levikiltään Suomen toiseksi suurinta seitsemänpäiväistä sanomalehteä Aamulehteä sekä Kurun Sanomia, Nokian Uutisia ja Valkeakosken Sanomia. Edellä mainittujen neljän sanomalehden yhteenlaskettu levikki nousee yli 152 000 kappaleeseen, joka on vajaat kaksi kolmasosaa Pirkanmaalla ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä. Lisäksi konserni julkaisee Tampereella kahta ilmaisjakelulehteä.

Satakunnassa Alma Media -konsernin asema on myös merkittävä. Konserniin sanomalehtiin kuuluvat seitsemänpäiväinen Satakunnan Kansa sekä paikallislehdet Kankaanpään Seutu, Merikarvia-lehti, Sydän-Satakunta ja Uutismarkku. Konsernin sanomalehtien yhteenlaskettu levikki on noin 82 000 kappaletta ja niiden osuus koko maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä on lähes 60 prosenttia. Lisäksi Alma Medialla on Satakunnan alueella kaksi ilmaisjakelulehteä. Maakunnan toiseksi suurimman toimijan Länsi-Suomi Yhtymän osuus maakunnan sanomalehtien kokonaislevistä on hieman yli 10 prosenttia. Yhtiön päätuotteen, sanomalehti Länsi-Suomen, levikki on noin 17 000 kappaletta. Konserniin kuuluvat lisäksi ilmaisjakelulehti Uusi Rauma sekä kaksi painoalan yritystä.

Erityisen vahva asema Alma Media -konsernilla on pohjoisissa Lapin ja Kainuun maakunnissa. Lapissa se omistaa enemmistöt Pohjolan Sanomia kustantavasta Pohjolan Sanomat Oy:stä ja Lapin Kansaa kustantavasta Lapin Kansa Oy:stä. Lapin Kansan ja Pohjolan Sanomien sekä Kemijärvellä ilmestyvän paikallislehti Koillis-Lapin yhteenlaskettu levikki on lähes 65 000 kappaletta. Kaikki Lapissa ilmestyvät sanomalehdet kuuluvatkin Alma Media -konserniin. Konserni julkaisee lisäksi ilmaisjakelulehtiä Rovaniemellä ja Ranualla.

Kainuussa Alma Media -konsernin julkaisuihin kuuluvat kajaanilaisen Kainuun Sanomien lisäksi paikallislehdet Kuhmolainen, Sotkamo ja Ylä-Kainuu. Yli 42 000 kappaleen yhteislevikillä konserniin kuuluvien sanomalehtien osuus nousee Kainuussa ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä yli 90 prosentin. Konserni omistaa myös Kajaanissa ilmestyvän ilmaisjakelulehden.

Varsinais-Suomen suurimpaan mediakonserniin, TS-Yhtymään, kuuluu useita viestintäalalla toimivia yrityksiä, jotka julkaisevat Varsinais-Suomessa kahta päivälehteä, kolmea paikallislehteä ja yhtä ilmaisjakelulehteä. Konsernin viestintäryhmän päätuotteen Turun Sanomien lisäksi viestintäryhmään kuuluvat Salon Seudun Sanomat, Uudenkaupungin Sanomat, Laitilan Sanomat ja Somero -lehti. Konserniin kuuluvien sanomalehtien yhteislevikki on lähes 160 000 kappaletta ja niiden osuus Varsinais-Suomessa ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä on yli kaksi kolmasosaa. Konserniin kuuluvat myös ilmaisjakelulehti Aamuset Turussa sekä kolme radioasemaa Turussa ja Salossa. TS-Painopalvelut -ryhmään kuuluu esimerkiksi Suomen suurin painotalo Hansaprint Oy, jonka toinen merkittävä omistaja on SanomaWSOY -konserniin kuuluva Sanoma Magazines. Lisäksi TS-Yhtymällä on vähemmistöomistuksia muissa viestintäalan yrityksissä kuten esimerkiksi Savon Mediat Oy:ssä (8 %), Startel Oy:ssä (10%) ja Ruutunelonen Oy:ssä (9 %).

Keski-Suomen suurin viestintäalan yritys on Jyväskylässä toimiva Keskisuomalainen Oyj. Konsernin päätuote on Suomen vanhin suomenkielinen sanomalehti Keskisuomalainen, jonka lisäksi yritys kustantaa viittä maakunnassa ilmestyvää paikallislehteä: Hankasalmen Sanomia, Laukaa-Konnevesi -lehteä, Viitasaaren Seutua, karstulalaista Viiden Kunnan Sanomia ja Äänekoskella ilmestyvää Sisä-Suomen Lehteä. Konsernin julkaisemien sanomalehtien yhteenlaskettu levikki on yli 105 000 kappaletta ja niiden osuus maakunnassa ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä on reilut kaksi kolmasosaa. Lisäksi konserni julkaisee Jyväskylässä ilmaisjakelulehteä sekä City-lehden Jyväskylän versiota. Alma Media -konserni julkaisee kahta Keski-Suomessa ilmestyvää paikallislehteä. Koillis-Hämeen ja Suur-Keuruun yhteenlaskettu levikki on hieman alle 13 700 kappaletta ja 9 prosenttia maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä. Lisäksi konserniin kuuluu Keski-Suomessa yksi ilmaisjakelulehti.

Keski-Suomen lisäksi Keskisuomalainen -konsernilla on vahva asema myös Pohjois-Savossa, sillä Pohjois-Savon suurimmasta viestintäalan yrityksestä Savon Mediat Oy:stä tuli loppuvuodesta 2001 Keskisuomalainen Oyj:n tytäryhtiö kahden kolmasosan omistussuudella. Savon Mediat Oy:n muut omistajat ovat Sanoma Osakeyhtiö (15 %), Ilkka-Yhtymä Oyj (11 %) ja TS-yhtymä Oy (8 %). Savon Mediat Oy:n päätoimiala on sanomalehtien kustantaminen. Lisäksi yhtiöllä on painotoimintaa. Savon Mediat -konserni julkaisee kolmea päivälehteä: Savon Sanomia, Iisalmen Sanomia ja Warkauden Lehteä. Lisäksi yhtiö tytäryhtiöineen kustantaa kymmentä Pohjois-Savossa ilmestyvää paikallislehteä ja yhtä ilmaisjakelulehteä Kuopiossa. Konsernin paikallislehdet ovat Koillis-Savo Kaavilla, Matti ja Liisa

---

Lapinlahdella, Miilu Sonkajärvellä, Pieksämäen Lehti, Pielavesi-Keitele, Pitäjäläinen Nilsissä, Salmetar Iisalmessa, Soisalon Seutu Leppävirralla, Sisä-Savon Sanomat Suonenjoella ja Utis-Jousi Siilinjärvellä. Keskisuomalainen -konserniin kuuluvien kolmentoista sanomalehden yhteislevikki on vajaat 155 000 kappaletta eli lähes 95 prosenttia Pohjois-Savon sanomalehtien kokonaislevikistä.

Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj on Pohjois-Karjalan suurin viestintäkonserni, joka harjoittaa kirjapainotoimintaa sekä julkaisee seitsemänpäiväistä maakuntalehti Karjalaista. Konsernin vientiin ja kotimaisiin suurasiaikkaisiin keskittyvä kirjapaino toimii markkinointinimellä PunaMusta. Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj:n tytäryhtiöt julkaisevat kolmea Pohjois-Karjalassa ilmestyvää paikallislehteä: Lieksan Lehteä, Pogostan Sanomia ja Ylä-Karjalaa. Konserniin kuuluvien sanomalehtien yhteislevikki on noin 66 000 kappaletta ja niiden osuus maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä on kaksi kolmasosaa. Konsernilla on Joensuussa ilmaisjakelulehti. Levikillä mitattuna Pohjois-Karjalan toiseksi suurin toimija, KM-Yhtymä, julkaisee kolmea Pohjois-Karjalan maakunnassa ilmestyvää sanomalehteä. Karjalan Maan, Outokummun Seudun ja Pielisjokiseudun yhteislevikki on noin 13 500 kappaletta eli hieman yli kymmenesosa maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä.

Suurin Etelä-Pohjanmaalla ja Pohjanmaalla toimiva viestintäalan konserni on Ilkka-Yhtymä, jonka päätoimipaikat ovat Seinäjoki ja Vaasa. Konsernin liiketoiminta-alueita ovat maakunta- ja paikallislehtien kustantaminen, niihin liittyvät sähköiset palvelut sekä painotoiminta. Ilkka-Yhtymä julkaisee Etelä-Pohjanmaan ja Pohjanmaan maakuntien alueella kahta päivälehteä, kuutta paikallislehteä ja kahta ilmaisjakelulehteä. Seinäjoella ilmestyvän Ilkan ja vaasalaisen Pohjalaisen yhteenlaskettu levikki on noin 89 000 kappaletta. Ilkka -konsernin julkaisemia paikallislehtiä ovat Etelä-Pohjanmaa Seinäjoella, Härmät Härmässä, Jurvan Sanomat, Järviseuutu Alajärvellä, Suupohjan Sanomat Kristiinankaupungissa ja Viiskunta Alavudella. Ilkka -konserniin kuuluvien Etelä-Pohjanmaalla ilmestyvien sanomalehtien yhteislevikki on vajaat 82 000 kappaletta ja niiden osuus maakunnassa ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä on vajaat kaksi kolmasosaa. Konsernin Pohjanmaalla ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikki on vajaat 39 000 eli noin 40 prosenttia maakunnassa ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä. Konserniin kuuluu myös kaksi Vaasassa ilmestyvää ilmaisjakelulehteä.

Sanomalehtien levikillä mitaten suurin Pohjanmaan maakunnassa toimiva viestintäalan yritys on kuitenkin HSS Media Ab. HSS Media -konserni julkaisee Pohjanmaalla kolmea ruotsinkielistä ja yhtä suomenkielistä sanomalehteä. Vasabladetin, Jakobstad Tidningenin, Syd-Österbottenin ja Pietarsaaren Sanomien yhteenlaskettu levikki on hieman yli 50 000 kappaletta eli noin puolet maakunnassa ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä. Lisäksi HSS Media Ab omistaa noin 35 prosenttia kokkolalaista Österbottningenia julkaisevasta Aktiebolaget Österbottningenista.

Keski-Pohjanmaalla ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikki on noin 46 000 kappaletta. Keski-Pohjanmaan suurin mediakonserni on Keski-Pohjanmaan Kirja-

paino Oy, jonka julkaisemien Keskipohjanmaan ja Perhonjokilaakso -lehden yhteislevikki on hieman alle 35 000 kappaletta eli niiden osuus maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä on kolme neljäsosaa. Konserniin kuuluvat lisäksi ilmaisjakelulehti sekä kaksi painoalan yritystä.

Pohjois-Pohjanmaan suurin viestintäyrittäjä on oululaista sanomalehti Kalevaa julkaiseva Kaleva Kustannus Oy. Sanomalehden julkaisemisen lisäksi yhtiö harjoittaa kirjapainotoimintaa ja kirjojen kustantamista. Suomen levikiltään neljänneksi suurimman seitsenpäiväisen sanomalehden Kalevan levikki on noin 84 000 kappaletta, joka on yli 40 prosenttia Pohjois-Pohjanmaalla ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä. Maakunnan kaksi muuta suurempaa toimijaa ovat Suomenmaa -yhtiöt sekä Alma Media -konserni. Suomenmaa -yhtiöiden julkaisemien Suomenmaan (Pohjois-Pohjanmaan painos), Iijokiseutu -lehden, Kalajoki -lehden, Koillissanomien ja Rantalakeus -lehden yhteislevikki on reilut 29 000 kappaletta eli vajaat 16 prosenttia maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä. Alma Media -konserniin kuuluvien Pyhäjokiseutu ja Raahen Seutu -lehtien yhteenlaskettu levikki on noin 16 500 kappaletta eli hieman alle kymmenesosa Pohjois-Pohjanmaan sanomalehtien kokonaislevikistä. Lisäksi konserni julkaisee maakunnassa paria ilmaisjakelulehteä.

Päijät-Hämeen johtava viestintäalan yritys Esa -konserni harjoittaa julkaisu- ja kustannustoimintaa sekä tuottaa graafisen alan palveluja perinteisessä ja sähköisessä muodossa. Konsernin pääliiketoiminta-alueet ovat sanomalehtien kustantaminen ja julkaiseminen, sähköinen viestintä sekä erilaiset painopalvelut. Esa -konserni julkaisee kahta päivälehteä, kahta paikallislehteä ja yhtä ilmaisjakelulehteä. Konsernin julkaisemat sanomalehdet ovat Etelä-Suomen Sanomat, Itä-Häme, Päijät-Häme ja Nastola-lehti. Konserniin kuuluvien sanomalehtien yhteenlaskettu levikki on lähes 83 000 eli niiden osuus maakunnassa ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikistä on yli 85 prosenttia.

Länsi-Savo Oy tytäryhtiöineen muodostaa Etelä-Savossa toimivan maakunnallisen viestintäkonsernin. Konsernin sanomalehtiin kuuluvat seitsemänpäiväiset Länsi-Savo ja Itä-Savo sekä paikallislehdet Kangasniemen Kunnallislehti ja Joroisten Lehti. Konserniin kuuluvien sanomalehtien yhteislevikki on lähes 53 000 kappaletta ja niiden osuus maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä on hieman alle 60 prosenttia. Konserni omistaa myös radioaseman sekä ilmaisjakelulehden Mikkelissä. Keskisuomalainen -konserniin kuuluva Savon Lehtikustannus Oy:n julkaisee kahta Etelä-Savossa ilmestyvää paikallislehteä. Punkaharjulaisten Puruvesi -lehden ja Heinäveden Lehden yhteenlaskettu levikki on hieman yli 11 500 kappaletta, joka on noin 13 prosenttia maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä.

Kanta-Hämeen suurin viestintäalan yritys on Hämeen Sanomat Oy, joka vuonna 2001 yhdistyi Hämeen Puhelin Oy:n kanssa. Seitsemänpäiväisen Hämeen Sanomien ja Riihimäen Sanomien yhteenlaskettu levikki on hieman alle 40 000 kappaletta, joka on noin 60 prosenttia maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä. Konsernilla on Hämeenlinnassa myös ilmaisjakelulehti ja radioasema.

---

Itä-Uudellamaalla ilmestyvien sanomalehtien kokonaislevikki on vain noin 33 000 kappaletta. Keski-Uusimaa -konserni julkaisee Itä-Uudellamaalla kahta sanomalehteä. Porvoossa ilmestyvän Uusimaa -lehden ja Sipoon Sanomien yhteislevikki on reilusti yli 16 000 kappaletta eli lähes puolet maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä. Östra Nylands Tidningar Ab:n julkaisemien kahden ruotsinkielisen sanomalehden, Borgåbladetin ja Östra Nylandin, yhteenlaskettu levikki nousee noin 12 600 kappaleeseen eli noin 40 prosenttiin maakunnan sanomalehtien kokonaislevikistä. Helsinkiläinen Hufvudstadsbladet Ab omistaa noin viidenneksen Östra Nylands Tidningar Ab:sta.

## *Mediamainonnan jakautuminen maakunnittain*

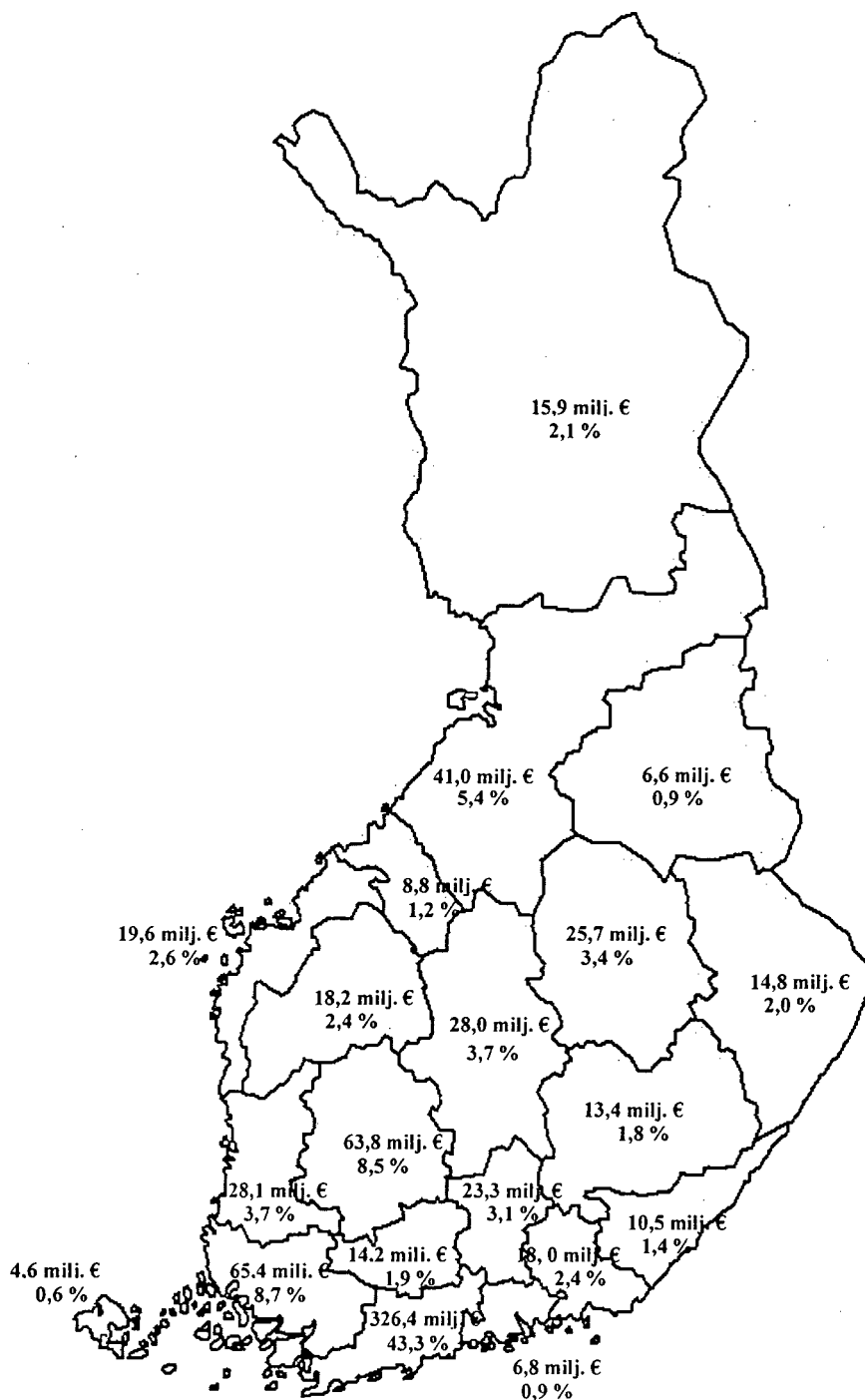
Mediamainonnan alueellista kohdentumista (kuvio 3) voidaan tarkastella tarkemmin mediakohtaisesti. Mediakohtaisen tarkastelun avulla voidaan analysoida saman viestimen (esimerkiksi paikallislehtien tai radioiden) erilaista menestymistä kilpailussa mainostuloista eri alueilla eli analysoida eroja medioiden osuuksissa alueellisesta ”mainoskakusta”. Toisaalta tarkasteltaessa mediamainonnan määrää eri maakunnissa täytyy ottaa huomioon alueen yleinen taloudellinen aktiivisuus. Vertaamalla maakunnallisten mainostuottojen bruttokansantuoteosuuksia keskenään voidaan nähdä, ovatko maakunnallisen mainonnan investoinnit tietyssä mediassa yli vai alle maan keskiarvon suhteessa maakunnan yleiseen taloudelliseen aktiviteettiin (Grönlund & al. 2002).

Päivälehtien kokonaisilmoitustuotot vuonna 2000 olivat noin 556 miljoonaa euroa. Uudellamaalla ilmestyvien päivälehtien ilmoitustuotot olivat yhteensä noin 255 miljoonaa euroa eli lähes 46 prosenttia päivälehtien kokonaisilmoitustuotoista. Varsinais-Suomessa ilmestyvien päivälehtien ilmoitustuotot olivat vajaat 47 miljoonaa euroa ja Pirkanmaalla noin 43 miljoonaa euroa. Pohjois-Pohjanmaalla ilmestyvien päivälehtien ilmoitustuotot olivat hieman alle 30 miljoonaa euroa. Sekä Keski-Suomessa että Pohjois-Savossa päivälehtien ilmoitustuotot olivat vajaat 20 miljoonaa euroa. Päivälehtien ilmoitustuotoilla mitaten pienimpien maakuntien, Itä-Uudenmaan ja Kainuun, päivälehtien ilmoitustuotot jäivät vain noin 4 miljoonaan euroon. Itä-Uudenmaan päivälehtien mainostuottojen vähäisyyttä selittää ainakin osaltaan maakunnan sijainti Uudenmaan vieressä suhteellisen lähellä pääkaupunkiseutua. Itä-Uudenmaan ja Kainuun lisäksi päivälehtimainonnan osuus maakunnan bruttokansantuotteesta jäi selvästi alle maan keskiarvon Etelä- ja Pohjois-Karjalassa, Etelä-Pohjanmaalla, Satakunnassa, Kymenlaaksossa, Lapissa ja Etelä-Savossa. Suurimpia häviäjiä päivälehtien ilmoitustuottojen alueellisessa jakautumisessa näyttäsivätkin olevan Pohjois-, Itä- ja Kaakkois-Suomen maakunnat (Grönlund & al., 2002).

Vuonna 2000 harvemmin ilmestyvien sanomalehtien kokonaisilmoitustuotot olivat vain hieman yli 60 miljoonaa euroa. Enemmistö harvemmin ilmestyvien sa-



Kuvio 3. Maakunnalliset mediamainontamarkkinat vuonna 2000



Lähteet: Sanomalehtien Liitto; Suomen Gallup-Mainostieto; Suomen Radioiden Liitto; Yritysten toimintakertomukset

---

nomalehtien runsaslukuisesta joukosta on suhteellisen pienilevikkisiä paikallislehtiä. Harvemmin ilmestyvien sanomalehtien ilmoitustuotot jakautuvatkin maakunnittain selvästi tasaisemmin kuin päivälehtien ilmoitustuotot. Uudellamaallakin harvemmin ilmestyvien sanomalehtien ilmoitustuotot jäivät noin 7,7 miljoonaan euroon ja maakunnan osuus harvemmin ilmestyvien sanomalehtien ilmoitustuotoista oli alle 13 prosenttia. Sekä Pirkanmaalla että Varsinais-Suomessa harvemmin ilmestyvien sanomalehtien ilmoitustuotot olivat noin 7 miljoonaa euroa. Edellä mainittujen ilmoitustuotoiltaan kolmen suurimman maakunnan yhteenlasketut ilmoitustuotot olivat alle 22 miljoonaa euroa eli noin kolmannes harvemmin ilmestyvien sanomalehtien kokonaisilmoitustuotoista. Pohjois- ja Etelä-Pohjanmaalla sekä Satakunnassa paikallislehtien ilmoitustuotot olivat noin 5 miljoonaa euroa. Keski-Suomen ja Pohjois-Savon paikallislehtien ilmoitustuotot olivat reilut 4 miljoonaa euroa.

Harvemmin ilmestyvien sanomalehtien ja päivälehtien ilmoitustuottojen jakautumisessa maakunnittain on muitakin selviä eroja. Kainuun, Pohjois-Karjalan, Etelä-Pohjanmaan ja Satakunnan paikallislehtien ilmoitustuottojen suhteellinen osuus alueen bruttokansantuotteesta on maan keskiarvoa korkeampi (taulukko 2). Edellä mainittujen maakuntien päivälehtien ilmoitustuottojen suhteellinen osuus maakunnan bruttokansantuotteesta oli sitä vastoin maan keskiarvoa alhaisempi. Näyttäisi siltä, että vahva paikallislehdistö pystyy ainakin jossain määrin kilpailemaan ilmoitustuotoista maakuntansa päivälehtien kanssa (Grönlund & al., 2002).

Sanomalehtien yhteenlasketut ilmoitustuotot vuonna 2000 olivat noin 616 miljoonaa euroa. Uudellamaalla ilmestyvien sanomalehtien ilmoitustuotot olivat yhteensä yli 260 miljoonaa euroa eli noin 43 prosenttia sanomalehtien kokonaisilmoitustuotoista (taulukko 2). Varsinais-Suomessa sanomalehtien ilmoitustuotot olivat noin 53 miljoonaa euroa ja Pirkanmaalla noin 50 miljoonaa euroa. Ilmoitustuotoiltaan kolmen suurimman maakunnan yhteenlasketut ilmoitustuotot olivat noin 365 miljoonaa euroa eli noin 60 prosenttia kaikista sanomalehtien ilmoitustuotoista. Ilmoitustuotoiltaan kuuden suurimman maakunnan (Uusimaa, Varsinais-Suomi, Pirkanmaa, Pohjois-Pohjanmaa, Keski-Suomi ja Pohjois-Savo) osuus sanomalehtien ilmoitustuotoista on vajaat kolme neljäsosaa eli lähes 450 miljoonaa euroa. Ilmoitustuotoiltaan pienimpien maakuntien, Itä-Uudenmaan ja Kainuun, sanomalehtien kokonaisilmoitustuotot jäivät vain noin 5 miljoonaan euroon. Sekä Keski-Pohjanmaalla että Etelä-Karjalassa sanomalehtien kokonaisilmoitustuotot jäivät selvästi alle 10 miljoonan euron. Etelä-Karjalassa Etelä-Savossa ja Lapissa sanomalehtien ilmoitustuotot olivat noin 12 miljoonaa euroa. Sanomalehtimainonnan osuus bruttokansantuotteesta koko maassa oli 0,59 prosenttia. Vertaamalla sanomalehtien maakunnallisten ilmoitustuottojen bruttokansantuoteosuutta keskenään voidaan nähdä, että suurimpia häviäjiä ovat Itä-Uusimaa, Etelä-Karjala, Lappi, Kymenlaakso ja Kainuu. Esimerkiksi Kanta-Hämeen tilannetta selittänee ainakin osaltaan maakunnan asema Uudenmaan, Pirkanmaan ja Varsinais-Suomen puristuksessa (Grönlund & al., 2002).

Taulukko 2. Sanomalehtimainonnan osuus alueellisesta BKT:sta ja koko maan sanomalehtimainonnasta

	4–7 päiväiset sanomalehdet		1–3 päiväiset sanomalehdet		Kaikki sanomalehdet	Osuus sanomalehtimainonnasta %	
	% BKT:sta		% BKT:sta				
Uusimaa	0,69	+	0,02		0,71	+	42,6
Itä-Uusimaa	0,26	–	0,09		0,36	–	0,9
Varsinais-Suomi	0,51		0,07		0,59		8,7
Satakunta	0,36	–	0,11	+	0,47	–	3,2
Kanta-Häme	0,43		0,03		0,46	–	1,9
Pirkanmaa	0,50		0,08		0,59		8,2
Päijät-Häme	0,54		0,04		0,57		3,0
Kymenlaakso	0,38	–	0,04		0,41	–	2,4
Etelä-Karjala	0,31	–	0,04		0,36	–	1,5
Etelä-Savo	0,39	–	0,08		0,47	–	1,9
Pohjois-Savo	0,49		0,10	+	0,59		3,8
Pohjois-Karjala	0,38	–	0,12	+	0,51		2,1
Keski-Suomi	0,44		0,09		0,53		3,9
Etelä-Pohjanmaa	0,36	–	0,18	+	0,54		2,5
Pohjanmaa	0,45		0,07		0,53		2,8
Keski-Pohjanmaa	0,63		0,08		0,71	+	1,3
Pohjois-Pohjanmaa	0,45		0,08		0,53		5,6
Kainuu	0,32	–	0,10	+	0,42	–	0,9
Lappi	0,39	–	0,01	–	0,40	–	2,1
Ahvenanmaa	0,64		0,00		0,64		0,7
Koko maa	0,53		0,06		0,59		100

Gallup Mainostieto Oy:n mukaan vuonna 2000 alueellisen televisiomainonnan kokonaismäärä oli vain noin 30 miljoonaa euroa eli alle 15 prosenttia kokonaistelevisionmainonnasta. Mainostava Suomi -tutkimuksen (Grönlund & al., 2002) mukaan sanomalehti-, ilmaisjakelulehti- ja radiomainonnan sekä alueellisen televisiomainonnan kokonaismäärä Suomessa vuonna 2000 oli noin 750 miljoonaa euroa, josta sanomalehtimainonnan osuus oli yli neljä viidesosaa (81,9 %). Näin ollen alueellisesti kohdennettavissa olevan kokonaismainonnan jakautuminen maakunnittain ei juurikaan poikkea sanomalehtimainonnan maakunnallisesta jakautumisesta (taulukko 3).

Mediamainonnan maakunnallisessa jakautumisessa Uusimaa näyttäisi olevan ainoa selvä voittaja. Uudenmaan mediamainonnan kokonaismäärä oli noin 326 miljoonaa euroa eli reilut 43 prosenttia alueellisesta mediamainonnasta. Sekä Varsinais-Suomen että Pirkanmaan mediamainonnan määrä oli noin 65 miljoonaa euroa. Edellä mainittujen mainosmarkoiltaan kolmen suurimman maakunnan yhteenlaskettu mediamainonta oli noin 455 miljoonaa euroa eli noin 60 prosenttia koko maan mediamainonnasta. Pohjois-Pohjanmaan mainoseurot olivat reilut 41 miljoonaa euroa. Keski-Suomessa ja Satakunnassa mediamainonnan määrä oli vajaat 30 miljoonaa euroa. Alueelliselta mediamainonnaltaan kuuden suurimman maakunnan osuus mainoseuroista on lähes kolme neljäsosaa eli noin 550 miljoonaa euroa. Suu-

Taulukko 3. Mediamainonnan mainososuudet maakunnittain

	Osuus päivä- lehti- mainon- nasta	Osuus harv. ilm. mainon- nasta	Osuus sanoma- lehti- mainon- nasta	Osuus radio- mainon- nasta	Osuus ilmais- jakelu- lehti- mainon- nasta	Osuus televisio- mainon- nasta	Osuus kaikesta media- mainon- nasta	Media- mainonta yhteensä
	%							Milj. €
Uusimaa	45,9	12,7	42,6	49,9	47,5	39,8	43,3	326,4
Itä-Uusimaa	0,7	2,3	0,9	0,6	1,9	0,0	0,9	6,8
Varsinais-Suomi	8,4	11,0	8,7	8,4	7,8	11,1	8,7	65,4
Satakunta	2,7	7,6	3,2	8,3	5,7	3,6	3,7	28,1
Kanta-Häme	2,0	1,4	1,9	0,0	3,3	0,0	1,9	14,2
Pirkanmaa	7,8	11,7	8,2	10,6	7,7	13,3	8,5	63,8
Päijät-Häme	3,1	2,1	3,0	1,1	3,4	6,5	3,1	23,3
Kymenlaakso	2,4	2,2	2,4	1,4	4,4	0,0	2,4	18,0
Etelä-Karjala	1,5	1,9	1,5	0,0	1,7	0,0	1,4	10,6
Etelä-Savo	1,7	3,3	1,9	0,9	0,4	4,2	1,8	13,4
Pohjois-Savo	3,5	6,9	3,8	1,4	0,5	4,0	3,4	25,7
Pohjois-Karjala	1,8	5,2	2,1	1,0	2,1	0,0	2,0	14,8
Keski-Suomi	3,6	6,9	3,9	0,0	4,1	4,3	3,7	28,0
Etelä-Pohjanmaa	1,9	8,5	2,5	2,2	2,6	0,0	2,4	18,2
Pohjanmaa	2,7	4,1	2,8	1,3	0,8	4,0	2,6	19,6
Keski-Pohjanmaa	1,3	1,4	1,3	0,9	0,9	0,0	1,2	8,8
Pohjois-Pohjanmaa	5,3	8,3	5,6	6,1	3,0	6,3	5,4	41,0
Kainuu	0,7	2,1	0,9	0,7	1,5	0,0	0,9	6,6
Lappi	2,2	0,5	2,1	4,5	0,6	2,9	2,1	15,9
Ahvenanmaa	0,8	0,0	0,7	0,8	0,0	0,0	0,6	4,6
Koko maa	100	100	100	100	100	100	100	753,3
Yhteensä, milj. €	555,7	60,7	616,4	41,6	65,7	29,7	753,3	

rimpia häviäjiä mainosmarkkojen alueellisessa jakautumisessa näyttäisivät olevan Pohjois-, Itä- ja Kaakkois-Suomen maakunnat. Esimerkiksi Kainuun ja Itä-Uudenmaan maakunnalliset mediamainonnan kokonaismarkkinat olivat vuonna 2000 alle 7 miljoonaa euroa.

## Kirjallisuus

Graafiset faktat 2001. *Graafinen Teollisuus ry & Viestintätöytäntajat VTA ry.*

Grönlund, M., Higuera, I., Picard, R. & Toivonen, T. E.: *Mainostava Suomi – Alueellisten mainosmarkkinoiden rakenne. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 26/2002.* Oy Edita Ab, Helsinki.

Grönlund, Mikko & Toivonen, Timo E.: *Suomalaisen mediateollisuuden rakenne ja kehitystrendit. Teoksessa Vähämäki (toim.): Mediatalous – Liiketoiminnan ja yritytyden perusteet viestintäalalle.* Edita, Helsinki 2000.

Intermediatutkimus 2000. *Suomen Gallup-Media* (moniste).

Joukkoviestimet – Finnish Mass Media. SVT, Kulttuuri ja viestintä. *Tilastokeskus*, Helsinki (eri vuosina).

*Litman, Barry*: Economic methods of broadcast research. Teoksessa Dominic & Fletcher (toim.): *Broadcasting Research Methods*. Allyn and Bacon, Massachusetts 1985.

Paikallislehdistön medianumero 2000. *Suomen Paikallismediat Oy*. Loimaan Kirjapaino Oy, Loimaa 2000.

*Picard, Robert G.*: The Changing Geography of the Finnish Graphic Arts Industry. *Painomaailma* 8/2001, 38–39.

*Sauri, Tuomo*: Joukkoviestinnän rakenne ja talous. Teoksessa Joukkoviestimet – Finnish Mass Media 2000: 1. SVT, Kulttuuri ja viestintä 2000:1. *Tilastokeskus*, Helsinki.

*Sauri, Tuomo*: Sanomalehdet. Teoksessa Joukkoviestimet – Finnish Mass Media 2000. SVT, Kulttuuri ja viestintä 2000:1. *Tilastokeskus*, Helsinki 2001.

*Sauri, Tuomo & Picard, Robert G.*: Mediatalous. Nordenstreng & Wiiro (toim.): Suomen mediamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

*Suomen Lehdistö* 6/2001.

Taskumedia. *A-lehdet Oy*, Helsinki (eri vuosina).

Teollisuustilasto. *Tilastokeskus*, Helsinki (eri vuosina).

Tilastokeskuksen StatFin -tilastopalvelu

Yritysten Internet-sivut ja sähköiset vuosikertomukset

## Sanomalehtien tilaamattomuus

Suomalaisten sanomalehtien levikit vähenivät nopeasti 1990-luvun alusta vuosikymmenen puoliväliin. Levikkien lasku tasaantui 1990-luvun loppuvuosina, ja jotkut lehdet käänsivät tilausmääränsä jopa hienoiseen kasvuun. Monella lehdellä alamaiki kuitenkin jatkui uudella vuosituhannella. Lehdillä ei näytä olevan paluuta ensiisiin, 1980–90 -lukujen taitteen korkeisiin levikkimääriin, puhumattakaan yli 90 prosentin peittoihin edes levikin ydinalueilla.

Päivälehti (4–7 kertaa viikossa ilmestyvä sanomalehti) on tilattu Suomessa perinteisesti kotiin. Sanomalehtien irtonumeroiden myynti on ollut iltapäivälehtiä lukuun ottamatta erittäin vähäistä. Toki ei-tilaajia on ollut aina, mutta 1990-luvulta lähtien heitä näyttäisi olevan aikaisempaa enemmän. Sanomalehtien tilaamisessa tapahtui siis murros, johon ovat vaikuttaneet monet tekijät. Joka tapauksessa kyse on siitä, että sanomalehtien ja niiden lukijoiden suhde muuttui.

Sanomalehdet ovat pyrkineet kartoittamaan lukijakuntaansa ensi sijassa mainostajia, ilmoittajia sekä levikkimarkkinointia varten. Lukijat ja heidän kiinnostuksensa kohteet alkoivat kiinnostaa myös toimituksia aikaisempaa enemmän viimeistään lamavuosina 1990-luvun alussa. Lehteä tilaamattomista on sen sijaan tiedetty vähän; heidän osuutensa lukijakunnasta on ollut perinteisesti marginaalinen. Toki suuret valtakunnalliset mediatutkimukset, kuten Kansallinen Mediatutkimus (KMT) tarjoaa tietoa lehtien hankintatavoista. Päivälehdet ovat teettäneet myös itse aika ajoin selvityksiä ei-tilaajistaan. Lehtien levikkityössä tilausmääriä on yritetty kohentaa muun muassa kohdentamalla erilaisia tilauskampanjoita oletetuille epävarmoille tilaajaryhmille sekä selvittämällä tilausperuutusten syitä.

Keitä päivälehdistä luopuneet ovat? Miksi he eivät halua tilata kotiinsa sanomalehteä, jonka tilaaminen ja lukeminen on Suomessa nähty kansalaisuuteen kuuluvana piirteenä, jopa jonkinlaisena normatiivisena ”kunnan kansalaisen” velvollisuutena. Suomalaista sanomalehteä on pidetty omnibus-lehtenä, kaikille yhteiseksi tarkoitettuna ja omalla tavallaan julkisen palvelun tehtävää täyttävänä, demokratiaa ja sananvapautta edistävänä tiedotusvälineenä.

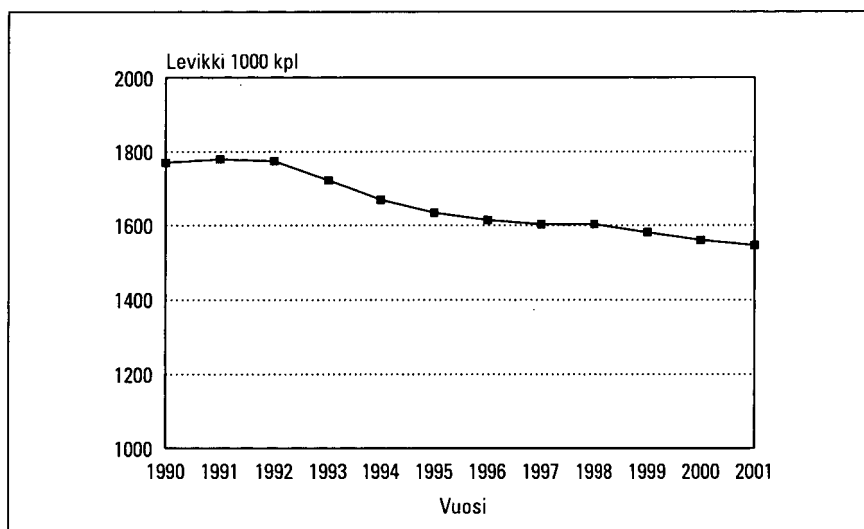
Tarkastelen tässä artikkelissa päivälehtien levikkikehitystä 1990-luvun alusta 2000-luvun alkuun. Haen levikkien laskuun kymmenvuotiskaudella vaikuttaneita syitä erittelemällä mediatarjonnassa ja ei-tilaajien mediakäyttäytymisessä tapahtuneita muutoksia. Artikkelini perustuu tekeillä olevaan väitöstutkimukseeni sekä lisensiaatintyöhöni ”Lukijakunnan rajamailla. Maakuntalehden ei-tilaajan mediakäyttäytyminen ja suhde sanomalehtijournalismiin” (Hujanen 2000). Myös seitsemänpäiväisten sanoma-

lehtien itsensä teettämiä lukija- ja ei-tilaaja -selvityksiä on ollut käytettävissäni. Artikkelin levikkitiedot perustuvat pääsääntöisesti Levikintarkastus Oy:n LT-levikkilukuihin (Levikintarkastus Oy:n tarkistama, rekisteröimä ja virallinen luku, joka on kunkin lehden ilmoittama ja kuvaa lehden numerokohtaista keskimääräistä nettolevikkiä. Lehdet laskivat levikkinsä vuoteen 2000 saakka ensimmäiseltä vuosipuoliskolta. Vuodesta 2001 lähtien kaikkien sanomalehtien levikit ovat koko vuoden levikkejä.)

## Levikit romahtivat 1990-luvun alussa

Levikkikehitys oli lähes kaikilla lehdillä 1990-luvun alkuvuosiin saakka suotuisa. Kymmenen vuoden ajanjaksoon 1985–1995 sattui Suomen historiassa vastakohtainen tilanne. Jakson alun mittavan nousukauden jälkeen talous taantui voimakkaasti, mikä vaikutti paljon sanomalehtien toimintaedellytyksiin. Kaikkien sanomalehtien (1–7 kertaa viikossa ilmestyvät) yhteenlaskettu tilausmäärä nousi huippuunsa vuonna 1989, jolloin sanomalehtien kokonaislevikki oli yhteensä 4,1 miljoonaa kappaletta. Vuonna 1999 kokonaislevikki oli 3,3 miljoonaa kappaletta eli levikki laski kymmenessä vuodessa noin 800 000:lla (laskua noin 20 %). Päivälehtien eli 4–7 kertaa viikossa ilmestyvien kokonaislevikki oli korkeimmillaan lähes 2,8 miljoonaa kappaletta vuonna 1990. Vuoteen 1999 mennessä päivälehtien levikki oli laskenut 2,3 miljoonaan kappaleeseen. Laskua kertyi 450 000 kappaletta (16 %). (Levikintarkastus Oy:n levikkitiedot; Sauri 2000; Mervola 1998; Löyttyniemi 1997.)

Kuvio 1. Seitsepäiväisten suomenkielisten sanomalehtien yhteislevikki 1990–2001



Seitsenpäiväisten, aamuisin kotiin kannettavien suomenkielisten sanomalehtien (27 lehteä) yhteislevikki laski myös nopeasti vuodesta 1992 lähtien. Lasku tasoittui 1990-luvun puolivälissä, mutta levikit notkahtivat taas vuoden 1998 jälkeen. Korkeimmillaan seitsenpäiväisten lehtien yhteislevikki oli vuonna 1991 (1 779 000 kappaletta). Kymmenessä vuodessa vuoteen 2001 mennessä yhteislevikki väheni runsaalla 200 000 kappaleella (13 %:n lasku). (Kuvio 1.)

Iso osa päivälehtien levikistä suli lehtikuolemien vuoksi. Iskut kohdistuivat pääasiassa puoluelehtiin. Merkittävin oli kokoomuksen entisen äänenkannattajan, myöhemmin sitoutumattomaksi julistautuneen Uuden Suomen lakkauttaminen vuonna 1991. Samana vuonna myös SDP:n Kansan Lehti (Tampere) ja Pohjanmaan Kansa (Vaasa) lakkasivat ilmestymästä. SKDL:n äänenkannattajista 1990-luvun alussa kaatuivat Hämeen Yhteistyö (Tampere), Kansan Sana (Kuopio) ja Kansan Ääni (Vaasa). Keskustan pää-äänenkannattaja Suomenmaa liitettiin Oulussa ilmestyvään Liitto-lehteen, jonka nimi muutettiin myöhemmin Suomenmaaksi. Kotkaan perustettiin vuonna 1988 sitoutumattomasta Etelä-Suomesta ja SDP:n Eteenpäin-lehdestä Kotkan Sanomat. Vuonna 1991 Kotkan Sanomat vielä osti Kymen Sanomat, joka oli Haminassa ilmestyvä Keskustan äänenkannattaja. Edellä mainittujen kolmen

Taulukko 1. Suomenkielisten seitsenpäiväisten sanomalehtien huippu- ja pohjalevikit 1990–2001

	Huippulevikki	Vuosi	Pohjalevikki	Vuosi	Muutos %	Levikki 2001
Aamulehti (arki)	145 162	1990	129 658	1996	-10,7	134 340
Etelä-Saimaa	38 399	1994	34 268	2001	-10,8	34 268
Etelä-Suomen Sanomat	71 252	1991	62 218	2000	-12,7	62 330
Helsingin Sanomat (arki)	486 856	1992	436 009	2001	-10,4	436 009
Hyvinkään Sanomat	14 054	1992	12 011	1994	-14,5	12 803
Hämeen Sanomat	33 344	1991	30 076	2001	-9,8	30 076
Iisalmen Sanomat	20 019	1990	15 318	2001	-23,5	15 318
Ilkka	57 536	1991	54 296	1997	-5,6	55 536
Itä-Savo	24 025	1992	20 121	2001	-16,2	20 121
Kainuun Sanomat	30 408	1991	23 207	2001	-23,7	23 207
Kaleva	97 149	1992	82 842	2000	-14,7	83 151
Karjalainen	55 693	1992	47 636	2000	-14,5	47 760
Keskipojanmaa	35 247	1992	28 385	2001	-19,5	28 385
Keskisuomalainen	82 080	1992	75 770	1997	-7,7	77 135
Keski-Uusimaa	24 674	1991	21 651	2001	-12,3	21 651
Kouvolan Sanomat	34 783	1990	29 702	2001	-14,6	29 702
Kymen Sanomat	32 368	1992	26 836	2001	-16,8	26 836
Lapin Kansa	43 759	1991	35 304	2001	-19,3	35 304
Länsi-Savo	29 554	1992	26 149	2000	-11,5	26 239
Länsi-Suomi	20 218	1990	17 121	2001	-15,3	17 121
Pohjalainen	65 009	1991	33 406	1998	-48,6	33 491
Pohjolan Sanomat	42 577	1991	23 075	2001	-45,8	23 075
Salon Seudun Sanomat	21 758	1991	20 885	1994	-4,0	21 910
Satakunnan Kansa	62 630	1990	56 565	1997	-9,7	56 951
Savon Sanomat	90 609	1991	67 185	2000	-25,9	67 219
Turun Sanomat (arki)	136 517	1990	111 454	1995	-18,5	113 076
Uusimaa	14 492	1991	12 307	1996	-15,1	13 042

Lähde: Levikintarkastus Oy



lehden perillisen nimeksi tuli silloin Kymen Sanomat (Suomen Lehdistö 6–7/1999, 10; Löyttyniemi 1997; Salokangas 1999; Sauri 2000).

Loppujenkin henkiin jääneiden ja puolueisiin sidoksissa olevien lehtien levikit romahtivat 1990-luvulla. SDP:n äänenkannattaja Demarin levikki laski 1990-luvun alusta vuoteen 2001 runsaat 50 prosenttia, samoin SDP:n Turun Päivälehdessä ja Oulussa ilmestyvän Vasemmistoliiton Kansan Tahdon. Keskustan Suomenmaan Pohjois-Pohjanmaan painoksen levikki notkahti 1990-luvun puolivälistä lähes 40 prosenttia. Neljä kertaa viikossa ilmestyvän valtakunnallisen Suomenmaan levikin lasku oli vielä suurempi: 46 prosenttia vuosina 1993–2001.

Seitsenpäiväisistä lehdistä levikkiään menettivät 1990-luvulla eniten pohjoisen Suomen, harvaan asuttujen, ikärakenteeltaan vanhuusväestöön painottuvien, muuttotappiosta tai teollisesta rakennemuutoksesta kärsineiden alueiden ykköslehdet. Esimerkiksi Kemissä ilmestyvän Pohjolan Sanomien levikkikierre oli tasaista pudotusta koko 1990-luvun (46 prosentin lasku 1991–2001). Vaasassa ilmestyvän Pohjalaisen lasku oli vielä nopeampaa; levikki laski vajaassa kymmenessä vuodessa liki puoleen. (Ks. Taulukko 1, josta ilmenevät suomenkielisten seitsenpäiväisten sanomalehtien huippu- ja pohjalevikit vuosina 1990–2001.)

Joka neljännen tilaajansa menettivät Kuopiossa ilmestyvä Savon Sanomat (laskua 26 %), Kajaanissa ilmestyvä Kainuun Sanomat (24 %) ja Iisalmissa ilmestyvä Iisalmen Sanomat (24 %). Joka viidennen tilaajansa kadottivat Kokkolassa ilmestyvä Keskipohjanmaa (20 %), Rovaniemellä ilmestyvä Lapin Kansa (19 %) sekä Turussa ilmestyvä Turun Sanomat (18 %:n lasku 1990–1995, jonka jälkeen Turun Sanomien levikki nousi, kunnes laski taas vuosina 2000 ja 2001).

Kohtalaisen suuri levikin lasku kohtasi myös kotkalaista Kymen Sanomia (laskua 17 %), savonlinnalaista Itä-Savo (16 %), raumalaista Länsi-Suomea (15 %), joensuulaista Karjalaista (15 %) sekä kouvolaista Kouvolan Sanomia (15%). Porvoolaisen Uusimaa-lehden levikki väheni vuosina 1991–1996 15 prosenttia, mutta erityisesti vuosina 1999–2001 Uusimaa sai nostettua tilaajamääriään kohtalaisen hyvin. Sama piirre näkyy Hyvinkään Sanomien kehityksessä; sen levikki laski 15 prosenttia kahdessa vuodessa 1992–1994. Tämän jälkeen luvut tasoittuivat vuosittaisiin pieniin nousuihin ja laskuihin.

Oulussa ilmestyvän Kalevan levikki laski myös 15 prosenttia vuoden 1992 huippuluvuista vuoteen 2000, mutta vuonna 2001 Kaleva sai käännettyä tilaajamääränsä hienoiseen kasvuun. Näin kävi myös joensuulaiselle Karjalaiselle (laskua 15 %) sekä lahtelaiselle Etelä-Suomen Sanomille (13 %).

Lähes kaikilla muilla seitsenpäiväisillä sanomalehdillä levikki laski 1990-luvun huippulevikistä vuosikymmenen pohjalukemiin kymmenisen prosenttia. Keski-Uusimaan (Tuusula) levikki väheni 12 prosenttia, Länsi-Savon (Mikkeli) 12 prosenttia, Aamulehden (Tampere) 11 prosenttia, Etelä-Saimaan (Lappeenranta) 11 prosenttia, Hämeen Sanomien (Hämeenlinna) 10 prosenttia ja Satakunnan Kansan (Pori) 10 pro-

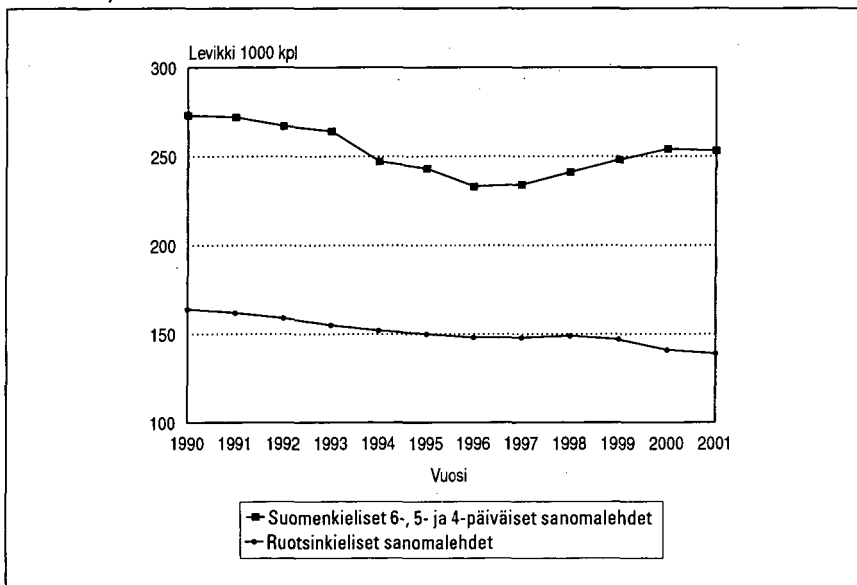
senttia. Myös valtakunnallisen Helsingin Sanomain levikki kutistui vuoden 1992 huipusta vuoteen 2001 mennessä 10 prosenttia (runsas 50 000 kappaletta).

Parhaiten alueensa ykköslehdistä selvisi Salossa ilmestynvä Salon Seudun Sanomat, joka menetti levikkiään vain nelisen prosenttia vuoteen 1994 mennessä, jonka jälkeen se on vuosittain pääsääntöisesti pystynyt hieman kasvattamaan levikkiään. Myös Seinäjoella ilmestynvän Ilkan levikki säilyi kohtalaisen hyvin, samoin Jyväskylässä ilmestynvän Keskisuomalaisen. Jatkuvan levikinlaskun saivat estettyä niin ikään Aamulehti, Hyvinkään Sanomat, Satakunnan Kansa, Turun Sanomat ja Uusimaa. Vuonna 2001 myös Etelä-Suomen Sanomien, Kalevan ja Länsi-Savon levikit nousivat jonkin verran.

Kiintoisaa on tarkastella, mikä levikkinsä pahimman laskun pysäyttäneitä lehtiä yhdistää. Voidaan havaita, että useat niistä ilmestyvät kasvukeskuksissa ja ne olivat nousseet alueensa selkeiksi ykköslehdiksi (Jyväskylä, Oulu, Salo, Tampere ja Turku). Muutama ilmestyy lähellä kasvavaa pääkaupunkiseutua (Hyvinkää, Porvoo), ja ainakin yksi maakuntakeskuksessa ja omalla selkeällä markkina-alueellaan (Seinäjoki). Seinäjoella ilmestynvän Ilkan asemaa vahvisti kilpailuolosuhteiden muutos, kun Ilkka ja Vaasassa ilmestynvä Pohjalainen jakoivat reviiirinsä siirryttyään samaan konserniin. Länsi-Savon (Mikkeli) kehitys selittynee Savon Sanomien tietoisella vetäytymisellä Etelä-Savosta. Ehkä Länsi-Savon levikkikehitykseen vaikutti jossain määrin myös sen koon muutos eurotabloidiksi 1990-luvun lopulla.

Huomattavaa on, että ainoan valtakunnallisen seitsenpäiväisen päivälehdhen Helsingin Sanomien levikkikehitys poikkesi parhaiten menestyneiden isojen ykkösleh-

Kuvio 2. Suomenkielisten 6-, 5- ja 4-päiväisten sekä ruotsinkielisten sanomalehtien yhteislevikit 1990–2001



tien tilanteesta. Helsingin Sanomien levikki laski 18 000 kappaleella vuonna 1999 (3,5 %:n lasku). Lasku jatkui kovaa tahtia vuosina 2000 ja 2001. Maan suurin päivälehti menetti lähes 37 000 tilaajaa vuosina 1998–2001 (8 %:n lasku).

Suomenkielisillä 6-, 5- ja 4-päiväisillä sanomalehdillä levikit kutistuivat seitsemänpäiväisten tapaan 1990-luvulla. Esimerkiksi Riihimäen Sanomilta (Riihimäki) levikki oheni huippulevikistä pohjalevikkiin 33 prosenttia, Koillis-Hämeellä (Jämsä) 26 prosenttia, Koillissanomilla (Kuusamo) 22 prosenttia ja Raahen Seudulla (Raahen) 21 prosenttia. Lopuilla pienemmillä päivälehdillä levikin lasku oli vähintään kymmenen prosentin luokkaa. Pienten alueiden lehdille oli kuitenkin yleisesti tyy-

**Taulukko 2. Suomenkielisten 6-, 5- ja 4-päiväisten sanomalehtien huippu- ja pohjalevikit 1990–2001**

	Huippu- levikki	Vuosi	Pohjalevikki	Vuosi	Muutos %	Levikki 2001
Demari	37 584	1992	17 252	2001	-54,1	17 252
Forssan Lehti	16 261	1991	14 524	2000	-10,7	14 545
Itä-Häme	14 860	1990	12 576	2001	-15,4	12 567
Kalajokilaakso	8 622	1991	7 813	2000	-9,4	7 912
Kansan Tahto	14 596	1990	6 654	1999	-54,4	..
Kauppalehti	84 068	1991	76 047	1994	-9,5	85 292
Koillis-Häme	9 457	1990	7 027	1997	-25,7	7 135
Koillissanomat	10 702	1990	8 401	2001	-21,5	8 401
Länsi-Uusimaa	14 168	1992	12 838	1996	-9,4	13 054
Raahen Seutu	9 437	1990	7 483	1998	-20,7	7 967
Riihimäen Sanomat	13 482	1991	9 102	1998	-32,5	9 720
Suomenmaa (P-Pohjanmaa)	6 307	1994	3 835	2001	-39,2	3 835
Suomenmaa (Valtakunnallinen)	14 013	1993	7 514	2001	-46,4	7 514
Turun Päivälehti	9 370	1992	4 353	2000	-53,5	..
Valkeakosken Sanomat	8 670	1990	7 481	1997	-13,7	7 930
Warkauden Lehti	13 954	1990	11 806	2000	-15,4	..

Taulukkoon ei sisälly 1998 perustettu Taloussanomat, jonka levikki nousi suhteellisesti erittäin voimakkaasti vuoteen 2001 mennessä. Sen arkilevikki oli 8 705 kappaletta vuonna 1998 ja 31 192 kappaletta vuonna 2001 (kasvua 258 %). Lauantailevikki kasvoi samana aikana 10 106 kappaleesta 40 019 kappaleeseen (kasvua 296 %).

Lähde: Levikintarkastus Oy

**Taulukko 3. Ruotsinkielisten sanomalehtien huippu- ja pohjalevikit 1990–2001**

	Huippu- levikki	Vuosi	Pohjalevikki	Vuosi	Muutos %	Levikki 2001
Borgåbladet	11097	1991	8568	2001	-22,8	8568
Huvudstadsbladet (arki)	67230	1990	52175	2001	-22,4	52175
Jakobstads Tidning	12325	1990	11873	1994	-3,7	12240
Nya Åland	8220	1993	6670	2000	-18,9	..
Vasabladet	27485	1991	26481	2000	-3,7	25971
Västra Nyland	12402	1991	10823	1996	-12,7	10904
Åbo Underrättelser	8034	1992	6825	2000	-15	6915
Åland	11502	1991	10552	1997	-8,3	..
Österbottningen	5715	1991	4966	1996	-13,1	4678

Lähde: Levikintarkastus Oy

---

pillistä, että niiden levikin lasku pysähtyi 1990-luvun lopulla tai vuosituhannen taitteessa. (Taulukko 2.)

Ruotsinkieliset päivälehdet menettivät myös tilaajiaan koko 1990-luvun. Huvudstadsbladetin tilaajista katosi vuosina 1990–2001 yhteensä 15 000, mikä tarkoittaa noin 22 prosentin levikinlaskua. Paljon tilaajia hävisi niin ikään pienissä kaupungeissa ilmestyviltä 6- tai 5-päiväisiltä ruotsinkielisiltä lehdiltä. Muun muassa Borgåbladetin levikki laski 23 prosenttia kymmenen vuoden aikana. Parhaiten ruotsinkielisistä levikkinsä säilytti Vasabladet (laskua 4 %). Ahvenanmaalla ilmestyvät Nya Åland (19 %:n lasku) sekä Åland (8 %:n lasku) menettivät myös tilaajiaan. (Taulukko 3.)

## *Osa tietoista vetäytymistä*

Osa levikin laskusta johtuu sanomalehtien tietoisesta toiminnasta. Esimerkiksi Savon Sanomat kasvatti voimakkaasti levikkiään koko Savon alueella 1990-luvun alkuun mennessä. Se tuli lehdelle kalliiksi, sillä levikin reuna-alueille Savonlinnaan, Mikkeliin ja Iisalmeen jouduttiin perustamaan kustannuksia syöviä paikallistoimituksia. Lisäksi Savon Sanomat pyrki hankkimaan edullisilla tarjoushinnoilla tilauksia näiltä alueilta, jotka perinteisesti kuuluivat naapurilehtien levikkialueisiin. Kun tilaushinnat eivät peittäneet jakelukustannuksia, ja kun mainostajat eivät siirtyneet alueen omista lehdistä odotetulla tavalla Savon Sanomien ilmoittajiksi, ei levikkialueen laajentaminen voinut olla Savon Sanomille taloudellisesti kannattavaa. Lopulta omistusjärjestelyt 1990-luvun alussa johtivat lehden levikkituloitteen ja -alueen uudelleenarviointiin ja vetäytymiseen varsinkin Etelä-Savosta. "Ohjattu" levikinlasku kohtasi myös Vaasassa ilmestyvää Pohjalaista sen jälkeen, kun se oli siirtynyt Seinäjoella ilmestyvän Ilkan omistukseen. Vetäytyminen suomenkielisen Etelä-Pohjanmaan markkina-alueelta ja Ilkan reviiiriltä aiheutti sen, että Pohjalainen menetti viidessä vuodessa 1990–1995 levikistään 30 prosenttia. (Levikintarkastus Oy; Löyttyniemi 1997.)

## *Iltapäivä- ja talouslehdet menestyivät*

Sanomalehtien joukossa on muutamia menestyjiäkin. Irtonumeroina myytävien iltapäivälehtien eli Ilta-Sanomien sekä Iltalehden levikit vaihtelevat paljon uutisvuosien mukaan. Ne menettivät selvästi levikkiään muutamana lamavuonna 1990-luvun alkupuolella, mutta käänsivät sitten levikkinsä nousuun. Varsinkin Iltalehden levikit kasvoivat nopeasti vuoden 1996 jälkeen. Iltalehden arkilevikki lisääntyi 33 prosenttia vuoden 1994 pohjalukemasta vuoden 2001 huippulevikkiin. Iltalehti saikin kasvatettua huomattavasti osuuttaan iltapäivälehtien levikistä 1990-luvulla.

Taulukko 4. 6-päiväisten irtonumerosanomalehtien huippu- ja pohjalevikit 1990–2001

Lehti	Huippulevikki Kpl	Vuosi	Pohjalevikki Kpl	Vuosi	Muutos %	Levikki vuonna 2001
Iltalehti (arki)	116 036	1992	101 013	1994	-12,9	134 777
Iltalehti (viikonvaihte)	165 356	1992	129 443	1995	-21,7	166 125
Ilta-Sanomien (arki)	223 815	1991	212 398	1993	-5,1	218 829
Ilta-Sanomien (viikonvaihte)	268 802	1994	232 802	1995	-13,4	250 707

Lähde: Levikintarkastus Oy

Ilta-Sanomilla levikkikehitys on sen sijaan ollut tasaisempaa, sillä kasvua kertyi vuoden 1992 pohjalevikistä vuoteen 2001 viiden prosentin verran. (Taulukko 4.)

Ilta- ja viikkolehtien ohella sanomalehdistä menestyivät talouteen erikoistuneet päivälehdet. Kauppalehti menetti nopeasti levikkiään vuosina 1992–1994, mutta sai käännettyä tilaajamääränsä nousuun vuonna 1995. Kasvu nopeutui selkeästi 1999 ja pompahti roimasti ylöspäin vuonna 2000. Nousua kertyi myös vuonna 2001, jolloin Kauppalehden levikki oli noin 85 000 kappaletta. Määrä lisääntyi vuoden 1994 pohjalukemasta 12 prosentilla (yli 9 000 uutta tilaajaa). Vuonna 1998 markkinoille tulleen Taloussanomien levikin suhteellinen kasvu on lehden alkutaipaleella ollut erityisen voimakasta. Taloussanomien tulo nostettiin arkilevikkinsä ensimmäisen vuoden 8 700 kappaleesta 31 200 kappaleeseen vuoteen 2001 mennessä. Lauantain levikki oli ensimmäisenä vuonna noin 10 000 kappaletta, kun se vuonna 2001 ylsi jo noin 40 000 kappaleeseen. Taloussanomien tulo markkinoille sekä Kauppalehden suotuisa levikkikehitys käänsivät myös 6–4 -päiväisten sanomalehtien yhteislevikin nousuun (ks. kuvio 2 edellä).

Kaiken kaikkiaan 1990-luvun levikkikehitys merkitsi lehdistörakenteellisesti sitä, että niin sanottujen kakkoslehtien osuus kokonaislevikistä vähentyi huomattavasti, ja iltapäivälehtien osuus kasvoi suhteessa lähes saman verran. Myös markkina-alueidensa seitsenpäiväiset ykköslehdet lisäsivät hitusen osuuttaan sanomalehdistön kokonaislevikistä.

Kehitys merkitsi myös sitoutumattomien lehtien osuuden kasvua, kun kakkoslehtien levikin laskun ja poliittisesti sitoutuneiden lehtien lakkauttamisten lisäksi lähes kaikki loputkin poliittisesti sitoutuneet alueidensa ykköslehdet julistautuivat sitoutumattomiksi. Sitoutumattomien lehtien osuus oli 1980-luvun puolivälissä 3–7 kertaa viikossa ilmestyvien lehtien määrästä noin puolet, mutta 1990-luvun puolivälissä jo kaksi kolmannesta lehdistä oli sitoutumattomia. Levikillä mitattuna sitoutumattomat lehdet hallitsevat vielä selkeämmin, sillä niiden keskilevikki on huomattavasti korkeampi kuin harvoilla puoluelehdillä (Salokangas 1999; Löyttyniemi 1997).

---

## Lama laukaisi tilaamattomuutta

Sanomalehtien tilaamattomuutta voidaan selittää useasta eri näkökulmasta. Ensinnäkin taustalla vaikuttaa yleinen taloudellinen kehitys sekä joukkoviestinnän yleiset muutokset. Toisaalta median yleisössä tapahtuu muutoksia. Kolmanneksi syitä voidaan hakea sanomalehdestä itsestään ja sen historiallisesta välinelonteesta. Syyt tuskin ovat yksiselitteisiä. Monet tekijät ovat keskenään yhteydessä ja vaikuttavat toisiinsa.

On selvää, että 1990-luvun alun vaikea lama ja ilmoitusmarkkinoiden supistuminen vaikeuttivat huomattavasti sanomalehdistön toimintaedellytyksiä. Kun samaan aikaan työttömyys lisääntyi, ihmisten henkilökohtainen talous järkkyy ja epävarmuus valtasi mielialat, monet päättivät karsia lehtitilauksiaan (Hujanen 2002). Monet eivät halunneet enää sitoutua pitkäaikaisiin tilauksiin. Käyttätymisen muutos merkitsi lovea sanomalehtien tilaustuottoihin.

Jonkin verran sanomalehtien toimintaedellytyksiin vaikutti myös lehtitukien vähentyminen. Valtio ryhtyi 1970-luvun alussa tukemaan sanomalehtiä moniarvoisen ja monipuolisen lehdistön säilyttämiseksi. Suurimmilleen lehdistölle suunnattujen tukien määrä nousi vuonna 1991, jolloin tukien osuus sanomalehtien kokonaisliikevaihdosta oli kymmenisen prosenttia. Tämän jälkeen valtion budjetista poistettiin tukia, jotka kohdistuivat varsinkin lehtien jakeluun. Vuonna 1996 lehtituen osuus sanomalehtien koko liikevaihdosta oli enää 1,5 prosenttia (Normo 1998).

Mainonta on sanomalehtien kustantajille merkittävä tulolähde. Vuonna 1989 ilmoitustulojen osuus sanomalehtien tuotoista oli 73 prosenttia ja tilaustuottojen osuus oli 27 prosenttia. Mainonta joukkoviestimissä supistui varsinkin vuosina 1990–93 voimakkaasti, ja ilmoitustulojen osuus pieneni 1990-luvun puoliväliin mennessä 50–55 prosenttiin, kun vastaavasti tilaustulojen osuus kohosi 45–50 prosenttiin. Tämän seurauksena sanomalehdet joutuivat tulonmuodostuksessaan entistä riippuvaisimmaksi tilaajistaan, joiden määrä kuitenkin samaan aikaan väheni nopeasti (Löyttyniemi 1997; Sauri 2001).

Sanomalehtimainonnalle on ollut luonteenomaista, että se keskittyy alueelliseen ja paikalliseen ilmoitteluun. Lisäksi televisiomainonta oli pääasiassa valtakunnallista ja sen volyymin rajoitti MTV:n toiminta Yleisradion tv-kanavien ”alivuokralaisena”. Kilpailu mainosmarkoista oli suhteellisen lievää. Enemmän mediat kilpailivat ihmisten ajankäytöstä. Tilanne muuttui 1990-luvulla, kun kaupallinen radio- ja televisiotoiminta laajeni ja tarjosi uusia kanavia alueelliselle ja paikalliselle mainonnalle.

Lehtien itsensä teettämien ei-tilaajia koskevien selvitysten sekä oman ei-tilaajia koskevan tutkimuksen (Hujanen 2000 ja 2002) mukaan taloudelliset vaikuttimet olivat pääasiallisia syitä sille, että sanomalehdestä luovuttiin tai tilaajaksi ei ollenkaan ryhdytty. Sanomalehden tilausmaksu nousi monella ensimmäisenä niiden asioiden joukkoon, joista oltiin valmiit säästämään. Menoista karsiminen näkyi myös muun joukkoviestinnän ja median käytössä; Yleisradion arvioiden mukaan tele-

visiota ilman televisiilupaa katsovien kotitalouksien määrä lisääntyi 1980-luvun loppuun 8 prosentista 13 prosenttiin vuoteen 1993 (Löyttyniemi 1997).

Tekemissäni haastattelussa (Hujanen 2000) sanomalehtien ei-tilaajat määrittävät henkilökohtaisen taloutensa suhdetta tilattavaan lehteen kahdella tapaa. Osa viittaa omaan taloudelliseen tilanteeseensa ja toteaa, että heillä ei ole varaa tilata tai he haluavat säästää lehtien tilausmaksuista. Toiset taas näkevät "syy" enemmänkin lehden kalliissa hinnassa. Sanomalehdistö joutui 1990-luvulla kampanjoimaan mainoksillaan hinnakasta mielikuvaansa vastaan. Käsitys hintavuudesta todentuu ei-tilaaja -tutkimuksissa, joissa haastateltavat viittaavat usein omaan käsitykseen, että lehtien tilausmaksut ovat kalliita.

Tosiasiassa on, että sanomalehtien tilaushinta nousi selkeästi 1990-luvulla. Nousu oli jo ennen lamavuosia nopeampaa kuin kotitalouksien tulojen nousu, minkä on katsottu merkinneen sitä, että lehdet yksinkertaisesti hinnoittelivat itsensä ulos osasta lukijamarkkinoita (Mervola 1998). Ehkä asia ei ole kuitenkaan näin yksinkertainen, sillä ei-tilaajien haastattelujen valossa tietyistä tuotteista luopuminen sekä ost- ja kulutus päätökset ovat kohtalaisen tietoisia valintoja. Esimerkiksi maakuntalehden ei-tilaaja saattaa kertomansa mukaan käyttää satoja markkoja kuukaudessa henkilökohtaiseen viestintäänsä eli matkapuhelinlaskuihinsa ja lisäksi ostaa viikoittain iltapäivälehtiä.

Voidaan ajatella, että kiristyneen mainoskilpailun ja pienentyneiden tilaajamäärien takia sanomalehtien oli pakko nostaa tilaushintojaan. Lehtiyhtiöiden oli pakko myös etsiä säästöjä toiminnastaan. Säästöpyrkimykset näkyivät 1990-luvulta lähtien muun muassa yritysfuusioina, ilmoitusmarkkinointiyhteistyönä ja toimituksellisten aineistojen yhteistuotantona. Lisäksi lehtiyhtiöt etsivät jakelussa uusia yhteistyö- ja säästöratkaisuja ja lisäksi karsivat lehden varhaisjakelua levikkialueiden reunoilla.

## *Paisunut mediatarjonta vähensi tilaamista*

Sanomalehtien tilaamattomuus ei ole heijastanut pelkästään talouslamaa, tilausmaksujen nousua tai ylipäättään rahaan liittyviä seikkoja. Maakunnallisen sanomalehdistön levikit nousivat sodan jälkeisinä vuosikymmeninä samaan tahtiin kuin bruttokansantuote, mutta 1990-luvun puolivälissä osa ihmisistä ei ryhtynyt enää tilaamaan sanomalehteä, vaikka bruttokansantuote kääntyi lamavuosien jälkeen nousuun (Mervola 1998). Vastaava ilmiö havaittiin Ruotsissa. Vaikka jo vuonna 1993 bruttokansantuote lähti nousuun, työttömyys tasoittui ja ruotsalaisten usko omaan taloudelliseen tilanteeseen parani, lehtien tilaaminen laski tasaisesti (Lithner 2000a).

Taloudellisten ehtojen sijasta ehkä lopulta syvempiä ei-tilaamiseen vaikuttaneita syitä voidaan etsiä mediasta itsestään sekä ihmisten mediakäyttytymisen ja elämäntapojen muutoksista.

---

Viestinten ja viestinnän määrä alkoi paisua 1980-luvulla. Markkinoille tuli toinen iltapäivälehti ja ensimmäiset paikallisradiot perustettiin, kun viestinnän rajoituksia ryhdyttiin purkamaan. Seuraavalla vuosikymmenellä MTV sai oman toimiluvan ja oman kanavan, ja se aloitti alueellisen televisiomainonnan. Mainosrahoitetten televisiokanava Nelonen ja valtakunnallinen mainosradio Nova aloittivat lähe-tyksensä 1990-luvun lopulla.

Löytyniemen (1997) laskelmien mukaan Yleisradion televisio-ohjelmien aika kaksinkertaistui (3 919 tunnista 8 115 tuntiin) vuosina 1985–1995. MTV:n ohjelma-aika lisääntyi vielä huomattavasti enemmän samana ajanjaksona. Se noin viisinkertaistui vuosittaisesta 995 tunnista 5 532 tuntiin. Yleisradion radiolähetykset kolminkertaistuivat (28 621 tunnista 76 250 tuntiin). Vuonna 1986 toiminnassa olleiden 18 paikallisradion lähetyssaika oli noin 28 000 tuntia vuodessa. Vuonna 1994 paikallisradioita oli 59 ja niiden arvioitu yhteenlaskettu lähetyssaika oli noin 500 000 tuntia vuodessa. Televisio-ohjelmien tarjonnan lisääntyminen on näkynyt television katseluaajan kasvuna. Suomalaiset käyttivät television katseluun 1990-luvun lopulla puoli tuntia enemmän aikaa kuin 1980-luvun lopulla. Eniten televisiota katselevat eläkeläiset sekä työväestö ja alemmat toimihenkilöt (Niemi & Pääkkönen 2001; Tiihonen 1998).

Tekemissani haastatteluissa sanomalehtien ei-tilaajat viittaavat lähes poikkeuksetta yltäkylläiseen mediatarjontaan. He sanovat saavansa riittävästi uutisia muista välineistä. Lisäksi sanomalehden heikkoudeksi mainitaan, että se usein kertaa jo muissa välineissä esiin tulleita uutisia. Osittain tämä kertonee siitä, että sanomalehtien lukemisajankohta näyttää hitaasti siirtyneen varhaisaamusta päivään tai iltaan. On myös hieman ristiriitaista, että osa ei-tilaajista perustelee tilaamattomuuttaan kiireellä ja sillä, että ei ehdi lukea lehteä, vaikka vapaa-aika lisääntyi keskimäärin noin tunnilla viikossa 1990-luvulla (Niemi & Pääkkönen 2001).

## *Sanomalehtiä luetaan, vaikkei niitä tilata*

Vaikka sanomalehtien tilaaminen kävi harvinaisemmaksi, sanomalehtien lukeminen ei välttämättä juurikaan vähentynyt 1990-luvulla. Valtakunnallisten tutkimusten mukaan sanomalehtien tavoitavuus pysyi 1990-luvulla lähes ennallaan; noin 90 prosenttia suomalaisista ilmoitti lukevansa sanomalehteä säännöllisesti. Myös päivittäin lukemiseen käytetty aika säilyi ennallaan noin 40 minuuttina (Sanomalehtien Liitto; Gallup-Media Oy). Ei-tilaaja ei siis ole välttämättä ei-lukija. Moni ei-tilaajista kertoi-kin lukevansa lehteä säännöllisesti työpaikallaan tai silloin tällöin kirjastossa, baareissa tai tuttavien luona. Jotkut, tosin harvat, lukivat lehtien verkkoversioita Internetistä.

Sanomalehden lukemiseen liittyy paljon tottumuksia. Olennaista on, että näistä tottumuksista voidaan myös oppia nopeasti pois. Esimerkiksi maaseudulla syntynyt, Jyväskylän kaupunkiin työssä muuttanut ja koko aikuisikänsä maakunnan ykköslehteä Keskisuomalaista tilannut perheellinen mies luopui lehdestä, kun hän jäi



työttömäksi 56-vuotiaana. Mies perusteli tilaamattomuuttaan: ”Siihen kun tottuu, että se ei aamulla oo luukussa niin sen jälkeeen sitä ei oo ees kaivannu. Siihen äkkiä tottuu.” Toteamus viittaa sanomalehden lukemisen rituaalinomaisuuteen. Lehteä on totuttu lukemaan aamukahvipöydässä vuosikymmeniä, mutta yhtä lailla kuin sen lukijaksi opitaan, tavasta voidaan tottua pois.

Osan keski-ikäisistä erkaantuessa lukijakunnasta kasvoi samaan aikaan uusi sukupolvi, joka ehkä oppi vanhemmiltaan että sanomalehteä ei kannatakaan tilata. Ei-tilaajia koskevat tutkimukset osoittavat, että suurin osa ei-tilaajista kuuluu nuoriin ikäluokkiin. Sanomalehtien selvityksissä on tuotu esiin vakava huoli nuorten, usein nimenomaan ydinlevikkialueiden ja suurten kaupunkien nuorten lukutottumuksista. Eräs syy sanomalehtien tilaamattomuuteen on, että nuoret eivät samaistu sanomalehden tarjoamiin sisältöihin, tai lehtien käyttämät asioiden käsittelytavat eivät kosketa nuorten elämää. Toisaalta tiedotusvälineitä seuraavat ja sanomalehtiä lukevat ei-tilaajanuoret perustelevat tilaamattomuuttaan sillä, että varsinkaan maakunnallinen lehti ei ole heidän mielestään tilaushintansa arvoinen. Tarvittava informaatio saadaan muista välineistä, usein lähinnä televisiosta tai ilmaiseksi Internetistä.

## *Elämäntilanne vaikuttaa taustalla*

Ikä ja elämänvaihe nousevat yhdeksi keskeiseksi lehden tilaamista määritteleviksi taustatekijäksi. Itsenäistymisvaihetta elävät, paikkaansa hakevat ja usein liikkuvaa elämää viettävät nuoret eivät vakiinnu helposti päivittäin ilmestyvän sanomalehden vakiotilaa-jiksi. Jos elämä uudella paikkakunnalla on luonteeltaan pysyvää, integroituminen paikalliseen sanomalehteen on todennäköisempää. Sen sijaan etenkin opiskelijoilla sitoutuminen paikkakuntaan ja sen kiinteisiin rakenteisiin on sattumanvaraisempaa.

Erilaisten ei-tilaajia koskevien selvitysten ja omien heitä koskevien tutkimusteni perusteella voin tiivistää sanomalehteä tilaamattomien henkilöiden taustapiirteitä Lithnerin (2000a) tapaan kolmeen ryhmään seuraavasti:

1. Heikot taloudelliset resurssit (työttömät, matalatuloiset, työntekijät, vuokralla asuvat)
2. Vakiintumaton ja/tai kiireinen elämäntilanne (nuoret, opiskelijat, yksinasuvat, vuokralla asuvat)
3. Vähäinen integraatio yhteiskuntaan (muuttaneet, poliittisesti passiiviset, työttömät, maahanmuuttajat)

Selvää on, että mitä enemmän nämä taustaominaisuudet kasautuvat yhdelle henkilölle, sitä todennäköisemmin hän asuu taloudessa, johon ei tule sanomalehteä.

---

## Lehtien sisältö ei kohtaa lukijaa

Joukkoviestinten käyttöön ja valintoihin vaikuttavat välineen imago ja tuotteen brändi, joista myös sanomalehdistön edustajat puhuvat pohtiessaan sanomalehdistön identiteettiä. Kyse lienee paljolti arvoista; lehden edustamat ja sen sisällöistä välittyvät arvot joko kiinnostavat tilaajaa tai hän ei koe niitä läheisiksi tai jopa torjuu ne ärsyttävinä.

Ei-tilaajia koskevien tutkimusten perusteella vaikuttaa siltä, että ei-tilaajien elämänsisällöt ja kiinnostusten kohteet eivät kohtaa päivälehtien tarjoamia sisältöjä tai aiheiden esitys- ja käsittelytapoja niissä. Omasta mielestään ei-tilaajat pärjäävät valtan hyvin ilman sanomalehteä; tarvittava lähiympäristöä koskeva tieto hankitaan sosiaalisen verkoston eli lähipiirin välityksellä tai paikkakunnan ilmaisjakelulehdistä. Yleisemmät uutiset katsotaan televisiosta tai kuullaan radiosta muiden toimien ohella. Ajanvietteenä ja viihteen lähteenä televisio ohittaa helposti lukemisen.

Yhteenvetona voi todeta, että päätös lopettaa lehtitilaus liittyy yleensä kääntöseen ei-tilaajan omissa elämäolosuhteissa. Muutoksia voivat olla muutto toiselle paikkakunnalle, opiskelun aloittaminen, työttömyys tai työpaikan vaihtuminen, avioero, puolison kuolema tai iäkkyudesta johtuva kyvyttömyys lukea lehteä. Tyypillistä on, että tilaaja punnitsee näissä elämänsä käännekohtissa tarpeitaan. Jos sanomalehti tuntuu merkityksettömältä, siitä voidaan luopua lopulta helpostikin. Luopujien lisäksi kasvava huolenaihe sanomalehdistölle ovat nuoret ikäluokat, jotka eivät välttämättä opi lukemaan saatikka tilaamaan sanomalehteä. Sanomalehden tilaamattomuus merkinnee myös sitä, että päivälehdistön perinteinen institutionaalinen luonne ja arvovalta yhteiskunnallisena vaikuttajana on päässyt murentumaan ainakin jonkin verran.

## Kirjallisuus

*Hujanen, Erkki:* Lukijakunnan rajamailla. Maakuntalehden ei-tilaajan mediakäyttäytyminen ja suhde sanomalehtijournalismiin. Journalistiikan lisensiaatintyö. Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos 2000.

*Hujanen, Erkki:* Hinta, sisältö vai uudenlainen arki? Sanomalehtien lama-ajan tilaamattomuus jäi päälle yltäkyläisillä mediamarkkinoilla. Tiedotustutkimus 2001:4, 34–47.

Intermediatutkimukset, *Suomen Gallup-Media Oy*, Helsinki (eri vuosina).

Sanomalehtien LT-levikkitiedot 1990–2001, *Levikintarkastus Oy*.

*Lithner, Anders (2000a):* Alla läsare tidningen. Nästan. Teoksessa Wadbring & Weibull (red): Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet. Dagspresskol-

legiet JMG, Institutionen för Journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet 2000.

*Lithner, Anders (2000b):* Dagspressens läsare. Teoksessa Wadbring & Weibull (red): Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet. Dagspresskollegiet JMG Institutionen för Journalistik och masskommunikation Göteborgs universitet 2000.

*Löyttyniemi, Veikko:* 1990-luvun talouslaman vaikutus Suomen sanomalehdistöön. Teoksessa Hietala, Oikarinen & Virtala (toim.): Arvot, analyysi, tulkinta. Suomen Historiallinen Seura, Helsinki 1997.

*Mervola, Pekka:* Suomalaiset ovat sanomalehtien lukijakansaa. Perko & Salokangas (toim.): Kymmenen kysymystä journalismista. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä 1998.

*Niemi, Iris & Pääkkönen Hannu:* Ajankäytön muutokset 1990-luvulla, Kulttuuri ja viestintä 2001: 6. Tilastokeskus, Helsinki.

*Normo, Elina:* Sanomalehdistön tukeminen Pohjoismaissa. Teoksessa Joukkoviestimet 1998. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1998:1. Tilastokeskus, Helsinki.

*Poulsen, Jørgen:* Måske-læserne. Dagbladenes muligheder i mediekonkurrencen (Hovedrapport). Delrapporter: 2. Tæt på måske-læserne, 82 samtaler; 3. Måske-læserne, Metoder; 4. Måske-læserne, Bilag. Journalistik & Kommunikation, Roskilde Universitetscenter 1998.

*Salokangas, Raimo:* From Political to National, Regional and Local. The Newspaper Structure in Finland. Nordicom Review 1999/1, 77–105.

*Sauri, Tuomo:* Sanomalehdet. Teoksessa Joukkoviestimet 2000, SVT, Kulttuuri ja viestintä 2000:1. Tilastokeskus, Helsinki.

*Sauri, Tuomo:* Joukkoviestinnän rakenne ja talous. Kulttuuri ja viestintä 2001:1. Tilastokeskus, Helsinki.

Suomen Lehdistö 1999/6–7.

*Tiihonen, Pertti:* Television katselu 1990-luvulla. Teoksessa Joukkoviestimet 1998, SVT, Kulttuuri ja viestintä 1998:1. Tilastokeskus, Helsinki.

# *Tv-tarjonnan lähihistoria*

## *Valtakunnalliset televisio-ohjelmistot vuosina 1997–2001*

Suomalainen televisiotarjonta on digiajan lähestyessä kokenut suuria muutoksia. Kesästä 1997 alkaen tarjontaa on kasvattanut uusi kaupallinen valtakunnallinen tv-kanava, Nelonen. Koko suomalaisen tv-historian ajan Yleisradion kanssa tiiviissä symbioosissa toiminut, vasta vuonna 1993 oman toimiluvan saanut MTV3 on täten joutunut uuteen kilpailutilanteeseen. Näiden kanavien rinnalla on lisäksi toiminut kaksi julkisen palvelun kanavaa, TV1 ja TV2.

Vuonna 2000 Liikenne- ja viestintäministeriö käynnisti vuotuisen selvitysprojektin, jossa tarkastellaan suomalaisen televisiotarjonnan ominaispiirteitä. Vaikka viimeisen viiden vuoden aikana suomalaiselle tv-kentälle on tullut uusia toimijoita, esimerkiksi paikallisia ja alueellisia kaapelikanavia sekä syksyllä 2001 myös uusia digitaalisia kanavia, projekti keskittyy erityisesti valtakunnallisiin analogisiin kanaviin. Tämä artikkeli perustuu kahteen selvitykseen (Aslama & Karlsson 2001 ja 2002), joiden avulla kuvataan vuoden 2001 valtakunnallista televisiotarjontaa ja vertaillaan sitä soveltuvin osin vuosien 1997–2000 ohjelmistoihin.

Ohjelmatarjontaa kuvataan sekä kokonaisuudessaan että kanavittain. Ohjelmien tyyppin, alkuperän, uusintojen osuuden ja sarjoittumisen lisäksi tarkastellaan ohjelmistojen monipuolisuutta. Tutkimusaineisto perustuu kanavien omiin ohjelmietokantoihin sekä Finnpanel Oy:n tv-mittaritutkimusta varten tv-yhtiöiltä saamiin lähetyspäiväkirjoihin. Aineisto koostuu yhteensä 28 otosviikosta, seitsemästä viikosta kullakin vuodelta eli viikoista 5–7, 27–28 ja 42–43 vuosina 1997–2001. Ohjelmaluokittelu koostuu seuraavista ohjelmatyypeistä: uutiset, ajankohtaisohjelmat, asiaohjelmat, kulttuuriohjelmat, palvelu- ja harrasteohjelmat, urheiluohjelmat, kotimainen fiktio, ulkomainen fiktio, elokuvat, lastenohjelmat, opetusohjelmat, viihdeohjelmat ja muut ohjelmat. Luokittelu on rakennettu vastaamaan pitkälti tv-yhtiöiden ja Finnpanel Oy:n syksyllä 1999 käyttöön ottamaa yhtenäistä tv-ohjelmaluokitusta, jota on kuitenkin hieman muokattu tasapainottamaan aineiston jakautumista ja tuottamaan tarkempaa tietoa ohjelmistoista.

## Tv-tarjonta vuonna 2001

Suomen valtakunnalliset analogiset televisiokanavat – TV1, TV2, MTV3 ja Nelonen – lähettivät vuonna 2001 yhteensä 397 viikkotuntia ohjelmaa. Tämä tarkoittaa keskimäärin 57 tunnin päivittäistä ohjelmatarjontaa.

Valtakunnallisesta ohjelmatarjonnasta neljänneksen muodosti ulkomainen fiktio, toisen neljänneksen yhteenlaskettuna ajankohtaisohjelmat ja urheilu. Viihdettä ja elokuvia tarjottiin kumpaakin hieman alle kymmenen prosenttia. Kotimainen fiktio, kulttuuri- ja opetusohjelmat olivat ohjelma-ajaltaan pienimmät ohjelmatyypit. Paras katseluaika eli niin kutsuttu prime time määriteltiin selvityksissä ohjelmiksi, jotka alkoivat klo 18.05–22.05. Tällöin ulkomaisella fiktioilla oli edelleen suurin osuus tarjonnasta, mutta viihde, elokuvat ja toisaalta uutiset saivat silloin suhteessa lisää ohjelma-aikaa.

Vaikka ulkomaisen fiktion rooli on suomalaisessa televisiotarjonnassa keskeinen, oli kuitenkin miltei 60 prosenttia vuoden 2001 ohjelmistosta kotimaista tuotantoa. Sarjamuotoiset ohjelmat hallitsivat tarjontaa: niitä oli jopa neljä viidesosaa koko ohjelmistosta. Uusintoja oli vuoden 2001 tv-tarjonnasta vajaa neljännes. (Taulukko 1.)

Vuonna 2001 eniten ohjelma-aikaa tarjosi tutkituista kanavista TV1, sitä seurasivat järjestyksessä MTV3, Nelonen ja TV2. Ohjelmistossaan suhteellisesti suurimman osuuden sarjoille antoi MTV3, vähiten niitä taas tarjosi TV2. Eniten uusintoja oli TV1:lla (28 % ohjelma-ajasta), Nelosella uusinnat veivät 26 prosenttia ja TV2:lla 22 prosenttia ohjelma-ajasta. MTV3 lähetti selvästi vähiten uusintoja: ne muodostivat vain 13 prosenttia sen tarjonnasta.

Eniten kotimaisia ohjelmia nähtiin Ylen kanavilla: TV2:n tarjonnasta niitä oli 64 prosenttia ja TV1:n ohjelmistosta 62 prosenttia, MTV3:n saavuttaessa miltei saman kotimaisuusasteen (60 %). Vain Nelonen tarjosi selvästi enemmän ulkomaisia kuin suomalaisia ohjelmia; jälkimmäisten osuus oli kanavalla 40 prosenttia. Yhteensä Ylen kanavilla näytettiin suomalaista ohjelmistoa 127 tuntia viikossa; täten koti-

Taulukko 1. Ohjelmatarjonnän ominaisuuksia kanavittain vuonna 2001 (%)

	TV1	TV2	MTV3	Nelonen
Ensilähetys	72	78	87	74
Uusintoja	28	22	13	26
Informatiivisia ohjelmatyyppejä	63	42	32	16
Viihteellisiä ohjelmatyyppejä	31	48	65	77
Sarjamuotoisia ohjelmia	82	71	85	79
Pisteohjelmia	18	29	15	21
Kotimaisia ohjelmia	62	64	60	40
Muualta Euroopasta	23	19	10	20
Pohjoisamerikkalaisia ohjelmia	9	13	30	37

Lähteet: Finnpanel  
TV-kanavien ohjelmätietokannat

mainen ohjelmisto sai 64 prosenttia Ylen koko ohjelma-ajasta. Kaupallisten kanavien yhteenlaskettu kotimaisten ohjelmien osuus oli puolestaan 56 prosenttia.

## Kanavaprofiilit vertailussa

Kaikki kanavat profiloituivat koko tutkimusjaksolla omanlaisikseen. Ohjelmien alkuperän kannalta tarkasteltuna TV1 painotti suomalaisia ja eurooppalaisia ohjelmia; TV2 panosti myös kotimaiseen tarjontaan mutta lähetti suunnilleen yhtä paljon eurooppalaista ja pohjoisamerikkalaista ohjelmaa MTV3:n keskittyessä kotimaiseen ja amerikkalaiseen tarjontaan. Nelosen profiili alkuperämaiden suhteen oli myös selkeä: vuonna 2001 reilut kolme neljännestä ohjelma-ajasta jakautui melko tasaisesti suomalaisiin ja pohjoisamerikkalaisiin ohjelmiin, käytännössä loput tarjonnasta oli eurooppalaista.

Ohjelmatyypienkin osalta valtakunnalliset tv-kanavat näyttivät vuonna 2001 noudattavan selvää työnjakoa (taulukko 2). TV1 oli informaatiopainotteisin kanava, joka panosti erityisesti ajankohtaistarjontaan, asia- ja opetusohjelmiin sekä uutisiin. Toisaalta myös ulkomainen fiktio sai kuudenneksen ohjelma-ajasta. TV2:n ohjelmisto jakautui melko tasaisesti informatiivisiin ja viihteellisiin ohjelmiin, eikä yksikään ohjelmatyyppeistä varsinaisesti hallinnut sen tarjontaa. Suurimpia ohjelmaluokkia olivat toisaalta urheilu ja ulkomainen fiktio, toisaalta ajankohtais- ja asiaohjelmat. MTV3-kanava tarjosi jotakuinkin kaksi kolmasosaa viihteellisiä ja kolmanneksen informatiivisia ohjelmia. Nelosella korostui selvimmin ulkomaisen fiktion osuus, jota oli reilut 40 prosenttia tarjonnasta. Kanavalla nähdäänkin suomalaisen analogisen tv-tarjonnan viihteellisintä ohjelmistoa: seuraavaksi suurimmat ohjelmaluokat olivat urheilu, viihde ja elokuvat.

Taulukko 2. Tv-kanavien ohjelmisto ohjelmatyypeittäin vuonna 2001 (%)

	TV1	TV2	MTV3	Nelonen
Uutiset	9	4	6	4
Ajankohtaisohjelmat	22	12	16	2
Asiaohjelmat	12	15	2	5
Kulttuuriohjelmat	7	3	2	0
Palvelu- ja harrasteohjelmat	3	7	6	5
Urheiluohjelmat	4	19	9	14
Kotimainen fiktio	2	2	4	1
Ulkomainen fiktio	14	16	27	43
Elokuvat	7	6	9	9
Lastenohjelmat	6	10	3	3
Opetusohjelmat	10	1	0	2
Viihdeohjelmat	3	5	17	10
Muut ohjelmat	1	0	1	0

Lähteet: Finnpanel

TV-kanavien ohjelmätietokannat

Julkinen palvelu ja kaupalliset kanavat profiloituvat siis eri ohjelmatyypeillä. Perinteiset asia- ja kulttuuriohjelmat, kotimaiset lastenohjelmat sekä opetusohjelmat ovat käytännössä miltei täysin Ylen genrejä. Opetuksella olikin merkittävä osuus (10 %) TV1:n ohjelmistosta. MTV3 puolestaan tarjosi suhteessa enemmän viihdeohjelmia kuin muut kanavat, kun Nelosen koko profiili painottui selvästi ulkomaiseen fiktion.

FST:n ohjelmat jakautuvat TV1- ja TV2-kanaville, mutta sitä voidaan myös vertailun vuoksi tarkastella kanavaprofiilin näkökulmasta. Vuonna 2001 FST:n ohjelmia lähetettiin noin 20 tuntia viikossa; siten niitä oli koko ohjelmatarjonnasta viittisen prosenttia ja Ylen tarjonnasta kymmenisen prosenttia. FST tarjosi miltei ”täyden palvelun” eli kaikkia ohjelmatyyppejä elokuvia lukuun ottamatta. Jos se olisi vuonna 2001 ollut oma itsenäinen kanavansa, sen profiili olisi muodostunut kaikkein asiapainotteisimmaksi.

## *Viiden vuoden kehitys*

Kokonaisuudessaan suomalainen viikoittainen tv-tarjonta kasvoi vuodesta 1997 vuoteen 2001 80 tunnilla, eli kanavat tarjosivat yhteensä reilut 11 tuntia lisää ohjelmaa päivittäin. Tämä tarkoittaa osapuilleen neljänneksen kasvua ohjelmatarjonnassa viiden vuoden aikana. Kasvusta kaksi kolmasosaa oli Nelosen ansiota. Vuonna 1997 aloittanut Nelonen kaksinkertaistikin viidessä vuodessa viikoittaisen ohjelma-aikansa. Vuodesta 2000 vuoteen 2001 ei ohjelma-ajassa kokonaisuutena tai kanavittain tapahtunut kuitenkaan suuria muutoksia, joten tarjonnin määrä näyttääkin vakiintuneen neljän vuoden kasvukauden jälkeen.

Kaiken kaikkiaan vuosina 1997–2001 kotimaista ohjelmistoa tarjottiin koko ajan enemmän. Uusintojen määrä pysyi pääosin samana; poikkeuksena on kuitenkin Nelonen, sillä kanavan ohjelmatarjonnin kasvaessa myös sen uusintojen määrä kasvoi. Sarjoittuminen on selvästi ollut viimeisten vuosien ilmiö, sillä sarjamuotoisten ohjelmien osuus kasvoi hieman koko viisivuotiskauden ajan.

Kanavat kasvattivat ohjelmatarjontaansa vuodesta 1997 vuoteen 2001 eri ohjelmatyypeillä (taulukko 3). Tällä ajanjaksolla TV1 lisäsi eniten ajankohtaisohjelmien tuntimäärää, keskimäärin reilun tunnin päivässä. Samoin se antoi reippaasti lisää ohjelma-aikaa ulkomaiselle fiktiolle ja asiaohjelmille.

Myös TV2 lisäsi ajankohtaistarjontaansa. TV2-kanavalla nähtiin vuonna 2001 huomattavasti enemmän urheilua ja lastenohjelmia kuin aiempina vuosina, kun taas TV1:llä niitä tarjottiin selvästi aiempia vuosia vähemmän. Kyse on kanavien tarkentuneesta työnjaosta, joka vastaa Ylessä virallisesti hyväksytyjä uusia ”kanavatoimeksiantoja”. Elokuvia TV2:ssa nähtiin vuonna 2001 kuitenkin huomattavasti vähemmän kuin viisi vuotta aiemmin.

Taulukko 3. Ohjelmatarjonnan muutokset kanavittain 1997–2001 (tuntia/viikko)

	Ohjelma-aika kasvoi 1997–2001 Tuntia/viikko	Ohjelma-aika väheni 1997–2001 Tuntia/viikko
<b>TV1</b>	ajankohtaisohjelmat +8,5 ulkom. fiktio +6,2 asiaohjelmat +5,1 kulttuuriohjelmat +3,2 palveluohjelmat +1,5 uutiset +1,4 viihde +0,3	urheilu –5,0 lastenohjelmat –1,5 opetusohjelmat –1,4 elokuva –0,5 kotim. fiktio –0,3
<b>TV2</b>	ajankohtaisohjelmat +5,3 urheilu +4,4 lastenohjelmat +3,1 kulttuuriohjelmat +1,7 uutiset +1,7 palveluohjelmat +1,6 opetusohjelmat +0,5 asiaohjelmat +0,3 kotim. fiktio +0,2	elokuva –5,0 viihde –1,7 ulkom. fiktio –0,4
<b>MTV3</b>	urheilu +4,1 ajankohtaisohjelmat +2,2 kotim. fiktio +1,7 uutiset +1,6 kulttuuri +0,9 ulkom.fiktio +0,2 elokuva +0,1	asiaohjelmat –2,7 viihde –1,3 lastenohjelmat –1,0 opetus –0,9
<b>Nelonen</b>	ulkom. fiktio +21,2 urheilu +8,8 viihde + 6,6 elokuva +2,5 lastenohjelmat +1,7 uutiset +1,6 kotim. fiktio +1,1 opetus + 1,0 kulttuuri +0,9 ajankohtaisohjelmat +0,1	asiaohjelmat –1,4 palveluohjelmat –0,3

Lähteet: Finnpanel  
TV-kanavien ohjelmätietokannat

MTV3:n ohjelmatarjonnassa kasvattivat ohjelma-aikaansa eniten ajankohtaisohjelmat ja urheilu. Kanava vähensi useiden ohjelmatyypien tarjontaa hieman, eniten kuitenkin asiaohjelmia, joita näytettiin viikoittain vuonna 2001 vajaat kolme tuntia vähemmän kuin vuonna 1997. Nelonen ei viikkotunneissa mitattuna juurikaan vähentänyt yhdenkään ohjelmatyypin tarjontaa. Ainoastaan asiaohjelmia sekä palvelu- ja harrasteohjelmia nähtiin kanavalla vuonna 2001 hieman vähemmän kuin vuonna 1997. Kanava kasvatti ohjelmistoaan nimenomaan ulkomaisella fiktiolla, jota lähetettiin kanavalla vuonna 2001 viikoittain yli 21 tuntia enemmän, eli päivittäin keskimäärin kolme tuntia enemmän, kuin vuonna 1997.



Informatiivisten ja viihteellisten ohjelmien osuudet vuosina 1997–2001 viittaavat siihen, että tällä aikavälillä kanavat selkiyttivät työnjakoaan. Informatiivinen ohjelmatarjonta lisääntyi sekä TV1:ssä että TV2:ssa. Nelonen puolestaan lisäsi viihteellisen ohjelmiston osuutta vuosi vuodelta. MTV3 vähensi viihteellisyyttään vuodesta 1999 vuoteen 2000, mutta vuonna 2001 se kasvatti ulkomaisen fiktion osuutta ajan-kohtaisohjelmien kustannuksella. Näin se näytti polarisoivan ohjelmistoaan toisaalta ”koviin” informatiivisiin ohjelmiin eli uutisiin, toisaalta viihteelliseen tarjontaan.

Yleisesti ottaen suomalaisen tv-tarjonnan kanavaprofiilit asettuivat kuitenkin koko viisivuotiskauden ajan informaation ja viihteen akselilla selvään jatkumoon, jossa TV1 on tietopainotteisin, TV2 ja MTV3 seuraavat ja Nelosen voisi sanoa erikoistuneen viihteeseen.

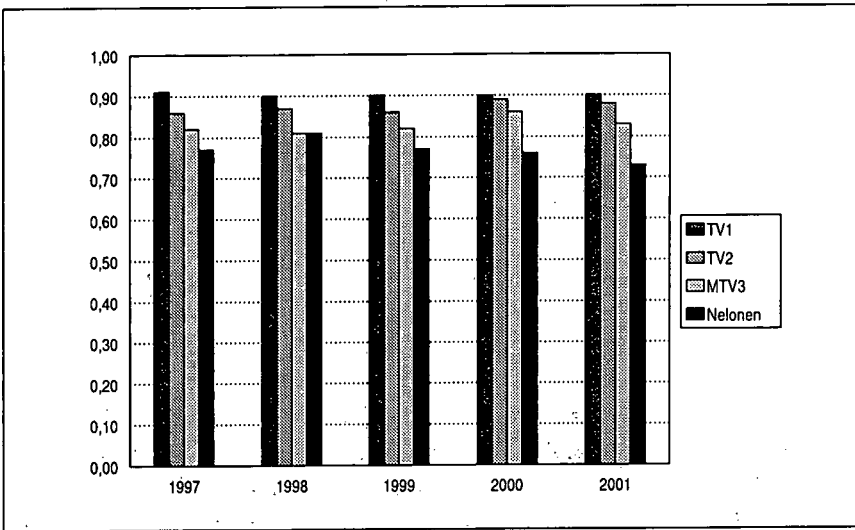
## *Tarjonta kasvaa, kasvaako monipuolisuus?*

Suomalaista tv-tarjontaa on vuodesta 1997 kasvattanut uusi kanava; kuinka on käynyt ohjelmistojen monipuolisuuden? Tässä yhteydessä monipuolisuudella tarkoitetaan ohjelmiston kokoonpanoa: mitä useammat ohjelmatyypit ovat tarjonnassa edustettuina ja mitä tasaisemmin ne jakautuvat ohjelmakaaviossa, sen monipuolisempi ohjelmisto on. Tavoitteena on siten ollut arvioida, miten suomalainen kanavavalikoima ohjelmistoineen palvelee yleisöä. Ohjelmiston monipuolisuutta on mitattu ”suhteellisen entropian” matemaattisella mittarilla, josta on tullut hyvin yleinen juuri mitattaessa viestintäsisältöjen monipuolisuutta eli diversiteettiä. (Ks. esim. Hellman 1999 ja 2001; Hillve ym. 1997; Ishikawa ym. 1996.)

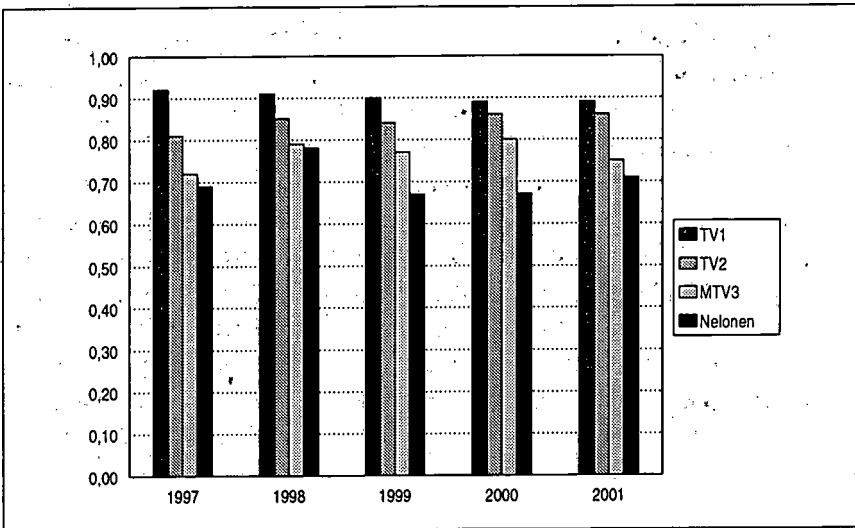
Mittarin kuvaama ohjelmiston suhteellinen entropia on sitä korkeampi, mitä tasaisemmin ohjelmisto jakautuu eri ohjelmatyyppien kesken. Indeksien minimiarvo on 0 (kaikki ohjelmat yhdessä ohjelmaluokassa) ja maksimi 1 (kaikissa ohjelmaluokissa yhtä paljon ohjelmia). Mittarilla laskettavaa indeksilukua on tulkittu niin, että 0,00–0,34 edustavat erittäin vähäistä monipuolisuutta, 0,35–0,54 vähäistä, 0,55–0,69 keskimääräistä, 0,70–0,79 suurta ja 0,80–1,00 erittäin suurta monipuolisuutta. Koska mittari on logaritminen, asteikko ei ole tasavälinen, vaan monipuolisuusindeksin kasvattaminen esimerkiksi 0,40:stä 0,50:een on paljon helpompaa kuin 0,70:stä 0,80:een (Hellman 2001, 191–192).

Suomalaisten tv-kanavien tarjonta oli vuonna 2001 ohjelmatyyppivalikoimaltaan monipuolista tai hyvin monipuolista (kuvio 1). Koko ohjelmistoa tarkasteltaessa parhaiten selviytyivät julkisen palvelun TV1 (indeksiluku 0,90 vuonna 2001) ja TV2 (0,88). Yleisradion kanavia seurasi MTV3 (indeksiluku 0,83 vuonna 2001). Selvästi kapein valtakunnallisista analogisista kanavista oli Nelonen, vaikkakin sen vuoden 2001 indeksiluku 0,73 osoittaa kanavan tarjonnan edelleen varsin monipuoliseksi. Vuosina 1997–2001 ei tarjonnan monipuolisuudessa tapahtunut suuria muutoksia. TV1:n monipuolisuus oli hyvin tasaista ja TV2:n monipuolisuus vaihteli

Kuvio 1. Koko ohjelmiston monipuolisuus eri kanavilla 1997–2001



Kuvio 2. Parhaan katseluajan ohjelmiston monipuolisuus 1997–2001



vain hiukan. MTV3 näyttäytyi koko viiden vuoden jaksena selvästi vähemmän monipuolisena kuin Yleisradion kanavat. Samoin MTV3:n monipuolisuusindeksi notkahti hieman vuodesta 2000 (0,86–0,83). Nelonen kavensi ohjelmistoaan selvästi vuodesta 1998 lähtien, jolloin se oli tasoissa MTV3:n kanssa.

Parhaana katseluajana molemmat Yleisradion kanavat tarjosivat kaupallisia kilpailijoitaan selvästi monipuolisemman ohjelmiston (kuvio 2). TV1 ja TV2 lähet-

tivät prime time -aikaan käytännössä miltei yhtä monipuolista ohjelmistoa kuin koko tarjonnassaan. Myöskään Nelosen vuoden 2001 ohjelmisto ei kaventunut merkittävästi parhaaseen katselu aikaan. MTV3 puolestaan lähetti iltaisin huomattavasti kapeampaa ohjelmistoa ja notkahdus monipuolisuudessa vuodesta 2000 vuoteen 2001 näkyikin koko tarjonnan ohella myös sen prime time -tarjonnassa. Tämä selittyy osin ohjelmiston polarisoitumisella uutistarjontaan, toisaalta sarjafilmeihin. Kaupallisilla kanavilla esiintyi parhaana katselu aikana tarjonnan monipuolisuudessa melko suurta vuotuista vaihtelua, mutta kanavien voimasuhteet säilyivät pääpiirteissään ennallaan. Ainoa selkeämpi suuntaus oli, että TV2 lavensi prime time -ajan tarjontaansa vuoden 1997 jälkeen.

Koko ohjelmiston tasolla Yleisradion kaksi kanavaa TV1 ja TV2 tarjosivat vuosina 1997–2001 yhteenlaskettuna johdonmukaisesti selvästi monipuolisemman ohjelmiston kuin kaksi kaupallista kanavaa, MTV3 ja Nelonen yhdessä. Sekä Yleisradion että kaupallisten kanavien välittämä ohjelmakirjo oli hyvin monipuolinen. TV1 ja TV2 tarjosivat yhdessä hieman rikkaamman ohjelmakirjon kuin kumpikaan kanava yksinään, mikä kertoo kanavien keskinäisestä työnjaosta. Kaupallinen sektori yhdessä sen sijaan ei päässyt yhtä suureen monipuolisuuteen kuin MTV3 yksinään, mikä indikoi sitä, että ne kilpailevat keskenään osittain samantyyppisellä ohjelmistolla.

Parhaan katseluajan monipuolisuus vuosien 1997–2001 ajanjaksolla kertoo siitä, että vuonna 1998 kaupallisten kanavien ohjelmistoista löytyi enemmän informatiivisia ohjelmia kuin sen jälkeen. Yleisradion kahden kanavan yhteenlaskettu prime time -tarjonnan monipuolisuus ei puolestaan juurikaan tarkastelukaudella vaihdellut. Se oli koko tutkimuskaudella korkeampi kuin kaikkien kanavien yhteenlaskettu monipuolisuus. Vuonna 2001 kaikkien kanavien yhteenlaskettu indeksiluku oli 0,86 kun Yleisradio ylsi diversiteettilukuun 0,90. Parhaaseen katselu aikaan korostuukin edelleen Yleisradion kanavien työnjako: TV1 ja TV2 yhdessä onnistuivat tarjoamaan hieman monipuolisemman ohjelmiston kuin erikseen. MTV3:n prime time -indeksi puolestaan oli hivenen korkeampi kuin kaupallisten kanavien yhteenlaskettu monipuolisuus. Samoin kuin kokonaistarjonnassaan myös prime time -aikaan kaupalliset kanavat siis kilpailivat samantyyppisellä ohjelmistolla.

## *Tarjonnan trendit*

Vuonna 2001 suomalainen tv-tarjonta oli tämän selvityksen aineiston mukaan keskimäärin 3.403 minuuttia päivässä. Finnpanel Oy:n tv-mittaritutkimuksen mukaan ([www.finnpanel.fi](http://www.finnpanel.fi)) vuonna 2001 television katseluun käytetty aika oli keskimääräisenä päivänä 167 minuuttia, minuutin vähemmän kuin vuonna 2000. Vuoden 2001 tarkastelun sekä vuosien 1997–2001 vertailun perusteella voidaan myös esittää muutamia yleisiä huomioita suomalaisen tv-tarjonnan ”lähihistorian” suuntaviivoista.

Ensinnäkin julkisessa keskustelussa on viime vuosina monesti viitattu televisio-ohjelmistojen ”kevenemiseen” tai viihteellistymiseen. Vastaavaa keskustelua on käyty pitkään, ja 1980-luvun lopulla havaittiinkin parhaan katseluajan ohjelmatarjonnan ”virtaviivaistuneen” (Hellman & Sauri, 1988). Toisaalta on korostettu, ettei mitään ohjelmatarjonnan yleistä kaventumista tapahtunut ainakaan ennen vuoden 1993 kanavaudistusta (Hellman & Sauri 1994). Vuosia 1988–1996 tarkastellessa tutkimuksessaan Hellman (1999) havaitsi, että ohjelmarakenne pysyi varsin muuttumattomana ja ettei ns. informatiivinen ohjelmisto menettänyt asemiaan viihteellisen tarjonnan kustannuksella. Vaikka MTV3:n vuoden 2001 ohjelmistossa oli havaittavissa hienoista keventymistä aiempiin vuosiin verrattuna, kanavavertailu kuitenkin osoittaa, että kanavat pikemminkin jakoivat työsarkaa viihteellisyyden ja informatiivisuuden akselilla kuin kevensivät systemaattisesti ohjelmistojaan. Kaupalliset MTV3 ja Nelonen asettuivat jatkumon viihteellisempään päähän, kun taas julkisen palvelun TV1 ja TV2 tarjosivat hieman informatiivisempia ohjelmistoja.

Jos ohjelmiston kehitystä katsotaan taaksepäin aina ns. kanavaudistuksen vuoteen 1993 (ks. Hellman 1999), näyttää siltä, että TV2 ja MTV3 olivat vuoteen 1997 asti melko samankaltaisia, mutta toisen kaupallisen yrittäjän eli Nelosen tulo suomalaisille tv-markkinoille sai julkisen palvelun TV2:n lisäämään informatiivista ja MTV3:n viihteellistä painotusta profiileissaan. Vaikka välillä jo näytti siltä, että MTV3 olisi ollut jättämässä viihdekanavan roolia Neloselle, vuoteen 2001 mennessä MTV3 oli kuitenkin jälleen keventänyt hieman tarjontaansa.

Ohjelmatyyppien osalta kehitys näyttääkin yleistäen seuraavalta: sekä ”koviin” informatiivisten ohjelmien että toisaalta fiktio- ja viihdesarjojen osuus on kasvussa. Väliin ovat putoamassa esimerkiksi asia- ja kulttuuriohjelmat. Ajankohtaisohjelmien kasvu on selvityksen aineiston perusteella ilmeistä, ja myös Ruotsin kaltaista ”uutisoitumista” on havaittavissa (ks. Granskingsnämnden 2000 ja Lähteenmäki 2000). Uusia lähetyksiä ja erityisohjelmia (mm. Talousuutiset, Kulttuuriuutiset) on ilmaantunut kanaville, ja ne ovatkin kukin kasvattaneet uutistarjontaansa vuodesta 1997 vuoteen 2001 noin 15 minuutilla päivässä. Vuonna 2001 uutisia olikin ohjelmien kappalemäärissä laskettuna tarjolla kaikista ohjelmatyypeistä eniten. Toisaalta ulkomaisten fiktio-ohjelmien kesto on kuitenkin uutisohjelmien kesto huomattavasti pidempi, eikä mitään suurta muutosta ollutkaan enää nähtävissä kokonaistarjonnassa vuodesta 2000 vuoteen 2001 sen enempää uutisten kappalemäärän kuin ohjelma-aikaosuudenkaan suhteen. MTV3:n ”polarisoituminen” korostui kuitenkin siinä, että se lisäsi uutistarjontaansa nimenomaan yhden vuoden aikana, vuodesta 2000 vuoteen 2001.

Toiseksi usein esitetyt oletukset amerikkalaisen ohjelmiston ylivallasta eivät Suomen kohdalla pidä paikkaansa – paitsi tietyissä ohjelmatyypeissä. Amerikkalaisen fiktion merkittävä asema suomalaisissa ruuduissa on ilmeistä. Vuonna 2001 ohjelmatarjonnasta yli viidennes oli pohjoisamerikkalaista tuotantoa. Toisesta näkökulmasta tarkastellen: yli kolme neljänestä amerikkalaisesta tarjonnasta oli fik-

tiosarjoja tai elokuvia. Oletetusti julkisen palvelun kanavat lähettivät kaupallisia kanavia enemmän fiktiota Pohjoismaista, Euroopasta ja muualta maailmasta. MTV3 ja Nelonen tarjosivat puolestaan amerikkalaista fiktiota ja elokuvaa liki kolme kertaa enemmän kuin Ylen kanavat. Varsinkin Nelonen tosin kasvatti viime vuosina eurooppalaisen fiktion osuutta ohjelmistossaan. Toisaalta on huomattava, että kotimainen fiktio on katsojille tärkeää ja usein amerikkalaista suosittumpaa. Kotimainen draama saavuttaa yhä miljoonayleisöjä.

Kolmanneksi Ruotsissa on pantu merkille ns. tosi-tv:n läpimurto televisio-ohjelmistossa. Tosi-elämään perustuvaa viihdettä ei ole kategorisoitu tässä tutkimuksessa omaksi luokakseen, mutta suuntauksen merkit ovat havaittavissa: se ilmeni koodauksen yhteydessä useiden ohjelmien kohdalla, joita oli vaikea luokitella perinteisten dokumenttien kaltaisesti asiaohjelmiksi, selkeiksi palvelu- ja harrasteohjelmiksi saati tyypillisiksi viihdeohjelmiksi. Varsinkin kaupallisten kanavien asiaohjelmat näyttivät sekoittavan viihdettä ja faktaa sekä dokumentoivan ”tavallisten ihmisten elämää”. Esimerkiksi noin 40 prosenttia MTV3:n ja lähes 80 prosenttia Nelosen vuoden 2001 asiaohjelmista oli tällaisia ”sekaohjelmia”, esimerkkeinä mm. Eläinten pelastuspartio (MTV3) sekä Aquanautit, Helvetin naapurit ja Tosi-TV (Nelonen). TV2:lla nähtiin mm. Lentokenttä. TV1:llä tällaisia ohjelmia lähetettiin lähinnä satunnaisesti. Samoin tosi-tv -tyyppisiä viihdeohjelmiksi luokiteltavia seikkailu- ja parisuhdekisoja on ilmaantunut varsinkin kaupallisille kanaville mutta myös TV2:lle. Nämä ohjelmat muodostavat kuitenkin vain pienen osuuden viihdetarjonnasta. Viihdeohjelmien tarjonta vaihtelee kanavakohtaisesti, mutta kaiken kaikkiaan eniten ohjelma-aikaa eli reilun kolmanneksen kaikista viihdeohjelmista saivat peli- sekä asiavisailut ja vajaan kolmanneksen talk showt.

Neljänneksi palvelu- ja harrasteohjelmat, talk showt ja tosi-tv toteuttavat kaikki yhdessä perinteisten tv-ohjelmatyyppien sekoittumista, informaation ja viihteen liudentumista ”infotainmentiksi”. Näissä ohjelmissa nostetaan usein yksityisen alueen aiheet – ihmissuhteista harrastuksiin – keskeisiksi teemoiksi. Infotainment-ohjelmiston ja human interest -journalismin kasvu koko 1990-luvun ajan näyttäisi käyvän käsi kädessä television kaupallistumisen ja kasvavan kilpailun kanssa koko Euroopassa (Brants 1998). Toisaalta infotainment ei ole ainakaan Suomessa leikannut uutisten ja ajankohtaisohjelmien osuuksia parhaasta katseluajasta eikä yleisemminkään, varsinkaan julkisen palvelun kanavilla.

Viidenneksi vertailtaessa eri kanavien ohjelmistojen monipuolisuutta julkisen palvelun kanavat ovat eri maissa yleensä osoittautuneet kaupallisia kanavia monipuolisemmiksi (ks. esim. Hellman 1999; Ishikawa ym. 1996). Ainakin Länsi-Euroopassa tulos on luonnollinen johtuen public service -yhtiöille asetetuista velvollisuuksista. Kaiken kaikkiaan neljän suomalaisen valtakunnallisen kanavan yhteenlaskettu tarjonta on vuoden 2001 lukujen valossa erittäin monipuolista. Aikanaan vuoden 1993 kanavaudistus ei lisännyt ohjelmiston monipuolisuutta kokonaisuudessaan, jos kohta se lisäsi MTV:n tarjonnan kirjoa, käynnisti TV2:n tren-

---

dinomaisen viihteellistymisen ja samalla vahvasti YLE:n kahden kanavan keskinäistä työnjakoa (Hellman 1999). Vaikka Nelosen tulo markkinoille 1997 hämmentäsi hetkeksi asetelmia ja pakotti MTV:n tarkistamaan ohjelmistoaan sekä suhteessa Yleisradion kanaviin että uuteen kaupalliseen kanavaan, uusi työnjako niiden kesken selkiytyi nopeasti. Näyttääkin siltä, että suomalaiset tv-kanavat ovat saavuttaneet monipuolisuudessaan eräänlaisen ”ideaalitason”, johon ei ole juuri tarvetta tehdä muutoksia (Hellman 2001, 202). Suomalaisen tv-tarjonnan lähihistoria siis osoittaa, että kaksi julkista ja kaksi kaupallista kanavaa toimivat ns. täyden palvelun kanavina mutta samalla täydentäen toisiaan edellisten painottaessa ohjelmatarjonnan informatiivista ja jälkimmäisten viihteellistä antia.

## Lähteet

*Aslama, Minna & Karlsson, Michael:* Suomalainen tv-tarjonta 2000, Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 41/2001, Helsinki 2001.

*Aslama, Minna & Karlsson, Michael:* Suomalainen tv-tarjonta 2001, Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 41/2002, Helsinki 2002.

*Brants, Kees:* Who’s Afraid of Infotainment? *European Journal of Communication* 13 (1998): 3, 315–335.

*DeBens, Els & de Smaele, Hedvig:* The Inflow of American Television Fiction on European Broadcasting Channels Revisited. *European Journal of Communication* 16 (2001): 1, 51–76.

*Granskningsnämnden:* Svenskt TV-utbud 1999. Granskningsnämndens rapportserie 6. Granskningsnämnden för radio och TV. Stockholm 2000.

*Hellman, Heikki:* From Companions to Competitors: The Changing Broadcasting Markets and Television Programming in Finland. *Acta Universitatis Tamperensis* 652, Tampere 1999.

*Hellman, Heikki:* Diversity – An End in Itself? Developing a Multi-Measure Methodology of Television Programme Variety Studies. *European Journal of Communication* 16 (2001): 2, 181–208.

*Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo:* Suomalainen prime-time: Tutkimus television uudesta kilpailutilanteesta sekä Yleisradion ja MTV:n parhaan katseluajan ohjelmarakenteesta vuosina 1970–1986. *Nykykulttuurin tutkimusyksikkö, Julkaisuja n:o 10.* Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä 1988.

*Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo:* Public Service Television and the Tendency towards Convergence: Trends in Prime-Time Programme Structure in Finland, 1980–1992. *Media, Culture & Society* 16 (1994): 1, 47–71.

*Hillve, P., Majanen P. & Rosengren, K. E.:* Aspects of Quality in TV Programming: Structural Diversity Compared over Time and Space. *European Journal of Communication* 12 (1997): 3, 291–318.

*Ishikawa, Sakae ym.:* Diversity in Television Programming: Comparative Analysis of Five Countries. Teoksessa Ishikawa, Sakae (ed.): *Quality Assessment of Television*. University of Luton Press, Luton 1996.

*Lähteenmäki, Miira:* Kruununjalokivi, merkkipaalu ja veturi. Uutiset ja kaaviove-toinen ohjelmointi kanavilla TV1, TV2, MTV3 ja Nelonen 1978–1998. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto 2000.

---

*Joukkoviestimet Suomessa*  
*Mass media in Finland*





---

# *Introduction: the changing mass media scene in Finland*

Finland's per capita consumption of print media has long been one of the highest in the world. Although newspapers saw their circulation decline quite rapidly with the severe economic recession in the early 1990s, Finland still has one of the world's highest newspaper circulations and number of book titles relative to its population of 5.2 million. Finnish people are also quite avid readers whose reading habits have remained largely unaffected by the continuing expansion of the electronic media – at least for the time being. The strong position of the print media is also reflected in the turnover statistics for the mass media and the breakdown of advertising expenditure by different media categories: the print media still account for some 70 per cent of the total.

On the other hand, the field of electronic media has seen many major structural changes during the past ten years or so, in spite of the economic recession. The first licences for local commercial radio stations were issued in 1985, and over the next few years new stations mushroomed all over the country. The television scene changed decisively with the 1993 channel reform which saw the separation of public-service (YLE TV1 & TV2) and private broadcasting (MTV3 Finland) onto their own channels. From its early beginnings until 1993, the Finnish system had been quite exceptional with its undogmatic collaboration between public and private television services. The commercial operator MTV Finland had broadcast its programmes under the public service YLE's operating licence and rented air time slots on YLE's two channels, providing about one-fifth of the supply of TV1 and TV2, thus making the Finnish model truly "mixed".

In 1996 the government issued an operating licence for a fourth nationwide (commercial) channel. Channel Four Finland started programming in 1997. One of the main challenges to the fourth channel will be to share with YLE and MTV the costs of setting up terrestrial digital TV networks.

In 1999 the government decided on the licences for digital television operations. The licences were granted for ten years to five public service and eight commercial channels (including the digital versions of the four existing national channels based on analogue technology). The first broadcasts were made in August 2001.

It is the government's objective that the analogue network could be waived by the end of 2006 as the present analogue licences expire. By the end of 2006, digital operations must cover the whole nation.

In 1996 an operating licence was also granted to the first nationwide commercial radio channel alongside the four existing public-service channels. Radio Nova went on the air in 1997. From the very outset the new channel has represented serious competition for commercial local radio stations, many of which have been struggling financially ever since the onset of the recession.

## *Economy*

With the onset of the deep recession in the early 1990s, the turnover of the mass media in Finland began to decline. The print media were more badly affected than the electronic media. Until the late 1990s the latter continued to increase their relative share of the mass media business. Nonetheless the print media (newspapers and magazines, books, printed advertising material) are still way ahead, representing over 70 per cent of the sector's turnover.

Since mid-1990s the situation has improved considerably, both for the national economy as a whole and for the mass media. In 2001 the volume of the Finnish mass media markets stood at around 3.5 billion euros. This figure is based on end-user prices, and it includes domestic production and imports but not exports. The sector as a whole has represented around three per cent of the country's GNP.

## *The development of the print media*

Finland is traditionally a land of newspapers. In 2001 a total of 208 newspaper titles were published in the country, 54 of these being dailies. Circulation and coverage statistics are still quite impressive, in spite of the impacts of the recession in the early 1990's. However, as newspapers are heavily dependent on revenues from advertising, they were bound to be affected when companies decided to cut their advertising budgets. Even so newspapers still account for about 30 per cent of the turnover in the mass media sector, showing a decrease of no more than just one of percentage point during the 1990s. This is not very much when considered against the dramatic changes in newspapers' main sources of revenue and circulation figures. Today just over half of newspapers' revenues come from the sale of advertising space, at the end of the 1980s the proportion was in excess of 70 per cent.

The total circulation of Finnish newspapers started to decline in the early 1990s, for the first time since World War II. Several newspapers were even closed down altogether, and circulation figures have been dropping across the board. Between

---

1990 and 2000, the total circulation of newspapers has declined by some 20 per cent. However, the circulation of Finnish newspapers still ranks among the highest in the world. Calculated per 1,000 population, the circulation of Finnish dailies, for example, is third only to Norway and Japan.

In advertising terms, too, newspapers continue to dominate the Finnish media market, even though they lost some twelve per cent of their share of the advertising cake during the 1990s. Newspapers still account for just over 50 per cent of media advertising in Finland, while the average figure for the EU countries in 2000 was 39 per cent.

As a result of company takeovers and mergers the market shares of the biggest newspaper houses (as measured in terms of circulation) have experienced relatively rapid growth. For instance, the market share of the four biggest publishers has increased from 31 per cent in the mid-1980s to 56 per cent in 2001; the corresponding figures for the top eight companies are from 43 per cent to 68 per cent.

There is also a clear trend towards closer editorial cooperation both within newspaper chains and even between independent newspapers and newspaper houses. This sort of cooperation is bound to lead to convergence in terms of newspaper contents. However the newspapers involved in this cooperation are regional papers with very little overlap in their circulations. For the individual consumer there is a definite plus side to this trend: it will probably mean greater diversity in the content of one's own regional newspaper.

Both of the two biggest newspaper groups in Finland are major multimedia companies. In spring 1999 the country's biggest newspaper house Sanoma Corporation, the biggest book publisher and the second biggest magazine company (which was also the major shareholder in Channel Four Finland) merged to form a company called SanomaWSOY. SanomaWSOY publishes Helsingin Sanomat, the biggest daily in Finland; *Ilta-Sanomat*, the biggest afternoon tabloid; and also a nationwide business newspaper in Helsinki. Also, since spring 1999, it is the sole owner of a major chain in regional and local newspapers in southeastern Finland. In 2001 SanomaWSOY accounted for an estimated 25 per cent of the total newspaper circulation in Finland. Alma Media publishes *Aamulehti*, a major regional daily in Tampere; the business newspaper *Kaupalehti*; and the afternoon tabloid *Ilta-lehti* in Helsinki. In addition, Alma Media is the majority shareholder in or the sole proprietor of 19 other newspapers. In 2001, after its most recent acquisitions, it accounted for 18 per cent of the total circulation of newspapers. Alma Media was created in 1998 through the merger of the major newspaper publisher Aamulehti Group and the leading commercial TV channel MTV3 Finland. Alma Media is also the major shareholder in the country's only nationwide commercial radio channel, Radio Nova, which was launched in 1997.

Another significant development has been the rapid growth of tabloids. There are two national "afternoon" tabloids in the country, although both have now started

to appear in the news-stands early in the morning. Their combined circulation of over 350 000 copies has increased by some 100 000 copies compared with the mid-1980s. One further noteworthy structural development is the decline of "second" newspapers, i.e. smaller papers in towns with at least two newspapers.

In terms of economic volume, magazines and periodicals represent the second biggest category in the Finnish mass media sector. Magazines and periodicals are dependent on advertising to a far lesser extent than newspapers. However, in recent years the share of magazine advertising has started to grow, and the difference compared to figures in Western Europe on average has clearly been reduced. In 2001 advertising in magazines and periodicals accounted for 17 per cent of total media advertising, or only one percentage points less than in European countries on average.

Finland is one of the few countries in Europe where the delivery of newspapers and periodicals is based primarily on subscriptions. It is estimated that nearly 90 per cent of both magazine and newspaper sales are based on subscriptions and are delivered to the consumer's door.

The eight major publishers of magazines and periodicals account for some 85 per cent of the total volume of consumer magazines. Finland's three biggest magazine publishers are Yhtyneet Kuvalehdet, Sanoma Magazines Finland and A-lehdet. Following ownership rearrangements in 1998, Yhtyneet Kuvalehdet is now a subsidiary of Otava-Kuvalehdet, Finland's second-biggest book publisher. The second-biggest player on the domestic marketplace, Sanoma Magazines Finland, is in turn part of SanomaWSOY, whereas A-lehdet is an independent family-owned company which for the time being is involved in no other mass media sectors. – The total number of consumer magazines, professional/organization/trade magazines, customer magazines and opinion journals published in Finland adds up to some 2,800 titles.

All three biggest publishers remain in domestic ownership. In Finland Sanoma Magazines Finland is in contest with Yhtyneet Kuvalehdet over the leading position in the domestic marketplace, but its parent company is one of the biggest magazine publishers in Europe. After the acquisition of CIG, the consumer magazine division of the Dutch media group VNU, in summer 2001, Sanoma Magazines/SanomaWSOY is now the fifth largest consumer magazine publisher in Europe, publishing over 240 magazine titles in eight countries outside Finland.

Book publishing has been the third biggest segment of the print media business in Finland. During the years of recession sales were severely affected by forced decisions in schools and libraries to cut back on acquisitions. Since the mid-1990s, however, book publishing has been doing reasonably well. Statistics on the number of book titles relative to population show that Finland has retained its position among the leading countries in the world; Iceland is way ahead of the rest of the field in this table, other high-ranking countries apart Finland include Denmark, Holland and Switzerland. In 1999 a total of around 13 000 book titles were published in Finland,

---

twice as many as in the early 1980s. At least in the light of this evidence it seems that the growth of electronic communication has had no adverse impacts on book publishing.

Most of the book titles are published by companies and organizations whose main line of business is some other than book publishing (e.g. public administration, universities). However, publishing houses proper account for the bulk of the volume of book sales. The market is very much dominated by major and medium-sized general-interest publishers. In recent years, however, smaller publishers specializing in certain types of literature have clearly been increasing their market shares.

Finland has a very extensive network of public libraries and they provide a good service. The use of libraries has continually increased. In 1999 a total of 100 million lendings were made from public libraries, which translated into around 25 books and five other items (audio cassettes, videos) per capita. In the same year around 2.4 million people in Finland, roughly half of the population, used the services of public libraries. All in all libraries are a very significant channel of book distribution in Finland. In fact, the number of books borrowed per year currently exceeds the annual sales of members of The Finnish Book Publishers' Association nearly three times over.

## *Electronic media*

Since the mid-1980s Finnish television broadcasting has seen many significant structural changes. The growth of cable television continued to accelerate towards the end of the decade, and satellite channels became increasingly accessible to large audiences. At the same time the number of households with VCRs increased rapidly.

Around the mid-1980s there were widespread fears that the continuing growth of satellite television and video could seriously undermine the "unified culture" represented by the mixed system of public service and commercial television in Finland – as well as its financial basis. As a consequence the Finnish Broadcasting Company YLE and MTV Finland intensified their cooperation and even joined forces to start up in 1987 a third, commercially financed television channel, Kolmostelevisio, which broadcast until the end of 1992.

Since the beginning of regular television broadcasting in Finland in 1957, the commercial television station MTV had to lease its broadcasting time from the public service broadcaster YLE on the latter's TV1 and TV2. There have also been various other links of dependency between the two companies: for instance, MTV has broadcast its programmes under YLE's operating licence (until autumn 1993). MTV has also been a major source of funding for YLE in addition to licence fees.

At the beginning of 1993 the public service operator YLE and the commercial MTV parted ways. Both were allocated their own channels: YLE1 and YLE2 are now reserved for public service broadcasting, while MTV3 Finland operates its own

nationwide, full-service commercial network, with its own operating licence. But even today, a substantial part of MTV3's and Nelonen's revenues goes to YLE in the form of the so-called public service fee. The fee, renamed as an operating licence fee, was made statutory as from the beginning of 1999 and was extended to apply to all television broadcasting over the air. (The fee accounted for 13 per cent of YLE's turnover in 2001.) However, in July 2002 the amount payable in operating licence fees was halved by an amendment to the law. This change in legislation will significantly affect both the costs of the commercial channels and the structure of YLE's incomes.

Following the channel reform, with no technical obstacles to contend with, there was no real excuse any more for declining to grant an operating licence to a fourth (commercial) television channel that would compete with MTV for advertising money. Therefore in 1996 the government granted an operating licence for a fourth nationwide channel: Channel Four Finland (Nelonen) started programming in 1997. The operating licence was issued to a subsidiary of SanomaWSOY.

In 2000 Channel Four accounted for 12 per cent of total television viewing time; the corresponding figures for MTV3, the market leader in commercial television, was 39 per cent, for YLE with its two channels 43 per cent.

Cable and satellite television connections cover 56 per cent of Finnish households. Overall the role of cable and satellite channels has been much less significant than in the other Scandinavian countries. The primary reason has been the scarce supply of programming in the Finnish language. At the moment the supply is limited to a few pay-tv channels. In contrast to the other Scandinavian countries, Finland has not seen any full-service satellite channels dedicated to the local audience of this country. Cable networks have largely served as distribution networks for pan-European channels such as MTV Europe, Eurosport, and TV5.

Digital television broadcasts started in August 2001. In addition to the digital versions of analogue television channels, YLE launched three new channels and commercial operators were granted licences for six new channels. It has been a slow and difficult start, though. Half of the new commercial channels decided to waive their licences within the first 12 months. By the end of summer 2002, no more than an estimated 30,000 to 40,000 households had acquired the equipment needed to view digital broadcasts either via ordinary aerials or via cable. The estimated number of digital set-top boxes for satellite reception was twice as high, or around 60,000.

One of the three multiplexes now in use is entirely reserved for the public service broadcaster YLE. Together with digital versions of TV1 and TV2, the company launched a 24-hour news channel, a full service channel in Swedish, and a thematic channel for culture and learning.

Commercially financed local radio stations spread out across the country within the space of just a few years after the first licences were issued in the mid-1980s,

---

and they quickly secured their (small) share of the advertising cake. However, the recession severely affected local radio stations.

Although a total of more than 40 radio stations closed down and merged with other stations between 1990 and 2000, new companies have sprung up in their place so that the total number of stations has remained more or less unchanged. At the end of 2001 there were a total of 66 local, regional, or semi-national private radio stations in the country. Among other actors, the format radios Kiss FM (owned by SBS), Classic FM (owned by GWR), Energy (owned by NRJ), Groove FM and SuomiPOP (both owned by Metromedia) are now each operating in several cities and, in spring 1997, Radio Nova, the first nationwide commercial radio channel, entered the commercial radio market. The competition is fiercest in the Helsinki metropolitan region where there are now ten or so radio stations that are commercially financed.

YLE has public service radio broadcasting on five nationwide channels plus extensive regional radio services. In addition, YLE has started digital radio broadcasting in autumn 1998. There are currently three digital radio channels on the air.

Television's share of the advertising cake remained comparatively small until the early 1990s. However, during the recession its share began to grow very rapidly, while the print media were to suffer most from the effects of the recession. In recent years, the growth has levelled off and the share of television has fluctuated around 20 per cent of media advertising. This is a fairly small market share compared with the Western European average (32 per cent in 2000). The share of commercial radio stations in media advertising has remained at around 3.5 per cent.

Online information services, most of which are business-to-business information services, showed rapid growth until the late 1990s. In recent years, however, this growth has slowed down. As far as services intended for consumers are concerned, the demand for fee-based online services is still marginal, and at least for the time being it seems very difficult for operators to collect money for these kinds of services. As for Internet advertising, in 2001 it accounted for just one per cent of total media advertising.

## *Phonograms and videos*

In recent years phonograms and videos have accounted for some 8 per cent of the mass media sector. A major threat in this sector is represented by pirating, which is a booming business just across the border in the Baltic and St. Petersburg regions. Not only top-selling international artists but also domestic performers have now become victims of the pirating business.

In 2001 the five major multinational labels BMG, EMI, Sony, Universal and Warner together accounted for 58 per cent of total phonogram sales in Finland.



The video/Dvd markets are divided into two segments, i.e. video rentals and sell-through. The market shares of these two segments have virtually been turned upside down during the 1990s. At the beginning of the decade sell-through videos accounted for less than one-quarter of the total markets, during the past couple of years their share has been 70 per cent. In the past couple of years the turnover of video rentals has also shown some growth after several years of stagnation and decline.

Most videos are of American origin; domestic products account for only a relatively small proportion of the rental and sell-through markets. The market is dominated by four distributors: Buena Vista, Egmont Entertainment, Finnkino (owned by a subsidiary of SanomaWSOY) and Sandrew Metronome. Together, these four account for around 70 per cent of the video markets.

However, time-shifting or the viewing of programmes recorded from television is far more common than viewing sell-through or rental videos. Some three-quarters of total video viewing time is spent on viewing programmes recorded from television.

In 1999 Cd-roms accounted for no more than 33 million euros or one per cent of the turnover of the mass media in Finland. During the past couple of years market growth has levelled off. As far as Cd-rom games are concerned this is often explained by the revival of playstations as well as by pirating. As regards multimedia Cd-roms, it seems that growth is hampered by two major factors, i.e. pirating and free and ready access to high-quality encyclopaedic material on the Internet.

In the 1980s and early 1990s the film industry in Finland suffered serious setbacks as other mass media continued to grow and expand. In the 1980s, the main challenge came from video and television. In this situation of stiffening competition, the number of cinema admissions steadily declined. At the same time the number of cinemas declined sharply as theatres with one and two screens were closed down and multiscreen cinemas were opened. The number of films shown also dropped very clearly, although there has been no real change in the annual number of premieres in the 1990's. In mid 1990's Finns went to the cinema no more than approximately once a year per person, but during the past couple of years it seems that the trend has been reversed. In 2001 the number of cinema admissions was 1.3 per capita. The biggest cinema chains in the country have carried out renovation projects aimed at raising the quality standards of cinemas, and the new huge multiplex theatres with their sophisticated technology and additional services have provided another major boost to cinema-going.

# 1 Joukkoviestinnän talous

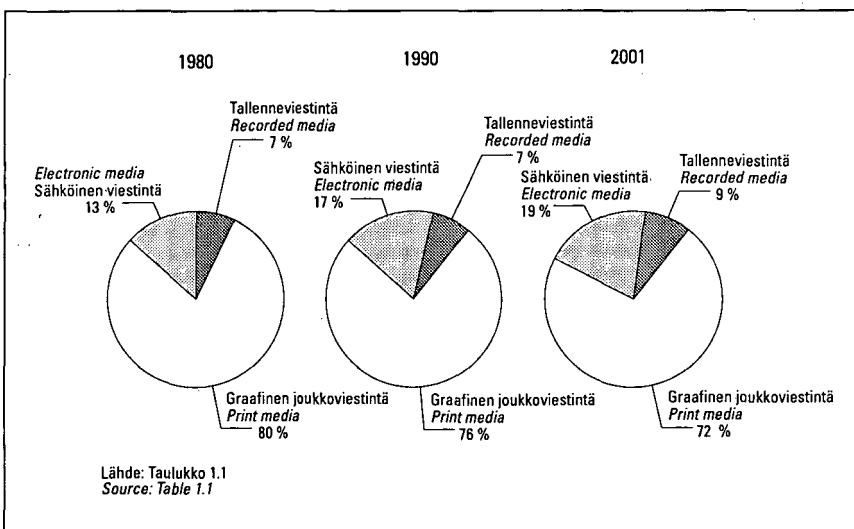
Suomen joukkoviestintämarkkinoiden koko oli noin 3,5 miljardia euroa vuonna 2001. Volyymin kasvu oli 1990-luvun jälkipuolella 4-5 prosentin luokkaa vuosittain. Vuonna 2001 kasvu jäi kuitenkin vain 0,5 prosentin tasolle. Syynä tähän oli lähinnä mediamainonnan taantuminen.

1990-luvun jälkipuoliskolla joukkoviestintä kasvoi jonkin verran bruttokansantuotetta hitaammin. Niinpä joukkoviestinnän osuus bruttokansantuotteesta on laskenut 1990-luvun alun 3,1 prosentista 2,6 prosenttiin vuonna 2001.

Tässä julkaisussa esitettävät joukkoviestintämarkkinoiden volyyymia koskevat laskelmat ovat loppukäyttäjätasoisia: esimerkiksi sanomalehtimarkkinoiden kokoa kuvaava luku muodostuu lehtien vähittäishintaisesta tilaus- ja irtonumeromyynnistä sekä mainostuloista. Luvuista on eliminoitu päällekkäisten erien kertautuminen ja eri toimialojen luvut ovat toisensa poissulkevia. Luvut sisältävät kotimaisen tuotannon ja tuonnin, mutta eivät vientiä. Tarkasti ottaen kyseessä ei ole yrityksen taloustieteessä vakiintunut liikevaihdon käsite, jota kuitenkin usein käytetään joukkoviestinnän taloudellisesta volyyymista puhuttaessa.

Graafisen viestinnän (lehdet, kirjat, mainospainotuotteet) osuus mediemarkkinoista oli 72 prosenttia (noin 2,5 miljardia euroa) vuonna 2001. Graafinen viestintä on lähes kolmen neljänneksen liikevaihto-osuudellaan edelleen joukkoviestintätalouden

Kuvio 1.1 Joukkoviestintämarkkinat 1980, 1990 ja 2001  
Figure 1.1 Mass media market in Finland 1980, 1990 and 2001



dominoiva sektori. Vuodesta 1990 graafisen viestinnän osuus on kuitenkin laskenut noin neljä prosenttiyksikköä, lähinnä sähköisen viestinnän eduksi. (Kuvio 1.)

Sähköisen joukkoviestinnän (tv, radio, online-palvelut) osuus kasvoi 1990-luvun alun lamavuosina ja saavutti noin viidenneksen osuuden, mutta vuosikymmenen puolivälissä osuuden kasvu pysähtyi. Vuonna 2001 sähköisen viestinnän markkinoiden koko oli 0,7 miljardia euroa.

Tallenneviestinnän (äänitteet, videot, elokuvateatterit sekä cd-rom ja muut uudet tallennemuodot) osuus on ollut hienoisesti kasvava. Vuonna 2001 tallenneviestinnän myynti oli 0,3 miljardia euroa ja sen osuus joukkoviestintämarkkinoista oli noin 9 prosenttia.

## Graafinen viestintä

Graafinen viestintä on edelleen joukkoviestintätalouden hallitseva ala yli 70 prosentin liikevaihto-osuudellaan, vaikka osuus on ollut hitaassa laskussa 1980-luvun puolivälistä lähtien. Yksin sanomalehdistön osuus koko joukkoviestinnän liikevaihdosta on edelleen lähes kolmannes (1,1 miljardia euroa vuonna 2001) (taulukot 1.1 & 1.2). Vuosikymmenen aikana sanomalehdistön osuus on laskenut vain parin prosenttiyksikön verran. Se on vähän aikana, jolle leimallinen piirre on ollut digitaali-tekniikkaan perustuvien viestinnän muotojen esiinmarssi. Muutos tuntuu pieneltä myös siksi, että tiedetään sanomalehdistön yhteislevikin ja mediamainontaosuuden samaan aikaan laskeneen selvästi. Sanomalehtien osuus mediamainonnasta on pudonnut 1990-luvun alusta toistakymmentä prosenttiyksikköä 63 prosentista 51 prosenttiin (taulukot 1.4 & 1.5). Päivälehdet saivat vuonna 2001 tuloistaan 56 prosenttia ilmoitusmyynnistä, kun osuus 1990-luvun alussa oli noin 70 prosenttia (luokiteltu ilmoittelu mukaan lukien). Sanomalehtien yhteislevikki supistui samana aikajaksona 20 prosenttia 4,1 miljoonasta 3,2 miljoonaan.

Aikakauslehdistön osuus joukkoviestintämarkkinoista on 18 prosenttia (622 miljoonaa euroa vuonna 2001). Jos Suomen sanomalehdistön 1990-lukua voidaan kutsua selviytymistarinaksi, niin aikakauslehdistölle sama aikajakso oli lähes menestystarina. Yleisöaikakauslehtien, jotka Suomessa saavat suurimman osan tuotoistaan levikkimyyntistä, levikit ovat levikintarkastustietojen perusteella kehittyneet viime vuosina suotuisasti. Mutta aikakauslehdistö on 1990-luvulla myös selvästi kasvattanut osuuttaan mainosmarkoista, ja ilmoitustulojen osuus aikakauslehtien tulonmuodostuksessa on kasvanut. Viime vuosina ilmoitustuottojen osuus aikakauslehdistön tuotoista on ollut arviolta yli 30 prosenttia, kun se 1990-luvun alun vaikeimpina lamavuosina oli alle viidennes.

Kirjoja myytiin noin 460 miljoonalla eurolla vuonna 2001. Noin puolet kirjoista myytiin kirjakauppojen ja tavaratalojen tai markettien kirjaosastojen kautta. Suoramyyntin (valtaosin tietokirjoja) ja kirjakerhojen (joiden myynnissä kaunokirjalli-

suus on keskeisellä sijalla) osuus myynnistä oli noin 30 prosenttia. Muiden jakeluteiden osuudeksi jää yhteensä runsaat parikymmentä prosenttia. 1990-luvun alun lamavuosina säästökohteiksi otettiin myös koulujen ja kirjastojen kirjahankinnat. Kirjastojen aineistomenot ja koulukirjojen hankintamenot ovat viime vuosina jossain määrin elpyneet, mutta kirjastojen hankinnoista audiovisuaalisen aineiston osuus on kasvanut ja kouluissakaan tuskin enää palataan kirjojen kertakäyttökulttuuriin. Siellä kirjojen kierrätys on tullut jäädäkseen.

## Sähköinen joukkoviestintä

Sähköisen joukkoviestinnän osuus joukkoviestintämarkkinoista kasvoi 1990-luvun alkuvuosina mutta edelleenkin sen osuus on vain noin viidennes. Kaikkiaan sähköisen joukkoviestinnän markkinoiden arvo loppukäyttäjätasolla oli noin 690 miljoonaa euroa vuonna 2001. (Taulukot 1.1 & 1.2.)

Valtakunnallisen televisio- ja radiotoiminnan liikevaihto oli 75 prosenttia sähköisen viestinnän kokonaisliikevaihdosta. Alan volyyymi ei viime vuosina ole kasvanut sellaista tahtia kuin muutama vuosi sitten varsin yleisesti ennakoitiin. Esimerkiksi televisiomainonnan kasvuprosentit 1990-luvun loppuvuosina jäivät selvästi jälkeen sanoma- ja aikakauslehtimainonnan kasvusta. Vuonna 1997 aloittaneiden Nelosen (Suomen toinen valtakunnallinen mainosrahoitteinen televisiokanava) ja Radio Novan (Suomen ensimmäinen valtakunnallinen mainosrahoitteinen radiokanava) vaikutukset valtakunnallisen televisio- ja radiotoiminnan mainosmyyntiin volyyymiin jäivät alkuvuosina vähäisiksi. Pikemminkin tapahtui mainostulojen uusjakoa alan toimijoiden kesken. Suomessa televisiomainonnan osuus mediamainonnasta on 2000-luvun alussa jäänyt jonkin verran alle 20 prosentin. (Taulukot 1.4 & 1.5.)

Kaapelitelevisiotoiminta on talouden volyyymilla mitaten pienehkö toimiala, jonka liikevaihto on suuruudeltaan vain alle 15 prosenttia valtakunnallisen tv-toiminnan liikevaihdosta. Vuosimaksut ja maksu-tv-palvelut ovat toiminnan suurimmat tuloerät. Viime vuosina myös laajakaistaisista Internet-liittymistä on muodostunut kaapelitelevisioyhtiöille merkittävä tulonlähde.

Yksityisten alueellisten ja paikallisten radioiden tuotot olivat suurimmillaan 1990-luvun alussa. Vuonna 2001 puolivaltakunnallisten, alueellisten ja paikallisten radioiden tuotot olivat 33 miljoonaa euroa. Valtakunnallinen kaupallinen toimija Radio Nova on kartuttanut liikevaihtoaan osin paikallisten ja alueellisten kaupallisten radioiden kustannuksella. Vuosina 1990-2000 kaikkiaan 40 paikallista radioyri-tystä lopetti toimintansa tai sulautui toiseen radioasemaan. Mutta uusia yrittäjiä on löytynyt tilalle, ja asemien kokonaismäärä ei ole laskenut. Vuonna 2000 toiminnassa oli 66 puolivaltakunnallista, alueellista ja paikallista radioasemaa.

Online-palveluiden liikevaihdosta valtaosa tulee edelleen yrityksille suunnatuista business-to-business palveluista. Vuonna 2001 online-palveluiden liikevaihto oli arviolta 64 miljoonaa euroa. Valtaosa summasta muodostuu lähinnä ammattikäyttöön tarkoitettujen talous- ja uutistietopalvelujen tilauksista. Kuluttajamarkkinoille suunnattujen maksullisten palvelujen ja Internet-mainonnan osuus on edelleen pieni. Internetmainonnan osuus mediamainonnasta oli vuonna 2001 Gallup-Median mukaan vain yksi prosentti kaikesta mediamainonnasta.

## Ääni- ja kuvatallenteet

Tallenteiden osuus joukkoviestintämarkkinoista on 1990-luvun puolivälistä lähtien ollut hitaassa kasvussa. Tallenteiden suurin ryhmä ovat äänitteet, joita myytiin 128 miljoonalla eurolla vuonna 2001. Suomen lähialueilla kukoistava piraattiaänitekauppa on ollut alalle merkittävä uhka. Ääni- ja kuvatallennetuottajien teettämien selvitysten mukaan arviolta noin viidennes Suomen äänitemarkkinoista muodostuu piraattiaäniteistä.

Perinteisten videoiden myynnin ja vuokrauksen liikevaihto on kääntynyt laskuun. Dvd-elokuvatallenteet näyttävät nyt olevan kuvatallennemarkkinoiden kasvava tuote. Dvd:n osuus videotallennemarkkinoista on noussut jo 30 prosenttiin. Video- ja Dvd-tallenteiden myynnin osuus markkinoista on nykyisin noin kaksi kolmasosaa ja vuokrauksen osuus on noin yksi kolmasosa. Vuokrauksen- ja myynnin keskinäiset markkinaosuudet kääntyivät 1990-luvulla päinvastaisiksi. Vuosikymmenen alussa myyntivideoiden osuus oli vielä alle neljännes alan kokonaismarkkinoista.

Cd-romien kysyntä on tasaantunut ennakoitua nopeammin. Niiden liikevaihdon arvioidaan vuonna 2001 jääneen 33 miljoonaan euroon. Kotitalouksien halukkuus kartuttaa multimediatuotteiden valikoimaansa on vähäistä, koska Internetistä on saatavilla runsaasti ilmaista materiaalia. Cd-rom-pelit ovat hävinneet suosiossa konsolipeleille, jotka eivät tässä sisälly lukuihin.

Cd-romien kokonaismarkkinoista multimediatuotteiden osuus on arviolta noin 40 prosenttia ja loppuosa on pelejä. (Peleihin eivät tässä sisälly ns. peliasemien ohjelmatuotteet.) Multimediariippujen myynnistä valtaosa muodostuu kotimaisista, suomalaisiksi versioiksi muokatuista tai ainakin suomen kielelle käännettyistä tuotteista. Peleistä kotimaista alkuperää olevia tuotteita lienee vain muutama prosentti.

1990-luvun puolivälin jälkeen elokuvien katsojamäärät näyttävät kääntyneen nousuun. Mutta edelleen suomalaiset käyvät elokuvissa useimpien läntisen Euroopan maiden kansalaisiin verrattuna harvoin. Käyntikertojen määrä henkeä kohden oli 1,3 vuonna 2001, kun useimmissa muissa läntisen Euroopan maissa käyntejä on lähes kaksi tai ylikin. Elokuvateattereiden pääsylippu- ja mainostuotot ovat viime vuosina olleet yhteensä noin 50 miljoonaa euroa.

## Mainonta

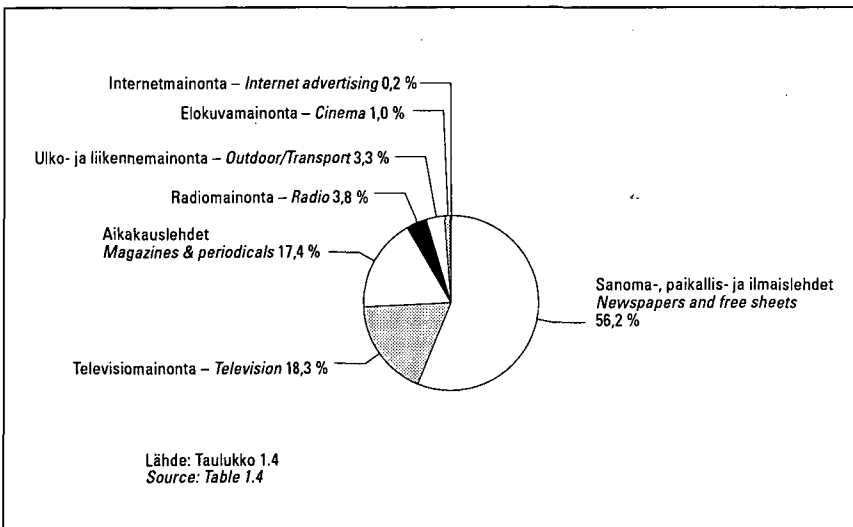
Sanomalehdistölle mainonta on keskeisin tulonlähde ja myös tv-toimialan tuloista mainonta tuo lähes puolet. Tv-toiminnan suurin tuloerä Suomessa ovat kuitenkin lupamaksut sekä kaapelitelevisiotoiminnassa vuosimaksut ja maksu-tv-tuotot. Aikakauslehdistö saa valtaosa tuloistaan tilausmaksuista. Irtonumeromyynti on Suomessa vähäistä. Kirjat sekä ääni- ja kuvatalenteet ovat puolestaan pääsääntöisesti ”mainosvapaita” tuotteita.

Mediamainontaan suunnittelukustannuksineen käytettiin Suomessa noin 1,2 miljardia euroa vuonna 2001 (taulukko 1.4). Mainonnassa Suomi on pysynyt varsin sanomalehtivaltaisena maana, vaikka sanomalehtimainonnan osuus mediamainonnasta laskikin 1990-luvulla yli 10 prosenttiyksikköä. Silti sanomalehtimainontaan käytetään puolet (51 % vuonna 2001) mediamainontarahoista. Osuus on selvästi EU-maiden keskiarvoa (39 % vuonna 2000) korkeampi. (Taulukko 1.5 ja luvun 12 taulukko 3.)

Aikakauslehtien osuus mainosmarkoista on 1990-luvulla kasvanut. Vuonna 1999 se oli 17 prosenttia. Aikakauslehtimainonnan kehitystrendi on viime vuosina Suomessa ollut päinvastainen kuin monessa muussa läntisen Euroopan maassa. Monissa maissa aikakauslehtien mainososuus on ollut laskussa 1980-luvun keskivaiheilta asti. Suomen ero aikakauslehtien mainontaosuuden eurooppalaiseen keskitasoon (18 % vuonna 2000) on kaventunut yhteen prosenttiyksikköön, kun se vielä vuonna 1990 oli toistakymmentä prosenttiyksikköä.

Kuvio 1.2 Mediamainonta 2001

Figure 1.2 Advertising in mass media 2001



1990-luvun alussa television osuus mediamainonnasta Suomessa oli vain 13 prosenttia mutta lähti sitten selvään kasvuun ja nousi korkeimmillaan 22 prosenttiin vuonna 1997. Sitten osuus kuitenkin kääntyi laskuun ja oli vain 18 prosenttia vuonna 2001. Television osuus mediamainonnasta onkin Suomessa edelleen selvästi pienempi kuin läntisessä Euroopassa keskimäärin. Vuonna 2000 televisiomainontaan käytettiin EU-maissa keskimäärin 32 prosenttia mediamainontarahoista.

Radiomainonnan suhteellinen osuus mediamainonnasta on noin 4 prosenttia. Sen osuuden keskiarvo EU-maissa on hieman yli 5 prosenttia.

## *Joukkoviestintä työllistäjänä*

Joukkoviestinnän osuus työllisistä oli 2,3 prosenttia vuonna 2000. Osuus ei ole oleellisesti muuttunut viimeisten parinkymmenen vuoden aikana. – Lukuihin eivät sisälly viestintävälineiden tukku- ja vähittäiskaupan henkilöstö eivätkä free lance-toimittajat. (Taulukko 1.6.)

Edellä on todettu, että graafinen viestintä on taloudellisesti dominoiva joukkoviestinnän osa. Se on myös joukkoviestinnän selvästi suurin työllistäjä. Se on myös sektori, josta työpaikkoja 1990-luvun alun lamavuosina katosi selvästi eniten.

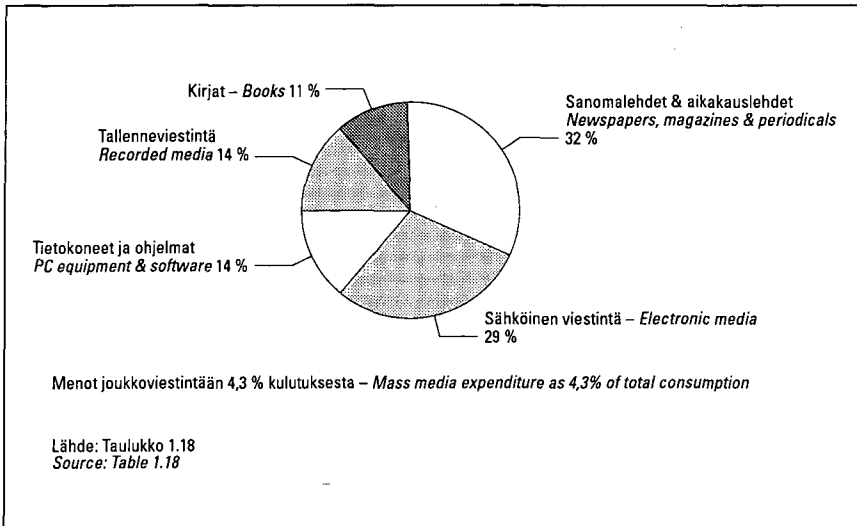
Tietoliikenne eli posti- ja teletoiminta on työllistäjänä joukkoviestintää jonkin verran pienempi.

## *Laitemyynti ja kotitalouksien joukkoviestintämenot*

Viihde-elektroniikan laitekaupalle on ominaista syklinen kehitys. Liikevaihdon ylläpitämiseksi tai kasvattamiseksi tarvittaisiin yhä uusia massamarkkinoille tarkoitettuja tuotteita, sillä uutuuslaitteiden kysyntähuippu saavutetaan nykyisin suhteellisen nopeasti, ja uusien tuotteiden puuttuessa laitteiden korvaushankinnat eivät riitä liikevaihdon kasvattamiseen. Lisäksi laiteuutuuksien keskihinnat laskevat nopeasti massamarkkinoiden muodostuessa. Esimerkiksi videonauhurin keskihinta oli noin 640 euroa vuonna 1985 mutta enää 168 euroa vuonna 2001. Cd-soittimen keskihinta putosi samalla aikavälillä 370 eurosta samoin 168 euroon. Näissä hintaesimerkeissä ei inflaation vaikutusta ole poistettu. Todelliset keskihinnat ovat toisin sanoen laskeneet vielä enemmän.

Uusien massamarkkinatuotteiden puute ja talouslama kolhivat 1990-luvun ensimmäisellä puoliskolla laitekauppaa erityisen pahasti. Alhaisimmillaan (vuonna 1993) nimellishintainen laitemyynnin arvo oli noin 60 prosenttia vuoden 1990 tasosta. Kulutuselektroniikan kokonaismyynnin arvo ylitti vasta vuonna 1996 lama-aikaa edeltäneen tason.

Kuvio 1.3 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään 1998  
 Figure 1.3 Household consumption expenditure in mass media 1998



2000-luvun alun menestyvimpiä uutuustuotteita ovat toistaiseksi olleet laajakuvatelevisiot ja Dvd-soittimet. Dvd-soittimien euromääräisen myynnin arvellaan nousevan videonauhureiden tasolle vuonna 2003. Vuonna 2001 viihde-elektronikan laitteiden vähittäismyynnin arvo oli noin 0,5 miljardia euroa (taulukko 1.17). Myynti laski selvästi edelliseen vuoteen verraten.

Kotitaloudet käyttivät joukkoviestimiin 4,3 prosenttia kulutusmenoistaan vuonna 1998 (taulukko 1.18). Suurimpia yksittäisiä menoeriä ovat sanoma- ja aikakauslehdet, tv-lupa- ym. maksut sekä kotimikrot oheislaitteineen ja ohjelmineen. Vuoteen 1990 verraten lehtien ja kirjojen osuus kotitalouksien joukkoviestintämenoista oli jonkin veran laskenut. Pc-laitteet ja ohjelmat olivat selvimmin kasvattaneet osuuttaan.

## Tilastointi

Tiedot joukkoviestinnän kokonaismarkkinoista toimialoittain perustuvat useisiin laadultaan eritasoisiiin tilastolähteisiin. Useiden alojen tiedot ovat karkeita arvioita. Laskelmat on laadittu Tilastokeskuksen joukkoviestintä, kulttuuri ja ajankäyttö -yksikössä yhteistyössä ulkopuolisten asiantuntijoiden kanssa.

Mainontaan käytettyä nettomarkkamäärää ja sen jakautumista eri joukkoviestintävälaineiden kesken seuraa Suomen Gallup-Media Oy. Taulukoissa 1.4 ja 1.5 esitetään tiedot mainonnan jakautumisesta siten, että nk. mediainvestoinnit (mediatilan ostot) on eriytetty mainonnan suunnitteluun ja tuotantoon menevistä rahoista. –



Mainontataulukoiden luvuissa on mukana vain joukkoviestinmainonta. Muut mainonnan lajit kuten suoramainonta, hakemistomainonta, messumainonta, sponsorointi ja liikelahjat eivät sisälly lukuihin.

Joukkoviestintäalan teollista tuotantoa, tuontia ja vientiä sekä vähittäismyyntiä koskevia keskeisiä tilasto- ja tietolähteitä ovat Tilastokeskuksen teollisuustilasto (ks. Teollisuuden vuosikirjat) ja yritysrekisteri (ks. Suomen yritykset), tullihallituksen ulkomaankauppatilasto, Graafisen Teollisuuden tilastot (ks. Graafiset faktat) ja Kodintekniikkaliiton vähittäismyyntitilastot.

Joukkoviestinnän kulutusmenoja ja viestintävälineiden omistusta koskevien tietojen keskeisiä lähteitä ovat Tilastokeskuksen Kulutustutkimus sekä Kuluttajabarometri.

Joukkoviestinnän parissa käytettyä aikaa koskevat tiedot ovat Gallup-Median Intermediatutkimuksesta. Joukkoviestintään käytetyn ajan suhteesta muuhun ajankäyttöön kertoo Tilastokeskuksen vuoden 1999-2000 ajankäyttötutkimus.

(TS)

## Täydentävää kirjallisuutta

*Ahlqvist, Kirsti & Pajunen, Airi:* Kotitalouksien kulutusmenojen muutokset 1990-luvulla. SVT, Tulot ja kulutus 2000: 28. Tilastokeskus, Helsinki 2000.

Graafisen alan taloustilasto. *Turun kauppakorkeakoulu*, Yritystoiminnan tutkimuskeskus, eri vuosina.

Graafiset faktat. *Graafinen Teollisuus*, Helsinki, eri vuosina.

*Grönlund, Mikko & Toivonen, Timo E.:* Mainostava Suomi. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 26/2002, Helsinki.

*Kallio, J. ym.:* Sisältötuotannon kilpailukyky. LTT-Tutkimus Oy, Helsinki 2001.

*Koivunen, Hannele & Kotro, Tanja:* Kulttuuriteollisuus. Edita, Helsinki 1999.

Mainonnan määrä Suomessa. *Suomen Gallup-Media Oy*, Helsinki, eri vuosina.

*Martikainen, M. ym.:* Sisältötuotannon arvoketjun rahoitus. LTT-Tutkimus Oy, Helsinki 2001.

Paikallisladioiden taloustilasto. *Turun kauppakorkeakoulu*, Yritystoiminnan tutkimuskeskus, eri vuosina.

*Sauri, Tuomo:* Joukkoviestinnän rakenne ja talous. Kulttuuri ja viestintä 2001: 1. Tilastokeskus, Helsinki 2001.

*Sauri, Tuomo & Picard, Robert:* Mediatalous. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

Sisältötuotannon kilpailukyvyyn kehittäminen. Strateginen selvitys I–III. *F&L Management Services Ltd.*, Helsinki 1997, 1998, 2001.

Suomen yritykset. SVT, Yritykset. *Tilastokeskus*, Helsinki, eri vuosina.

Teollisuuden vuosikirja. SVT, Teollisuus. *Tilastokeskus*, Helsinki, eri vuosina.

## Taulukot – Tables

- 1.1 Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 1980–2001  
*Mass media market volume in Finland 1980–2001*
- 1.2 Eri sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoiden volyymista 1980–2001  
*Shares of mass media market by sector 1980–2001*
- 1.3 Kymmenen suurinta joukkoviestintäyritystä vuoden 2001 liikevaihdon mukaan  
*Top ten media companies by turnover 2001*
- 1.4 Mediamainonta 1990–2001  
*Media advertising 1990–2001*
- 1.5 Medioiden mainososuudet 1990–2001  
*Shares of media advertising by sector 1990–2001*
- 1.6 Joukkoviestintä työllistäjänä 1980–2000  
*Mass communication as employer 1980–2000*
- 1.7 Joukkoviestinnän eri sektoreiden kotimaisuusasteita  
*Share of domestic production in different sectors of mass communication*
- 1.8 Graafisen teollisuuden toimitusten arvo alatoimialoittain 1990–2000  
*Value of deliveries in different branches of the printing industry 1990–2000*
- 1.9 Graafisen tuotannon ja kustannustoiminnan henkilökunta vuosina 1985–2000  
*Staff engaged in printing and publishing 1985–2000*
- 1.10 Graafisen teollisuuden vienti ja tuonti 1980–2001  
*Printing industry exports and imports 1980–2001*
- 1.11 Graafisen teollisuuden vienti tuoteryhmittäin 1990–2001  
*Exports of printing industry by product groups 1990–2001*
- 1.12 Graafisen teollisuuden vienti maittain 1990–2001  
*Breakdown of printing industry exports by country 1990–2001*
- 1.13 Graafisen teollisuuden tuonti tuoteryhmittäin 1990–2001  
*Imports of printing industry by product groups 1990–2001*
- 1.14 Graafisen teollisuuden tuonti maittain 1990–2001  
*Breakdown of printing industry imports by country 1990–2001*
- 1.15 Elektronisten viihdelaitteiden ja muiden tietoliikennevälineiden valmistuksessa ollut henkilökunta 1995–2000  
*Staff engaged in the manufacture of entertainment electronics and other means of communication 1995–2000*
- 1.16 Viihde-elektroniiikan laitteiden vähittäismyynti 1980–2001  
*Retail sales of entertainment electronics 1980–2001*
- 1.17 Viihde-elektroniiikan laitteiden myynnin arvo 1980–2001  
*Entertainment electronics: sales volume 1980–2001*

- 1.18 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään sekä viestintämenojen osuus kulutusmenoista 1990–1998  
*Household consumption expenditure in mass media and share of total consumption expenditure 1990–1998*
- 1.19 Joukkoviestintien tavoitavuus 2000  
*Daily reach of mass media 2000*
- 1.20 Joukkoviestimiin käytetty aika 2002  
*Time spent with mass media 2002*

## *Kuviot – Figures*

- 1.1 Joukkoviestintämarkkinat 1980, 1990 ja 2001  
*Mass media market in Finland 1980, 1990 and 2001*
- 1.2 Mediamainonta 2001  
*Advertising in mass media 2001*
- 1.3 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään 1998  
*Household consumption expenditure in mass media 1998*
- 1.4 Eräiden viihdelaitteiden myynti 1980–2001  
*Sales of selected entertainment electronics 1980–2001*

1.1 Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 1980–2001  
*Mass media market volume in Finland 1980–2001*

	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos/ Change 2001/00 %
	€ milj. – € million										
Päivälehdet (7–4-päiväiset) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	247	491	748	782	795	831	886	926	965	956	-0,9
Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) <i>Non-dailies (3–1 times a week)</i>	38	77	114	104	107	103	110	116	114	113	-0,7
Ilmaislehdet – <i>Free papers</i>	14	39	55	47	50	52	59	82	91	88	-2,8
Aikakauslehdet <i>Magazines &amp; periodicals</i>	203	357	500	494	525	558	589	614	631	622	-1,3
Kirjat – <i>Books</i>	146	225	372	341	373	392	400	419	450	458	1,7
Mainospainotuotteet <i>Printed advertising material</i>	93	207	264	219	259	261	274	289	306	314	2,5
<b>Graafinen joukkoviestintä yhteensä</b> <b><i>Print media total</i></b>	<b>740</b>	<b>1 397</b>	<b>2 053</b>	<b>1 988</b>	<b>2 109</b>	<b>2 197</b>	<b>2 318</b>	<b>2 446</b>	<b>2 556</b>	<b>2 551</b>	<b>-0,2</b>
Valtakunnallinen TV- ja radiotoiminta <i>Nationwide TV &amp; radio</i>	123	234	340	423	431	457	487	494	516	519	0,7
Muu radiotoiminta – <i>Other radio</i>	–	2	40	31	30	32	29	29	30	33	8,3
Kaapelitelevisio – <i>Cable television</i>	1	7	53	56	63	58	61	63	69	72	4,9
Online- ja internetpalvelut <i>Online services &amp; internet</i>	0	6	19	34	37	42	46	52	64	64	0,0
<b>Sähköinen viestintä yhteensä</b> <b><i>Electronic media total</i></b>	<b>124</b>	<b>249</b>	<b>451</b>	<b>545</b>	<b>561</b>	<b>588</b>	<b>623</b>	<b>638</b>	<b>679</b>	<b>688</b>	<b>1,4</b>
Äänitteet – <i>Phonograms</i>	42	68	112	106	114	122	126	120	125	128	2,0
Videot – <i>Videos</i>	1	32	51	53	62	62	70	71	70	66	-5,4
DVD-tallenteet – <i>DVD records</i>	–	–	–	–	–	–	1	4	12	29	146,3
Elokuvateatterit – <i>Cinemas</i>	23	29	31	34	34	38	43	48	48	48	-0,7
CD-Rom-tallenteet – <i>CD-Rom records</i>	–	–	–	8	25	34	37	34	36	33	-8,4
<b>Tallenneviestintä yhteensä</b> <b><i>Recorded media total</i></b>	<b>66</b>	<b>129</b>	<b>195</b>	<b>201</b>	<b>235</b>	<b>256</b>	<b>276</b>	<b>277</b>	<b>291</b>	<b>304</b>	<b>4,3</b>
<b>Koko joukkoviestintä</b> <b><i>Mass media total</i></b>	<b>931</b>	<b>1 775</b>	<b>2 698</b>	<b>2 734</b>	<b>2 905</b>	<b>3 041</b>	<b>3 218</b>	<b>3 361</b>	<b>3 526</b>	<b>3 543</b>	<b>0,5</b>
<b>Kiintein (2001) hinnoin</b> <b><i>At fixed (2001) prices</i></b>	<b>2 200</b>	<b>2 787</b>	<b>3 327</b>	<b>3 027</b>	<b>3 198</b>	<b>3 308</b>	<b>3 451</b>	<b>3 563</b>	<b>3 615</b>	<b>3 543</b>	
<b>Osuus BKT:sta %</b> <b><i>Mass media as % of GDP</i></b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,1</b>	<b>2,9</b>	<b>2,9</b>	<b>2,9</b>	<b>2,8</b>	<b>2,8</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	

HUOM. Taulukon luvut ovat loppukäyttäjätasoisia. Niistä on eliminoitu päällekkäisten erien kertauminen ja eri toimialojen keskinäiset päällekkäisyydet. Eri toimialojen liikevaihtoluvut ovat siten toisensa poissulkevia. Luvut sisältävät kotimaisen tuotannon ja tuonnin, mutta eivät vientiä. Useita aloja kuvaavat luvut ovat arvioita. Euromuunnosten vuoksi useiden sektoreiden luvut ovat näennäistarkkoja.

NOTE. The figures include domestic production and imports. Overlaps and exports have been eliminated. This table includes several estimates.

Sanomalehtien ja aikakauslehtien tiedot vuoteen 1990 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.

*Newspaper and magazine figures for 1995 and onwards are not wholly comparable with the figures until 1990.*

Ilmaislehtien 1999 tiedot eivät ole suoraan vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

*Free paper figures for 1999 and onwards are not wholly comparable with the figures until 1998.*

Kirjojen myynnin ja valtakunnallisen radio- ja TV-toiminnan tiedot vuoteen 1995 asti eivät ole suoraan vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.

*Book sales and nationwide TV & radio figures for 1996 and onwards are not fully comparable with the figures until 1995.*

Lähde: Tilastokeskus, Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot

Source: Statistics Finland, Culture & media statistics

## 1.2 Eri sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoiden volyymista 1980–2001

### Shares of mass media market by sector 1980–2001

	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%									
Päivälehdet (7–4-päiväiset) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	26,5	27,7	27,7	28,6	27,4	27,3	27,5	27,5	27,4	27,0
Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) <i>Non-dailies (3–1 times a week)</i>	4,1	4,4	4,2	3,8	3,7	3,4	3,4	3,5	3,2	3,2
Ilmaislehdet – <i>Free papers</i>	1,5	2,2	2,0	1,7	1,7	1,7	1,8	2,5	2,6	2,5
Aikakauslehdet <i>Magazines &amp; periodicals</i>	21,8	20,1	18,5	18,1	18,1	18,4	18,3	18,3	17,9	17,6
Kirjat – <i>Books</i>	15,7	12,7	13,8	12,5	12,9	12,9	12,4	12,5	12,8	12,9
Mainospainotuotteet <i>Printed advertising material</i>	9,9	11,7	9,8	8,0	8,9	8,6	8,5	8,6	8,7	8,9
<b>Graafinen joukkoviestintä yhteensä</b> <b><i>Print media total</i></b>	<b>79,6</b>	<b>78,7</b>	<b>76,1</b>	<b>72,7</b>	<b>72,6</b>	<b>72,3</b>	<b>72,0</b>	<b>72,8</b>	<b>72,5</b>	<b>72,0</b>
Valtakunnallinen TV- ja radiotoiminta <i>Nationwide TV &amp; radio</i>	13,2	13,2	12,6	15,5	14,8	15,0	15,1	14,7	14,6	14,7
Muu radiotoiminta – <i>Other radio</i>	–	0,1	1,5	1,1	1,0	1,1	0,9	0,9	0,9	0,9
Kaapelitelevisio – <i>Cable television</i>	0,1	0,4	2,0	2,1	2,2	1,9	1,9	1,9	2,0	2,0
Online- ja internetpalvelut <i>Online services &amp; internet</i>	0,0	0,3	0,7	1,3	1,3	1,4	1,4	1,6	1,8	1,8
<b>Sähköinen viestintä yhteensä</b> <b><i>Electronic media total</i></b>	<b>13,4</b>	<b>14,0</b>	<b>16,7</b>	<b>19,9</b>	<b>19,3</b>	<b>19,3</b>	<b>19,4</b>	<b>19,0</b>	<b>19,3</b>	<b>19,4</b>
Äänitteet – <i>Phonograms</i>	4,6	3,8	4,2	3,9	3,9	4,0	3,9	3,6	3,6	3,6
Videot – <i>Videos</i>	0,1	1,8	1,9	1,9	2,1	2,0	2,2	2,1	2,0	1,9
DVD-tallenteet – <i>DVD records</i>	–	–	–	–	–	–	0,0	0,1	0,3	0,8
Elokuvateatterit – <i>Cinemas</i>	2,5	1,6	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	1,4	1,4	1,4
CD-Rom-tallenteet – <i>CD-Rom records</i>	–	–	–	0,3	0,9	1,1	1,1	1,0	1,0	0,9
<b>Tallenneviestintä yhteensä</b> <b><i>Recorded media total</i></b>	<b>7,1</b>	<b>7,3</b>	<b>7,2</b>	<b>7,4</b>	<b>8,1</b>	<b>8,4</b>	<b>8,6</b>	<b>8,2</b>	<b>8,3</b>	<b>8,6</b>
<b>Koko joukkoviestintä – <i>Mass media total</i></b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

HUOM. Taulukon luvut ovat loppukäyttäjätasoisia. Niistä on eliminoitu päällekkäisten erien kertauminen ja eri toimialojen keskinäiset päällekkäisyydet. Eri toimialojen liikevaihtoluvut ovat siten toisensa poissulkevia. Luvut sisältävät kotimaisen tuotannon ja tuonnin, mutta eivät vientiä. Useita aloja kuvaavat luvut ovat arvioita.

NOTE. The figures include domestic production and imports. Overlaps and exports have been eliminated. This table includes several estimates.

Sanomalehtien ja aikakauslehtien tiedot vuoteen 1995 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa. Newspaper and magazine figures for 1995 and onwards are not wholly comparable with the figures until 1990.

Ilmaislehtien 1999 tiedot eivät ole suoraan vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

Free paper figures for 1999 and onwards are not wholly comparable with the figures until 1998.

Kirjojen myynnin ja valtakunnallisen radio- ja TV-toiminnan tiedot vuoteen 1995 asti eivät ole suoraan vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa. Book sales and nationwide TV & radio figures for 1996 and onwards are not fully comparable with the figures until 1995.

Lähde: Tilastokeskus, Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot

Source: Statistics Finland, Culture & media statistics

1.3 Kymmenen suurinta joukkoviestintäyrittystä vuoden 2001 liikevaihdon mukaan  
*Top ten media companies by turnover 2001*

	Liikevaihto <i>Net revenue</i>		Toimialat – <i>Media activities</i>							
	€ milj. € million 2001	Muutos % <i>Change %</i> 2001/2000	Sanoma- lehdet <i>Newspapers</i>	Aikakaus- lehdet <i>Magazines</i>	Kirjat <i>Books</i>	Radio	TV	AV-tuo- tanta <i>AV pro- duction</i>	Digitaaliset mediat* <i>Digital media*</i>	Levitys & jakelu <i>Distribution &amp; retail</i>
1 SanomaWSOY	1 730	19	X	X	X	(x)	X	X	X	X
2 Alma Media	478	-1	X	(x)			X	X	X	
3 Yleisradio	351	6				X	X	X	X	X
4 TS-yhtymä	276	12	X			X	(x)	X		
5 Otava-Kuvalehdet	209	12		X	X					X
6 Edita	179	33		X	X		(x)		X	
7 Talentum	107	-9		X	X			X	X	
8 A-lehdet	77	4		X						
9 Pohjois-Karjalan Kirjapaino	53	-6	X							
10 Ilkka	53	3	X			(x)				

Suluissa olevat toimialat merkitsevät vähemmistöosuuksia. – *Media activities in parentheses indicate minority shares in the sector.*

\* Tarkoittaa itsenäistä liiketoimintaa, ei esim. pelkkiä lehtien verkkoversioita. – *Digital media activities which are commercial entities in their own right. Newspapers' websites are, for example, not included in the sector.*

Lähde: Yritysten toimintakertomukset ym.

Source: *Company annual reports and other company data*

1.4 Mediamainonta 1990–2001\*  
Media advertising 1990–2001\*

	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos Change 2001/2000 %
	€ milj. – € million								
Päivälehdet (7–4 krt/vk) Dailies (7–4 times a week)	447	368	374	402	441	493	528	496	-6,1
Muut sanomalehdet – Non-dailies	64	50	51	52	53	52	55	51	-7,6
<b>Sanoma- ja paikallislehtimainonta yhteensä – Newspapers total</b>	<b>511</b>	<b>418</b>	<b>426</b>	<b>454</b>	<b>494</b>	<b>545</b>	<b>583</b>	<b>547</b>	<b>-6,3</b>
Ilmaislehdet – Free papers	39	34	36	37	46	49	54	52	-2,8
<b>Sanoma-, paikallis- ja ilmaislehtimainonta yhteensä Newspapers and free papers total</b>	<b>550</b>	<b>452</b>	<b>462</b>	<b>491</b>	<b>540</b>	<b>594</b>	<b>637</b>	<b>599</b>	<b>-6,0</b>
Yleisaikakaus-, naisten- ja harrastelehdet Consumer magazines	45	50	53	56	65	70	80	80	-0,2
Ammattilehdet Trade & business magazines	34	46	49	65	79	86	97	88	-8,5
Asiakaslehdet – Customer magazines	9	7	10	11	13	13	15	16	10,2
<b>Aikakauslehtimainonta yhteensä** Magazines &amp; periodicals total**</b>	<b>89</b>	<b>104</b>	<b>111</b>	<b>133</b>	<b>158</b>	<b>170</b>	<b>191</b>	<b>185</b>	<b>-3,3</b>
<b>Lehtimainonta yhteensä*** Press media advertising total***</b>	<b>639</b>	<b>556</b>	<b>573</b>	<b>623</b>	<b>698</b>	<b>764</b>	<b>828</b>	<b>784</b>	<b>-5,4</b>
Televisiomainonta – Television	107	162	165	190	204	205	213	195	-8,6
Kaapelitelevisiomainonta Cable television	3	6	8						
Radiomainonta – Radio	36	28	27	30	34	34	38	40	6,3
Internetmainonta – Internet			1	2	4	6	12	11	-7,4
<b>Sähköinen mainonta yhteensä Electronic media advertising total</b>	<b>146</b>	<b>190</b>	<b>194</b>	<b>222</b>	<b>242</b>	<b>246</b>	<b>262</b>	<b>245</b>	<b>-6,4</b>
Elokuvamainonta – Cinema	1	1	1	1	2	2	2	2	10,2
Ulko- ja liikennemainonta Outdoor/Transport	21	24	25	29	31	32	35	35	0,0
<b>Mediamainonta yhteensä Mass media advertising total</b>	<b>807</b>	<b>770</b>	<b>792</b>	<b>876</b>	<b>972</b>	<b>1 044</b>	<b>1 127</b>	<b>1 066</b>	<b>-5,4</b>
Tuotanto ja suunnittelu Planning and production	147	118	121	135	155	167	188	182	-3,1
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>954</b>	<b>888</b>	<b>913</b>	<b>1 010</b>	<b>1 128</b>	<b>1 210</b>	<b>1 316</b>	<b>1 249</b>	<b>-5,1</b>

\* Mainostajien joukkoviestinnämainontaan käyttämä nettomäärä. Se muodostuu kahdesta osasta: mediatilan ostoista (mediainvestoinnit) ja mainonnan suunnitteluun ja tuotantoon käytetystä rahasta (suunnittelu- ja tuotantoinvestoinnit) . – These data are net of discounts. Planning and production costs as a separate category.

\*\* Aikakauslehtien lukumäärä oli aiemmissa tutkimuksissa 250 kpl, vuodesta 1992 lähtien se on ollut yli 500 kpl. Tästä johtuen aikakauslehtien osuus on kasvanut. – Magazine figures since 1992 are not fully comparable with the figures until 1991.

\*\*\* Lehtien ns. luokitellusta ilmoittelusta mukaan on otettu varsinaiseksi mainonnaksi luettava osuus. Ts. ulkopuolelle on jätetty julkiset ja yksityiset kuulutukset, julkiset virat, tiedotukset ja yksityishenkilöiden rivi-ilmoitukset. – Announcements, notices, column advertisements and public offices are not included in press advertising.

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy  
Source: Suomen Gallup Group



1.5 Medioiden mainososuudet 1990–2001  
*Shares of media advertising by sector 1990–2001*

	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%							
Päivälehdet (7–4 krt/vk) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	55,4	47,8	47,3	45,9	45,3	46,8	46,9	46,5
Muut sanomalehdet – <i>Non-dailies</i>	7,9	6,5	6,5	5,9	5,5	5,1	4,9	4,8
<b>Sanoma- ja paikallislehtimainonta yhteensä <i>Newspapers total</i></b>	<b>63,4</b>	<b>54,3</b>	<b>53,7</b>	<b>51,8</b>	<b>50,8</b>	<b>51,8</b>	<b>51,7</b>	<b>51,3</b>
Ilmaislehdet – <i>Free papers</i>	4,8	4,4	4,5	4,2	4,7	4,8	4,8	4,9
<b>Sanoma-, paikallis- ja ilmaislehtimainonta yhteensä <i>Newspapers and free papers total</i></b>	<b>68,2</b>	<b>58,7</b>	<b>58,2</b>	<b>56,1</b>	<b>55,5</b>	<b>56,6</b>	<b>56,5</b>	<b>56,2</b>
Yleisaikakaus-, naisten- ja harrastelehdet <i>Consumer magazines</i>	5,6	6,5	6,6	6,4	6,7	6,8	7,1	7,5
Ammattilehdet <i>Trade &amp; business magazines</i>	4,3	6,0	6,2	7,4	8,1	8,4	8,6	8,3
Asiakaslehdet – <i>Customer magazines</i>	1,2	1,0	1,2	1,3	1,4	1,3	1,3	1,5
<b>Aikakauslehtimainonta yhteensä* <i>Magazines &amp; periodicals total*</i></b>	<b>11,1</b>	<b>13,5</b>	<b>14,0</b>	<b>15,2</b>	<b>16,2</b>	<b>16,6</b>	<b>16,9</b>	<b>17,4</b>
<b>Lehtimainonta yhteensä** <i>Press media advertising total**</i></b>	<b>79,2</b>	<b>72,2</b>	<b>72,3</b>	<b>71,2</b>	<b>71,7</b>	<b>73,2</b>	<b>73,5</b>	<b>73,5</b>
Televisiomainonta – <i>Television</i>	13,3	21,0	20,9	21,7	21,0	20,0	18,9	18,3
Kaapelitelevisiomainonta <i>Cable television</i>	0,4	0,8	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Radiomainonta – <i>Radio</i>	4,5	3,6	3,5	3,5	3,5	3,3	3,3	3,8
Internetmainonta – <i>Internet</i>			0,1	0,2	0,4	0,6	1,0	1,0
<b>Sähköinen mainonta yhteensä <i>Electronic media advertising total</i></b>	<b>18,1</b>	<b>24,6</b>	<b>24,4</b>	<b>25,4</b>	<b>24,9</b>	<b>23,9</b>	<b>23,3</b>	<b>23,0</b>
Elokuvamainonta – <i>Cinema</i>	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2
Ulko- ja liikennemainonta <i>Outdoor/Transport</i>	2,6	3,1	3,2	3,3	3,2	3,1	3,1	3,3
<b>Mediamainonta yhteensä <i>Mass media advertising total</i></b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Tuotanto ja suunnittelu <i>Planning and production</i>	15,4	13,3	13,3	13,3	13,8	13,9	14,3	14,6
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100

\* Aikakauslehtien lukumäärä oli aiemmissa tutkimuksissa 250 kpl, vuodesta 1992 lähtien se on ollut yli 500 kpl. Tästä johtuen aikakauslehtien osuus on kasvanut. – *Magazine figures since 1992 are not fully comparable with the figures until 1991.*

\*\* Lehtien ns.luokitellusta ilmoittelusta mukaan on otettu varsinaiseksi mainonnaksi luettava osuus. Ts. ulkopuolelle on jätetty julkiset ja yksityiset kuulutukset, julkiset virat, tiedotukset ja yksityishenkilöiden rivi-ilmoitukset. – *Announcements, notices, column advertisements and public offices are not included in press advertising.*

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy  
 Source: Suomen Gallup Group

1.6 Joukkoviestintä työllistäjänä 1980–2000  
*Mass communication as employer 1980–2000*

	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000
	1 000 henkeä – 1 000 persons								
Kustantaminen – <i>Publishing</i>	14,6	16,9	16,0	14,7	14,3	14,1	14,3	14,7	15,4
Painaminen – <i>Printing</i>	23,1	24,2	23,4	15,0	14,9	15,4	15,6	15,0	14,3
Elektronisten viihdelaitteiden valmistus <i>Manufacture of entertainment electronics</i>	2,9	2,5	2,0	1,3	1,0	1,0	1,4	1,2	1,5
Mainonta, uutisvälitys, tietopankit <i>Advertising, news agencies, data banks</i>	2,8	3,2	5,1	5,6	6,5	6,3	7,5	8,7	9,9
Radio- ja televisioiminta <i>Radio and television</i>	4,7	5,3	6,9	6,5	6,4	6,5	7,3	7,2	11,2
Äänite- ja videotuotanto; elokuvien tuotanto, jakelu ja esitys <i>Film, video &amp; phonogram</i>	1,5	1,8	1,9	1,6	1,8	2,1	2,4	2,5	2,6
<b>Joukkoviestintä yhteensä</b> <b><i>Mass communication total</i></b>	<b>49,6</b>	<b>53,9</b>	<b>55,3</b>	<b>44,7</b>	<b>44,9</b>	<b>45,4</b>	<b>48,5</b>	<b>49,1</b>	<b>54,8</b>
Koko kansantalous <i>National economy</i>	2 328	2 437	2 504	2 099	2 127	2 169	2 222	2 296	2 335
<b>Joukkoviestinnän osuus</b> <b>kansantaloudesta, %</b> <b><i>Share of mass communication to</i></b> <b><i>national economy, %</i></b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,1</b>	<b>2,3</b>
Posti- ja teletoiminta, 1 000 henkeä <i>Postal services and telecommunications total</i>	41,3	43,3	48,8	43,5	38,3	42,7	43,2	41,5	40,8

Luvut eivät sisällä joukkoviestinnän tuotteiden tukku- ja vähittäiskauppaa paitsi elokuvien osalta.  
*Figures do not include personnel in wholesale and retail trade except personnel employed in distribution and showing of films.*

Lähde: Suomen yritykset. Tilastokeskus, SVT  
 Source: Business register, Statistics Finland.

Muokattu – *Processed*

## 1.7 Joukkoviestinnän eri sektoreiden kotimaisuusasteita Share of domestic production in different sectors of mass communication

Ala Sector	%
Sanomalehdet – Newspapers	99,8
Aikakauslehdet – Magazines & periodicals	98
Kirjallisuus – Literature	81
Televisio – Television	56
Äänitteet – Phonograms	45
Elokuva – Cinema	15
Video – Video	
• myynti	12
• vuokraus	3

### Laskentaperusteet – Bases for calculations:

- Kotimaisten sanomalehtien osuus tilauksista ja irtonumeromyynnistä.  
*Subscriptions and single copy sales of domestic newspapers as proportion of total sales.*
- Kotimaisten aikakauslehtien osuus tilauksista ja irtonumeromyynnistä.  
*Subscriptions and single copy sales of domestic magazines & periodicals as proportion of total sales.*
- Kotimaisen kirjallisuuden osuus julkaistusta nimikkeistä.  
*Finnish literature as proportion of all titles published.*
- Kotimaisten TV-ohjelmien osuus Ylen, MTV:n ja Nelosen ohjelma-ajasta.  
*Domestic TV programming as proportion of programming time.*
- Kotimaisten äänitteiden osuus ÄKT ry:n jäsenten tukkumyynnistä.  
*Domestic phonograms produced as proportion of wholesale sales of Finnish group of IFPI.*
- Kotimaisten elokuvien katsojaosuus.  
*Audience of domestic films as proportion of total cinema-going audience.*
- Kotimaisten videoiden osuus tukkumyynnistä (vuokraus ja myynti). (Arvioita)  
*Domestic videos as proportion in sales at distributor level (rentals and sell-through). (Estimates)*
- Tiedot koskevat vuotta 2000. – Figures for 2000.

### Lähteet – Sources:

- Helsingin yliopiston kirjasto – Helsinki University Library
- Liikenne- ja viestintäministeriö – Ministry of Traffic and Communications
- MTV Oy – MTV3 Finland
- Rautakirja Oy – Rautakirja Oy
- Ruutunelonen Oy – Channel Four Finland
- Suomen Elokuvatuottajien Liitto – The Finnish Film Distributors' Association
- Suomen Filmikamari – The Finnish Chamber of Films
- Suomen Posti Oy – Finland Post Ltd
- Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT – The Finnish Group of IFPI
- Tilastokeskus – Statistics Finland
- Yleisradio Oy – YLE

1.8 Graafisen teollisuuden toimitusten arvo alatoimialoittain 1990–2000  
*Value of deliveries in different branches of the printing industry 1990–2000*

	1990	1991	1992	1993	1994	
	€ milj. – € million					
Kustantaminen ja painaminen <i>Publishing and printing</i>	1 726	1 689	1 564	1 508	1 563	
• lehtien <i>of newspapers and periodicals</i>	1 458	1 391	1 281	1 232	1 276	
• kirjojen – <i>of books</i>	268	298	283	276	287	
Erillinen painaminen <i>Separate printing</i>	1 240	1 120	977	968	1 049	
Painamista palveleva toiminta <i>Printing related services</i>	96	86	78	69	70	
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>3 062</b>	<b>2 896</b>	<b>2 619</b>	<b>2 545</b>	<b>2 682</b>	
	1995	1996	1997	1998	1999	2000
	€ milj. – € million					
Kirjojen kustantaminen <i>Book publishing</i>	318	332	340	356	340	375
Sanomalehtien kustantaminen <i>Newspapers publishing</i>	944	985	1 008	1 070	1 122	1 203
Aikakauslehtien kustantaminen <i>Magazines publishing</i>	501	527	581	656	688	751
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>1 763</b>	<b>1 845</b>	<b>1 929</b>	<b>2 082</b>	<b>2 149</b>	<b>2 329</b>
Painaminen ja sitä palveleva toiminta <i>Separate printing and printing related services</i>	1 541	1 627	1 654	1 693	1 650	1 732
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>3 304</b>	<b>3 472</b>	<b>3 583</b>	<b>3 775</b>	<b>3 799</b>	<b>4 061</b>

Lähde: Teollisuustilasto, Tilastokeskus  
 Source: Industrial statistics, Statistics Finland

1.9 Graafisen tuotannon ja kustannustoiminnan henkilökunta vuosina 1985–2000\*  
*Staff engaged in printing and publishing 1985–2000\**

	Lehtien kustantaminen ja painaminen <i>Publishing and printing of newspapers and periodicals</i>	Kirjojen kustantami- nen ja painaminen <i>Publishing and printing of books</i>	Erillinen painaminen <i>Separate printing</i>	Painamista palveleva toiminta <i>Printing-related services</i>	Yhteensä – <i>Total</i>
1985					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	8 652	1 665	3 617	298	14 232
Työntekijöitä <i>Wage-earners</i>	7 772	767	14 355	1 602	24 496
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>16 424</b>	<b>2 432</b>	<b>17 972</b>	<b>1 900</b>	<b>38 728</b>
1990					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	9 503	1 397	3 427	314	14 641
Työntekijöitä <i>Wage-earners</i>	8 782	172	12 206	1 552	22 712
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>18 285</b>	<b>1 569</b>	<b>15 633</b>	<b>1 866</b>	<b>37 353</b>
1991					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	9 474	1 502	3 094	279	14 349
Työntekijöitä <i>Wage-earners</i>	8 684	160	11 121	1 445	21 410
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>18 158</b>	<b>1 662</b>	<b>14 215</b>	<b>1 724</b>	<b>35 759</b>
1992					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	9 160	1 377	2 596	246	13 379
Työntekijöitä <i>Wage-earners</i>	8 285	163	9 825	1 235	19 508
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>17 445</b>	<b>1 540</b>	<b>12 421</b>	<b>1 481</b>	<b>32 887</b>
1993					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	8 646	1 349	2 378	219	12 592
Työntekijöitä <i>Wage-earners</i>	7 574	180	8 791	1 089	17 634
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>16 220</b>	<b>1 529</b>	<b>11 169</b>	<b>1 308</b>	<b>30 226</b>
1994					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	8 455	1 458	2 311	210	12 434
Työntekijöitä <i>Wage-earners</i>	6 680	293	8 385	991	16 349
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>15 135</b>	<b>1 751</b>	<b>10 696</b>	<b>1 201</b>	<b>28 783</b>

1.9 Jatkuu  
Continued

	Kirjojen kustantami- nen – <i>Publishing of books</i>	Sanomalehtien kustantaminen <i>Publishing of newspapers</i>	Aikakauslehtien kustantaminen <i>Publishing of magazines</i>	Painaminen ja sitä palveleva toiminta <i>Printing-related services</i>	Yhteensä – <i>Total</i>
1995					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	1 359	5 295	2 794	3 515	12 963
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	278	5 008	640	11 024	16 950
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>1 637</b>	<b>10 303</b>	<b>3 434</b>	<b>14 539</b>	<b>29 913</b>
1996					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	1 415	5 148	2 922	3 408	12 893
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	259	3 979	835	10 529	15 602
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>1 674</b>	<b>9 127</b>	<b>3 757</b>	<b>13 937</b>	<b>28 495</b>
1997					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	1 517	5 431	3 175	3 530	13 653
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	301	2 910	711	11 064	14 986
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>1 818</b>	<b>8 341</b>	<b>3 886</b>	<b>14 594</b>	<b>28 639</b>
1998					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	1 566	5 687	3 367	3 491	14 111
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	411	2 864	750	11 001	15 026
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>1 977</b>	<b>8 551</b>	<b>4 117</b>	<b>14 492</b>	<b>29 137</b>
1999					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	1 602	5 941	3 530	3 556	14 629
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	329	2 805	722	10 879	14 735
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>1 931</b>	<b>8 746</b>	<b>4 252</b>	<b>14 435</b>	<b>29 364</b>
2000					
Toimihenkilöitä <i>Salaried employees</i>	1 813	6 212	3 780	3 457	15 262
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	362	2 866	992	10 519	14 739
<b>Yhteensä lkm – Total</b>	<b>2 175</b>	<b>9 078</b>	<b>4 772</b>	<b>13 976</b>	<b>30 001</b>
<b>Muutos 2000/99 %</b>					
<b>Change 2000/99 %</b>	<b>12,6</b>	<b>3,8</b>	<b>12,2</b>	<b>-3,2</b>	<b>2,2</b>

\* Vain yli viisi ihmistä työllistävien yritysten henkilöstö. Niiden osalta mukana myös säännöllistä osapäivätyötä tekevä henkilöstö (esim. lehdenjakajat).  
Staff in companies with more than five employees. Includes regular part-time workers.

Lähde: Teollisuustilasto, Tilastokeskus  
Source: Industrial statistics, Statistics Finland.

1.10 Graafisen teollisuuden vienti ja tuonti 1980–2001  
*Printing industry exports and imports 1980–2001*

	Vienti € milj. Exports € million	Tuonti € milj. Imports € million
1980	61,1	42,6
1985	96,1	77,2
1990	130,3	107,3
1991	129,0	106,5
1992	148,6	112,5
1993	184,3	111,6
1994	218,9	114,3
1995	271,6	91,4
1996	299,3	110,0
1997	328,8	123,9
1998	352,2	146,1
1999	276,7	171,0
2000	337,6	193,9
2001	355,6	169,7
Muutos 2001/2000 % Change 2001/2000%	5,3	-12,5

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto  
 Graafisen Teollisuuden Liitto  
 Sources: Foreign trade statistics  
 Federation of the Printing Industry in Finland.

### 1.11 Graafisen teollisuuden vienti tuoteryhmittäin 1990–2001 Exports of printing industry by product groups 1990–2001

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%											
Kaupallinen aineisto <i>Printed matter for advertising purposes</i>	37,0	38,0	40,1	41,4	38,1	31,1	30,1	34,9	34,1	37,7	36,8	32,5
Sanomalehdet, aikakauslehdet <i>Newspapers &amp; periodicals</i>	25,0	28,0	30,0	29,1	33,3	41,1	44,6	41,4	42,1	34,3	34,0	36,5
Kirjat, esittelylehtiset <i>Books &amp; leaflets</i>	22,0	21,0	16,6	16,9	16,9	16,5	14,9	14,9	15,5	20,5	22,0	26,1
Lomakkeet, etiketit – <i>Forms &amp; labels</i>	9,0	8,0	8,2	7,6	7,4	7,6	6,6	6,1	5,6	4,6	3,7	3,2
Muut – <i>Other</i>	7,0	5,0	5,1	4,9	4,2	3,8	3,7	2,8	2,7	2,9	3,4	1,7
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Yhteensä € milj. – Total € million</b>	<b>130</b>	<b>129</b>	<b>149</b>	<b>184</b>	<b>219</b>	<b>272</b>	<b>299</b>	<b>329</b>	<b>352</b>	<b>277</b>	<b>338</b>	<b>356</b>

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto  
Graafisen Teollisuuden Liitto  
Sources: Foreign trade statistics  
Federation of the Printing Industry in Finland.

### 1.12 Graafisen teollisuuden vienti maittain 1990–2001 Breakdown of printing industry exports by country 1990–2001

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%											
Venäjä – <i>Russia</i>	20,0	15,0	5,1	6,2	7,8	33,1	40,6	47,0	45,7	25,2	28,0	30,3
Ruotsi – <i>Sweden</i>	43,0	45,0	47,2	39,1	34,5	28,7	26,1	20,5	19,6	27,3	26,3	20,8
Tanska – <i>Denmark</i>	9,0	9,0	11,4	14,5	11,4	9,0	7,5	5,7	6,1	10,5	9,9	11,4
Norja – <i>Norway</i>	9,0	10,0	10,4	11,8	10,6	9,2	8,6	8,6	7,9	10,4	9,1	8,6
Saksa – <i>Germany</i>	3,0	4,0	2,6	3,7	3,3	3,2	2,7	2,6	1,6	4,6	5,6	7,2
Britannia – <i>United Kingdom</i>	8,0	8,0	7,6	7,7	7,1	5,3	4,9	5,3	6,0	7,2	7,1	5,2
Unkari – <i>Hungary</i>											2,0	3,5
Viro – <i>Estonia</i>	..	..	..	1,1	1,8	2,5	2,6	3,5	5,0	5,2	4,7	3,4
Ukraina – <i>Ukraine</i>											1,1	1,1
Latvia – <i>Latvia</i>	..	..	..	..	..	..	..	0,9	1,0	2,2	1,2	0,9
Alankomaat – <i>Netherlands</i>	..	..	2,5	2,4	2,0	0,7	0,6	0,5	0,7	0,7	..	..
USA – <i>USA</i>	..	..	..	..	..	..	..	..	..	0,7	..	..
Puola – <i>Poland</i>	..	..	..	5,2	4,6	3,0	0,8	0,4	0,2	..	..	..
Ranska – <i>France</i>	..	..	..	..	..	0,3	0,5	0,0	..	..	..	..
Muut maat – <i>Other countries</i>	8,0	9,0	13,2	8,3	6,9	5,0	5,0	5,0	6,1	6,0	4,9	7,6
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Yhteensä € milj. – Total € million</b>	<b>130,3</b>	<b>129,0</b>	<b>148,6</b>	<b>184,3</b>	<b>218,9</b>	<b>271,6</b>	<b>299,3</b>	<b>328,8</b>	<b>352,2</b>	<b>276,7</b>	<b>337,6</b>	<b>355,6</b>

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto  
Graafisen Teollisuuden Liitto  
Sources: Foreign trade statistics  
Federation of the Printing Industry in Finland



1.13 Graafisen teollisuuden tuonti tuoteryhmittäin 1990–2001  
Imports of printing industry by product groups 1990–2001

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%											
Kaupallinen aineisto <i>Printed matter for advertising purposes</i>	37,0	37,0	36,6	39,2	41,7	30,4	26,4	31,3	27,6	26,3	27,7	21,5
Sanomalehdet, aikakauslehdet <i>Newspapers &amp; periodicals</i>	14,0	16,0	16,0	16,1	14,4	16,7	21,2	19,4	23,5	24,7	21,6	20,5
Kirjat, esittelylehtiset <i>Books &amp; leaflets</i>	33,0	34,0	35,4	32,7	30,7	36,3	34,1	32,4	32,0	31,5	31,7	39,7
Lomakkeet, etiketit – <i>Forms &amp; labels</i>	3,0	3,0	8,4	3,8	4,0	5,9	7,4	6,5	5,0	4,8	5,4	5,7
Muut – <i>Other</i>	13,0	10,0	3,6	8,3	9,3	10,7	11,0	10,4	11,8	12,8	13,6	12,5
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Yhteensä € milj. – Total € million</b>	<b>107</b>	<b>106</b>	<b>113</b>	<b>112</b>	<b>114</b>	<b>91</b>	<b>110</b>	<b>124</b>	<b>146</b>	<b>171</b>	<b>194</b>	<b>170</b>

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto  
Graafisen Teollisuuden Liitto  
Sources: Foreign trade statistics  
Federation of the Printing Industry in Finland

1.14 Graafisen teollisuuden tuonti maittain 1990–2001  
Breakdown of printing industry imports by country 1990–2001

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%											
Britannia – <i>United Kingdom</i>	16,0	16,0	14,9	15,6	15,7	18,2	18,2	20,2	19,8	17,7	19,3	18,1
Saksa – <i>Germany</i>	14,0	15,0	14,8	15,4	13,7	15,4	14,2	13,8	13,7	13,5	13,9	16,9
Ruotsi – <i>Sweden</i>	22,0	22,0	22,9	20,4	21,0	19,2	21,1	20,8	18,3	16,8	14,9	16,9
USA – <i>USA</i>	10,0	9,0	9,6	11,7	13,7	12,5	9,5	8,2	7,3	6,9	8,4	8,4
Japani – <i>Japan</i>	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5,0	7,4	5,6
Tanska – <i>Denmark</i>	10,0	10,0	10,5	8,6	7,2	4,9	9,1	6,9	6,6	5,8	8,8	5,0
Ranska – <i>France</i>	..	..	3,3	3,4	3,3	3,6	3,1	2,6	3,8	6,2	4,3	4,4
Viro – <i>Estonia</i>	..	..	..	..	..	1,0	1,4	1,3	1,4	..	..	3,6
Norja – <i>Norway</i>	..	..	..	..	..	1,6	1,4	1,3	6,4	10,9	4,1	3,4
Italia – <i>Italy</i>	..	5,0	4,8	4,9	5,6	5,8	5,3	5,1	4,3	3,7	3,4	2,8
Alankomaat – <i>Netherlands</i>	4,0	..	4,0	4,0	4,4	3,3	3,8	4,9	4,3	3,4	2,9	..
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	..	..	..	..	..	2,3	2,5	2,1	1,5	..	..	..
Muut maat – <i>Other countries</i>	24,0	23,0	15,1	16,0	15,4	12,2	10,5	12,9	12,7	10,2	12,7	14,9
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Yhteensä € milj. – Total € million</b>	<b>107</b>	<b>106</b>	<b>113</b>	<b>112</b>	<b>114</b>	<b>91</b>	<b>110</b>	<b>124</b>	<b>146</b>	<b>171</b>	<b>194</b>	<b>170</b>

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto  
Graafisen Teollisuuden Liitto  
Sources: Foreign trade statistics  
Federation of the Printing Industry in Finland

## 1.15 Elektronisten viihdelaitteiden ja muiden tietoliikennevälineiden valmistuksessa ollut henkilökunta 1995–2000

*Staff engaged in the manufacture of entertainment electronics and other means of communication 1995–2000*

	Tietoliikennevälineiden valmistus* <i>Manufacture of communication technology*</i>	Elektronisten viihdelaitteiden valmistus** <i>Manufacture of entertainment electronics and recordings**</i>
1995		
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	10 208	511
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	6 347	888
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>16 555</b>	<b>1 399</b>
1996		
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	11 795	550
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	6 891	788
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>18 687</b>	<b>1 338</b>
1997		
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	14 558	470
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	7 696	883
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>22 254</b>	<b>1 353</b>
1998		
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	16 534	444
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	8 794	800
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>25 328</b>	<b>1 243</b>
1999		
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	19 672	464
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	9 162	728
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>28 834</b>	<b>1 193</b>
2000		
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	22 049	479
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	9 764	561
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>31 813</b>	<b>1 040</b>

\* Luokkaan kuuluu radio- ja TV-lähetyslaitteiden, tutkalaitteiden, mikrofonien, kaiuttimien ja puhelinlaitteiden valmistus.  
*Includes the manufacture of radio and television transmitters, radar equipment, microphones, loudspeakers and telephones.*

\*\* Luokkaan kuuluu radioiden, televisioiden, videolaitteiden ja nauhurien valmistus.  
*Includes the manufacture of radios, televisions, VCRs and cassette recorders.*

Lähde: Teollisuustilasto, Tilastokeskus  
Source: Industrial statistics, Statistics Finland

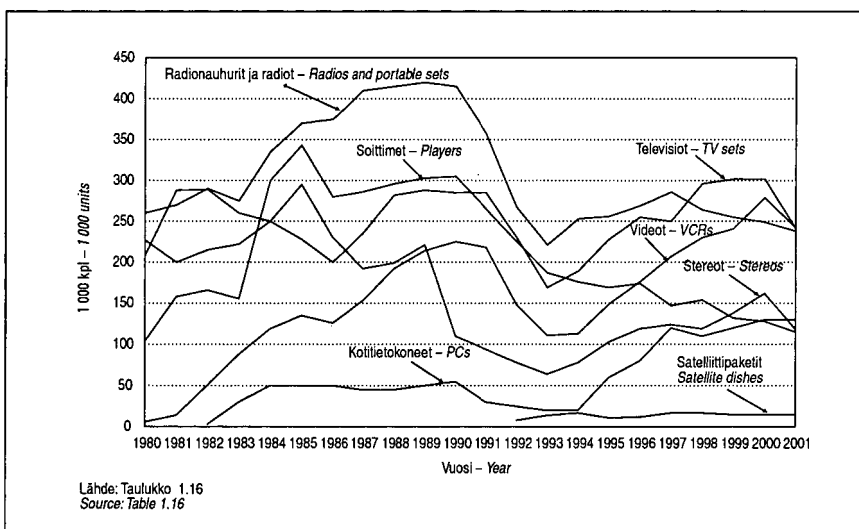
1.16 Viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyynti 1980–2001  
 Retail sales of entertainment electronics 1980–2001

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos Change
	1 000 kpl – 1 000 units														
Televisiot – TV sets	227	228	285	285	230	169	189	228	255	250	296	302	302	241	-20,2
Videonauhurit ja -kamerat, DVD-soittimet VCRs, camcorders, DVD-players	6	135	225	218	148	111	113	149	176	207	230	241	279	242	-13,3
Satelliittipaketit – Satellite dishes					8	14	17	11	12	17	17	15	15	15	0,0
Stereolaitteet – Stereo equipment	208	295	110	94	78	64	78	103	119	124	119	138	162	118	-27,2
Kaiuttimet, kuulokkeet ym. Loudspeakers, headphones etc.							25	149	201	206	192	481	354	357	0,8
Soittimet – Players	104	343	305	265	225	187	176	169	174	147	154	132	128	115	-10,2
Radionauhurit ja radiot Radios and portable sets	260	370	415	357	267	221	253	256	269	286	264	255	249	238	-4,4
Autosoitimet – Car stereos & players	130	170	200	136	105	86	94	125	160	172	195	193	171	150	-12,3
Kotitietokoneet – PCs	–	50	55	30	25	20	20	60	80	120	110	120	130	130	0,0
TV-pelikonsolit – Tv game consoles					45	45	25	20	31	84	120	160	178	195	9,6

Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppaliastoja. – Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry  
 Source: Domestic Appliances Association

Kuvio 1.4 Eräiden viihdelaitteiden myynti 1980–2001  
 Figure 1.4 Sales of selected entertainment electronics 1980–2001



1.17 Viihde-elektroniikan laitteiden myynnin arvo 1980–2001  
*Entertainment electronics: sales volume 1980–2001*

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos/ Change 2001/2000 %
	€ milj. – € million														
Televisiot – TV sets	87	96	132	130	104	92	103	119	124	130	159	166	150	143	-4,4
Videonauhurit ja -kamerat, DVD-soittimet VCRs, camcorders, DVD-players	5	90	107	91	56	53	53	64	68	69	73	65	88	66	-25,0
Satelliittipaketit – Satellite dishes					7	9	8	4	4	7	9	5	5	5	-6,3
Stereolaitteet – Stereo equipment	38	42	38	33	31	29	34	39	45	41	34	39	50	30	-39,4
Kaiuttimet, kuulokkeet ym. Loudspeakers, headphones etc.			7	6	3	2	2	3	9	11	13	16	17	17	0,0
Soittimet – Players	16	31	29	27	23	16	14	14	12	9	13	15	10	13	31,0
Radionauhurit ja radiot Radios and portable sets	23	38	28	23	16	15	19	21	21	20	18	20	18	17	-7,4
Autosoitimet – Car stereos & players	20	36	47	32	27	22	25	31	37	39	41	41	34	32	-7,3
Kotitietokoneet – PCs	–	21	46	25	19	16	20	101	161	221	207	190	190	190	0,0
TV-pelikonsolit – TV game consoles	–	–	–	–	8	8	4	5	6	14	17	18	22	26	17,3
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>188</b>	<b>355</b>	<b>434</b>	<b>364</b>	<b>293</b>	<b>266</b>	<b>289</b>	<b>407</b>	<b>498</b>	<b>570</b>	<b>598</b>	<b>580</b>	<b>584</b>	<b>539</b>	<b>-7,7</b>
<b>Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices</b>	<b>445</b>	<b>557</b>	<b>536</b>	<b>431</b>	<b>339</b>	<b>301</b>	<b>323</b>	<b>451</b>	<b>548</b>	<b>620</b>	<b>641</b>	<b>615</b>	<b>599</b>	<b>539</b>	<b>-10,0</b>

Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja. – Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry  
 Source: Domestic Appliances Association

1.18 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään sekä viestintämenojen osuus kulutusmenoista  
1990–1998  
*Household consumption expenditure in mass media and share of total consumption expenditure  
1990–1998*

Kaikki kotitaloudet – All households										
	1990		1994		1995		1996		1998	
	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%
Radiot ja yhdistelmälaitteet <i>Radio equipment</i>	41	5,2	26	3,3	32	3,8	32	3,6	43	4,5
TV-vastaanottimet ja oheislaitteet <i>TV equipment</i>	71	8,9	54	6,7	60	7,2	71	8,0	85	9,0
TV-luvat, kaapeli-TV ym. maksut <i>TV licence fees, cable TV payments</i>	125	15,6	138	17,3	147	17,8	147	16,7	148	15,5
CD-soittimet, kasettisoittimet ym. <i>CD-players, cassette decks etc.</i>	11	1,3	14	1,7	14	1,7	15	1,7	13	1,4
Äänitteet ja kasetit <i>Records, audio cassettes</i>	30	3,8	33	4,1	36	4,4	35	4,0	45	4,7
Videonauhurit ja -kamerat <i>VCRs, camcorders</i>	47	5,8	22	2,8	22	2,7	29	3,3	31	3,3
Videokasetit – Video cassettes	27	3,4	20	2,4	21	2,6	25	2,8	27	2,8
Elokuvat – Cinema	12	1,5	14	1,8	13	1,6	13	1,5	14	1,5
Kirjat – Books	97	12,1	109	13,7	92	11,2	82	9,3	103	10,9
Sanomalehdet – Newspapers	161	20,1	171	21,3	169	20,5	177	20,0	177	18,6
Aikakauslehdet <i>Magazines &amp; periodicals</i>	127	15,9	126	15,8	130	15,7	137	15,5	131	13,8
PC-laitteet, pelitietokoneet, ohjelmat – PC equipment, <i>game consoles, programs</i>	52	6,4	74	9,3	90	10,9	121	13,7	132	14,0
<b>Kulutusmenot joukkoviestintään yhteensä <i>Consumption expenditure in mass media total</i></b>	<b>802</b>	<b>100,0</b>	<b>801</b>	<b>100,0</b>	<b>826</b>	<b>100,0</b>	<b>883</b>	<b>100,0</b>	<b>949</b>	<b>100,0</b>
Kokonaiskulutusmenot <i>Total consumption expenditure</i>	19 361		19 425		19 853		20 306		22 135	
<b>Menot joukkoviestintään % kulutuksesta – <i>Mass media expenditure as % of total consumption</i></b>	<b>4,1</b>		<b>4,1</b>		<b>4,2</b>		<b>4,4</b>		<b>4,3</b>	
Kotitalouksien määrä <i>No of households</i>	2 154 281		2 261 684		2 291 300		2 310 000		2 355 000	
Kotitalouden keskikoko <i>Mean number of household members</i>	2,3		2,2		2,2		2,2		2,2	

Lähde: Tilastokeskus, Kulutustutkimukset  
Source: Statistics Finland, Household Surveys

### 1.19 Joukkoviestinten tavoitavuus 2000

#### Daily reach of mass media 2000

	Kaikki – All Ikä 12+ Age 12+ %	Sukupuoli – Sex		Ikä – Age			
		Nainen Female	Mies Male	15–24	25–44	45–59	60–
Aikakauslehdet – Magazines	55	58	52	55	53	57	58
Sanomalehdet – Newspapers	87	87	86	76	85	94	94
Ilmais- ja noutolehdet – Free papers	35	37	34	30	38	35	38
Suoramainonta – Direct advertising	16	16	16	14	20	15	12
Kirjat – Books	32	35	28	47	28	26	28
TV	96	95	96	95	94	97	98
Radio	83	83	84	82	84	85	79
Video	16	16	17	25	18	12	8
Äänitteet – Phonograms	22	21	23	44	21	11	9
Internet – Internet	33	32	34	47	38	27	10

Tiedot on kerätty informoituna kirjekselynä, jonka otos on noin 1700 12–69-vuotiaasta henkilöä ja palautusprosentti 60 %.  
The data come from a survey involving some 1700 persons aged 12–69 years, with a response rate of 60 per cent.

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy, Intermedia 2000  
Source: Suomen Gallup Group, Intermedia 2000

### 1.20 Joukkoviestimiin käytetty aika 2002

#### Time spent with mass media 2002

	Kaikki – All Ikä 12+ Age 12+ min/vrk – min/day	Sukupuoli – Sex		Ikä – Age			
		Nainen Female	Mies Male	12–24	25–44	45–59	60–
Aikakauslehdet – Magazines	25	27	23	21	22	25	39
Sanomalehdet – Newspapers	48	46	51	26	42	60	76
Ilmais- ja noutolehdet – Free sheets	8	8	9	6	7	10	13
Suoramainonta – Direct advertising	2	2	2	2	2	2	2
Kirjat – Books	30	35	25	65	21	20	21
<b>Lukeminen yhteensä – Reading total</b>	<b>215</b>	<b>209</b>	<b>220</b>	<b>195</b>	<b>196</b>	<b>225</b>	<b>273</b>
Radio	185	174	195	150	185	211	182
TV	10	9	11	15	10	9	6
Video	18	18	18	40	18	7	5
Äänitteet – Phonograms	21	16	27	39	24	13	5
<b>Sähköiset ja tallenneviestimet yhteensä</b> <b>Electronic and recorded media total</b>	<b>449</b>	<b>426</b>	<b>471</b>	<b>440</b>	<b>433</b>	<b>465</b>	<b>471</b>
<b>Kuuntelu ja katselu yhteensä</b> <b>Listening and viewing total</b>	<b>332</b>	<b>316</b>	<b>346</b>	<b>343</b>	<b>314</b>	<b>337</b>	<b>415</b>
Internet	21,4	15,6	27,2	39,1	23,6	13,1	4,7
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>562,1</b>	<b>543,1</b>	<b>580,8</b>	<b>560,1</b>	<b>527,0</b>	<b>580,1</b>	<b>621,0</b>

Tiedot on kerätty informoituna kirjekselynä, jonka otos on noin 1700 12–69-vuotiaasta henkilöä ja palautusprosentti 60 %.  
The data come from a survey involving some 1700 persons aged 12–69 years, with a response rate of 60 per cent.

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy, Intermedia 2000  
Source: Suomen Gallup Group, Intermedia 2000



## 2 Televisio

Televisiotoimialan rakenteessa tapahtui 1990-luvulla ja 2000-luvun alussa merkittäviä muutoksia. Perinteinen suomalainen julkisen palvelun ja kaupallisen television symbioottinen malli murtui lopullisesti vuonna 1993, kun Yleisradion julkisen palvelun ja MTV:n kaupallinen televisiotoiminta eriytyivät omille kanavilleen ja myös MTV sai oman toimiluvan.

Perinteisessä mallissa julkisen palvelun televisiotoimintaa kahdella kanavalla harjoittavaa Yleisradiota ja sekä näiltä kanavilta lähetysaikaa vuokrannutta ainoaa mainosrahoitteista valtakunnallista televisiotoimintaa harjoittanutta MTV:tä yhdistivät monet siteet. MTV:llä ei ollut omaa toimilupaa vaan se toimi Ylen toimiluvan alaisuudessa. MTV vuokrasi ohjelma-aikaa (noin 20 viikkotuntia) Ylen kahdelta televisiokanavalta. Lähetysaikakorvaus ylitti selvästi Ylen omistaman lähetysverkon tekniset käyttökustannukset ja on ollut lupamaksutuottojen ohella julkisen palvelun televisiotoiminnan toinen merkittävä, joskin tasoltaan selvästi pienempi rahoituslähde. Puuttuvia mainostuloja korvaamaan tarkoitettu ”julkisen palvelun maksu” on ollut suomalaisen julkisen palvelun televisiotoiminnan rahoituksen erikoispiirre. Se on säilynyt hieman eri muodossa ja tasoltaan merkittävästi matalampana myös viime vuosina tapahtuneista rakenneuudistuksissa.

Vuoden 1993 kanavaudistuksessa MTV eriytyi lopullisesti omalle kanavalleen, ja yhtiö sai myös oman toimiluvan. Myöhemmin Yleisradio myös luopui MTV:n ja Kolmostelevisiion vähemmistöomistuksistaan. Mutta MTV suoritti myös vuoden 1993 jälkeen Yleisradiolle yhtiöiden keskinäisiin vuosisopimuksiin perustunutta nk. julkisen palvelun maksua. Uudessa vuoden 1998 laissa radio- ja televisiotoiminnasta tämä toimilupamaksuksi uudelleen nimetty ja nyt Valtion televisio- ja radiorahastolle tilittävä rahoituserä muuttui lakisääteiseksi. Samalla se ulotettiin koskemaan kaikkea vapaasti etenevien radioaaltojen välityksellä harjoitettavaa televisiotoimintaa (vuodesta 1999 lähtien). Maksu koskee yhtiöitä, joiden liikevaihto ylittää 3,4 miljoonaa euroa. MTV sai näin rinnalleen muita maksajia. (Laki ei kuitenkaan koske kaapelitelevisiotoimintaa eikä digitaalisia televisiokanavia.) Kesällä 2002 toimilupamaksun taso puolitettiin viestintämarkkinalainsäädännön uudistamisen yhteydessä.

Pari vuotta 1993 kanavaudistuksen jälkeen käynnistyi kilpailu neljänestä, mainosrahoista MTV:n kanssa kilpailevasta kaupallisesta kanavasta, sillä jakeluteknisiä esteitä vielä yhden analogisen valtakunnallisen kanavan perustamiselle ei ollut. Neljännen valtakunnallisen tv-kanavan toimilupa myönnettiin syksyllä 1996 ja Nelonen aloitti lähetykset kesällä 1997.

Uudessa tilanteessa kilpailu ohjelmatarjonnalla ja katsojaosuuksien merkitys ovat korostuneet. Julkisen palvelun Yleisradion kannalta tilanne muodostui taval-



laan ristipaineiseksi. Julkisen palvelun televisioyhtiön toiminnan legitimiteetin ajatellaan usein edellyttävän laadukkaan tarjonnan lisäksi myös isoja katsojaosuuksia; Yleisradion talouden rakenne puolestaan edellyttää myös suuria katsojaosuuksia yhtiön käyttöön ohjattavaa toimilupamaksua maksaville kaupallisille kanavalle.

MTV nousi kanavaudistuksen jälkeen katsojaosuudeltaan suurimmaksi kanavaksi. Mutta kanavan osuus on sen jälkeen hiljalleen laskenut. Vuonna 2001 MTV:n katsojaosuus oli 39 prosenttia ja Yleisradion kahden kanavan yhteen laskettu osuus oli 43 prosenttia. Nelonen katsojaosuus oli 12 prosenttia. (Taulukko 2.23.)

Digitaaliset televisiolähetykset käynnistyivät elokuussa 2001. Analogisten tv-kanavien digitaalisten rinnakkaisversioiden lisäksi Yleisradio perusti kolme uutta kanavaa ja kaupallisille toimijoille myönnettiin toimiluvat 6 uudelle kanavalle. Alku on ollut hankalaa. Uusista kaupallisista kanavista puolet luopui toimiluvistaan ensimmäisen vuoden aikana. Loppukesällä 2002 arvioiden mukaan vain noin 30–40 000 talouteen oli hankittu digisovitin, jolla voi vastaanottaa digitaali lähetyksiä joko tavallisella antennilla tai kaapeliteitse. Satelliittidigisovittimia oli kaksinkertainen määrä eli yhteensä noin 60 000 taloudessa.

Televiisitoiminnan rakennemuutosten lisäksi myös kanavien ohjelmatuotannon rakenteissa on viime vuosien aikana tapahtunut selvä muutos. Muutoksen pani alulle Nelonen, jonka toiminnan periaatteisiin kuului alusta lähtien muun kuin uutisohjelmiston hankinta yhtiön ulkopuolisilta nk. riippumattomilta tv-tuotantoyhtiöiltä. Kiristyneessä kilpailutilanteessa myös MTV on ulkoistanut ohjelmatuotantonsa uutis- ja ajankohtaisohjelmia lukuun ottamatta.

Myös Yleisradio on lisännyt itsenäisen ohjelmatuotannon osuutta. Osittain takana on mm. pyrkimys ohjelmiston tuoreuttamiseen ja uusien ideoiden etsintä. Mutta tähän suuntaan yhtiötä on myös ohjannut EU:n televisiodirektiiviin sisältyvä normi, joka velvoittaa kanavayhtiöitä varaamaan määräosan ohjelmistostaan riippumattomien eurooppalaisten tuottajien tuotannolle.

Suunta on Suomessa vienyt kohti virtaviivaistettuja broadcasting-yhtiöitä, jotka nojautuvat kotimaisessa ohjelmahankinnassaan valtaosin riippumattomilta tuotantoyhtiöiltä ostettuun materiaaliin. Saman sukuisesta kehityksestä on kyse myös Yleisradion uudessa mallissa, jossa ohjelmatuotanto järjestetään yhtiön sisällä kanavista riippumattomiin ”osaamiskeskuksiin”.

Muutosten tuloksena televisiokanavien ulkopuolisten ohjelmatuotantoyhtiöiden rooli ja merkitys on oleellisesti kasvanut. Vuonna 2000 niiden yhteen laskettu liikevaihto oli noin 67 miljoonaa euroa. (Riippumattomiksi tuottajiksi lasketaan tässä tuotantoyhtiöt, joiden enemmistöosuus ei ole tv-kanavayhtiöiden omistuksessa.) (Taulukko 2.6.)

Nykyisin Yleisradio on liikevaihdoltaan maamme kolmanneksi suurin joukkoviestintäyhtiö. Yleisradio Oy:n liikevaihto oli noin 350 miljoonaa euroa vuonna 2001. Tv-toiminnan osuus koko Yleisradio-konsernin, joka julkisen palvelun televiisitoiminnan lisäksi harjoittaa myös radiotoimintaa sekä ylläpitää tytäryhtiönsä

Digitan kautta jakeluverkkoja, kokonaiskustannuksista vuonna 2001 oli noin 50 prosenttia. (Taulukot 2.2 & 2.3.)

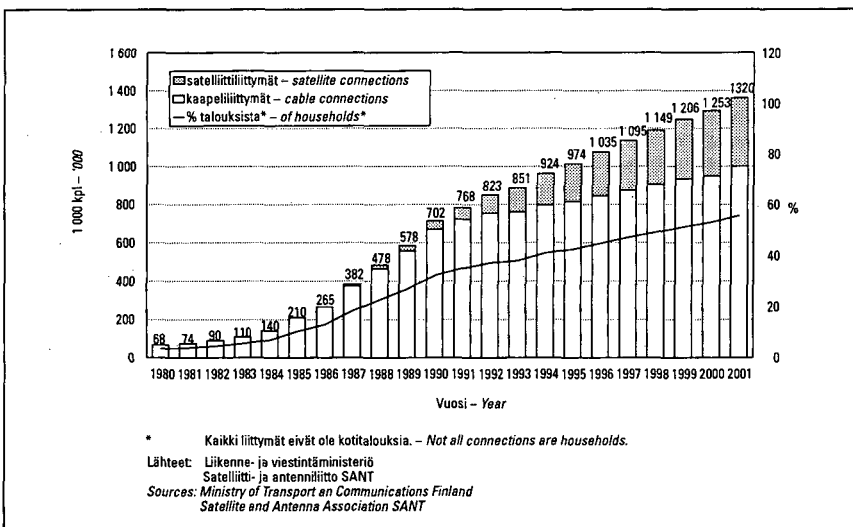
MTV on osa viestinnän monialayhtiö Alma Mediaa, joka on Suomen toiseksi suurin joukkoviestintäyhtiös. Sen suurin yksittäinen omistaja on ruotsalainen Bonnier (33 %). Alma Media on myös Ruotsin johtavan kaupallisen televisiokanavan TV4:n suurin omistaja 23 prosentin osuudella. Nelosen enemmistöomistaja (90 %) on SanomaWSOY, joka on liikevaihdoltaan Pohjoismaiden suurin joukkoviestintäyhtiös. Kanavan vähemmistöomistajana on mm. Turun Sanomia julkaiseva TS-Yhtymä.

Kanavaudistuksen jälkeisinä vuosina MTV:n liikevaihto kasvoi nopeasti. Uudessa kilpailutilanteessa Nelosen kanssa liikevaihto kuitenkin kääntyi laskuun. Vuonna 2001 MTV:n liikevaihto oli 163 miljoonaa euroa ja Nelosen liikevaihto oli 51 miljoonaa euroa (taulukko 2.5). Tv-mainonnan osuus mediamainonnasta kasvoi selvästi 1990-luvun alkupuolella ja oli korkeimmillaan noin 22 prosenttia (v. 1997). Viime vuosina osuus on ollut laskussa. Se oli 18 prosenttia vuonna 2001. Osuus on kaukana EU-maiden keskiarvosta, joka vuonna 2000 oli 32 prosenttia.

Yleisradion palveluksessa oli 3770 kokopäiväistä henkilöä, joista suoranaisesti televisiotoimialan (FST mukaan lukien) tehtävissä oli noin puolet vuonna 2001. MTV3:n ja Nelosen palveluksessa oli samana vuonna kaikkiaan alle 600 henkeä. Kaapelitelevisioyhtiöt työllistivät noin 350 henkeä vuonna 1998. (Tuoreempia tietoja kaapelitelevisiotoiminnan henkilöstöstä ei ole saatavissa.) (Taulukot 2.8–2.10.)

Vuonna 2001 lunastettiin noin 2 miljoonaa televisiilupaa (taulukko 2.11). 1990-luvun alun lamavuosien pienen notkahduksen jälkeen tv-lupien määrä on jälleen tasaisesti kasvanut. Silti television luvatta katsominen on edelleen yleistä. Esi-

Kuvio 2.1 Kaapeli- ja satelliittitelevisioliittymät 1980–2001  
Figure 2.1 Cable and satellite subscribers 1980–2001



merkiksi 1990-luvun puolivälissä arvioitiin, että luvatta televisiota katsovia kotitalouksia oli alun toistakymmentä prosenttia.

Kaapeli-tv-verkot levisivät Suomessa nopeasti koko 1980-luvun ajan. Vuonna 1980 kaapelitalouksia oli alle 70 000, vuosikymmenen puolivälissä runsaat 200 000 ja vuonna 1990 jo noin 670 000. 1990-luvulla kaapeliverkkojen kasvu hidastui selvästi. Vuoden 2001 lopussa liittymiä oli noin miljoona eli 42 prosentissa talouksista. (Kuvio 2.1 & taulukko 2.12.)

Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto oli 72 miljoonaa euroa vuonna 2001. Vuosimaksut ja maksu-tv-palvelut ovat toiminnan suurimmat tuloerät, mutta myös laajakaistaisten Internet-liittymien myynnistä on muodostunut kaapelitelevisioyhtiöille uusi merkittävä tuloerä. (Taulukko 2.7.)

Kaapeliverkkojen tarjonta koostuu kahden kotimaisen laajalevikkisen kaapelikanavan Subtv:n (894 000 liittymää vuonna 2000) ja MoonTV:n (486 000 liittymää) lisäksi lähinnä yleiseurooppalaisten satelliittikanavien tarjonnasta. Vuonna 2000 kaapeliverkot välittivät yleisimmin MTV Nordicin (898 000 liittymää), TV5 Europen (874 000 liittymää) ja Deutsche Wellen (668 000 liittymää) ohjelmistoa. (Taulukko 2.13.)

Satelliittivastaanotto on yleistynyt suhteellisen nopeasti 1990-luvulla. Satelliittiliittymiä oli kaikkiaan noin 360 000 eli 15 prosentissa talouksista vuonna 2001. Kaikkiaan kaapeli- ja satelliittijärjestelmien piirissä oli – tilastointiin sisältyvät päällekkäisyydet poistaen – noin 1,3 miljoonaa taloutta eli 56 prosenttia kaikista talouksista. (Kuvio 2.1 & taulukko 2.12.)

Paikallinen televisiotoiminta on Suomessa ollut vähäistä. Toimintaa on harjoittanut vain kolme verkkoa, joista kahden toiminta on lähinnä harrastuspohjaista.

Osittain uuden kilpailutilanteen ja kiristyneen katsojaosuuskamppailun seurauksena kanavien ohjelma-ajat ovat huomattavasti kasvaneet. Yleisradio lähetti kahdella valtakunnallisella tv-kanavallaan yhteensä 184 viikkotuntia ohjelmaa vuonna 2001. Vaikka ohjelma-aika laski jonkin verran vuonna 2001, on se silti noin 80 tuntia enemmän kuin ennen vuoden 1993 kanavajakoa. MTV3:n viikoittainen ohjelma-aika oli 97 tuntia vuonna 2001. Se on 16 tuntia enemmän kuin MTV/Kolmostelevisiion lähetystunnit ennen kanavajakoa kolmella kanavalla yhteensä. Myös MTV3:n viikoittaisten ohjelmatuntien määrä on parin viime vuoden aikana hieman laskenut. Vuonna 1997 aloittaneen Nelosen ohjelmatuntien määrä, 86 tuntia viikossa, oli jo lähellä MTV3:n tasoa. (Taulukko 2.14.)

Vuoden 1993 kanavaudistuksen yhteydessä sekä Yleisradio että MTV joutuivat muuttamaan ohjelmistonsa rakennetta, sillä kummankin yhtiön oli rakennettava täyden palvelun ohjelmistot kanavilleen. Nelonen puolestaan joutui aloittamaan ohjelmapalettinsa rakentamisen lähes tyhjästä.

TV1 painottaa ohjelmistossaan ennen kaikkea uutis- ajankohtais- ja asiaohjelmia sekä opetusohjelmia. TV2:n painopisteitä ovat toisaalta ajankohtais- ja asiaohjelmat, toisaalta urheilu ja ulkomainen fiktio. MTV:n ohjelmisto on Yleisradion kanaviin

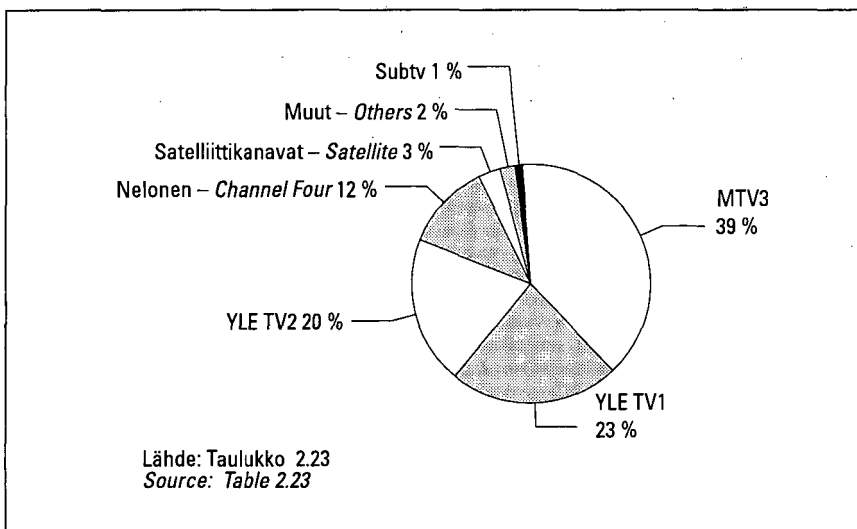
verraton viihteellisempi, mutta tarjonta on monipuolistunut verrattuna kanavajakoa edeltävään aikaan. Nelosen tarjonnan painopiste on viihteellisissä ohjelmakategori-  
oissa. Lastenohjelmat löytävät sijansa kaikilla kanavilla, mutta suurin osuus niillä on  
TV2:n tarjonnassa. Opetusohjelmat keskittyvät TV1:n kanavalle. (Taulukko 2.15.)

Valtakunnallisten kanavien ohjelmistojen kotimaisuusasteet ovat korkeita. Yleisradion ohjelmista vuonna 2001 oli kotimaista tuotantoa lähes 60 prosenttia ja MTV:n ohjelmista 55 prosenttia. Nelosenkin ohjelmistosta 40 prosenttia oli koti-  
maisia ohjelmia. MTV:n ohjelmistosta yli viidennes ja Yleisradion ohjelmistosta yli  
kymmenesosa hankittiin kotimaisilta itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. MTV3 ja Nelo-  
nen hankkivat nykyisin uutis- ja ajankohtaisohjelmiaan lukuun ottamatta kaikki koti-  
maiset ohjelmansa itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. (Taulukot 2.16 & 2.17.) – Nk. it-  
senäisten tai riippumattomien tv-tuotantoyhtiöiden liikevaihto vuonna 2000 oli noin  
67 miljoonaa euroa. Kymmenen suurimman yhtiön osuus tästä oli arviolta noin 65  
prosenttia. (Taulukko 2.6.)

Yleisradion ja kaupallisten kanavien ulkomaiset ohjelmistot poikkeavat toisis-  
taan selvästi. Yleisradion ulkomaisesta ohjelmistosta valtaosa on alkuperältään eu-  
rooppalaista. Kaupallisten kanavien ulkomaisesta ohjelmatarjonnasta sen sijaan  
enemmistö on lähtöisin Pohjois-Amerikasta. Muiden maanosien ohjelmiston osuus  
on kaikkien kanavien tarjonnassa vähäinen. (Taulukko 2.17.)

Vuonna 2001 Yleisradion TV1 ja TV2 tavoittivat keskimääräisenä päivänä yhe-  
teensä noin kaksi kolmesta (69 %) kymmenen vuotta täyttäneestä suomalaisesta  
(TV1 61 %, TV2 55 %). MTV3:n tavoitavuus (68 %) oli samaa tasoa kuin Ylen  
kahdella kanavalla yhteensä. Nelonen tavoitti 42 prosenttia suomalaisista keskimää-

Kuvio 2.2 Televisiokanavien katseluosuudet 2001  
Figure 2.2 Television: channel shares 2001



räisenä päivänä. Subtv tavoitavuus oli 7 prosenttia ja satelliittikanavien 13 prosenttia. (Taulukot 2.18–2.20.)

Televisiota katsottiin keskimäärin 2 tuntia 47 minuuttia päivässä (ei sisällä videon katselua). Keskimääräiset katseluajat ovat kasvaneet 1990-luvun alusta lähtien lähes vuosittain. Television katselusta Yleisradion kaksi kanavaa lohkaisevat 43 prosenttia ja MTV 39 prosenttia. Nelosen katseluosuus vuonna 2001 oli 12 prosenttia. (Kuvio 2.2; taulukot 2.21–2.24.)

Lapset ja nuoret (ikäryhmät 3–24 vuotta) katselevat televisiota selvästi keskimääräistä vähemmän. Lapsuus- ja nuoruusvuosien jälkeen katselu lisääntyy systemaattisesti iän myötä. (Taulukko 2.22.)

Kotitalouksista noin 45 prosentilla oli käytössään vähintään kaksi televisiota vuonna 2001. Kaikkiaan kodeissa oli arviolta noin 3,5 miljoonaa vastaanotinta eli noin 1,5 vastaanotinta taloutta kohden. Aamutelevision suosion kasvusta huolimatta vain neljällä prosentilla kotitalouksista oli keittiössään tv-vastaanotin. (Taulukot 2.30 & 2.31.)

## Tilastointi

Tv-yhtiöiden taloutta, lähetystoiminnan volyymia ja henkilöstöä kuvaavien tietojen päälähteitä ovat televisioyhtiöt ja niiden toimintakertomukset.

Yhtiöiden ohjelmarakennetta koskevat tiedot perustuvat osittain liikenne- ja viestintäministeriön raportteihin tv-ohjelmatarjonnasta ja osittain Finnpanelin tietoihin sekä kanavien omaan raportointiin.

Vuoteen 2000 asti kaapelitelevisiotoimintaa eriteltiin vuosittain liikenne- ja viestintäministeriön julkaisemissa Kaapelitelevisiotoiminta Suomessa -katsauksissa.

Satelliitti- ja Antenniliitto tilastoi satelliittitalouksien määrän kehitystä.

Television katselua koskevat tiedot perustuvat Finnpanel Oy:n ympärivuotisen tv-mittaritutkimusten (1987–) yhteenvetoraportteihin. Mittaritutkimuksen otoskoko on nykyisin noin 900 taloutta, joihin kuuluu yhteensä noin 2 000 henkeä. Mittaritutkimuksen tilaajina ovat Yleisradio, MTV, Nelonen ja Mainostoimistojen liitto.

Televsioiden määrää ja sijaintia kotitalouksissa koskevat tiedot ovat peräisin Finnpanelin tv-mittaritutkimuksen otoksen kontrolloimiseksi suorittamista laajoista vuosittaisista nk. perustutkimuksista, joita on suoritettu vuodesta 1995 lähtien.

(TS)

## Täydentävää kirjallisuutta

*Aslama, M., Hellman, H. & Sauri, T.:* TV-ohjelmisto digi-televisiion kynnyksellä. Tiedotustutkimus 24 (2001): 3.

*Aslama, M. & Karlsson, M.:* Suomalainen tv-tarjonta 2001. Liikenne- ja viestintäministeriö, Julkaisuja 41/02. Helsinki 2002.

*Kohvakka, Rauli:* Audiovisuaalisen joukkoviestinnän työvoima 1980- ja 1990-luvuilla. Kulttuuri ja viestintä 2001:4. Tilastokeskus, Helsinki 2001.

*Levo-Henriksson, R & Ampuja, M.:* Media ja me. Viestinnän julkaisuja 1. Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos, Helsinki 2000.

Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirjat. *Yleisradio*, Helsinki 1991– (eri vuosina).

*Salokangas, Raimo:* Aikansa oloinen. Yleisradion historia 1949–1996. Teoksessa Yleisradion historia 1926–1996. Osa 2. Yleisradio, Helsinki 1996.

*Uuttu, Anu:* Kaapelitelevisiotoiminta Suomessa 2000. Liikenne- ja viestintäministeriö, Julkaisuja 38/01. Helsinki 2001.

*Wiio, Juhani:* Televisio. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

## Taulukot – Tables

- 2.1 Valtakunnalliset televisiokanavat 2002  
*Nationwide television channels 2002*
- 2.2 Yleisradion liikevaihto 1980–2001  
*YLE turnover 1980–2001*
- 2.3 Yleisradion kustannukset 1994–2001  
*Yle costs 1994–2001*
- 2.4 Yleisradion TV-ohjelmakustannukset 2001  
*YLE TV programming costs 2001*
- 2.5 MTV:n ja Nelosen liikevaihto 1980–2001  
*MTV and Channel Four turnover 1980–2001*
- 2.6 Itsenäisten TV-ohjelmatuotantoyhtiöiden liikevaihto 1997–2000  
*Turnover of independent TV production companies 1997–2000*
- 2.7 Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto 1985–2001  
*Cable television turnover 1985–2001*
- 2.8 Yleisradion henkilöstö 1990/91–2001  
*YLE personnel 1990/91–2001*
- 2.9 MTV:n ja Nelosen henkilöstö 1980–2001  
*MTV and Channel Four personnel 1980–2001*
- 2.10 Kaapelitelevisioyhtiöiden henkilöstö 1990–1998  
*Cable operators' personnel 1990–1998*
- 2.11 Televisioluvat 1980–2001  
*Television licences 1980–2001*
- 2.12 Kaapeli- ja satelliittitelevisioliittymät 1980–2001  
*Cable and satellite television connections 1980–2001*
- 2.13 Yleisimmät kaapeliverkoissa välitetyt kanavat 1990–2000  
*Major channels transmitted via cable networks 1990–2000*
- 2.14 Yleisradion, MTV:n ja Nelosen viikoittaiset ohjelmatunnit 1980/81–2001  
*YLE, MTV and Channel Four: weekly programming hours by channels 1980/81–2001*
- 2.15 Televisiokanavien ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 1997–2000  
*Television programming by channel and by program categories 1997–2000*
- 2.16 Oman ja muun ohjelmatuotannon osuudet YLE:n ja MTV/MTV3:n ohjelmistosta 1991–2001  
*TV-programming: own vs bought production in YLE and MTV/MTV3 channels 1991–2001*
- 2.17 Televisiokanavien ohjelmisto alkuperämittain 1991–2001  
*Television programming by channel and by origin 1991–2001*

- 2.18 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1990–2001  
*Daily reach of television channels 1990–2001*
- 2.19 Suurimpien kaapeli- ja satelliittikanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 2001 (Marras–joulukuu)  
*Daily reach of major cable and satellite channels 2001 (November–December)*
- 2.20 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä eri väestöryhmissä 2001  
*Daily reach of television channels in different population groups 2001*
- 2.21 Televisiokanavien katseluun keskimäärin käytetty aika 1990–2001  
*Daily average television viewing time by channel 1990–2001*
- 2.22 Televisiokanavien katseluun käytetty aika eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2001  
*Daily average television viewing time in different population groups 2001*
- 2.23 Televisiokanavien katseluosuudet 1990–2001  
*Television: channel shares 1990–2001*
- 2.24 Televisiokanavien katseluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2001  
*Television: channel shares in different population groups 2001*
- 2.25 Eri ohjelmatyyppien osuus katseluun käytetystä kokonaisuudesta keskimääräisenä päivänä 2000–2001  
*Breakdown of total viewing time by type of programme on an average day 2000–2001*
- 2.26 Katsotuimmat televisio-ohjelmat 2001  
*Top ten television programmes by channel 2001*
- 2.27 Teksti-TV:n käyttö: tavoitavuus ja katseluaika keskimääräisenä päivänä 1996–2002  
*Use of teletext services: daily reach and average viewing time 1996–2002*
- 2.28 Televisioiden vähittäismyynti 1980–2001  
*Retail sales of TV sets 1980–2001*
- 2.29 Televisioiden keskihinnat ja myynnin arvo 1982–2001  
*TV sets: average prices and sales value 1982–2001*
- 2.30 Kotitalouksien TV-vastaanottimet 1995–2001  
*Household TV-equipment 1995–2001*
- 2.31 TV-vastaanottimien sijainti kotitalouksissa 1995–2001  
*Locations of TV-sets in households 1995–2001*



## Kuviot – Figures

- 2.1 Kaapeli- ja satelliittitelevisioliittymät 1980–2001  
*Cable and satellite subscribers 1980–2001*
- 2.2 Televisiokanavien katseluosuudet 2001  
*Television: channel shares 2001*
- 2.3 Yleisradion kokonaiskustannukset kanavittain 2001  
*YLE allocation costs by channel 2001*
- 2.5 Suurimmat kaapeliverkot 2000  
*Biggest cable TV networks 2000*
- 2.7 TV-vastaanottimien määrä kotitalouksissa 2001  
*Household ownership of TV-sets 2001*

## 2.1 Valtakunnalliset televisiokanavat 2002

### Nationwide television channels 2002

Toimintaperiaate Status	Kanava Channel	Omistaja Owner	Rahoitus Financing	Peitto Penetration	Välitystapa Distribution	Aloitusvuosi Year of establishment	
Julkinen – Public	YLE TV1	Valtio/State	lupamaksut & maksut kaupallisilta kanavilta licence fees & fees from commercial channels	100	A/D	T/C	1958
	YLE TV2	Valtio/State		100	A/D	T/C	1956/1965
	FST1&2 *	Valtio/State		100	A/D	T/C	
	TV4/STV Europa**	Valtio/State		32	A/D	T/C	1988
	YLE Teema			70	D	T/C	2001
	YLE24			70	D	T/C	2001
	FST			70	D	T/C	2001
Yksityinen – Private	MTV3	Alma Media	mainonta/ commercials	100	A/D	T/C/S	1957
	Nelonen	SanomaWSOY et al.	mainonta/ commercials	79	A/D	T/C/S	1997
	Urheilukanava	Avanti Broadcasting et al.		70	A/D	T/C/S	2001
	Subtv	Alma Media		70	A/D	T/C	2001
	Wellnet	Wellmedia et al.		70	D	T/C	2001

#### Välitystapa/Distribution:

A=analoginen/analog

D=digitaalinen/digital

C=kaapelivälitteinen/cable

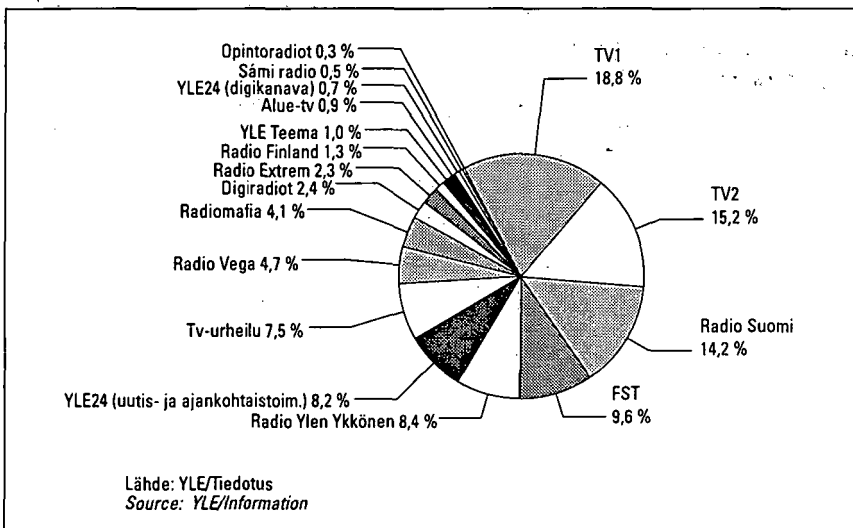
T=maapäällinen verkko/terrestrial

S=satelliittivälitteinen/satellite

\* Ruotsinkielinen ohjelmalvelu YLE:n TV-kanavilla. – Swedish-speaking service transmitted in windows on YLE TV1 and YLE TV2.

\*\* Ruotsinkielinen ohjelmalvelu, joka lähettää koostetta Ruotsin julkisen palvelun TV-kanavien (SVT1 ja SVT2) ohjelmistosta. Swedish-speaking service retransmitting a digest of the Swedish public service channels' (SVT1 and SVT2) programming.

Kuvio 2.3 Yleisradion kokonaiskustannukset kanavittain 2001  
Figure 2.3 YLE allocation costs by channel 2001



2.2 Yleisradion liikevaihto 1980–2001  
YLE turnover 1980–2001

	TV-lupamaksut TV licence fees		Julkisen palvelun maksut/Toimilupa- maksut – Public service fees/Oper- ating licence fees		Verkkovuokra Network rents		Maksut ja verkko- vuokrat yhteensä Fees and rents, total		Muut tuotot Other income		Yhteensä Total		Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices
	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	€ milj. € million	
1980/81	86	76,0	..	..	..	..	25	22,2	2	1,8	113	268	
1985/86	156	74,8	..	..	..	..	49	23,5	4	1,7	209	328	
1990/91	230	81,1	..	..	..	..	46	14,3	8	2,8	283	349	
1991/92	250	82,3	..	..	..	..	45	12,3	9	2,9	304	360	
1993	249	79,8	..	..	..	..	50	16,2	13	4,0	312	353	
1994	246	77,2	39	12,1	19	6,0	58	18,1	15	4,7	319	357	
1995	251	75,9	49	14,8	19	5,7	68	20,5	12	3,6	331	366	
1996	261	76,2	47	13,8	20	5,7	67	19,5	15	4,3	343	377	
1997	260	77,6	48	14,0	18	5,0	66	19,0	..	3,0	335	365	
1998	263	78,5	42	13,0	25	7,0	67	20,0	..	1,0	335	359	
1999	268	84,0	47	15,0	..	..	..	..	..	1,0	318	337	
2000	284	85,0	48	14,0	..	..	..	..	..	1,0	332	341	
2001	321	84,2	45	12,9	..	..	..	..	..	2,9	351	351	

Vuoteen 1996 asti tuotot. Vuodesta 1997 liikevaihto. Vuodesta 1999 luvut kuvaavat Yleisradio Oy:ta (= ilman jakelutoiminnasta vastaavaa Ylen tytäryhtiö Digita Oy:tä). – Until 1996 the totals describe turnover. The figures from 1997 onwards describe net revenue. From 1999 onwards instead of the whole YLE Group the figures describe Yleisradio Oy only. (= Not including YLE's subsidiary Digita Oy, responsible for the national transmission networks.)

Lähde: Yleisradio  
Viestintävirasto  
LTT-Tutkimus Oy

Source: Yle annual reports  
Finnish Communications Regulatory Authority FICORA  
LTT-Tutkimus Oy

2.3 Yleisradion kustannukset 1994–2001  
Yle costs 1994–2001

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	€ milj. – € million							
TV-toimiala – TV services	185	199	208	219	227	224	241	248
Radiotoimiala – Radio services	103	108	109	113	117	125	129	137
Keskitetetyt ja muut – Joint costs	35	18	7	12	19	21	8	103
Yhteensä – Total	323	326	324	344	364	370	378	489

Lähde: Yleisradio Oy, Taloushallinto  
Source: YLE Finance

## 2.4 Yleisradion TV-ohjelmakustannukset 2001

### YLE TV programming costs 2001

	Kokonaiskustannukset <i>Total costs</i>	Ohjelmatunnin keskihinta <i>Costs per hour</i>
	€ milj. – € million	€
YLE TV1	92,9	16 700
YLE TV2	82,0	19 800
Finlands Svenska Television FST <i>TV services in Swedish</i>	30,8	25 643

Lähde: Yleisradion vuosikertomus 2001

Source: Yle annual report 2001

## 2.5 MTV:n ja Nelosen liikevaihto 1980–2001

### MTV and Channel Four turnover 1980–2001

	MTV/MTV3	Nelonen – Channel Four	Yhteensä – Total	Kiintein (2001) hinnoin <i>Fixed (2001) prices</i>
	€ milj. – € Million			
1980	40		40	94
1985*	84		84	132
1990	114		114	140
1991	112		112	132
1992	119		119	137
1993	119		119	135
1994	136		136	152
1995	160		160	177
1996	164		164	181
1997	181	8	189	206
1998	187	23	210	225
1999	179	34	213	225
2000	178	52	230	236
2001	163	51	214	214

\* Vuodesta 1985 MTV-konsernin liikevaihto. – As from 1985 turnover of MTV Group.

Lähde: Yritysten toimintakertomukset ja omat ilmoitukset

Source: Company annual reports and other company data

2.6 Itsenäisten TV-ohjelmatuotantoyhtiöiden liikevaihto 1997–2000  
*Turnover of independent TV production companies 1997–2000*

Vuosi – Year	€ milj. – € million
1997	30
1998	40
1999	63
2000	67
10 suurimman osuus v. 2000 Share of 10 biggest	65 % (€ 42 mill.)

Luvut ovat arvioita – *The figures are estimates.*

Lähteet: Suomen Audiovisuaalisen Alan Tuottajat SATU ry,  
 Tilastokeskus

Sources: Association of Independent Producers in Finland SATU  
 Statistics Finland

2.7 Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto 1985–2001  
*Cable television turnover 1985–2001*

	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	€ milj. – € million												
Liittymismaksut – <i>Connection charges</i>	..	22,9	15,5	9,3	7,6	7,1	5,2	5,4	6,2	6,2	..	..	..
Vuosimaksut – <i>Subscription fees</i>	..	15,0	19,2	21,4	20,9	22,4	24,4	24,9	25,9	29,3	..	..	..
Maksu-TV-tulot – <i>Pay-TV revenue</i>	..	9,3	11,8	17,2	16,5	17,0	17,0	19,7	19,2	20,0	..	..	..
PTV:n mainostulot* – <i>Advertising on PTV channel*</i>	..	2,2	2,5	2,7	3,7	4,4	5,9	6,9	..	..	..	..	..
Muut mainostulot – <i>Other advertising</i>	..	0,7	0,5	0,7	0,5	0,5	0,5	0,7	0,4	0,2	..	..	..
Muut tulot – <i>Other income</i>	..	2,9	1,2	2,9	2,2	3,7	3,5	5,4	5,7	5,6	..	..	..
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>7</b>	<b>53</b>	<b>50</b>	<b>54</b>	<b>51</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>63</b>	<b>58</b>	<b>61</b>	<b>63</b>	<b>69</b>	<b>72</b>
<b>Kiintein (2001) hinnoin – At fixed (2001) prices</b>	<b>12</b>	<b>65</b>	<b>60</b>	<b>63</b>	<b>58</b>	<b>62</b>	<b>63</b>	<b>70</b>	<b>63</b>	<b>66</b>	<b>67</b>	<b>71</b>	<b>72</b>
	%												
Liittymismaksut – <i>Connection charges</i>	..	43	31	17	15	13	9	9	11	10	..	..	..
Vuosimaksut – <i>Subscription fees</i>	..	28	38	39	41	41	43	40	45	48	..	..	..
Maksu-TV-tulot – <i>Pay-TV revenue</i>	..	18	23	31	32	31	30	31	33	33	..	..	..
PTV:n mainostulot* – <i>Advertising on PTV channel*</i>	..	4	5	5	7	8	10	11	–	–	–	–	–
Muut mainostulot – <i>Other advertising</i>	..	1	1	1	1	1	1	1	1	0	..	..	..
Muut tulot – <i>Other income</i>	..	5	2	5	4	7	6	9	10	9	..	..	..
<b>Yhteensä – Total</b>	..	100	100	100	100	100	100	100	100	100	..	..	..

\* PTV muuttui vuonna 1997 valtakunnalliseksi TV kanavaksi (Nelonen). – *PTV ceased operating in 1997.*

Lähde: Liikenne- ja viestintäministeriö  
 Suomen Kaapelitelevisioliitto

Source: Ministry of Transport and Communications Finland  
 Finnish Cable television Association

## 2.8 Yleisradion henkilöstö 1990/91–2001

### YLE personnel 1990/91–2001

	<b>Palkansaajia keskimäärin – Employees on average</b>			
	Radio <i>Radio only</i>	Televisio <i>Television only</i>	Yhteiset tehtävät <i>Not separately attributable</i>	Yhteensä <i>Total</i>
1989/90*	1 260	2 031	1 442	4 733
1990/91*	1 270	2 134	1 392	4 796
1991/92*	1 294	2 118	1 363	4 775
1993	1 322	2 086	1 176	4 584
1994	1 349	2 111	1 089	4 549
1995	1 327	2 113	1 095	4 535
1996	1 351	2 085	1 100	4 536
1997	1 390	2 137	1 131	4 658
1998	1 413	2 136	1 089	4 638
1999	..	..	..	4 356
2000	..	..	..	4 387
2001	..	..	..	4 291

### **Kokopäiväinen henkilöstö toimintoittain 2001 – Full-time personnel by sector 2001**

		%
Radiotoimiala – Radio	1 025	27
Tv-toimiala – TV	1 675	44
Ruotsinkielinen toimiala <i>Radio &amp; TV in Swedish</i>	393	10
Keskusjohto <i>Central office</i>	114	3
Muut yksiköt <i>Other sectors</i>	241	6
Digita <i>Transmission technology</i>	322	9
Yhteensä – Total	3 770	100

\* Yleisradion tilikausi oli 1.6–31.5 vuoteen 1992 asti. – YLE financial year was 1.6.–31.5. until the year 1992.

Lähde: Yleisradio Oy, Henkilöstöhallintoryhmä

Source: YLE Personnel Administration

2.9 MTV:n ja Nelosen henkilöstö 1980–2001  
*MTV and Channel Four personnel 1980–2001*

Vuosi – Year	MTV – MTV	Nelonen – Channel Four
1980	567	
1985	702	
1990	621	15
1991	626	15
1992	606	20
1993	599	20
1994	617	21
1995	639	21
1996	648	23
1997	661	75
1998	726	100
1999	702	124
2000	504	126
2001	437	136

\* Vuodesta 1989 mukana myös Kolmostelevisiion henkilöstö. – *Channel Three personnel are included in the figures as from 1989.*

Lähde: Yhtiöiden vuosikertomukset  
 Source: *Company annual reports*

2.10 Kaapelitelevisioyhtiöiden henkilöstö 1990–1998  
*Cable operators' personnel 1990–1998*

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Kokopäiväinen henkilöstö* <i>Full-time personnel*</i>									
Toimitustyö – <i>Programming</i>	27	29	23	30	34	27	34	44	38
Tekniikka – <i>Technical</i>	119	169	142	145	154	151	167	158	154
Hallinto & markkinointi <i>Administration &amp; marketing</i>	139	159	151	148	127	123	139	162	159
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>285</b>	<b>398</b>	<b>316</b>	<b>323</b>	<b>315</b>	<b>301</b>	<b>340</b>	<b>364</b>	<b>351</b>
	%								
Toimitustyö – <i>Programming</i>	9,5	7,3	7,3	9,3	10,8	9,0	10,0	12,1	10,8
Tekniikka – <i>Technical</i>	41,8	42,5	44,9	44,9	48,9	50,2	49,1	43,4	43,9
Hallinto & markkinointi <i>Administration &amp; marketing</i>	48,8	39,9	47,8	45,8	40,3	40,9	40,9	44,5	45,3
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Soneran kaapeliverkkojen henkilöstö ei sisälly lukuihin vuosina 1990–1995.  
*Personnel under Sonera's cable networks are not included in the 1990–1995 figures.*

Lähde: Liikenne- ja viestintäministeriö, Viestintämarkkinayksikkö  
 Source: *Ministry of Traffic and Communications*

## 2.11 Televisioluvat 1980–2001

### Television licences 1980–2001

Vuosi – Year	Mustav. tv-luvat – B&W TV licences		Väri-tv-luvat – Colour TV licences		Tv-luvat yhteensä – TV licences total	
	1 000 kpl – '000	1 000 as. kohti per 1 000 population	1 000 kpl – '000	1 000 as. kohti per 1 000 population	1 000 kpl – '000	1 000 as. kohti per 1 000 population
1980	752,2	157	786,0	164	1 538,2	321
1985	344,6	70	1 439,7	293	1 784,3	363
1990	118,3	24	1 775,2	355	1 893,5	379
1991	96,3	19	1 801,0	358	1 897,3	377
1992	78,8	16	1 808,9	358	1 887,6	373
1993	64,4	13	1 801,7	355	1 866,1	368
1994	57,4	11	1 824,3	358	1 881,8	369
1995	50,6	10	1 864,8	364	1 915,4	374
1996	–	–	–	–	1 929,0	376
1997	–	–	–	–	1 947,4	378
1998	–	–	–	–	1 972,3	382
1999	–	–	–	–	1 994,4	386
2000	–	–	–	–	1 999,3	386
2001	–	–	–	–	2 008,5	387

Kunkin vuoden lopussa – At year-end

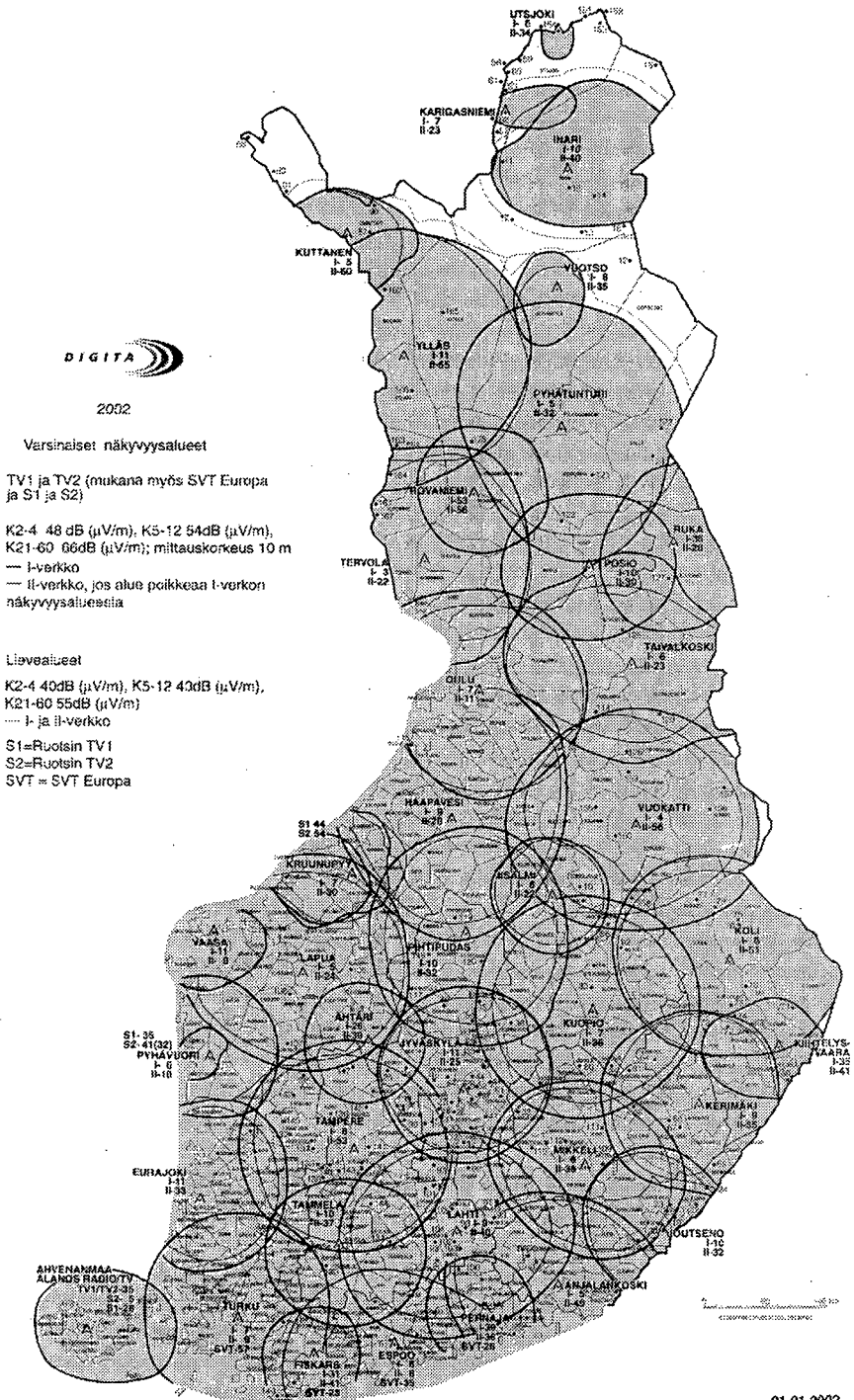
Mustavalkoluvat poistuiivat v.1996 alussa. – From January 1996 the colour and black-and-white licences were combined into one single TV-licence.

Lähde: Viestintävirasto

Source: Finnish Communications Regulatory Authority



Kuvio 2.4 TV1:n ja TV2:n näkyvyysalueet  
 Figure 2.4 Coverage areas of YLE TV1 and TV2



01.01.2002

2.12 Kaapeli- ja satelliittitelevisioliittymät 1980–2001  
*Cable and satellite television connections 1980–2001*

	Kaapeli – Cable		Satelliitti – Satellite*		Yhteensä – Cable and satellite, total**	
	1 000 liittymää '000 connections	% talouksista % of households	1 000 liittymää '000 connections	% talouksista % of households	Yhteensä – Total	% talouksista % of households
1980	68	4	..	..	68	4
1985	210	10	..	..	210	10
1990	669	31	45	2	702	32
1991	722	33	60	3	768	35
1992	753	34	96	4	823	37
1993	760	34	126	6	851	38
1994	798	35	164	7	924	41
1995	817	37	197	9	974	43
1996	845	37	231	10	1 035	45
1997	875	38	261	11	1 095	47
1998	906	39	285	12	1 149	49
1999	935	40	313	13	1 206	51
2000	950	40	343	15	1 253	53
2001***	1 000	42	361	15	1 320	56

Kaikki liittymät eivät ole kotitalouksia. – *Not all connections are households.*

\* Sisältää satelliittiyhteisantenni- ja yksityisvastaanottojärjestelmät. – *Direct to home (DTH) and satellite master antenna television (SMATV).*

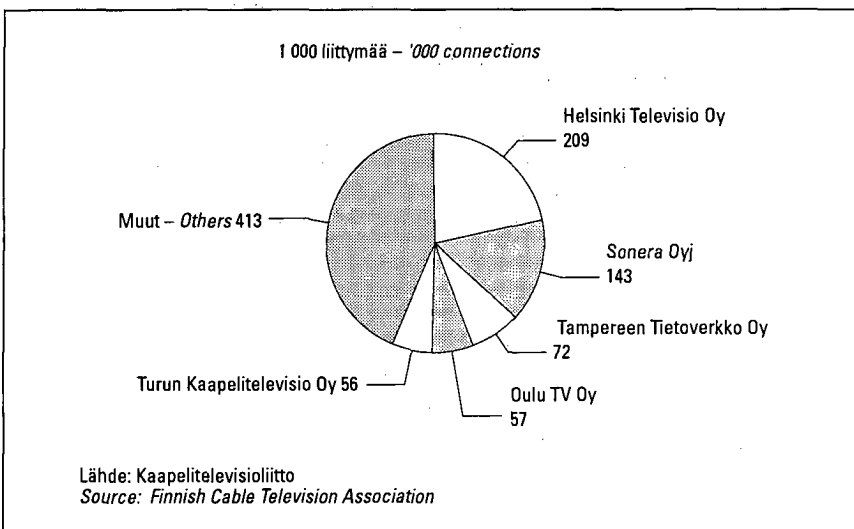
\*\* Summalukuja on muokattu poistamalla arvioitu satelliitti- ja kaapelitelevisioliittymien päällekkäisyys.  
*Overlap in satellite and cable connections has been estimated and eliminated.*

\*\*\* Arvioita. – *Estimates.*

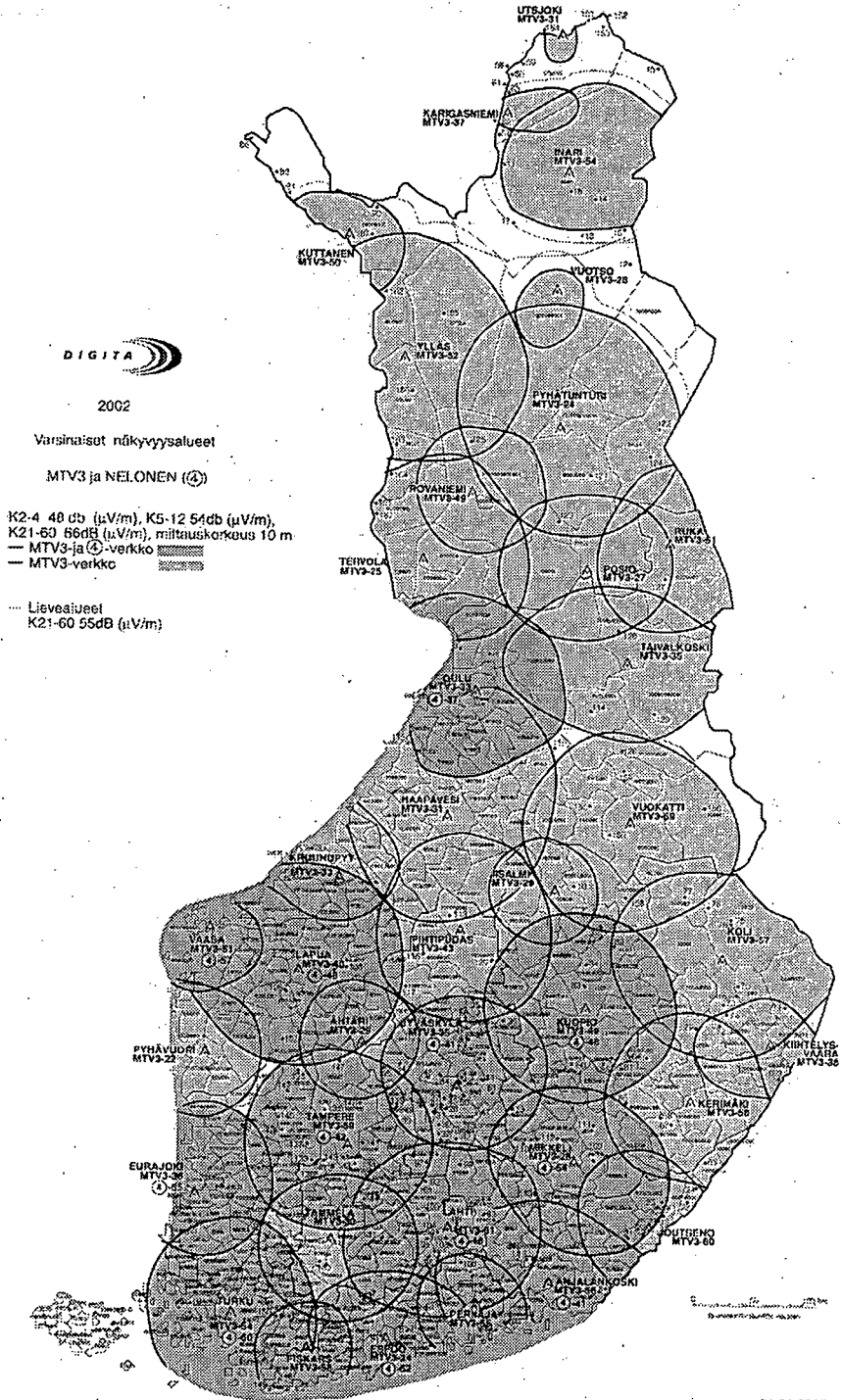
Lähteet: Liikenne- ja viestintäministeriöministeriö  
 Satelliitti- ja antenniliitto SANT  
 Suomen Kaapelitelevisioliitto

Sources: Ministry of Traffic and Communications, Communications Administration Department  
 Satellite and Antenna Association SANT  
 Finnish Cable Television Association

Kuvio 2.5 Suurimmat kaapeliverkot 2000  
 Figure 2.5 Biggest cable TV networks 2000



Kuvio 2.6 MVT3:n ja Nelosen näkyvyysalueet  
Figure 2.6 Coverage areas of MTV3 and Channel Four



01.01.2002

2.13 Yleisimmät kaapeliverkoissa välitetyt kanavat 1990–2000\*  
Major channels transmitted via cable networks 1990–2000\*

	1 000 liittymää/connections							Osuus kotitalouksista*	Osuus kaapelitalouksista*	Rahoitusmuoto
	1990	1995	1996	1997	1998	1999**	2000**	Share of households*	Share of households with access to cable*	Funding
								2000**	2000**	
							%	%		
MTV/MTV Nordic	498	789	786	832	867	871	898	38	94	mainonta advertising
Subtv							894	38	94	mainonta advertising
TV5 Europe	566	779	806	858	874	858	874	37	92	julk.rahoitus public funding
Deutsche Welle TV		439	463	513	628	635	668	28	70	julk.rahoitus public funding
BBC World				84	387	498	526	22	55	julk.rahoitus public funding
Moon TV				215	354	382	486	21	51	mainonta advertising
Eurosport	616	806	833	853	843	846	..	..	..	mainonta advertising
SVT Europa				425	433	379	..	..	..	julk.rahoitus public funding
EuroNews		224	231	279	316	287	..	..	..	julk.rahoitus & mainonta public funding & advertising
NBC Europe/CNBC	605	794	822	855	130	278	..	..	..	mainonta advertising

\* Kaikki liittymät eivät ole kotitalouksia. Kaapeliliittymiä oli 950 000 vuoden 2000 lopussa.  
Not all connections are households. At year-end 2000 the total number of cable television connections was 950 000.

\*\* Vuodesta 1999 lähtien luvut kattavat Suomen Kaapelitelevisioliiton ja Finnet-liiton jäsenyrykset.

Lähteet: Liikenne- ja viestintäministeriö  
Suomen Kaapelitelevisioliitto

Sources: Ministry of Transport and Communications  
Finnish Cable Television Association

2.14 Yleisradion, MTV:n ja Nelosen viikoittaiset ohjelmatunnit 1980/81–2001  
 YLE, MTV and Channel Four: weekly programming hours by channels 1980/81–2001

Vuosi – Year	YLE TV 1	YLE TV 2	MTV 1	MTV 2	MTV 3*	Nelonen Channel Four
Tuntia/viikko – Hours/week						
1980/81	40	29	13	4		
1985/86	42	36	13	7		
1990/91	56	44	11	10	48	
1991/92	58	45	11	10	61	
1992	59	45	10	10	61	
1993	76	60	–	–	57	
1994	82	57	–	–	67	
1995	86	63	–	–	76	
1996	88	68	–	–	86	
1997	104	75	–	–	103	59
1998	109	78	–	–	108	70
1999	112	80	–	–	105	83
2000	118	87	–	–	101	90
2001	106	78	–	–	97	86

\* Vuoteen 1992 Kolmostelevisio – Until 1992 Channel Three.

Lähteet: Yhtiöiden toimintakertomukset  
 Sources: Annual reports and other company data

2.15 Televisiokanavien ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 1997–2001  
*Television programming by channel and by program categories 1997–2001*

	1997 %	1998	1999	2000	2001
<b>YLE TV1</b>					
Uutiset – <i>News</i>	10	10	9	9	9
Ajankohtaisohjelmat – <i>Current affairs</i>	17	20	23	22	22
Asiaohjelmat – <i>Non-fiction/information</i>	9	9	11	11	12
Kulttuuri – <i>Culture</i>	5	5	5	4	7
Palvelu- ja harrasteohjelmat – <i>Hobby and personal interest</i>	2	2	2	2	3
Urheilu – <i>Sports</i>	10	15	5	7	4
Kotimainen fiktio – <i>Domestic fiction</i>	2	2	2	3	2
Ulkomainen fiktio – <i>Imported fiction</i>	11	11	13	12	14
Elokuva – <i>Feature film</i>	9	7	8	6	7
Lastenohjelmat – <i>Children</i>	8	6	8	9	6
Opetusohjelmat – <i>Education</i>	14	10	11	12	10
Viihde – <i>Entertainment</i>	4	5	2	4	3
Muut – <i>Other</i>	0	0	0	0	1
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100
<b>YLE TV2</b>					
Uutiset – <i>News</i>	3	3	3	3	4
Ajankohtaisohjelmat – <i>Current affairs</i>	7	7	8	13	12
Asiaohjelmat – <i>Non-fiction/information</i>	17	19	20	14	15
Kulttuuri – <i>Culture</i>	2	3	2	7	3
Palvelu- ja harrasteohjelmat – <i>Hobby and personal interest</i>	7	6	6	5	7
Urheilu – <i>Sports</i>	11	12	10	13	19
Kotimainen fiktio – <i>Domestic fiction</i>	2	3	2	2	2
Ulkomainen fiktio – <i>Imported fiction</i>	21	20	21	16	16
Elokuva – <i>Feature film</i>	14	15	13	13	6
Lastenohjelmat – <i>Children</i>	7	6	6	6	10
Opetusohjelmat – <i>Education</i>	0	0	0	0	1
Viihde – <i>Entertainment</i>	9	6	8	7	5
Muut – <i>Other</i>	0	1	1	1	0
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100

2.15 Jatkuu  
Continued

	1997 %	1998	1999	2000	2001
<b>MTV3</b>					
Uutiset – <i>News</i>	5	5	5	5	6
Ajankohtaisohjelmat – <i>Current affairs</i>	15	14	16	19	16
Asiaohjelmat – <i>Non-fiction/information</i>	4	3	3	2	2
Kulttuuri – <i>Culture</i>	1	1	1	1	2
Palvelu- ja harrasteohjelmat – <i>Hobby and personal interest</i>	6	5	2	4	6
Urheilu – <i>Sports</i>	5	6	7	8	9
Kotimainen fiktio – <i>Domestic fiction</i>	2	2	5	4	4
Ulkomainen fiktio – <i>Imported fiction</i>	28	31	28	23	27
Elokuva – <i>Feature film</i>	9	11	9	8	9
Lastenohjelmat – <i>Children</i>	4	3	3	2	3
Opetusohjelmat – <i>Education</i>	1	1	1	1	0
Viihde – <i>Entertainment</i>	19	17	20	16	17
Muut – <i>Other</i>	0	1	1	6	1
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Nelonen – Channel Four</b>					
Uutiset – <i>News</i>	1	4	3	4	4
Ajankohtaisohjelmat – <i>Current affairs</i>	4	2	2	2	2
Asiaohjelmat – <i>Non-fiction/information</i>	14	4	4	5	5
Kulttuuri – <i>Culture</i>	2	2	1	1	0
Palvelu- ja harrasteohjelmat – <i>Hobby and personal interest</i>	10	13	9	1	5
Urheilu – <i>Sports</i>	9	9	8	11	14
Kotimainen fiktio – <i>Domestic fiction</i>	0	2	1	1	1
Ulkomainen fiktio – <i>Imported fiction</i>	37	35	39	42	43
Elokuva – <i>Feature film</i>	13	12	12	9	9
Lastenohjelmat – <i>Children</i>	2	4	5	5	3
Opetusohjelmat – <i>Education</i>	2	4	2	3	2
Viihde – <i>Entertainment</i>	6	9	13	14	10
Muut – <i>Other</i>	0	0	0	2	0
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Tiedot perustuvat 7 otosviikon ohjelmatarjontaan kunakin vuonna (= viikot 5–7, 27–28, 42–43).  
Data based on 7 sample weeks for each year (= weeks 5–7, 27–28, 42–43).

Lähteet: YLE

MTV3

Nelonen

Finnpanel

Sources: YLE

MTV3

Channel Four

Finnpanel

2.16 Oman ja muun ohjelmatuotannon osuudet YLE:n ja MTV/MTV3:n ohjelmistosta 1991–2001  
*TV-programming: own vs bought production in YLE and MTV/MTV3 channels 1991–2001*

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%										
<b>YLE TV1 &amp; TV2</b>											
Oma tuotanto – <i>Inhouse</i>	48	47	50	51	47	44	46	44	44	43	45
Muu kotimainen – <i>Bought domestic</i>	6	7	7	8	7	8	8	8	10	10	12
Ulkomainen – <i>Foreign</i>	46	46	43	41	46	48	46	47	46	47	43
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>YLE TV1</b>											
Oma tuotanto – <i>Inhouse</i>	..	..	..	..	..	47	50	50	49	47	46
Muu kotimainen – <i>Bought domestic</i>	..	..	..	..	..	7	8	8	10	10	12
Ulkomainen – <i>Foreign</i>	..	..	..	..	..	46	42	42	41	43	42
Yhteensä – <i>Total</i>	..	..	..	..	..	100	100	100	100	100	100
<b>YLE TV2</b>											
Oma tuotanto – <i>Inhouse</i>	..	..	..	..	..	40	41	37	38	37	43
Muu kotimainen – <i>Bought domestic</i>	..	..	..	..	..	10	8	8	9	11	13
Ulkomainen – <i>Foreign</i>	..	..	..	..	..	50	51	55	53	52	44
Yhteensä – <i>Total</i>	..	..	..	..	..	100	100	100	100	100	100
<b>MTV/MTV3</b>											
Oma tuotanto – <i>Inhouse</i>	..	28	35	36	37	37	34	33	36	37	33
Muu kotimainen – <i>Bought domestic</i>	..	18	18	19	18	21	20	16	16	22	22
Ulkomainen – <i>Foreign</i>	56	54	47	44	44	42	46	51	48	41	46
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Lähde: YLE  
 MTV3

Sources: YLE  
 MTV3



2.17 Televisiokanavien ohjelmisto alkuperämittain 1991–2001  
*Television programming by channel and by originin 1991–2001*

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%										
<b>YLE TV1 &amp; TV2</b>											
Suomi – Finland	54	54	57	59	54	52	54	53	54	53	57
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	6	5	4	6	7	8	5	4	5	5	6
Muu Eurooppa – Other Europe	26	27	22	17	18	19	23	20	25	22	23
Pohjois-Amerikka – North America	10	9	12	14	17	19	16	16	14	14	12
Muut – Other	4	5	4	4	5	2	2	7	3	6	2
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>YLE TV1</b>											
Suomi – Finland	..	..	..	..	..	54	58	57	59	57	58
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	..	..	..	..	..	7	5	4	5	5	6
Muu Eurooppa – Other Europe	..	..	..	..	..	19	23	19	25	24	25
Pohjois-Amerikka – North America	..	..	..	..	..	18	12	11	8	9	9
Muut – Other	..	..	..	..	..	2	2	8	3	6	2
Yhteensä – Total	..	..	..	..	..	100	100	100	100	100	100
<b>YLE TV2</b>											
Suomi – Finland	..	..	..	..	..	50	49	46	47	49	55
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	..	..	..	..	..	8	5	4	5	6	6
Muu Eurooppa – Other Europe	..	..	..	..	..	19	21	22	23	20	21
Pohjois-Amerikka – North America	..	..	..	..	..	21	23	23	21	20	16
Muut – Other	..	..	..	..	..	2	2	5	4	5	2
Yhteensä – Total	..	..	..	..	..	100	100	100	100	100	100
<b>MTV/MTV3</b>											
Suomi – Finland	44	46	53	56	56	58	54	49	52	59	55
Muu Eurooppa – Other Europe	..	..	5	7	6	8	10	9	7	8	10
Pohjois-Amerikka – North America	..	..	37	30	34	32	33	40	38	29	30
Muut – Other	..	..	0	0	1	1	2	3	3	4	5
Tieto puuttuu* – No information available*	56	54	4	7	3	1	1	0	0	0	0
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Nelonen – Channel Four</b>											
Suomi – Finland	–	–	–	–	–	–	42	43	36	38	40
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1	0
Muu Eurooppa – Other Europe	–	–	–	–	–	–	10	15	25	21	20
Pohjois-Amerikka – North America	–	–	–	–	–	–	45	40	37	39	37
Muut tai tieto puuttuu Other or no information available	–	–	–	–	–	–	3	1	1	2	3
Yhteensä – Total	–	–	–	–	–	–	100	100	100	100	100

\* Vuosina 1993–1997 kansainvälistä urheiluoohjelmistoa. – Consisting mostly of international sports programming during the period 1993–1997.

YLE, MTV3: Koko vuoden tiedot. Nelonen: Tiedot perustuvat 7 otosviikon ohjelmatarjontaan kunakin vuonna (=viikot 5–7, 27–28, 42–43).

YLE, MTV3: Data cover the whole year. Channel Four: Data based on 7 sample weeks for each year (=weeks 5–7, 27–28, 42–43).

Lähteet: YLE

MTV3

Nelonen

Finnpanel

Sources: YLE

MTV3

Channel Four

Finnpanel

## 2.18 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1990–2001 Daily reach of television channels 1990–2001

Väestö 10+ Population aged 10+	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%											
YLE TV1	51	53	54	53	55	55	56	55	56	58	60	61
YLE TV2	38	41	42	46	47	47	48	48	49	53	54	55
YLE yhteensä – YLE total*	59	60	62	62	64	63	65	64	64	66	68	69
MTV1 & MTV2	48	49	49	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Kolmostelevisio/Channel Three	19	26	41	–	–	–	–	–	–	–	–	–
MTV3–MTV3 Finland	–	–	–	59	61	60	61	60	60	64	67	68
Nelonen – Channel Four	–	–	–	–	–	–	–	10	27	35	40	42
Subtv	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	5	7
Muut kotim. kaapelikanavat Other domestic cable	2	3	4	5	6	9	9	..	..	4	5	6
TV4/SVT Europa	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4
SVT 1&2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3
Satelliittikanavat – Satellite	6	8	9	10	11	12	12	12	12	14	15	13
Muut ulkom. – Other	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	2	2
<b>TV yhteensä – TV total</b>	<b>..</b>	<b>..</b>	<b>69</b>	<b>71</b>	<b>72</b>	<b>71</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>71</b>	<b>75</b>	<b>77</b>	<b>78</b>

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 900 taloutta eli noin 2 000 henkilöä. Tutkimus perustuu katselun ympärivuotiseen seurantaan. – The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peplemeter study consists of 900 households or a total of some 2 000 people.

\* Sisältää myös YLEn ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2 – The YLE total figures also cover programming in Swedish by YLE's Finland's Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2.

Lähteet: Finnpanel Oy  
Yleisradio Oy, Yleisötutkimus  
Sources: Finnpanel Oy  
YLE Audience research

## 2.19 Suurimpien kaapeli- ja satelliittikanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 2001 (Marras–joulukuu) Daily reach of major cable and satellite channels 2001 (November–December)

Väestö 10+ – Population aged 10+	%
Subtv	8
MoonTV	3
MTV Scandinavia	7
Eurosport	5
TV5	2
Deutsche Welle	1

Lähteet: Finnpanel Oy  
Sources: Finnpanel Oy

2.20 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä eri väestöryhmissä 2001  
*Daily reach of television channels in different population groups 2001*

Väestöryhmä <i>Population group</i>	YLE TV1	YLE TV2	YLE yht. YLE total	MTV3	Nelonen Channel Four	Subtv	Muu kotim. kaapeli Other dom. cable	Satelliitti Satellite	TV4/SVT Europe	SVT 1&2	Muut Other
	%										
Kaikki – All	61	55	69	68	42	7	6	13	4	3	2
Sukupuoli – Sex											
Naiset – Women	60	54	68	69	40	6	5	11	3	2	2
Miehet – Men	62	56	69	66	44	8	7	16	4	3	2
Ikä – Age											
4–9 vuotta – years*	29	45	53	43	24	2	1	5	1	2	1
10–14 vuotta – years	42	43	56	61	40	5	2	10	2	2	2
15–24 vuotta – years	40	37	50	56	39	11	8	19	2	3	2
25–34 vuotta – years	54	50	65	67	46	11	7	16	3	2	2
35–44 vuotta – years	61	56	70	67	46	8	7	13	3	3	2
45–64 vuotta – years	68	60	74	69	42	5	4	11	4	3	2
65– vuotta – years	79	71	83	79	38	4	5	10	5	3	3
Suur-Helsinki <i>Greater Helsinki area</i>	58	50	65	62	45	7	7	0	18	10	0
Muut isot kaupungit <i>Other big cities</i>	58	50	66	64	47	7	14	3	15	5	1
Pienet kaupungit <i>Small cities</i>	59	54	68	67	50	14	12	1	20	0	0
Taajamat <i>Other densely populated areas</i>	59	56	68	67	33	3	3	2	7	2	2
Maaseutu – Open countryside	63	59	72	71	33	1	1	3	4	2	2

\* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain 10+ -vuotiaiden katselu.  
*All other data in the table describe viewing for age groups 10+ and over.*

Lähteet: Finnpanel Oy  
 Yleisradio Oy, Yleisötutkimus  
 Sources: Finnpanel Oy  
 YLE Audience research

## 2.21 Televisiokanavien katseluun keskimäärin käytetty aika 1990–2001

### Daily average television viewing time by channel 1990–2001

Väestö 10+ – Population aged 10+	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	Minuuttia/päivä – Minutes/day											
YLE TV1	34	37	35	31	34	35	38	36	36	37	38	38
YLE TV2	22	22	22	27	27	28	31	33	31	33	33	34
FST*	3	3	2	2	2	2	3	3	2	..	..	..
YLE yhteensä – YLE total	59	62	60	60	63	66	72	72	69	70	71	72
MTV1 & MTV2	27	26	24	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Kolmostelevisio – Channel Three	13	18	29	–	–	–	–	–	–	–	–	–
MTV3 – MTV3 Finland	–	–	–	61	64	65	66	65	63	68	68	65
Nelonen – Channel Four	–	–	–	–	–	–	–	4	11	16	19	19
Subtv	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1	1
Muut kotim. kaapelikanavat Other domestic cable	1	1	1	2	2	3	4	2	0	0	1	1
TV4/STV Europa	1	2	2	2	2	2	2	2	1	0	1	1
Satelliittikanavat – Satellite	3	3	4	6	6	5	5	5	5	6	6	5
Muut – Other	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	2	2
<b>Kaikki kanavat yhteensä – All channels total</b>	<b>104</b>	<b>112</b>	<b>119</b>	<b>130</b>	<b>138</b>	<b>140</b>	<b>149</b>	<b>149</b>	<b>149</b>	<b>161</b>	<b>168</b>	<b>167</b>
Video	10	11	11	10	10	10	11	8	6	6	6	9
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>109</b>	<b>118</b>	<b>126</b>	<b>139</b>	<b>149</b>	<b>150</b>	<b>160</b>	<b>157</b>	<b>155</b>	<b>167</b>	<b>174</b>	<b>176</b>

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 900 taloutta eli noin 2 000 henkilöä. Tutkimus perustuu katselun ympärivuotiseen seurantaan. – The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peplemeter study consists of 900 households or a total of some 2 000 people.

\* Sisältää Yleisradion ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2  
The figures cover programming in Swedish by YLE's FST on channels TV1 and TV2

Lähteet: Finnpanel Oy  
Yleisradio Oy, Yleisötutkimus  
Sources: Finnpanel Oy  
YLE Audience research

2.22 Televisiokanavien katseluun käytetty aika eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2001  
Daily average television viewing time in different population groups 2001

Väestöryhmä Population group	YLE TV1	YLE TV2	YLE yht. YLE total	MTV3	Nelonen Channel Four	Subtv	Muu kotim. kaapeli Other dom. cable	Satel- liitti Satellite	TV4/ SVTEurope	Muut Other	Yhteensä Total
Minuuttia/päivä – Minutes/day											
Kaikki – All	38	34	72	65	19	1	1	5	1	2	167
Sukupuoli – Sex											
Naiset – Women	38	33	72	73	19	1	0	4	1	2	173
Miehet – Men	38	35	72	57	20	2	1	6	1	3	160
Ikä – Age											
4–9 vuotta – years*	9	25	34	25	9	0	0	2	0	2	72
10–14 vuotta – years	13	16	29	43	18	1	0	3	0	2	97
15–24 vuotta – years	13	14	26	45	20	3	1	8	0	3	107
25–34 vuotta – years	24	24	48	58	24	2	1	5	0	2	140
35–44 vuotta – years	31	30	61	54	21	1	1	6	0	1	146
45–64 vuotta – years	50	42	92	67	19	1	0	5	1	2	186
65– vuotta – years	67	58	125	106	14	0	1	3	1	4	255
Suur-Helsinki Greater Helsinki area	38	30	68	60	24	2	1	8	1	0	164
Muut isot kaupungit Other big cities	36	28	63	59	21	1	2	7	1	2	157
Pienet kaupungit – Small cities	35	31	66	65	25	2	2	8	0	0	168
Taajamat Other densely populated areas	37	35	73	66	14	0	0	4	0	2	159
Maaseutu – Open countryside	39	39	78	71	14	0	0	2	1	5	170

\* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain 10+ -vuotiaiden katselu.  
All other data in the table describe viewing for age groups 10+ and over.

Lähteet: Finnpanel Oy  
Yleisradio Oy, Yleisötutkimus  
Sources: Finnpanel Oy  
YLE Audience research

## 2.23 Televisiokanavien katseluosuudet 1990–2001

### Television: channel shares 1990–2001

Väestö 10+ Population aged 10+	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%											
YLE TV1	33	33	30	24	25	25	25	24	24	23	23	23
YLE TV2	21	19	19	21	19	20	21	22	21	20	20	20
FST*	3	3	2	1	2	2	2	2	2	..	..	..
YLE yhteensä – YLE total	57	55	50	46	46	47	48	48	46	43	42	43
MTV1 & MTV2	26	23	20	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Kolmostelevisio – Channel Three	13	16	24	–	–	–	–	–	–	–	–	–
MTV3 – MTV3 Finland	–	–	–	47	46	46	44	44	42	42	40	39
Nelonen – Channel Four	–	–	–	–	–	–	–	2	7	10	12	12
Subtv	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1	1
Muut kotim. kaapelikanavat Other domestic cable	1	1	1	1	2	2	3	1	0	0	0	0
TV4/SVT Europa	..	..	..	..	..	..	..	1	0	0	0	0
Satelliittikanavat – Satellite	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3
Muut – Other	..	..	..	..	..	..	..	1	1	1	1	2
Kaikki kanavat yhteensä All channels total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Katseluaika, min/päivä</b> <b>All TV, min./day</b>	<b>104</b>	<b>112</b>	<b>119</b>	<b>130</b>	<b>138</b>	<b>140</b>	<b>149</b>	<b>149</b>	<b>149</b>	<b>161</b>	<b>168</b>	<b>167</b>

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 900 taloutta eli noin 2 000 henkilöä. Tutkimus perustuu katselun ympärivuotiseen seurantaan. – *The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peoplemeter study consists of 900 households or a total of some 2 000 people.*

\* Sisältää YLEn ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2

*The figures cover programming in Swedish by YLE's Finland's Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2.*

Lähteet: Finnpanel Oy

Yleisradio Oy. Yleisötutkimus

Sources: Finnpanel Oy

YLE Audience research

2.24 Televisiokanavien katseluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2001  
*Television: channel shares in different population groups 2001*

Väestöryhmä <i>Population group</i>	YLE TV1	YLE TV2	YLE yht. YLE total	MTV3	Nelonen Channel Four	Subtv	Muu kotim. kaapeli. Other dom. cable	Satelliitti Satellite	TV4/ SVT Europe	Muut Other	Yhteensä Total
	%										
Kaikki – All	23	20	43	39	12	1	0	3	0	2	100
Sukupuoli – Sex											
Naiset – Women	22	19	42	42	11	1	0	2	0	2	100
Miehet – Men	23	22	45	35	12	1	1	4	0	2	100
Ikä – Age											
4–9 vuotta – years*	12	35	47	35	13	0	0	2	0	2	100
10–14 vuotta – years	13	17	30	45	19	1	0	3	0	2	100
15–24 vuotta – years	12	13	25	42	19	3	1	8	0	3	100
25–34 vuotta – years	17	17	34	42	17	2	1	4	0	1	100
35–44 vuotta – years	21	21	42	37	15	1	1	4	0	1	100
45–64 vuotta – years	27	23	49	36	10	0	0	3	0	1	100
65– vuotta – years	26	23	49	41	5	0	0	1	1	2	100
Suur-Helsinki <i>Greater Helsinki area</i>	23	18	41	37	14	1	1	5	1	0	100
Muut isot kaupungit <i>Other big cities</i>	23	18	40	38	13	1	1	5	1	0	100
Pienet kaupungit – <i>Small cities</i>	21	18	39	39	15	1	1	5	0	0	100
Taajamat <i>Other densely populated areas</i>	24	22	46	41	9	0	0	2	0	1	100
Maaseutu – <i>Open countryside</i>	23	23	46	42	8	0	0	1	0	3	100

\* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain 10+ -vuotiaiden katselu.  
*All other data in the table describe viewing for age groups 10+ and over.*

Lähteet: Finnpanel Oy  
 Yleisradio Oy, Yleisötutkimus  
 Sources: Finnpanel Oy  
 YLE Audience research

2.25 Eri ohjelmatyyppien osuus katseluun käytetystä kokonaisajasta keskimääräisenä päivänä 2000–2001  
*Breakdown of total viewing time by type of programme on an average day 2000–2001*

	2000 %	2001	
<b>YLE TV1</b>			
Fakta	48	52	Non-fiction
Urheilu	15	9	Sports
Kotimainen fiktio	15	15	Domestic fiction
Ulkomainen fiktio	16	17	Imported fiction
Muut	6	7	Other
Yhteensä	100	100	Total
<b>YLE TV2</b>			
Fakta	32	34	Non-fiction
Urheilu	19	24	Sports
Kotimainen fiktio	21	18	Domestic fiction
Ulkomainen fiktio	24	19	Imported fiction
Muut	4	5	Other
Yhteensä	100	100	Total
<b>MTV3 – MTV3 Finland</b>			
Fakta	28	29	Non-fiction
Urheilu	11	11	Sports
Kotimainen fiktio	24	25	Domestic fiction
Ulkomainen fiktio	33	33	Imported fiction
Muut	4	2	Other
Yhteensä	100	100	Total
<b>Nelonen – Channel Four</b>			
Fakta	10	11	Non-fiction
Urheilu	4	6	Sports
Kotimainen fiktio	17	20	Domestic fiction
Ulkomainen fiktio	66	61	Imported fiction
Muut	3	2	Other
Yhteensä	100	100	Total

Lähde: Finnpanel Oy  
 Source: Finnpanel Oy



2.26 Katsotuimmat televisio-ohjelmat 2001  
*Top ten television programmes by channel 2001*

Ohjelma – Programme	Päivä – Date	Yleisö, 1 000 henkeä – Audience, '000	Peitto* – Rating* %
<b>YLE TV1</b>			
Itsenäisyyspäivän juhlat	6.12.2001	2 150	48
TV-uutiset ja sää	6.12.2001	2 073	46
A-talk	28.2.2001	1 393	31
Urheiluruutu	26.2.2001	1 372	30
Elokuva: Seitsemän	26.3.2001	1 309	29
Elokuva: Rukajärven tie	1.1.2001	1 279	28
A-studio	26.2.2001	1 226	27
Kotikatsomo: Lapin kullan kimallus	26.11.2001	1 180	26
MM-hiihdot 2001	19.2.2001	1 160	26
Jääkiekon MM 2001	6.5.2001	1 021	23
<b>YLE TV2</b>			
Jääkiekon MM 2001	13.5.2001	2 032	45
MM-hiihdot 2001	18.2.2001	1 693	37
TV-uutiset	24.2.2001	1 444	32
Punainen lanka	24.4.2001	1 210	27
Kakkosen talvisää	25.2.2001	1 181	26
TV-uutiset ja Kuuden talous	23.2.2001	1 126	25
Peräkamaripojat	7.2.2001	1 115	25
Elokuva:Kulkuri ja joutsen	14.2.2001	1 061	23
Mooseksen perintö	19.12.2001	1 046	23
Reinikainen	19.12.2001	1 038	23
<b>MTV3 – MTV3 Finland</b>			
Seitsemän uutiset	26.2.2001	1 498	33
MTV3 Live: Miss Suomi	9.2.2001	1 407	31
BumtsiBum!	8.12.2001	1 392	31
Formula 1: Grand Prix	1.4.2001	1 383	31
Minä, sinä, hän	30.12.2001	1 379	30
Salatut elämät	26.2.2001	1 360	30
Kymmenen uutiset	24.5.2001	1 320	29
Ylimääräiset uutiset	7.10.2001	1 316	29
Karpolla on asiaa	7.1.2001	1 313	29
Sunnuntairaportti	21.1.2001	1 274	28
<b>Nelonen – Channel Four</b>			
Haluatko miljonääriksi?	4.11.2001	878	19
Elokuva: Sakaali	25.3.2001	728	16
Elokuva: Anaconda	25.2.2001	696	15
Yllytyshullut	11.2.2001	638	14
Kahdeksan uutiset	4.11.2001	630	14
Elokuva: MIB- miehet mustissa	11.3.2001	605	13
Kaverille ei jätetä	4.11.2001	602	13
Rikosraportti	13.2.2001	598	13
Huomisen sää	13.2.2001	587	13
20.20	13.2.2001	577	13

\* Osuudet 10 vuotta täyttäneistä – Shares of persons aged 10 years or over

Lähteet: Yleisradio

Finnpanel Oy

Sources: Finnish Broadcasting Company

Finnpanel Oy

2.27 Teksti-TV:n käyttö: tavoitavuus ja katseluaika keskimääräisenä päivänä 1996–2002  
*Use of teletext services: daily reach and average viewing time 1996–2002*

	1996 %	1998	2000	2002	1996 min.	1998	2000	2002
Kaikki – All	12	16	20	27	5	5	4	4
Sukupuoli – Sex:								
Naiset – Women	8	9	14	20	4	3	2	2
Miehet – Men	15	24	26	34	6	6	6	5
Ikä – Age:								
15–24	15	18	25	39	8	8	4	5
25–44	12	19	23	30	5	4	4	4
45–59	11	14	16	22	5	6	5	3
60–	9	10	13	14	3	4	4	3

Huom. Vuoden 2002 tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

Note. Figures for 2002 are not fully comparable with the figures until 2000.

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy

Source: Suomen Gallup Group – Media Research Ltd.

2.28 Televisioiden vähittäismyynti 1980–2001  
Retail sales of TV sets 1980–2001

	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos Change 2001/2000 %
1 000 kpl – 1 000 units											
Väritelevisiot Colour TV sets	155	200	285	228	255	250	296	302	274	216	-20,9
Tv-videoyhdistelmät TV-video sets									29	25	-13,8
Mustavalkoiset tv:t B&W TV sets	72	28									
Satelliittipaketit Satellite dishes				11	12	17	17	15	15	15	0,0

Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja. – Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry  
Source: Domestic Appliances Association

2.29 Televisioiden keskihinnat ja myynnin arvo 1982–2001  
TV sets: average prices and sales value 1982–2001

		1982	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos Change, % 2001/2000
€												
Väritelevisiot Colour TV sets	Keskihinta Average price	496	463	463	521	488	521	538	1 009	908	622	-31,5
	Arvo, milj. Sales value million	77	93	132	119	124	130	159	166	150	135	-10,0
TV-video yhdistelmät TV-video sets	Keskihinta Average price									403	353	-12,3
	Arvo, milj. Sales value million									12	9	-23,8
Mustavalkoiset tv:t B&W TV sets	Keskihinta Average price	135	118									
	Arvo, milj. Sales value million	10	3									
Satelliittipaketit Satellite dishes	Keskihinta Average price				378	353	420	505	336	362	336	-7,2
	Arvo, milj. Sales value million				4	4	7	9	5	5	5	0,0

Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja. – Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.

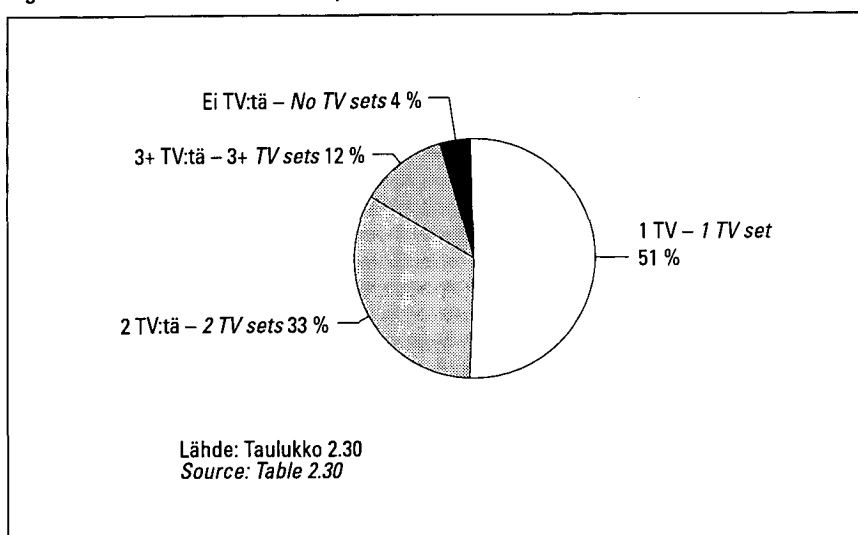
Lähde: Kodintekniikkaliitto ry  
Source: Domestic Appliances Association

### 2.30 Kotitalouksien TV-vastaanottimet 1995–2001 Household TV-equipment 1995–2001

	Kaikki taloudet – All households						
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%						
Ei TV:tä – No TV sets	4	5	5	4	5	5	4
1 TV – 1 TV set	58	55	54	53	54	51	51
2 TV:tä – 2 TV sets	30	31	32	33	31	34	33
3+ TV:tä – 3+ TV sets	8	9	10	11	10	10	12
Väri-TV – Colour TV	92	93	93	93	90	95	95
Mustavalko-TV – B&W TV	8	6	5	5	3	0	3
Stereoääni – Stereo TV	31	40	48	51	47	52	53
Kaukosäädin – Remote control	69	76	82	83	78	84	86
Teksti-TV – Teletext	44	52	59	61	63	70	72
Maksu-TV kotipääte – Pay TV decoder	3	4	4	5	4	3	3
Satelliittiviritin (analoginen) – Satellite receiver (analog)	3	2	5	4	4	4	2
Satelliittiviritin (digitaalinen) – Satellite receiver (digital)							2
Mikrossa TV-kortti tai -näyttö – PC with TV reception possibility	1	0	1	1	1	1	2
Digiboxi – Digital set top box							0
Matka-TV – Portable TV	19	19	19	19	15	16	16
Vastaanottimia yhteensä (milj.) – TV sets total (mill.)	3,0	3,1	3,2	3,3	3,3	3,6	3,5
Vastaanottimia/talous – TV sets/household	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5	1,6	1,5

Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset  
Source: Finnpanel Oy, TV-household surveys

Kuvio 2.7 TV-vastaanottimien määrä kotitalouksissa 2001  
Figure 2.7 Household ownership of TV-sets 2001



2.31 TV-vastaanottimien sijainti kotitalouksissa 1995–2001  
*Locations of TV-sets in households 1995–2001*

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%						
Olohuone – <i>Living room</i>	88	87	88	88	85	88	88
Makuuhuone – <i>Bedroom</i>	19	20	23	24	24	28	28
Lasten huone – <i>Children's rooms</i>	12	13	14	16	12	11	12
Erillinen TV-huone – <i>TV-room</i>	4	4	6	6	4	5	4
Keittiö – <i>Kitchen</i>	3	3	4	4	4	5	4
Muu huone – <i>Other room</i>	12	12	12	11	11	13	13

Lähde: Finnpanel, TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset  
 Source: Finnpanel, TV-household surveys

## 3 Radio

Ensimmäiset yksityiset radioasemat aloittivat lähetykset vuonna 1985. Asemat lisääntyivät alun kokeiluvaiheen jälkeen nopeasti. Viime vuosina noin 4 miljoonalla suomalaisella on ollut kotipaikkakunnallaan mahdollisuus kuunnella ainakin yhtä kaupallista radioasemaa. Vuoden 2001 lopussa Yleisradion viiden kanavan lisäksi toiminnassa oli 67 yksityistä asemaa. Lisäksi Yleisradiolla on kolme digitaalista DAB-radiokanavaa, mutta käytössä olevien digitaalivastaanottimien määrä on suppean valikoiman ja kalliin hinnan vuoksi marginaalisen pieni.

Asemien taloudellisten toimintaedellytysten parantamiseksi kaupallisen radio-toiminnan sääntelyä on viime vuosina huomattavasti liberalisoitu. Ohjelmiston paikallisuussäädöksiä on väljennetty ja sitä kautta mahdollistettu yksittäisten asemien välinen tiivis yhteistyö ja radioketjujen (taulukko 3.6) muodostuminen. Lisäksi on myönnetty ns. erikoisradiotoimilupia useilla paikkakunnilla toimiville formaattiradioille. Ensimmäiset tällaiset toimiluvat myönnettiin 1990-luvun puolivälissä.

Valtakunnallinen mainosrahoitteinen Radio Nova aloitti lähetykset vuonna 1997. Radio Nova nousi nopeasti varteenotettavaksi haastajaksi sekä Yleisradion kanaville että muille kaupallisille radioille. Kanavan startti oli menestys. Pääkohderyhmissään (20–44-vuotiaat) se valtasi noin puolessa vuodessa neljänneksen kuunteluosuuden. Menettäjinä olivat tasapuolisesti niin Ylen kanavat kuin kilpailevat kaupalliset asematkin. Nova on nykyisin Alma Median tytäryhtiö (74 % osakkeista).

Kaupallisten radioiden synnyn aiheuttamassa kilpailutilanteessa julkisen palvelun Yleisradio kasvatti lähetyaikojaan, profiloit radiokanavansa ja laajensi kolmannen lähetysverkkonsa valtakunnalliseksi. Samalla myös alueohjelmien volyyymi kasvoi erittäin paljon.

Yleisradio profiloit tarjontansa uudestaan vuonna 1990. Ylen ykkösverkosta muodostettiin "klassisen musiikin ja kulttuuriohjelmien kanava" (Ylen ykkönen), kakkosverkosta "populaarikulttuurin kanava nuorille aikuisille" (Radiomafia) ja kolmosverkosta "uutis-, ajankohtais- ja aluelähetysten kanava" (Radio Suomi). Lisäksi ruotsinkielinen ohjelmatoiminta jaettiin vuonna 1997 kahdelle kanavalle. Varttuneemmalle kuulijakunnalle suunnattu Radio Vega muistuttaa ohjelmisisältöltään perinteistä täyden palvelun kanavaa. Radio Extrem tavoittelee nuorempaa kuulijakuntaa. – Vuoden 2003 alussa kanavaprofiilit uudistuvat jälleen. Myös kanavien nimet vaihtunevat.

Yksityisille radioasemille 1990-luku oli taloudellisesti vaikeaa aikaa. Kaupallisten radioiden taloustilastojen mukaan esimerkiksi vuosina 1994–1998 joka vuosi vähintään puolet tutkituista radioista teki tappiollisen nettotuloksen. Radiokentän rakenteen uusiutuminen ja kaupallisten radioasemaketjujen mukaantulo mark-

kinoille näyttävät kuitenkin hiljalleen nostavan alaa uudestaan kasvu-uralle. Silti yksityisten osavaltakunnallisten ja paikallisten radioasemien liikevaihto oli vuonna 2001 edelleen selvästi alemmalla tasolla kuin 1990-luvun alussa (taulukko 3.3). Liikevaihto oli 32 miljoonaa euroa, kun se vuonna 1990 oli 39,5 miljoonaa euroa. Osa-  
valtakunnallisten ja paikallisten radioiden liikevaihto on noin prosentti joukkoviestinnän kokonaismarkkinoista. Valtakunnallisen Radio Novan liikevaihto oli 10,5 miljoonaa euroa vuonna 2001.

Julkisen palvelun Yleisradion radiotoiminnan taloudellinen volyyymi on koko kaupalliseen radiotoimintaan verrattuna yli 2,5-kertainen (ohjelmakustannukset 136 miljoonaa euroa vuonna 2001). (Taulukko 3.2.; ks. myös luvun 2 taulukko 3.) Resurssien kokoluokan ero näkyy myös henkilöstömäärissä. Vuonna 2001 vakinaista henkilöstöä Yleisradion radiotoimialalla oli kaikkiaan noin 1 000 henkeä. Yksityisten radioiden vakinaisen henkilöstön yhteismäärä oli hieman alle 500 ja free lance henkilöstöä oli alle 400. (Taulukot 3.8 & 3.9.)

Kaupallisten radioiden tuloista noin 85 prosenttia tulee mainonnasta (taulukko 3.4). Kaupallisen radiotoiminnan rakennemuutos näkyy selvästi myös mainostulojen rakenteessa. Valtakunnallisen mainonnan osuus tuloista on alkanut kasvaa.

Koko mediamainonnasta radion osuus vuonna 2001 oli 3,8 prosenttia. Se on edelleen vähemmän kuin 1990-luvun alussa. Länsi-Euroopan maissa radion keskimääräinen mainososuus on noin 5 prosenttia (vrt. luvun 12 taulukko 3).

Vaikka kaikkiaan 40 paikallisradioyhtiötä lopetti toimintansa tai sulautui toiseen radioasemaan vuosina 1990–2000, uusia yrittäjiä on löytynyt tilalle, ja yritysten kokonaisuus on säilynyt suurin piirtein ennallaan. Toiminnan alkuvuosina lopettaneet asemat olivat tyypillisesti pienten paikkakuntien osittain harrastuspohjaisia asemia. 1990-luvun alkupuolen talouslaman vuosina kato korjasi niin pienten paikkakuntien asemia kuin suurten kaupunkien kahden tai useamman radion kilpailutilanteessa toimivia asemeakin.

Kilpailutilanne on tiukin pääkaupunkiseudulla, jossa radiomainonnan kakkua on jakamassa kymmenkunta mainosrahoitteista asemaa (vrt. taulukko 3.20).

Yksityiset radiot toivat Suomeenkin kanavaprofiloinnin ja nk. lähetysvirtamallin, jota myös Yleisradio ryhtyi kanavauudistuksensa yhteydessä soveltamaan parilla kanavallaan. Lähetysvirtaperiaatteella toimivien radiokanavien ohjelmiston sävy muokataan tavoiteltavan yleisryhmän oletettujen mieltymysten mukaiseksi ennen kaikkea musiikin avulla. – Musiikista on kansainväliseen tapaan muodostunut lukuisilla suomalaisilla radioasemilla keskeisin elementti ohjelmiston profiiliin ja tyylin luojana. Myös julkisen palvelun Ylen kanavilla musiikilla on aivan keskeinen sija (vrt. taulukko 3.11).

Monet kaupalliset radioketjut tavoittelevat kuulijoikseen ennen kaikkea nuoria ja nuoria aikuisia erittäin tarkasti hiotuilla musiikkiformaateilla, ja asemien keskinäinen kilpailu kuulijoista on muodostunut hyvin tiukaksi. Yksityisen radiotoiminnan alkuaikojen idea paikallisuudesta on suuressa osassa asemia hävinnyt jälkeä jättämättä.

Radiolähetyksen volyyymi on nykyisin mittava. Yleisradio lähetti vuonna 2001 viidellä kanavallaan valtakunnallista ohjelmaa yhteensä lähes 800 tuntia viikossa. Eniten Yleisradio on kuitenkin kasvattanut alueellisten lähetyksen tuntimääriä. Ne ovat viisinkertaistuneet 1980-luvun puolivälin alle 200 viikkotunnista (toimintavuonna 1985/86) lähes 1 000 viikkotuntiin. Yksityisistä radioasemista valtaosa toimii ympärivuorokautisesti, joten yhteenlaskettuna ne lähettävät viikoittain ohjelmaa yhteensä noin 11 000 tuntia. (Taulukot 3.10–3.13.)

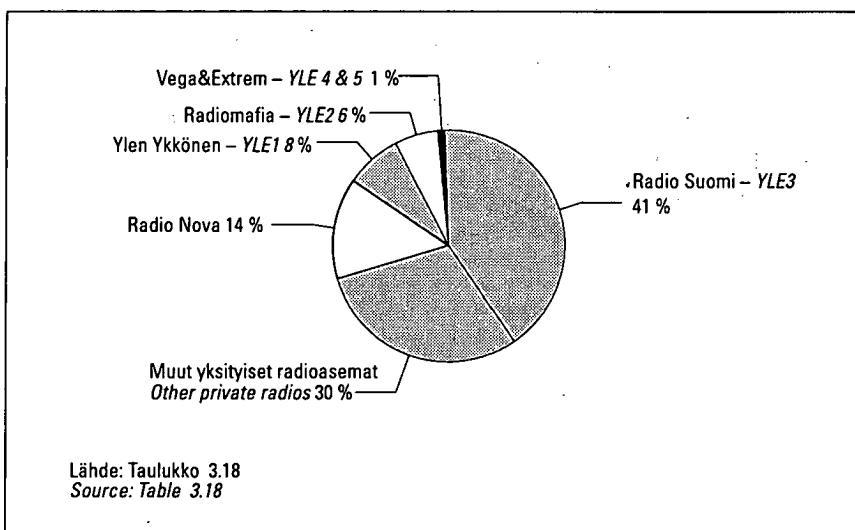
Lisäksi Yleisradio on aloittanut digitaaliset radiolähetykset jo syksyllä 1988. Toiminnassa on kolme digitaalikanavaa. Ongelmana on kuitenkin digitaalisten radiovastaanottimien vähäinen tarjonta ja niiden korkea hinta.

Radion tavoitavuus (= ainakin jotain radioasemaa keskimääräisenä päivänä seuranneiden osuus väestöstä) nousi selvästi vuoden 1990 radiouudistuksen jälkeen mutta 1990-luvun puolivälin jälkeen tavoitavuus on hieman laskenut. Viime vuosina radiota kuuntelevia on silti päivittäin ollut noin 80 prosenttia väestöstä. (Taulukot 3.14 & 3.15.)

Radion keskimääräinen kuuntelu-aika oli huipussaan vuonna 1992 lähes neljä tuntia päivässä. Sitten kuuntelu-aika on laskenut, mutta näyttäisi kääntyneen uudelleen nousuun 2000-luvun alussa. Vuonna 2001 keskimääräinen kuuntelu-aika oli noin 3 tuntia 30 minuuttia. Keskimääräisestä päivittäisestä kuunteluajasta kului Ylen taajuuksilla hieman alle 2 tuntia (56 %), Radio Novan parissa noin 30 minuuttia (14 %) ja muiden yksityisten radioasemien taajuuksilla noin tunti (30 %). (Taulukot 3.16–3.19.)

Kotitalouksilla oli vuonna 2000 käytössään keskimäärin 3,7 radiota eli kaikkiaan kodeissa oli arviolta noin 8,4 miljoonaa radiovastaanotinta. Työpaikalla tai au-

Kuvio 3.1 Radiokanavien kuunteluosuudet 2001  
Figure 3.1 Channel shares in radio listening 2001





tossa tapahtuva radion kuuntelu on selvästi kasvattanut osuuttaan kokonaiskuunte-  
luajasta. (Taulukot 3.21 & 3.24.)

Radion kuuntelua parhaiten selittävä muuttuja on ikä. Vanhemmat ikäryhmät  
kuuntelevat radiota selvästi nuorempia enemmän. (Taulukot 3.17 & 3.19.)

## Tilastointi

Valtakunnallisen radiotoiminnan taloudellista volyymia, ohjelmatunteja sekä henki-  
löstmääriä kuvaavat tiedot on saatu Yleisradion vuosikertomuksista, Alma Medialta  
ja Suomen Radioiden Liitolta.

Vuodesta 1990 lähtien Turun kauppakorkeakoulun Yritystoiminnan tutkimus-  
keskuksen Mediaryhmä on vuosittain laatinut yksityisten radioiden taloudellista ti-  
laa kartoittavia taloustilastoja. Selvitysten toimeksiantaja on liikenne- ja viestintä-  
ministeriö.

Aiemmin Yleisradio selvitti muutaman kerran vuodessa radion kuuntelua päivä-  
kirjatutkimuksilla. Vuodesta 1991 lähtien keskeisimmäksi kuuntelututkimukseksi on  
muodostunut Finnpanelin nk. kansallinen radiotutkimus, jonka aineistoa Yleisradio ja  
Suomen Radioiden Liitto käyttävät omassa raportoinnissaan.

Radioiden määrää ja sijaintia kotitalouksissa koskevat tiedot ovat peräisin Finn-  
panelin tv-mittaritutkimuksen otoksen kontrolloimiseksi suorittamista laajoista  
vuosittaisista nk. perustutkimuksista, joita on suoritettu vuodesta 1995 lähtien.

(TS)

## Täydentävää kirjallisuutta

*Alasuutari, Pertti:* Radio suomalaisten arkielämässä. Yleisradio, Tutkimus- ja kehi-  
tysosasto. Tutkimusraportti 3/1993. Helsinki 1993.

*Ala-Fossi, Marko:* Tähdien kylmä loiste. Radio Novan markkinoilletulon vaikutus  
Suomen kaupallisten paikallisradioiden toimintaan. Tampereen yliopisto, Tiedo-  
tusopin laitos, sarja A 92/1999.

*Alm, Ari & Salminen, Kimmo (toim.):* Toosa soi. Musiikki radion kilpailuvälineenä?  
Yleisradio, Tutkimus- ja kehitysosasto, Tutkimusraportti 1/1992. Helsinki 1992.

*Hujanen, Taisto:* Ääniradio. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen me-  
diamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

Kansalliset radiotutkimukset 1991–. *Suomen Paikallisradioliitto/Suomen Radioiden  
Liitto.* Helsinki (eri vuosina).

Kaupallisten radioiden taloustilastot. *Turun kauppakorkeakoulu*, Yritystoiminnan tutkimuskeskus 1990– (eri vuosina).

*Kemppainen, Pentti*: Radion murros. Julkisradioiden kanavaudistus Norjassa, Ruotsissa ja Suomessa. Julkaisuja 4. Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos, Helsinki 2001.

*Kytömäki, J. & Ruohomaa, E.*: Yleisökertomukset. Yleisradio, Helsinki 1998– (eri vuosina).

*Levo-Henriksson, R & Ampuja, M.*: Media ja me. Viestinnän julkaisuja 1. Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos, Helsinki 2000.

*Moring, Tom*: Suomenruotsalaiset radionkuuntelijoina. Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1996. Yleisradio, Helsinki 1996.

*Nukari, Matti & Ruohomaa, Erja*: Uusi vanha radio. WSOY, Helsinki 1997.

*Picard, R. ym.*: Menestyvä paikallisradio. Liikenneministeriö, Julkaisuja 40/99. Helsinki.

Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirjat. *Yleisradio*, Helsinki 1991– (eri vuosina).

*Salokangas, Raimo*: Aikansa oloinen. Yleisradion historia 1949–1996. Teoksessa Yleisradion historia 1926–1996. Osa 2. Yleisradio, Helsinki 1996.

## Taulukot – Tables

- 3.1 Radiokanavat ja -asemat (Tammikuu 2002)  
*Radio channels and stations (January 2002)*
- 3.2 Yleisradion radio-ohjelmakustannukset 2001  
*YLE radio programming costs 2001*
- 3.3 Yksityisten radioiden tuotot 1985–2001  
*Revenues of private radio stations 1985–2001*
- 3.4 Yksityisten radioiden tuotot 1985–2001  
*Breakdown of private radio stations' revenues 1985–2001*
- 3.5 Yksityisten radioasemien määrän kehitys 1985–2001  
*Number of private radio stations 1985–2001*
- 3.6 Suurimmat radioketjut (Tammikuu 2002)  
*Biggest radio chains (January 2002)*
- 3.7 Yksityiset radioasemat 2002 (Tammikuu)  
*Private radio stations 2002 (January)*
- 3.8 Yleisradion radiotoimialan henkilöstö 1989/90–2001  
*YLE radio personnel 1989/90–2001*
- 3.9 Yksityisten radioasemien henkilöstö 1985–2000  
*Private radio stations, personnel 1985–2000*
- 3.10 Yleisradion radiolähetysten ohjelma-aika 1980/81–2001  
*YLE weekly radio programming hours 1980/81–2001*
- 3.11 Yleisradion valtakunnallisten radiokanavien ohjelmatarjonta 2001  
*YLE radio nationwide programming 2001*
- 3.12 Yleisradion aluelähteykset 2001  
*YLE regional broadcasting 2001*
- 3.13 Yksityisten radioasemien keskimääräiset viikkotunnit 1985–2001  
*Average weekly broadcasting by private radio stations 1985–2001*
- 3.14 Radion tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1980–2001  
*Daily reach of radio 1980–2001*
- 3.15 Radion tavoitavuus väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2001  
*Daily reach of radio by population groups 2001*
- 3.16 Radion kuuntelu-aika keskimääräisenä päivänä 1980–2001  
*Average daily radio listening time 1980–2001*
- 3.17 Radion kuuntelu-aika väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2001  
*Average daily radio listening time by population groups 2001*
- 3.18 Radion kuunteluosuudet keskimääräisenä päivänä 1980–2001  
*Radio channel shares 1980–2001*
- 3.19 Radion kuunteluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2001  
*Radio channel shares by population groups 2001*

- 3.20 Radion tavoitavuus, kuuntelu-aika ja kanavaosuudet pääkaupunkiseudulla 2002 (Maalis-huhtikuu)  
*Reach, listening time, and share of radio: the Helsinki capital area 2002 (March-April)*
- 3.21 Radion kuuntelu kuuntelu-paikan mukaan 1992–2001  
*Breakdown of radio listening by place of listening 1992–2001*
- 3.22 Radiolaitteiden vähittäismyynti 1980–2001  
*Retail sales of radio equipment 1980–2001*
- 3.23 Radiolaitteiden keskihinnat ja myynnin arvo 1980–2001  
*Radio equipment: average prices and sales value 1980–2001*
- 3.24 Kotitalouksien radiovastaanottimet 1995–2000  
*Household radio equipment 1995–2000*

## Kuviot – Figures

- 3.1 Radiokanavien kuunteluosuudet 2001  
*Channel shares in radio listening 2001*
- 3.2 Yleisradion radiokanavien kuuluvuusalueet  
*Coverage areas of YLE radio channels*
- 3.3 Yksityisten radioiden tuotot 1985–2001  
*Revenues of private radio stations 1985–2001*
- 3.4 Yksityisten radioiden tuotot 2001  
*Breakdown of private radio stations' revenues 2001*
- 3.5 Radio Novan kuuluvuusalueet  
*Coverage areas of Radio Nova*
- 3.6 Radion kuuntelu paikan mukaan 2001  
*Breakdown of local radio listening by place of listening 2001*

3.1 Radiokanavat ja -asemat (Tammikuu 2002)  
*Radio channels and stations (January 2002)*

Peitto – Coverage	Toimintaperiaate Status	Kanava/asema Channel/station	Yhtiö Organisation	Rahoitus Financing	Aloitusvuosi Year of establishment		
Valtakunnallinen/ <i>National</i>	Julkinen/ <i>Public</i>	Ylen Ykkönen	YLE	lupamaksut/licence fees	1926/1990		
		Radiomafia	YLE	lupamaksut/licence fees	1990		
		Radio Suomi	YLE	lupamaksut/licence fees	1965/1990		
		Radio Vega	YLE	lupamaksut/licence fees	1961/1997		
		Radio Extrem	YLE	lupamaksut/licence fees	1997		
		Digitaaliset – DAB:					
		Radio Peili	YLE	lupamaksut/licence fees	1998		
		Radio Aino	YLE	lupamaksut/licence fees	1999		
		Ylen Klassinen	YLE	lupamaksut/licence fees	1999		
		Valtakunnallinen/ <i>National</i>	Yksityinen/ <i>Private</i>	Radio Nova	Suomen Uutisradio	mainonta/commercials	1997
Alueellinen/ <i>Regional</i>	Julkinen/ <i>Public</i>	26 alueradiota/  26 regional windows –20 suomeksi/in Finnish –5 ruotsiksi/in Swedish –1 saameksi/in Sami	YLE	lupamaksut/licence fees	1975 1973 1987		
Puolivaltakunnallinen/ Paikallinen/Alueellinen <i>Semi-national/Regional/ Local</i>	Yksityinen/ <i>Private</i>	66 radioasemaa/ <i>66 radio stations</i>	*	mainonta/ <i>mainly commercials</i>	1985		

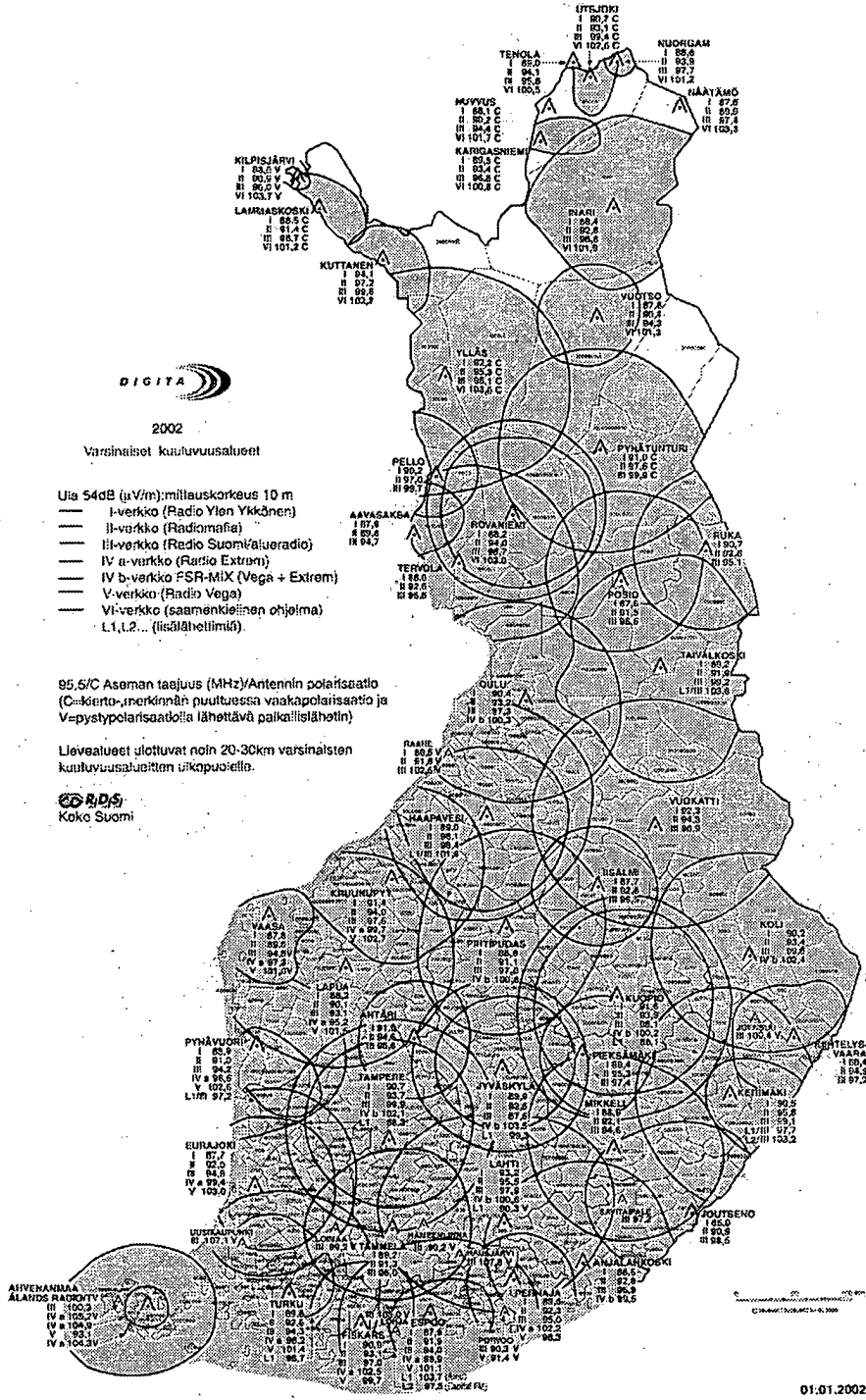
Lähteet: YLE

Suomen Radioiden Liitto SRL

Sources: YLE

Association of Finnish Broadcasters

Kuvio 3.2 Yleisradion radiokanavien kuuluvuusalueet  
 Figure 3.2 Coverage areas of YLE radio channels



3.2 Yleisradion radio-ohjelmakustannukset 2001  
**YLE radio programming costs 2001**

	Kokonaiskustannukset <i>Total costs</i>	Lähetystunnin hinta <i>Programming costs per hour</i>
	€ milj. – € million	€
Ylen Ykkönen – YLE Radio 1	29,1	3317
Radiomafia – YLE Radio 2	14,1	1605
Radio Suomi – YLE Radio 3*	49,1	959
Radio Vega – YLE Radio 4*	16,4	1354
Radio Extrem – YLE Radio 5	8,0	912
Radio Peili – <i>Radio Peili (DAB)</i>	2,1	235
Radio Aino – <i>Radio Aino (DAB)</i>	5,1	585
Ylen Klassinen – <i>YLE Classical (DAB)</i>	0,3	32
FSR (DAB)	0,8	1037
Saamen Radio – <i>Sámi Radio</i>	1,7	884
Ulkomaanlähetetykset (Radio Finland) <i>Foreign service broadcasts (Radio Finland)</i>	4,6	99
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>137</b>	

\* Sisältää alueelliset palvelut. – *Including regional services.*

Lähde: Yleisradion vuosikertomus 2001

Source: YLE annual report 2001

### 3.3 Yksityisten radioiden tuotot 1985–2001 Revenues of private radio stations 1985–2001

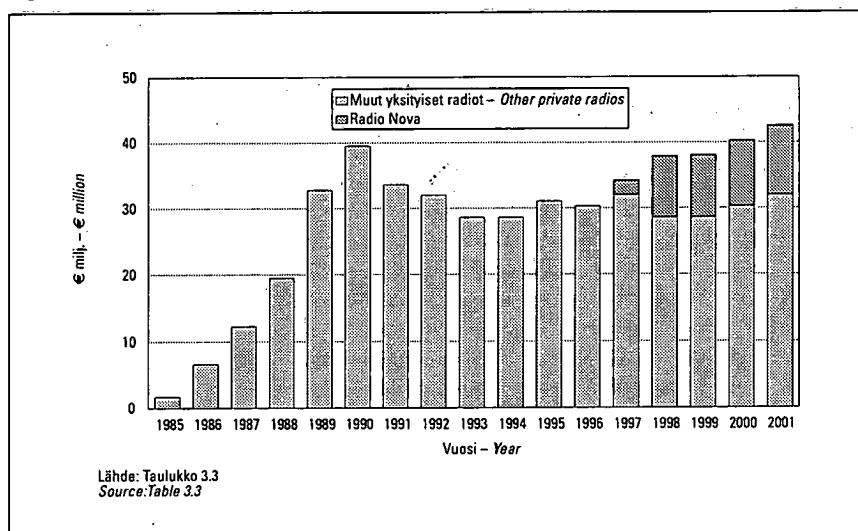
	Radio Nova	Muut yksityiset radiot Other private radios	Yhteensä – Total	Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices
	€ milj. – € million	€ milj. – € million	€ milj. – € million	€ milj. – € million
1985		1,7	1,7	2,6
1990		39,5	39,5	48,7
1991		33,6	33,6	39,8
1992		32,0	32,0	36,9
1993		28,6	28,6	32,3
1994		28,6	28,6	32,0
1995		31,1	31,1	34,5
1996		30,3	30,3	33,3
1997	2,2	32,0	34,1	37,1
1998	9,3	28,6	37,8	40,6
1999	9,4	28,6	38,0	40,3
2000	9,9	30,3	40,2	41,2
2001	10,5	32,0	42,5	42,5

\* Arvioita – Estimates

Lähteet: Alma Median toimintakertomukset  
Suomen Gallup-Media  
Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus

Sources: Alma Media annual reports  
MDC Helsinki Group  
Turku School of Economics, Business research and development centre

Kuvio 3.3 Yksityisten radioiden tuotot 1985–2001  
Figure 3.3 Revenues of private radio stations 1985–2001





3.4 Yksityisten radioiden tuottorakenne 1985–2001  
*Breakdown of private radio stations' revenues 1985–2001*

<b>Osavaltakunnalliset ja paikalliset asemat</b> <i>Semi-national and regional/local stations</i>	1985	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
	%									
Mainonta – Advertising										
• paikallinen – local	89	79	83	82	86	79	85	83	75	70
• valtakunnallinen – national	..	13	8	6	5	11	7	5	13	17
Ohjelma-ajan myynti – Sales of programming time	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2
Muu myynti – Other sales	10	6	7	10	7	8	5	9	10	11
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

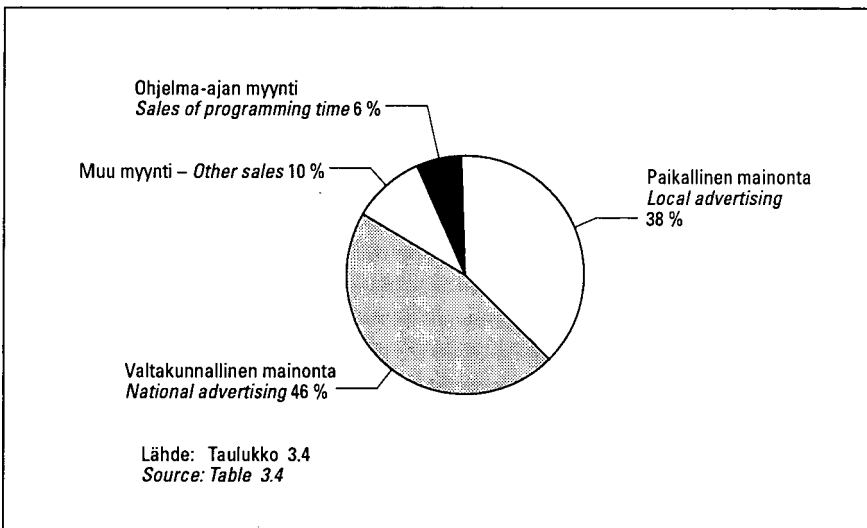
<b>Kaikki asemat* – All stations*</b>	2000	2001
	%	
Mainonta – Advertising		
• paikallinen – local	36	38
• valtakunnallinen – national	57	46
Ohjelma-ajan myynti – Sales of programming time	1	6
Muu myynti – Other sales	7	10
Yhteensä – total	100	100

\* Sisältää myös Radio Novan (valtakunnallinen) – Including Radio Nova (nationwide)

Lähde: Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus

Source: Turku School of Economics, Business research and development centre

Kuvio 3.4 Yksityisten radioiden tuotot 2001  
*Figure 3.4 Breakdown of private radio stations' revenues 2001*



### 3.5 Yksityisten radioasemien määrän kehitys 1985–2001\* Number of private radio stations 1985–2001\*

	Valtakunnalliset <i>National</i>	Erikoisradiot** <i>Special radios**</i>	Muut – Other	Yhteensä – Total	Toiminnan lopettaneet radioyrietykset*** <i>Stations closed down***</i>
1985	–	–	18	18	0
1990	–	–	66	66	1
1991	–	–	60	60	7
1992	–	–	57	57	5
1993	–	–	56	56	6
1994	–	2	57	59	3
1995	–	2	58	60	3
1996	–	2	57	59	3
1997	1	2	58	61	2
1998	1	2	58	61	1
1999	1	7	52	60	5
2000	1	7	55	63	4
2001	1	9	57	67	–

\* Asemien määrät kunkin vuoden lopussa – *At year-end.*

\*\* Valtioneuvosto myöntänyt toimiluvan ns. erikoisradiotoimintaan. Useimmat näistä ovat puolivaltakunnallisia formaattiradioita. – *The Council of State has granted licences for "special broadcasting services", most of which are semi-national format radios.*

\*\*\* Sisältää vapaaehtoiset lopettamiset, fuusiot ja konkurssit. Huomattavassa osassa tapauksista uusi yrittäjä on jatkanut toimintaa. – *Includes voluntary closedowns, bankruptcies and mergers. In most cases a new operator has continued programming.*

Lähteet: Liikenne- ja viestintäministeriö  
Suomen Radioiden Liitto SRL

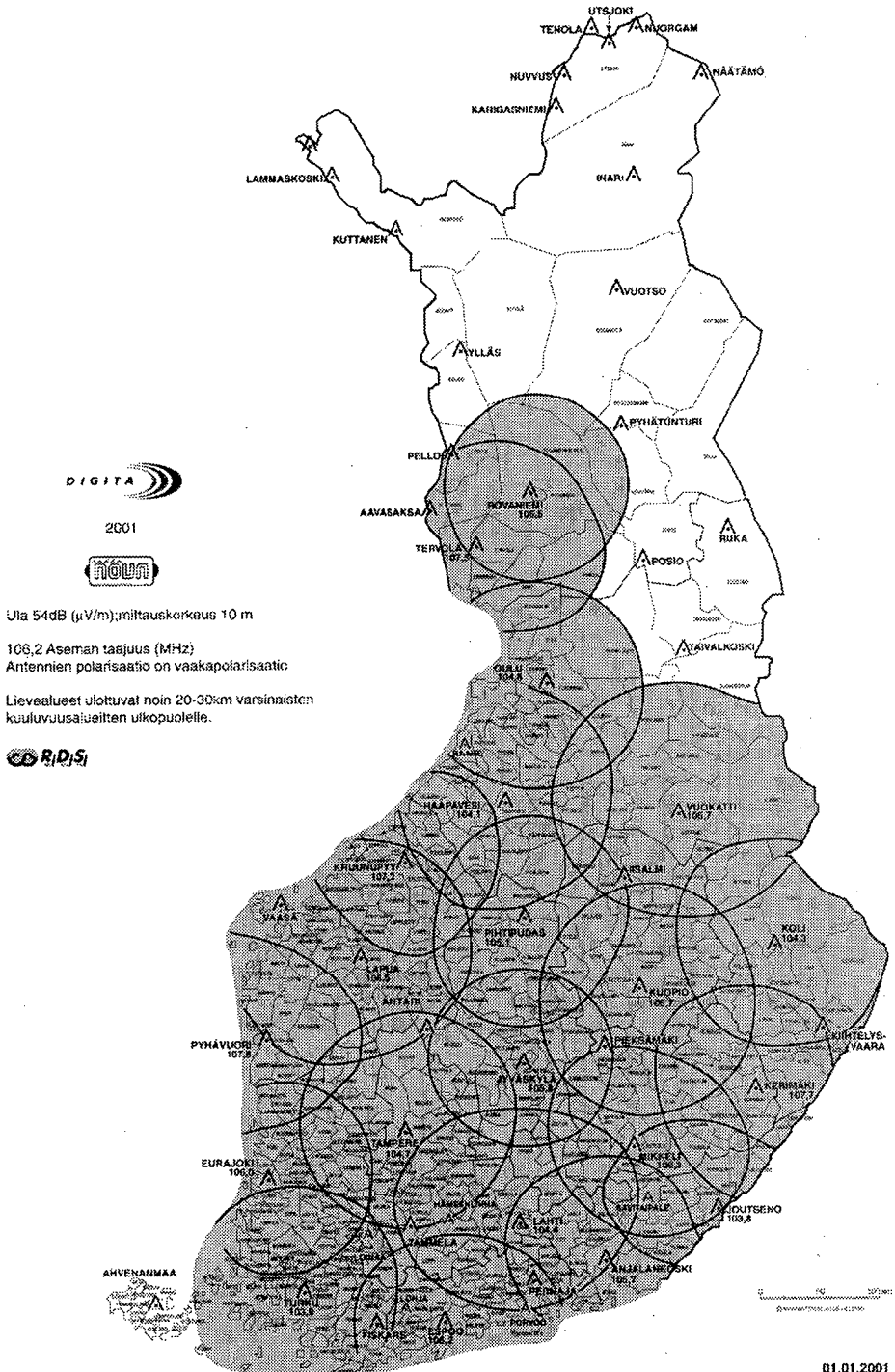
Sources: Ministry of Traffic and Communications  
Association of Finnish Broadcasters

### 3.6 Suurimmat radioketjut (Elokuu 2002) Biggest radio chains (August 2002)

	Perustettu <i>Established</i>	Toimilupia <i>Operating licences</i>	Alueita <i>No. of regions</i>	Omistaja <i>Owner</i>	Kansallisuus <i>Nationality</i>
Classic FM	1992	1	12	Classic FM/Great Western Radio	Britannia – Britain
Groove FM	1999	1	7	Metromedia	USA
Iskelmä	2001	16	34	SBS & al.	Luxemburg – Luxembourg
Kiss FM	1995	1	32	SBS	Luxemburg – Luxembourg
NRJ/Energy	1995	11	11	NRJ S.A.	Ranska – France
Radio Dei	1997	1	11	Kristillinen Media	Suomi – Finland
Sport FM				Hjallis Promotion (70%), Swelcom (30 %)	Suomi – Finland
SuomiPOP	2000	1	14	Metromedia	USA
Sävelradio	1999	1	16	Janton (65%)	Suomi – Finland

Useimmissa tapauksissa ketjut ovat nk. erikoisradioita, joille valtioneuvosto on myöntänyt yhden yhteisen toimiluvan. Useimmat näistä ovat puolivaltakunnallisia formaattiradioita. – *In most cases the Council of State has granted one single operating licence for "special broadcasting services". Most of these radios are semi-national format radios.*

Kuvio 3.5 Radio Novan kuuluvuusalueet  
 Figure 3.5 Coverage areas of Radio Nova



01.01.2001

### 3.7 Yksityiset radioasemat 2002 (Tammikuu) Private radio stations 2002 (January)

Radioasema – Station	Aloituvuosi – Started in	Toimiluvan haltija – Licence holder	Paikkakunta – Community
Radio Nova	1997	Oy Suomen Uutisradio Ab	Koko maa – Whole country
Classic FM	1992	Classic Radio Oy	Useilla alueilla – Several regions
Groove FM	1995	Oy MetroMedia Finland Ab	Useilla alueilla – Several regions
Kiss FM	1995	Helsingin Radioviestintä Oy	Useilla alueilla – Several regions
SuomiPOP	2000	Oy MetroMedia Finland Ab	Useilla alueilla – Several regions
Radio Sputnik	1999	Radio Satellite Finland Oy	Useilla alueilla – Several regions
Sävelradio	1999	Suomen Sävelradio Oy	Useilla alueilla – Several regions
NRJ/Energy	1995	Capitec Oy & NRJ Finland Oy	Useilla alueilla – Several regions
Radio Dei	1997	Kristillinen Media Oy	Useilla alueilla – Several regions
Sport FM	2001	Suomen Urheiluradio Oy	Useilla alueilla – Several regions
Reissuradio	1998	Het Nytt Oy	Useilla alueilla – Several regions
Järviradio	1987	Järviseudun Paikallisradio Oy	Alajärvi
Radio Pikku Pariisi	1989	Haapaveden Opiston kannatusyhdistys ry	Haapavesi
Radio City	1985	Suomen Kaupunkiradio Oy	Helsinki
Radio Helsinki	2001	Edit Station Oy	Helsinki
Lähiradio	1988	Helsingin Lähiradio	Helsinki
Radio West	1995	Huittisten Puhelin Oy	Huittinen
Radio Janne	2001	Hämeen Sanomat Oy	Hämeenlinna
Radio Inari	1987	Inarin Paikallisradioyhdistys ry	Inari
Radio Iniö	1986	Iniön kunta	Iniö
Radio Salminen	1988	Pohjois-Savon Paikallisradio Oy	Iisalmi
Radio Satahäme	1985	Pohjois-Satakunnan Viestintä Oy	Ikaalinen ym.
Radio Rex	1993	Oy Najaros Ab	Joensuu ym.
Radio Jyväskylä	2001	Mediäväylä Oy	Jyväskylä ym.
Radio Dei	1999	Genesis-Kirjat Oy	Jyväskylä
Radio Kajaus	1989	Kainuun Paikallisradio Oy	Kajaani ym.
Radioankkuri	1990	Kaimax-Media Oy	Kemi
Radio Kokkola	1988	Kokkolan Paikallisradio Oy	Kokkola
Iskelmäradio Kaakko	1993	Kymenlaakson Sähköiset Viestimet Oy	Kotka ym.
Oikea Asema	1985	Pohjois-Savon Paikallisradio Oy	Kuopio
Radio Ruka	1995	ML-Infoconsulting Oy	Kuusamo
Radio Paitapiiska	1985	Radio Paitapiiska Oy	Kurikka
Radio 99	1993	Monday's Special Oy	Lahti
Putkiradio	2001	Monday's Special Oy	Lahti
Iskelmä 969 Simpsiö	1985	Lapuan Paikallisradio Oy	Lapua
Radio On	2000	Lapuan Paikallisradio Oy	Lapua
Iskelmäradio Uusimaa	1993	Turun Ensitorppa Oy	Lohja
Radio Väst	1997	Ålands Lokal-TV Ab	Maarianhamina
Radio RPM	1987	Järvi-Savon Viestintä Oy	Mikkeli ym.

3.7 Jatkuu  
Continued

Radioasema – Station	Aloitusvuosi – Started in	Toimiluvan haltija – Licence holder	Paikkakunta – Community
Radio Mega	1988	Oulun Horisontti Oy	Oulu
Radioasema Q	1999	Oulun Seudun Paikallisradio Oy	Oulu
Radio Keski-Savo	1997	Grammari – Ari Oy	Pieksämäki
Radio Pori	1985	Teljän Mediat Oy	Pori
Radio Sointu	2000	Teljän Mediat Oy	Pori ym.
Radio Foni	1994	Radio Foni Oy	Porvoo
Radio Pooki	1989	Radio Pooki Oy	Raaha ym.
Radio Ramona	1988	Paikallisradio Ramona Oy	Rauma
RFM	1999	Prianet Oy	Rovaniemi
RFM Skiradio	1999	Prianet Oy	Rovaniemi ym.
Radio 88,2	1989	Salon Alueradio Oy	Salo
Rogmo FM	1989	Salon Alueradio Oy	Salo
Radio Seinäjoki	1990	Etelä-Pohjanmaan Viestintä Oy	Seinäjoki
Iskelmäradio Pohjanmaa	2001	Kevyt Kanava Oy	Seinäjoki ym.
Radio Moreeni	1989	Tampereen Yliopisto	Tampere
Radio 957	1985	Tampereen Ääni Oy	Tampere ym.
Iskelmä Tampere	1989	Tampereen Seudun Paikallisradio Oy	Tampere ym.
Radio Provinssi	1989	Tornion Paikallisradioyhdistys ry	Tornio
Radio Auran Aallot	1985	Turun Paikallisradio Oy	Turku ym.
Radio Sata	1989	Pro Radio Oy	Turku ym.
Radio Majakka	1999	Turun Paikallisradio Oy	Turku
Radio Robin Hood	1990	Turun Lähiradioyhdistys	Turku ym.
Iskelmäradio	2001	Radio Kantri	Turku
Radio Vaasa	1985	Oy Radio Vaasa Ab	Vaasa
Radio Melody	2000	Oy Vaasa Mediat Ab	Vaasa
Radio Pop	1994	Pirkanmaan Viestintäpalvelu Oy	Valkeakoski
Radio Manta	1989	Kustannusliike Aluelehdet Oy	Vammala ym.
Radio Toiska	1990	Radio Ostola Oy	Ähtäri

Lähde: Suomen Radioiden Liitto SRL  
Source: Association of Finnish Broadcasters

### 3.8 Yleisradion radiotoimialan henkilöstö 1989/90–2001 YLE radio personnel 1989/90–2001

Henkilöstö – Employees	
1989/90	1 260
1990/91	1 270
1991/92	1 294
1993	1 322
1994	1 349
1995	1 327
1996	1 351
1997	1 390
1998	1 413
1999	1 210
2000	1 017
2001	1 025

Tiedot vuoteen 1999 asti eivät ole suoraan vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.  
Figures for 2000 and onwards are not wholly comparable with the figures until 1999.

Lähde: Yleisradio, Henkilöstöhallinto  
Source: YLE Personnel administration

### 3.9 Yksityisten radioasemien henkilöstö 1985–2000 Private radio stations, personnel 1985–2000

	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Henkilöstö – Employees												
Vakinainen henkilöstö yhteensä Permanent staff total	155	630	521	513	455	496	494	490	492	508	..	489
Vakinaisia/asema Permanent staff average/station	9	11	10	10	8	8	8	8	8	8	..	8
Free lance henkilöstö Free lance staff total	187	800	550	550	443	482	380	360	354	402	..	375
Free lance henkilöstöä/asema Free lance average/station	11	14	11	11	8	8	6	6	6	6	..	6

Lähteet: Liikenne- ja viestintäministeriö (–1988)  
Suomen Radioiden Liitto SRL (1989–)  
Sources: Ministry of Traffic and Communications (–1988)  
Association of Finnish Broadcasters (1989–)

3.10 Yleisradion radiolähetysten ohjelma-aika 1980/81–2001  
*YLE weekly radio programming hours 1980/81–2001*

	Valtakunnalliset verkot – <i>Nationwide networks</i>					Aluelähettykset – <i>Regional broadcasts</i>			
	1-verkko <i>Radio 1</i>	2-verkko <i>Radio 2</i>	3-verkko <i>Radio 3</i>	4-verkko* <i>Radio 4*</i>	5-verkko* <i>Radio 5*</i>	Suomenk. <i>In Finnish</i>	Ruotsink. <i>In Swedish</i>	Saamenk. <i>In Sámi</i>	Capital <i>FM**</i>
1980/81	121	109	–	99		52	17	2	
1985/86	130	136	–	130		142	42	3	
1990/91	132	168	130	128		549	76	11	
1991/92	134	168	137	131		650	137	16	155
1992	133	168	136	130		683	148	26	168
1993	134	168	136	130		585	132	26	168
1994	154	168	136	130		639	130	33	168
1995	168	168	135	133		659	132	34	168
1996	168	168	135	137		684	143	39	168
1997	168	168	133	185		735	99	36	168
1998	168	168	132	134	131	791	70	38	168
1999	168	168	132	138	152	792	78	39	168
2000	168	168	130	168	153	848	78	36	168
2001	168	168	129	168	153	855	78	37	168

	DAB-kanavat – <i>DAB-channels</i>			Ulkomaanlähettykset		DAB-kanavat <i>DAB-channels</i>
	Radio Peili	Radio Aino	Ylen Klassinen	Analogiset – <i>Analog</i>		
	Tuntia/viikko – <i>Hours/week</i>					
1980/81						40
1985/86						187
1990/91						229
1991/92						219
1992						248
1993						247
1994						372
1995						639
1996						..
1997						..
1998		168				771
1999		168	168	168		727
2000		168	168	168		813
2001		168	168	168		893
						337

\* Vuoteen 1996 asti Riksradiion (1 kanava). – *Until November 1997: Riksradiion (one channel only).*

\*\* Välittää mm. Voice of American, National Public Radion, Deutsche Wellen, Radio France Internationalen, BBC World Servicen ja Ylen ulkomaanlähetysten ohjelmaa Helsingin alueella 24 tuntia vuorokaudessa. – *Transmits the programming of Voice of America, National Public Radio, Deutsche Welle, Radio France International, BBC World Service and YLE's foreign service programming in the Helsinki area on a 24-hour basis.*

Lähde: Yleisradion vuosikirjat  
 Source: *YLE yearbooks*

3.11 Yleisradion valtakunnallisten radiokanavien ohjelmatarjonta 2001  
 YLE radio nationwide programming 2001

	Lähetysaika Broadcasting time Tuntia/vrk – Hours/day	Ohjelmarakenne – Programming	%		
<b>Radio Ylen Ykkönen – YLE Radio 1</b>	24	Musiikkiohjelmat – Music	39		
		Kulttuuri – Culture	6		
		Uutiset – Newscasts	6		
		Tiede- ja opetus – Science & education	4		
		Hartausohjelmat – Religious	3		
		Kuunnelmat – Drama	2		
		Dokumentit – Features & documentaries	1		
		Lastenohjelmat – Children's	1		
		Muut puheohjelmat – Other talk shows	13		
		Yöklassinen – Classical music night	25		
		Yhteensä	100		
		Musiikin osuus – Share of music	60		
		• siitä kotimainen – of which domestic	19		
<b>Radio Mafía – YLE Radio 2</b>	24	Populaarikulttuuri – Popular culture	82		
		Asiaohjelmat – Features	3		
		Uutiset – Newscasts	2		
		Yöklassinen – Classical music night	13		
		Yhteensä	100		
		Musiikin osuus – Share of music	74		
		• siitä kotimainen – of which domestic	28		
		<b>Radio Suomi – YLE Radio 3</b>	24	Musiikki (sis. yöradion) – Music (including night radio)	36
				Maakunnalliset – Regional programming	23
				Uutiset – Newscasts	10
Urheilu – Sports	9				
Tiedotukset – Information & notices	9				
Ajankohtaisohj. – Current affairs	7				
Asiaohjelmat – Features	5				
Lastenohjelmat – Children's	1				
Kuunnelmat – Drama	0,3				
Yhteensä	100				
Musiikin osuus – Share of music	43				
• siitä kotimainen – of which domestic	63				
<b>Radio Vega – YLE Radio 4</b>	24			Maakunnalliset – Regional programming	9
		Uutiset – Newscasts	9		
		Tiede- ja opetus – Science & education	2		
		Hartausohjelmat – Religious	2		
		Lastenohjelmat – Children's	1		
		Radioteatteri & dokumentit – Drama & documentaries	1		
		Urheilu – Sports	1		
		Muut ohjelmat – Other programming	53		
		Yöradio – Night radio	23		
		Yhteensä	100		
		Musiikin osuus – Share of music	43		
		• siitä kotimainen – of which domestic	16		



3.11 Jatkuu  
Continued

	Lähetysaika Broadcasting time Tuntia/vrk – Hours/day	Ohjelmarakenne – Programming	%
<b>Radio Extrem – YLE Radio 5 (in Swedish)</b>	24	Uutiset – <i>Newscasts</i>	4
		Lastenohjelmat – <i>Children's</i>	4
		Urheilu – <i>Sports</i>	7
		Muut ohjelmat – <i>Other programming</i>	65
		Yöradio – <i>Night radio</i>	21
		Yhteensä	100
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i> • siitä kotimainen – <i>of which domestic</i>	70 10
<b>Radio Peili (DAB)</b>	24	Asiaohjelmat – <i>Features</i>	61
		Klassinen jazz – <i>Classical jazz</i>	24
		Uutiset – <i>Newscasts</i>	15
		Yhteensä	100
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i> • siitä kotimainen – <i>of which domestic</i>	25 0,4
<b>Radio Aino (DAB)</b>	24	Viihde – <i>Entertainment</i>	54
		Ajankohtaisohj. – <i>Current affairs</i>	15
		Asiaohjelmat – <i>Features</i>	3
		Kulttuuri – <i>Culture</i>	3
		Uutiset – <i>Newscasts</i>	2
		Vieraskielinen palvelu – <i>Programming in foreign languages</i> (Öisin – <i>At nighttime</i> )	24
		Yhteensä	100
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i> • siitä kotimainen – <i>of which domestic</i>	46 12
<b>Ylen Klassinen (DAB)</b>	24	Musiikin osuus – <i>Share of music</i> • siitä kotimainen – <i>of which domestic</i>	100 ..

Lähde: Yleisradion toimintakertomus 2001  
Source: Yle annual report 2001

### 3.12 Yleisradion aluelähettykset 2001 YLE regional broadcasting 2001

Toimipisteen nimi – Name	Sijainti – Location	Aloitusvuosi – Established	Tuntia/viikko – Hours/week
<b>Suomeksi – In Finnish</b>			
Ylen aikainen	Helsinki	1975	39
Ylen läntinen	Tammisaari	1991	39
Radio Itä-Uusimaa	Porvoo	1991	39
Etelä-Karjalan Radio	Lappeenranta	1989	39
Kymenlaakson Radio	Kouvola	1989	39
Turun Radio	Turku	1982	39
Satakunnan Radio	Pori	1988	40
Tampereen Radio	Tampere	1982	39
Lahden Radio	Lahti	1984	40
Radio Häme	Hämeenlinna	1989	39
Radio Keski-Suomi	Jyväskylä	1986	104
Radio Savo	Kuopio	1984	39
Etelä-Savon Radio	Mikkeli	1985	39
Pohjois-Karjalan Radio	Joensuu	1988	39
Pohjanmaan Radio	Vaasa	1988	40
Radio Keski-Pohjanmaa	Kokkola	1991	40
Oulu Radio	Oulu	1983	39
Kainuun Radio	Kajaani	1988	39
Lapin Radio	Rovaniemi	1988	40
Radio Perämeri	Kemi	1991	40
<b>Yhteensä – Total</b>			<b>855</b>
<b>Ruotsiksi – In Swedish</b>			
Vega Österbotten	Vasa	1973	16
Vega Åboland	Åbo	1973	16
Vega Västnyland	Ekenäs	1973	16
Vega Mellannnyland	Helsingfors	1976	16
Vega Östnyland	Borgå	1973	16
<b>Yhteensä – Total</b>			<b>78</b>
<b>Saameksi – In Sámi</b>			
Saamen Radio	Inari	1987	37

Lähde: Yleisradion vuosikertomus 2001

Source: YLE annual report 2001

3.13 Yksityisten radioasemien keskimääräiset viikkotunnit 1985–2001  
*Average weekly broadcasting by private radio stations 1985–2001*

	Lähetystunteja/vko <i>Hours/week</i>
1985	30
1990	98
1991	107
1992	123
1993	168
1994	163
1995	168
1996	168
1997	168
1998	168
1999	168
2000	168
2001	168

Lähteet: Liikenne- ja viestintäministeriö  
 Suomen Radioiden Liitto SRL  
*Sources: Ministry of Traffic and Communications  
 Association of Finnish Broadcasters*

### 3.14 Radion tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1980–2001 Daily reach of radio 1980–2001

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%													
YLE Radio1	52	33	20	18	19	15	14	13	13	13	12	12	12	12
YLE Radio2	55	52	20	23	22	22	22	22	18	12	11	11	10	9
YLE Radio3	..	..	37	39	41	44	44	44	42	38	39	36	38	37
YLE Radio 4 & 5	1	1	2	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	1
<b>YLE yhteensä – YLE total</b>	<b>76</b>	<b>68</b>	<b>63</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>67</b>	<b>68</b>	<b>67</b>	<b>62</b>	<b>55</b>	<b>54</b>	<b>52</b>	<b>54</b>	<b>51</b>
Radio Nova										20	20	18	16	19
<b>Yksityiset radiot yhteensä Private radio, total</b>	–	..	<b>41</b>	<b>35</b>	<b>33</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>42</b>	<b>44</b>	<b>43</b>	<b>45</b>	<b>49</b>
<b>Kaikki yhteensä – Total</b>	<b>76</b>	..	<b>83</b>	<b>82</b>	<b>83</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>82</b>	<b>82</b>	<b>81</b>	<b>79</b>	<b>81</b>	<b>82</b>

YLE Radio1: 1990– Ylen Ykkönen. – As from 1990 Yle Radio 1.

YLE Radio2: 1990– Radiomafia. – As from 1990 Radiomafia.

YLE Radio3: 1990– Radio Suomi. – As from 1990 Radio Suomi.

YLE Radio4&5: 1997– Ruotsinkieliset täyden palvelun ohjelmakanavat Radio Vega & Radio Extrem.

As from 1997 Radio Vega & Radio Extrem. (Full-service networks for the Swedish-speaking audience.)

1980–1993: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1994–1996: Tiedot syys – kevätkausilta. – Averages, autumn to spring seasons.

1997: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1998–: Koko vuosi. – Averages, whole year.

Lähteet: Finnpanel Oy

Yleisradio Oy

Sources: Finnpanel Oy

YLE, Research and Development

**3.15 Radion tavoitavuus väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2001**  
*Daily reach of radio by population groups 2001*

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	<b>Radio yhteensä All radio</b> %	Ylen Ykkönen YLE Radio 1	Radiomafia YLE Radio 2	Radio Suomi YLE Radio 3	Vega & Extrem YLE Radio 4&5	<b>Yle yhteensä YLE total</b>	Radio Nova	Classic FM
Kaikki – All	<b>82</b>	12	9	37	1	<b>51</b>	19	1
Sukupuoli – Sex								
Naiset – Women	<b>82</b>	14	7	36	1	<b>50</b>	18	1
Miehet – Men	<b>82</b>	9	11	38	1	<b>52</b>	20	1
Ikä – Age								
9–14	<b>66</b>	4	10	8	1	<b>21</b>	21	1
15–24	<b>73</b>	2	20	8	1	<b>29</b>	24	1
25–34	<b>76</b>	4	12	15	1	<b>30</b>	31	1
35–44	<b>81</b>	6	9	28	1	<b>39</b>	30	1
45–54	<b>87</b>	12	6	50	1	<b>61</b>	19	2
55–64	<b>90</b>	19	3	65	2	<b>77</b>	9	3
65–	<b>91</b>	30	3	69	2	<b>85</b>	3	1
Koulutus – Education								
Kansakoulu – Primary	<b>91</b>	19	4	66	1	<b>77</b>	7	1
Peruskoulu – Comprehensive	<b>78</b>	8	12	28	1	<b>43</b>	20	1
Ammatill. koulutus Vocational	<b>86</b>	11	9	40	1	<b>53</b>	24	1
Ylioppilas – College	<b>74</b>	7	12	21	1	<b>36</b>	21	1
Akateeminen – Academic	<b>78</b>	17	7	32	3	<b>50</b>	18	3

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	Groove FM	Kiss Fm	NRJ/Energy	SBS Iskelmä	Suomi POP	Sävelradio	Muut yksityiset Other private	<b>Yksityiset yht. Private total</b>
	%							
Kaikki – All	1	10	5	3	4	3	19	<b>49</b>
Sukupuoli – Sex								
Naiset – Women	1	10	5	3	3	3	18	<b>48</b>
Miehet – Men	1	9	5	3	4	3	20	<b>50</b>
Ikä – Age								
9–14	1	19	15	2	3	1	13	<b>55</b>
15–24	1	21	15	2	6	1	14	<b>60</b>
25–34	1	17	5	3	7	2	20	<b>63</b>
35–44	1	11	3	4	5	3	23	<b>61</b>
45–54	1	5	1	5	3	5	24	<b>50</b>
55–64	1	1	0	3	1	4	20	<b>35</b>
65–	0	0	0	1	0	2	14	<b>20</b>
Koulutus – Education								
Kansakoulu – Primary	0	1	1	2	1	4	20	<b>31</b>
Peruskoulu – Comprehensive	1	13	9	3	4	2	17	<b>52</b>
Ammatill. koulutus – Vocational	1	10	3	4	4	3	22	<b>54</b>
Ylioppilas – College	1	14	7	2	5	2	15	<b>53</b>
Akateeminen – Academic	2	8	3	2	3	2	16	<b>44</b>

1980–1993: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1994–1996: Tiedot syys – kevätkausilta. – Averages, autumn to spring seasons.

1997: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1998– : Koko vuosi. – Averages, whole year.

Lähteet: Finnpanel

Yleisradio

Sources: Finnpanel

The Finnish Broadcasting Corporation YLE

3.16 Radion kuuntelu-aika keskimääräisenä päivänä 1980–2001  
*Average daily radio listening time 1980–2001*

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	Min./päivä – Min/day													
YLE Radio1	64	29	23	23	27	19	18	16	16	17	16	16	16	16
YLE Radio2	64	83	24	31	31	29	31	29	24	16	13	15	12	12
YLE Radio3	..	6	80	87	105	102	103	103	95	87	89	83	88	85
YLE Radio 4 & 5	1	1	2	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	2
<b>YLE yhteensä – YLE total</b>	<b>128</b>	<b>119</b>	<b>129</b>	<b>144</b>	<b>167</b>	<b>152</b>	<b>155</b>	<b>152</b>	<b>137</b>	<b>122</b>	<b>121</b>	<b>115</b>	<b>120</b>	<b>116</b>
Radio Nova (1997–)										32	30	25	23	29
Muut yksityiset – Other private										52	48	50	58	63
<b>Yksityiset radiot yhteensä Private radio, total</b>	–	..	<b>69</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>71</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>84</b>	<b>77</b>	<b>75</b>	<b>81</b>	<b>93</b>
<b>Radio yhteensä – Radio total</b>	<b>128</b>	..	<b>199</b>	<b>206</b>	<b>230</b>	<b>223</b>	<b>223</b>	<b>219</b>	<b>205</b>	<b>205</b>	<b>199</b>	<b>190</b>	<b>201</b>	<b>208</b>

YLE Radio1: 1990– Ylen Ykkönen. – As from 1990 Yle Radio 1.

YLE Radio2: 1990– Radiomafia. – As from 1990 Radiomafia

YLE Radio3: 1990– Radio Suomi. – As from 1990 Radio Suomi.

YLE Radio4&5: 1997– Ruotsinkieliset täyden palvelun ohjelmakanavat Radio Vega & Radio Extrem.  
 As from 1997 Radio Vega & Radio Extrem. (Full-service networks for the Swedish-speaking audience.)

1980–1993: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1994–1996: Tiedot syys - kevätkausilta. – Averages, autumn to spring seasons.

1997: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1998–: Koko vuosi. – Averages, whole year.

Lähteet: Finnpanel Oy

Yleisradio

Sources: Finnpanel

The Finnish Broadcasting Corporation YLE

3.17 Radion kuuntelu-aika väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2001  
Average daily radio listening time by population groups 2001

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	Radio yhteensä All radio Min/päivä – Min/day	Ylen Ykkönen YLE Radio 1	Radiomafia YLE Radio 2	Radio Suomi YLE Radio 3	Vega & Extrem YLE Radio 4&5	Yle yhteensä YLE total	Radio Nova	Classic FM
Kaikki – All	208	16	12	85	2	116	29	1
Sukupuoli – Sex								
Naiset – Women	211	12	9	88	2	120	27	1
Miehet – Men	205	11	15	82	2	111	32	2
Ikä – Age								
9–14	79	3	7	6	1	16	19	0
15–24	136	2	24	8	0	35	33	0
25–34	185	3	21	25	2	52	52	1
35–44	203	7	14	50	1	72	52	1
45–54	247	15	7	118	2	144	28	2
55–64	268	26	3	165	3	198	13	3
65–	276	50	3	185	3	242	3	2
Koulutus – Education								
Kansakoulu – Primary	286	28	5	185	1	221	12	1
Peruskoulu – Comprehensive	189	13	14	64	2	92	29	1
Ammatill. koulutus – Vocational	240	15	14	91	2	123	41	1
Ylioppilas – College	159	8	15	36	2	63	32	3
Akateeminen – Academic	150	24	8	48	4	84	22	3

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	Groove FM	Kiss FM	NRJ/Energy	SBS Iskelmä	SuomiPOP	Sävelradio	Muut yksityiset Other private	Yksityiset yht. Private, total
	Min/päivä – Min/day							
Kaikki – All	1	12	5	4	5	5	30	93
Sukupuoli – Sex								
Naiset – Women	1	12	6	5	4	5	30	91
Miehet – Men	1	11	5	4	5	5	30	94
Ikä – Age								
9–14	0	16	14	1	2	1	10	63
15–24	1	24	17	2	9	1	15	100
25–34	2	25	7	6	10	2	30	133
35–44	1	15	4	6	7	5	40	131
45–54	1	5	1	8	4	12	43	103
55–64	1	1	0	4	1	9	37	69
65–	0	0	0	2	0	3	24	34
Koulutus – Education								
Kansakoulu – Primary	1	1	1	4	1	8	38	65
Peruskoulu – Comprehensive	0	15	11	5	5	4	27	97
Ammatill. koulutus – Vocational	1	14	4	6	7	6	38	116
Ylioppilas – College	2	17	7	4	7	3	23	96
Akateeminen – Academic	2	10	2	2	4	3	19	66

1980–1993: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1994–1996: Tiedot syys – kevätkausilta. – Averages, autumn to spring seasons.

1997: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1998–: Koko vuosi. – Averages, whole year.

Lähteet: Finnpanel

Yleisradio

Sources: Finnpanel

The Finnish Broadcasting Corporation YLE

### 3.18 Radion kuunteluosuudet keskimääräisenä päivänä 1980–2001 Radio channel shares 1980–2001

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%													
YLE Radio1	50	24	12	11	12	9	8	7	8	8	8	8	8	8
YLE Radio2	50	70	12	15	13	13	14	13	12	8	7	8	6	6
YLE Radio3	..	5	40	42	46	46	46	47	46	42	45	44	44	41
YLE Radio Vega&Extrem	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1
<b>YLE yhteensä – YLE total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>65</b>	<b>70</b>	<b>73</b>	<b>68</b>	<b>70</b>	<b>69</b>	<b>67</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>56</b>
Radio Nova										16	15	13	11	14
Muut yksityiset Other private										25	24	26	29	30
<b>Yksityiset radiot, yhteensä Private radio, total</b>	<b>-</b>	<b>..</b>	<b>35</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>32</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>41</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>44</b>
Radio yhteensä Radio total	100	..	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Kuunteluaika min/päivä Average listenig time, min/day</b>	<b>128</b>	<b>..</b>	<b>199</b>	<b>206</b>	<b>230</b>	<b>223</b>	<b>223</b>	<b>219</b>	<b>205</b>	<b>205</b>	<b>199</b>	<b>190</b>	<b>201</b>	<b>208</b>

YLE Radio1: 1990– Ylen Ykkönen. – As from 1990 Yle Radio 1.

YLE Radio2: 1990– Radiomafia. – As from 1990 Radiomafia

YLE Radio3: 1990– Radio Suomi. – As from 1990 Radio Suomi.

YLE Radio4&5: 1997– Ruotsinkieliset täyden palvelun ohjelmakanavat Radio Vega & Radio Extrem.  
As from 1997 Radio Vega & Radio Extrem. (Full-service networks for the Swedish-speaking audience.)

1980–1993: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1994–1996: Tiedot syys – kevätkausilta. – Averages, autumn to spring seasons.

1997: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1998–: Koko vuosi. – Averages, whole year.

Lähteet: Finnpanel Oy

Yleisradio Oy

Sources: Finnpanel Oy

YLE, Research and Development



3.19 Radion kuunteluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2001  
Radio channel shares by population groups 2001

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	Ylen Ykkönen YLE Radio 1 %	Radiomafia YLE Radio 2	Radio Suomi YLE Radio 3	Vega & Extrem YLE Radio 4&5	<b>Yle yhteensä YLE total</b>	Radio Nova	Classic Fm	Groove FM
Kaikki – All	8	6	41	1	<b>56</b>	14	1	0
Sukupuoli – Sex								
Naiset – Women	10	4	42	1	<b>57</b>	13	1	0
Miehet – Men	6	7	40	1	<b>54</b>	15	1	1
Ikä – Age								
9–14	3	9	7	1	<b>20</b>	24	1	0
15–24	1	18	6	0	<b>26</b>	24	0	1
25–34	2	11	13	1	<b>28</b>	28	1	1
35–44	3	7	24	1	<b>36</b>	25	0	1
45–54	6	3	48	1	<b>58</b>	11	1	1
55–64	10	1	62	1	<b>74</b>	5	1	1
65–	18	1	67	1	<b>88</b>	1	1	0
Koulutus – Education								
Kansakoulu – Primary	10	2	65	1	<b>77</b>	4	0	0
Peruskoulu – Comprehensive	7	7	34	1	<b>49</b>	15	0	0
Ammatill. koulutus – Vocational	6	6	38	1	<b>52</b>	17	1	0
Ylioppilas – College	5	10	23	1	<b>40</b>	20	2	1
Akateeminen – Academic	16	5	32	2	<b>56</b>	14	2	1

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	Kiss Fm	NRJ/Energy	SBS iskelmä	Suomi POP	Sävelradio	Muut yksityiset Other private	<b>Yksityiset yht. Private, total</b>
	%						
Kaikki – All	6	3	2	2	2	14	<b>44</b>
Sukupuoli – Sex							
Naiset – Women	6	3	2	2	2	14	<b>43</b>
Miehet – Men	5	2	2	2	2	15	<b>46</b>
Ikä – Age							
9–14	20	17	1	3	1	13	<b>80</b>
15–24	17	12	1	6	1	11	<b>74</b>
25–34	13	3	3	5	1	17	<b>72</b>
35–44	7	2	3	3	3	20	<b>64</b>
45–54	2	1	3	2	5	17	<b>42</b>
55–64	0	0	2	0	3	14	<b>26</b>
65–	0	0	1	0	1	9	<b>12</b>
Koulutus – Education							
Kansakoulu – Primary	0	0	2	0	3	13	<b>23</b>
Peruskoulu – Comprehensive	8	6	2	3	2	14	<b>51</b>
Ammatill. koulutus – Vocational	6	2	3	3	3	16	<b>48</b>
Ylioppilas – College	10	5	3	4	2	14	<b>60</b>
Akateeminen – Academic	6	1	1	2	2	13	<b>44</b>

1980–1993: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season. 1994–1996: Tiedot syys – kevätkausilta. – Averages, autumn to spring seasons.

1997: Tiedot syyskaudelta. – Averages, autumn season.

1998–: Koko vuosi. – Averages, whole year.

Lähteet: Finnpanel

Yleisradio

Sources: Finnpanel

The Finnish Broadcasting Corporation YLE

3.20 Radion tavoitavuus, kuuntelu-aika ja kanavaosuudet pääkaupunkiseudulla 2002 (Maalis-huhtikuu)  
*Reach, listening time, and share of radio: the Helsinki capital area 2002 (March-April)*

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	Tavoitavuus/päivä <i>Daily reach</i> %	Tavoitavuus/viikko <i>Weekly reach</i> %	Kuuntelu-aika <i>Listening time</i> Min./pv – Min/day	Kanavaosuus <i>Channel share</i> %
YLE 1 – Ylen Ykkönen	8	15	12	9
YLE 2 – Radiomafia	5	11	7	5
YLE 3 – Radio Suomi	22	32	46	33
YLE 4 & 5 – Vega & Extrem	2	4	3	2
Radio Aino	1	4	2	1
Capital FM	0	1	0	0
<b>Yle yhteensä – YLE total</b>	<b>34</b>	<b>51</b>	<b>70</b>	<b>49</b>
Radio Nova	10	25	16	11
Classic FM	2	6	3	2
Energy/NRJ	7	16	9	6
Groove FM	3	6	3	2
Kiss FM	9	20	9	6
Radio City	5	15	6	4
Radio Helsinki	1	3	2	1
Sport FM	1	3	1	1
SuomiPOP	7	16	10	7
Sävelradio	5	11	10	7
Muut – Other				3
<b>Yksityiset radiot yhteensä Private radios, total</b>	<b>42</b>	<b>72</b>	<b>73</b>	<b>51</b>
<b>Kaikki yhteensä – All total</b>	<b>67</b>	<b>91</b>	<b>143</b>	<b>100</b>

Lähde: Finnpanel Oy  
 Source: Finnpanel Oy

3.21 Radion kuuntelu kuuntelupaikan mukaan 1992–2001  
*Breakdown of radio listening by place of listening 1992–2001*

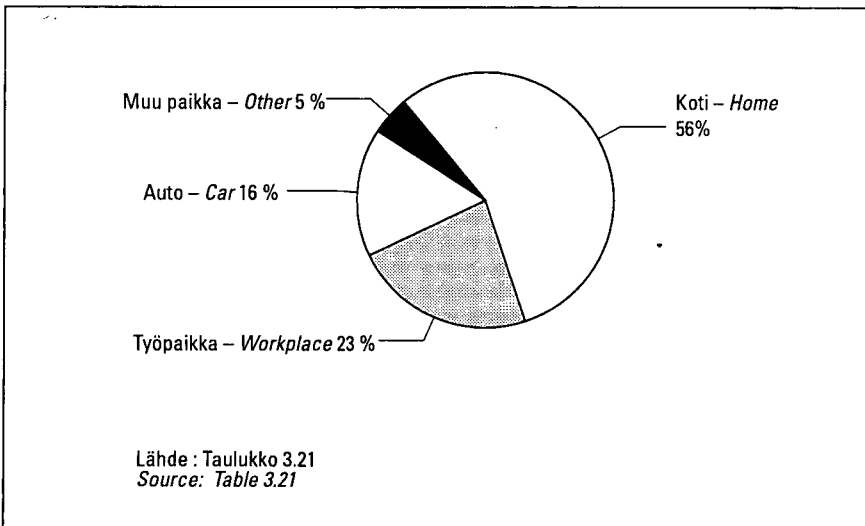
Kuuntelupaikka Place of listening	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%									
Koti – Home	69	68	68	65	63	63	61	59	60	56
Työpaikka – Place of work	14	15	17	18	19	20	20	21	21	23
Auto – Car	11	12	12	12	13	14	15	15	15	16
Muu paikka – Other	6	5	4	4	4	4	4	4	4	5
Yhteensä – Total	100 (255 min)	100 (223 min)	100 (223 min)	100 (219 min)	100 (205 min)	100 (207 min)	100 (199 min)	100 (190 min)	100 (201 min)	100 (208 min)

Sisältää äänitteiden kuuntelun. – Includes listening to recordings.

Lähteet: Finnpanel Oy  
 Yleisradio

Sources: Finnpanel  
 The Finnish Broadcasting Company YLE

Kuvio 3.6 Radion kuuntelu paikan mukaan 2001  
 Figure 3.6 Breakdown of local radio listening by place of listening 2001



### 3.22 Radiolaitteiden vähittäismyynti 1980–2001 Retail sales of radio equipment 1980–2001

	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos 2001/2000 Change
1000 kpl – 1000 units											
<b>Stereolaitteet – Stereo sets</b>											
• virittimet – tuners	14	40	15	1	1	1	1	1	1	1	0,0
• vahvistimet – amplifiers	15	42	20	3	4	3	4	3	3	2	-33,3
• viritinvahvistimet – receivers	31	23	16	16	18	22	20	23	26	25	-3,8
• stereoyhdistelmät – stereo sets	48	50	74	84	97	98	94	112	132	90	-31,8
<b>Stereolaitteet yhteensä Stereo sets, total</b>	<b>108</b>	<b>155</b>	<b>125</b>	<b>104</b>	<b>120</b>	<b>124</b>	<b>119</b>	<b>139</b>	<b>162</b>	<b>118</b>	<b>-27,2</b>
<b>Radiot – Radio sets</b>											
• CD-radionauhurit – radio cassette recorders with CD-player	–	–	–	96	115	120	111	121	121	115	-5,0
• muut radionauhurit other radio cassette recorders	155	280	260	76	71	57	43	24	19	13	-31,6
• matkaradiot – portable radios	35	50	75	34	30	34	39	41	47	50	6,4
• koti- ja kelloradiot home & clock radios	70	40	80	50	53	75	72	69	62	60	-3,2
<b>Radiot yhteensä – Radio sets, total</b>	<b>260</b>	<b>370</b>	<b>415</b>	<b>256</b>	<b>269</b>	<b>286</b>	<b>265</b>	<b>255</b>	<b>249</b>	<b>238</b>	<b>-4,4</b>
<b>Autolaitteet – Car radios &amp; stereos</b>	<b>130</b>	<b>170</b>	<b>200</b>	<b>125</b>	<b>160</b>	<b>172</b>	<b>195</b>	<b>193</b>	<b>171</b>	<b>150</b>	<b>-12,3</b>

Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja. – Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry  
Source: Domestic Appliances Association

3.23 Radiolaitteiden keskihinnat ja myynnin arvo 1980–2001  
*Radio equipment: average prices and sales value 1980–2001*

		1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos % Change % 2001/2000
<b>Stereolaitteet – Stereosets</b>												
• virittimet <i>turners</i>	Keskihinta, € <i>Average price, €</i>	160	118	139	151	151	151	143	185	219	219	0,0
	Arvo, € milj. <i>Sales value, € million</i>	2	5	2	0	0	0	0	0	0	0	0,0
• vahvistimet <i>amplifiers</i>	Keskihinta, € <i>Average price, €</i>	185	143	219	252	278	252	252	437	494	463	-6,3
	Arvo, € milj. <i>Sales value, € million</i>	3	6	4	1	1	1	1	1	1	1	-25,0
• viritinvahvistimet <i>receivers</i>	Keskihinta, € <i>Average price, €</i>	219	185	269	320	336	336	320	353	388	404	4,1
	Arvo, € milj. <i>Sales value, € million</i>	7	4	4	5	6	7	6	8	10	10	0,0
• stereoyhdistelmät <i>stereo sets</i>	Keskihinta, € <i>Average price, €</i>	404	370	370	395	387	336	286	261	288	210	-27,0
	Arvo, € milj. <i>Sales value, € million</i>	19	19	27	33	38	33	27	29	38	19	-50,4
<b>Stereolaitteet yhteensä</b> <b><i>Stereosets, total</i></b>	<b>Arvo, € milj.</b> <b><i>Sales value, € million</i></b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>45</b>	<b>41</b>	<b>34</b>	<b>39</b>	<b>50</b>	<b>30</b>	<b>-39,3</b>
<b>Radiot – Radio sets</b>												
• CD-radionauhurit <i>radio cassette recorders with CD-player</i>	Keskihinta, € <i>Average price, €</i>	-	-	-	151	135	118	118	128	116	111	-4,2
	Arvo, € milj. <i>Sales value, € million</i>	-	-	-	14	15	14	13	15	14	13	-8,6
• muut radionauhurit <i>other radio cassette recorders</i>	Keskihinta, € <i>Average price, €</i>	113	123	89	89	82	82	84	86	73	82	12,4
	Arvo, € milj. <i>Sales value, € million</i>	17	34	23	4	3	3	2	1	1	1	-12,5
• matkaradiot <i>portable radios</i>	Keskihinta, € <i>Average price, €</i>	52	44	36	37	37	37	34	40	41	39	-5,3
	Arvo, € milj. <i>Sales value, € million</i>	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	-4,2
• koti- ja kelloradiot <i>home &amp; clock radios</i>	Keskihinta, € <i>Average price, €</i>	50	44	30	25	25	25	25	25	27	27	-1,2
	Arvo, € milj. <i>Sales value, € million</i>	4	2	2	1	1	2	2	2	2	2	6,7
<b>Radiot yhteensä</b> <b><i>Radio sets total</i></b>	<b>Arvo, € milj.</b> <b><i>Sales value, € million</i></b>	<b>23</b>	<b>38</b>	<b>28</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>-6,5</b>
<b>Autolaitteet yhteensä</b> <b><i>Car radios &amp; stereos</i></b>	<b>Keskihinta, €</b> <b><i>Average price, €</i></b>	<b>151</b>	<b>214</b>	<b>235</b>	<b>849</b>	<b>782</b>	<b>732</b>	<b>673</b>	<b>1 072</b>	<b>938</b>	<b>950</b>	<b>1,2</b>
	Arvo, € milj. <i>Sales value, € million</i>	20	36	47	31	37	38	41	41	35	32	-8,6

Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja. – Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry  
 Source: Domestic Appliances Association.

### 3.24 Kotitalouksien radiovastaanottimet 1995–2000

#### Household radio equipment 1995–2000

Määrä – Number of radio sets:	1995	1996	1997	1998	1999	2000
	%					
Ei radiota – No radio	2	3	1	1	1	0
1	19	18	15	13	12	12
2	20	19	18	20	19	17
3	18	18	20	20	19	20
4	15	15	16	17	18	19
5+	25	28	29	27	32	33
Vastaanottimia yhteensä (milj.) Radio sets total (mill.)	6,8	7,1	7,7	7,5	8,1	8,4
Vastaanottimia/kotitalous Radio sets per household	3,2	3,3	3,5	3,4	3,6	3,7

Lähde: Finnpanel Oy  
Source: Finnpanel Oy



## 4 Äänitteet

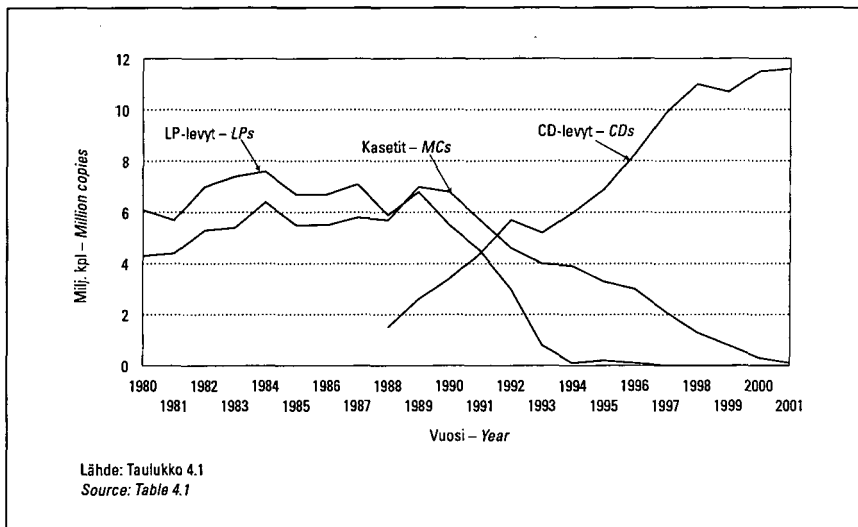
Muihin Pohjoismaihin verraten Suomessa myydään äänitteitä melko vähän. Asukasta kohden äänitemyynti on alle 2,5 tallennetta vuodessa. Muissa Pohjoismaissa vuosimyynti on 3–4 tallennetta per asukas. Äänitteiden kappalemääräinen myynti on laskenut selvästi 1990-luvun alkuun verraten. Vuonna 1990 myynti oli noin 16 miljoonaa kappaletta. Sen jälkeen myyntiluvut alkoivat nopeasti laskea, eivätkä ne ole nousseet 1990-luvun alun lamavuosia edeltäneelle tasolle. Vuonna 2001 äänitteitä myytiin 11,7 miljoonaa kappaletta. (Taulukko 4.1.) Äänitteitä myös kuunnellaan verraten vähän, ja niitä kuuntelevien osuus on entisestään vähentynyt. (Taulukot 4.6 & 4.7.)

Kaksi usein esitettyä selitystä äänitteiden myynnin ja kuuntelun matalalle tasolle Suomessa ovat radiokanavien valtava musiikkitarjonta ja Suomen lähialueilla kukoistava piraattiaänitekauppa. Ääni- ja kuvatallennetuottajien teettämien selvitysten mukaan arviolta jopa viidennes suomalaisten ostamista äänitteistä olisi piraattikopioita. Kansainvälisten menestysartistien äänitteiden piraattiversioiden rinnalla on saatavana myös nimenomaan Suomen markkinoille tuotettuja laittomia kopioita kotimaisten artistien myydyimmistä tuotteista.

Vuonna 2001 äänitteiden myynnin arvo oli 128 miljoonaa euroa (taulukko 4.1). Cd-levy nousi nopeasti hallitsevaksi tallenneformaatiksi. Vuonna 1990 cd:n osuus

Kuvio 4.1 Äänitteiden myynti 1980–2001

Figure 4.1 Phonogram sales 1980–2001





oli vasta viidennes, mutta vuosikymmenen puolivälissä jo kaksi kolmasosaa myynnistä oli cd-levyjä, vaikka vasta 35 prosenttia kotitalouksista omisti cd-soittimen. Vuonna 2001 äänitemyynnistä 99 prosenttia oli cd-levyjä. Vinyylilevyjä myydään vuosittain enää muutamia kymmeniä tuhansia kappaleita. Kasetit ja vinyylilevyt ovat kadonneet äänitteiden massamarkkinoilta ja erityisesti jälkimmäiset ovat jääneet harrastajien keräilykohteiksi.

Ensimmäiset cd-soittimet tulivat Suomen markkinoille vuonna 1983. 1990-luvun lopussa cd-soitin oli 65 prosentilla kotitalouksista. Penetraatioaste on kuitenkin edelleen alhaisempi kuin muissa Pohjoismaissa, joissa 75–90 prosenttia talouksista omisti cd-soittimen vuonna 2000. Suomessa oikeastaan vasta cd-soittimen halvaversion eli cd-radionauhurin tulo markkinoille kiihdytti selvästi penetraatioasteen kasvua. (Taulukot 4.10–4.12.)

Suomen äänitemarkkinat ovat pitkään jakautuneet suhteellisen tasan kotimaisten ja ulkomaisten äänitteiden myynnin kesken, mikäli tarkastellaan kappalemääräistä myyntiä. Myynnin arvolla mitaten ulkomaisia äänitteitä kuitenkin myydään jonkin veran kotimaisia enemmän. (Taulukot 4.4 & 4.5.)

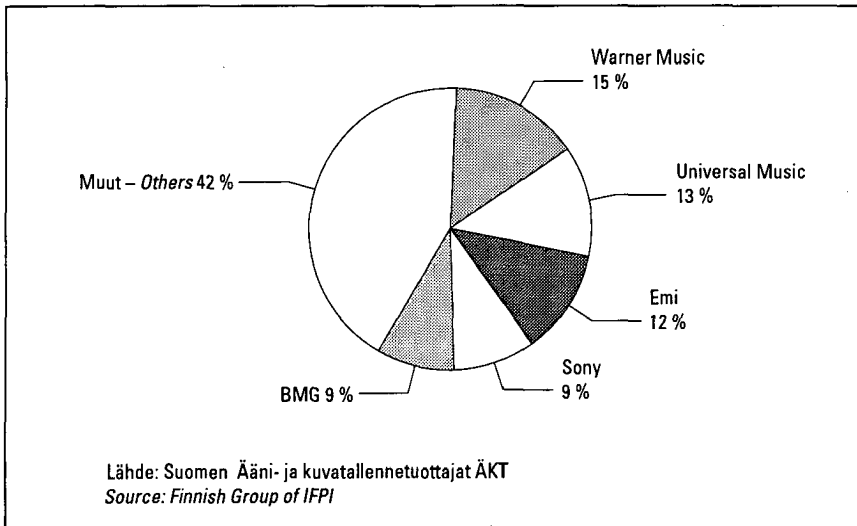
Suomessa julkaistiin noin 2000 kotimaista äänitenimikettä vuonna 2001. Myös kotimaisista julkaisunimikkeistä valtaenemmistö on nykyisin cd-formaatissa. Kasetista suuri osa sisältää muuta kuin musiikkiaineistoa. Muuhun aineistoon sisältyvät suurimpana ryhmänä hengellistä materiaalia sisältävät kasetit. Toisen suuren ryhmän muodostavat kielikasetit. Äänitenimikkeiden vuosittaisia kokonaismääriä kasvattavat vanhempien äänitteiden uusintajulkaisut sekä saman äänitteen eri julkaisuversiot (esim. cd- ja kasettiversiot). (Taulukko 4.2.)

Kotimaisten äänitteiden keskeistä asemaa äänitemarkkinoilla osoittaa sekin, että kaikkien aikojen myydyimpien pitkäsoittoäänitteiden kotimaisella listalla on 40 nimikettä, jotka ovat ylittäneet 100 000 kappaleen myynnin rajan. Ulkomaisista äänitteistä saman rajapyykin on ylittänyt vain seitsemän äänitettä. (Taulukko 4.9.)

1990-luvulle siirryttäessä Suomen äänitealan kansainvälinen vertikaalinen integraatio täydentyi. Warner aloitti Suomessa 1989. BMG-Ariola perusti tytäryhtiönsä vuonna 1991. Polygram osti 1991 Pohjoismaiden suurimman levy-yhtiön Sonetin tytäryhtiöineen (mm. Sonet Suomi) sekä perusti seuraavana vuonna Suomeen myös oman tytäryhtiönsä. Universal Music perusti oman toimiston Suomeen vuonna 1998. Suurista ylikansallisista CBS (sittemmin Sony) ja EMI ovat perustaneet tytäryhtiöt Suomeen jo 1970-luvulla. Universal Music Groupin ostettua Polygramin 1999 niiden tytäryhtiöt ovat fuusioituneet myös Suomessa. Viiden suuren äänitealan ylikansallisen yrityksen yhteenlaskettu osuus äänitteiden kokonaismyynnistä Suomessa oli noin 60 prosenttia vuonna 2001 (kuvio 4.2).

Suurten kansainvälisten ääniteyritysten lopullinen etabloituminen Suomeen 1990-luvulla on merkinnyt myös uusien mahdollisuuksien avautumista. Ne ovat tuoneet kansainväliset verkostonsa ja markkinaosaamisensa suomalaisten artistien hyödynnettäväksi. Ensimmäiset kotimaisten artistien kansainväliset läpimurrot ovat

Kuvio 4.2 Äänitemyynnin markkinaosuudet 2001  
 Figure: 4.2 Market shares of phonogram sales 2001



tapahtuneet, mutta vielä ollaan kaukana Ruotsin tilanteesta. Ruotsissa musiikki on merkittävä vientiteollisuusala.

Suuret ylikansalliset äänitejätit hallitsevat äänitteiden maahantuontia ja merkittävää osaa kotimaisesta tuotannosta. Toisaalta suurten yritysten oheen syntyi jo 1970- ja 80-lukujen taitteessa kymmenien pienten itsenäisten tuottajien kirjo. Niiden määrä on vain kasvanut. Vuonna 1987 Tilastokeskuksen yritysrekisterin mukaan levy-yhtiöitä ja äänitysstudioita oli 129 kappaletta. Vuonna 2000 äänitallenteiden kustannusyriityksiä oli 315 kappaletta.

Äänitteiden kuuntelu on vähentynyt selvästi 1990-luvulla. Vuonna 2001 enää 15 prosenttia suomalaisista kuunteli keskimääräisenä päivänä omia tai lainaamiaan äänitteitä. Vuonna 1990 äänitteitä kuuntelevien osuus oli vielä noin neljännes suomalaisista. Aikaa tallenteiden kuunteluun kuluu keskimäärin alle parikymmentä minuuttia (=keskiarvo koko väestöstä laskettuna). Nuoret ja nuoret aikuiset ovat aktiivisimmat äänitteiden kuuntelijaryhmät, mutta juuri näissä ikäryhmissä äänitteitä kuuntelevien osuudet ovat laskeneet selvimmin. (Taulukot 4.6 & 4.7.)

## Tilastointi

Äänitealan keskeisiä tilastolähteitä ovat Säveltäjain tekijänoikeustoimisto Teostory, Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry sekä Ulkomaankauppatilasto. Helsingin ja Jyväskylän yliopistojen kirjastot luetteloivat vapaakappaleoikeuden perusteella saamansa kotimaisen äänitemateriaalin.

ÄKT tilastoi jäsenyritystensä kappale- ja markkamääräisen myynnin. ÄKT myös laatii vuosittain omiin myyntitilastoihinsa sekä muihin lähteisiin (mm. ulkomaankauppatilastot) perustuvan arvion äänitteiden kokonaisu-myynnistä. Viime vuosina ÄKT:n jäsentuottajien osuuden on arvioitu olevan noin 80 prosenttia äänitteiden kokonaisu-myynnistä.

Radion ja tv:n seuraamisen mittaamiseen erikoistuneen markkinatutkimuslaitos Finnpanelin toteuttamiin radion kuuntelua mittaaviin Kansallisiin Radiotutkimuksiin sisältyvät myös tiedot äänitteiden kuuntelun yleisyydestä ja kuunteluajoista.

(TS)

## Täydentävää kirjallisuutta

*Gronow, Pekka:* Äänitteet. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

*Gronow, P. & Saunio, I.:* Äänilevyn historia. WSOY, Helsinki 1990.

*Ekholm, Jukka:* Savikiekosta digitaaliaikaan. Tieto aika 2000: 4, 16–17.

*Lassila, Juha:* Kultalevyn alkemia. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 6. Jyväskylä 1987.

*Muikku, Jari:* Musiikkia kaikkiruokaisille. Suomalaisen populaarimusiikin äänite-tuotanto 1945–1990. Gaudeamus, Helsinki 2001.

*Pönni, Veijo:* Musiikkitoimialan yritysten taloudellinen tila. Toimialakatsaus 1995–2000. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimus- ja koulutuskeskus, Mediaryhmä 2001.

*Tuomola, Arto:* Musiikin digitaalinen jakelu. Keskeiset teknologiat ja liiketoimintamallit. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimus- ja koulutuskeskus, Sarja B 1/2002.

Yrittäjyys musiikkiteollisuudessa. *F&L Management Services Ltd.* Helsinki 1998.

## Taulukot – Tables

- 4.1 Äänitteiden myynti 1980–2001  
*Phonogram sales 1980–2001*
- 4.2 Äänitteiden nimiketuotanto Suomessa 1985–2001  
*Production of phonogram titles in Finland 1985–2001*
- 4.3 Äänitemyynti musiikkityypin mukaan 1994–1997  
*Phonogram sales by genre 1994–1997*
- 4.4 Äänitteiden kappalemyyntin jakautuminen äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1980–2001  
*Phonogram sales by type of recording and by origin 1980–2001*
- 4.5 Äänitteiden myynnin arvo äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1990–2001  
*Value of phonogram sales by type of recording and by origin 1990–2001*
- 4.6 Äänitteitä kuunnelleiden osuus keskimääräisenä päivänä 1990–2001  
*Average daily reach of phonograms 1990–2001*
- 4.7 Äänitteiden kuunteluun keskimäärin käytetty aika 1990–2001  
*Average listening time of phonograms 1990–2001*
- 4.8 Myydyimmät pitkäsoittoäänitteet Suomessa 2001  
*Top 10 albums in Finland 2001*
- 4.9 Kautta aikojen myydyimmät pitkäsoittoäänitteet  
*All time top ten domestic and imported records in Finland*
- 4.10 Audiolaitteiden vähittäismyynti 1980–2001  
*Retail sales of audio equipment 1980–2001*
- 4.11 Audiolaitteiden keskihinnat ja myynnin arvo 1980–2001  
*Audio equipment: average prices and sales value 1980–2001*
- 4.12 Audiolaitteet kotitalouksissa 1995–2000  
*Audio equipment in households 1995–2000*

## Kuviot – Figures

- 4.1 Äänitteiden myynti 1980–2001  
*Phonogram sales 1980–2001*
- 4.2 Äänitemyyntin markkinaosuudet 2001  
*Market shares of phonogram sales 2001*
- 4.3 CD-levyn hinnan muodostuminen  
*CD-record: breakdown of retail price*

4.1 Äänitteiden myynti 1980–2001  
Phonogram sales 1980–2001

	Vinyyli – Vinyl Milj.kpl – Million copies	Kasetti – MC	CD	Yhteensä Total	Myyntin arvo Sales value € milj. € million	Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices € milj. € million
1980	6,1	4,3	–	10,4	42	100
1985	6,6	5,5	0,1	12,2	68	107
1990	5,5	6,8	3,4	15,7	112	138
1991	4,5	5,7	4,4	14,7	109	129
1992	3,0	4,6	5,7	13,3	98	113
1993	0,8	4,0	5,2	10,0	89	101
1994	0,1	3,9	6,0	10,0	98	110
1995	0,2	3,3	6,9	10,4	106	117
1996	0,1	3,0	8,3	11,4	114	125
1997	0,0	2,1	9,9	12,0	122	133
1998	0,0	1,3	11,0	12,3	126	135
1999	0,0	0,8	10,7	11,5	120	127
2000	0,0	0,3	11,5	11,8	125	128
2001	0,0	0,1	11,6	11,7	128	128

Vähittäismyynti. Luvut ovat arvioita. – Sales at retail level. The figures are estimates.

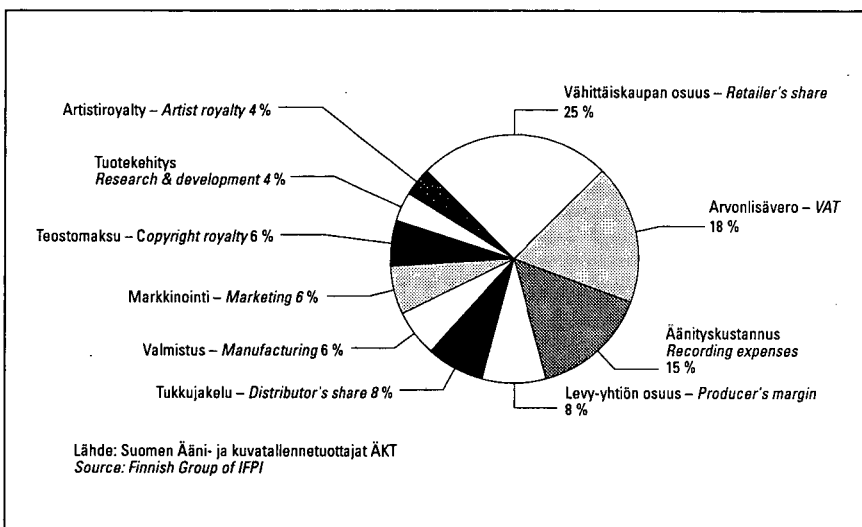
Singlet on sijoitettu vinyyli, kasetti- tai CD-luokkiin äänitettyyn mukaan.

Singles are included in the Vinyl, MC or CD category according to type of recording.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry

Source: Finnish Group of IFPI

Kuvio 4.3 CD-levyn hinnan muodostuminen  
Figure 4.3 CD-record: breakdown of retail price



## 4.2 Äänitteiden nimiketuotanto Suomessa 1985–2001 Production of phonogram titles in Finland 1985–2001

Vuosi Year	Singlet Singles		LP-levyt – LPs		CD – CDs		Minidisc Minidiscs		Kasetit – MCs		Josta musiikki- kasetteja Of which MCs containing music		Äänikirjat Audio books		Yhteensä Total	
	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%
1985	380	20	489	26	–	–	–	–	981	52	..	..	22	1	1 872	100
1986	390	18	571	27	9	0	–	–	1 123	53	..	..	36	2	2 129	100
1987	405	21	516	27	23	1	–	–	924	47	..	..	78	4	1 946	100
1988	406	22	457	24	123	7	–	–	706	38	..	..	190	10	1 882	100
1989	579	25	502	21	279	12	–	–	922	39	..	..	70	3	2 352	100
1990	710	24	514	17	281	9	–	–	1 349	45	..	..	140	5	2 994	100
1991	782	25	521	17	240	8	–	–	1 400	45	..	..	136	4	3 079	100
1992	801	23	377	11	501	14	–	–	1 651	48	..	..	143	4	3 473	100
1993	466	17	152	6	818	31	–	–	1 102	41	666	60	126	5	2 664	100
1994	205	9	55	2	744	32	–	–	1 233	53	699	57	109	5	2 346	100
1995	90	3	16	1	1 311	48	2	0	1 253	45	729	58	89	3	2 759	100
1996	18	1	2	0	1 418	43	–	–	1 747	53	715	41	110	3	3 295	100
1997	10	0	5	0	1 749	62	–	–	1 044	37	631	60	..	..	2 808	100
1998	..	..	0	0	1 784	59	1	0	1 152	38	637	55	105	4	3 041	100
1999	..	..	2	0	1 983	70	–	–	573	20	345	60	277	10	2 835	100
2000	..	..	1	0	2 010	74	5	0	567	21	273	48	130	5	2 713	100
2001	..	..	7	0	1 720	82	2	0	233	11	91	39	126	6	2 088	100

\* EP-levyt on sijoitettu eri luokkiin koon mukaan: Singlen kokoiset EP-levyt singlelevyihin, LP:n kokoiset LP-levyihin. Maxi-singlet on sijoitettu LP-levyihin. CD-levyihin sisältyy myös CD-singlet. – Records are classified by size. Single-size EPs are classed as singles, LP-size EPs and maxi singles are classed as LPs. CD singles are included in CDs.

Lähde: Jyväskylän yliopiston kirjasto/Helsingin yliopiston kirjasto  
Source: University Libraries of Jyväskylä and Helsinki

4.3 Äänitemyynti musiikkityypin mukaan 1994–1997  
*Phonogram sales by genre 1994–1997*

	Milj. kappaletta – <i>Million copies</i> *		Kansainvälinen pop		Klassinen		Yhteensä	
	<i>Domestic pop</i>	%	<i>International pop</i>	%	<i>Classical</i>	%	<i>Total</i>	%
1994	4,8	50	4,2	44	0,6	6	9,6	100
1995	4,5	45	4,9	48	0,7	7	10,2	100
1996	4,8	42	5,6	49	1,0	9	11,4	100
1997	4,9	41	6,1	51	1,0	8	12,0	100

	Milj. € – <i>€ million</i> *		Kansainvälinen pop		Klassinen		Yhteensä	
	<i>Domestic pop</i>	%	<i>International pop</i>	%	<i>Classical</i>	%	<i>Total</i>	%
1994	136	39	183	52	34	10	353	100
1995	145	37	209	54	35	9	389	100
1996	170	41	207	49	42	10	419	100
1997	180	40	231	51	40	9	451	100

\* Arvioitu kokonaisymyynti tukkutasolla ilman singlejä. – *Estimated total sales at distributor level. Singles are not included.*

Lähde: Suomen Ääni- ja Kuvataidetuottajat ÄKT ry

Source: Finnish group of IFPI

#### 4.4 Äänitteiden kappalemyyntin jakautuminen äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1980–2001 Phonogram sales by type of recording and by origin 1980–2001

Vuosi Year	Vinyyli – Vinyl			Kasetit – MCs			CD-levyt – CDs			Kaikki äänitteet All phonograms		
	Koti- maiset Finnish	Ulko- maiset Foreign	Yhteensä Total	Koti- maiset Finnish	Ulko- maiset Foreign	Yhteensä Total	Koti- maiset Finnish	Ulko- maiset Foreign	Yhteensä Total	Yhteensä Total	Joista Of which	Koti- maiset Finnish
1 000 kpl – '000 copies												
1980	1 158	1 647	2 805	1 424	627	2 051	–	–	–	4 856	2 582	2 274
1985	1 430	2 144	3 574	2 365	694	3 059	–	–	–	6 633	3 795	2 838
1990	1 206	1 846	3 052	2 267	1 341	3 608	525	1 273	1 798	8 458	3 998	4 460
1991	1 001	1 351	2 352	2 046	1 285	3 331	796	1 842	2 638	8 321	3 843	4 478
1992	789	743	1 532	1 801	878	2 680	970	1 974	2 945	7 156	3 560	3 596
1993	236	200	436	1 846	815	2 661	1 108	2 215	3 323	6 420	3 191	3 229
1994	81	66	147	1 687	707	2 394	1 429	2 397	3 826	6 367	3 196	3 170
1995	32	20	52	1 684	749	2 433	1 967	3 281	5 247	7 495	3 682	3 813
1996	21	49	70	1 539	403	1 942	2 481	4 348	6 828	7 773	4 040	3 732
1997	10	30	40	1 154	314	1 462	2 913	4 553	7 467	8 769	4 078	4 691
1998	19	2	21	939	146	1 085	3 735	4 553	8 288	9 395	4 693	4 702
1999	0	2	2	552	46	599	4 216	4 118	8 334	8 934	4 769	4 166
2000	1	8	9	384	36	420	4 676	4 493	9 169	9 597	5 061	4 537
2001	4	11	15	187	29	216	4 847	4 384	9 232	9 463	5 038	4 425
%												
1980	23,9	33,9	57,8	29,3	12,9	42,2	–	–	0,0	100	53,2	46,8
1985	21,6	32,3	53,9	35,7	10,5	46,1	–	–	0,0	100	57,2	42,8
1990	14,3	21,8	36,1	26,8	15,9	42,7	6,2	15,1	21,3	100	47,3	52,7
1991	12,0	16,2	28,3	24,6	15,4	40,0	9,6	22,1	31,7	100	46,2	53,8
1992	9,9	9,1	21,4	25,2	12,3	37,5	13,6	27,6	41,2	100	49,7	50,3
1993	4,1	4,5	8,6	28,8	12,7	41,4	16,8	33,1	50,0	100	49,7	50,3
1994	1,9	3,0	4,9	26,5	11,1	37,6	21,8	35,7	57,5	100	50,2	49,8
1995	1,1	1,9	2,9	22,5	10,0	32,5	25,6	39,0	64,6	100	49,1	50,9
1996	0,9	2,2	3,2	19,8	5,2	25,0	31,2	40,6	71,9	100	52,0	48,0
1997	0,9	2,8	3,7	13,2	3,6	16,7	32,5	47,2	79,7	100	46,5	53,5
1998	0,2	0,0	0,2	10,0	1,6	11,5	39,8	48,5	88,2	100	50,0	50,0
1999	0,0	0,0	0,0	6,2	0,5	6,7	47,2	46,1	93,3	100	53,4	46,6
2000	0,0	0,1	0,1	4,0	0,4	4,4	48,7	46,8	95,5	100	52,7	47,3
2001	0,0	0,1	0,2	2,0	0,3	2,3	51,2	46,3	97,6	100	53,2	46,8

Tukku myynti. Taulukon tiedot kattavat vain ÄKT ry:n jäsenten myyntiä. Vuonna 2001 ÄKT:n osuus kappalemääräisestä äänitemyynnistä tukkutasolla oli 81 %.  
Sales at distributor level. Data cover the sales Finnish Group of IFPI members only. In 2001 the share of unit sales by Finnish IFPI was 81 % at distributor level.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat AKT ry  
Source: Finnish Group of IFPI



**4.5 Äänitteiden myynnin arvo äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1990–2001**  
*Value of phonogram sales by type of recording and by origin 1990–2001*

Vuosi Year	Vinyyli – Vinyl			Kasetit – MCs			CD-levyt – CDs			Kaikki äänitteet All phonograms			
	Koti- maiset Finnish	Ulko- maiset Foreign	Yhteensä Total	Koti- maiset Finnish	Ulko- maiset Foreign	Yhteensä Total	Koti- maiset Finnish	Ulko- maiset Foreign	Yhteensä Total	Yhteensä Total	Joista Of which	Koti- maiset Finnish	Ulko- maiset Foreign
€ milj. – € million													
1990	5,2	8,2	13,4	9,1	6,1	15,3	3,7	10,0	13,7	42,3	18,0	24,3	
1991	4,3	5,8	10,2	9,1	5,9	15,0	5,7	14,0	19,6	44,8	19,1	25,7	
1992	3,3	3,1	6,4	7,8	4,7	12,5	6,9	15,6	22,6	41,5	18,0	23,5	
1993	0,7	0,9	1,5	7,5	4,8	12,3	7,9	18,5	26,4	40,3	16,1	24,2	
1994	0,2	0,3	0,5	7,1	4,2	11,3	10,4	20,2	30,6	42,4	17,7	24,7	
1995	0,1	0,1	0,2	7,2	4,6	11,8	13,7	27,5	41,2	53,1	21,0	32,1	
1996	0,1	0,2	0,2	6,9	2,3	9,2	18,2	27,5	45,7	55,1	25,2	30,0	
1997	0,0	0,1	0,2	5,0	1,7	6,8	19,5	35,5	55,0	62,0	24,6	37,4	
1998	0,0	0,0	0,1	3,7	0,8	4,5	23,9	35,5	59,4	64,0	27,7	36,3	
1999	0,0	0,0	0,0	2,2	0,3	2,5	26,7	33,0	59,7	62,2	28,9	33,3	
2000	0,0	0,1	0,1	1,5	0,2	1,7	28,9	36,5	65,4	67,2	30,4	36,8	
2001	0,0	0,1	0,1	0,6	0,1	0,7	31,9	35,3	67,2	68,1	32,6	35,6	
%													
1990	12,3	19,3	31,6	21,6	14,5	36,1	8,7	23,6	32,3	100,0	42,6	57,4	
1991	9,7	13,0	22,7	20,2	13,2	33,5	12,7	31,2	43,9	100,0	42,6	57,4	
1992	7,9	7,6	15,5	18,7	11,4	30,2	16,7	37,6	54,4	100,0	43,3	56,7	
1993	1,9	2,9	4,8	18,5	12,0	30,6	19,3	45,3	64,6	100,0	39,8	60,2	
1994	0,8	1,7	2,5	16,8	9,9	26,8	24,2	46,6	70,7	100,0	41,8	58,2	
1995	0,4	1,0	1,5	14,0	8,9	22,8	26,2	49,5	75,7	100,0	40,6	59,4	
1996	0,4	1,2	1,5	12,6	4,1	16,7	32,7	49,1	81,8	100,0	45,6	54,4	
1997	0,3	1,5	1,8	8,1	2,8	11,0	31,2	56,0	87,2	100,0	39,7	60,3	
1998	0,1	0,0	0,1	5,8	1,3	7,0	37,4	55,5	92,8	100,0	43,3	56,7	
1999	0,0	0,0	0,0	3,6	0,4	4,0	42,9	53,1	96,0	100,0	46,5	53,5	
2000	0,0	0,1	0,1	2,2	0,3	2,5	43,0	54,3	97,3	100,0	45,2	54,8	
2001	0,0	0,1	0,2	0,9	0,2	1,1	46,8	51,9	98,7	100,0	47,8	52,3	

Tukkumyynti. Taulukon tiedot kattavat vain ÄKT ry:n jäsentuottajien myynnin.  
*Sales at distributor level. Wholesale value of sales by Finnish Group of IFPI members only.*

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry.  
*Source: Finnish Group of IFPI*

#### 4.6 Äänitteitä kuunnelleiden osuus keskimääräisenä päivänä 1990–2001 Average daily reach of phonograms 1990–2001

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%											
Kaikki – All	24	24	23	19	19	18	17	17	17	16	16	15
Sukupuoli – Sex												
Naiset – Women	24	23	24	19	18	18	18	18	17	16	17	15
Miehet – Men	23	26	23	19	20	18	17	17	16	16	16	15
Ikä – Age												
9–14	44	52	39	36	37	38	34	34	37	31	31	28
15–24	58	54	57	46	47	46	41	42	41	39	40	38
25–34	29	30	27	23	21	20	19	19	18	18	18	18
35–44	13	18	17	14	14	15	14	14	13	13	14	12
45–54	..	13	14	9	9	9	9	9	9	8	9	9
55–64	..	9	10	7	6	7	7	6	6	5	6	7
65–	..	4	3	5	5	4	5	5	6	5	4	4
Koulutus – Education												
Kans/kansalaiskoulu – Primary	7	13	13	10	11	10	10	7	6	5	5	5
Perus/keskikoulu – Secondary	28	35	29	33	34	31	29	27	28	26	26	25
Ammattik. – Vocational	..	..	..	17	16	15	14	14	13	12	13	12
Yo./opisto – College or more	31	27	26	20	16	19	19	19	17	17	21	21
Yliopisto/korkeakoulu – Academic	..	..	..	..	..	..	16	14	13	13	14	12

Tiedot perustuvat valtakunnallisiin radion kuuntelututkimuksiin. Mukana 9 vuotta täyttänyt väestö.  
The data are based on national radio listening studies. Population aged 9+.

Lähteet: Yleisradio  
Finnpanel Oy  
Sources: YLE  
Finnpanel Oy

4.7 Äänitteiden kuunteluun keskimäärin käytetty aika 1990–2001  
Average listening time of phonograms 1990–2001

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	Min./päivä – Min/day											
Kaikki – All	23	28	28	22	21	20	19	19	18	18	17	17
Sukupuoli – Sex												
Naiset – Women	24	27	27	22	20	20	19	19	18	17	17	16
Miehet – Men	23	28	28	22	22	20	18	19	18	19	17	17
Ikä – Age												
9–14	35	63	39	40	35	35	30	31	37	29	27	25
15–24	70	72	81	68	63	63	54	57	53	52	51	50
25–34	26	32	24	23	23	20	20	21	19	21	19	19
35–44	10	16	22	13	14	14	14	13	12	13	13	12
45–54	..	11	17	9	8	8	9	9	8	9	8	8
55–64	..	10	10	6	5	6	6	5	5	5	6	7
65–	..	3	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4
Koulutus – Education												
Kansakoulu – Primary	5	12	11	9	10	9	9	7	7	5	5	5
Peruskoulu – Comprehensive	31	44	37	44	41	40	34	32	32	30	29	31
Ammatill. koulutus – Vocational	..	..	..	20	17	16	15	15	14	14	13	13
Ylioppilas – College	29	29	30	21	21	20	21	21	18	21	26	26
Akateeminen – Academic	..	..	..	..	..	..	15	15	12	12	13	12

Tiedot perustuvat valtakunnallisiin radion kuuntelututkimuksiin. Mukana 9 vuotta täyttäneet väestö.  
The data are based on national radio listening studies. Population aged 9+.

Lähteet: Finnpanel  
Yleisradio  
Sources: Finnpanel  
YLE

#### 4.8 Myydyimmät pitkäsoittoäänitteet Suomessa 2001 Top 10 albums in Finland 2001

Yhtye/Solisti – Performer	Äänitteen nimi – Album	Myynti (kpl) – Sales (copies)	Levy-yhtiö – Record label
<b>Kotimaiset – Domestic:</b>			
Anssi Kela	Nummela	139 306	BMG
Yö	Legenda	81 356	Poko
Tiktak	Jotain muuta	63 373	Universal
The Rasmus	Into	60 045	Playground
Ultra Bra	Sinä päivänä kun synnyin	53 613	Johanna
Nylon Beat	Extreme	44 958	Mediamusiikki
Samuli Edelmann	Kaikki tahtoo	41 681	BMG
HIM	Deep Shadows & Brilliant Highlights	41 095	BMG
Yölintu	Sitä saa mitä tilaa	38 434	Warner
Leevi And The Leavings	Torstai – 40 seuraavaa hittiä	36 014	Johanna
<b>Ulkomaiset – Imported:</b>			
Linkin Park	Hybrid Theory	55 691	Warner
Dido	No Angel	42 063	BMG
Gregorian	Masters Of Chant Chapter II	33 318	Edel Records
Destiny's Child	Survivor	32 483	Sony
LeAnn Rimes	I Need You	30 335	Warner
Laura Pausini	E Ritorno Da Te (Best Of)	28 252	Warner
Helmut Lotti	Goes Classic Vol. 3	25 007	EMI
Roxette	Room Service	23 394	EMI
Madonna	GHV2	23 050	Warner
Crazy Town	The Gift Of Game	20 420	Sony Music

Sisältää Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry:n jäsenyhtiöiden ilmoittamat myyntimäärät. Luvut ovat levy-yhtiöiden ilmoittamia äänitteiden tukku-  
myyntimääriä, joihin sisältyvät sekä LP-levyt, CD-levyt että kasetit. – Includes sales notified by members of the Finnish Group of IFPI (International Federa-  
tion of the Phonographic Industry). The figures are based on wholesale sales of recordings reported by record companies and include LPs, CDs and cassettes.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry  
Source: Finnish Group of IFPI.

4.9 Kautta aikojen myydyimmät pitkäsoittoäänitteet  
All time top ten domestic and imported records in Finland

Yhtye/Solisti – Performer	Äänite – Album	Myynti (kpl) Sales (copies)	Julkaisuvuosi Year of release	Levy-yhtiö – Record label
<b>Kotimaiset – Domestic</b>				
Jari Sillanpää	Jari Sillanpää	262 006	1996	Mediamusiikki / Edel
Eppu Normaali	Repullinen hittejä	210 876	1996	Poko
Kirka	Surun pyyhit silmistäni	208 838	1989	BMG (Flamingo)
Dingo	Kerjäläisten valtakunta	191 051	1985	Finnlevy
Joel Hallikainen	Joel Hallikainen	178 654	1992	Finnlevy
Kaija Koo	Tuulten viemää	174 208	1993	WEA
Smurffit	Tanssihitit Vol. 1	165 392	1996	EMI
Hurriganes	Roadrunner	164 113	1975	Love
Jari Sillanpää	Auringonnousu	156 302	1997	Mediamusiikki / Edel
Topi Sorsakoski & Agents	Besame Mucho	156 079	1987	EMI
<b>Ulkomaiset – Imported</b>				
Queen	Greatest Hits 2	130 704	1991	EMI
Abba	Gold – Greatest Hits	128 606	1992	Universal
Bon Jovi	Cross Road – The Best Of	118 170	1994	Universal
Baccara	Baccara	115 000	1977	Discophon
Dire Straits	Brothers In Arms	109 868	1985	Universal
Bruce Springsteen	Born In The USA	101 671	1984	Sony
Roxette	Joyride	100 071	1991	EMI
Céline Dion	Let's Talk About Love	94 341	1997	Sony
Madonna	Something To Remember	92 721	1995	Warner
Madonna	Immaculate Collection	91 849	1990	Warner

\* Sisältää Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry:n jäsenyhtiöiden ilmoittamat myyntimäärät. Luvut ovat levy-yhtiöiden ilmoittamia äänitteiden tukkumyyntimääriä, joihin sisältyvät sekä LP-levyt, CD-levyt että kasetit. – Includes sales notified by the Finnish National Group of IFPI (International Federation of the Phonographic Industry). The figures are based on wholesale sales of recordings reported by record companies and include LPs, CDs and cassettes.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry  
Source: Finnish Group of IFPI.

#### 4.10 Audiolaitteiden vähittäismyynti 1980–2001 Retail sales of audio equipment 1980–2001

	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos 2001/2000 Change 2001/2000 %
	1 000 kpl – 1 000 units										
<b>Soittimet – Players</b>											
• levysoittimet – <i>turntables</i>	41	65	22	4	4	5	3	3	3	2	-33,3
• CD-soittimet – <i>CD players</i>	–	8	85	32	33	31	31	24	18	10	-44,4
• MD-soittimet – <i>MD players</i>	–	–	–	–	–	6	5	5	3	2	-33,3
• CD-radionaurit – <i>radio cassette recorders with CD-player</i>	–	–	–	96	115	120	111	121	121	115	-5,0
• muut radionaurit <i>other radio cassette recorders</i>	156	280	260	76	71	57	43	24	23	30	28,7
• stereodekit – <i>tape decks</i>	47	70	28	8	7	5	4	2	2	1	-50,0
• korvalappustereot <i>headphone stereos</i>	15	200	170	125	130	100	112	48	–	–	
• kannettavat CD-soittimet <i>portable CD-players</i>								36	63	55	-12,7
• kannettavat MD-soittimet <i>portable MD-players</i>								13	16	15	-6,3
<b>Soittimet yhteensä Players total</b>	<b>259</b>	<b>623</b>	<b>565</b>	<b>341</b>	<b>360</b>	<b>324</b>	<b>309</b>	<b>276</b>	<b>249</b>	<b>230</b>	<b>-7,6</b>
<b>Stereolaitteet – Stereo equipment</b>											
• viritinimet – <i>turners</i>	14	40	15	1	1	1	1	1	1	1	0,0
• vahvistimet – <i>amplifiers</i>	15	42	20	3	4	3	4	3	3	2	-33,3
• viritinvahvistimet – <i>receivers</i>	31	23	16	16	18	22	20	23	26	25	-3,8
• stereoyhdistelmät <i>stereo sets</i>	48	50	74	84	97	98	94	112	132	90	-31,8
• kaiuttimet ja tarvikkeet <i>loudspeakers and equipments</i>	–	–	–	41	54	66	72	151	138	135	-2,2
• kuulokkeet – <i>headphones</i>	–	–	–	108	147	140	120	121	145	150	3,4
<b>Stereolaitteet yhteensä Stereo equipment total</b>	<b>108</b>	<b>155</b>	<b>125</b>	<b>253</b>	<b>321</b>	<b>331</b>	<b>311</b>	<b>411</b>	<b>445</b>	<b>403</b>	<b>-9,4</b>

Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja. – Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry  
Source: Domestic Appliances Association.

4.11 Audiolaitteiden keskihinnat ja myynnin arvo 1980–2001  
*Audio equipment: average prices and sales value 1980–2001*

		1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos 2001/2000 Change 2001/2000
<b>Soittimet – Players</b>												
• levysoittimet – <i>turntables</i>	Keskihinta €											
	<i>Average price €</i>	143	118	135	118	126	118	118	124	186	185	-0,5
	Arvo, milj. €											
	<i>Sales value million €</i>	6	8	3	1	1	1	0	0	1	0	-26,7
• CD-soittimet – <i>CD players</i>	Keskihinta €											
	<i>Average price €</i>	-	370	202	185	168	160	151	193	174	168	-3,2
	Arvo, milj. €											
	<i>Sales value million €</i>	-	3	17	6	6	5	5	5	3	2	-44,4
• MD-soittimet – <i>MD players</i>	Keskihinta €											
	<i>Average price €</i>	-	-	-	-	-	336	269	239	252	202	-19,8
	Arvo, milj. €											
	<i>Sales value million €</i>	-	-	-	-	-	2	1	1	1	0	-55,0
• CD-radionauhurit <i>radiocassette recorders with CD-player</i>	Keskihinta €											
	<i>Average price €</i>	-	-	-	151	135	118	118	128	116	111	-4,2
	Arvo, milj. €											
	<i>Sales value million €</i>	-	-	-	14	15	14	13	15	14	13	-8,6
• muut radionauhurit <i>other radio cassette recorders</i>	Keskihinta €											
	<i>Average price €</i>	113	123	89	89	82	82	84	86	73	82	12,4
	Arvo, milj. €											
	<i>Sales value million €</i>	17	34	23	4	3	3	2	1	1	1	-25,0
• stereodekit – <i>tape decks</i>	Keskihinta €											
	<i>Average price €</i>	185	160	219	210	202	202	168	210	198	210	6,2
	Arvo, milj. €											
	<i>Sales value million €</i>	9	11	6	2	1	1	1	1	0	0	-37,5
• korvalappustereot <i>headphone stereos</i>	Keskihinta €											
	<i>Average price €</i>	59	45	45	45	39	39	50	34	21	20	-1,6
	Arvo, milj. €											
	<i>Sales value million €</i>	1	9	8	6	5	4	6	2	1	1	20,0
• kannettavat CD-soittimet <i>portable CD-players</i>	Keskihinta €											
	<i>Average price €</i>						..	..	109	110	109	-0,8
	Arvo, milj. €											
	<i>Sales value million €</i>						..	..	4	7	6	-14,9
• kannettavat MD-soittimet <i>portable MD-players</i>	Keskihinta €											
	<i>Average price €</i>						..	..	269	272	244	-10,4
	Arvo, milj. €											
	<i>Sales value million €</i>						..	..	4	5	4	-19,4
<b>Soittimet yhteensä <i>Players total</i></b>	<b>Arvo, milj. € <i>Sales value million €</i></b>	<b>34</b>	<b>65</b>	<b>57</b>	<b>32</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>17</b>	<b>-0,5</b>

4.11 Jatkuu  
Continued

		1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos 2001/2000 Change 2001/2000
<b>Stereolaitteet</b>												
<b>Stereo equipment</b>												
• viritinimet <i>tuners</i>	Keskihinta €											
	Average price €	160	118	139	151	151	151	143	185	219	219	0,0
	Arvo, milj. € Sales value million €	2	5	2	0	0	0	0	0	0	0	0
• vahvistimet <i>amplifiers</i>	Keskihinta €											
	Average price €	185	143	219	252	278	252	252	437	494	463	-6,3
	Arvo, milj. € Sales value million €	3	6	4	1	1	1	1	1	1	1	1
• viritinvahvistimet <i>receivers</i>	Keskihinta €											
	Average price €	219	185	269	320	336	336	320	353	388	404	4,1
	Arvo, milj. € Sales value million €	7	4	4	5	6	7	6	8	10	10	0,0
• stereoyhdistelmät <i>stereo sets</i>	Keskihinta €											
	Average price €	404	370	370	395	387	336	286	261	288	210	-27,0
	Arvo, milj. € Sales value million €	19	19	27	33	38	33	27	29	38	19	-50,4
• kaiuttimet <i>loudspeakers</i>	Keskihinta €											
	Average price €	-	-	-	71	101	109	118	113	23	29	24,1
	Arvo, milj. € Sales value million €	-	-	-	3	5	7	8	8	4	4	-0,6
• kuulokeet <i>headphones</i>	Keskihinta €											
	Average price €	-	-	-	25	25	29	42	25	23	24	4,3
	Arvo, milj. € Sales value million €	-	-	-	3	4	4	5	3	3	4	8,8
		0	0	0	0	0						
<b>Stereolaitteet yhteensä</b> <b>Stereo equipment total</b>	<b>Arvo, milj. €</b> <b>Sales value million €</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>38</b>	<b>45</b>	<b>54</b>	<b>53</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>57</b>	<b>38</b>	<b>-33,9</b>

Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja.  
Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry.  
Source: Domestic Appliances Association



4.12 Audiolaitteet kotitalouksissa 1995–2000  
*Audio equipment in households 1995–2000*

	1995 %	1996	1997	1998	1999	2000
Levysoitin – <i>Turntable</i>	53	44	47	46	..	..
Erillinen CD-soitin – <i>Separate CD-player</i>	..	17	31	35	53	..
Radionauhuri/CD-soitin -yhdistelmä <i>Radiocassette recorder with CD player</i>	..	35	44	48	51	..
Radionauhuri ilman CD-soitinta <i>Other radiocassette recorder</i>	..	58	63	63	56	..
Radionauhuri, yhteensä <i>Radiocassette recorder, total</i>	75	74	82	85	82	83
CD-soitin, yhteensä – <i>CD player, total</i>	35	45	57	60	65	..

Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset  
 Source: Finnpanel Oy, TV-household surveys

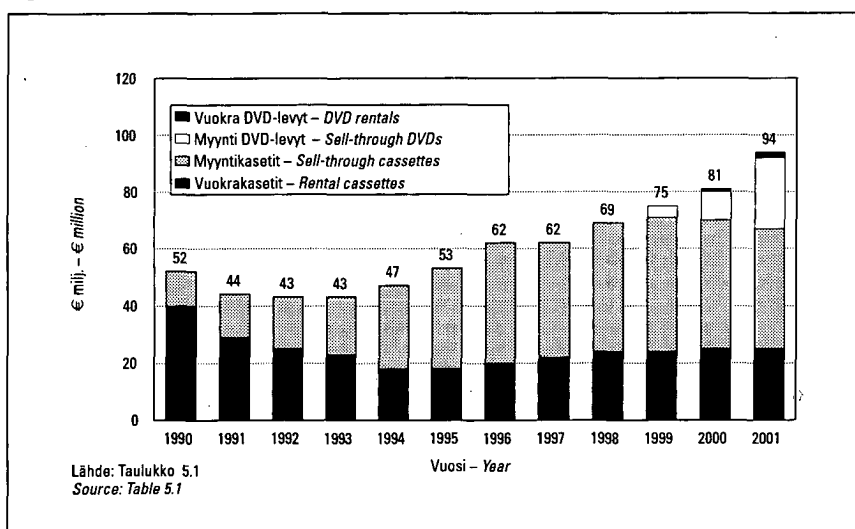
## 5 Video

Videotallennemarkkinat muodostuvat valtaosin elokuvien vuokraamisesta ja myymisestä. Vuokravideot ovat käytännössä pelkästään elokuvia. Myyntivideoina on niiden lisäksi tarjolla esimerkiksi erilaisiin harrastuksiin liittyviä ohjelmia. Elokuville videotallenteet ovat taloudellisesti ja katsojamäärältään tärkeä jakelukanava. Vuonna 2001 Suomessa myytiin yhteensä 4,5 miljoonaa videotallennetta ja sellainen vuokrattiin kymmenen miljoonaa kertaa (taulukko 5.2). Videomarkkinoiden kokonaisliikevaihto oli 95 miljoonaa euroa (taulukko 5.1). Vastaavasti elokuvateattereihin myytiin samana vuonna 6,3 miljoonaa pääsylippua ja teattereiden lipputulot olivat noin 45 miljoonaa euroa (luvun 6 taulukko 3).

Nykyään enemmän kuin kaksi kolmasosaa videomarkkinoiden liikevaihdosta tulee tallenteiden myynnistä (kuvio 5.2). Videomarkkinat kuitenkin syntyivät 1980-luvun ensimmäisellä puoliskolla videoiden vuokrauksen pohjalle. Vuokravideot tulivat markkinoille muutama vuosi ennen myyntivideoita ja videotallenteiden ”läpimurto” suomalaisen joukkoviestintämaiseen tapahtui nimenomaan vuokraamisen nopeana kasvuna. Myyntivideoiden osuus markkinoista pysyi vähäisenä useita vuosia. Markkinoiden rakenne alkoi muuttua vasta 1980-luvun lopulla. Videotallenteiden myynti lähti nopeaan kasvuun, kun taas vuokraamisen liikevaihdon kasvu pysähtyi ja kääntyi muutaman vuoden kuluttua laskuun. Myyntivideoiden ky-

Kuvio 5.1 Videotallennemarkkinoiden liikevaihto 1990–2001

Figure 5.1 Video distribution turnover 1990–2001



synnän nousu jatkui läpi 1990-luvun, mikä piti yllä myös koko videomarkkinoiden kasvua. Vuokramarkkinatkin piristyivät hiukan 1990-luvun lopulla. Niiden liikevaihto vakiintui noin 25 miljoonan euron tasolle. (Taulukko 5.1.)

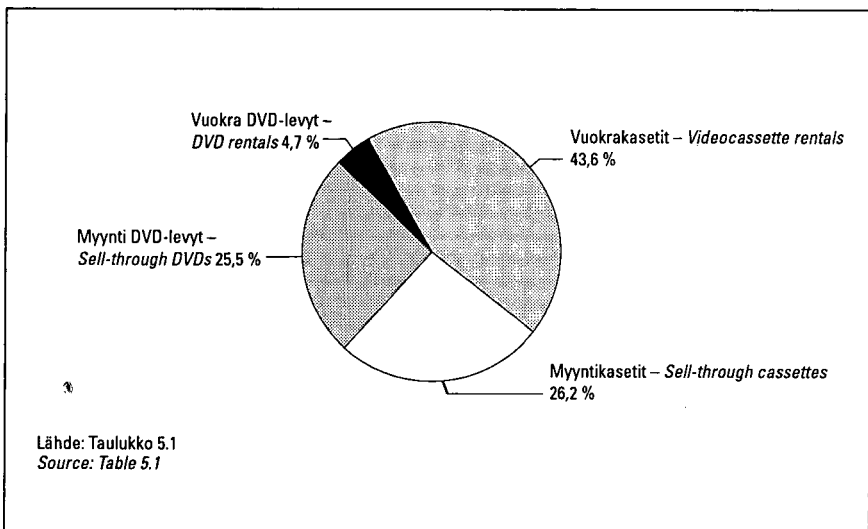
Videomarkkinoilla käynnistyi uusi muutos Dvd-tallenteiden tullessa markkinoille vuonna 1998. Niiden kysyntä on lähtenyt Suomessa liikkeelle hyvin. Vuonna 2001 Dvd-tallenteita myytiin jo 25 miljoonalla eurolla ja vuokrattiin neljällä miljoonalla eurolla. Dvd:n osuus videotallennemarkkinoista on noussut peräti 30 prosenttiin. Dvd-tallenteiden ansiosta myös koko videomarkkinat ovat kasvaneet. Uusi tallenneformaatti onkin merkinnyt elokuvien maahantuojille ja alan vähittäiskaupalle tervetullutta piristysruisketta. Kuluttajien näkökulmasta muutos ei ole yhtä merkittävä kuin myyntikasettien korvatussa vuokrakasetit, sillä tällä kertaa tapa kuluttaa tai hankkia elokuvia videoina säilyy ennallaan. Vain itse videotallenne ja sen katselussa käytettävä laite vaihtuvat. Toki kuvan ja äänen laatu paranevat selvästi. (Taulukko 5.1.)

Toistaiseksi Dvd-tallenteiden tulo markkinoille on vaikuttanut vain myyntikasettien kysyntään, joka on kolmessa vuodessa laskenut selvästi sekä kappale- että euromääräisesti. Vuokrakasettien kysyntä on sen sijaan pysynyt likimain ennallaan. Jatkossa Dvd-tallenteet tulevat kuitenkin korvaamaan videokasetit hyvin suurelta osin sekä myynti- että vuokramarkkinoilla. (Taulukot 5.1 ja 5.2.)

Dvd-laitekauppa on Suomessa lähtenyt liikkeelle kohtalaisesti. Vuonna 2001 myytiin 50 000 laitetta ja yhteensä niitä on neljässä vuodessa myyty noin satatuhatta kappaletta. Dvd-tallenteiden kysynnän nopea kasvu perustuu siten itse asiassa melko pieneen Dvd-talouksien joukkoon, joka ostaa tallenteita aktiivisesti. Dvd-tallenteita voi katsella myös uusilla videopelikonsolimalleilla. Kaikkiaan Suomessa

Kuvio 5.2 Videotallennemarkkinoiden rakenne 2001

Figure 5.2 Structure of video market 2001

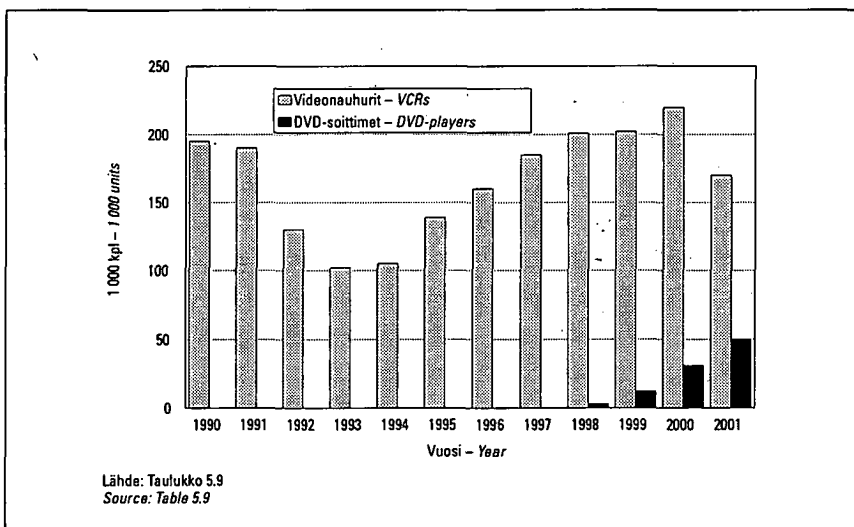


myydään vuodessa 200 000 pelikonsolia, joista valtaosa toistaa myös Dvd-tallenteita. Pelikonsolien merkitys videomarkkinoille perustuu siihen, että niitä ostavat enimmäkseen nuoret, jotka ovat myös aktiivisia elokuvien kuluttajia. Dvd-asemat ovat myös yleistyneet tietokoneissa, mutta niillä ei elokuvien katselun kannalta ole kovin suurta merkitystä. Dvd-laitteiden hinnat ovat laskeneet nopeasti, mikä nopeuttaa niiden yleistymistä. Vuonna 2001 myytyjen laitteiden keskihinta oli 328 euroa eli noin puolet vuoden 1998 keskihinnasta. (Taulukot 5.9 ja 5.10.)

Dvd-laitteita myydään edelleen huomattavasti vähemmän kuin videonauhureita, joita meni kaupaksi 170 000 kappaletta vuonna 2001. Nauhurikauppa kasvoi 1990-luvun toisella puoliskolla useana vuonna ylittäen myös selvästi vuosikymmenen alun lamaa edeltäneen tason. Vuonna 2001 myynti kuitenkin putosi edellisestä vuodesta lähes neljänneksellä, mikä johtui todennäköisesti Dvd-laitekaupan kasvusta. Dvd-laite ei kuitenkaan aivan lähivuosina korvaa täysin videonauhuria, vaan se tulee koteihin pikemminkin nauhurin rinnalle. Tämä johtuu siitä, että videonauhuria käytetään selvästi enemmän televisiosta nauhoitettujen ohjelmien katseluun kuin ostettujen tai vuokrattujen tallenteiden katseluun. Nykyisin yleisimmin myytävillä Dvd-laitteilla ei voi nauhoittaa. Nauhoitettavia laitteitakin on ollut markkinoilla jo jonkin aikaa, mutta korkea hinta hidastaa niiden yleistymistä. Videonauhurit puolestaan ovat niin halpoja, että sellaisen hankkiminen ei ole suuri investointi, vaikka käyttäisikin sitä vain satunnaisesti. Vuonna 2001 myytyjen nauhureiden keskihinta oli 168 euroa (taulukko 5.10).

Videonauhureiden yleisyys kotitalouksissa on vakiintunut hieman yli 70 prosenttiin (taulukko 5.11). Useissa väestöryhmissä nauhuri on vielä tätäkin yleisempi. Ylempien toimihenkilöiden talouksista 87 prosentilla ja työntekijätalouksista 84

Kuvio 5.3 Videonauhureiden ja DVD-laitteiden myynti 1990–2001  
Figure 5.3 Retail sales of VCRs and DVD-players 1990–2001



prosentilla oli videot vuonna 1998 (Tilastokeskus, kulutustutkimus). Vastaavasti vain joka kolmas eläkeläistalous omisti nauhurin. Yhdeksänkymmentäluvun lopulla vilkkaana käynyt nauhurikauppa ei kasvattanut videotalouksien määrää, vaan myydyt laitteet pääasiassa korvasivat vanhoja. Myös useamman kuin yhden nauhurin videotalouksien osuus kaikista kotitalouksista kasvoi hieman ollen 17 prosenttia vuonna 2001 (taulukko 5.11).

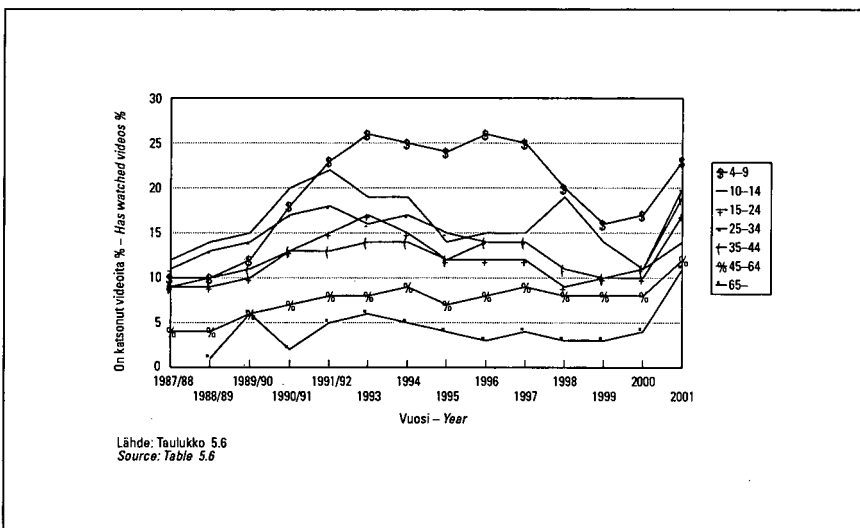
Videonauhurin käyttö muodostaa vain pienen osan television katselusta. Keskimääräisenä päivänä kolme neljäsosaa suomalaisista katsoo televisiota mutta vain 15 prosenttia videota. Koko väestön keskimääräinen television katseluaika on yli kaksi ja puoli tuntia. Videonauhurin alhaisen tavoitavuuden johdosta sen katselun vastaava keskiarvo on vain yhdeksän minuuttia. Videonauhurin käyttö väheni systemaattisesti 1990-luvun lopulla mutta näytti lisääntyvän jälleen vuonna 2001. Osittain kasvu johtui pienestä menetelmämuutoksesta TV-mittaritutkimuksessa. (Taulukko 5.7.)

Videotallenteita tuo maahan vuosittain parikymmentä yritystä. Markkinaosuudeltaan suurimpia ovat ne elokuvatoimistot, jotka hoitavat yhdysvaltalaisen studioiden elokuvien jakelua Suomessa. Neljän suurimman maahantuojan osuus koko videomarkkinoista oli 73 prosenttia vuonna 2000 (kuvio 5.4).

Videotallennetarjonta on suurimmaksi osaksi yhdysvaltalaista. Kuusikymmentä prosenttia Valtion elokuvatarkastamon vuonna 2000 tarkastamista tai sinne ilmoitettuja videotallenteista oli yhdysvaltalaisia (taulukko 5.3). Kotimaisten nimikkeiden osuus oli vastaavasti 16 prosenttia. Videovuokraamoissa ja myyntipisteissä yhdysvaltalaisen elokuvien osuus on edellä mainittua korkeampi, sillä elokuvatarkastamon tilastot sisältävät paljon sellaisia kotimaisia video-ohjelmia, jotka eivät kuulu

Kuvio 5.4 Videoita katselleiden osuus ikäryhmittäin keskimääräisenä päivänä 1987/88–2001

Figure 5.4 Daily reach of video by age group on average day 1987/88–2001



vuokraamojen ja myyntipisteiden valikoimiin. Näitä erilaisia tieto- ja harrastusvideota levittävät yritykset, järjestöt ja laitokset usein postimyyntinä.

Yhdysvaltalaiset toiminta- ja lasten elokuvat hallitsevat myös myydyimpien ja vuokratuimpien videoiden listaa. Kotimaisten elokuvien suosion kasvu on kuitenkin näkynyt elokuvateattereiden lisäksi myös videomarkkinoilla. Kotimaisia elokuvia levitetään videoina aiempaa aktiivisemmin, ja ne myös menestyvät entistä paremmin. Kotimaiset elokuvat yltyvät usein myös suosituimpien tallenteiden listalle. Esimerkiksi vuonna 2001 myydyin videotallenne oli suomalainenokuva Rentun ruusu. (Taulukko 5.8.)

## Tilastointi

Suomen Elokuvatuimistojen Liitto ry tilastoi jäsenyritystensä euro- ja kappalemääräisen videotallenteiden myynnin. Se laatii vuosittain myös arvion videotallenne-markkinoiden kokonaisliikevaihdosta ja sen jakautumisesta vuokra- ja myyntivideoiden kesken.

Finnpanelin vuodesta 1987 alkaen tekemä TV-mittaritutkimus sisältää tietoja myös videon käytöstä. Videon käytöstä on aikaisemmilta vuosilta yksityiskohtaista tietoa myös opetusministeriön vuosina 1984, 1986 ja 1989 tekemissä videotutkimuksissa ja Tilastokeskuksen vuoden 1991 vapaa-aikatutkimuksessa. Uusi vapaa-aikatutkimus tehdään vuonna 2002.

Videonauhureiden ja -kameroiden kauppaa tilastoi Kodintekniikkaliitto ry. Tilastot perustuvat mm. tietoihin tukkukauppojen toimituksista vähittäiskaupalle ja ulkomaankauppatilastoihin.

Vuoden 2000 loppuun asti kaikki videolevitykseen tarkoitetut elokuvat ja ohjelmat tuli tarkastuttaa Valtion elokuvatarkastamossa tai ilmoittaa sinne. Elokuvatarkastamon tietojen pohjalta videotallennetarjontaa voitiin tilastoida alkuperämaan ja ohjelmatyyppin mukaan. Vuoden 2001 alusta astui voimaan uusi laki kuvaohjelmien tarkastamisesta, joka koski sekä videotallennejakelua että elokuvateattereita. Tämän seurauksena elokuvatarkastamon tietojen pohjalta ei enää voida tilastoida erikseen videotallenne- ja elokuvateatteritarjontaa.

## Täydentävää kirjallisuutta

*Hellman, Heikki & Soramäki, Martti:* Kilpailu ja erikoistuminen videomarkkinoilla. Lähikuva 1991:4.

*Kohvakka, Rauli:* Suomessa liikkuvat liikkuvat kuvat 1998. Kulttuuri ja viestintä 2000:2. Tilastokeskus, Helsinki 2000.

*Kasari, Heikki:* Television katsojamittaus perustuu tv-mittaritutkimukseen. Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1993. Yleisradio, Helsinki 1993.

*Kotanen, Ellen:* Hiljaiset Siljat – Kirjastot videopalvelujen tuottajina. BTJ Kirjasto-palvelu. Helsinki. 1997.

*Liikkanen, Mirja:* Televisio, video, kotitietokoneet ja radio – sähköisen kuvan ja uusien ilmaisutapojen läpimurtoja. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.) Arjen kulttuuria. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

*Samola, Juha:* Elokuva, video ja uudet kuvatallenteet. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

(RK)

## Taulukot – Tables

- 5.1 Videotallenteiden vuokrauksen ja myynnin arvo 1980–2001  
*Sales and rentals of video recordings 1980–2001*
- 5.2 Myytyjen videotallenteiden ja videovuokrauksien määrät ja keskihinnat 1990–2001  
*Number of videos sold, rental transactions and average prices 1990–2001*
- 5.3 Tarkastetut videotallenteet alkuperämaan mukaan 1990–2000  
*Inspected video programmes by country of origin 1990–2000*
- 5.4 Tarkastetut videotallenteet ohjelmatyypeittäin 1990–2000  
*Inspected video programmes by type of programme 1990–2000*
- 5.5 Videotallenteiden vähittäisvuokraus- ja myyntipisteet 1990–2001  
*Video rental and sales outlets 1990–2001*
- 5.6 Videon tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1990/91–2001  
*Daily reach of video 1990/91–2001*
- 5.7 Videon katseluun käytetty aika keskimääräisenä päivänä 1990/91–2001  
*Average viewing time of video 1990/91–2001*
- 5.8 Vuokratuimmat ja myydyimmät vuonna 2001 julkaistut video-ohjelmat  
*Top ten rental and sell-through video releases 2001*
- 5.9 Videonauhureiden, -kameroiden ja DVD-soittimien vähittäismyynti 1980–2001  
*Retail sales of VCRs, camcorders and DVD-players 1980–2001*
- 5.10 Videonauhureiden, -kameroiden ja DVD-soittimien keskihinnat ja myynnin arvo 1980–2001  
*Average prices and sales volumes of VCR's camcorders and DVD-players 1980–2001*
- 5.11 Videolaitteiden omistus 1995–2001  
*Household ownership of video equipment 1995–2001*

## Kuviot – Figures

- 5.1 Videotallennemarkkinoiden liikevaihto 1990–2001  
*Video distribution turnover 1990–2001*
- 5.2 Videotallennemarkkinoiden rakenne 2001  
*Structure of video market 2001*
- 5.3 Videonauhureiden ja DVD-laitteiden myynti 1990–2001  
*Retail sales of VCRs and DVD-players 1990–2001*
- 5.4 Videota katselleiden osuus ikäryhmittäin keskimääräisenä päivänä 1987/88–2001  
*Daily reach of video by age group on average day 1987/88–2001*



### 5.1 Videotallenteiden vuokrauksen ja myynnin arvo 1980–2001\* Sales and rentals of video recordings 1980–2001\*

	Videokasetit – Video cassettes			DVD			Videotallenteet yhteensä Video recordings total	
	Vuokra Rental	Myynti Sell-through	Yhteensä Total	Vuokra Rental	Myynti** Sell-through**	Yhteensä Total	Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices	
	€ milj. – € million							
1980	1	–	1	–	–	–	1	1
1985	31	1	32	–	–	–	32	50
1990	40	12	51	–	–	–	51	63
1991	29	15	45	–	–	–	45	53
1992	25	18	43	–	–	–	43	50
1993	23	20	43	–	–	–	43	48
1994	18	29	47	–	–	–	47	53
1995	18	35	53	–	–	–	53	59
1996	20	42	62	–	–	–	62	69
1997	22	40	62	–	–	–	62	68
1998	24	45	70	..	0,4	0	70	75
1999	24	47	71	..	4	4	75	79
2000	25	45	70	1	10	12	82	82
2001	24	42	66	5	25	29	95	95

	Videokasetit – Video cassettes			DVD			Videotallenteet yhteensä Video recordings total	
	Vuokra Rental	Myynti Sell-through	Yhteensä Total	Vuokra Rental	Myynti** Sell-through**	Yhteensä Total		
	%							
1980	100	–	100	–	–	–	100	
1985	97	3	100	–	–	–	100	
1990	77	23	100	–	–	–	100	
1991	66	34	100	–	–	–	100	
1992	59	41	100	–	–	–	100	
1993	53	47	100	–	–	–	100	
1994	38	63	100	–	–	–	100	
1995	33	67	100	–	–	–	100	
1996	32	68	100	–	–	–	100	
1997	35	65	100	–	–	–	100	
1998	35	65	99	..	1	1	100	
1999	32	63	95	..	5	5	100	
2000	31	55	85	2	13	15	100	
2001	25	44	70	5	26	30	100	

\* Arvioita – Estimates

\*\* Sisältää vuosina 1998–99 myös DVD-levyjen vuokrauksen. – In 1998–99 includes also DVD rentals.

Lähde: Suomen Elokuvaomistajien liitto  
Source: Finnish Film Distributors' Association

5.2 Myytyjen videotallenteiden ja videovuokrauksien määrät ja keskihinnat 1990–2001  
*Number of videos sold, rental transactions and average prices 1990–2001*

<b>Vuokrakasetit</b> <i>Rental cassettes</i>		<b>Myyntikasetit</b> <i>Sell-through cassettes</i>		<b>Vuokra DVD-levyt</b> <i>Rental DVDs</i>		<b>Myynti DVD-levyt **</b> <i>Sell-through DVDs **</i>	
<i>Rental trans- actions</i>	<i>Average price</i>	<i>Myydyt tallenteet Videos sold</i>	<i>Keskihinta Average price</i>	<i>Rental trans- actions</i>	<i>Average price</i>	<i>Myydyt tallenteet Videos sold</i>	<i>Keskihinta Average price</i>
<i>Milj. – Million</i>	<i>€</i>	<i>Milj. – Million</i>	<i>€</i>	<i>Milj. – Million</i>	<i>€</i>	<i>Milj. – Million</i>	<i>€</i>
1990	13	3,0	0,7	19,3	–	–	–
1991	12	3,0	1,1	12,4	–	–	–
1992	10	2,9	1,4	14,6	–	–	–
1993	6	3,9	1,8	11,3	–	–	–
1994	5	3,4	2,0	15,0	–	–	–
1995	6	2,7	1,9	18,3	–	–	–
1996	7	2,7	3,0	14,0	–	–	–
1997	7	3,0	3,0	13,5	–	–	–
1998	8	3,0	4,0	11,4	..	..	..
1999	8	3,0	3,9	12,1	..	..	0,2
2000	9	2,9	3,6	12,4	0,3	5,0	0,5
2001	9	2,7	3,3	12,6	1,0	5,0	1,2

\* Arvioita – Estimates

\*\* Vuonna 1999 sisältää jonkin verran videovuokraamoille myytyjä vuokraukseen tarkoitettuja tallenteita.  
*In 1999 includes some DVDs sold to rental outlets for renting.*

Lähde: Suomen Elokuvatoimistojen Liitto  
*Sources: Finnish Film Distributors' Association*

### 5.3 Tarkastetut videotallenteet alkuperämaan mukaan 1990–2000\*

*Inspected video programmes by country of origin 1990–2000\**

Alkuperämaa <i>Country of origin</i>	1990		1995		1996		1997		1998		1999		2000	
	Kpl <i>Number</i>	%	Kpl <i>Number</i>	%	Kpl <i>Number</i>	%	Kpl <i>Number</i>	%	Kpl <i>Number</i>	%	Kpl <i>Number</i>	%	Kpl <i>Number</i>	%
Kotimaiset <i>National</i>	419	15,2	411	33,4	235	22,7	231	23,4	202	14,9	249	22,6	209	16,0
Muut EU-maat <i>Other EU countries</i>	925	33,5	150	12,2	116	11,2	170	17,2	214	15,8	114	10,4	178	13,7
Muu Eurooppa <i>Other European countries</i>	19	0,7	1	0,1	8	0,8	7	0,7	16	1,2	6	0,5	4	0,3
<b>EUROOPPA YHTEENSÄ** EUROPE TOTAL**</b>	<b>1 363</b>	<b>49,4</b>	<b>562</b>	<b>45,7</b>	<b>359</b>	<b>34,7</b>	<b>408</b>	<b>41,3</b>	<b>432</b>	<b>31,8</b>	<b>369</b>	<b>33,5</b>	<b>391</b>	<b>30,0</b>
Josta muut Pohjoismaat <i>Of which other Nordic countries</i>	91	3,3	10	0,8	9	0,9	10	1,0	41	3,0	15	1,4	26	2,0
Yhdysvallat – USA	1 265	45,8	562	45,7	521	50,3	454	46,0	795	58,5	632	57,4	780	59,8
Muut maat <i>Other countries</i>	133	4,8	55	4,5	67	6,5	76	7,7	44	3,2	35	3,2	36	2,8
Yhteistuotannot*** <i>Co-productions***</i>	–	–	51	4,1	75	7,2	49	5,0	62	4,6	42	3,8	97	7,4
Valmistusmaa ei tiedossa <i>Unknown</i>	–	–	–	–	13	1,3	–	–	25	1,8	23	2,1	–	–
<b>YHTEENSÄ**** TOTAL****</b>	<b>2 761</b>	<b>100,0</b>	<b>1 230</b>	<b>100,0</b>	<b>1 035</b>	<b>100,0</b>	<b>987</b>	<b>100,0</b>	<b>1 358</b>	<b>100,0</b>	<b>1 101</b>	<b>100,0</b>	<b>1 304</b>	<b>100,0</b>

\* Suomen elokuvataarkastamon tarkastamat ja sinne ilmoitetut videolevitykseen tarkoitetut ohjelmat ja elokuvat.

*Feature films and programmes intended to video distribution inspected by the Finnish Board of Film Classification or reported to it.*

\*\* Ei sisällä eurooppalaisia yhteistuotantoja. Ne sisältyvät kohtaan yhteistuotannot. – *European co-productions are not included. They are included in co-productions.*

\*\*\* Vuonna 1990 yhteistuotannot sijoittuvat jokaisen tuotannossa mukana olleen maan lukuihin, eli ne ovat luvuissa mukana useaan kertaan. *In 1990 co-productions are included in the figures for each participating country, so the figures include co-productions more than once.*

\*\*\*\* Osalta tarkastetuista videotallenteista puuttuu tieto alkuperämaasta, minkä vuoksi yhteensä-sarakkeen luvut poikkeavat taulukon 5.4 tarkastettujen tallenteiden kokonaismäärästä. – *Information about country of origin was not available for all inspected video programmes. The figures for the total number of videos and programmes thus differ from those of Table 5.4*

Lähde: Valtion elokuvataarkastamo

Source: Finnish Board of Film Classification

#### 5.4 Tarkastetut videotallenteet ohjelmatyypeittäin 1990–2000\* Inspected video programmes by type of programme 1990–2000\*

Ohjelmatyyppi Type of programme	Fiktio Fiction		Animaatio Animation		Dokumentti Documentary		Muut** Others**		Yhteensä Total	
	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%
1990	1 891	67,3	305	10,9	222	7,9	392	14,0	2 810	100
1991	1 314	68,7	237	12,4	85	4,4	276	14,4	1 912	100
1992	765	52,3	158	10,8	361	24,7	179	12,2	1 463	100
1993	630	52,7	211	17,7	274	22,9	80	6,7	1 195	100
1994	508	47,3	198	18,4	298	27,7	70	6,5	1 074	100
1995	539	43,5	202	16,3	455	36,7	44	3,5	1 240	100
1996	554	53,5	186	18,0	251	24,3	44	4,3	1 035	100
1997	558	56,5	132	13,4	211	21,4	86	8,7	987	100
1998	871	64,1	116	8,5	211	15,5	160	11,8	1 358	100
1999	603	54,8	160	14,5	169	15,3	169	15,3	1 101	100
2000	712	54,6	105	8,1	253	19,4	234	17,9	1 304	100

\* Suomen elokuvataarkastamon tarkastamat ja sinne ilmoitetut videolevitykseen tarkoitetut ohjelmat ja elokuvat.  
Feature films and programmes intended for video distribution inspected by the Finnish Board of Film Classification or reported to it.

\*\* Sisältää pääasiassa musiikki- ja askarteluvideoita – Includes mainly music and hobby videos.

Lähde: Valtion elokuvataarkastamo  
Source: Finnish Board of Film Classification

#### 5.5 Videotallenteiden vähittäisvuokraus- ja myyntipisteet 1990–2001\* Video rental and sales outlets 1990–2001\*

	Vuokrauspisteet – Rental outlets								Myyntipisteet – Sales outlets							
	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Erikoisliikkeet Specialist dealers	120	150	150	150	150	150	150	150	50	50	50	50	50	50	50	50
Tavaratalot/marketit – Department stores/supermarkets	150	–	–	–	–	–	–	–	400	650	650	650	650	650	650	650
Muut** Others**	1 700	900	850	850	850	850	850	850	250	750	800	800	800	800	800	800
Yhteensä – Total	1 970	1 050	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	700	1 450	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500

\* Luvut ovat arvioita – Estimates

\*\* Mm. kirja- ja levykaupat, kioskit, huoltoasemat. – Includes gas stations, kiosks, bookshops, etc.

Lähde: Suomen Elokuvatoimistojen Liitto  
Source: Finnish Film Distributors' Association

## 5.6 Videon tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1990/91–2001

### Daily reach of video 1990/91–2001

Kymmenen vuotta täyttänyt väestö Population aged 10+	1990/91	1991/92	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001**
	%										
Kaikki – All	11	12	12	12	12	12	11	9	8	9	15
Videon omistus – Access to video											
On video – Has access	19	18	17	17	16	16	..	..	..	..	..
Sukupuoli – Sex											
Naiset – Women	10	11	11	12	11	12	10	9	8	9	13
Miehet – Men	13	14	14	13	12	13	11	10	9	8	16
Ikä – Age											
4–9 vuotta* – years*	18	23	26	25	25	26	25	20	16	17	23
10–14 vuotta – years	20	22	19	19	19	17	15	19	14	11	14
15–24 vuotta – years	13	15	17	15	14	14	12	9	10	10	17
25–34 vuotta – years	17	18	16	17	16	16	14	11	10	11	20
35–44 vuotta – years	13	13	14	14	14	16	14	11	10	11	19
45–64 vuotta – years	7	8	8	9	8	10	9	8	8	8	12
65– vuotta – years	2	5	6	5	5	4	4	3	3	4	11
Ammatti – Occupation											
Maanviljelijät – Farmers	6	7	6	7	5	7	6	5	4	6	10
Työväestö – Blue-collar	11	12	12	12	11	11	11	9	8	9	20
Alemmat toimihenkilöt Lower white-collar	10	11	12	12	11	12	10	8	8	8	15
Ylemmät toimihenkilöt Upper white-collar	10	10	11	11	10	11	10	8	7	8	14
Eläkeläiset – Pensioners											12
Koululaiset ja opiskelijat Schoolchildren & students	15	17	16	16	16	15	13	12	12	11	16
Muut – Other	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	18

\* Taulukon muissa videon katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 10-vuotiaiden katselu.  
All other data in the Table describe for age groups over 10 years.

\*\* Tavoittavuuden kasvu johtuu osittain pienestä menetelmämuutoksesta. – Increase is partly caused by a minor change in the methodology.

Lähteet: Finnpanel Oy  
Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvedot

Sources: Finnpanel Oy  
YLE Research and Development

5.7 Videon katseluun käytetty aika keskimääräisenä päivänä 1990/91–2001  
Average viewing time of video 1990/91–2001

Kymmenen vuotta täyttänyt väestö Population aged 10+	1990/91	1991/92	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001**
	Minuuttia/vrk – Minutes/day										
Kaikki – All	10	11	10	10	10	11	8	6	6	6	9
Videon omistus – Access to video											
On video – Has access	16	16	14	14	13	14	..	..	..	..	..
Sukupuoli – Sex											
Naiset – Women	9	10	9	10	9	10	9	6	5	5	8
Miehet – Men	11	12	11	11	10	11	9	6	6	7	10
Ikä – Age											
4–9 vuotta* – years*	15	22	25	25	24	26	24	16	13	13	15
10–14 vuotta – years	17	17	16	15	14	15	11	13	12	7	7
15–24 vuotta – years	11	14	15	14	12	12	10	7	8	8	13
25–34 vuotta – years	17	19	14	15	15	14	13	9	7	9	13
35–44 vuotta – years	10	10	10	11	12	14	10	7	5	7	10
45–64 vuotta – years	6	6	6	7	7	8	7	5	5	5	7
65– vuotta – years	2	4	5	5	4	3	2	1	1	3	7
Ammatti – Occupation											
Maanviljelijät – Farmers	5	6	4	5	4	6	7	6	2	3	4
Työväestö – Blue-collar	10	11	11	11	10	10	8	6	5	7	14
Alemmat toimihenkilöt Lower white-collar	8	9	9	10	9	11	8	5	4	5	8
Ylemmät toimihenkilöt Upper white-collar	7	8	9	8	8	10	7	5	5	6	9
Eläkeläiset – Pensioners											8
Koululaiset ja opiskelijat Schoolchildren & students	15	16	14	13	13	13	11	4	10	8	10
Muut – Other	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10

\* Taulukon muissa videon katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 10-vuotiaiden katselu.  
All other data in the table describe age groups over 10 years.

\*\* Katseluaikojen kasvu johtuu osittain pienestä menetelmämuutoksesta. – Increase is partly caused by a minor change in the methodology.

Lähteet: Finnpanel Oy  
Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvetot  
Sources: Finnpanel Oy  
YLE Research and Development

## 5.8 Vuokratuimmat ja myydyimmät vuonna 2001 julkaistut video-ohjelmat

### Top ten rental and sell-through video releases 2001

#### Vuokrakasetit

##### Rental cassettes

Nimike Name	Levittäjä Distributor	Maa Country	Vuokraamoille myytyt kasetit kpl Cassettes sold to rental outlets no.
Hannibal	Universal Pictures	USA	4 546
Särkymätön – <i>Unbreakable</i>	Buena Vista Home Entertainment	USA	4 415
Traffic	Scanbox Finland	USA	4 326
Todistettavasti elossa – <i>Proof of Life</i>	Sandrew Metronome Distribution	USA – Iso-Britannia Great Britain	3 942
Muumion paluu – <i>The Mummy Returns</i>	Universal Pictures	USA	3 899
Hiipivä tiikeri, piilotettu lohikäärme <i>Crouching Tiger...</i>	Sandrew Metronome Distribution	Kiina – China, Taiwan, USA	3 852
Rentun ruusu – <i>Rose of the Rascal</i>	Buena Vista Home Entertainment	Suomi – Finland	3 839
Puhallettu 60 sekunnissa – <i>Gone in 60 Seconds</i>	Buena Vista Home Entertainment	USA	3 428
Mitä nainen haluaa – <i>What Woman Wants</i>	Egmont Entertainment	USA	3 412
Pearl Harbor	Buena Vista Home Entertainment	USA	3 373

#### Myyntikasetit

##### Sell-through cassettes

Nimike Name	Levittäjä Distributor		Myydyt kasetit kpl Cassettes sold no.
Rentun ruusu – <i>Rose of the Rascal</i>	Buena Vista Home Entertainment	Suomi – Finland	78 284
Snow White and Christmas Favours	Buena Vista Home Entertainment	USA	77 501
Kaunotar ja Kulkuri 2 – <i>Lady and the Tramp 2</i>	Buena Vista Home Entertainment	USA	61 494
Pokémon 2000 – <i>Pókemon 2000</i>	Sandrew Metronome Distribution	Japani – Japan	57 481
Pearl Harbor	Buena Vista Home Entertainment	USA	45 233
Dinosaur – <i>Dinosaur</i>	Buena Vista Home Entertainment	USA	39 511
Keisarin uudet kuviot – <i>Emperor's New Groove</i>	Buena Vista Home Entertainment	USA	37 061
Petteri Punakuono 2 <i>Rudolf the Red Nosed Reindeer 2</i>	Egmont Entertainment	USA	36 446
102 dalmatialaista – <i>102 Dalmatians</i>	Buena Vista Home Entertainment	USA	36 263
Muumion paluu – <i>The Mummy Returns</i>	Universal Pictures	USA	31 156

#### DVD

##### DVDs

Nimike Name	Levittäjä Distributor		Myydyt tallenteet kpl Recordings sold no.
Hiipivä tiikeri piilotettu lohikäärme <i>Crouching Tiger...</i>	Sandrew Metronome Distribution	Kiina – China, Taiwan, USA	28 962
Pearl Harbor	Buena Vista Home Entertainment	USA	20 623
Tomb Rider – Lara Croft – <i>Tomb Rider</i>	Finnkino	USA	17 365
Muumion paluu – <i>The Mummy Returns</i>	Egmont Entertainment	USA	13 785
Star Wars Episode	FS Film	USA	13 244
Puhallettu 60 sekunnissa – <i>Gone in 60 Seconds</i>	Buena Vista Home Entertainment	USA	12 390
U-571	Sandrew Metronome Distribution	USA	11 933
Hannibal	Egmont Entertainment	USA	11 924
Roomeon on kuoltava – <i>Romeo Must Die</i>	Sandrew Metronome Distribution	USA	11 845
Särkymätön – <i>Unbreakable</i>	Buena Vista Home Entertainment	USA	10 250

Lähde: Suomen Elokuvaomistajien Liitto  
Source: Finnish Film Distributors' Association

5.9 Videonauhureiden, -kameroiden ja DVD-soittimien vähittäismyynti 1980–2001\*  
Retail sales of VCRs, camcorders and DVD-players 1980–2001\*

	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos Change 2001/ 2000
1 000 kpl – 1 000 units											
Videonauhurit – VCRs	6	130	195	139	160	185	201	202	220	170	-23
TV-videoyhdistelmät Integrated TV-video sets	–	–	–	–	–	–	–	–	29	25	-14
DVD-soittimet DVD-players	–	–	–	–	–	–	3	12	31	50	61
Video-/digitaalikamerat Video/digital cameras	0	5	30	10	16	22	26	27	27	22	-19

\* Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja.  
Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: Kodintekniikkaliitto  
Source: Domestic Appliances Association.

5.10 Videonauhureiden, -kameroiden ja DVD-soittimien keskihinnat ja myynnin arvo 1980–2001\*  
Average prices and sales volumes of VCR's camcorders and DVD-players 1980–2001\*

		1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos (%) Change (%) 2001/2000
Videonauhurit VCRs	Keskihinta, € Average price €	858	639	404	404	353	294	261	185	218	168	-23
	Arvo, € milj. Sales volume € million	5	83	79	56	57	54	52	37	48	29	-40
	Keskihinta, € Average price €	–	–	–	–	–	–	–	–	403	353	-12
TV-video- yhdistelmät Integrated TV-video sets	Arvo, € milj. Sales volume € million	–	–	–	–	–	–	–	–	12	9	-24
	Keskihinta, € Average price €	–	–	–	–	–	–	673	555	430	328	-24
	Arvo, € milj. Sales volume € million	–	–	–	–	–	–	2	6	13	16	23
DVD-soittimet DVD-players	Keskihinta, € Average price €	–	2 691	942	774	706	673	723	790	964	942	-2
	Arvo, € milj. Sales volume € million	–	7	28	8	11	15	19	21	26	21	-21

\* Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja.  
Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: Kodintekniikkaliitto  
Source: Domestic Appliances Association.



### 5.11 Videolaitteiden omistus 1995–2001

#### *Household ownership of video equipment 1995–2001*

	Osuus kotitalouksista (%) Share of households (%)						
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Videonauhuri – VCR	60	63	71	71	72	71	72
Yksi nauhuri – One VCR	–	54	59	57	57	57	56
Useampi nauhuri Two or more VCRs	–	9	12	13	15	14	17
Erillinen DVD-soitin Separate DVD-player	–	–	–	–	–	2	4
Kotiteatterilaitteisto Home theatre system	–	–	–	–	–	–	4
DVD tietokoneessa PC with DVD-drive	–	–	–	–	–	–	5
Videokamera – Camcorder	9	8	11	12	13	14	13

Lähde: Finnpanel Oy  
TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset

Source: Finnpanel Oy  
TV-household surveys

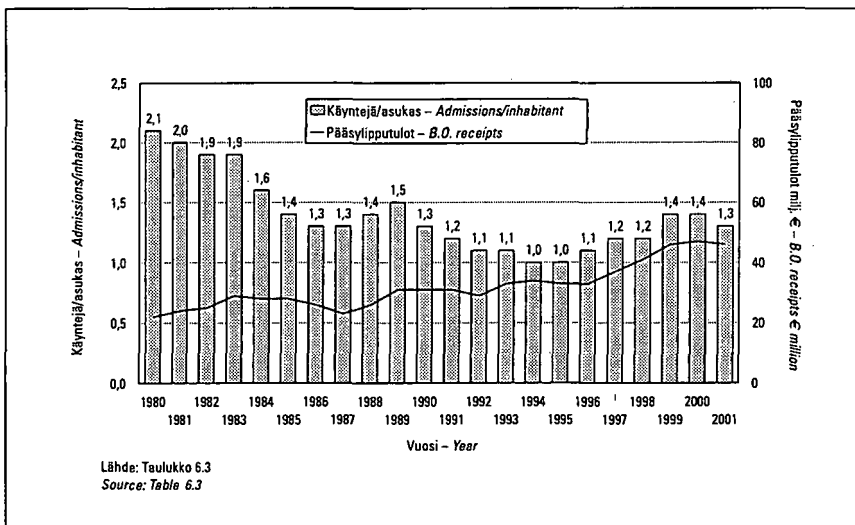
## 6 Elokuva

Elokuviens esittämisessä ja levityksessä 1980-luvulla alkaneet muutokset ovat jatkuneet osittain viime vuosiin asti. Elokvateatteriverkko on supistunut edelleen, mutta monisaliteattereiden yleistyminen on pitänyt salien määrän suunnilleen ennallaan. Elokvateattereiden ohjelmisto on sen sijaan supistunut selvästi. Samaan aikaan valtakunnallisten televisiokanavien elokuvatarjonta on moninkertaistunut. Viime vuosina Dvd-tallenteiden markkinaosuus on ollut selvässä kasvussa elokuvien videolevityksessä.

Elokvateattereiden katsojamäärät näyttävät kääntyneen jälleen nousuun vuodesta 1996 alkaen. Vuonna 2001 käyntimäärät kuitenkin laskivat jonkin verran, ja elokuvissa käyntejä kertyi 6,5 miljoonaa eli 1,3 käyntiä henkeä kohden. Elokvateattereiden pääsylipputuotot olivat 46 miljoonaa euroa. (Taulukko 6.3 ja kuvio 6.1.) Suomessa käydään edelleen elokuvissa keskimäärin selvästi vähemmän kuin monissa läntisen Euroopan maissa. EU-maiden keskiarvo oli 2,3 käyntikertaa asukasta kohden vuonna 2000 (Statistics in Focus. Theme 4 – 4/2002).

Elokvateattereiden käyntimäärät vähentyivät huomattavasti kahden viime vuosikymmenen aikana. Vielä 1980-luvun alkuvuosina suomalaiset kävivät elokuvissa keskimäärin noin kaksi kertaa vuodessa (9,9 miljoonaa käyntikertaa vuonna 1980). 1990-luvun keskivaiheilla käyntikertojen määrä laski pohjalukemiin ja oli alimmil-

Kuvio 6.1 Elokvissakäynnit asukasta kohden ja pääsylipputulot 1980–2001  
Figure 6.1 Cinema admissions per inhabitant and Box Office receipts 1980–2001



laan yksi kerta henkeä kohden (5,3 miljoonaa käyntikertaa vuonna 1995). Elokuva-teatterit mukautuivat pienentyneisiin käyntimääriin eri tavoin. Teatteriverkkoa supistettiin 1980-luvulla noin 50:llä ja 1990-luvulla vielä noin 30 teatterilla. Vuonna 2001 toiminnassa oli enää 219 elokuvateatteria. Määrä laski hieman edellisvuodesta. (Taulukko 6.3.)

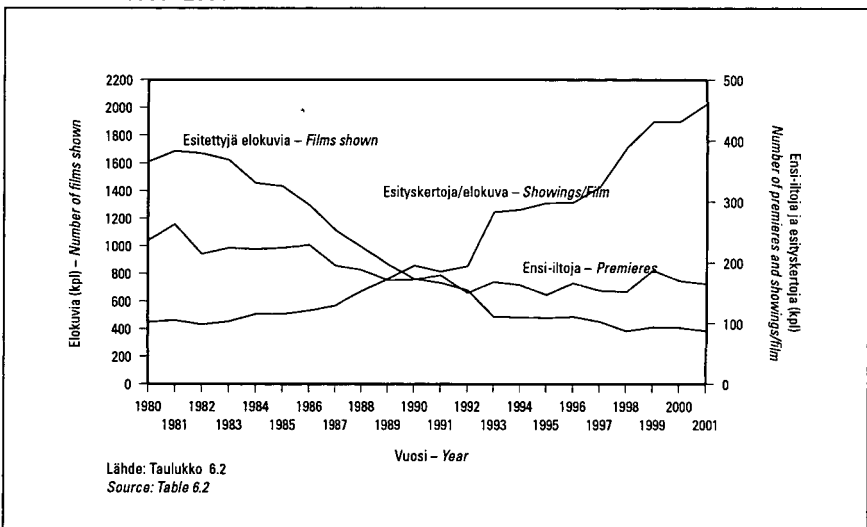
Teatteriverkossa tapahtui myös rakenteellisia muutoksia 1980- ja 1990-luvuilla. Vanhoja yhden ja kahden salin elokuvateattereita suljettiin yhä enemmän. Osa teattereista muutettiin usean pienen salin teattereiksi, ja myös uudet teatterit olivat monisaliteattereita. Monisaliset teatterikokonaisuudet alkoivat yleistyä jo 1980-luvulla. Vaikka teatteriverkko harveni edelleen 1990-luvulla jonkin verran, elokuvasalien kokonaismäärä pysyi lähes ennallaan monisaliteattereiden yleistymisen myötä. (Taulukot 6.3 ja 6.4.)

Viime vuosina Suomeen on rakennettu uudenlaisia suuria, kahdeksan tai useamman salin elokuvakeskuksia eli ns. multiplex-teattereita. Niiden rakentamisessa oltiin kansainvälisesti jäljessä vielä 1990-luvun lopulla. Salien kokonaismäärä lisääntyi noin 30:llä vuonna 1999 (362 salia), mutta sen jälkeen määrä laski jälleen. Vuonna 2001 Suomessa toimi kaikkiaan 339 elokuvasalia. Näistä noin puolet sijaitsi monisaliteattereissa. Kaikista saleista 13 prosenttia oli uusissa moderneissa multiplex-teattereissa. (Taulukko 6.4.)

Multiplex-teatterit ovat merkinneet yleisölle lisää laatua elokuvissa käymiseen. Elokuvakeskukset voivat tarjota entistä useampia elokuvia monisaliteattereissa. Saleissa on laajat valkokankaat ja korkeatasoinen esitys- ja äänentoistotekniikka.

Kuvio 6.2 Esitetyt elokuvat, ensi-illat ja keskimääräiset esityskerrat/elokuva 1980–2001

Figure 6.2 Films shown, premieres and average number of showings per film 1980–2001



Elokuviissa käynnin luonteen muuttumisen kannalta keskeistä on myös se, että teattereissa on tarjolla hyvät ravintola-, kioski- ja muut oheispalvelut. Elokvateattereiden katsojamäärien kasvu 1990-luvulla on liitetty monissa läntisen Euroopan maissa multiplex-teattereiden yleistymiseen.

Elokvateatteritoiminnan rakenteiden lisäksi viime vuosikymmeninä on uudistettu elokuvien esittämistä. Esitettyjen elokuvien määrä väheni voimakkaasti 1980- ja 1990-luvuilla. Vuonna 2001 teatterilevityksessä oli 385 elokuvaa, joka on vain noin neljännes 1980-luvun alun lukemista. Ohjelmistoa alettiin myös hyödyntää tehokkaammin. Teattereissa esitettiin aiempaa suppeampaa ohjelmistoa entistä useammin. Kun 1990-luvun alkuvuosina yhtä elokuvaa esitettiin keskimäärin vajaat 200 kertaa, nousi keskimääräisten esityskertojen määrä vuosikymmenen keskivaiheilla noin 300:aan ja 1990-luvun lopussa 431:een. (Taulukko 6.2 ja kuvio 6.2.)

Elokvateattereiden ohjelmistoon tuli 1990-luvulla vuosittain 150–190 ensi-iltaelokuvaa. Ohjelmisto muuttui aiempaa uutuusvoittoisemmaksi, samalla kun se kokonaisuudessaan supistui 46 prosenttia. Vuonna 2001 elokvateatterit esittivät yhteensä 165 ensi-iltaelokuvaa. Amerikkalaiset elokuvat hallitsivat ensiesityksiä 57 prosentin osuudellaan. Ensi-iltaelokuvista eurooppalaisia oli runsas kolmannes (35 %) ja muunmaalaisia vajaa kymmenesosa (8 %). (Taulukot 6.2 ja 6.5.)

Kotimaiset elokuvat muodostavat melko pienen osan teattereiden ensi-iltatarjonnasta (7 % vuonna 2001). Kuitenkin pitkiä kotimaisia näytelmäelokuvia tuli ensi-iltaan ainakin kymmenen vuodessa lähes koko 1990-luvun ajan (taulukko 6.2). Pitkien elokuvien lisäksi tuotetaan vuosittain lyhyt- ja dokumenttielokuvia. Kotimaisen elokuvatuotannon rakennepiirteisiin on usein liitetty mm. tuotantoyhtiöiden pieni koko, resurssien vähäisyys ja toiminnallinen epäjatkuvuus. Kotimaiset elokuvat myös pääsevät harvoin kansainväliseen kaupalliseen levitykseen. Viime vuosina ne ovat kuitenkin saavuttaneet kansainvälistä huomiota ja palkintoja (esim. Cannesin festivaalin Grand Prix 2002: *Mies vailla menneisyyttä*, Aki Kaurismäki).

Kotimaisten elokuvien osuus katsojien kokonaismäärästä vaihtelee melko paljon vuosittain (4–26 % vuosina 1990–1999). Kotimaiset elokuvat olivat jälleen elokuvayleisön suosiossa 1990-luvun lopussa, ja niiden katsojamäärä nousi yhteensä 1,8 miljoonaan katsojaan. Vuonna 1999 peräti viisi suomalaista elokuvaa keräsi vähintään noin 200 000 katsojaa. Kotimaisten elokuvien katsojaosuus oli 26 prosenttia. Sen jälkeen katsojaosuus on ollut laskussa. Vuonna 2001 kotimaisten elokuvien katsojaosuus supistui 10 prosenttiin eli 0,6 miljoonaan katsojaan. (Taulukot 6.2 ja 6.12.)

Elokuvien maahantuonnissa ja levitystoiminnassa tapahtui merkittäviä muutoksia 1990-luvulla. Suomessa aloitti toimintansa useita elokuvatoimistoja 1990-luvun loppupuolella, jolloin amerikkalaisten studioyhtiöiden levitystoimintaa järjesteltiin uudelleen. Esimerkiksi Disneyn elokuvia levittää nykyisin Buena Vista International Finland. Vuonna 2001 suurimpia elokuvatoimistoja olivat FS Film, Columbia Tristar Egmont Film Distributors, Sandrew Metronome Distribution Finland, United International Pictures ja Cinema Mondo, jotka vastasivat yhteensä 70 prosentis-

ta elokuvien teatteriensi-illoista (taulukko 6.6). Loppuosa (30 %) ensi-iltaelokuvista jakautui seitsemän maahantuojan kesken.

Suomen laajimman elokuvateatteriketjun omistava Finnkino perustettiin elokuva-alan merkittävän uudelleenjärjestelyn yhteydessä vuonna 1986. Finnkinon omistukseen siirtyi tuolloin mm. 135 elokuvateatteria, joista osa myytiin ja osa lakkautettiin melko pian. Finnkino on uudistanut teatteriverkkoaan mm. investoimalla viime vuosina suuriin monisaliteattereihin. Vuonna 1999 Finnkino avasi 14-salisen Tennispalatsin Helsinkiin ja monisaliteatterit Tampereelle ja Poriin.

Finnkino oli aiemmin keskeinen yritys myös elokuvien maahantuonnissa. Esimerkiksi vielä vuonna 1997 yhtiön osuus teatteriensi-illoista oli lähes 45 prosenttia. Viime vuosina se on keskittynyt elokuvateatteritoimintaan ja supistanut elokuvien maahantuontia. Vuonna 2001 sen osuus ensi-iltaelokuvien teatterilevityksestä oli enää pari prosenttia (taulukko 6.6). Lisäksi Finnkino tuo Suomeen elokuvia videojälleenmyyntiin ja -vuokraukseen (ks. luku 5. Video).

Vuonna 2001 Finnkinolla oli yhdeksällä paikkakunnalla 15 elokuvateatteria, joissa oli yhteensä 69 salia. Finnkino on keskittänyt toimintansa suurempiin kaupunkeihin, ja sen hallinnassa on kaikkiaan viidennes Suomen elokuvasaleista. Lisäksi Finnkinon tytäryhtiöillä on elokuvien esitys- ja levitystoimintaa Virossa, Latviassa ja Liettuassa. Finnkino on nykyään osa SanomaWSOY-konsernia.

Elokuvateaterialle tuli ulkomainen yrittäjä 1990-luvun lopulla, kun pohjoismainen Sandrew Metronome aloitti toimintansa Suomessa. Ensimmäinen suuri monisaliteatteri avattiin vuonna 1998 Helsinkiin (10-salinen Kinopalatsi) ja toinen suurteatteri pari vuotta myöhemmin Turkuun.

Sekä elokuvateatterit että elokuvissa käynnit ovat keskittyneet alueellisesti. Suurin osa teatterisaleista (79 %) toimii kaupungeissa ja 40 prosenttia saleista sijaitsee kymmenellä käyntimäärältään suurimmalla paikkakunnalla. Kyseisten käyntimäärältään suurimpien paikkakuntien osuus elokuvissa käynneistä oli 71 prosenttia vuonna 2001. (Taulukot 6.3 ja 6.10.) Varsinaisten kaupallisten elokuvateatterien lisäksi elokuvia esitetään varsin huomattavassa määrin Suomen elokuva-arkiston ohjelmistossa, alueellisissa elokuvakeskuksissa, elokuvakerhoissa ja -festivaaleilla.

Television elokuvatarjonta on ollut pitkään kasvussa. 1990-luvulla esitettyjen elokuvien määrä kaksinkertaistui valtakunnallisilla kanavilla. Elokuvatarjonnan kasvu johtui siitä, että kanavien määrä kasvoi ja samaan aikaan ne myös lisäsivät ohjelmistoaan. Aivan viime vuosina elokuvien määrän kasvu on jo tasaantunut ja kääntynyt laskuun. Vuonna 2001 Yleisradio, MTV3 ja Nelonen esittivät yhteensä 1 164 pitkäa elokuvaa (taulukko 6.9). Lisäksi elokuvatarjontaa on mm. elokuviin erikoistuneilla maksutelevisiokanavilla (esim. CANAL+ ja TV1000-kanavapaketit).

## Tilastointi

Suomen Filmikamari kerää vuosittain tietoja elokuvateattereiden toiminnasta. Tiedot kattavat elokuvateatterit, elokuvissa käymisen, esitetyt elokuvat ja ensiesitykset. Vuodesta 2000 alkaen se on julkaissut tietoja Suomen elokuvatilastot -raporteissa. Vastaavia tietoja on julkaistu aiempina vuosina Suomen elokuvasäätiön Elokuvatilasto-raporteissa.

Valtion elokuvatarkastamo tarkastaa ennakkoon ja rekisteröi elokuvat sekä video- ja muut kuvaohjelmat televisiossa esitettäviä lukuun ottamatta. Vuoden 2001 alusta voimaan astuneen lain mukaisesti elokuvatarkastamolle tehdään ilmoitus 18 vuotta täyttäneille tarkoitetuista kuvaohjelmista tai muutoin ennakkotarkastuksesta vapautetuista kuvaohjelmista. Valtion elokuvatarkastamo tilastoi tarkastamansa kuvaohjelmat.

Televisiossa esitettyjä elokuvia ja niiden katsojamääriä koskevat tiedot on saatu suoraan televisioyhtiöiltä.

(VM)

## Täydentävää kirjallisuutta

*Huttunen, Markku & Kohvakka, Rauli:* Kansainväliset yhteistuotannot suomalaisessa elokuvatuotannossa. Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä 1995:3. Helsinki.

*Kohvakka, Rauli:* Audiovisuaalinen elokuva- ja ohjelmatuotanto Suomessa. Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä 1995:1. Helsinki.

*Kohvakka, Rauli:* Suomessa liikkuvat liikkuvat kuvat 1999. Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä 2000:2. Helsinki.

*Kohvakka, Rauli:* Audiovisuaalisen joukkoviestinnän työvoima 1980- ja 1990-luvuilla. Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä 2001:4. Helsinki.

*Oesch, Pekka:* Elokuvantekijöiden toimeentulo. Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja 18. Helsinki 1995.

*Samola, Juha:* Elokuva, video ja uudet kuvatalenteet. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

Suomalaisen elokuvan markkinat ja kilpailukyky. *F & L Research*. Helsinki 1999.

*Toivonen, Timo E.:* ARS CARA. Audiovisuaalisen alan tukemisen investointinäkökulma. Opetusministeriö, Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osaston julkaisusarja 1/2002. Helsinki 2002.

## Taulukot – Tables

- 6.1 Elokuvateattereiden tuotot 1980–2001  
*Revenues of film exhibition 1980–2001*
- 6.2 Esitetyt elokuvat ja elokuvanäytännöt 1980–2001  
*Film exhibition 1980–2001*
- 6.3 Elokuvateattereiden ja salien lukumäärä, istumapaikat, elokuvissa käynnit sekä pääsylipputuotot ja elokuvalipun keskihinta 1980–2001  
*Number of cinemas, auditoria, seats, cinema admissions, Box Office and average price of cinema ticket 1980–2001*
- 6.4 Elokuvateatterit salimäärän mukaan 1990–2001  
*Cinemas by number of screens 1990–2001*
- 6.5 Pitkien elokuvien ensi-illat alkuperämaittain 1985–2001  
*New feature film premieres by country of origin 1985–2001*
- 6.6 Pitkien elokuvien ensi-illat elokuvatoimistoittain 1992–2001  
*Feature film premieres by distributor 1992–2001*
- 6.7 Elokuvatuotantoyritykset tuotettujen pitkien näytelmäelokuvien määrän mukaan 1992–2001  
*Film production companies by number of produced feature films 1992–2001*
- 6.8 Vuosina 1980–2000 tarkastetut kotimaiset elokuvat ja MTV:ssä esitetyt televisiomainokset  
*Finnish films reviewed and graded and tv-commercials shown on MTV-Finland in 1980–2000*
- 6.9 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1985–2001  
*Feature films shown on television 1985–2001*
- 6.10 Suurimmat elokuvateatteripaikkakunnat 2001  
*Biggest cinema towns in Finland 2001*
- 6.11 Kymmenen suosituimman kotimaisen ja ulkomaisen elokuvan osuudet kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista 1986–2001  
*Top ten Finnish and foreign films: share of total admissions and Box Office 1986–2001*
- 6.12 Esitetyt elokuvat, elokuvateatteriyleisö ja pääsylipputuotot elokuvien alkuperämaittain 2001  
*Films shown, cinema admissions and Box Office receipts by originating country of films 2001*
- 6.13 Vuoden 2001 suosituimmat elokuvat  
*Top ten films 2001*

- 6.14 Katsotuimmat elokuvat televisiossa 2001  
*Top ten films in television 2001*
- 6.15 Elokuissa käynnit kuukausittain 1999–2001  
*Cinema admissions by month 1999–2001*
- 6.16 Elokuissa käyminen viimeisen 6 kk:n aikana vuosina 1992–2002  
*Cinema-going during past 6 months 1992–2002*

## *Kuviot – Figures*

- 6.1 Elokuviskäynnit asukasta kohden ja pääsylipputulo 1980–2001  
*Cinema admissions per inhabitant and Box Office receipts 1980–2001*
- 6.2 Esitetyt elokuvat, ensi-illat ja keskimääräiset esityskerrat/ elokuva 1980–2001  
*Films shown, premieres and average number of showings per film 1980–2001*
- 6.3 Elokuvien ensi-illat alkuperämaittain 2001  
*Film premieres by country of origin 2001*
- 6.4 Elokuviskäynnit kuukausittain 2001  
*Cinema admissions by month 2001*



## 6.1 Elokvateattereiden tuotot 1980–2001 Revenues of film exhibition 1980–2001

Vuosi – Year	Liikevaihto – Turnover	Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices
	€ milj. – € million	€ milj. – € million
1980	23	54
1985	29	46
1986	27	41
1987	23	34
1988	26	37
1989	32	42
1990	31	39
1991	32	38
1992	30	35
1993	33	38
1994	34	39
1995	34	37
1996	34	38
1997	38	41
1998	43	46
1999	48	51
2000	48	50
2001	48	48

Sisältää lipputulot ja elokuvateatterimainonnan. – Includes B.O. receipts and advertising revenues.

Lähde: Tilastokeskus

Source: Statistics Finland

## 6.2 Esitetyt elokuvat ja elokuvanäytännöt 1980–2001 Film exhibition 1980–2001

Vuosi Year	Esitettyjä elokuvia yhteensä Films shown total	Ensi-iltoja Premieres	Kotim. pitkiä näytelmä-elokuvia Finnish feature films	Näytäntöjä Showings	Esitykset/elokuva Showings/film	Esitykset/sali Showings/auditorium	Katsojia/näytäntö Viewers/showing	Kotimaisten katsojaosuus Finnish film's share of viewers
	Kpl – No.	Kpl – No.	Kpl – No.	1 000 kpl – '000	Kpl – No.	Kpl – No.	Kpl – No.	%
1980	1 608	236	10	163,8	102	465	60,6	15,4
1985	1 433	224	13	164,6	115	435	40,7	21,6
1990	762	172	13	148,5	195	437	41,7	13,8
1991	733	179	12	135,3	185	406	44,6	13,0
1992	680	150	10	132,0	194	400	40,9	10,9
1993	487	169	13	138,0	283	412	41,7	6,3
1994	483	163	11	138,6	287	425	40,5	4,1
1995	479	147	8	143,1	298	433	37,0	10,5
1996	488	166	10	146,0	299	449	37,6	3,7
1997	452	154	10	146,6	324	456	40,5	6,5
1998	384	152	8	148,9	388	450	43,0	9,0
1999	413	187	12	178,2	431	485	40,1	25,5
2000	409	170	9	..	..	..	..	14,9
2001	385	165	12	177,0	460	520	36,7	10,3

Lähteet: Suomen elokuvasäätiö

Suomen Filmikamari

Sources: Finnish Film Foundation

The Finnish Chamber of Films

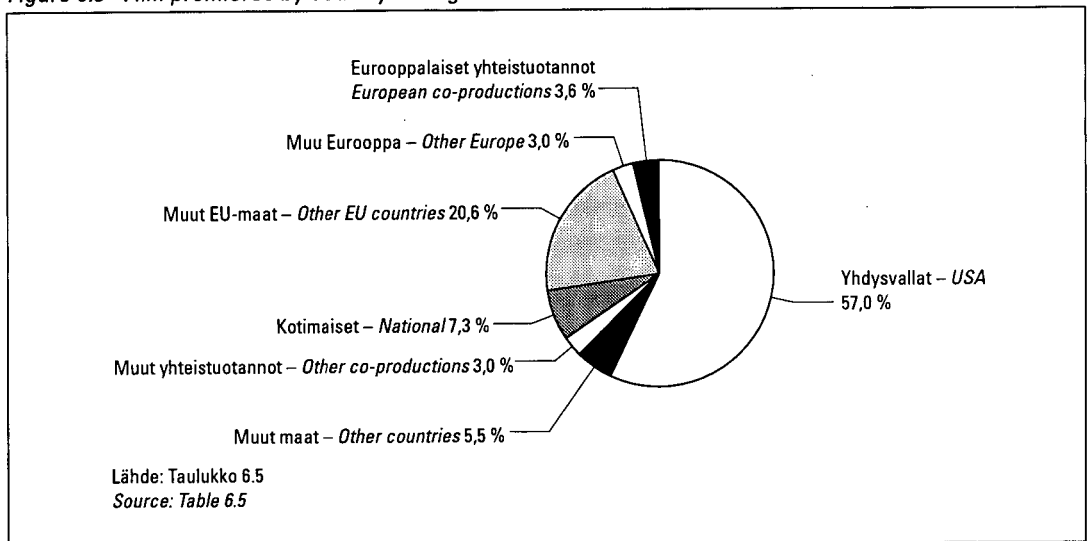
6.3 Elokvateattereiden ja salien lukumäärä, istumapaikat, elokuvissa käynnit sekä pääsylipputuotot ja elokuvalipun keskihinta 1980–2001

*Number of cinemas, auditoria, seats, cinema admissions, Box Office and average price of cinema ticket 1980–2001*

Vuosi Year	Elokuva- teattereita Cinemas	Elokuva- saleja Auditoria	Saleista kau- pungeissa Auditoria in urban areas	Kuntia, joissa elokuvatatteri Municipalities with cinema	Istuma- paikkoja Seats	Käyntejä Cinema admissions	Käyntejä/ asukas Admissions/ inhabitant	Pääsylippu- tuotot Box Office receipts	Elokuvalipun keskihinta Average ticket price	
	Kpl – No.	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	1 000 kpl '000	Milj. kpl Million	Kpl – No. € milj. € million	€	
1980	317	352	71	177	38	94	9,9	2,1	22,4	2,3
1985	305	378	69	184	40	88	6,7	1,4	27,8	4,1
1990	264	340	71	188	41	66	6,2	1,2	30,6	4,9
1991	252	333	73	187	41	63	6,0	1,2	30,9	5,1
1992	246	330	74	178	39	61	5,4	1,1	29,3	5,4
1993	242	335	74	181	39	61	5,8	1,1	33,0	5,7
1994	240	326	74	179	39	59	5,6	1,0	33,8	6,0
1995	241	330	74	180	40	58	5,3	1,0	32,6	6,1
1996	236	325	74	178	39	57	5,5	1,1	33,1	6,0
1997	233	322	76	174	39	56	5,9	1,2	36,7	6,2
1998	232	331	76	171	38	57	6,4	1,2	40,9	6,4
1999	237	362	80	172	38	63	7,1	1,4	46,1	6,5
2000	228	343	78	172	38	59	7,1	1,4	46,6	6,6
2001	219	339	79	166	37	58	6,5	1,3	46,3	7,1

Lähteet: Suomen elokuvasäätiö  
Suomen Filmikamari  
Sources: Finnish Film Foundation  
The Finnish Chamber of Films

Kuvio 6.3 Elokvien ensi-illat alkuperämaittain 2001  
Figure 6.3 Film premieres by country of origin 2001



### 6.4 Elokuvateatterit salimäärän mukaan 1990–2001 Cinemas by number of screens 1990–2001

Vuosi – Year	Elokuvateattereita – Cinemas					Yhteensä Total
	1-salisia teattereita 1-screen cinemas Kpl – No.	2-salisia 2 screens	3–5-salisia 3–5 screens	6–7-salisia 6–7 screens	8 salia tai enemmän 8 or more screens	
1990	214	30	19	1	–	264
1991	203	30	18	1	–	252
1992	198	28	19	1	–	246
1993	194	27	19	2	–	242
1994	192	28	19	2	–	241
1995	191	29	20	2	–	242
1996	185	29	20	2	–	236
1997	187	25	20	2	–	234
1998	185	26	19	3	1	234
1999	186	24	21	3	3	237
2000	182	22	18	3	3	228
2001	175	19	18	3	4	219
	%					
1990	81	11	7	0	–	100
1991	81	12	7	0	–	100
1992	80	11	8	0	–	100
1993	80	11	8	1	–	100
1994	80	12	8	1	–	100
1995	79	12	8	1	–	100
1996	78	12	8	1	–	100
1997	80	11	9	1	–	100
1998	79	11	8	1	0	100
1999	78	10	9	1	1	100
2000	80	10	8	1	1	100
2001	80	9	8	1	2	100
Vuosi – Year	Elokuvasaleja – Screens					Yhteensä Total
	1 sali 1 screen Kpl – No.	2 salia 2 screens	3–5 salia 3–5 screens	6–7 salia 6–7 screens	8 salia tai enemmän 8 or more screens	
1995	191	58	68	13	–	330
1996	185	58	69	13	–	325
1997	187	50	71	13	–	321
1998	185	52	64	20	10	331
1999	186	48	74	20	34	362
2000	182	44	63	20	34	343
2001	175	38	63	20	43	339
	%					
1995	58	18	21	4	–	100
1996	57	18	21	4	–	100
1997	58	16	22	4	–	100
1998	56	16	19	6	3	100
1999	51	13	20	6	9	100
2000	53	13	18	6	10	100
2001	52	11	19	6	13	100

Lähteet: Suomen elokuvaseäitiö  
Suomen Filmikamari

Sources: Finnish Film Foundation  
The Finnish Chamber of Films

6.5 Pitkien elokuvien ensi-illat alkuperämaittain 1985–2001  
*New feature film premieres by country of origin 1985–2001*

Alkuperämaa – <i>Country of origin</i>	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	Elokuvia – <i>Number of films</i>												
Kotimaiset – <i>National</i>	13	14	12	10	13	11	8	10	9	8	16	9	12
Muut EU-maat* – <i>Other EU countries*</i>	39	31	19	24	27	29	25	35	26	17	51	33	34
Muu Eurooppa <i>Other European countries</i>	16	9	3	3	2	–	–	–	4	–	–	–	5
Eurooppalaiset yhteistuotannot <i>European co-productions</i>	14	2	6	8	1	2	4	15	7	6	10	8	6
<b>Eurooppa yhteensä – <i>Europe total</i></b>	<b>82</b>	<b>56</b>	<b>40</b>	<b>45</b>	<b>43</b>	<b>42</b>	<b>37</b>	<b>60</b>	<b>46</b>	<b>31</b>	<b>77</b>	<b>50</b>	<b>57</b>
Josta muut Pohjoismaat <i>Of which other Nordic countries</i>	5	9	7	9	8	4	5	9	5	3	8	4	15
<b>Yhdysvallat – <i>USA</i></b>	<b>125</b>	<b>110</b>	<b>119</b>	<b>91</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>86</b>	<b>87</b>	<b>88</b>	<b>82</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>94</b>
Muut maat – <i>Other countries</i>	10	4	14	5	12	10	11	12	8	9	9	8	9
Muut yhteistuotannot** <i>Other co-productions**</i>	5	2	1	3	3	3	5	3	3	23	1	7	5
<b>Yhteensä – <i>Total</i></b>	<b>222</b>	<b>172</b>	<b>174</b>	<b>144</b>	<b>155</b>	<b>152</b>	<b>139</b>	<b>162</b>	<b>145</b>	<b>145</b>	<b>187</b>	<b>170</b>	<b>165</b>
Alkuperämaa – <i>Country of origin</i>	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%												
Kotimaiset – <i>National</i>	6,0	8,1	6,9	6,9	8,4	7,2	5,8	6,2	6,2	5,5	8,6	5,3	7,3
Muut EU-maat* – <i>Other EU countries*</i>	17,4	18,0	10,9	16,7	17,4	19,1	18,0	21,6	19,9	11,7	27,3	19,4	20,6
Muu Eurooppa <i>Other European countries</i>	6,0	5,2	1,7	2,1	1,3	–	–	–	2,8	–	–	–	3,0
Eurooppalaiset yhteistuotannot <i>European co-productions</i>	6,4	1,2	3,4	5,6	0,6	1,3	2,9	9,3	4,1	4,1	5,3	4,7	3,6
<b>Eurooppa yhteensä – <i>Europe total</i></b>	<b>35,8</b>	<b>32,6</b>	<b>23,0</b>	<b>31,3</b>	<b>27,7</b>	<b>27,6</b>	<b>26,6</b>	<b>37,0</b>	<b>31,7</b>	<b>21,4</b>	<b>41,2</b>	<b>29,4</b>	<b>34,5</b>
Josta muut Pohjoismaat <i>Of which other Nordic countries</i>	2,3	5,2	4,0	6,3	5,2	2,6	3,6	5,6	3,4	2,1	4,3	2,4	9,1
<b>Yhdysvallat – <i>USA</i></b>	<b>57,3</b>	<b>64,0</b>	<b>68,4</b>	<b>63,2</b>	<b>62,6</b>	<b>63,8</b>	<b>61,9</b>	<b>53,7</b>	<b>60,7</b>	<b>56,6</b>	<b>53,5</b>	<b>61,8</b>	<b>57,0</b>
Muut maat – <i>Other countries</i>	4,6	2,3	8,0	3,5	7,7	6,6	7,9	7,4	5,5	6,2	4,8	4,7	5,5
Muut yhteistuotannot** <i>Other co-productions**</i>	2,3	1,2	0,6	2,1	1,9	2,0	3,6	1,9	2,1	15,9	0,5	4,1	3,0
<b>Yhteensä – <i>Total</i></b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Nykyiset Euroopan Unionin jäsenmaat. – *Current member states of the European Union.*

\*\* Sisältää myös osittain eurooppalaiset yhteistuotannot. – *Includes also partly European co-productions.*

Lähteet: Suomen elokuvasäätiö

Suomen Filmikamari

Sources: Finnish Film Foundation

The Finnish Chamber of Films

Muokattu – *Processed*

### 6.6 Pitkien elokuvien ensi-illat elokuvatoimistoittain 1992–2001 Feature film premieres by distributor 1992–2001

Toimisto Distributor	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Yhteensä Total 1992–2001
	Elokuviin lukumäärä – Number of films										
Finnkino Oy	85	92	90	69	81	66	8	14	9	3	517
United International Pictures Oy	17	20	19	23	18	12	18	22	19	20	188
Warner Bros. Finland Oy	20	21	24	20	23	19	24	27	–	–	178
Columbia Tristar Egmont Film Distributors Oy	–	–	–	–	–	2	28	35	31	27	123
Cinema Mondo Oy	3	7	5	12	11	16	12	17	16	20	119
Buena Vista International Finland Oy	–	–	–	–	–	–	21	26	21	12	80
Kamras Film Group Oy	–	–	–	–	–	16	18	12	7	10	63
Sandrew Metronome Distribution Finland Oy	–	–	–	–	–	–	–	–	28	26	54
FS Film Oy	–	–	–	–	–	–	–	–	19	28	47
Scanbox Finland Oy	–	–	–	–	1	5	13	11	7	6	43
Muut ei-kaupalliset	4	1	3	5	5	9	3	5	–	–	35
Kinoscreen Illusion Oy	5	5	4	2	2	4	4	4	1	2	33
Senso Films Oy	–	–	–	–	–	–	1	13	10	9	33
Alfapanorama Film	–	–	2	11	18	–	–	–	–	–	31
Walhalla	4	4	4	3	5	2	2	4	–	–	28
Muut toimistot* Other distributors*	12	18	12	2	2	3	–	2	8	9	68
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>150</b>	<b>168</b>	<b>163</b>	<b>147</b>	<b>166</b>	<b>154</b>	<b>152</b>	<b>192</b>	<b>176</b>	<b>172</b>	<b>1 640</b>

\* Muita elokuvan maahantuojia on esim. vuosina 1992–2001 ollut yhteensä 15.  
During 1992–2001 there were a total of 15 other film distributors in the country.

Lähteet: Suomen elokuvasäätiö

Suomen Filmikamari

Sources: Finnish Film Foundation

The Finnish Chamber of Films

6.7 Elokuvatuotantoyritykset tuotettujen pitkien näytelmäelokuvien määrän mukaan 1992–2001\*  
*Film production companies by number of produced feature films 1992–2001\**

Yhtiö Company	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Yhteensä Total 1992–2001
Villealfa Filmproductions Oy**	3	3	2	2	3	1	1	2	1	1	19
Kinoproduction Oy	–	1	1	1	–	2	1	1	–	1	8
Ere Kokkonen Oy	1	1	1	–	1	1	1	–	1	–	7
Spede-Tuotanto Oy***	1	2	2	–	–	–	1	1	–	–	7
MRP Matila & Röhr Productions Oy	–	–	–	–	–	–	1	2	1	2	6
Artista Filmi Oy	–	–	1	1	1	1	–	1	–	1	6
Kinotar Oy	–	–	–	1	–	–	–	2	–	1	4
Reppufilmi Oy	1	1	–	–	–	1	1	–	–	–	4
FantasiaFilmi Oy	1	1	1	–	1	–	–	–	–	–	4
Solar Films Inc.	–	–	–	–	–	1	–	1	2	–	4
Fennada-Filmi Oy	–	–	–	–	–	–	1	–	1	1	3
Jörn Donner Productions Oy	–	–	–	1	–	–	–	–	2	–	3
Filminor Oy	–	1	–	–	1	–	–	1	–	–	3
Dada-Filmi Oy	1	–	–	1	–	–	–	–	–	–	3
GNUFilms Oy	–	–	–	–	–	2	–	–	1	–	3
Lasihelmi Filmi Oy	–	–	–	–	–	1	–	–	–	1	2
Blind Spot Pictures Oy	–	–	–	–	–	–	–	–	1	1	2
Filmitakomo Oy	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–	2
R-Filmi Production Oy	–	1	1	–	–	–	–	–	–	–	2
Åke Lindman Film-Production Oy	–	1	–	–	–	–	–	1	–	–	2
Talent House Oy	–	–	–	–	1	–	–	1	–	–	2

\* Elokuvat, joissa yhtiö on ollut mukana tuottajana. Sisältää siis myös yhteistuotannot. Ne on laskettu jokaiselle mukana olleelle yhtiölle yhdeksi elokuvaksi.  
*Films in the production of which the company has been involved as a producer. The figure thus includes also co-productions. Co-productions have been recorded as one film for each company involved.*

\*\* Sisältää myös samaan yritysyhmään kuuluvat Sputnik Oy, Last Border Productions Oy ja Marianna Films Oy -yhtiöt.  
*The figure comprises also following companies belonging to the same group: Sputnik Oy, Last Border Productions Oy and Marianna Films Oy.*

\*\*\* Sisältää myös samaan yritysyhmään kuuluvat Spede Team Oy, Filmituotanto Spede Pasanen ja Spede Studio Oy -yhtiöt.  
*The figure comprises also following companies belonging to the same group: Spede Team Oy, Filmituotanto Spede Pasanen and Spede Studio Oy.*

Lähde: Suomen elokuvasäätiö  
 Source: Finnish Film Foundation

Muokattu – Processed

### 6.8 Vuosina 1980–2000 tarkastetut kotimaiset elokuvat ja MTV:ssä esitetyt televisiomainokset Finnish films reviewed and graded and tv-commercials shown on MTV-Finland in 1980–2000

Vuosi Year	35 mm:n elokuvia 35 mm films				16 mm:n elok.	8 mm:n elok.	Videoelok. Video films	Kuvalevyt Video disks	Yhteensä Total	MTV:n mainokset Commer- cials on MTV- Finland	Kolmos te- levision mainokset Commer- cials on channel three
	Pitkiä elok.* Feature films*	Lyhyte- lok. Short films	Mainos- elok.** Advertising films**	Elok.mai- noksia Cinema adver- tisements	16 mm films	8 mm films					
1980	10	18	162	12	104	9	–	–	315	1 448	–
1985	32	20	60	19	101	5	95	–	332	1 832	–
1990	16	13	67	12	44	1	84	–	237	1 622	2 346
1991	14	25	34	5	40	–	54	–	172	1 666	3 043
1992	26	15	24	13	20	–	59	4	161	3 868	..
1993	28	22	28	14	13	–	52	5	162	4 699	–
1994	25	16	28	12	19	–	37	–	137	5 475	–
1995	20	11	41	8	14	–	24	–	118	6 305	–
1996	15	19	40	9	6	–	38	–	127	..	–
1997	24	14	35	12	2	–	38	–	125	..	–
1998	12	15	73	14	2	–	35	–	151	..	–
1999	26	9	52	13	2	–	46	–	148	..	–
2000	14	14	58	20	1	–	57	1	165	..	–

\* Sisältää pitkien näytelmäelokuvien lisäksi pitkät dokumenttielokuvat. – Includes long documentary films.

\*\* Elokuvateatterissa esitetyt – Shown at cinemas

Lähde: Valtion elokuvataarkastamo

Source: Finnish Board of Film Classification

### 6.9 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1985–2001 Feature films shown on television 1985–2001

Kanava – Channel	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Kpl – No.													
YLE TV1*	109	174	196	176	242	221	319	334	323	300	263	280	302
YLE TV2*	104	153	146	122	223	174	259	267	313	322	328	360	205
Yleisradio yhteensä YLE total	213	327	342	298	465	395	578	601	636	622	591	640	507
MTV3/MTV	70	92	70	65	261	256	239	330	392	411	431	385	337
Kolmostelevisio** Channel Three**	–	254	258	255									
Nelonen*** Channel Four Finland***	–	–	–	–									
Yhteensä – Total	283	673	670	618	726	651	817	931	1 179	1 345	1 377	1 351	1 164

\* Yleisradion tiedot vuoteen 1991 asti ovat 1.6 alkavilta tilikausilta. Vuodesta 1992 tilastokausi on kalenterivuosi. Data for YLE until 1991 are for operating years starting 1 June; as from 1992 calendar year.

\*\* Kolmostelevisio aloitti lähetykset vuoden 1986 lopulla. Vuoden 1986 luku sisältää joulukuussa esitetyt elokuvat. Vuonna 1993 kanava sulautui MTV3-kanavaan. – Channel Three started broadcasting operations in late 1986. The figure for 1986 includes films shown in December that year. In 1993 Channel Three was merged with MTV3.

\*\*\* Aloitti toiminnan 1.6.1997. – Started 1.6.1997.

Lähteet: Yleisradio Oy  
MTV Oy  
Oy Kolmostelevisio Ab  
Nelonen

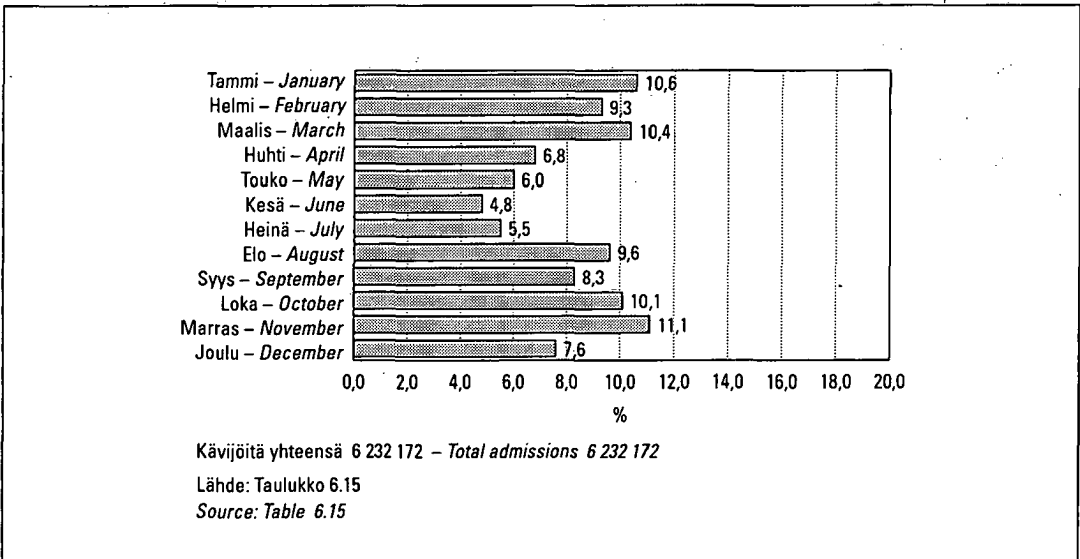
Sources: YLE  
MTV Oy  
Oy Kolmostelevisio Ab  
Channel Four Finland

6.10 Suurimmat elokuvateatteri-  
paikkakunnat 2001  
*Biggest cinema towns in Finland 2001*

Elokuvateatteri- paikkakunta <i>Town</i>	Elokuvasaleja <i>No. of cinema auditoria</i>	Elokuviissa käyntejä <i>No. of visits to cinema</i>	Osuus kaikista elo- kuviissa käynneistä <i>Proportion of all visits</i>	Käyntejä asukasta kohti <i>Visits per inhabitant</i>	Osuus liikevaihdosta <i>Proportion of turnover</i>
	Kpl – No.	1 000 kpl – '000	%	Kpl – No.	%
Helsinki	52	2 302	36,9	4,1	38,1
Tampere	19	578	9,3	2,9	9,2
Turku	19	453	7,3	2,6	7,1
Oulu	9	249	4,0	2,0	4,1
Jyväskylä	8	237	3,8	2,9	4,0
Pori	6	149	2,4	2,0	2,5
Lahti	6	144	2,3	1,5	2,3
Kuopio	6	127	2,0	1,5	2,0
Vaasa	6	95	1,5	1,7	1,6
Joensuu	2	93	1,5	1,8	1,5
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>133</b>	<b>4 426</b>	<b>71,0</b>	<b>2,9</b>	<b>72,4</b>
Koko maa <i>Whole country</i>	336	6 232	100,0	1,3	100,0

Lähde: Suomen Filmikamari  
Source: The Finnish Chamber of Films

Kuvio 6.4 Elokuviskäynnit kuukausittain 2001  
*Figure 6.4 Cinema admissions by month 2001*





## 6.11 Kymmenen suosituimman kotimaisen ja ulkomaisen elokuvan osuudet kokonaiskatsojamääristä ja pääsylipputuotoista 1990–2001

*Top ten Finnish and foreign films: share of total admissions and Box Office 1990–2001*

	Osuus kokonaiskatsojamääristä <i>Share of admissions</i> %	Osuus pääsylipputuotoista <i>Share of Box Office</i> %	
1990			
10 suosituinta kotimaista	13,1	14,3	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	29,7	31,0	<i>top ten foreign films</i>
1991			
10 suosituinta kotimaista	12,0	10,6	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	31,8	33,7	<i>top ten foreign films</i>
1992			
10 suosituinta kotimaista	10,5	10,0	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	31,0	32,1	<i>top ten foreign films</i>
1993			
10 suosituinta kotimaista	5,8	5,5	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	36,1	37,3	<i>top ten foreign films</i>
1994			
10 suosituinta kotimaista	3,8	3,7	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	38,3	39,1	<i>top ten foreign films</i>
1995			
10 suosituinta kotimaista	9,8	10,1	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	33,1	34,7	<i>top ten foreign films</i>
1996			
10 suosituinta kotimaista	3,5	3,2	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	40,8	42,5	<i>top ten foreign films</i>
1997			
10 suosituinta kotimaista	5,3	5,2	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	36,6	33,9	<i>top ten foreign films</i>
1998			
10 suosituinta kotimaista	10,4	10,0	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	39,4	42,8	<i>top ten foreign films</i>
1999			
10 suosituinta kotimaista	24,3	24,1	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	32,0	32,7	<i>top ten foreign films</i>
2000			
10 suosituinta kotimaista	14,4	14,3	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	28,2	28,3	<i>top ten foreign films</i>
2001			
10 suosituinta kotimaista	9,3	9,3	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	30,5	31,8	<i>top ten foreign films</i>

Lähteet: Suomen elokuvasäätiö  
Suomen Filmikamari

Sources: Finnish Film Foundation  
The Finnish Chamber of Films

6.12 Esitetyt elokuvat, elokuvateatteriyleisö ja pääsylipputuotot elokuvien alkuperämaittain 2001  
*Films shown, cinema admissions and Box Office receipts by originating country of films 2001*

Alkuperämaa – <i>Country of origin</i>	Esitettyjä elokuvia <i>Films shown</i>		Katsojia <i>Viewers</i>		Pääsylipputuotot <i>B.O. receipts</i>	
	Kpl – <i>No.</i>	%	Kpl – <i>No.</i>	%	€	%
Kotimaiset – <i>National</i>	44	11,4	645 503	10,3	4 503 381	10,1
Muut EU-maat – <i>Other EU countries</i>	81	21,0	893 360	14,2	6 196 651	13,9
Muu Eurooppa – <i>Other European countries</i>	6	1,6	24 926	0,4	174 399	0,4
Eurooppalaiset yhteistuotannot – <i>European co-productions</i>	23	6,0	58 694	0,9	398 929	0,9
<b>Eurooppa yhteensä – <i>Europe total</i></b>	<b>154</b>	<b>40,0</b>	<b>1 622 483</b>	<b>25,8</b>	<b>11 273 360</b>	<b>25,3</b>
Josta muut pohjoismaat – <i>Of which other Nordic countries</i>	23	6,0	233 912	3,7	1 521 113	3,4
<b>Yhdysvallat – <i>USA</i></b>	<b>202</b>	<b>52,5</b>	<b>4 318 143</b>	<b>68,7</b>	<b>30 961 833</b>	<b>69,4</b>
Muut maat – <i>Other countries</i>	21	5,5	315 576	5,0	2 203 067	4,9
Muut yhteistuotannot * <i>Other co-productions *</i>	8	2,1	31 466	0,5	196 122	0,4
<b>Yhteensä – <i>Total</i></b>	<b>385</b>	<b>100,0</b>	<b>6 287 668</b>	<b>100,0</b>	<b>44 634 381</b>	<b>100,0</b>

\* Sisältää myös osittain eurooppalaiset yhteistuotannot. – *Includes also partly European co-productions.*

Lähde: Suomen Filmikamari

Source: *The Finnish Chamber of Films*

6.13 Vuoden 2001 suosituimmat elokuvat  
*Top ten films 2001*

	Ensi-ilta <i>Premiere</i>	Katsojia <i>Viewers</i> Kpl – No.	Pääsylipputuotto <i>Box office receipts</i> Milj.€ – € million
<b>Kotimaiset elokuvat – Finnish films</b>			
Rentun ruusu	2001	350 731	2,5
Drakarna över Helsingfors – Leijat Helsingin yllä	2001	58 847	0,4
Young Love	2001	45 257	0,3
Rölli ja metsänhenki – <i>Rolli</i>	2001	42 010	0,3
Joki – <i>The River</i>	2001	27 806	0,2
Lomalla – <i>The South</i>	2001	22 726	0,2
Klassikko	2001	20 310	0,1
Emmauksen tiellä	2001	15 490	0,1
Cyclomania	2001	12 838	0,1
Tango Kabaree	2001	12 014	0,1
Yhteensä – <i>Total</i>		608 029	4,3
Osuus kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista vuonna 2001 (%) <i>Share of viewers and Box office receipts in 2001 (%)</i>		9,3	9,3
<b>Ulkomaiset elokuvat – Foreign films</b>			
Harry Potter ja viisasten kivi <i>Harry Potter and the Philosopher's Stone</i>	2001	366 012	2,7
Bridget Jones – Elämäni sinkkuna – <i>Bridget Jones's Diary</i>	2001	294 176	2,1
Hiipivä tiikeri, piilotettu lohikäärme – <i>Crouching Tiger, Hidden Dragon</i>	2001	197 318	1,4
Pearl Harbor	2001	173 162	1,4
Shrek	2001	167 041	1,1
Hannibal	2001	165 171	1,3
Taru sormusten herrasta: Sormuksen ritarit <i>The Lord of the Fellowship of the Ring</i>	2001	164 160	1,3
Lara Croft: Tomb Raider	2001	162 601	1,2
Muumion paluu – <i>The Mummy Returns</i>	2001	158 078	1,1
Jurassic Park III	2001	146 229	1,1
Yhteensä – <i>Total</i>		1 993 948	14,7
Osuus kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista vuonna 2001 (%) <i>Share of viewers and Box office receipts in 2001 (%)</i>		30,5	31,8

Lähde: Suomen Filmikamari

Source: *The Finnish Chamber of Films*

6.14 Katsotuimmat elokuvat televisiossa 2001  
Top ten films in television 2001

Elokuva – Film	Maa Country	Kanava Channel	Päivämäärä Date	Yleisö 1000 henkeä Audience '000	Peitto* Rating* %
Rukajärven tie – <i>Ambush</i>	Suomi – Finland	YLE TV1	1.1.	1 279	28
Titanic	USA	MTV3	24.5.	1 201	27
Kulkuri ja Joutsen <i>The Swan and the Wanderer</i>	Suomi – Finland	YLE TV2	14.2.	1 061	23
Kivenpyörittäjän kylä	Suomi – Finland	YLE TV2	21.3.	987	22
Häijyt – <i>The Tough Ones</i>	Suomi – Finland	YLE TV2	3.10.	953	21
Vihreän timantin metsästys <i>Romancing the Stone</i>	USA	MTV3	9.12.	944	21
Hot Shots – kaikkien elokuvien äiti	USA	MTV3	2.12.	902	20
Badding	Suomi – Finland	YLE TV2	5.12.	890	20
Eraser – suojelija	USA	MTV3	11.6.	822	18
Pretty Woman	USA	MTV3	26.12.	821	18

\* Osuudet 10 vuotta täyttäneistä. – Shares of person aged 10 years or over.

Lähteet: MTV 3  
YLE  
Finnpanel Oy  
Sources: MTV 3  
YLE  
Finnpanel Oy

6.15 Elokuviissa käynnit kuukausittain 1999–2001  
Cinema admissions by month 1999–2001

	1999		2000		2001	
	Kävijät Admissions	%	Kävijät Admissions	%	Kävijät Admissions	%
Tammi – <i>January</i>	899 138	12,8	739 501	10,4	663 220	10,6
Helmi – <i>February</i>	735 699	10,5	832 901	11,7	580 181	9,3
Maalis – <i>March</i>	652 617	9,3	769 119	10,8	646 443	10,4
Huhti – <i>April</i>	616 095	8,8	565 719	8,0	421 502	6,8
Touko – <i>May</i>	251 721	3,6	390 183	5,5	372 740	6,0
Kesä – <i>June</i>	173 071	2,5	357 537	5,0	301 515	4,8
Heinä – <i>July</i>	499 299	7,1	456 857	6,4	342 660	5,5
Elo – <i>August</i>	646 036	9,2	475 476	6,7	595 413	9,6
Syys – <i>September</i>	599 960	8,5	706 375	10,0	516 873	8,3
Loka – <i>October</i>	722 561	10,3	604 098	8,5	626 654	10,1
Marras – <i>November</i>	519 426	7,4	669 333	9,4	692 599	11,1
Joulu – <i>December</i>	719 738	10,2	523 959	7,4	472 372	7,6
Yhteensä – <i>Total</i>	7 035 361	100,0	7 091 058	100,0	6 232 172	100,0

Lähteet: Suomen elokuvastäitiö  
Suomen Filmikamari  
Sources: Finnish Film Foundation  
The Finnish Chamber of Films

6.16 Elokuviissa käyminen viimeisen 6 kk:n aikana vuosina 1992–2002  
*Cinema-going during past 6 months 1992–2002*

	On käynyt <i>Has been to the cinema</i>	Ei ole käynyt <i>Has not been to the cinema</i>	Yhteensä – <i>Total</i>
	%	%	%
Kaikki – <i>All</i>			
1992	31	69	100
1994	31	69	100
1996	30	69	100
1998	43	56	100
2000	44	56	100
2002*	48	51	100
2002*			
Naiset – <i>Women</i>	54	46	100
Miehet – <i>Men</i>	43	56	100
Ikä – <i>Age</i>			
12–24	76	23	100
25–44	54	46	100
45–59	33	66	100
60–	22	78	100

\* Vuoden 2002 tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.  
*The figures for 2002 are not wholly comparable with the figures until 2000.*

Lähde: Suomen Gallup Media, Intermediatutkimukset  
 Source: Suomen Gallup Group, Intermedia Survey

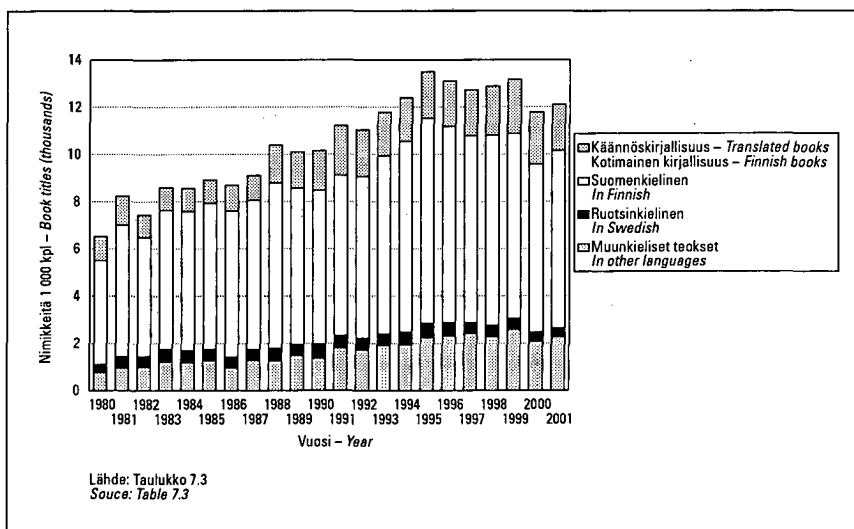
## 7 Kirjat ja kirjastot

Kirjallisuuden julkaiseminen laajeni huomattavasti 1980- ja 1990-luvuilla. Kirjojen nimikemäärä kasvoi 1990-luvun lopussa yli 13 000 nimikkeeseen, mikä oli 30 prosenttia enemmän kuin vuonna 1990 ja kaksi kertaa niin paljon kuin vuonna 1980. Nimiketuotannon kasvu tasaantui vasta 1990-luvun loppupuolella. Vuonna 2001 julkaistiin noin 12 100 kirjanimikettä. (Taulukko 7.3 ja kuvio 7.1.)

Edellä esitettyihin lukuihin sisältyy kaikki julkaistu kirjallisuus. Kirjojen nimiketuotantoon luetaan sekä kirjat että ns. pienpainatteet eli 5–48-sivuiset julkaisut (18 % vuonna 2001) (taulukko 7.3). Se sisältää varsinaisten kustantajien julkaiseman kirjallisuuden lisäksi muiden tahojen, kuten esimerkiksi julkisen hallinnon, yliopistojen ja järjestöjen kirjat. Kansainvälisesti Suomi on sijoittunut kirjojen tuotantotilaston kärkipäähän jo kauan. Suomi kuuluu Islannin, Tanskan ja Sveitsin ohella maihin, joissa julkaistaan eniten kirjanimikkeitä asukasta kohden. (Niemi 1991, Unesco Statistical Yearbook 1999.)

Kotimaisen kirjallisuuden osuus nimikkeistä on ollut noin 80–85 prosenttia. Vuonna 2001 kotimaista kirjallisuutta julkaistiin yhteensä 10 150 nimikettä (84 %). Suomen- ja ruotsinkielisiä kotimaisia kirjoja julkaistiin kaksi kolmannesta (65 %) nimikkeistä, hieman alle 7 900 nimikettä. Jäljelle jäävä runsas kolmannes koostui vieraskielisistä kotimaisista kirjoista ja käännöskirjoista. (Taulukko 7.3 ja kuvio 7.1.)

Kuvio 7.1 Julkaistu kotimainen ja käännöskirjallisuus 1980–2001  
Figure 7.1 Finnish and translated books published 1980–2001



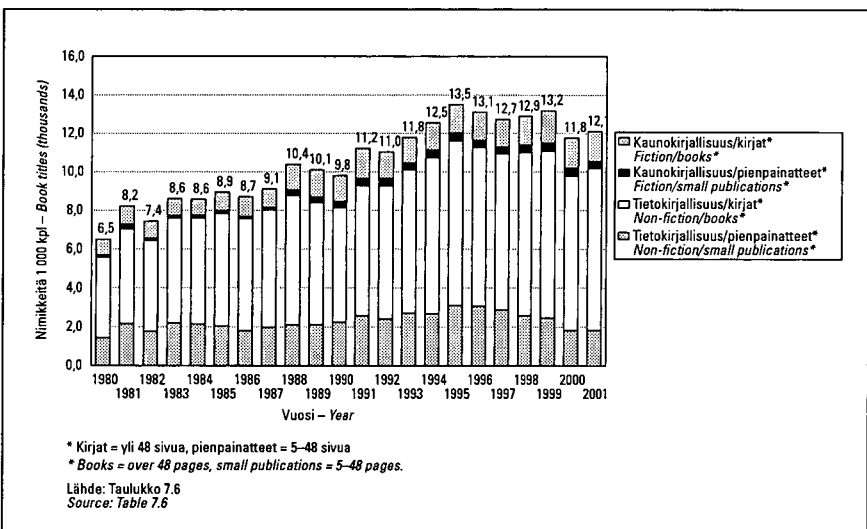
Suomessa julkaistu vieraskielinen kirjallisuus on lisääntynyt selvästi muuta kirjallisuutta nopeammin. Vieraskielisten kotimaisten nimikkeiden määrä kasvoi kolminkertaiseksi vuodesta 1980 vuoteen 2001. Samalla koko nimiketuotanto lähes kaksinkertaistui. Vuonna 2001 vieraskielisiä kirjanimikkeitä julkaistiin yhteensä noin 2 300 eli 19 prosenttia nimikkeistä. Yleisimmin niitä ilmestyi historian ja elämäkertojen, luonnontieteiden, tekniikan, lääketieteen, politiikan ja kielitieteen aloilta. (Taulukot 7.3 ja 7.5.)

Käännöskirjallisuuden osuus nimikkeistä kasvoi hieman 1990- ja 2000-lukujen vaihteessa. Vuonna 2001 käännösten osuus laski jälleen 16 prosenttiin, eli noin 1 950 nimikkeeseen. Valtaosa suomennoksista (66 %) tehtiin englannin kielestä. Osuus vaihteli jonkin verran vuosittain 1990-luvulla. 1990-luvun lopulta lähtien ainakin kaksi kolmasosaa suomennoksista (66–71 %) on ollut englannista käännettyjä. Seuraavaksi yleisimmin käännöksiä julkaistiin ruotsin (10 %), saksan (7 %) ja ranskan kielistä (7 %) vuonna 2001. (Taulukot 7.3 ja 7.4.)

Suurin osa julkaistusta kirjallisuudesta on tietokirjoja. Tietokirjat ovat muodostaneet noin 85 prosenttia nimikkeistä 1990-luvun keskivaiheilta lähtien. Vuonna 2001 tietokirjallisuutta ilmestyi yhteensä hieman alle 10 200 nimikettä (84 %) ja kaunokirjallisuutta noin 1 900 nimikettä (16 %). (Taulukko 7.6 ja kuvio 7.2.)

Kirjojen julkaisemisen kasvulle viime vuosikymmeninä on ollut useita eri syitä. Yhtenä merkittävänä osasyynä on ollut se, että kirjoja voidaan tuottaa teknisesti helpommalla ja halvemmalla tavalla. Tietokoneohjelmien ja painomenetelmien kehityksen ansiosta aiempaa pienempien painosten tekeminen on taloudellisesti järkevää ja esimerkiksi pienkustantaja voi julkaista useampia kirjoja.

Kuvio 7.2 Julkaistu kauno- ja tietokirjallisuus 1980–2001  
Figure 7.2 Fiction and non-fiction books published 1980–2001



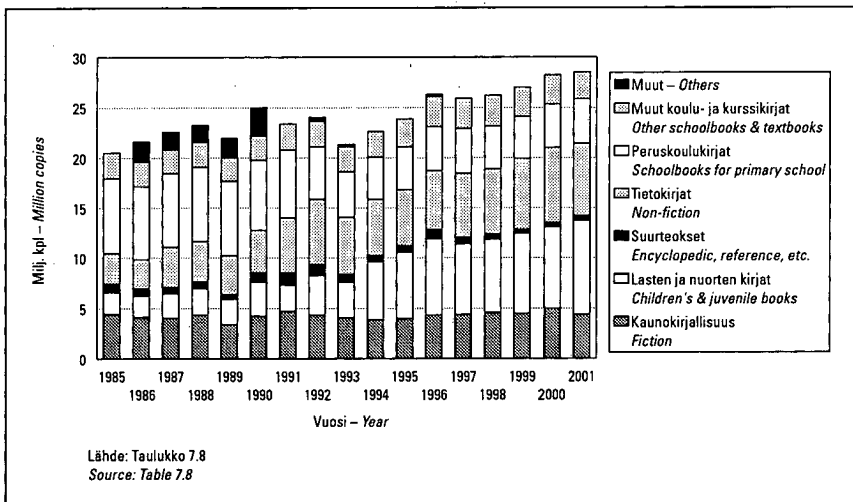
Kirja-alan uutena kehityspiirteenä mainitaan usein sähköinen julkaiseminen. Teoksesta voidaan julkaista sähköinen versio joko painetun kirjan rinnalla tai yksinään. Esimerkiksi kirjan julkaiseminen Internetissä tarjoaa suhteellisen edullisen julkaisufoorumin. Siitä, miten sähköinen julkaiseminen kokonaisuudessaan vaikuttaa painettujen kirjojen tuotantoon ja niiden nimike- ja painosmääriin, ollaan toistaiseksi esitetty varsin vaihtelevia arvioita.

Kirjojen kustannusyrittäjiä edustaa toimialajärjestö Suomen Kustannusyhdistys (SKY). Yhdistykseen kuuluu yhteensä noin 90 jäsentä. SKY:n jäsenten julkaisemat kirjat kattavat arviolta noin 90 prosenttia kotimaisten kirjojen myynnin arvosta. Kustannusyrittäjien lisäksi kirjoja julkaisevat mm. eri alojen yritykset ja järjestöt, tutkimuslaitokset sekä valtion ja kuntien laitokset, jotka usein harjoittavat julkaisu-toimintaa varsinaisen toimintansa ohessa.

SKY:n jäsenkustantajat julkaisivat vuositilaston mukaan hieman alle 7 400 kirjanimikettä vuonna 2001. Kirjojen nimiketutanto jakautui kolmeen suunnilleen yhtä suureen osaan. Vuonna 2001 julkaistuista nimikkeistä oli 36 prosenttia tietokirjoja ja 30 prosenttia oppikirjoja. Jäljelle jäävä kolmannes koostui lasten- ja nuortenkirjoista ja kaunokirjoista. Valtaosa lasten- ja nuortenkirjoista (74 %) ja noin puolet kaunokirjoista (48 %) oli käännöksiä. (Taulukko 7.7.)

Jäsenkustantajien julkaisemissa Cd-rom -tallenteissa on viime vuosina tapahtunut muutos fiktion, oppimateriaalin ja muun asiantiedon keskinäisyyksissä. Fiktio-osuus nimikkeistä on ollut selvässä kasvussa (Luku 10. Joukkoviestintä ja uusi viestintäteknologia). Tietoverkon kautta välitettävien online-tuotteiden määrä pysyi ennallaan 65:ssä.

Kuvio 7.3 Kappalemääräinen kirjamyynti kirjallisuusryhmittäin 1985–2001  
Figure 7.3 Book sales by type of literature 1985–2001





SKY:n jäsenkustantajat myivät yhteensä 29 miljoonaa kirjaa vuonna 2001. Kapalemyynnistä 33 prosenttia oli lasten- ja nuortenkirjoja, 27 prosenttia tietokirjoja, 25 prosenttia oppikirjoja ja 15 prosenttia kaunokirjoja. Myynnin arvosta tietokirjat muodostivat huomattavasti suuremman, 40 prosentin osuuden. Oppikirjojen osuus oli puolestaan 30 prosenttia, lasten- ja nuortenkirjojen 16 prosenttia ja kaunokirjojen 14 prosenttia. (Taulukot 7.8–7.9 ja kuvio 7.3.)

Kirjoja myytiin Suomessa noin 458 miljoonan euron arvosta vuonna 2001. Kuluttajahintaisesta myynnistä 37 prosenttia myytiin kirjakauppojen kautta. Kirjakauppojen määrä on laskenut sadalla vuodesta 1990 vuoteen 2000. Vuonna 2000 kirjakauppojen toimipaikkoja oli enää 380 Tilastokeskuksen yritysrekisterin tietojen mukaan. (Taulukot 7.1–7.2 ja 7.10.)

Posti-, suora- ja kirjakerhomyyntien yhteenlaskettu osuus kirjojen kokonaisymyynnistä oli yhteensä 29 prosenttia vuonna 2001. Kirjakerhomarkkinoilla tapahtui muutoksia 1990-luvun loppupuolella, kun useita uusia kirjakerhoja perustettiin. Osa kirjakerhoista on sittemmin jo ehditty lakkauttaa. Kirjakauppojen ja -kerhojen lisäksi tärkeitä jakelukanavia ovat erikoistuneet jälleenmyyjät (11 %) ja tavaratalot sekä marketit (10 %). Muiden jakeluteiden osuus oli 13 prosenttia vuonna 2001. (Taulukot 7.2 ja 7.11.)

## Kirjastot

Suomessa kirjastolaitos on koko maan kattava kirjojen levityskanava. Vuonna 1980 kirjastoilla oli noin 1 600 toimipistettä. Kirjastojen määrä supistui noin tuhanteen toimipisteeseen 1990-luvun keskivaiheilla, mistä määrä laski edelleen 1990-luvun lopulla. Yleisistä kirjastoista lopetettiin 1990-luvulla etenkin laitoskirjastoja ja sivukirjastoja. Vuonna 2001 yleisten kirjastojen määrä nousi jälleen 989 toimipisteeseen. Lisäksi Suomessa liikennöi 200 kirjastoautoa ja -venettä. (Taulukko 7.13.)

Lainaus lisääntyi 1990-luvun alkupuolella ja nousi suurimmillaan yli 104 miljoonaan lainaan vuonna 1996. Vuonna 2001 kotilainoja otettiin yhteensä noin 103 miljoonaa. Kansainvälisesti verrattuna Suomessa lainataan paljon kirjastoista. 1990-luvun keskivaiheilta lähtien lainoja on ollut keskimäärin 19–20 kappaletta vuodessa asukasta kohden. (Taulukko 7.15.)

Lainauslukujen kasvu on osittain johtunut käyttäjäkunnan laajenemisesta. Kirjastosta jotain vuoden aikana lainanneiden määrä ylitti 2,4 miljoonan rajan 1990-luvun alkuvuosina. Myös keskimääräiset lainamäärät ovat kasvaneet. Vuonna 2001 lainoja kertyi keskimäärin 43 kappaletta lainaajaa kohden, kun 1990-luvun alussa vastaava luku oli 39 lainaa. (Taulukko 7.15.)

Kirjastosta lainataan eniten kirjoja. Kirjojen osuus lainoista on kuitenkin jatkuvasti pienentynyt 1980-luvun puolivälin jälkeen, jolloin ääni- ja kuvatallenteet alkoivat lisääntyä voimakkaasti. Muun aineiston osuus lainoista oli tuolloin kolme prosenttia,

kun vuonna 2001 niiden osuus oli jo 26 prosenttia. Kotilainoista oli kirjalainoja 76 miljoonaa ja muun aineiston lainoja 27 miljoonaa kappaletta. (Taulukko 7.15.)

Kirjastot ovat tärkeä kirjojen levityskanava. Niiden merkitystä kirjojen saatavuudessa kuvaa se, että kirjallainojen määrä oli 2,7-kertainen verrattuna esimerkiksi SKY:n jäsenten vuosimyyntiin (taulukot 7.8 ja 7.15). Vuonna 2001 lainatuista kirjoista valtaosa koostui aikuisten kauno- ja tietokirjallisuudesta (31 % ja 30 %). Lainoista 38 prosenttia oli lastenkirjoja.

Kirjastojen kokoelmien ja kirjavarojen kasvu tasaantui 1990-luvulle tultaessa. Valtaosa kirjastokokoelmista on edelleen kirjoja, vaikka muun aineiston osuus kasvoi selvästi 1990-luvulla. Muun aineiston osuus kokoelmista kasvoi noin viidestä noin kymmeneen prosenttiin. Vuonna 2001 kirjastojen kokoelmissa oli 36,4 miljoonaa kirjaa ja 4,1 miljoonaa nimikettä muuta aineistoa. (Taulukko 7.14.) Kirjakoelmista lastenkirjojen osuus oli 27 prosenttia. Aikuisten tietokirjat muodostivat puolestaan 40 prosenttia ja aikuisten kaunokirjat 33 prosenttia kokoelmista. Kirjat jakautuivat kokoelmissa kirjallisuusryhmittäin eri tavalla kuin lainauksessa.

Kirjastokokoelmien profiilin laajentuminen on näkynyt myös kirjojen ja muun aineiston uutuushankinnassa. Kirjojen hankinta vähentyi 29 prosenttia vuodesta 1990 vuoteen 2001. Samana aikana muun aineiston hankinta lisääntyi neljänneksen. Vuonna 2001 kirjahankintojen määrä oli tosin kasvussa toisena peräkkäisenä vuonna. Kirjoja hankittiin yhteensä 1,6 miljoonaa ja muuta aineistoa 0,3 miljoonaa kappaletta. (Taulukko 7.14.)

## Tilastointi

Suomessa julkaistujen kirjanimikkeiden tilastoinnista on vuodesta 1954 vastannut Helsingin yliopiston kirjasto, jolle kirjapainot ja julkaisijat toimittavat vapaakappalet julkaismistaan kirjoista. Luokituksessa noudatetaan Unescon suosituksia kirjojen tilastoinnista.

Varsinaisia kirjankustannusyrittäjiä edustaa Suomen Kustannusyhdistys, joka kerää ja julkaisee vuosittain tietoja jäsentensä toiminnasta. Tiedot kattavat mm. kirjojen nimiketutannon ja myynnin kirjallisuusryhmittäin sekä elektroniset kustannustuotteet.

Tilastokeskuksen kulttuuri- ja joukkoviestintätilastojen lisäksi kirjojen kustantamista ja myyntiä koskevia toimialakohtaisia tietoja on teollisuustilastoissa, tukku- ja vähittäiskaupan myyntitilastoissa sekä yritystilastoissa. Vuodesta 1997 Tilastokeskus on Kirjakauppaliiton toimeksiannosta tuottanut erillisselvityksen kirjamyynnistä jakeluteittään.

Yleisten kirjastojen tilastoinnista vastaa opetusministeriön viestintäkulttuuriyksikkö. Vuodesta 2001 alkaen se on laajentanut kirjastoilta kerättävien tietojen määrää ja perustettu tietokanta on julkaistu Internet-sivuilla (<http://tilastot.kirjastot.fi>).

Tietokannassa on kuntakohtaisia tietoja mm. kirjastojen taloudesta, lainaajien määrästä sekä kokoelmien ja lainauksen jakaumista aineistoryhmittäin. Aiempina vuosina yleisiä kirjastoja ja tieteellisiä kirjastoja koskevia tilastotietoja on julkaistu Kirjastot-raportissa.

(VM)

## Täydentävää kirjallisuutta

*Brunila, Anne & Uusitalo, Liisa:* Kirjatuotannon rakenne ja strategiat. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 15. Jyväskylä 1989.

*Eskola, Katarina:* Kirjojen lukeminen. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.) Arjen kulttuuria. Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä 1993:2. Helsinki 1993.

*Halttunen, Kai:* Pienkustantajan arkipäivä. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 45. Jyväskylä 1995.

*Lehtonen, Mikko:* Post scriptum: kirja medioitumisen aikakaudella. Vastapaino, Tampere 2001.

*Minkkinen, Virpi:* Kirja 1980- ja 1990-luvuilla. Kirjallisuuden julkaiseminen, jakelu ja lukeminen. Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä 2001:3. Helsinki.

*Mäkinen, Ilkka:* Yleiset kirjastot. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

*Niemi, Juhani:* Kirjallinen elämä: kirjallisuuden yhteiskuntasuhteiden kartoitusta. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2000.

*Niemi, Juhani:* Kirjan markkinat. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

*Saari, L., Joensuu, J. & Koskimaa, R. (toim.):* Kirja 2010. Kirja-alan kehitystrendit. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 70. Jyväskylä 2001.

*Sauri, Tuomo:* Joukkoviestinnän rakenne ja talous. Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä 2001:1. Helsinki 2001.

*Stockmann, D., Bengtsson, N. & Repo, Y.:* Kirja Suomessa. Opetusministeriö, Kulttuuripolitiikan osaston julkaisusarja 1/2000. Helsinki 2000.

## Taulukot – Tables

- 7.1 Kirjamyynnin arvo 1980–2001  
*Value of book sales 1980–2001*
- 7.2 Kirjallisuuden myynti kanavittain 1997–2001  
*Marketing channels of books 1997–2001*
- 7.3 Julkaistu kotimainen ja käännskirjallisuus 1980–2001  
*Finnish and translated books published 1980–2001*
- 7.4 Julkaistu käännskirjallisuus alkuperäkielen mukaan 1980–2001  
*Translated books published 1980–2001 by source language*
- 7.5 Suomessa julkaistu kirjallisuus aihealueittain 1980–2001  
*Total number of books published in Finland under different categories 1980–2001*
- 7.6 Tieto- ja kaunokirjallisuuden sekä koulu- ja lastenkirjojen kokonaisnimiketuotanto 1980–2001  
*Non-fiction, fiction, schoolbooks and children's books: total number of titles 1980–2001*
- 7.7 Kirjojen nimiketuotanto kirjallisuuslajeittain 1985–2001  
*Titles produced 1985–2001 by type of literature*
- 7.8 Kirjojen kappalemääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin 1980–2001  
*Book sales by type of literature 1980–2001*
- 7.9 Kirjamyynnin arvo kirjallisuusryhmittäin 1980–2001  
*Value of book sales by type of literature 1980–2001*
- 7.10 Kirjakauppojen ja antikvariaattien määrä 1980–2000  
*Number of bookshops and second-hand bookshops 1980–2000*
- 7.11 Kirjakerhot 2001  
*Book clubs 2001*
- 7.12 Suurimmat kirjankustantajat 2001  
*Biggest book publishers 2001*
- 7.13 Yleisten kirjastojen pää-, sivu- ja laitoskirjastot sekä kirjastoautot 1980–2001  
*Main libraries, branch libraries, institutional libraries and mobile libraries 1980–2001*
- 7.14 Yleisten kirjastojen aineistot ja aineistohankinnat 1985–2001  
*Collections and acquisitions of public libraries 1985–2001*

- 7.15 Yleisten kirjastojen lainaajat ja lainat 1985–2001  
*Public library borrowers and lendings 1985–2001*
- 7.16 Yleisten kirjastojen kirjahankinnat ja aineistomenot 1980–2001  
*Public libraries: book acquisitions and materials expenses 1980–2001*
- 7.17 Kirjojen lukeminen 1992–2002  
*Book readership 1992–2002*

## **Kuviot – Figures**

- 7.1 Julkaistu kotimainen ja käännöskirjallisuus 1980–2001  
*Finnish and translated books published 1980–2001*
- 7.2 Julkaistu kauno- ja tietokirjallisuus 1980–2001  
*Fiction and non-fiction books published 1980–2001*
- 7.3 Kappalemääräinen kirjamyyni kirjallisuusryhmittäin 1985–2001  
*Book sales by type of literature 1985–2001*
- 7.4 Kirjallisuuden myynti kanavittain 2001  
*Marketing channels of books 2001*
- 7.5 Kirjastojen lainaajat ja kotilainat asukasta kohden 1980–2001  
*Number of library borrowers and lendings per inhabitant 1980–2001*

## 7.1 Kirjamyynnin arvo 1980–2001

### Value of book sales 1980–2001

Vuosi – Year	Myynnin arvo Value of sales € milj. – € million	Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices € milj. – € million
1980	146	348
1985	225	356
1986	257	392
1987	288	423
1988	301	422
1989	330	434
1990	372	461
1991	358	427
1992	341	396
1993	325	369
1994	325	365
1995	341	380
1996	373	413
1997*	391	428
1998*	400	432
1999*	419	446
2000*	450	464
2001*	458	458

\* Menetelmäm muutoksen vuoksi luvut eivät täysin vertailukelpoisia edellisten vuosien kanssa.  
Due to a change in the methodology figures are not completely comparable with previous years.

Lähteet: Tilastokeskus

Kirjakauppaliitto

Sources: Statistics Finland

The Booksellers Association of Finland

7.2 Kirjallisuuden myynti kanavittain 1997–2001  
Marketing channels of books 1997–2001

Myyntikanava – Marketing channel	1997		1998		1999		2000		2001	
	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%
Kirjakaupat – Bookshops	143	36	144	36	148	35	161	36	169	37
Posti-, suora- ja kirjakerhomyynti Direct, postal sales and book clubs	131	34	127	32	132	32	136	30	135	29
Erikoistuneet jälleenmyyjät Specialized distributors	36	9	44	11	45	11	51	11	52	11
Tavaratalot ja supermarketit Department stores and supermarkets	40	10	36	9	40	10	43	10	44	10
Muut jakelutiet Other distribution channels	42	11	51	13	53	13	59	13	59	13
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>391</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>	<b>419</b>	<b>100</b>	<b>450</b>	<b>100</b>	<b>458</b>	<b>100</b>

Kirjojen arvonlisäverollinen vähittäismyynti. – Sales at consumer level including VAT.

Lähteet: Tilastokeskus

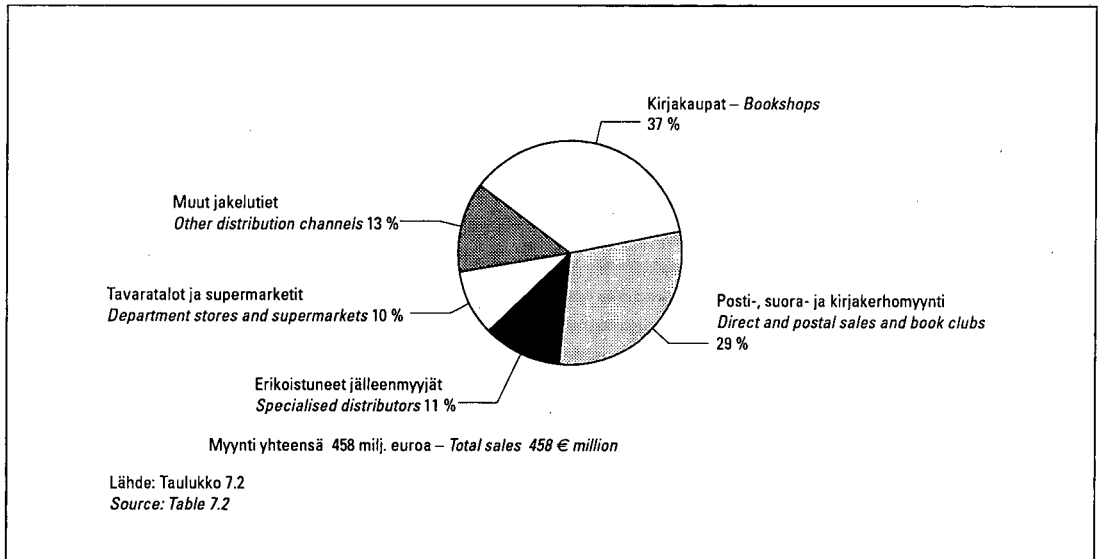
Kirjakauppaliitto

Sources: Statistics Finland

The Booksellers Association of Finland

Kuvio 7.4 Kirjallisuuden myynti kanavittain 2001

Figure 7.4 Marketing channels of books 2001



### 7.3 Julkaistu kotimainen ja käännöskirjallisuus 1980–2001\* Finnish and translated books published 1980–2001\*

Vuosi – Year	Kotimainen kirjallisuus – Finnish books					Käännöskirjallisuus Translated books			Yhteensä – Total	
	Suomen- kielinen** Finnish language**	Ruotsin- kielinen Swedish language	Suomen- ja ruotsin- kieliset yht. Finnish and Swedish language total	Muun- kieliset teokset Other lan- guages	Yhteensä Total	Suomen- noksia Into Finnish	Ruotsin- noksia Into Swedish	Yhteensä Total	Näistä ensi- painok- sia Of which first editions	
Kpl – No.										
1980	4 387	342	4 729	767	5 496	959	56	1 015	6 511	6 294
1985	6 181	474	6 655	1 280	7 935	906	89	995	8 930	8 358
1990	6 512	598	7 110	1 370	8 480	1 562	111	1 673	10 153	9 482
1991	6 784	525	7 309	1 811	9 120	1 976	112	2 088	11 208	10 439
1992	6 838	494	7 332	1 735	9 067	1 872	94	1 966	11 033	10 189
1993	7 538	479	8 017	1 927	9 944	1 725	116	1 841	11 785	10 980
1994	8 041	534	8 575	1 962	10 537	1 743	112	1 855	12 392	11 705
1995	8 669	605	9 274	2 254	11 528	1 857	109	1 966	13 494	12 723
1996	8 300	555	8 854	2 333	11 188	1 805	111	1 916	13 103	12 326
1997	7 872	537	8 409	2 348	10 757	1 869	91	1 960	12 717	11 984
1998	8 044	461	8 505	2 301	10 806	1 995	86	2 081	12 887	12 121
1999	7 801	470	8 271	2 597	10 868	2 211	94	2 305	13 173	12 368
2000	7 097	385	7 482	2 088	9 570	2 106	88	2 194	11 764	11 066
2001										
Kaikki – All	7 497	372	7 869	2 281	10 150	1 862	78	1 940	12 090	11 219
Kirjat – Books	6 340	309	6 649	1 775	8 424	1 419	63	1 482	9 906	9 109
Pienpainatteet Small publications	1 157	63	1 220	506	1 726	443	15	458	2 184	2 110
%										
1980	67,4	5,3	72,6	11,8	84,4	14,7	0,9	15,6	100	96,7
1985	69,2	5,3	74,5	14,3	88,9	10,1	1,0	11,1	100	93,6
1990	64,1	5,9	70,0	13,5	83,5	15,4	1,1	16,5	100	93,4
1991	60,5	4,7	65,2	16,2	81,4	17,6	1,0	18,6	100	93,1
1992	62,0	4,5	66,5	15,7	82,2	17,0	0,9	17,8	100	92,4
1993	64,0	4,1	68,0	16,4	84,4	14,6	1,0	15,6	100	93,2
1994	64,9	4,3	69,2	15,8	85,0	14,1	0,9	15,0	100	94,5
1995	64,2	4,5	68,7	16,7	85,4	13,8	0,8	14,6	100	94,3
1996	63,3	4,2	67,6	17,8	85,4	13,8	0,8	14,6	100	94,1
1997	61,9	4,2	66,1	18,5	84,6	14,7	0,7	15,4	100	94,2
1998	62,4	3,6	66,0	17,9	83,9	15,5	0,7	16,1	100	94,1
1999	59,2	3,6	62,8	19,7	82,5	16,8	0,7	17,5	100	93,9
2000	60,3	3,3	63,6	17,7	81,3	17,9	0,7	18,7	100	94,1
2001										
Kaikki – All	62,0	3,1	65,1	18,9	84,0	15,4	0,6	16,0	100	92,8
Kirjat – Books	64,0	3,1	67,1	17,9	85,0	14,3	0,6	15,0	100	92,0
Pienpainatteet Small publications	53,0	2,9	55,9	23,2	79,0	20,3	0,7	21,0	100	96,6

\* Tilastointi perustuu Suomen kirjallisuus -kansallisbibliografian alanmukaisen osaston aineistoon. Tilastoinnissa on noudatettu Unescon suositusta, ks. Unescon tilastollinen vuosikirja. Myös pienpainatteet (5–48 sivua) sisältyvät lukuihin. – Based on the data of the national bibliography as classified by subject under Finnish literature. Statistics drawn up on the basis of Unesco recommendations, see Unesco Statistical Yearbook. Small publications (5–48 pages) included in the figures.

\*\* Sisältää myös kaksi- ja useampikieliset kirjat. – Includes books in two or more languages.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto  
Source: Helsinki University Library, Bibliographic Department



7.4 Julkaistu käännöskirjallisuus alkuperäkielen mukaan 1980–2001  
*Translated books published 1980–2001 by source language*

Alkukieli <i>Source language</i>	1980		1985		1990		1995		1996	
	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%
<b>Käännökset suomen kielelle – Translations into Finnish</b>										
Englanti – <i>English</i>	447	46,6	520	57,4	940	60,1	1 196	64,4	1 178	65,3
Ruotsi – <i>Swedish</i>	167	17,4	124	13,7	184	11,8	213	11,5	222	12,3
Saksa – <i>German</i>	84	8,8	96	10,6	128	8,2	135	7,3	108	6,0
Ranska – <i>French</i>	48	5,0	43	4,7	92	5,9	105	5,7	105	5,8
Tanska – <i>Danish</i>	21	2,2	10	1,1	30	1,9	29	1,6	25	1,4
Venäjä – <i>Russian</i>	47	4,9	26	2,9	40	2,6	20	1,1	24	1,3
Norja – <i>Norwegian</i>	26	2,7	22	2,4	34	2,2	22	1,2	15	0,8
Italia – <i>Italian</i>	16	1,7	11	1,2	28	1,8	40	2,2	35	1,9
Espanja – <i>Spanish</i>	3	0,3	6	0,7	20	1,3	16	0,9	17	0,9
Muut* – <i>Others*</i>	100	10,4	48	5,3	67	4,3	81	4,4	76	4,2
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>959</b>	<b>100,0</b>	<b>906</b>	<b>100,0</b>	<b>1 563</b>	<b>100,0</b>	<b>1 857</b>	<b>100,0</b>	<b>1 805</b>	<b>100,0</b>
<b>Käännökset ruotsin kielelle – Translations into Swedish</b>										
Suomi – <i>Finnish</i>	51	91,1	86	96,6	103	92,8	105	96,3	104	93,7
Englanti – <i>English</i>	1	1,8	2	2,2	2	1,8	1	0,9	2	1,8
Muut* – <i>Others*</i>	4	7,1	1	1,1	6	5,4	3	2,8	5	4,5
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>	<b>89</b>	<b>100,0</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>	<b>109</b>	<b>100,0</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

Alkukieli <i>Source language</i>	1997		1998		1999		2000		2001	
	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%
<b>Käännökset suomen kielelle – Translations into Finnish</b>										
Englanti – <i>English</i>	1 257	67,3	1 423	71,3	1 534	69,4	1 433	68,0	1 219	65,5
Ruotsi – <i>Swedish</i>	223	11,9	199	10,0	191	8,6	186	8,8	177	9,5
Saksa – <i>German</i>	102	5,5	99	5,0	148	6,7	128	6,1	131	7,0
Ranska – <i>French</i>	93	5,0	83	4,2	111	5,0	111	5,3	125	6,7
Tanska – <i>Danish</i>	17	0,9	8	0,4	22	1,0	29	1,4	16	0,9
Venäjä – <i>Russian</i>	21	1,1	16	0,8	20	0,9	21	1,0	27	1,5
Norja – <i>Norwegian</i>	16	0,9	23	1,2	27	1,2	18	0,9	19	1,0
Italia – <i>Italian</i>	43	2,3	46	2,3	33	1,5	29	1,4	17	0,9
Espanja – <i>Spanish</i>	19	1,0	8	0,4	22	1,0	25	1,2	18	1,0
Muut* – <i>Others*</i>	78	4,2	90	4,5	103	4,7	126	6,0	113	6,1
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>1 869</b>	<b>100,0</b>	<b>1 995</b>	<b>100,0</b>	<b>2 211</b>	<b>100,0</b>	<b>2 106</b>	<b>100,0</b>	<b>1 862</b>	<b>100,0</b>
<b>Käännökset ruotsin kielelle – Translations into Swedish</b>										
Suomi – <i>Finnish</i>	85	93,4	83	96,5	86	91,5	78	88,6	74	94,9
Englanti – <i>English</i>	2	2,2	1	1,2	4	4,3	3	3,4	3	3,8
Muut* – <i>Others*</i>	4	4,4	2	2,3	4	4,3	7	8,0	1	1,3
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>	<b>94</b>	<b>100,0</b>	<b>88</b>	<b>100,0</b>	<b>78</b>	<b>100,0</b>

\* Sisältää myös käännökset useasta eri kielestä. – *Includes translations from several languages.*

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto  
 Source: Helsinki University Library, Bibliographic Department

7.5 Suomessa julkaistu kirjallisuus aihealueittain 1980–2001\*  
 Total number of books published in Finland under different categories 1980–2001\*

Aihealue Category	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998
	Nimikkeitä – No. of titles						
Yleisteokset – General interest	297	329	307	315	325	316	253
Filosofia, psykologia Philosophy, psychology	165	191	165	266	240	248	221
Uskonto – Religion	365	360	286	390	355	313	319
Sosiologia, tilasto Sociology, statistics	212	233	176	234	245	285	228
Politiikka, kansantalous Politics, national economy	564	795	776	1 026	971	977	902
Oikeus, julkinen hallinto Law, public administration	447	625	735	952	938	992	933
Sotataito ja -tiede Warfare, military science	69	61	68	108	109	97	118
Kasvatus – Education	381	533	539	975	828	740	709
Kansatiede, kansanrunous Ethnology, folklore	76	98	65	90	98	85	96
Kielitiede – Linguistics	264	347	219	438	411	316	355
Matematiikka – Mathematics	180	257	840	239	288	259	255
Luonnontieteet – Natural sciences	507	683	422	973	927	924	893
Lääketiede – Medicine	351	415	1 041	669	746	738	784
Insinööritieteet, tekniikka, teollisuus Engineering, technology, industry	614	1 053	297	1 477	1 376	1 501	1 135
Maa- ja metsätalous Agriculture and forestry	204	433	117	460	465	441	429
Kotitalous – Household management	83	121	453	137	157	168	161
Liiketalous, liikenne Business economics, transport	217	403	544	794	733	706	679
Arkkitehtuuri, taide – Architecture, art	198	330	115	719	681	639	595
Pelit, urheilu – Games, sport	54	98	368	151	126	153	151
Kirjallisuuden historia History of literature	35	46	59	65	64	76	61
Kaunokirjallisuus – Literature	921	1 083	1 648	1 882	1 834	1 775	1 884
Maantiede, matkailu Geography, travel	79	111	87	91	105	102	103
Historia, elämäkerrat History, biographies	228	325	472	1 043	1 082	866	1 623
Luokittelematta** – Unclassified**	–	–	354	–	–	–	–
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>6 511</b>	<b>8 930</b>	<b>10 153</b>	<b>13 494</b>	<b>13 104</b>	<b>12 717</b>	<b>12 887</b>

7.5 Jatkuu  
Continued

Aihealue – Category	1999	2000	2001		Yhteensä Total	Tästä – Of which		
			Pienpainatteen (5–48 sivua) Small publications (5–48 pages)	Kirjat (yli 48 sivua) Books (over 48 pages)		Suomen- kielisiä Finnish language	Ruotsin- kielisiä Swedish language	Muun kielisiä Other language
Yleisteokset – General interest	294	224	42	174	216	187	9	20
Filosofia, psykologia Philosophy, psychology	238	255	21	234	255	230	4	21
Uskonto – Religion	318	290	43	278	321	284	14	23
Sosiologia, tilasto Sociology, statistics	233	174	23	164	187	136	9	42
Politiikka, kansantalous Politics, national economy	892	679	180	500	680	478	14	188
Oikeus, julkinen hallinto Law, public administration	944	716	160	687	847	731	35	81
Sotataito ja -tiede Warfare, military science	116	81	6	77	83	74	4	5
Kasvatus – Education	771	557	130	414	544	470	26	48
Kansatiede, kansanrunous Ethnology, folklore	112	86	7	62	69	58	2	9
Kielitiede – Linguistics	364	362	19	342	361	177	41	143
Matematiikka – Mathematics	244	152	87	221	308	235	6	67
Luonnontieteet – Natural sciences	925	667	163	585	748	399	26	323
Lääketiede – Medicine	778	577	91	533	624	396	21	207
Insinöörityeet, tekniikka, teollisuus Engineering, technology, industry	1 197	825	174	709	883	636	14	233
Maa- ja metsätalous Agriculture and forestry	428	337	131	280	411	326	11	74
Kotitalous – Household management	172	135	20	133	153	146	7	–
Liiketalous, liikenne Business economics, transport	677	519	98	477	575	466	15	94
Arkkitehtuuri, taide Architecture, art	624	549	96	504	600	533	16	51
Pelit, urheilu – Games, sport	136	116	19	96	115	111	1	3
Kirjallisuuden historia History of literature	47	61	6	63	69	53	8	8
Kaunokirjallisuus – Literature	2 097	1 973	361	1 546	1 907	1 835	58	14
Maantiede, matkailu Geography, travel	124	102	3	88	91	68	9	14
Historia, elämäkerrat History, biographies	1 442	2 327	304	1 739	2 043	1 330	100	613
Luokittelematta** – Unclassified**	–	–	–	–	–	–	–	–
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>13 173</b>	<b>11 764</b>	<b>2 184</b>	<b>9 906</b>	<b>12 090</b>	<b>9 359</b>	<b>450</b>	<b>2 281</b>

\* Sisältää myös nk. pienpainatteen. – Includes small publications.

\*\* Vuodesta 1990 tiedot tuotettu Fennica CD-ROM-levyllä. Vuoden 1990 levyllä 354 nimikettä, joiden luokitus puuttuu. – As from 1990 the data have been provided on CD-ROM. The disk for 1990 contains 354 titles for which no classification data are given.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto  
Source: Helsinki University Library, Bibliographic Department

## 7.6 Tieto- ja kaunokirjallisuuden sekä koulu- ja lastenkirjojen kokonaisnimiketuotanto 1980–2001\* Non-fiction, fiction, schoolbooks and children's books: total number of titles 1980–2001\*

Vuosi Year	Tietokirjallisuus Non-fiction		Kaunokirjallisuus** Fiction**		Yhteensä Total		Tästä – Out of which			
	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Koulukirjoja Schoolbooks		Lastenkirjoja Children's books	
							Kpl – No.	%	Kpl – No.	%
<b>Pienpainatet (5–48 sivua) – Small publications (5–48 pages)</b>										
1980	1 446	92,3	120	7,7	1 566	100,0	75	4,8	115	7,3
1985	2 051	93,7	137	6,3	2 188	100,0	57	2,6	108	4,9
1990 ***	2 241	87,7	314	12,3	2 659	100,0	57	2,1	379	14,3
1991	2 581	87,6	366	12,4	2 947	100,0	49	1,7	497	16,9
1992	2 405	85,7	400	14,3	2 805	100,0	36	1,3	496	17,7
1993	2 713	88,5	352	11,5	3 065	100,0	34	1,1	439	14,3
1994	2 671	87,3	390	12,7	3 061	100,0	33	1,1	429	14,0
1995	3 083	88,5	400	11,5	3 483	100,0	44	1,3	456	13,1
1996	3 062	89,2	371	10,8	3 433	100,0	62	1,8	502	14,6
1997	2 870	89,3	346	10,8	3 213	100,0	52	1,6	456	14,2
1998	2 581	86,8	392	13,2	2 973	100,0	36	1,2	487	16,4
1999	2 460	85,3	424	14,7	2 884	100,0	49	1,7	576	20,0
2000	1 834	82,0	403	18,0	2 237	100,0	56	2,5	563	25,2
2001	1 823	83,5	361	16,5	2 184	100,0	55	2,5	469	21,5
<b>Kirjat (yli 48 sivua) – Books (more than 48 pages)</b>										
1980	4 144	83,8	801	16,2	4 945	100,0	456	9,2	113	2,3
1985	5 796	86,0	946	14,0	6 742	100,0	635	9,4	182	2,7
1990 ***	5 910	81,6	1 334	18,4	7 494	100,0	558	7,4	280	3,7
1991	6 704	81,2	1 557	18,8	8 261	100,0	541	6,5	396	4,8
1992	6 867	83,5	1 361	16,5	8 228	100,0	462	5,6	367	4,5
1993	7 395	84,8	1 325	15,2	8 720	100,0	365	4,2	344	3,9
1994	8 064	85,1	1 414	14,9	9 478	100,0	461	4,9	364	3,8
1995	8 529	85,2	1 482	14,8	10 011	100,0	508	5,1	381	3,8
1996	8 208	84,9	1 463	15,1	9 671	100,0	450	4,7	341	3,5
1997	8 075	85,0	1 429	15,0	9 504	100,0	303	3,2	326	3,4
1998	8 422	85,0	1 492	15,0	9 914	100,0	380	3,8	370	3,7
1999	8 616	83,7	1 673	16,3	10 289	100,0	383	3,7	422	4,1
2000	7 957	83,5	1 570	16,5	9 527	100,0	350	3,7	430	4,5
2001	8 360	84,4	1 546	15,6	9 906	100,0	460	4,6	476	4,8
<b>Yhteensä – Total</b>										
1980	5 590	85,9	921	14,1	6 511	100,0	531	8,2	228	3,5
1985	7 847	87,9	1 083	12,1	8 930	100,0	692	7,7	290	3,2
1990 ***	8 505	83,8	1 648	16,2	10 153	100,0	615	6,1	659	6,5
1991	9 285	82,8	1 923	17,2	11 208	100,0	590	5,3	893	8,0
1992	9 272	84,0	1 761	16,0	11 033	100,0	498	4,5	863	7,8
1993	10 108	85,8	1 677	14,2	11 785	100,0	399	3,4	783	6,6
1994	10 735	85,6	1 804	14,4	12 539	100,0	494	3,9	793	6,3
1995	11 612	86,0	1 884	14,0	13 496	100,0	552	4,1	837	6,2
1996	11 270	86,0	1 834	14,0	13 104	100,0	512	3,9	843	6,4
1997	10 942	86,0	1 775	14,0	12 717	100,0	355	2,8	782	6,1
1998	11 003	85,4	1 884	14,6	12 887	100,0	416	3,2	857	6,7
1999	11 076	84,1	2 097	15,9	13 173	100,0	432	3,3	998	7,6
2000	9 791	83,2	1 973	16,8	11 764	100,0	406	3,5	993	8,4
2001	10 183	84,2	1 907	15,8	12 090	100,0	515	4,3	945	7,8

\* Tilastointi perustuu Suomen kirjallisuus -kansallisbibliografian alanmukaisen osaston aineistoon. Tilastoinnissa on noudatettu Unescon suosituista, ks. Unescon tilastollinen vuosikirja. – Based on the data national bibliography as classified by subject under Finnish literature. Statistics drawn up on the basis of Unesco recommendations, see Unesco Statistical Yearbook.

\*\* Kaunokirjallisuus sisältää proosan, lasten- ja nuortenkirjallisuuden sekä runouden. Fiction includes prose, children's books, juvenile books and poetry.

\*\*\* Vuonna 1990 tieto kirjallisuuslajista puuttuu 250 kirjalta ja 104 pienpainatteelta. Nämä luvut sisältyvät kuitenkin kirjojen ja pienpainatteiden kokonaismääriin. Prosenttiosuudet on laskettu kirjoista ja pienpainatteista, joiden kirjallisuuslaji tiedetään. – In 1990 information on type of literature was missing for 250 books and 104 small publications. However, they are included in the total, but the percentage share is based on titles for which information on type of literature was available.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto  
Source: Helsinki University Library, Bibliographic Department

7.7 Kirjojen nimiketuotanto kirjallisuuslajeittain 1985–2001\*  
*Titles produced 1985–2001 by type of literature\**

Kirjallisuuden laji <i>Type of literature</i>	1985		1990		1995		1996		1997	
	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%
<i>Kotimainen kaunokirjallisuus – Finnish fiction</i>										
Proosa – Prose	392	7,9	365	6,0	415	6,5	397	5,9	393	5,8
Lastenkirjat <i>Children's books</i>	141	2,8	164	2,7	139	2,2	136	2,0	133	2,0
Nuortenkirjat <i>Juvenile books</i>	83	1,7	118	2,0	109	1,7	132	2,0	83	1,2
<i>Käännetty kaunokirjallisuus – Translated fiction</i>										
Proosa – Prose	471	9,4	621	10,3	520	8,2	563	8,4	635	9,4
Lastenkirjat <i>Children's books</i>	362	7,3	415	6,9	595	9,4	747	11,2	786	11,7
Nuortenkirjat <i>Juvenile books</i>	125	2,5	140	2,3	122	1,9	83	1,2	133	2,0
Runous, näytelmät <i>Poetry, plays</i>	95	1,9	148	2,5	157	2,5	156	2,3	164	2,4
Tietokirjat – Non-fiction	1 371	27,5	1 832	30,4	1 960	30,9	1 981	29,6	2 057	30,5
Suurteokset <i>Encyclopedic, reference, etc.</i>	52	1,0	138	2,3	143	2,3	130	1,9	93	1,4
Peruskoulukirjat <i>Schoolbooks for primary school</i>	1 063	21,3	1 049	17,4	1 014	16,0	1 165	17,4	1 055	15,6
Muut koulukirjat <i>Other schoolbooks</i>	834	16,7	1 044	17,3	1 170	18,4	1 206	18,0	1 214	18,0
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>4 989</b>	<b>100,0</b>	<b>6 034</b>	<b>100,0</b>	<b>6 344</b>	<b>100,0</b>	<b>6 696</b>	<b>100,0</b>	<b>6 746</b>	<b>100,0</b>
Uutuuksien osuus nimiketuotannosta % <i>Proportion of new titles as % of total production</i>	53,2		51,6		53,6		53,7		54,7	

Kirjallisuuden laji <i>Type of literature</i>	1998		1999		2000		2001	
	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%
<b>Kotimainen kaunokirjallisuus – Finnish fiction</b>								
Proosa – <i>Prose</i>	362	5,2	389	5,6	471	6,2	399	5,4
Lastenkirjat <i>Children's books</i>	147	2,1	148	2,1	166	2,2	233	3,2
Nuortenkirjat <i>Juvenile books</i>	85	1,2	78	1,1	106	1,4	133	1,8
<b>Käännetty kaunokirjallisuus – Translated fiction</b>								
Proosa – <i>Prose</i>	598	8,6	607	8,7	608	8,0	544	7,4
Lastenkirjat <i>Children's books</i>	845	12,2	861	12,3	981	12,9	920	12,5
Nuortenkirjat <i>Juvenile books</i>	124	1,8	156	2,2	172	2,3	143	1,9
Runous, näytelmät <i>Poetry, plays</i>	134	1,9	149	2,1	147	1,9	112	1,5
Tietokirjat – <i>Non-fiction</i>	2 366	34,1	2 382	34,1	2 588	34,1	2 602	35,3
Suurteokset <i>Encyclopedic, reference, etc.</i>	66	1,0	40	0,6	45	0,6	53	0,7
Peruskoulukirjat <i>Schoolbooks for primary school</i>	1 016	14,7	993	14,2	1 017	13,4	1 137	15,4
Muut koulukirjat <i>Other schoolbooks</i>	1 188	17,1	1 182	16,9	1 280	16,9	1 091	14,8
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>6 931</b>	<b>100,0</b>	<b>6 985</b>	<b>100,0</b>	<b>7 581</b>	<b>100,0</b>	<b>7 367**</b>	<b>100,0</b>
Uutuuksien osuus nimiketuotannosta % <i>Proportion of new titles as % of total production</i>								
	55,1		55,8		57,3		56,6	

\* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien ilmoittama tuotanto. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. Vuonna 2001 tiedusteluun osallistui 85 jäsenkustantajaa. – *Sales reported by members of the Finnish Book Publishers Association. The figures for different years are not fully comparable as the number of respondents has varied from year to year. In 2001 responses came in from 85 members.*

\*\* Näistä ensipainoksia 4 172 ja uusia painoksia 3 195 vuonna 2001. – *Of which 4 172 titles were first editions and 3 195 were reprints.*

Lähde: Suomen Kustannusyhdistyksen  
Source: The Finnish Book Publishers Association

7.8 Kirjojen kappalemääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin 1980–2001\*  
*Book sales by type of literature 1980–2001\**

Kirjallisuusryhmä <i>Type of literature</i>	1980		1985		1990		1995		1996	
	1000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	1000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	1000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	1000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	1000 kpl <i>Thousand copies</i>	%
Kaunokirjallisuus <i>Fiction</i>	3 039	13,1	4 429	21,6	4 247	17,0	3 987	16,7	4 342	16,5
Lasten- ja nuortenkirjat <i>Children's and juvenile books</i>	3 630	15,7	2 194	10,7	3 430	13,7	6 571	27,5	7 574	28,8
Suurteokset <i>Encyclopedic, reference, etc.</i>	3 718	16,0	841	4,1	865	3,5	670	2,8	890	3,4
Tietokirjat <i>Non-fiction</i>			2 986	14,6	4 212	16,9	5 608	23,5	5 891	22,4
Peruskoulukirjat <i>Schoolbooks for primary school</i>	9 193	39,6	7 482	36,5	7 006	28,0	4 287	18,0	4 410	16,8
Muut koulu- ja kurssikirjat <i>Other schoolbooks and textbooks</i>	2 404	10,4	2 559	12,5	2 423	9,7	2 743	11,5	3 010	11,5
Muut – <i>Others</i>	1 209	5,2	–	–	2 796	11,2	–	–	168	0,6
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>23 194</b>	<b>100,0</b>	<b>20 492</b>	<b>100,0</b>	<b>24 980</b>	<b>100,0</b>	<b>23 866</b>	<b>100,0</b>	<b>26 285</b>	<b>100,0</b>

Kirjallisuusryhmä <i>Type of literature</i>	1997		1998		1999		2000		2001	
	1000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	1000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	1000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	1000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	1000 kpl <i>Thousand copies</i>	%
Kaunokirjallisuus <i>Fiction</i>	4 384	16,9	4 601	17,6	4 502	16,7	4 997	17,7	4 402	15,4
Lasten- ja nuortenkirjat <i>Children's and juvenile books</i>	7 024	27,1	7 266	27,7	7 945	29,4	8 124	28,8	9 335	32,7
Suurteokset <i>Encyclopedic, reference, etc.</i>	653	2,5	503	1,9	393	1,5	402	1,4	486	1,7
Tietokirjat <i>Non-fiction</i>	6 408	24,7	6 500	24,8	7 100	26,3	7 497	26,6	7 200	25,3
Peruskoulukirjat <i>Schoolbooks for primary school</i>	4 457	17,2	4 297	16,4	4 189	15,5	4 308	15,3	4 423	15,5
Muut koulu- ja kurssikirjat <i>Other schoolbooks and textbooks</i>	2 978	11,5	3 049	11,6	2 884	10,7	2 901	10,3	2 667	9,4
Muut – <i>Others</i>	3	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>25 907</b>	<b>100,0</b>	<b>26 216</b>	<b>100,0</b>	<b>27 013</b>	<b>100,0</b>	<b>28 229</b>	<b>100,0</b>	<b>28 513</b>	<b>100,0</b>

\* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien ilmoittama myynti. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. Vuonna 2001 tiedusteluun osallistui 85 jäsenkustantajaa. – Sales reported by members of the Finnish Book Publishers Association. The figures for different years are not fully comparable as the number of respondents has varied from year to year. In 2001 responses came in from 85 members.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys  
 Source: The Finnish Book Publishers Association

## 7.9 Kirjamyynnin arvo kirjallisuusryhmittäin 1980–2001\* Value of book sales by type of literature 1980–2001\*

Kirjallisuuden laji Type of literature	1980		1985		1990		1995		1996	
	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%
Kaunokirjat Fiction	12	13,8	25	19,3	33	16,4	37	16,4	38	16,0
Lasten- ja nuortenkirjat Children's and juvenile books	6	6,9	8	5,8	13	6,4	28	12,1	27	11,3
Suurteokset Encyclopedic, reference, etc.	31	36,4	21	15,6	29	14,6	25	11,1	23	9,7
Tietokirjat Non-fiction			27	20,2	49	24,2	75	32,9	77	32,4
Peruskoulukirjat Schoolbooks for primary school	20	23,5	30	22,9	39	19,2	33	14,4	37	15,4
Muut koulu- ja kurssikirjat Other schoolbooks and textbooks	7	8,5	14	10,9	19	9,4	30	13,0	33	13,8
Muut – Others	9	11,1	7	5,2	20	9,9	–	–	3	1,4
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>85</b>	<b>100,0</b>	<b>131</b>	<b>100,0</b>	<b>202</b>	<b>100,0</b>	<b>228</b>	<b>100,0</b>	<b>238</b>	<b>100,0</b>

Kirjallisuuden laji Type of literature	1997		1998		1999		2000		2001	
	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%
Kaunokirjat Fiction	34	13,8	32	13,4	33	13,7	36	14,3	37	14,2
Lasten- ja nuortenkirjat Children's and juvenile books	28	11,5	30	12,5	33	13,7	36	14,3	41	15,8
Suurteokset Encyclopedic, reference, etc.	21	8,5	20	8,3	17	7,2	16	6,4	15	5,9
Tietokirjat Non-fiction	89	36,5	85	35,6	87	35,7	87	34,5	88	33,7
Peruskoulukirjat Schoolbooks for primary school	39	15,8	37	15,4	38	15,6	40	15,7	43	16,4
Muut koulu- ja kurssikirjat Other schoolbooks and textbooks	34	14,0	35	14,6	34	13,9	37	14,5	35	13,3
Muut – Others	–	–	1	0,3	0	0,1	1	0,3	2	0,8
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>244</b>	<b>100,0</b>	<b>239</b>	<b>100,0</b>	<b>243</b>	<b>100,0</b>	<b>253</b>	<b>100,0</b>	<b>260</b>	<b>100,0</b>

\* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien ilmoittama myynti. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. Vuonna 2001 tiedusteluun osallistui 85 jäsenkustantajaa. – Sales reported by members of the Finnish Book Publishers Association. The figures for different years are not fully comparable as the number of respondents has varied from year to year. In 2001 responses came in from 85 members.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys  
Source: The Finnish Book Publishers Association



7.10 Kirjakauppojen ja antikvariaattien määrä 1980–2000  
*Number of bookshops and second-hand bookshops 1980–2000*

Vuosi – Year	Kirjakauppoja* – Bookshops*	Antikvariaatteja – Second-hand bookshops
1980	474	161
1982	468	153
1984	504	165
1986	481	189
1988	484	215
1989	478	210
1990	483	229
1991	462	218
1992	431	220
1993	413	200
1994	406	192
1995	402	189
1996	393	195
1997	402	208
1998	387	197
1999	380	183
2000	380	178

\* Lisäksi kaupan keskusliikkeiden tavarataloissa ja marketeissa on runsaasti kirjaosastoja paperiosastojen yhteydessä. Kirjaosastojen määrä ja laajuus saattavat vaihdella huomattavasti. – *In addition, there are a lot of book sections (linked to stationery sections) in the department stores of the central distributors. The number and scope of the book sections may vary considerably.*

Lähde: Tilastokeskus, Yritysrekisteri  
 Source: Statistics Finland, Business Register

7.11 Kirjakerhot 2001  
*Book clubs 2001*

Omistaja – Owner	Kerhot – Book clubs	Perustettu – Established	Jäseniä kerhoissa – Members, total
Otava-Kuvalehdet	Suuri Suomalainen Kirjakerho	1969	320 000
	Koululaisen Kirjklubi	1995	
	Metsästys ja Kalastus Kirjakiubi	1995	
	Book Avenue	1998	
	Ex Libris	1998	
	Leppäkerttu	2000	
	WSOY	Johanna	
Uudet Kirjat		1980	
Uppo-Nallen kirjakerho		2001	
Sanoma Magazines Finland	Lasten Oma Kirjakerho	1975	108 000
	Merkurius	1995	
	Sisters Club	1999	
Tammi	Lasten Parhaat Kirjat	1987	55 000
Valitut Palat – Reader's Digest			..
	Kirjavalitot	1976	

Lähde: Yritysten toimintakertomukset ja omat ilmoitukset  
 Source: Company annual reports and other company data

## 7.12 Suurimmat kirjankustantajat 2001 Biggest book publishers 2001

Yhtiö Company	Liikevaihto: kirjojen kustantaminen Turnover from book publishing € milj.– € million	Kokonaisliikevaihto Total turnover € milj.– € million	Pääomistaja Main owner
WSOY	132	211	SanomaWSOY
Sanoma Magazines Finland	15 – 20	165	SanomaWSOY
Kustannusosakeyhtiö Otava	43	43	Otava-Kuvalehdet
Tammi	28	28	Bonnier Media
Edita	20	179	Edita
Valitut Palat – Reader's Digest	17	32	The Reader's Digest Assn.
Gummerus	11	47	Gummerus
Talentum Media	11	50	Talentum

Osa kirjojen myynnin liikevaihtoluvuista on arvioita. – *Some of the turnover from book publishing figures are estimates.*

Lähteet: Yritysten toimintakertomukset ja omat ilmoitukset  
Sources: *Company annual reports and other company sources*

## 7.13 Yleisten kirjastojen pää-, sivu- ja laitoskirjastot sekä kirjastoautot 1980–2001 Main libraries, branch libraries, institutional libraries and mobile libraries 1980–2001

Vuosi Year	Pääkirjastoja Main libraries	Sivukirjastoja Branch libraries	Laitoskirjastoja Institutional libraries	Yhteensä Total	Kirjastoautoja/veneitä Mobile libraries
1980	464		1 144	1 608	219
1985	461		1 083	1 544	234
1990*	444	510	197	1 151	232
1991	444	486	195	1 125	234
1992	444	469	194	1 107	232
1993	..	..	..	1 025	222
1994	..	..	..	998	220
1995	..	..	..	985	215
1996	439	437	130	1 006	214
1997	436	429	127	992	210
1998	436	417	117	970	208
1999	436	401	111	948	203
2000	436	401	99	936	202
2001	432	463	94	989	200

\* Vuodesta 1990 lähtien Ahvenanmaan maakunta ei mukana tilastossa. – *The province of Åland not included in the statistics from 1990 onwards.*

Lähteet: Opetusministeriö  
Kirjastot, Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu  
Sources: *Ministry of Education*  
Kirjastot (Libraries), Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

7.14 Yleisten kirjastojen aineistot ja aineistohankinnat 1985–2001\*  
 Collections and acquisitions of public libraries 1985–2001\*

Vuosi – Year	Aineisto ** – Collections **			Hankinnat – Acquisitions		
	Kirjat – Books	Muu aineisto Other material	Yhteensä – Total	Kirjat – Books	Muu aineisto Other material	Yhteensä – Total
	1 000 kpl – '000					
1985	30 469	689	31 548	2 434	142	2 576
1990	35 502	1 677	37 179	2 318	238	2 556
1991	35 938	1 846	37 784	2 056	228	2 285
1992	36 308	2 023	38 331	1 808	218	2 026
1993	36 611	2 582	39 193	1 686	257	1 943
1994	36 629	3 029	39 658	1 596	251	1 847
1995	36 882	3 119	40 001	1 584	256	1 840
1996	36 835	3 242	39 998	1 593	277	1 871
1997	36 832	3 186	40 018	1 636	284	1 920
1998	36 875	3 437	40 313	1 569	279	1 848
1999	36 925	3 701	40 626	1 557	310	1 867
2000	37 013	3 884	40 897	1 607	310	1 917
2001	36 435	4 060	40 495	1 643	297	1 940

\* Vuodesta 1990 Ahvenanmaan maakunta ei mukana luvuissa. – From 1990 onwards the province of Åland not included.

\*\* Vuoden lopussa – At the end of the year

Lähteet: Opetusministeriö

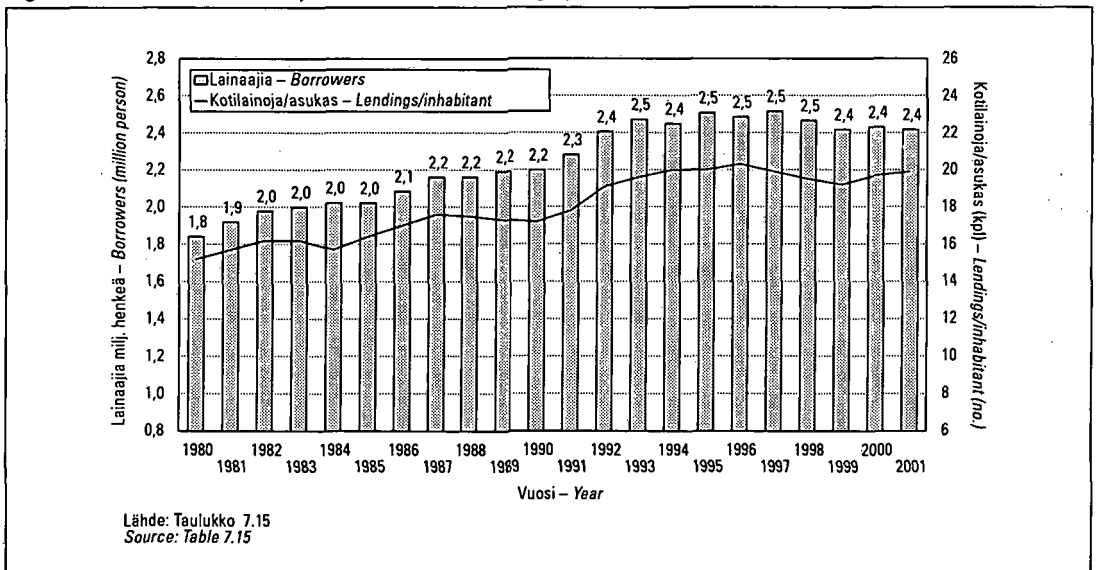
Kirjastot, Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

Sources: Ministry of Education

Kirjastot (Libraries), Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

Muokattu – Processed

Kuvio 7.5 Kirjastojen lainaajat ja kotilainat asukasta kohden 1980–2001  
 Figure 7.5 Number of library borrowers and lendings per inhabitant 1980–2001



7.15 Yleisten kirjastojen lainaajat ja lainat 1985–2001\*  
Public library borrowers and lendings 1985–2001\*

Vuosi – Year	Lainaaajia – Borrowers		Lainoja* – Lendings*			Yhteensä Total	Asukasta kohti Per inhabitant	Lainaaajaa kohti Per borrower
	1 000 henk. '000 persons	% väestöstä % of the population	Kirjalainoja Book lendings	Muuta aineistoa Other material	Saadut kaukolainat** Received inter library loans**			
			1 000 kpl – '000				Kpl – No.	
1985	2 021	41,2	78 226	2 115	93	80 434	16,4	39,8
1990	2 199	44,1	75 085	10 630	131	85 845	17,2	39,0
1991	2 281	45,5	76 023	13 217	152	89 392	17,8	39,2
1992	2 405	47,7	80 806	15 582	164	96 552	19,1	40,2
1993	2 473	48,8	82 228	16 693	155	99 075	19,6	40,1
1994	2 488	48,9	84 066	17 792	152	102 010	20,0	41,0
1995	2 507	49,1	81 634	20 264	166	102 064	20,0	40,7
1996	2 484	48,4	82 892	21 277	191	104 408	20,3	42,0
1997	2 516	48,9	81 011	21 128	188	102 327	19,9	40,7
1998	2 466	47,8	78 383	21 946	197	100 527	19,5	40,8
1999	2 417	46,7	75 895	23 158	215	99 268	19,2	41,1
2000	2 431	46,9	77 281	24 690	226	102 197	19,7	42,0
2001	2 417	46,5	76 352	26 793	258	103 403	19,9	42,8

\* Vuodesta 1990 Ahvenanmaan maakunta ei mukana luvuissa. – From 1990 onwards the province of Åland not included.

\*\* Sisältää kaukolainat kirjat ja muun aineiston. – Includes books and other material loaned from other libraries.

Lähteet: Opetusministeriö  
Kirjastot, Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu  
Sources: Ministry of Education  
Kirjastot (Libraries), Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

Muokattu – Processed

7.16 Yleisten kirjastojen kirjahankinnat ja aineistomenot 1980–2001  
*Public libraries: book acquisitions and materials expenses 1980–2001*

Vuosi – Year	Hankittuja kirjoja No. of books purchased 1 000 kpl – '000 copies	Kirjallisuuden hankintamenot Book acquisition costs € milj. – € million	Kirjastojen aineistomenot yhteensä Materials acquisition costs total € milj. – € million
1980	1 962	12,2	..
1985	2 405	24,0	29,4
1990	2 318	30,0	40,5
1991	2 056	29,3	40,9
1992	1 808	26,3	37,8
1993	1 686	25,3	..
1994	1 596	23,3	..
1995	1 584	22,6	..
1996	1 593	22,9	32,6
1997	1 636	23,5	34,2
1998	1 569	22,6	33,8
1999	1 557	22,7	34,3
2000	1 607	23,2	34,9
2001	1 643	23,6	36,2

Lähteet: Opetusministeriö  
 Kirjastot, Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu  
 Sources: Ministry of Education  
 Kirjastot (Libraries), Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

7.17 Kirjojen lukeminen 1992–2002\*  
*Book readership 1992–2002\**

		On lukenut kirjaa edellisenä päivänä – Has read during the previous day		
		Kirjaa – Books	Kaunokirjallisuutta – Fiction	Tietokirjallisuutta – Non-fiction
		%	%	%
1992	Kaikki – All	36	21	20
1994	Kaikki – All	34	22	19
1996	Kaikki – All	32	20	16
1998	Kaikki – All	34	22	18
2000	Kaikki – All	36	20	21
2002	Kaikki – All	32	16	20
2002				
	Naiset – Women	35	19	22
	Miehet – Men	28	13	19
Ikä – Age	12–24	47	13	41
	25–44	28	16	16
	45–59	26	17	13
	60–	28	18	16
Lukemiseen käytetty aika – Reading time				
minuuttia/päivä – minutes/day				
1992	Kaikki – All	24	12	12
1994	Kaikki – All	28	14	14
1996	Kaikki – All	23	13	10
1998	Kaikki – All	26	15	12
2000	Kaikki – All	25	13	12
2002	Kaikki – All	30	10	20

\* Vuoden 2002 tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.  
 The figures for 2002 and onwards are not wholly comparable with the figures until 2000.

Lähde: Suomen Gallup Media, Intermediatutkimukset  
 Source: Suomen Gallup Group, Intermedia Survey

## 8 Sanomalehdet

Suomi on pitkään ollut ja on edelleen monessa mielessä vahva sanomalehtimaa. Lehtinimikkeitä on paljon, levikit ja lukijapeitot ovat korkeita; joukkoviestinnän liikevaihdosta sanoma- ja paikallislehdistön osuus on noin 30 prosenttia ja joukkoviestinmainonnasta yli puolet (52 %). Osuus on selvästi korkeampi kuin Euroopassa keskimäärin (39 % vuonna 2000).

Vuonna 2001 Suomessa ilmestyi kaikkiaan 208 sanomalehteä. Sanomalehdet on tapana jakaa kansainvälistä käytäntöä noudattaen päivälehtiin ja muihin sanomalehtiin. Jako perustuu ilmestymistiheyteen. (Taulukot 8.2–8.4.)

Päivälehtien, jotka ilmestyvät 4–7 kertaa viikossa, nimikemäärältään suhteellisen harvalukuisen joukkoon kuuluvien lehtien keskimääräinen levikki on noin 43 000 kappaletta. Vuonna 2001 Suomessa ilmestyi 54 päivälehteä. Niistä viiden levikki ylittää 100 000 kappaleen rajan. Päivälehdet ovat tyypillisesti alueidensa levikkijohtajia eli ns. ykköslehtiä. Päivälehtiä ovat myös irtonumerosanomalehdet (Ilta-Sanomat & Iltalehti) sekä osa erikoissanomalehdistä ja ilmestymispaikkakuntiansa kakkoslehdistä.

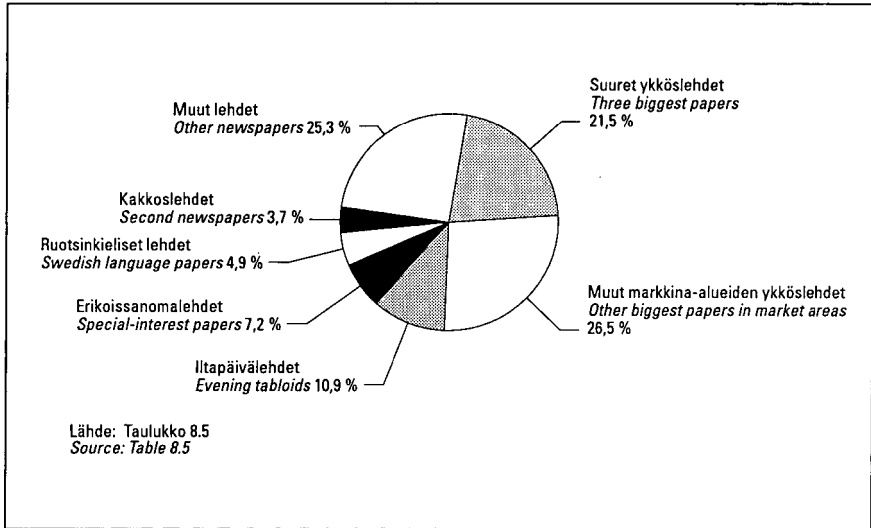
Muut sanomalehdet ilmestyvät 1–3 kertaa viikossa. Näiden lehtien joukko on suuri, mutta levikiltään ne ovat yleensä varsin pieniä. Vuonna 2001 ryhmään kuului 154 lehteä, joiden keskilevikki oli noin 6000 kappaletta. Suppealla levikkialueella toimivat ja oman alueensa paikallisiin uutisiin keskittyvät nk. paikallislehdet muodostavat 1–3 kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien suurimman ryhmän. Lisäksi ryhmään kuuluu osa ilmestymispaikkakuntiansa kakkoslehdistä ja pari erikoissanomalehteä.

Päivälehtien ja harvemmin ilmestyvien sanomalehtien keskinäiset määrälliset suhteet ovat pitkään säilyneet suurin piirtein ennallaan. Päivälehtien osuus kaikista sanomalehtinimikkeistä on alle neljännes, mutta levikillä mitattuna ne hallitsevat sanomalehtikenttää. Niiden osuus sanomalehtien kokonaislevikistä oli hieman yli 70 prosenttia vuonna 2001. Jo pelkästään seitsenpäiväisten lehtien osuus kokonaislevikistä on puolet. (Taulukot 8.2 & 8.3.)

Toinen yleisesti käytössä oleva sanomalehdistön jaottelu perustuu kilpailuasemaan. Kilpailuasemaryhmittäinen tarkastelu osoittaa, että lehdistön rakenteessa tapahtui 1900-luvun kahden viimeisen vuosikymmenen aikana kaksi selvää muutosta. (Taulukko 8.5.)

Ilmestymispaikkakuntiansa levikiltään pienempien sanomalehtien eli nk. kakkoslehtien kuihtuminen on niistä toinen. Kakkoslehtien levikit ovat laskeneet, ja niiden joukko on harventunut. Vuonna 1980 kakkoslehtien levikkiosuus oli 13 prosenttia mutta 2000-luvun alussa enää alle 4 prosenttia. Suurin yksittäinen leikkaus

Kuvio 8.1 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 2001  
 Figure 8.1 Circulation of newspapers by type of paper 2001



oli Helsingissä ilmestyneen perinteikkään valtakunnallisen päivälehdessä, Uuden Suomen ilmestymisen lakkaaminen 1990-luvun alussa. Yksistään se vei kakkoslehtien yhteislevikistä lähes neljänneksen.

Iltapäivälehtien levikkiosuuden kasvu on toinen selvä muutos. Ilta-Sanomien ja Iltalehden (joka alkoi ilmestyä vuonna 1980) keskinäinen kilpailu on kasvattanut molempien levikkejä. Niiden yhteinen osuus kaikkien sanomalehtien levikistä, nykyisin 11 prosenttia, on kasvanut yli kolminkertaiseksi verrattuna 1980-luvun alkuun. (Taulukko 8.5.)

Iltapäivälehdet myydään irtonumeroina. Yli 95 prosenttia kotimaisten sanomalehtien irtonumeromyynnistä on iltapäivälehtien myyntiä. (Taulukko 8.19.) Muiden – niin kotimaisten kuin ulkomaistenkin – sanomalehtien irtonumeromyynti on Suomessa vähäistä. Lehtikulttuurina Suomi onkin poikkeuksellisen tilaajavaltainen maa. Tämä koskee sekä sanoma- että aikakauslehtiä. Lähes 90 prosenttia sanomalehtien levikistä on tilattuja ja kotiin kannettuja lehtiä. (Taulukko 8.17.)

Sanomalehtien verkkoversiot ovat yleistyneet varsin nopeasti. Päivälehdistä lähes kaikilla oli internet-versio keväällä 2002. Muilla sanomalehdillä eli lähinnä paikallislehdillä verkkoversiot olivat selvästi harvinaisempia. Sellainen oli noin kolmasosalla ryhmän lehdistä. (Taulukko 8.7.)

Sanomalehdistö on taloudelliselta volyymiltaan edelleen koko joukkoviestinnän merkittävin osa. Vuonna 2001 sanomalehtien tulot olivat hieman alle 1,1 miljardia euroa. (Taulukko 8.1.) Sanomalehdistön osuus Suomen joukkoviestinnän liikevaihdosta on edelleen hyvin suuri eli noin 30 prosenttia. Osuus laski 1990-luvulla vain vähän, vaikka sanomalehdistön tulonmuodostuksessa ja levikkikehityksessä tapahtui

suuria muutoksia. Vuonna 1990 päivälehdet saivat tuloistaan jopa yli 70 prosenttia ilmoitusmyynnistä (kaikki luokiteltu ilmoittelu mukaan lukien). Vuosikymmenen alkupuolen lamavuosina osuus laski 50 prosentin tuntumaan ja on edelleen alle 60 prosenttia (taulukko 8.10). Sanomalehtien yhteislevikki supistui 1990-luvulla 20 prosenttia eli miltei 800 000 kappaleella 4,1 miljoonasta 3,3 miljoonaan (taulukko 8.3).

Levikin laskuun vaikuttivat luonnollisesti 1990-luvun alkupuolen lamavuosina äkillisesti poikkeuksellisen laajaksi paisunut työttömyys ja sen mukanaan tuomat taloudellisesti ahtaat olot. Mutta osa levikin laskusta Suomessa on ollut myös lehtien tietoisien toiminnan tulosta. Esimerkiksi eräät suuret alueelliset päivälehdet olivat 1980-luvun loppuvuosina pyrkineet laajentamaan levikkialuettaan lähes hinnalla millä hyvänsä. Tämä lisäsi toimituskustannuksia, kun uutistyössä oli katettavana entistä laajempi alue. Myös jakelun menot kasvoivat, mikäli levikkiä keinoitekoisesti pyrittiin laajentamaan varsinaisen levikkialueen ulkopuolelle. Tällaisista epätaloudellisista laajentumismalleista lehdet luopuivat lamavuosien myötä. Siten osalla lehtiä levikin pieneneminen on merkinnyt samalla taloudellista tervehtymistä.

Mainonnassa Suomi on pysynyt varsin sanomalehtivaltaisena maana, vaikka sanomalehtimainonnan osuus mediamainonnasta on laskenut runsaassa kymmenessä vuodessa toistakymmentä prosenttiyksikköä. Osuus oli 63 prosenttia vuonna 1990 mutta enää 51 prosenttia vuonna 2001. Sanomalehdistön osuus Suomen mediamainonnasta on kuitenkin edelleen selvästi korkeampi kuin läntisen Euroopan keskiarvo, joka oli 39 prosenttia vuonna 2000. (Ks. luvun 1 taulukko 5 & luvun 12 taulukko 3.)

Päivälehtien suurin kuluerä Suomessa on tekninen valmistus (28 %). Valmistuksen osuus kustannuksista on kuitenkin selvästi laskenut. Toimituksen, hallinnon ja markkinoinnin osuudet kustannuksista ovat vastaavasti kohonneet. (Taulukko 8.12.)

Lukuisten yritysostojen ja fuusioiden seurauksena suurimpien sanomalehtiyritysten levikillä mitatut markkinaosuudet ovat selvästi kasvaneet. (Kuvio 8.5; taulukot 8.13 & 8.14.) Esimerkiksi neljän suurimman yrityksen levikkiosuus on 1980-luvun puolivälistä kasvanut 31 prosentista 56 prosenttiin ja kahdeksan suurimman osuus 43 prosentista 68 prosenttiin. 1980-luvun lopussa mm. osa merkittävistä valtakunnallisista päivälehdistä (Uusi Suomi, Iltalehti, Kauppalehti) siirtyi Aamulehteä julkaisevan Tampereen Kirjapainon (sittemmin Aamulehti-yhtymä) omistukseen. Näitä lehtiä julkaisee nykyisin Alma Media, joka syntyi Aamulehti-yhtymän ja MTV:n fuusioituessa vuonna 1998. Alma Media on 1990-luvulla ostanut lisäksi useita alueellisia lehtiyrityksiä Länsi- ja Pohjois-Suomesta. – 1990-luvun muita merkittäviä omistusmuutoksia ovat alueellisen lehtiketjun (Kymen Lehtimedia) muotoutuminen Kaakkois-Suomeen ja siirtyminen kokonaan SanomaWSOY:n omistukseen vuonna 1999, sekä toisen merkittävän aluelehtiketjun muodostuminen Keski-Suomeen (Keskisuomalainen Oyj). Ruotsin suurin joukkoviestintäalan yritys



Bonnier puolestaan on nykyisin Aamulehti-yhtymän ja MTV:n fuusiosta syntyneen Alma Median suurin yksittäinen omistaja 33 prosentin osuudella.

Sanomalehdistön ketjuuntuminen sekä kansallisella että pohjoismaisella tasolla on trendi, joka jatkuu edelleen. Esimerkiksi Norjan suurin sanomalehtikustantaja Schibsted on hankkinut viime vuosina merkittäviä lehtiomistuksia Ruotsista. Toinen merkittävä norjalainen kustantaja Orkla osti Tanskan suurimman sanomalehtikustantajan. SanomaWSOY kuuluu Norjan toiseksi suurimman sanomalehtiyrityksen, A-pressenin suurimpiin omistajiin.

Sanomalehtiyritykset ovat tiivistäneet toimituksellista ja markkinointiyhteistyötään sekä lehtiketjujen sisällä että toisistaan omistuksellisesti riippumattomien lehtien ja lehtiyritysten välillä. Vuonna 1995 aloittanut Kärkimedia on sanomalehtien huomattavin panostus ilmoitusmarkkinoinnin tehostamiseen vastaiskuna uhanneelle tv-mainonnan kasvulle. Kärkimedia välittää yhden luukun ja yhden laskun periaatteella ilmoituspaketteja 30 päivälehteen, joista suurin osa on markkina-alueidensa ykköslehtiä. Mukana on myös joitakin ruotsinkielistä sanomalehtiä. Myös paikallislehtien kesken on syntynyt ilmoitusmarkkinointiyhteistyötä (PaikkalliSet). Eräät päivälehdet tekevät yhteistyötä myös levikkimarkkinoinnissa.

Toimituksellisella puolella laajamittaisin yhteistyömuoto on tv-liite Treffi, joka alkoi ilmestyä 1996. Treffiä julkaisee viikoittain lähes kolmekymmentä päivälehteä. Lisäksi Treffi-konsortion lehdet tekevät laajaa yhteistyötä teemaliitteiden ja -sivustojen tuottamisessa. Väli-Suomen Media puolestaan tuottaa viidelle Keski-Suomessa ilmestyvälle lehdelle yhteisiä sunnuntaisivuja. Kymen Lehtimedian päivälehdillä on yhteinen tv-liite. Muutkin lehdet tuottavat yhteiseen käyttöön teemasivuja.

Lintuperspektiivistä tarkastellen toimituksellinen yhteistyö merkinnee lehtien sisällön samankaltaistumista. Mutta yksittäisen ja resurssiltaan rajallisen lehden lukijoiden kannalta kehityksen saldo lienee kuitenkin positiivinen: oman lehden sisällön monipuolistuminen. Näin ollen lehtien mahdollinen homogenisoituminen ei keskivertolukijaa häirinne, sillä alueellisten lehtien päällekkäislukijoita on vähän.

Toimituksen aineiston osuus sanomalehtien palstatilasta on keskimäärin noin 70 prosenttia. Loput kolmisenkymmentä prosenttia täyttyvät ilmoituksista. Toimituksen aineiston kolme suurinta ryhmää vuonna 2000 olivat kotimaan aineisto (30 %), urheilu (14 %) ja ajanvieteaineisto (14 %). (Taulukko 8.15.)

Ilmaislehtien määrä ja taloudellinen volyyymi kasvoivat voimakkaasti 1980-luvun alkupuolella, mutta jo 1980-luvun puolivälin jälkeen kasvu hidastui. Lama-vuosina koteihin jaettavien ilmaislehtien määrä laski huomattavasti. Merkittävimpien kaupunkien ilmaislehdistö on viime vuosina ketjuuntunut ja uutena ilmiönä Helsingin lehtimarkkinoille on tullut 1990-luvun lopussa kaksikin liikennevälineissä ja jalankulkuliikenteen solmukohdissa jaettavaa päivälehteä. Toinen niistä on Tukholmassa erinomaisesti menestyneen ja sieltä maailmalle laajenneen Metron (julkaisija MTG) suomalainen versio. Merkittävin toimija Suomen ilmaislehtimarkkinoilla on Janton Oyj, joka julkaisee muiden ilmaislehtien lisäksi toista pääkaupunkiseudun il-

maisjakelupäivälehdistä sekä useissa kaupungeissa ilmestyvää City-lehteä. – Tuorein kattava selvitys ilmaisjakelulehdistä on vuodelta 1999. Sen mukaan Suomessa ilmestyi 136 ilmaislehteä, joiden kokonaispainos oli noin 5 miljoonaa kappaletta. (Taulukot 8.21 & 8.22.)

## Tilastointi

Sanomalehdistön levikki- ja niistä lasketut volyymitiedot sekä lukijamäärätiedot perustuvat Suomen Mediatarkastus Oy:n tilastoihin.

Sanomalehtien Liitto tilastoi vuosittain monin tavoin jäsenlehtiensä toimintaa, mm. taloutta, lehtitekniikkaa ja toimituksellisia kysymyksiä. Liiton julkaiseman Suomen Lehdistö -lehden vuosittaisessa medianumerossa on useita sanomalehdistöä koskevia tilastoja.

Posti- ja telelaitoksen/Suomen Posti Oy:n vuosittaisessa tilastojulkaisussa julkaistiin tiedot postin kuljettamien sanomalehtien määrästä. Vuodesta 1997 lähtien postitoimintatilastoa on tuottanut Tilastokeskus Telehallintokeskuksen toimeksiannosta.

Tiedot koti- ja ulkomaisten lehtien irtonumeromyynnistä ovat peräisin Suomen sanoma- ja aikakauslehtien tukkujakelua hallitsevalta Rautakirja Oyj:ltä.

Suomen Gallup-Median joka toinen vuosi toteuttamat Intermedia -tutkimukset sisältävät tietoja muun muassa sanomalehtien lukemisesta ja siinä tapahtuneista muutoksista.

(TS)

## Täydentävää kirjallisuutta

Graafisen alan taloustilasto. *Turun kauppakorkeakoulu*, Yritystoiminnan tutkimuskeskus, eri vuosina.

*Jyrkiäinen, Jyrki & Savisaari, Eero*: Sanomalehdistön nykytila. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

*Jyrkiäinen, Jyrki*: Sanomalehdistön keskittyminen. Acta universitatis Tamperensis, Ser A vol. 409. Tampere 1994.

*Löyttyniemi, Veikko*: Sanomalehdistön rakenne ja talous 1940-luvulta 1980-luvulle. Teoksessa Tommila, Päiviö (toim.): Suomen lehdistön historia 3: Sanomalehdistö sodan murroksesta 1980-luvulle. Kustannuskiila, Kuopio 1988.

*Löyttyniemi, Veikko*: Sanomalehtien luokitteita on monenlaisia. Suomen Lehdistö 7–8/1993.

*Löyttyniemi, Veikko:* Sanomalehdistön muuttuva rakenne. Teoksessa Arokylä, Mäl-  
linen & Tähtinen (toim.): Kulttuuri, politiikka, historia, koulutus. Pohjoinen, Oulu  
1994.

*Löyttyniemi, Veikko:* 1990-luvun talouslaman vaikutus Suomen sanomalehdistöön.  
Teoksessa Hietala, Oikarinen & Virta (toim.): Arvot, analyysi, tulkinta. Suomen  
historiallinen seura, Helsinki 1997.

*Posti- ja telelaitos/Suomen Posti Oy.* Tilastot. Helsinki, eri vuosina.

Posti- ja pienkuljetustoiminnan tilasto. *Telehallintokeskus/Tilastokeskus*, Helsinki,  
eri vuosina (1997–)

*Santonen, Pirjo:* Kasvun vuosikymmenet. Teoksessa Tommila (toim.): Sanomaleh-  
distön historia 4: Paikallislehdistön historia. Kustannuskiila, Kuopio 1985.

*Tommila, P. & Salokangas, R.:* Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia. Edita,  
Helsinki 1998.

## Taulukot – Tables

- 8.1 Sanomalehtien tuotot 1980–2001  
*Newspaper revenues 1980–2001*
- 8.2 Sanomalehdet ilmestymistiheyden mukaan 1980–2001  
*Newspapers by frequency of issue 1980–2001*
- 8.3 Sanomalehtien kokonaislevikin jakautuminen ilmestymistiheyden mukaan 1980–2001  
*Total circulation of newspapers by frequency of issue 1980–2001*
- 8.4 Sanomalehtien kokonaislevikki 1 000 asukasta kohden 1980–2001  
*Circulation of newspapers per thousand persons 1980–2001*
- 8.5 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 1980–2001  
*Total circulation of newspapers by type of paper 1980–2001*
- 8.6 Päivälehtien ilmestymistiheys, levikki, volyymi ja lukijamäärä 2001  
*Dailies: frequency of publication, circulation, volume and readership 2001*
- 8.7 Sanomalehtien verkkoversiot 1997–2001  
*Number of Internet newspapers 1997–2001*
- 8.8 Eräiden sanomalehtien verkkojulkaisujen käyttö 2002 (Huhtikuu, viikko 16)  
*Use of selected Internet newspapers 2002 (April, week 16)*
- 8.9 7–3-päiväisten sanomalehtien lukumäärä ja levikkiosuudet puoluekannan mukaan 1986–2001  
*Newspapers (7–3 times/week) by political affiliation 1986–2001*
- 8.10 Sanomalehtien tuottojakaumat 1990–2001  
*Newspaper revenues 1990–2001*
- 8.11 Tilausten ja irtonumeromyyntien osuudet päivälehtien kappalemyyntistä 1992–2001  
*Type of daily newspaper sales (of copies) 1992–2001*
- 8.12 Päivälehtien kustannusrakenne 1990–2000  
*Breakdown of daily newspaper costs 1990–2000*
- 8.13 Suurimmat 10 sanomalehtiä levikin mukaan 2001  
*Top 10 newspaper publishers according to circulation 2001*
- 8.14 Suurimmat 10 päivälehtiä levikin mukaan 2001  
*Top 10 daily newspaper publishers according to circulation 2001*
- 8.15 Päivälehtien sisältö 1991–2000  
*Contents of dailies 1991–2000*
- 8.16 Päivälehtien tekstiaineiston lähteet 1991–2000  
*Sources of text material in dailies 1991–2000*
- 8.17 Sanomalehtien jakelukanavat 1997–2000  
*Newspaper delivery channels 1997–2000*
- 8.18 Postin kuljettamat sanomalehdet 1980–2000  
*Newspapers delivered by Finland Post 1980–2000*

- 8.19 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynti 1980–2001  
*Single-copy sales of Finnish and foreign newspapers 1980–2001*
- 8.20 Ilmaisjakelulehtien tuotot 1980–1999  
*Revenues of free newspapers 1980–1999*
- 8.21 Ilmaislehtien määrä, kokonaispainos/numero, volyymi ja ilmoitustulot 1984–1999  
*Free newspapers: number, total print, volume and revenue from advertising 1984–1999*
- 8.22 Suurimmat ilmaisjakelulehdet 2000/2001  
*Daily free papers and the largest non-daily free papers 2000/2001*
- 8.23 Sanomalehtien lukeminen 1992–2002  
*Newspaper readership 1992–2002*
- 8.24 Ilmaisjakelulehtien lukeminen 1992–2000  
*Free sheets readership 1992–2000*

## Kuviot – Figures

- 8.1 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 2001  
*Circulation of newspapers by type of paper 2001*
- 8.2 Päivälehdet ilmestymispaikkakunnittain  
*Dailies by place of publication*
- 8.3 Päivälehtien tuottorakenne 1990 ja 2001  
*Dailies: Breakdown of revenues 1990 and 2001*
- 8.4 Päivälehtien kustannusrakenne 2000  
*Dailies: breakdown of costs 2000*
- 8.5 Suurimpien sanomalehtiyritysten osuus levikistä 1986–2001  
*Major newspaper publishers' share of total circulation 1986–2001*
- 8.6 Iltapäivälehtien irtonumeromyynti 1980–2001  
*Single-copy sales of evening papers 1980–2001*

8.1 Sanomalehtien tuotot 1980–2001  
Newspaper revenues 1980–2001

	Käyvin hinnoin – <i>Current prices</i>			Kiintein (2001) hinnoin – <i>Fixed (2001) prices</i>		
	Päivälehdet <i>Dailies</i>	Muut sanomalehdet <i>Other newspapers</i>	Yhteensä – <i>Total</i>	Päivälehdet <i>Dailies</i>	Muut sanomalehdet <i>Other newspapers</i>	Yhteensä – <i>total</i>
	€ milj. – <i>€ million</i>	€ milj. – <i>€ million</i>	€ milj. – <i>€ million</i>	€ milj. – <i>€ million</i>	€ milj. – <i>€ million</i>	€ milj. – <i>€ million</i>
1980	247	38	285	583	89	673
1985	491	77	568	771	121	893
1990	748	114	863	923	141	1 064
1991	692	116	808	819	137	957
1992	688	106	794	794	122	917
1993	669	103	772	757	116	873
1994	735	103	838	822	116	938
1995	782	104	886	866	115	981
1996	795	107	901	875	118	992
1997	831	103	934	904	112	1 016
1998	886	108	992	951	116	1 064
1999	926	116	1 042	981	123	1 104
2000	965	114	1 078	989	116	1 106
2001	956	113	1 069	956	113	1 069

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
Rautakirja Oyj  
Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot  
Sources: Finnish Newspapers Association  
Rautakirja Oyj  
Statistics Finland/Media statistics

8.2 Sanomalehdet ilmestymistiheyden mukaan 1980–2001  
*Newspapers by frequency of issue 1980–2001*

Vuosi – Year	Päivälehdet – <i>Dailies</i>					Muut sanomalehdet – <i>Non-dailies</i>				Yhteensä – <i>Total</i>
	Ilmestymistiheys – <i>Issues/week</i>					Ilmestymistiheys – <i>Issues/week</i>				
	7	6	5	4	7–4	3	2	1	3–1	7–1
1980	..	..	..	..	61	..	..	..	186	247
1985	..	..	..	..	65	..	..	..	164	229
1990	27	16	17	6	66	37	64	85	186	252
1991	26	15	15	5	61	34	63	83	180	241
1992	26	14	11	7	58	30	70	84	184	242
1993	26	13	12	5	56	31	69	81	181	237
1994	26	10	14	6	56	27	73	79	179	235
1995	26	11	14	5	56	26	72	77	175	231
1996	26	11	14	5	56	25	69	76	170	226
1997	27	11	13	5	56	25	67	75	167	223
1998	27	11	13	5	56	26	65	73	164	220
1999	27	11	13	5	56	22	67	71	160	216
2000	27	11	13	4	55	23	67	68	158	213
2001	28	10	12	4	54	22	66	66	154	208

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
 Levikintarkastus Oy

Sources: Finnish Newspapers Association  
 The Finnish Audit Bureau of Circulations

### 8.3 Sanomalehtien kokonaislevikin jakautuminen ilmestymistiheyden mukaan 1980–2001 Total circulation of newspapers by frequency of issue 1980–2001

		Päivälehdet – <i>Dailies</i>					Muut sanomalehdet	Yhteensä
		Ilmestymistiheys – <i>Issues/week</i>					<i>Non-dailies</i>	<i>Total</i>
		7	6	5	4	7–4	Ilmestymistiheys <i>Issues/week</i> 3–1	7–1
1980	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	..	..	..	..	2 365	994	3 359
	%	..	..	..	..	70,4	29,6	100
1985	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	..	..	..	..	2 662	1 178	3 840
	%	..	..	..	..	69,4	30,7	100
1990	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 908	510	309	53	2 780	1 300	4 080
	%					68,2	31,9	100
1991	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 840	512	271	47	2 670	1 351	4 021
	%					66,4	33,6	100
1992	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 806	503	205	64	2 577	1 287	3 864
	%					66,8	33,3	100
1993	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 751	464	209	60	2 484	1 196	3 680
	%					67,5	32,5	100
1994	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 698	433	215	59	2 405	1 136	3 541
	%					67,9	32,1	100
1995	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 666	433	222	48	2 370	1 075	3 445
	%					68,8	31,2	100
1996	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 643	438	209	41	2 332	1 060	3 391
	%					68,8	31,2	100
1997	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 647	452	196	41	2 336	1 026	3 362
	%					69,5	30,5	100
1998	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 649	454	197	43	2 343	984	3 327
	%					70,3	29,7	100
1999	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 627	455	206	40	2 328	986	3 314
	%					70,7	29,3	100
2000	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 601	458	212	33	2 304	951	3 255
	%					70,7	29,3	100
2001	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 612	457	207	31	2 307	939	3 246
	%					71,1	28,9	100
	Muutos 2001/2000, % Change 2001/2000, %					0,2	-1,3	-0,3

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
Levikintarkastus Oy

Sources: Finnish Newspapers Association  
The Finnish Audit Bureau of Circulations



8.4 Sanomalehtien kokonaislevikki 1 000 asukasta kohden 1980–2001  
*Circulation of newspapers per thousand persons 1980–2001*

	Päivälehdet (7–4-päiväiset) <i>Dailies (7–4 issues/week)</i>	Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) <i>Non-dailies (3–1 issues/week)</i>	Yhteensä <i>Total</i>
1980	495	208	703
1985	543	240	783
1990	558	261	818
1991	533	269	802
1992	512	255	767
1993	490	236	726
1994	472	223	695
1995	464	210	674
1996	455	207	662
1997	455	200	655
1998	455	191	646
1999	451	187	638
2000	445	184	629
2001	445	181	626

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
 Levikintarkastus Oy  
 Sources: Finnish Newspapers Association  
 The Finnish Audit Bureau of Circulations

8.5 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 1980–2001  
*Total circulation of newspapers by type of paper 1980–2001*

	1980	1985	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Lehtiä <i>No. of titles</i>
	%									
Suuret ykköslehdet* <i>Three biggest papers*</i>	19,5	18,3	20,7	21,0	21,3	21,6	21,4	21,3	21,5	3
Muut markkina-alueiden ykköslehdet <i>Other biggest papers in market areas</i>	26,3	24,9	26,7	26,4	26,3	26,4	26,5	26,5	26,5	25
Kakkoslehdet** <i>Second newspapers**</i>	13,4	10,9	5,0	4,5	4,8	4,9	5,0	4,2	3,7	15
Ruotsinkieliset lehdet*** <i>Swedish-language papers***</i>	5,4	5,2	5,1	5,0	5,1	5,1	5,1	4,9	4,9	13
Iltapäivälehdet – <i>Evening tabloids</i>	3,6	6,8	9,2	9,5	9,8	10,1	10,3	10,5	10,9	2
Erikoissanomalehdet <i>Special-interest papers</i>	7,5	8,2	6,1	6,1	6,1	6,4	6,7	7,0	7,2	4
Muut lehdet – <i>Other newspapers</i>	24,3	25,8	27,3	27,7	26,6	25,5	25,1	25,6	25,3	146
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	208
Levikki (1000 kpl) <i>Circulation (thousand copies)</i>	3 359	3 840	3 443	3 391	3 362	3 327	3 314	3 255	3 246	

\* Helsingin Sanomat, Aamulehti, Turun Sanomat.  
 \*\* Ilmestymispaikkakuntiansa kakkoslehdet. – *Smaller papers in towns with at least two newspapers*  
 \*\*\* Ruotsinkieliset lehdet eivät sisälly muihin lehtityyppeihin. – *Swedish-language papers have not been included in other categories.*

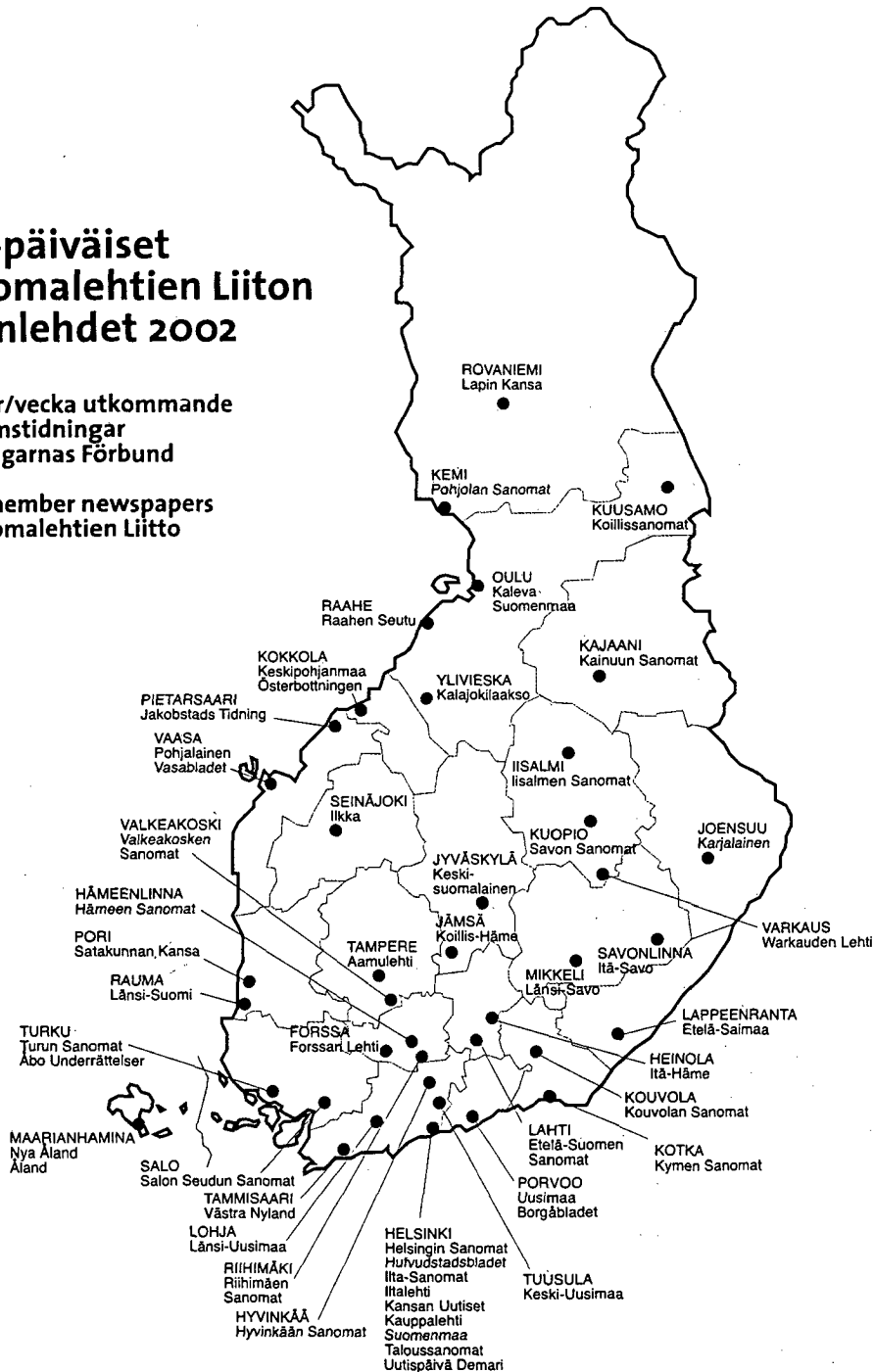
Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
 Levikintarkastus Oy  
 Sources: Finnish Newspapers Association  
 The Finnish Audit Bureau of Circulations

Kuvio 8.2 Päivälehdet ilmestymispaikkakunnittain  
 Figure 8.2 Dailies by place of publication

## 4-7-päiväiset Sanomalehtien Liiton jäsenlehdet 2002

4-7 ggr/vecka utkommande  
 medlemstidningar  
 i Tidningarnas Förbund

Daily member newspapers  
 of Sanomalehtien Liitto



8.6 Päivälehtien ilmestymistiheys, levikki, volyymi ja lukijamäärä 2001  
*Dailies: frequency of publication, circulation, volume and readership 2001*

Lehti – Newspaper	Levikki Circulation	Vuosivolyyymi Annual volume	Lukijamäärä Readership	Lukijoita/levikkikappale Readers/copy
<b>7-päiväiset – 7 issues/week</b>				
Aamulehti	135 478	48 230 168	335 000	2,5
Etelä-Saimaa	34 268	12 233 676	89 000	2,6
Etelä-Suomen Sanomat	62 330	22 189 480	148 000	2,4
Helsingin Sanomat	446 380	158 911 280	1 150 000	2,6
Hufvudstadsbladet	52 523	18 593 142	133 000	2,5
Hämeen Sanomat	30 076	10 707 056	77 000	2,6
Iisalmen Sanomat	15 318	5 437 890	46 000	3,0
Ilkka	55 536	19 659 744	148 000	2,7
Itä-Savo	20 121	7 183 197	48 000	2,4
Jakobstads Tidning	12 240	4 308 480	..	..
Kainuun Sanomat	23 207	8 168 864	69 000	3,0
Kaleva	83 151	29 601 756	224 000	2,7
Karjalainen	47 760	17 050 320	129 000	2,7
Keski-Uusimaa	21 651	7 707 756	104 000	4,8
Keskipohjanmaa	28 385	10 105 060	82 000	2,9
Keskisuomalainen	77 135	27 768 600	194 000	2,5
Kouvolan Sanomat	29 702	10 603 614	74 000	2,5
Kymen Sanomat	26 836	9 580 452	70 000	2,6
Lapin Kansä	35 304	12 427 008	96 000	2,7
Länsi-Savo	26 239	9 367 323	67 000	2,6
Länsi-Suomi	17 121	6 077 955	47 000	2,7
Pohjalainen	33 491	11 822 323	107 000	3,2
Pohjolan Sanomat	23 075	8 122 400	68 000	2,9
Salon Seudun Sanomat	21 910	7 778 050	58 000	2,6
Satakunnan Kansä	56 951	20 160 654	146 000	2,6
Savon Sanomat	67 219	24 064 402	186 000	2,8
Turun Sanomat	115 142	41 220 836	288 000	2,5
Uusimaa	13 042	4 655 994	..	..
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>1 611 591</b>	<b>573 737 480</b>		
<b>6-päiväiset – 6 issues/week</b>				
Forssan Lehti	14 545	4 363 500	..	..
Hyvinkään Sanomat	12 803	4 583 474	..	..
Iltalehti	134 777	40 433 100	686 000	5,1
Iltä-Sanomat	218 829	65 648 700	920 000	4,2
Länsi-Uusimaa	13 054	3 994 524	..	..
Riihimäen Sanomat	9 720	2 916 000	..	..
Vasabladet	25 971	7 843 242	66 000	2,5
Västra Nyland	10 904	3 271 200	..	..
Warkauden Lehti	11 806	3 541 800	..	..
Österbotningen	4 678	1 394 044	..	..
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>457 087</b>	<b>137 989 584</b>		

8.6 Jatkuu  
Continued

Lehti – Newspaper	Levikki Circulation	Vuosivolyymi Annual volume	Lukijamäärä Readership	Lukijoita/levikkikappale Readers/copy
<b>5-päiväiset – 5 issues/week</b>				
Borgåbladet	8 568	2 142 000	..	..
Itä-Häme	12 567	3 179 451	..	..
Kalajokilaakso	7 912	1 985 912	..	..
Kauppalehti	85 292	21 323 000	318 000	3,7
Koillissanomat	8 401	2 142 255	..	..
Nya Åland	6 333	1 583 250	..	..
Suomenmaa (P-Pohjanmaa)	3 835	947 245	..	..
Taloussanomat	31 192	7 798 000	88 000	2,8
Uutispäivä Demari	17 252	4 243 992	48 000	2,8
Valkeakosken Sanomat	7 930	2 030 080	..	..
Åbo Underrättelser	6 915	1 728 750	..	..
Åland	10 876	2 719 000	..	..
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>207 073</b>	<b>51 822 935</b>		
<b>4-päiväiset – 4 issues/week</b>				
Kansan Uutiset	8 771	1 719 116	..	..
Koillis-Häme	7 135	1 427 000	..	..
Raahen Seutu	7 967	1 641 202	..	..
Suomenmaa (valtak.)	7 514	1 502 800	..	..
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>31 387</b>	<b>6 290 118</b>	..	..
<b>Kaikki yhteensä – All total</b>	<b>2 307 138</b>	<b>769 840 117</b>		

Levikki on ilmoitettu lehdistä, joilla on ollut levikintarkastus 2001 tai 2000. – Officially audited circulation figures from 2001 or 2000.

Lähteet: Levikintarkastus Oy  
Sanomalehtien Liitto

Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations  
Finnish Newspapers Association

**8.7 Sanomalehtien verkkoversiot 1997–2001**  
*Number of Internet newspapers 1997–2001*

	1997 Syksy – Autumn	1998 Syksy – Autumn	2000 Kevät – Spring	2001 Kevät – Spring	2002 Kevät – Spring
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>33</b>	<b>50</b>	<b>73</b>	<b>80</b>	<b>100</b>
• päivälehdet – <i>dailies</i>	22	34	42	47	51
• harvemmin ilmestyvät <i>non-dailies</i>	11	16	31	33	49

Huom. Laskelmassa mukana vain ne lehtien kotisivut, jotka sisältävät ainakin jossain määrin toimituksellista aineistoa.  
 Note. Including homepages providing at least some news/editorial material.

Lähteet: <http://www.sanomalehdet.fi/fi/linkit/index.shtml>  
 Sources: <http://www.sanomalehdet.fi/fi/linkit/index.shtml>

**8.8 Eräiden sanomalehtien verkkojulkaisujen käyttö 2002 (Huhtikuu, viikko 16)**  
*Use of selected Internet newspapers 2002 (April, week 16)*

Lehti – Newspaper	Kävijöitä/viikko Visitors/week	Käyntejä/viikko Visits/week
Ilta-Sanomat	209 000	579 000
Helsingin Sanomat	205 000	543 000
Iltalehti	197 000	523 000
Kauppalehti	70 000	249 000
Aamulehti	20 000	31 000

Lähde: <http://www.gallupweb.com/>  
 Source: <http://www.gallupweb.com/>

**8.9 7–3-päiväisten sanomalehtien lukumäärä ja levikkisuudet puoluekannan mukaan 1986–2001**  
*Newspapers (7–3 times/week) by political affiliation 1986–2001*

Puoluekanta – Political affiliation	Osuus levikistä – Share of circulation											Lehtiä Titles Lkm No.
	1986	1989	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	
	%											
SIT – Independent	68,3	74,1	91,1	90,6	95,3	94,9	94,6	94,7	95,4	97,0	97,7	67
KOK – National Coalition Party	10,7	8,7	1,9	2,0	–	–	–	–	–	–	–	–
KESK – Centre Party	12,7	11,0	4,6	5,2	3,3	3,2	3,5	3,4	2,7	1,2	0,8	2
RKP – Swedish People's Party in Finland	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	–	–	–	–
SDP – Social Democratic Party	4,0	2,4	2,3	2,1	1,2	1,8	1,8	1,8	1,8	1,5	1,2	3
VAS – Democratic League of the People	3,4	3,7	–	–	–	–	–	–	–	0,4	0,3	1
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>73</b>

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
 Levikintarkastus Oy  
 Sources: Finnish Newspapers Association  
 The Finnish Audit Bureau of Circulations.

### 8.10 Sanomalehtien tuottojakaumat 1990–2001 Newspaper revenues 1990–2001

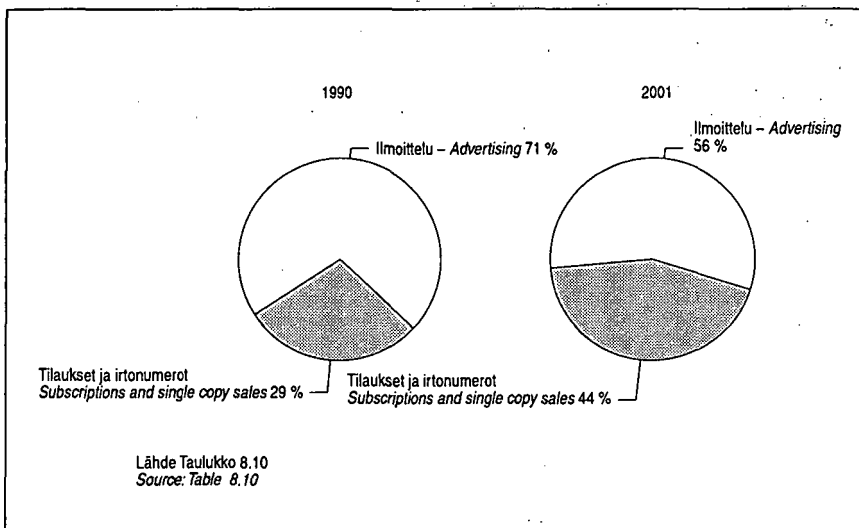
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	%											
<b>Päivälehdet – Dailies</b>												
Ilmoittelu – Advertising	71	65	62	54	51	51	51	53	56	56	58	56
Tilaukset ja irtonumerot Subscriptions and single copy sales	29	35	38	46	49	49	49	47	44	44	42	44
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Muut sanomalehdet – Other newspapers</b>												
Ilmoittelu – Advertising	..	..	67	68	60	60	60	63	64	62	59	57
Tilaukset ja irtonumerot Subscriptions and single copy sales	..	..	33	32	40	40	40	37	36	38	41	43
Yhteensä – Total	..	..	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Huom: Ilmoittelu sisältää varsinaisen mainonnan lisäksi myös luokitellun ilmoittelun kokonaisuudessaan. Vuodesta 1993 tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

Note: In addition to advertising proper all classifieds including announcements, notices, column advertisements and public offices are also included. The figures from 1993 onwards are not fully comparable with the figures for the earlier years.

Lähde: Sanomalehtien Liitto  
Source: Finnish Newspapers Association

Kuvio 8.3 Päivälehtien tuottorakenne 1990 ja 2001  
Figure 8.3 Dailies: Breakdown of revenues 1990 and 2001



8.11 Tilausten ja irtonumeromyynin osuudet päivälehtien kappalemyynnistä 1992–2001  
*Type of daily newspaper sales (of copies) 1992–2001*

	Tilaukset Subscriptions %	Irtonumeromyynti Single copy sales
1992	87	13
1993	87	13
1994	89	11
1995	89	11
1996	89	11
1997	89	11
1998	87	13
1999	87	13
2000	85	15
2001	85	15

Luvut ovat likimääräisiä. – *The figures are approximates.*

Lähteet: Sanomalehtien Liitto

World Association of Newspapers

Sources: The Finnish Newspapers Association

World Association of Newspapers

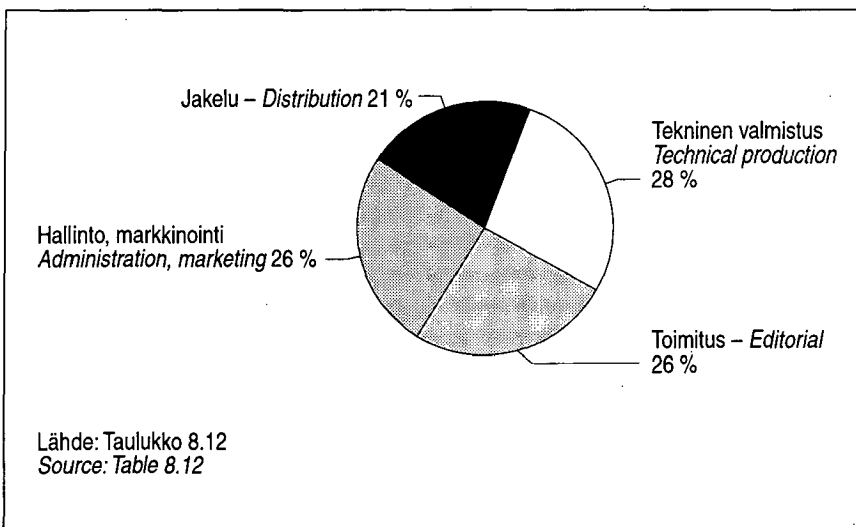
8.12 Päivälehtien kustannusrakenne 1990–2000  
*Breakdown of daily newspaper costs 1990–2000*

	1990 %	1992	1994	1996	1998	2000
Toimitus – <i>Editorial</i>	22	23	25	24	26	26
Tekninen valmistus – <i>Technical production</i>	36	34	33	31	28	28
Jakelu – <i>Distribution</i>	22	24	24	23	23	21
Hallinto, markkinointi – <i>Administration, marketing</i>	20	19	19	21	24	26
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100

Tilastointiin osallistui 47 päivälehteä vuonna 2000. – *In 2000 a total of 47 daily newspapers provided data for the statistics.*

Lähde: Sanomalehtien Liitto, Toimitustilastot  
 Source: The Finnish Newspapers Association

Kuvio 8.4 Päivälehtien kustannusrakenne 2000  
*Figure 8.4 Dailies: breakdown of costs 2000*



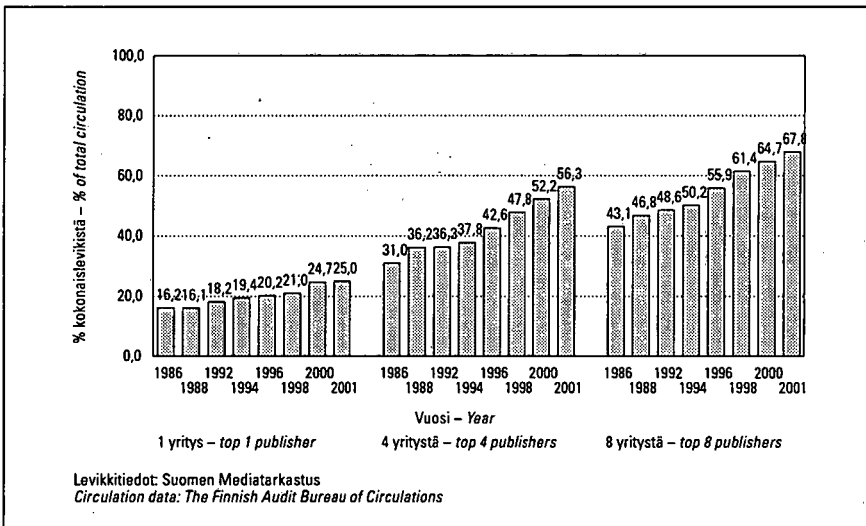


8.13 Suurimmat 10 sanomalehtiyritystä levikin mukaan 2001  
 Top 10 newspaper publishers according to circulation 2001

Kustantaja – Publisher	Kaikki 7–1-päiväiset sanomalehdet – All newspapers, 7–1 issues/week			
	Lehtiä yhteensä Newspaper titles	(Niistä päivälehtiä) (Of which dailies)	Levikki, 1 000 kpl Circulation, '000 copies	Osuus kokonaislevikistä, % Share of total circulation, %
SanomaWSOY Oyj	11	(6)	812,6	25,0
Alma Media Oyj	22	(10)	588,1	18,1
Keskisuomalainen Oyj	22	(5)	277,1	8,5
TS-yhtymä Oyj	5	(2)	153,6	4,7
Ilkka Oyj	7	(2)	120,1	3,7
Maataloustuottajain Palvelu Oy	1	(–)	89,2	2,7
Kirjapaino Kaleva Oy	1	(1)	83,2	2,6
Esan Kirjapaino Oy	4	(2)	82,8	2,5
Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	5	(1)	70,6	2,2
Konstsamfundet	4	(3)	76,6	2,3
<b>10 suurinta – Top 10</b>	<b>82</b>	<b>(32)</b>	<b>2 353,9</b>	<b>72,3</b>
<b>Kaikki sanomalehdet All newspapers</b>	<b>208</b>	<b>(54)</b>	<b>3 246,2</b>	<b>100</b>

Levikkitiedot: Levikintarkastus Oy  
 Circulation data: The Finnish Audit Bureau of Circulations

Kuvio 8.5 Suurimpien sanomalehtiyritysten osuus levikistä 1986–2001  
 Figure 8.5 Major newspaper publishers' share of total circulation 1986–2001



8.14 Suurimmat 10 päivälehti-yhtiötä levikin mukaan 2001  
 Top 10 daily newspaper publishers according to circulation 2001

Kustantaja – Publisher	(Päivälehdet = 7–4 -päiväiset – Dailies = 7–4 issues/week)		
	Päivälehtiä Dailies	Levikki, 1 000 kpl Circulation, '000 copies	Osuus kokonaislevikistä, % Share of total circulation, %
SanomaWSOY Oyj	6	787,2	34,1
Alma Media Oyj	10	517,1	22,4
Keskisuomalainen Oyj	5	178,5	7,7
TS-yhtymä Oy	2	137,0	5,9
Ilkka Oyj	2	89,0	3,9
Kirjapaino Kaleva Oy	1	83,2	3,6
Esan Kirjapaino Oy	2	74,9	3,2
Konstsamfundet	3	65,8	2,9
Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	1	47,8	2,1
Keski-Uusimaa Oy	3	47,5	2,1
<b>10 suurinta – Top 10</b>	<b>35</b>	<b>2 028,0</b>	<b>87,9</b>
<b>Kaikki päivälehdet – All dailies</b>	<b>54</b>	<b>2 307,1</b>	<b>100,0</b>

Levikkitiedot: Levikintarkastus Oy  
 Circulation data: The Finnish Audit Bureau of Circulations

8.15 Päivälehtien sisältö 1991–2000\*  
*Contents of dailies 1991–2000\**

Toimituksen aineisto – <i>Editorial material</i>	1991	1992	1994	1996	1998	2000
	% palstatilasta – % of space					
Artikkeliaineisto – <i>Articles</i>	5,3	5,7	5,1	5,1	5,1	4,5
Kulttuuri – <i>Culture</i>	6,3	6,8	6,1	6,8	6,8	7,0
Kotimaan aineisto – <i>Home news</i>	33,6	33,9	33,4	31,6	31,6	30,4
Ulkomaan aineisto – <i>International news</i>	7,6	6,7	7,3	6,5	6,3	6,2
Talous – <i>Economy</i>	8,4	8,0	8,0	8,1	7,8	9,9
Urheilu – <i>Sports</i>	14,4	14,8	14,8	14,7	13,9	13,6
Ajanvietäaineisto – <i>Entertainment</i>	11,0	10,4	11,1	13,7	13,8	13,6
Yleisön osasto – <i>Letters to the Editor</i>	2,4	2,6	2,6	2,5	2,5	2,7
Sarjakuvat, pilapiirroukset – <i>Cartoons</i>	2,9	2,9	2,6	3,3	2,5	2,4
Radio- ja tv -ohjelma-aineisto <i>Radio &amp; TV pages</i>	8,2	8,3	9,0	7,7	9,7	9,6
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Koko rekisteröidystä palstatilasta\*\* – *Breakdown of total registered space\*\**

Toimituksen aineistoa – <i>Editorial material</i>	64,9	71,6	70,8	69,1	70,9	68,5
Ilmoitusaineistoa – <i>Advertisements</i>	35,1	28,4	29,2	30,9	29,1	31,5
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Jakauma perustuu 4–7 kertaa viikossa ilmestyvien päivälehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.) Jakaumat laskettu palstatilasta. Tilastointiin osallistui 47 päivälehteä vuonna 2000. – *Based on one-week samples of dailies. (Week 47.) Breakdown of material calculated on the basis of total space. In 2000 a total of 47 newspapers provided data for the statistics.*

\*\* Rekisteröity palstatila on toimituksen palstatilan ja ilmoitustilan summa. Lisäksi osa lehden palstatilasta on nk. "tyhjää tilaa", joka muodostuu ilmoitusosaston otsikoista sekä juttujen, kuvien ja ilmoitusten väliin jääneestä tai jätetystä tilasta (2,9 % vuonna 2000) – *Total registered space is the combined space taken up by editorial material and advertisements. In addition, there remains "empty space" which is taken up by headings in the advertisement section as well as space left between stories, pictures and advertisements (in 2000 the figure for empty space was 2,9 %).*

Lähde: Sanomalehtien Liitto. Toimitustilastot  
 Source: Finnish Newspapers Association

### 8.16 Päivälehtien tekstiaineiston lähteet 1991–2000\* Sources of text material in dailies 1991–2000\*

	1991	1992	1994	1996	1998	2000
	% palstatilasta – % of space					
Toimituksen tuottama <i>Produced by in-house staff</i>	44,8	45,3	44,7	45,3	45,2	43,4
Avustajien tuottama <i>Produced by outside contributors</i>	11,7	11,8	11,3	11,8	11,9	10,6
Julkaisuoikeudet ostettu/Tietotoimistoilta <i>Material from news agencies/purchased materials</i>	34,2	32,0	31,0	32,0	32,9	35,9
Lähetetty aineisto** – <i>Material submitted**</i>	9,4	10,9	13,0	10,9	9,9	10,1
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Jakaumat perustuvat 4–7 kertaa viikossa ilmestyvien päivälehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.) Jakaumat laskettu palstatilasta. Tilastointiin osallistui 47 lehteä vuonna 2000. – *Based on one-week samples of dailies. (Week 47.) In 2000 a total of 47 newspapers provided data for the statistics.*

\*\* Sisältää tilaamatta lähetetyn aineiston kuten yleisönosastokirjoitukset, lehdistötiedotteet ja radio- ja tv-ohjelmaesittelyt, jotka eivät ole toimituksen tuottamia. – *Includes unsolicited material such as letters to the Editor, press releases, radio & TV programming and other material not produced by the paper's staff.*

Lähde: Sanomalehtien Liitto. Toimitustilastot

Source: Finnish Newspapers Association.

### 8.17 Sanomalehtien jakelukanavat 1997–2000 Newspaper delivery channels 1997–2000

	Postin varhaisjakelu <i>Early morning delivery by Finland Post</i>		Muu varhaisjakelu <i>Early morning delivery by newspapers</i>		Postin päiväjakelu <i>Regular delivery by Finland Post</i>		Kotiinkanto yhteensä – <i>Home deliveries, total</i>		Irtonumeromyynti <i>Single copy sales</i>		Kaikki yhteensä <i>All total</i>	
	Milj. kpl <i>Million copies</i>	%	Milj. kpl <i>Million copies</i>	%	Milj. kpl <i>Million copies</i>	%	Milj. kpl <i>Million copies</i>	%	Milj. kpl <i>Million copies</i>	%	Milj. kpl <i>Million copies</i>	%
1997	240	28	363	43	152	18	755	89	97	11	852	100
1998	281	32	347	40	152	17	779	89	99	11	879	100
1999	264	31	337	40	150	18	750	88	101	12	851	100
2000	266	31	344	40	149	17	759	88	99	12	858	100

Huom. Osa luvuista on likimääräisiä.

Note. Part of the figures are approximates.

Lähteet: Viestintävirasto/Tilastokeskus

Rautakirja Oyj

Sources: Finnish Communications Regulatory Authority/ Statistics Finland  
Rautakirja Oyj

8.18 Postin kuljettamat sanomalehdet 1980–2000\*  
*Newspapers delivered by Finland Post 1980–2000\**

	Yhteensä – Total	Josta – Of which	
		Päiväkantona – With regular post %	Erilliskantona** – Special delivery** %
1980	402	77	23
1985	476	61	39
1990	468	61	39
1991	458	58	42
1992	418	..	..
1993	368	..	..
1994	327	..	..
1995	334	..	..
1996	358	..	..
1997	392	39	61
1998	433	35	65
1999	414	36	64
2000	415	36	64

\* Kotimaiset ja ulkomaille lähtevät. – To Finnish and overseas addresses

\*\* Erilliskantoon luetaan kaikki muu kuin päiväkanto. Sanomalehdillä erilliskanto on enimmäkseen varhaiskantoa.  
*In the case of newspapers consists chiefly of early-morning deliveries*

Lähde: Posti- ja telelaitos/Suomen Posti Oy. (1980–1996)  
 Viestintävirasto/Tilastokeskus (1997–)

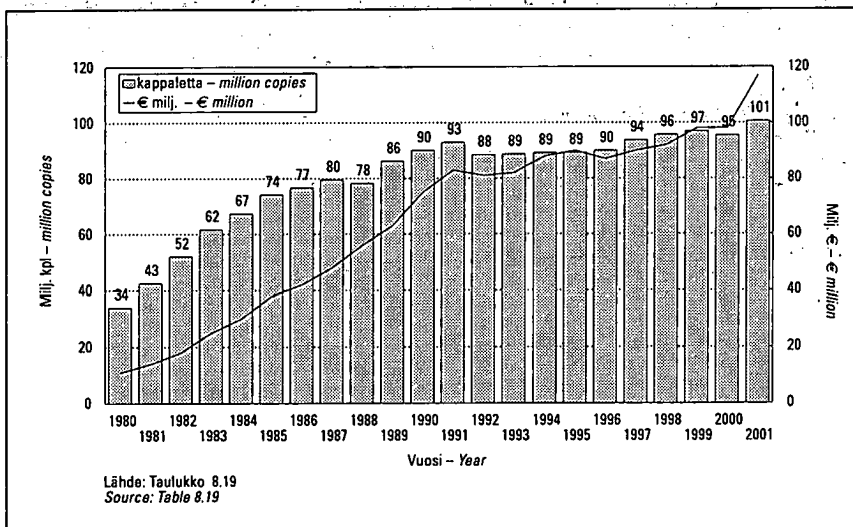
Source: Posts and Telecommunications/Finland Post Inc. (1980–1996)  
 Finnish Communications Regulatory Authority/Statistics Finland (1997–)

8.19 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynti 1980–2001  
*Single-copy sales of Finnish and foreign newspapers 1980–2001*

	Kotimaiset sanomalehdet All Finnish newspapers		Iltapäivälehtien osuus Share of evening papers				Ulkomaiset sanomalehdet Foreign newspapers	
	Milj.kpl Million copies	Milj.€ € million	Milj.kpl Million copies	%	Milj.€ € million	%	Milj.kpl Million copies	Milj.€ € million
1980	40,4	14,2	34,0	84,2	11	80,4	1,1	0,7
1985	79,6	41,5	74,1	93,1	38	91,3	0,8	0,8
1990	95,3	79,7	90,0	94,4	75	93,7	0,8	1,1
1991	98,1	88,4	92,9	94,7	83	93,9	0,8	1,2
1992	93,0	86,5	88,4	95,1	81	94,1	0,8	1,3
1993	93,2	87,7	88,7	95,2	82	94,1	0,7	1,3
1994	93,2	93,0	89,1	95,6	88	94,6	0,7	1,3
1995	93,2	95,2	89,2	95,7	90	94,5	0,7	1,3
1996	93,6	91,7	89,9	96,0	87	94,4	0,7	1,3
1997	97,4	94,8	93,7	96,2	90	94,5	0,7	1,4
1998	99,2	98,0	95,6	96,3	92	94,1	0,7	1,4
1999	100,6	104,4	96,9	96,3	98	94,3	0,7	1,3
2000	99,2	104,2	95,4	96,2	98	93,9	0,6	1,3
2001	103,8	122,5	100,6	96,9	117	95,3	0,6	1,3

Lähde: Rautakirja Oyj  
 Source: Rautakirja Oyj

Kuvio 8.6 Iltapäivälehtien irtonumeromyynti 1980–2001  
 Figure 8.6 Single-copy sales of evening papers 1980–2001



8.20 Ilmaisjakelulehtien tuotot 1980–1999  
*Revenues of free newspapers 1980–1999*

	Käyvin hinnoin Current prices € milj. – € million	Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices
1980	14	34
1985	39	61
1990	55	67
1991	48	57
1992	41	48
1993	39	44
1994	45	51
1995	47	52
1996	50	56
1997	52	57
1998	59	63
1999	82	87
2000	91	93
2001	88	88

Huom: Ilmaisjakelulehden määritelmää laajennettu vuoden 1999 tiedoissa.  
 Note: Data for 1999 and onwards are based on broadened definition of free newspapers.

Lähde: Tilastokeskus  
 Source: Statistics Finland

8.21 Ilmaislehtien määrä, kokonaispainos/numero, volyymi ja ilmoitustulot 1984–1999  
*Free newspapers: number, total print, volume and revenue from advertising 1984–1999*

	1984	1989	1994	1999
Ilmaislehtiä – Number of titles	131	141	106	136
Kokonaispainos (milj.kpl) – Total print (million copies)	3,3	3,7	3,5	5,3
Volyymi (milj.kpl) – Volume (million copies)	185	230	185	333
Ilmoitustulot (€ milj) – Advertising revenue (€ million)	36	53	45	82

Huom: Ilmaisjakelulehden määritelmää laajennettu vuoden 1999 tiedoissa.  
 Note: Data for 1999 are based on broadened definition of free newspapers.

Lähde: Sanomalehtien Liitto  
 Source: Association of Finnish Newspapers

## 8.22 Suurimmat ilmaisjakelulehdet 2000/2001

### Daily free papers and the largest non-daily free papers 2000/2001

	Nimi – Title	Julkaisija Company	Alue Distribution area	Ilm. kerrat/vko Issues/week	Painos Total print/issue 2001	Lukijamäärä Readers per issue 2000/2001
Ilmaisjakelupäivälehdet* Daily* free papers	Uutislehti 100	Janton Oyj	Pääkaupunkiseutu Helsinki capital area	5	100 000	224 000
	Metro	MTG, Modern Times Group	Pääkaupunkiseutu Helsinki capital area	5	125 000	222 000
Muut – Other	Alueuutiset	Janton Oyj	Pääkaupunkiseutu Helsinki capital area	2	438 000	457 000
	Tamperealainen	Janton Oyj	Tampere	2	130 000	203 000
	Turkulainen	Janton Oyj	Turku	2	129 000	181 000

\* Ilmestyvät 4–7 krt/vko. – Published 4–7 days/week.

Lähteet: Levikintarkastus Oy  
Suomen Gallup Media Oy

Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations.  
Suomen Gallup Group – Media Research Ltd.

## 8.23 Sanomalehtien lukeminen 1992–2002

### Newspaper readership 1992–2002

		On lukenut edellisenä päivänä Has read during the previous day	
		%	Min/päivä Min/day
1992	Kaikki – All	89	43
1994	Kaikki – All	87	36
1996	Kaikki – All	87	40
1998	Kaikki – All	91	42
2000	Kaikki – All	86	38
2002	Kaikki – All	87	48
2002			
Sukuoli – Sex	Naiset – Women	87	46
	Miehet – Men	86	51
Ikä – Age	12–24	76	26
	25–44	85	42
	45–59	94	60
	60–	94	76

HUOM. Vuoden 2002 tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.  
NOTE: Figures for 2002 are not fully comparable with the figures until 2000.

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy  
Source: Suomen Gallup Group-Media Research Ltd.



8.24 Ilmaisjakelulehtien lukeminen 1992–2000  
*Free sheets readership 1992–2000*

		On lukenut edellisenä päivänä <i>Has read during the previous day</i>	
		%	Min/päivä – <i>Min/day</i>
1992	Kaikki – <i>All</i>	19	3
1994	Kaikki – <i>All</i>	18	3
1996	Kaikki – <i>All</i>	22	3
1998	Kaikki – <i>All</i>	25	4
<u>2000</u>	Kaikki – <i>All</i>	<u>19</u>	<u>2</u>
2002	Kaikki – <i>All</i>	35	8
2002			
Sukupuoli – <i>Sex</i>	Naiset – <i>Women</i>	37	8
	Miehet – <i>Men</i>	34	9
Ikä – <i>Age</i>	12–24	30	6
	25–44	38	7
	45–59	35	10
	60–	38	13

HUOM. Vuoden 2002 tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

NOTE. Figures for 2002 are not fully comparable with the figures until 2000.

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy

Source: Suomen Gallup Group-Media Research Ltd.

## 9 Aikakauslehdet

Talouden volyymilla mitaten aikakauslehdistö on Suomessa päivälehtien jälkeen toiseksi suurin joukkoviestinnän lohko. Aikakauslehdistön osuus oli noin 18 prosenttia Suomen joukkoviestintämarkkinoiden volyymista eli 622 miljoonaa euroa vuonna 2001 (taulukko 9.1). 1990-luvulla aikakauslehdistö menestyi hyvin sekä levikki- että mainosmarkkinoilla.

Aikakauslehdet saavat valtaosan tuloistaan tilaus- ja irtonumeromyynnistä, mutta viime vuosina mainostulojen osuus on ollut selvässä kasvussa (taulukko 9.6.) Aikakauslehdistön osuus mediamainonnasta on samalla kasvanut. Vuonna 2000 se oli jo noin 17 prosenttia. Aikakauslehtimainonnan kehitystrendi on viime vuosina Suomessa ollut päinvastainen kuin monessa muussa Euroopan maassa. Monissa maissa aikakauslehtien mainososuus laski erityisesti 1980-luvun puolivälistä 1990-luvun puoliväliin asti. Suomen aikakauslehdistö on käytännössä kuronut umpeen eron aikakauslehtien mainontaosuuden eurooppalaiseen keskitasoon (18 % vuonna 2000). Vielä vuonna 1990 Suomessa osuus oli vain 11 prosenttia mutta EU-maissa keskimäärin 23 prosenttia. (Vrt. luvun 12 taulukko 3.)

Myös aikakauslehtien levikit ovat levikintarkastustietojen perusteella kehittyneet viime vuosina suotuisasti. Viime vuosina onkin tehty lukuisia uusia lehtilanseerauksia varsinkin erikoislehtisektorilla. Eräänä trendinä on ollut markkinoiden testaaminen olemassa olevien lehtinimikeiden erilaisilla sisar- tai tytärajulkaisuilla tai pyrkimys jopa kokonaisten "lehtiperheiden" synnyttämiseen vakiintuneiden nimikkeiden suojissa.

Lähes yhdeksän kymmenestä myydyistä yleisöaikakauslehden numerosta toimitetaan Suomessa tilattuina kotiin (taulukko 9.7). Suomi onkin yksi niistä harvoista Euroopan maista, joissa yleisöaikakauslehtien tilaustuottojen osuus ylittää irtonumeromyynnin tuotot. Suomen tilausmyynnin osuus, lähes 90 prosenttia, lie-nee Euroopan korkein. Esimerkiksi Ruotsissa tilausten osuus on 72 prosenttia, Britanniassa 11 prosenttia ja Espanjassa vain 6 prosenttia. Suomi on aivan poikkeuksellisen selvästi tilausmyyntimaa. Tämä koskee sekä aikakaus- että sanomalehtiä.

Aikakauslehtien valikoima on laaja. Suomessa ilmestyi vuonna 2001 kaikkiaan noin 2800 aikakauslehteä. Nämä lehdet sisältyvät Suomen Posti Oy:n lehtipalveluyksikön jakelutilastoon ja täyttävät seuraavat kriteerit

- Ne ilmestyvät säännöllisesti vähintään neljä kertaa kalenterivuodessa (= vanhan painovapauslain mukainen "aikakautisten painokirjoitusten" määritelmä).

- Ne sisältävät numeroa kohden useita artikkeleita tai muuta toimituksellista aineistoa.
- Ne ovat kaikkien tilattavissa tai jaetaan osoitteellisesti jäsenyyden tai asiakassuhteen perusteella.
- Niiden sisältö ei muodostu pääasiallisesti liikealan tiedonannoista, hinnastoista, ilmoituksista tai mainonnasta.

Usein Suomessa puhutaan myös noin 5 000 lehtinimikkeen joukosta Helsingin yliopiston bibliografisen osaston tilastoihin viitaten. Määrään on silloin laskettu Unescon lehtiluokituksiin perustuen mukaan kaikki vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvät aikakautiset julkaisut (sanomalehdet tietenkin pois lukien). (Taulukko 9.2.)

Seuraavassa aikakauslehdistöllä tarkoitetaan pääsääntöisesti edellä mainittua Postin tilastoissa esiintyvää noin 2 800 lehden joukkoa. Yleisesti käytetyn luokituksen mukaan aikakauslehdistö ryhmitellään seuraavasti:

- 1 Yleisölehdet, jonka alaryhmiä ovat yleisaikakaus- ja perhelehdet, erikoislehdet ja harrastelehdet (318 lehtinimikettä vuonna 2001);
- 2 Ammatti- ja järjestölehdet, jotka jaetaan aihealan mukaan useisiin alaryhmiin (2146 nimikettä);
- 3 Mielipidelehdet, joiden alaryhmiä ovat yhteiskunta ja politiikka, kulttuuri, uskonto sekä muut aatteelliset lehdet (166 nimikettä);
- 4 Asiakas- ja yrityslehdet (189 nimikettä).

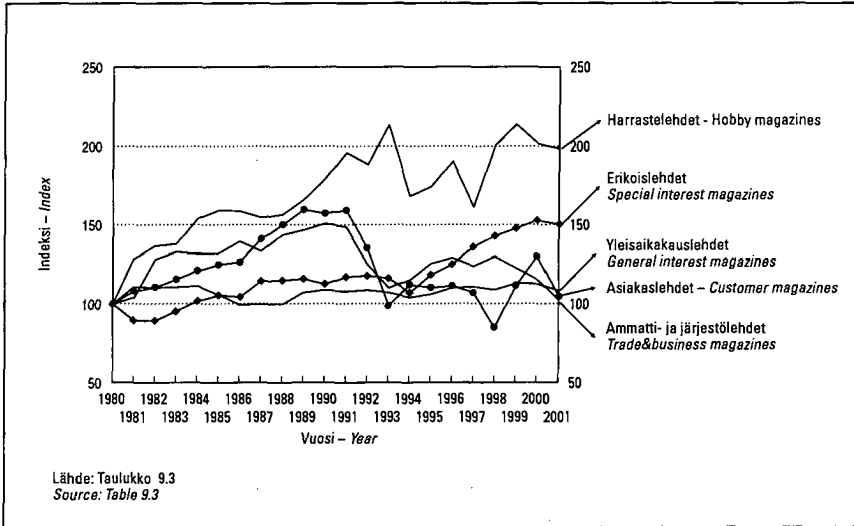
Vuodesta 1992 lähtien Posti on tilastoinut jakamiensa aikakauslehtien volyymin lehtityypeittäin tämän luokituksen mukaisesti (taulukot 9.9 & 9.10). Kun myydyt irttonumerot (taulukko 9.11) lisätään yleisölehtien luokkaan, kotimaisten aikakauslehtien vuosivolyymiksi (= levikki kerrottuna ilmestymiskertojen määrällä) saadaan noin 375 miljoonaa kappaletta. Tasan jaettuna niistä riittäisi noin 160 aikakauslehden numeroa eli noin kolme viikkolehdivuosikertaa tai peräti noin 13 kerran kuussa ilmestyvän aikakauslehden vuosikertaa jokaiselle kotitaloudelle.

Aikakauslehtien vuosivolyymi jakautui lehtiryhmiin vuonna 1999 seuraavasti:

- Yleisölehdet	40 %
- Ammatti- ja järjestölehdet	43 %
- Mielipidelehdet	3 %
- Asiakaslehdet	14 %

Pidemmän aikavälin muutostrendejä voidaan seurata Suomen Mediatarkastuksen levikitietojen avulla. Levikkinsä tarkastuttaa lähinnä lehdistön se osa, jolle mainonta on tärkeä tulonlähde. Niinpä levikkimittaukset kattavat aikakauslehtinimikkeistä vain pienen mutta levikki- ja lukijaosuuksilla mitaten ehdottomasti

Kuvio 9.1 Aikakauslehtiryhmien levikki-indeksi 1980–2001 (1980=100)  
 Figure 9.1 Magazine categories: volume index 1980–2001 (1980=100)



keskeisimmän osan. Esimerkiksi vuonna 2001 noin 200 aikakauslehteä tarkastutti levikkinsä.

Kuviossa 9.1 esitetään levikkien kehitys lehtiryhmittäin ajalla 1980–2001 niiden lehtien osalta, joilla on ollut voimassa oleva levikintarkastus. Kuviota tarkasteltaessa on syytä pitää mielessä, että mukana olevien lehtien joukko ja niiden kokonaismäärä vaihtelevat vuodesta vuoteen.

Kuviosta voidaan havaita, että erityisesti erikoisaikakaus- ja harrastelehtien ryhmissä trendi on ollut kasvava. 1990-luvun alun lamavuodet tuntuivat selvimmän asiakaslehtien ja ammatti- ja järjestölehtien levikeissä.

Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynnin muutokset ovat olleet suhteellisen vähäisiä (taulukko 9.11). Aikakauslehtien kanssa irtonumeromyynnistä kilpaillevien iltapäivälehtien myynti sen sijaan on kasvanut voimakkaasti (vrt. Sanomalehdet -luvun taulukko 8.19). Iltapäivälehtiä myydään nykyisin irtonumeroina nelinkertainen määrä kaikkien aikakauslehtien koko irtonumeromyynnin summaan verrattuna. Tämäkin osaltaan osoittaa irtonumeromyynnin vähäistä osuutta ja tilausmyynnin keskeistä asemaa Suomen aikakauslehtimarkkinoilla.

Ulkomaisten aikakauslehtien kappalemääräinen irtonumeromyynti on laskenut selvästi 1990-luvun alkuvuosiin verraten (taulukko 9.11.) Vuonna 2001 ulkomaisia lehtiä myytiin 2,5 miljoonaa kappaletta eli 40 prosenttia vähemmän kuin huippuvuonna 1992, jolloin myynti oli 4,2 miljoonaa kappaletta.

Myydyt ulkomaisten lehtien irtonumerot ovat valtaosin erikoisaikakauslehtiä ja harrastelehtiä. Yleisaikakaus- ja perhelehtien sekä naisten yleisaikakauslehtien osuus (markkamääräisestä) myynnistä on hieman yli neljännes. (Taulukko 9.13.)

Suomessa on kolme selvästi muita suurempaa aikakauslehtien kustantajaa. 1980-luvun lopussa Yhtyneet Kuvalehdet kasvoi selvästi suurimmaksi aikakauslehtiyhtyritykseksi ostamalla toisen merkittävän aikakauslehtiyhtyrityksen, Lehtimiehet Oy:n. Kaksi muuta volyymillaan selvästi muista erottuvaa kustannustaloa ovat Euroopan suurimpiin aikakauslehtikustantajiin kuuluva SanomaWSOY:n tytäryhtiö Sanoma Magazines ja A-lehdet. Nämä kolme suurinta kustantajaa julkaisivat vuonna 2001 yhteensä noin 70 yleisölehtinimikettä, joiden yhteinen vuosivolyymi oli noin 100 miljoonaa kappaletta. (Taulukko 9.8.)

Muista suurimmista aikakauslehtiyhtiöstä neljä (Aller Julkaisut, Bonnier Alandia, Kustannus Oy Forma, Valitut Palat-Reader's Digest) ovat taustaltaan ulkomaisia lehtiyhtiöitä. Sen sijaan ruotsalaisen Bonnierin aiemmin Suomessa omistama toinen kustantamo (Semic, nykyiseltä nimeltään Egmont Kustannus) siirtyi 1997 tanskalaisen Egmontin (50 %) ja Sanoma Magazines Finlandin (50 %) yhteiseen omistukseen. Puhtaasti ulkomaisessa omistuksessa olevien kustantajien osuus yhdeksän suurimman volyymista on kasvanut 1990-luvun alkuvuosista selvästi. Vuonna 2001 se oli 18 prosenttia. Kasvu johtuu lähes pelkästään vuonna 1992 Suomessa aloittaneen Tanskan suurimman aikakauslehtikustantaja Allerin hyvästä menestyksestä myös Suomessa. (Taulukko 9.8.)

SanomaWSOY:stä tuli Euroopan viidenneksi suurin aikakauslehtikustantaja, kun se osti hollantilaisen VNU:n aikakauslehtiliiketoiminnot vuonna 2001. Se julkaisee noin 240 aikakauslehteä yhdeksässä maassa. Muiden suomalaisten kustannustalojen toiminta ulkomailla on siihen verrattuna pienimuotoista. Yhtyneillä Kuvalehdillä on Virossa tytäryhtiö, joka julkaisee siellä useita yhtiön kotimaisen lehtiperheen paikallisille markkinoille mukautettuja versioita.

Kolmen suurimman kustannustalon osuus yleisölehtien koko volyymista on viime vuosina ollut noin 65–70 prosenttia. Osuus on arvioitu Postin ja Rautakirja Oy:n volyymitietojen perusteella. Kolme suurinta ovat nykyisin myös merkittäviä asiakaslehtien kustantajia.

## Tilastointi

Levikintarkastus Oy tarkastaa vuosittain aikakauslehtien nettovolevikkejä. Se on myös toimeksiantajana nk. Kansallisessa Mediatutkimuksessa, jossa mitataan suurimpien lehtinimikkeiden lukijamääriä.

Aikakauslehtien Liitto tilastoi jäsenlehtiensä toimintaa sekä julkaisee verkkosivuillaan jäsenlehtiensä mediatiedot. Sivuilta löytyy myös tilastotietoja aikakauslehdistöistä.

Helsingin yliopiston kirjaston bibliografinen osasto tilastoi Suomessa ilmestyviä aikakausjulkaisunimikkeitä. Aikakauslehtien ja muiden toistuvaisjulkaisujen rajaus ei tässä tilastossa ole aivan yksiselitteinen.

Tiedot koti- ja ulkomaisten lehtien irtonumeromyynnistä on saatu lehtien irtonumeroiden tukkumyyntiä dominoivalta Rautakirjalta. Tiedoista on poistettu niihin varsinaisten aikakauslehtien ja nk. ilmoita ilmaiseksi -lehtien (esim. Keltainen Pörssi) lisäksi sisältyvät muut lukutuotteet.

Suomen Gallup-Median joka toinen vuosi julkaisemat Intermedia-tutkimukset sisältävät tietoja myös aikakauslehtien lukemisesta ja siinä tapahtuneista muutoksista.

(TS)

## Täydentävää kirjallisuutta

Aikakauslehti mediana. *Aikakauslehtien Liitto & Suomen Gallup-Media Oy*, Helsinki 1997.

*Erola, Wille & Toivonen, Timo*: Kansainvälistyvä aikakauslehtikustantaminen. Liikenneministeriön julkaisuja 27/1995. Liikenneministeriö, Helsinki.

*Kivikuru, Ullamaija*: Vieraita lehtiä. Aikakauslehti ajan ja paikan risteyksessä. Yliopistopaino, Helsinki 1996.

*Kivikuru, Ullamaija*: Aikakauslehdistö. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. WSOY, Helsinki 2001.

*Sauri, Tuomo & Siivonen, Timo*: Suomen graafisen viestinnän kansainvälistymisen näkymiä. Teoksessa Joukkoviestintätilasto 1993. SVT; Kulttuuri ja viestintä 1993: 8. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

*Suomen lehdistön historia*. Osat 8–10: Aikakauslehdistön historia. Kustannuskiila, Kuopio 1991–91.

*Tommila, P. & Salokangas, R.*: Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia. Edita, Helsinki 1998.

## Taulukot – Tables

- 9.1 Aikakauslehtien tuotot 1980–2001  
*Magazine revenues 1980–2001*
- 9.2 Aikakauslehtinimikkeet ilmestymistiheyden mukaan 1980–2000  
*Number of magazines and periodicals by frequency of publication 1980–2000*
- 9.3 Aikakauslehtiryhmien yhteislevikit 1980–2001  
*Total circulations of magazine and periodical categories 1980–2001*
- 9.4 Suurimpien aikakauslehtien levikit ja lukijamäärät 2001  
*Circulations and readership of the biggest magazines 2001*
- 9.5 Verkkoaikakauslehdet 1997–2002  
*Number of Internet newspapers and magazines 1997–2002*
- 9.6 Aikakauslehdistön tuottojakauma 1992–2001  
*Magazine revenues 1992–2001*
- 9.7 Tilausten ja irtonumeromyynnin osuudet yleisölehtien kappalemyyntistä 1993–2001  
*Breakdown of consumer magazine copy sales 1993–2001*
- 9.8 Suurimpien yleisölehtikustantajien vuosivolyymit ja keskinäiset volyymiosuudet 1990–2001  
*Biggest publishers of consumer magazines: yearly volumes and mutual shares of volume 1990–2001*
- 9.9 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 1992–2001  
*Magazines and periodicals delivered by Finland Post by type of magazine 1992–2001*
- 9.10 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 2001  
*Magazines and periodicals delivered by Finland Post by type of magazine 2001*
- 9.11 Koti- ja ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti 1985–2001  
*Single-copy sales of Finnish and foreign magazines and periodicals 1985–2001*
- 9.12 Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2001  
*Single-copy sales of Finnish magazines and periodicals by type of magazine 2001*
- 9.13 Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2001  
*Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by type of magazine 2001*
- 9.14 Aikakauslehtien lukeminen 1992–2000  
*Magazines & periodicals readership 1992–2000*

## Kuviot – Figures

- 9.1 Aikakauslehtiryhmien levikki-indeksi 1980–2001 (1980=100)  
*Magazine gatecories: volume index 1980–2001 (1980=100)*
- 9.2 Viiden suurimman yleisöaikakauslehden levikit 1985–2001  
*Top five consumer magazines by circulation 1985–2001*
- 9.3 Aikakauslehtien irtonumeromyynti 1985–2001  
*Single-copy sales of magazines and periodicals 1985–2001*
- 9.4 Ulkomaisten aikakauslehtien myynti alkuperämaittain 2001  
*Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by country of origin 2001*



9.1 Aikakauslehtien tuotot 1980–2001  
Magazine revenues 1980–2001

	Käyvin hinnoin Current prices € milj. – € million	Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices € milj. – € million
	1980	203
1985	357	561
1990	500	616
1991	486	575
1992	454	524
1993	457	517
1994	461	515
1995	494	547
1996	525	578
1997	558	607
1998	589	631
1999	614	651
2000	631	647
2001	622	622

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot  
Source: Statistics Finland/Media statistics

9.2 Aikakauslehtinimikkeet ilmestymistiheyden mukaan 1980–2000\*  
Number of magazines and periodicals by frequency of publication 1980–2000\*

	Ilmestymiskerrat – Frequency of publication					Yhteensä Total	Kieli – Language			
	Kerran viikossa Once a week	1–2 kertaa kuukaudessa 1–2 times a month	4–11 kertaa vuodessa 4–11 times a year	2–3 kertaa vuodessa 2–3 times a year	2–11 kertaa vuodessa yhteensä 2–11 times a year total		Suomi Finnish	Suomi ja ruotsi Finnish and Swedish	Ruotsi Swedish	Muun kieliset Other languages
1980	68	546	..	..	2 992	3 606	3 080	271	195	60
1985	109	536	..	..	3 630	4 275	3 753	170	259	93
1990**	87	453	..	..	3 556	4 096	** 3 567	241	183	105
1991	103	492	2 812	1 283	4 095	4 690	4 046	213	165	266
1992	102	586	2 845	861	3 706	4 394	3 636	210	178	370
1993	88	518	2 676	1 231	3 907	4 513	3 642	235	200	436
1994	77	510	2 761	1 333	4 094	4 681	3 699	247	221	514
1995	76	462	2 857	1 423	4 280	4 818	3 796	267	219	536
1996	65	451	2 921	1 444	4 365	4 881	3 844	261	222	554
1997	62	443	2 980	1 530	4 510	5 015	3 917	272	227	599
1998	55	463	3 005	1 555	4 560	5 078	3 963	284	227	604
1999	59	461	3 042	1 567	4 609	5 129	3 986	273	236	634
2000	57	448	3 044	1 555	4 599	5 104	3 982	272	226	624
2001	59	448	3 125	1 526	4 651	5 158	4 018	256	233	651

\* Aikakauslehtien määrään sisältyy tässä vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvät lehdet. Vuodesta 1983 lähtien alle kolme kertaa viikossa ilmestyvät valtakunnalliset sanomalehdet on siirretty aikakauslehtiin. – Periodicals appearing at least twice a year. National newspapers appearing less than three times a week have been classified under magazines since 1983.

\*\* Vuonna 1990 lisäksi noin 400 lehteä, joiden luokitus ilmestymistiheyden mukaan puuttuu. – Additionally some 400 magazines for which data were not available on frequency of publication.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto.  
Source: Helsinki University Library, Bibliographical department.

### 9.3 Aikauslehtiryhmien yhteislevikit 1980–2001 Total circulations of magazine and periodical categories 1980–2001

	Yleisaikakauslehdet General-interest magazines		Erikaislehdet Special interest magazines		Harrastelehdet Hobby magazines		Yleisölehdet yhteensä Consumer magazines total		Ammatti- ja järjestölehdet Trade & business magazines		Asiakaslehdet Customer magazines		Yhteensä Total
	1 000 kpl '000 copies	%	1 000 kpl '000 copies	%	1 000 kpl '000 copies	%	1 000 kpl '000 copies	%	1 000 kpl '000 copies	%	1 000 kpl '000 copies	%	
1980	2 589	21	1 838	15	291	2	<b>4 718</b>	<b>39</b>	3 031	25	4 492	37	<b>12 241</b>
1985	2 736	19	1 937	13	463	3	<b>5 136</b>	<b>35</b>	4 000	27	5 602	38	<b>14 737</b>
1990	2 816	17	2 066	12	521	3	<b>5 403</b>	<b>32</b>	4 568	27	7 057	41	<b>17 028</b>
1991	2 789	16	2 148	13	570	3	<b>5 507</b>	<b>32</b>	4 504	26	7 149	42	<b>17 160</b>
1992	2 814	18	2 166	14	548	4	<b>5 528</b>	<b>36</b>	3 795	25	6 079	39	<b>15 402</b>
1993	2 772	21	2 134	16	622	5	<b>5 528</b>	<b>42</b>	3 334	25	4 433	33	<b>13 296</b>
1994	2 692	20	1 967	14	490	4	<b>5 148</b>	<b>38</b>	3 485	26	5 029	37	<b>13 662</b>
1995	2 747	19	2 174	15	507	4	<b>5 428</b>	<b>38</b>	3 802	27	4 947	35	<b>14 177</b>
1996	2 850	20	2 294	16	553	4	<b>5 697</b>	<b>39</b>	3 909	27	4 995	34	<b>14 601</b>
1997	2 867	20	2 500	17	469	3	<b>5 837</b>	<b>41</b>	3 752	26	4 803	33	<b>14 391</b>
1998	2 821	20	2 630	19	584	4	<b>6 034</b>	<b>44</b>	3 934	29	3 812	28	<b>13 780</b>
1999	2 921	20	2 715	18	622	4	<b>6 258</b>	<b>42</b>	3 716	25	5 001	33	<b>14 975</b>
2000	2 916	19	2 808	18	587	4	<b>6 311</b>	<b>40</b>	3 494	22	5 826	37	<b>15 631</b>
2001	2 800	20	2 761	20	577	4	<b>6 137</b>	<b>44</b>	3 095	22	4 691	34	<b>13 923</b>

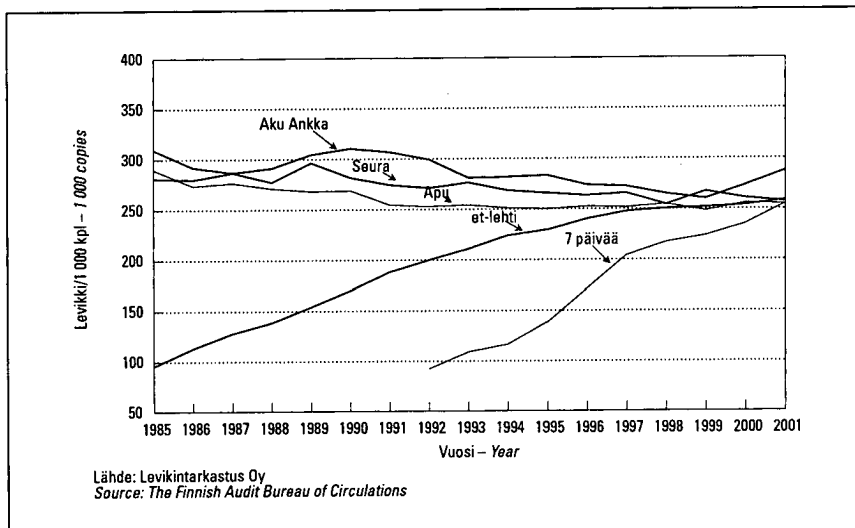
Aikakauslehtien Liiton lehtiluokitus. Mukana kunakin vuonna vain lehdet, joilla voimassa oleva levikintarkastus.  
Classification by Association of Finnish Periodicals. Magazines and periodicals with officially audited circulation figures only.

Huom: Mukana olevien lehtien määrä vaihtelee eri vuosina.  
Note: The number of magazines and periodicals varies from year to year.

Lähteet: Levikintarkastus Oy  
Aikakauslehtien Liitto.

Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations  
Association of Finnish Periodicals

Kuvio 9.2 Viiden suurimman yleisöaikakauslehden levikit 1985–2001  
Figure 9.2 Top five consumer magazines by circulation 1985–2001



9.4 Suurimpien aikakauslehtien levikit ja lukijamäärät 2001  
*Circulations and readership of the biggest magazines 2001*

Lehti – Magazine	Levikki Circulation	Lukijamäärä Readership	Lukijoita/levikkikappale Readers/copy	Kustantaja – Publisher
<b>Yleisaikakaus- ja perhelehdet (Levikki yli 100 000)</b> <i>Biggest general-interest and family magazines (Circulation over 100 000)</i>				
Seura	257 121	953 000	3,7	Yhtyneet Kuvalehdet
Apu	254 762	964 000	3,8	A-lehdet
7 päivää	255 007	875 000	3,4	Aller Julkaisut
Valitut Palat	228 255	770 000	3,4	Valitut Palat – Reader's Digest
Hymy	100 647	465 000	4,6	Yhtyneet Kuvalehdet
Suomen Kuvalehti	102 715	423 000	4,1	Yhtyneet Kuvalehdet
<b>Suurimmat erikoisaikakaus- ja harrastelehdet (Levikki yli 100 000) – Biggest special-interest and hobby magazines (Circulation over 100 000)</b>				
ET-lehti	258 657	834 000	3,2	Sanoma Magazines
Kotivinkki	198 224	516 000	2,6	Kustannus Forma
Kotiliesi	179 209	653 000	3,6	Yhtyneet Kuvalehdet
Kodin Kuvalehti	175 452	691 000	3,9	Sanoma Magazines
Anna	142 771	519 000	3,6	Yhtyneet Kuvalehdet
Tekniikan Maaailma	140 838	763 000	5,4	Yhtyneet Kuvalehdet
Me Naiset	110 102	484 000	4,4	Sanoma Magazines
Eeva	103 144	516 000	5,0	A-lehdet
Avotakka	102 598	547 000	5,3	A-lehdet
Hyvä Terveys	100 982	339 000	3,4	Sanoma Magazines
<b>Suurimmat sarjakuvalehdet (Levikki yli 30 000)</b> <i>Biggest comic magazines (Circulation over 30 000)</i>				
Aku Ankka	287 685	949 000	3,3	Sanoma Magazines
Roope-setä	64 888			Sanoma Magazines
Nalle Puh	53 829			Sanoma Magazines
<b>Suurimmat ammatti- ja järjestölehdet (Levikki yli 100 000) – Biggest trade &amp; business magazines (Circulation over 100 000)</b>				
Kunta ja Me	224 668			KTV
Kirkko ja kaupunki	209 247			H:gin ev.lut. seurakunnat
Taloustaito	194 368	234 000	1,2	Verotieto
Tehy	108 546			Tehy
Koiramme	100 583	320 000	3,2	Suomen Kennelliitto
<b>Suurimmat asiakaslehdet (Levikki yli 100 000)</b> <i>Biggest customer magazines (Circulation over 100 000)</i>				
Pirikka	1 307 865	2 381 000	1,8	Kynämies
Yhteishyvä	824 928			SOK
Kultaraha	788 515	674 000	0,9	OP-Julkaisut
Me	659 218			Tradeka
Kotipuhelin	463 323			Finnet Focus
Elanto	219 886			Kaupparengas
Hippo	199 836			OP-Julkaisut

Lähde: Levikintarkastus Oy  
 Source: The Finnish Audit Bureau of Circulations

### 9.5 Verkkoaikakauslehdet 1997–2002 Number of Internet newspapers and magazines 1997–2002

	1997	1998	2000	2002
	Syksy – Autumn	Syksy – Autumn	Kevät – Spring	Kevät – Spring
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>90</b>	<b>116</b>	<b>138</b>	<b>209</b>
• tekniikka – <i>technology magazines</i>	6	..	11	17
• talous – <i>business magazines</i>	4	..	5	8
• urheilu – <i>sports magazines</i>	3	..	12	19
• kulttuuri- ja mielipidelehdet <i>culture and opinion journals</i>	7	..	13	27
• harrasteet – <i>hobby magazines</i>	16	..	9	15
• tiedelehdet – <i>science magazines</i>	3	..	7	12
• opiskelijalehdet – <i>student magazines</i>	15	..	15	21
• järjestölehdet – <i>trade and organization magazines</i>	20	..	28	35
• muut lehdet – <i>other magazines</i>	16	..	38	55

Huom. Laskelmassa mukana vain ne lehtien kotisivut, jotka sisältävät ainakin jossain määrin toimituksellista aineistoa.  
Note. Including homepages providing at least some news/editorial material.

Lähde: <http://www.journalistiliitto.fi/linkit/lehdet.html>  
Source: <http://www.journalistiliitto.fi/linkit/lehdet.html>

### 9.6 Aikakauslehdistön tuottojakauma 1992–2001 Magazine revenues 1992–2001

	Tilaukset <i>Subscriptions</i> %	Irtonumeromyynti <i>Single copy sales</i>	Mainonta <i>Advertising</i>	Yhteensä <i>Total</i>
1992	74	10	16	100
1993	73	9	18	100
1994	70	9	21	100
1995	68	9	23	100
1996	68	9	23	100
1997	66	9	26	100
1998	63	8	29	100
1999	62	8	29	100
2000	59	8	33	100
2001	59	9	32	100

Luvut ovat karkeita arvioita. – *The figures are crude estimates.*

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot  
Source: Statistics Finland/Media statistics

9.7 Tilausten ja irtonumeromyyntin osuudet yleisölehtien kappalemyyntistä 1993–2001  
*Breakdown of consumer magazine copy sales 1993–2001*

	Tilaukset – Subscriptions %	Irtonumeromyynti – Single copy sales	Yhteensä – Total
1993	83	17	100
1994	86	14	100
1995	86	14	100
1996	86	14	100
1997	86	14	100
1998	86	14	100
1999	86	14	100
2000	87	13	100
2001	87	13	100

Luvut ovat arvioita. – *The figures are estimates.*

Lähteet: Suomen Posti Oy  
 Rautakirja Oyj  
 Sources: Suomen Posti Oy  
 Rautakirja Oyj

9.8 Suurimpien yleisölehtikustantajien vuosivolyymit ja keskinäiset volyymiosuudet 1990–2001  
*Biggest publishers of consumer magazines: yearly volumes and mutual shares of volume 1990–2001*

Yhtiö – Publisher	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Lehtinimikkeitä 2001 Number of titles 2001
	<i>Milj.kpl – Mill. copies</i>												
Yhtyneet Kuvalehdet	46,1	44,7	44,3	43,6	41,5	39,9	41,0	40,9	40,8	44,3	41,9	40,1	31
Sanoma Magazines Finland	33,7	33,5	33,4	32,8	33,3	33,9	33,8	33,4	33,3	35,4	36,1	37,2	26
A-lehdet	23,1	22,3	21,2	20,5	20,6	21,3	21,0	21,5	22,5	23,1	23,5	23,6	14
Aller Julkaisut	–	–	4,8	5,7	6,1	7,2	9,3	11,0	12,3	12,5	13,0	14,1	4
Kustannus Oy Forma	2,4	2,4	2,7	2,8	2,6	2,6	2,9	3,3	3,5	3,4	3,6	3,5	4
Valitut Palat – Reader's Digest	4,1	4,2	4,2	4,0	3,9	4,2	4,3	4,0	3,6	2,9	2,8	2,7	1
Bonnier Alandia	2,0	1,9	1,9	1,8	1,6	1,9	1,8	2,0	2,1	2,3	1,7	1,7	5
Egmont Kustannus	3,2	3,4	3,2	3,0	2,7	3,1	3,1	2,7	2,1	1,9	1,8	1,8	28
Kolmiokirja	3,3	2,7	2,4	2,0	1,8	1,7	1,7	1,6	1,5	1,4	0,8	1,0	7
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>117,9</b>	<b>115,1</b>	<b>118,1</b>	<b>116,2</b>	<b>114,1</b>	<b>115,8</b>	<b>118,9</b>	<b>120,3</b>	<b>121,6</b>	<b>127,1</b>	<b>125,2</b>	<b>125,7</b>	<b>120</b>
	<i>%</i>												
Yhtyneet Kuvalehdet	39,1	38,8	37,5	37,5	36,4	34,5	34,5	34,0	33,5	34,8	33,3	31,7	
Sanoma Magazines Finland	28,6	29,1	28,3	28,2	29,2	29,3	28,4	27,8	27,4	27,8	28,7	29,5	
A-lehdet	19,6	19,4	18,0	17,6	18,1	18,4	17,7	17,9	18,5	18,2	18,6	18,6	
Aller Julkaisut	–	–	4,1	4,9	5,3	6,2	7,8	9,1	10,1	9,8	10,4	11,2	
Kustannus Oy Forma	2,0	2,1	2,3	2,4	2,3	2,2	2,4	2,7	2,9	2,7	2,9	2,8	
Valitut Palat – Reader's Digest	3,5	3,6	3,6	3,4	3,4	3,6	3,6	3,3	2,9	2,3	2,2	2,2	
Bonnier Alandia	1,7	1,7	1,6	1,5	1,4	1,6	1,5	1,6	1,7	1,8	1,4	1,4	
Egmont Kustannus	2,7	3,0	2,7	2,6	2,4	2,7	2,6	2,2	1,7	1,5	1,4	1,4	
Kolmiokirja	2,8	2,3	2,0	1,7	1,6	1,5	1,4	1,3	1,2	1,1	0,6	0,8	
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

Lehtien, joilla ei ole virallista levikintarkastusta, volyymit laskettu painosmääristä, joista vähennetty irtonumeromyyntin palautusten arvioitu osuus.  
*For magazines without audited circulation, the figures have been estimated.*

Luvut eivät sisällä ristikkolehtiä – *The figures do not include crossword puzzle magazines.*

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot  
 Source: Statistics Finland/Media statistics

9.9 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 1992–2001  
 Magazines and periodicals delivered by Finland Post by type of magazine 1992–2001

	1992		1993		1994		1995		1996	
	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%
Yleisölehdet – <i>Consumer magazines</i>	108,1	32,1	106,8	31,3	117,6	33,6	120,2	33,2	123,8	35,4
Ammatti- ja järjestölehdet <i>Trade &amp; organization magazines</i>	141,5	41,9	152,3	44,7	148,5	42,4	150,4	41,6	146,4	41,8
Mielipidelehdet – <i>Opinion journals</i>	13,2	3,9	12,8	3,8	11,1	3,2	13,9	3,9	13,7	3,9
Asiakaslehdet – <i>Customer magazines</i>	74,6	22,1	69,0	20,2	73,2	20,9	77,1	21,3	66,0	18,9
<b>Aikakauslehdet yhteensä</b> <b>Magazines and periodicals total</b>	<b>337,4</b>	<b>100</b>	<b>340,8</b>	<b>100</b>	<b>350,4</b>	<b>100</b>	<b>361,6</b>	<b>100</b>	<b>349,9</b>	<b>100</b>

	1997		1998		1999		2000		2001		Muutos Change 2001/ 2000%
	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	
Yleisölehdet – <i>Consumer magazines</i>	122,9	34,7	122,0	35,0	125,1	34,6	127,5	34,9	127,1	35,6	-0,3
Ammatti- ja järjestölehdet <i>Trade &amp; organization magazines</i>	149,9	42,4	157,1	45,1	164,3	45,5	167,7	45,9	164,5	46,0	-1,9
Mielipidelehdet – <i>Opinion journals</i>	13,3	3,8	12,9	3,7	13,4	3,7	10,7	2,9	10,1	2,8	-6,0
Asiakaslehdet – <i>Customer magazines</i>	67,7	19,1	56,6	16,2	58,2	16,1	59,4	16,3	52,6	14,7	-11,4
<b>Aikakauslehdet yhteensä</b> <b>Magazines and periodicals total</b>	<b>353,7</b>	<b>100</b>	<b>348,6</b>	<b>100</b>	<b>361,0</b>	<b>100</b>	<b>365,3</b>	<b>100</b>	<b>357,3</b>	<b>100</b>	<b>-2,2</b>

Lähde: Posti- ja telelaitos/Suomen Posti Oyj  
 Lehtipalvelut

Source: Posts and Telecommunications/Finland Post Plc  
 Magazine delivery services

9.10 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 2001  
*Magazines and periodicals delivered by Finland Post by type of magazine 2001*

	Milj.kpl Million copies	%
<b>Yleisölehdet – Consumer magazines</b>		
Yleisaikakaus- ja perhelehdet – <i>General-interest and family</i>	49,8	13,9
Naisten yleis- ja erikoislehdet – <i>Women's</i>	26,4	7,4
Miesten yleis- ja erikoislehdet – <i>Men's</i>	–	–
Lasten ja nuorten lehdet – <i>Children's and juvenile</i>	21,1	5,9
Erikaisaikakaus- ja harrastelehdet – <i>Special-interest and hobby</i>	29,7	8,3
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>127,1</b>	<b>35,6</b>
<b>Ammatti- ja järjestölehdet – Trade &amp; business magazines</b>		
Maa, metsä, karja, kala, kotit. – <i>Forestry &amp; agriculture</i>	8,8	2,5
Teollisuus, tekniikka – <i>Industry, technology</i>	18,7	5,2
Arkkiteht., rakent., kiint. – <i>Architecture, building &amp; construction</i>	9,5	2,7
Kauppa, palvelut, suurtalous – <i>Trade, services</i>	6,1	1,7
Tietoliikenne, tietojenkäsittely – <i>IT &amp; telecom</i>	5,3	1,5
Auto, liikenne, kulj., matkat – <i>Auto &amp; transport</i>	7,0	2,0
Talouselämä, yritystoiminta – <i>Business economics</i>	12,9	3,6
Rahoitus, vakuutus – <i>Financing &amp; insurance</i>	1,7	0,5
Markkinointi, viestintä – <i>Marketing &amp; communication</i>	9,1	2,5
Julkinen hallinto, yhteiskunta – <i>Public administration</i>	14,6	4,1
Sosiaali- ja terveysala – <i>Social welfare &amp; health care</i>	19,0	5,3
Opetus, kasvat. – <i>Education</i>	5,0	1,4
Uskonto, kirkko – <i>Church &amp; religion</i>	27,0	7,6
Virkistys, kulttuuri, harrast. – <i>Entertainment, culture</i>	9,3	2,6
Urheilu – <i>Sports</i>	10,4	2,9
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>164,5</b>	<b>46,0</b>
<b>Mielipidelehdet – Opinion journals</b>		
Yhteiskunta ja politiikka – <i>Society and politics</i>	3,7	1,0
Kulttuuri – <i>Culture</i>	0,1	0,0
Uskonto – <i>Religion</i>	4,7	1,3
Muut mielipidelehdet – <i>Other opinion journals</i>	1,6	0,4
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>10,1</b>	<b>2,8</b>
<b>Asiakaslehdet – Customer magazines</b>		
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>52,6</b>	<b>14,7</b>
<b>Kaikki aikakauslehdet yhteensä</b>		
<b>All magazines and periodicals total</b>	<b>357,3</b>	<b>100</b>

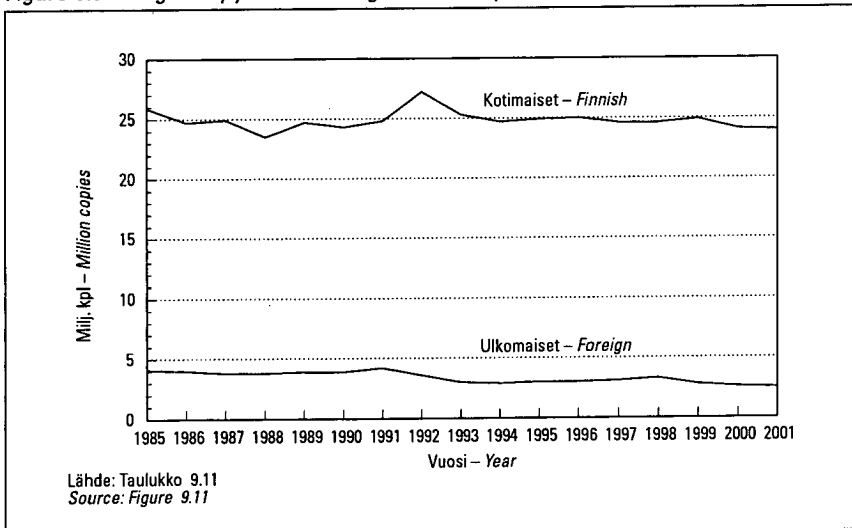
Lähde: Posti- ja telelaitos/Suomen Posti Oyj, Lehtipalvelut  
 Source: Posts and Telecommunications/ Finland Post Plc, Magazine delivery services

9.11 Koti- ja ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti 1985–2001  
*Single-copy sales of Finnish and foreign magazines and periodicals 1985–2001*

	Kotimaiset – Finnish		Ulkomaiset – Foreign		Yhteensä – Total	
	Milj. kpl Million copies	Milj. € € million	Milj. kpl Million copies	Milj. € € million	Milj. kpl Million copies	Milj. € € million
1985	25,9	49,8	4,1	8,3	30,0	58,1
1990	24,3	63,0	3,9	11,6	28,2	74,5
1991	24,8	64,5	4,2	13,1	29,0	77,6
1992	27,2	66,3	3,6	13,0	30,8	79,3
1993	25,3	63,4	3,0	12,1	28,3	75,6
1994	24,7	63,6	2,9	12,6	27,6	76,2
1995	24,9	68,7	3,0	13,7	27,9	82,4
1996	25,0	72,1	3,0	13,7	28,0	85,8
1997	24,6	73,9	3,1	15,1	27,7	89,0
1998	24,6	76,9	3,3	16,8	27,9	93,6
1999	24,9	80,2	2,8	14,5	27,7	94,7
2000	24,1	79,7	2,6	14,8	26,7	94,6
2001	24,0	85,1	2,5	13,9	26,5	99,0

Lähde: Rautakirja Oyj  
 Source: Rautakirja Oyj

Kuvio 9.3 Aikakauslehtien irtonumeromyynti 1985–2001  
 Figure 9.3 Single-copy sales of magazines and periodicals 1985–2001





9.12 Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2001  
*Single-copy sales of Finnish magazines and periodicals by type of magazine 2001*

Lehtityyppi – <i>Type of magazine</i>	1 000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	Milj. € <i>€ million</i>	%
Perhelehdet – <i>Family</i>	4 876	20,3	14,3	16,8
Uutis-, talous- ja tiedelehdet – <i>News, finance, science</i>	193	0,8	1,0	1,2
TV- ja kulttuurilehdet – <i>TV-guides, culture</i>	244	1,0	0,6	0,7
Naistenlehdet – <i>Women's</i>	4 090	17,0	14,2	16,7
Käsityölehdet – <i>Handicrafts</i>	165	0,7	1,1	1,3
Terveys, kauneus, kuntoilu – <i>Beauty, health, fitness</i>	734	3,1	3,6	4,3
Asuminen – <i>Home</i>	624	2,6	3,6	4,2
Naisten lukemistot – <i>Women's readers</i>	134	0,6	0,5	0,6
Ruoka ja juhlat – <i>Food</i>	80	0,3	0,5	0,6
Miesten elämäntapalehdet – <i>Men's lifestyle</i>	92	0,4	0,5	0,6
Erotiikka – <i>Sophisticates</i>	564	2,3	4,3	5,1
Autolehdet – <i>Cars</i>	619	2,6	3,6	4,3
Venelehdet – <i>Boats</i>	67	0,3	0,4	0,5
Moottorilehdet – <i>Motors</i>	120	0,5	0,8	0,9
Urheilu – <i>Sports &amp; games</i>	142	0,6	0,8	0,9
Harrastukset – <i>Hobbies</i>	361	1,5	2,0	2,4
Miesten lukemistot – <i>Men's readers</i>	131	0,5	0,5	0,6
Nuorisolehdet – <i>Teenagers'</i>	760	3,2	2,5	2,9
Musiikki – <i>Music</i>	111	0,5	0,4	0,5
Tietotekniikka – <i>IT</i>	472	2,0	3,0	3,5
Rahapelit ja ravit – <i>Betting</i>	1 378	5,7	4,6	5,4
Ristikot – <i>Crossword puzzles</i>	2 655	11,1	6,9	8,1
Sarjakuvalehdet – <i>Comic books</i>	1 112	4,6	3,5	4,2
Ilmoituslehdet – <i>Mags for classified advertising</i>	4 305	17,9	11,7	13,7
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>24 030</b>	<b>100</b>	<b>85,1</b>	<b>100</b>

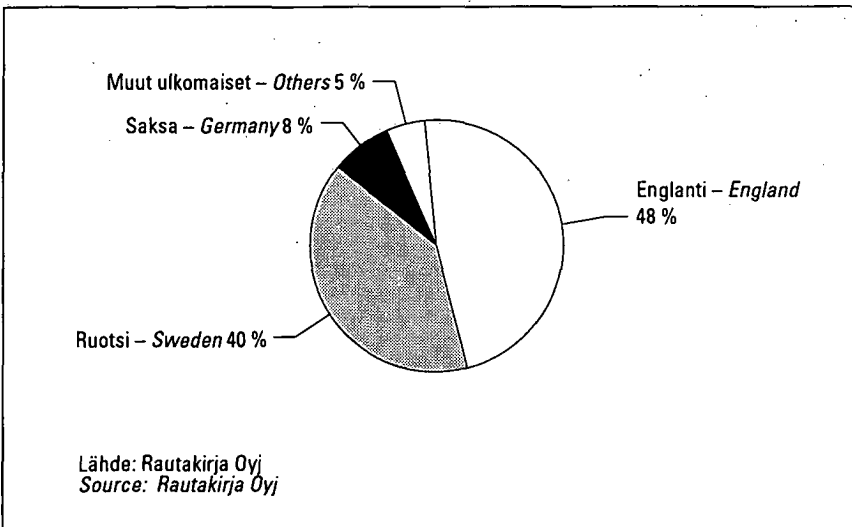
Lähde: Rautakirja Oyj  
 Source: Rautakirja Oyj

9.13 Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2001  
*Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by type of magazine 2001*

Lehtityyppi – Type of magazine	Milj. kpl – Mill. copies	%	Milj. € – € million	%
Perhelehdet – Family	0,6	22,9	1,9	13,7
Uutis-, talous- ja tiedelehdet – News, finance, science	0,1	5,4	0,7	4,8
TV-lehdet – TV-guides	0,0	0,6	0,1	0,4
Naisten yleislehdet – Women's	0,4	14,4	1,8	13,2
Käsityölehdet – Handicrafts	0,1	2,8	0,4	2,8
Terveys, kauneus, kuntoilu – Beauty, health, fitness	0,1	2,5	0,4	2,7
Asuminen – Home	0,2	9,4	1,4	10,2
Ruoka ja juhlat – Food	0,0	1,8	0,3	2,0
Miesten trendilehdet – Men's lifestyle	0,0	1,7	0,3	2,2
Erotiikka – Sophisticates	0,1	4,4	1,1	7,7
Autolehdet – Cars	0,2	7,8	1,2	8,9
Venelehdet – Boats	0,0	0,9	0,2	1,3
Moottorilehdet – Motors	0,1	2,2	0,4	3,0
Urheilu – Sports & games	0,1	2,8	0,5	3,3
Harrastukset – Hobbies	0,1	3,4	0,6	4,2
Nuorisolehdet – Teenagers'	0,1	5,1	0,6	4,7
Musiikki – Music	0,1	3,1	0,6	4,4
Tietotekniikka – IT	0,1	3,5	0,9	6,7
Sarjakuvalehdet – Comic books	0,1	2,4	0,3	1,8
Ristikolehdet – Crossword puzzles	0,0	0,9	0,1	0,9
Ilmoituslehdet – Mags for classified advertising	0,0	2,0	0,2	1,1
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>	<b>13,8</b>	<b>100</b>

Lähde: Rautakirja Oyj  
 Source: Rautakirja Oyj

Kuvio 9.4 Ulkomaisten aikakauslehtien myynti kielen mukaan 2001  
 Figure 9.4 Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by language 2001



9.14 Aikakauslehtien lukeminen 1992–2002  
*Magazines & periodicals readership 1992–2002*

		On lukenut edellisenä päivänä – <i>Has read during the previous day</i>	
		%	Min/päivä – <i>Min/day</i>
1992	Kaikki – <i>All</i>	73	43
1994	Kaikki – <i>All</i>	77	45
1996	Kaikki – <i>All</i>	76	39
1998	Kaikki – <i>All</i>	82	49
<u>2000</u>	Kaikki – <i>All</i>	<u>80</u>	<u>42</u>
2002	Kaikki – <i>All</i>	55	25
2002			
Sukupuoli – <i>Sex</i>	Naiset – <i>Women</i>	58	27
	Miehet – <i>Men</i>	52	23
Ikä – <i>Age</i>	12–24	55	21
	25–44	53	22
	45–59	57	25
	60–	58	39

HUOM. Vuoden 2002 tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

NOTE: Figures for 2002 are not fully comparable with the figures until 2000.

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy

Source: Suomen Gallup Group-Media Research Ltd.

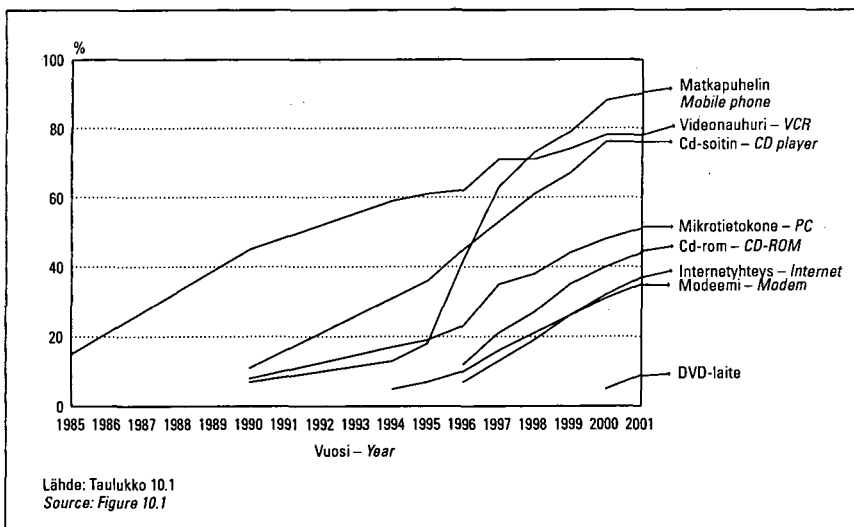
## 10 Digitaaliset joukkoviestimet

Kotien uuden viestintäteknologian suuntana on ollut 1) ohjelmatarjonnan laajentuminen, 2) entistä yksilöllisempien käyttötapojen mahdollistaminen sekä 3) pyrkimys interaktiivisuuden lisäämiseen. Ainakin kahta ensimmäistä trendiä vahvistivat jo sellaiset "perinteiset" laitteet kuin video ja Cd-soitin sekä toisaalta tietysti television satelliitti- ja kaapelikanavien tarjonnan nopea kasvu.

Kuviossa 10.1 esitetään eräiden uuteen viestintäteknikkaan kuuluvien laitteiden leviämisen kehitys suomalaisissa kotitalouksissa. Kuviossa on mukana myös joitakin uuden viestintäteknologian kannalta perinteisiä laitteita leviämisenopeuksien vertailun mahdollistamiseksi. Suomessa niin viihde-elektroniikan kuin Pc-laitteidenkin leviämisvauhti kotitalouksiin on ollut muita Pohjoismaita hitaampi. Vasta 1990-luvun puolivälin jälkeen mikrotietokoneiden, samoin kuin videoiden ja Cd-soittimienkin yleistymisen nopeutui selvästi. Myös Cd-rom/Dvd-asemat, modeemit ja internet-yhteydet ovat selvässä kasvussa. Cd-rom/Dvd-asema oli syksyllä 2001 lähes puolella kotitalouksista ja Internet-yhteys runsaalla kolmanneksella kotitalouksista.

Uuden viestintäteknologian käyttäjäryhmien valikoitumista kuvaavien tietojen mukaan kotitietokoneen käyttäjiksi näyttivät aluksi valikoituneen ennen kaikkea pientalouksien nuorten miesten lisäksi perhetalouksien lapset ja nuoret. Edelleen kotitietokoneet ovat perheissä yleisempiä kuin pientalouksissa ja nuoret ikäryhmät

Kuvio 10.1 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1985–2001  
Figure 10.1 Penetration of selected household equipment 1985–2001



ovat niiden aktiivisimpia käyttäjiä. Nykyisin jonkin verran suurempi osa naisista kuin miehistä kuuluu tietotekniikan käyttäjiin. Kokonaisuutena katsoen suomalaisen enemmistö on siirtynyt tieto- ja viestintätekniiikan käyttäjiksi suhteellisen nopeasti viimeisten viiden vuoden kuluessa. Uuden tekniikan käyttö on omaksuttu osaksi enemmistön arkipäivää eläkeikäisiä lukuun ottamatta.

Leviämisnopeudessa mikään edellä mainituista laitteista ja varusteista ei yllä lähelläkään matkapuhelinten yleistymisen hurjaa tahtia Suomen kotitalouksissa. Selvitysten mukaan matkapuhelinten penetraatio kotitalouksissa kasvoi viidessä vuodessa alle 20 prosentista noin 90 prosenttiin. (Kuvio 10.1.)

EU:n julkaiseman kansainvälisen vertailuaineiston mukaan Suomessa ollaan tietokoneen ja Cd-rom-aseman käyttömahdollisuudessa (kotona, työssä tai opiskelun yhteydessä) vähintään hyvällä eurooppalaisella keskitasolla. Internet-yhteyksien käyttömahdollisuudessa Suomi puolestaan kuuluu kärkikastin maihin. Tosin EU-maista Hollanti, Ruotsi ja Tanska ovat tässä suhteessa selvästi Suomenkin edellä. (Taulukko 10.4. Vrt. myös kansainvälisiä vertailuja sisältävän luku 12:n taulukko 15.)

Nk. uusmediateollisuuden kokonaisliikevaihto Suomessa vuonna 2001 oli arviolta noin 235 miljoonaa euroa (taulukko 10.2). Uusmediateollisuudella tarkoitetaan tässä yrityksiä, jotka toimivat digitaalisen median (mm. multimedia ja CD-rom) ja/tai tietoverkkojen (mm. Internet) sisältötuotannossa ja sen teknisissä ratkaisuissa sekä näihin liittyvissä tukitoiminnoissa.

Alan yritysten keskinäiset omistukselliset järjestelyt ovat viime vuosina olleet yleisiä. Suuret ja keskisuuret perinteiset mediayritykset ovat ostaneet pieniä uusmediateollisuuden yrityksiä. Esimerkiksi talouden ja tekniikan alojen aikakauslehtiä julkaiseva Talentum laajensi toimintaansa uusmedian alueelle juuri yritysostojen kautta (Satama Interactive). Toisaalta suuret mediayritykset ovat yhtiöittäneet omia uusmediatoimintojaan. Näin on toiminut esimerkiksi Alma Media (Alma Media Interactive).

On syytä korostaa, että vain rajoitettu osa nk. uusmediateollisuudesta liittyy suoraan digitaalisen joukkoviestinnän tuotantoon. Ensinnäkin, sisältötuotannosta suuri osa on laskettavissa lähinnä organisaatio- tai markkinointiviestinnäksi, jolle vertailukohtana esimerkiksi graafisen alan tuotannon puolella olisivat lähinnä mainospainotuotteet. Toiseksi, muita merkittäviä uusmediateollisuuteen usein sisällytettyjä aloja ovat esimerkiksi yritysten sisäiset ja yritysten väliset logistiikka- ja asiakashallintaratkaisut, pankki- ja sijoittajapalvelut sekä verkkokauppaan liittyvät ratkaisut. Kolmanneksi, siihen sisältyy lisäksi ohjelmistotuotantoa (software production), joka aina silloin tällöin sekoitetaan ohjelma- tai sisältötuotantoon (content production).

Varsinaisen joukkoviestinnän alaan luettavasta tuotannosta online- ja Internet-palveluiden loppukäyttäjähintainen myynti Suomessa oli arviolta 64 miljoonaa ja Cd-romien myynti arviolta 33 miljoonaa euroa vuonna 2001. (Nämä luvut eivät ole suoraan yhteismitallisia kotimaisen uusmediateollisuuden kokonaisvolyyymiä kos-

kevan arvion kanssa. Jälkimmäiseen lukuun sisältyy esimerkiksi ulkomaisten tuotteiden myyntiä kotimaisen tuotannon lisäksi.) (Taulukot 10.3 & 10.9.)

## Internet

Internetin käyttö on Suomessa yleistynyt nopeasti. Kotona, työssä tai opiskelupaikalla vähintään kerran viikossa internetiä käyttäviä oli keväällä 2002 yhteensä yli puolet (55 %) suomalaisista. Päivittäiskäyttäjii oli samana ajankohtana yli kolmannes (35 %). Internetin leviämisen alkuvuosina käyttö työpaikalla oli jonkin verran kotikäyttöä yleisempää mutta vuodesta 1999 lähtien kotona tapahtuva käyttö on ollut työn yhteyteen limittyvää käyttöä yleisempää. (Taulukko 10.5.)

Internetin yleisimmät käyttömuodot ovat sähköposti, asiantiedon haku ja pankkipalvelut. (Taulukko 10.6.)

Traditionaaliset mediat ovat aktiivisesti työntyneet Internetiin ja viettävät siellä eräänlaista rinnakkaiselämää. Esimerkiksi Suomen suosituimmat www-sivustot ovat – mikäli ns. portaaleja ei lasketa mukaan – perinteisten joukkoviestimien ylläpitämiä (taulukko 10.7).

Esimerkiksi perinteinen graafinen teollisuus kehittää aktiivisesti integroidun viestinnän tuotteita ja palveluja. Tämä on toimialan keskeinen kilpailustrategia. Kun sanomalehtien luokitellut ilmoitukset ovat vaarassa siirtyä tietoverkkoihin, lehdet tarjoavat painettuja ilmoituksia täydentäviä verkkoilmoituksia. Ilmoitusten linkkien kautta lukijat voivat olla suoraan yhteydessä ilmoittajaan, tehdä varauksia ja tehdä lopullisen ostoksensa verkon välityksellä.

Internetissä on tarjolla Suomessakin jo noin 300 lehdeksi luokiteltavaa julkaisua (taulukko 10.8). Suurin osa näistä on perinteisten lehtien verkkoversioita. Ne sisältävät tavallisesti vain osan painetun lehden koko aineistosta. Toisaalta jotkut lehdet tarjoavat verkkoversioissaan myös sellaista täydentävää materiaalia, jota painatusversiossa ei ole. Useimmat lehdet tarjoavat verkkolehden ilmaiseksi kaikille niille asiasta kiinnostuneille, jotka osuvat sivuille. Eräissä tapauksissa verkkolehden lukijaksi on kuitenkin rekisteröidyttävä. Jotkut lehdet puolestaan avaavat verkkolehden sivut vain tilaajilleen, jolloin verkkoversio on painettuihin liitteisiin verrattavissa oleva oheispalvelu. Puhtaasti maksullisia palveluita tarjoavat lähinnä talouslehdet.

Verkkojulkaisujen maksullisuus on edelleen yksi vaikeimpia mediatalouteen liittyvistä kysymyksistä. Mainonnalla yksin on vaikea rahoittaa toimintaa. Esimerkiksi USA:ssa eräät lehdet ovat siirtäneet ilmaisia verkkosivuja maksullisiksi, mutta lukijamäärät ovat tämän seurauksena romahtaneet. Vaikka maksu olisi pienikin ja ihmiset periaatteessa myöntyväisiä maksamaan palveluista, eivät kuluttajille suunnatut maksulliset palvelut ainakaan toistaiseksi ole lyöneet itseään laajamittaisesti läpi.

Mainonta verkkolehdessä tai muilla verkkosivuilla on vähintään yhtä ongelmallista. Suomen Gallup-Median mukaan verkkomainontaan käytettiin vuonna 2001

yhteensä vain 11 miljoonaa euroa eli yksi prosentti mediamainonnan kokonaisvo-lyymista.

Niinpä verkkojulkaisujen talouden yhtälö on ratkaisematta. Tästä huolimatta suuri joukko lehtitaloja on mukana kehittämässä omia verkkoversioitaan ja kannat-tavan toiminnan avaimia etsimässä. Toinen syy on puolustuksellinen. Mahdolliset uudet haastajat halutaan torjua etukäteen.

Toisaalta suuri osa esimerkiksi joukkoviestintävälineiden keskinäisistä yhteis-työmuodoista, joita voidaan kuvata muotisanalla verkottuminen, on tullut mah-dolliseksi vasta uuden digitaalitekniikkaan perustuvan viestintäteknologian leviä-misen myötä. Voidaankin hyvin sanoa, että digitaalitekniikan merkittävimmät vaikutukset ovat näkyneet toimituksellisen tuotannon ja markkinoinnin organi-soinnin puolella. Sen sijaan uuteen digitaalitekniikkaan perustuvan viestintäteknologian taloudelliset vaikutukset joukkoviestinnän kuluttajamarkkinoilla ovat toistaiseksi jääneet vähäisiksi.

Digitaaliset televisiölähetykset käynnistyivät elokuussa 2001. Analogisten tv-kanavien digitaalisten rinnakkaisversioiden lisäksi Yleisradio perusti kolme uut-ta kanavaa ja kaupallisille toimijoille myönnettiin toimiluvat 6 uudelle kanavalle. Alku on ollut hankalaa. Uusista kaupallisista kanavista puolet luopui toimiluvistaan ensimmäisen vuoden aikana. Loppukesällä 2002 arvioiden mukaan vain noin 30–40 000 talouteen oli hankittu digisovitin, jolla voi vastaanottaa digitaalilähetyk-siä joko tavallisella antennilla tai kaapeliteitse. Satelliittidigisovittimia oli kaksin-kertainen määrä eli yhteensä noin 60 000 taloudessa.

Suomessa on vuodesta 1994 lähtien suhteellisen laajamittaisesti testattu tilausvi-deojärjestelmien (VOD, Video On Demand) ja interaktiivisten televisiopalvelujen toimivuutta. Esimerkiksi kaapelitelevisioyhtiöiden kaksisuuntaistettavat kaapeliver-kot mahdollistavat jatkossa erilaiset tilausvideopalvelut, vuorovaikutteiset tele-visio-ohjelmat ja muut kaksisuuntaisuutta vaativat palvelut.

## *Cd-rom*

Viime vuosien aikana Cd-rom -tallenteiden markkinoiden kehitys näyttää lähes py-sähtyneen siitakin huolimatta, että multimediamikrot ovat nopeasti yleistyneet koti-talouksissa (taulukko 10.9). Cd-romien kokonaismarkkinoista multimediatuotteiden osuus oli noin 40 prosenttia ja pelien osuus noin 60 prosenttia vuonna 2001. (Pelei-hin eivät tässä sisälly peliasemien ohjelmatuotteet.) Esimerkiksi tietosanakirjat ja hakuteokset soveltuvat erinomaisesti juuri Cd-rom-muotoon, jolloin niiden ha-kuominaisuudet ovat täysitehoisessa käytössä. Mutta kilpailutilannetta on heikentä-nyt oleellisesti Internetissä ilmaiseksi saatavilla olevan tietoaineiston runsaus.

Myydyistä multimediarompuista ylivoimainen enemmistö on joko Suomessa alusta loppuun tuotettuja, suomalaisiksi versioiksi muokattuja tai ainakin suomeksi

käännettyjä. Multimediaromppujen vähittäismyynnistä arviolta 75–85 prosenttia on Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenten tuotteita. SKY:n jäsenten myynti vuonna 2001 oli tukkutasolla hieman yli 8 miljoonaa euroa. Volyymi on kasvanut viime vuosina hitaasti (taulukko 10.10).

## Dvd-levyt

Dvd-levyjen (digital versatile disc) tallennuskapasiteetti on moninkertainen Cd-rom-järjestelmän kapasiteettiin verrattuna. Levylle voidaan tallentaa esimerkiksi kokonainen pitkä elokuva. Dvd-levy kuitenkin sopii kaikkeen digitaalitiedon tallennukseen. Sillä on siten periaatteessa huomattava käyttöpotentiaali puhtaiden kulluttajamarkkinoiden lisäksi myös ammattikäytössä ja yleensäkin Pc-laitteiden yhteydessä Cd-rom -asemien korvaajana.

Erillisten Dvd-laitteiden myynti Suomessa käynnistyi vuonna 1998. Uusi tekniikka näyttää jo muodostuneen vaihtoehdoksi, joka muutamassa vuodessa tulee korvaamaan nykyiset videolaitteet. Elokuva- ym. tallenteiden myynnistä ja vuokrauksesta jo lähes kolmannes oli Dvd-tallenteita vuonna 2001. (Luvun 5 taulukko 1.)

(TS)

## Kirjallisuus

Internet suomalaisten arjessa. Digitaalisen median raportti 3/99. *Tekes*, Helsinki 1999.

*Kiviranta, Laura*: Sanomalehtien verkkojulkaisut 2001. Sanomalehtien Liitto, Helsinki.

*Nurmela, Juha*: Valikoiko uusi tieto- ja viestintäteknikka käyttäjänsä? Katsauksia 1/1998. Tilastokeskus, Helsinki.

*Nurmela, Juha*: Kolme vuotta tietoyhteiskunnassa. Katsauksia 2/2001. Tilastokeskus, Helsinki.

*Nurmela, Juha ym.*: Matkapuhelin ja tietokone suomalaisten arjessa. Katsauksia 1/2000. Tilastokeskus, Helsinki.

Televiestintätalasto 2002. *Liikenne- ja viestintäministeriö*, Helsinki 2002.

Tiedolla tietoyhteiskuntaan III. *Tilastokeskus*, Helsinki 2001.

Uusmediateollisuus Suomessa 1998. *Helsingin kauppakorkeakoulu – Taideteollinen korkeakoulu*, Helsinki 1999.



## Taulukot – Tables

- 10.1 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1990–2001  
*Penetration of selected household equipment 1990–2001*
- 10.2 Uusmediateollisuuden liikevaihto Suomessa 1995–2001  
*Turnover of new media production in Finland 1995–2001*
- 10.3 Online- ja internetpalveluiden myynti 1980–2001  
*Sales of online and internet services 1980–2001*
- 10.4 Uusien viestimien käyttö 1997–2001 (Kevät)  
*Access to information technology 1997–2001 (Spring)*
- 10.5 Internetin käyttö 1995–2002  
*Changes in Internet use 1995–2002*
- 10.6 Internetin käyttötarkoitukset 1998 ja 2002  
*Use of Internet 1998 and 2002*
- 10.7 12 käytetyintä Suomalaista WWW -mediasivustoa (Toukokuu 2002)  
*Top twelve Finnish media WWW media pages (May 2002)*
- 10.8 Verkkolehdet 1997–2002  
*Number of Internet newspapers and magazines 1997–2002*
- 10.9 CD-romien myynti 1994–2001  
*Sales of CD-roms 1994–2001*
- 10.10 Kotimaisten CD-rom -julkaisujen ja levykkeiden nimikemäärä ja myynti 1995–2001  
*CD-roms and other off-line multimedia products: number and sales of domestic titles 1995–2001*
- 10.11 Kotitietokoneiden ja TV-pelikonsolien vähittäismyynti 1990–2001  
*Retail sales of PCs and TV-game consoles 1990–2001*
- 10.12 Kotitietokoneiden ja TV pelikonsolien keskihinnat ja myynnin arvo 1990–2001  
*Average prices and sales volumes of PCs and TV game consoles 1990–2001*

## Kuviot – Figures

- 10.1 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1985–2001  
*Penetration of selected household equipment 1985–2001*

### 10.1 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1990–2001 Penetration of selected household equipment 1990–2001

Vuosi Year	Videonauhuri VCR	CD-soitin CD player	Mikrotietokone PC	Matkapuhelin Mobile phone	CD-rom CD-ROM	Modeemi Modem	Internetyhteys Internet	DVD-laite DVD player
1990	45	11	8	7				
1991								
1992								
1993								
1994	59	31	17	13		5		
1995	61	36	19	18		7		
1996	62	45	23	42	12	10	7	
1997	71		35	63	21	16	13	
1998	71	61	38	73	27	21	19	
1999	74	67	44	79	35	26	26	
2000	78	76	48	88	40	31	32	5
2001	78	78	51	90	44	35	37	9

Lähde: Tilastokeskus, Kulutustutkimukset ja Kuluttajabarometrit  
Source: Statistics Finland, Household surveys and Consumer barometers

### 10.2 Uusmediateollisuuden liikevaihto Suomessa 1995–2001 Turnover of new media production in Finland 1995–2001

	€ milj. € million	Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices € million
1995	11	12
1996	41	46
1997	82	90
1998	118	127
1999	151	161
2000	185	191
2001	235	235

Arvioita. – Estimates.

Lähteet v. 1995–99: Uusmediatoimiala Suomessa 1999  
2000–01: Tietoviikko/Market-Vision

Sources v 1995–99: Uusmediatoimiala Suomessa 1999  
2000–01: Tietoviikko/Market-Vision

10.3 Online- ja Internetpalveluiden myynti 1980–2001  
*Sales of online and Internet services 1980–2001*

	Käyvin hinnoin <i>Current prices</i>	Kiintein (2001) hinnoin <i>Fixed (2001) prices</i>
	Milj. € – € million	Milj. € – € million
1980	0,2	0,4
1985	6	9
1990	19	23
1991	22	26
1992	24	27
1993	24	28
1994	29	32
1995	34	38
1996	37	41
1997	42	46
1998	46	50
1999	52	56
2000	64	66
2001	64	64

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot  
 Source: *Statistics Finland/Media statistics*

10.4 Uusien viestimien käyttö 1997–2001 (Kevät)  
*Access to information technology 1997–2001 (Spring)*

Onko teillä käytössänne tai mahdollisuus käyttää (kotoa, työpaikalta, opiskelupaikalta) ...  
*Do you have access to, or do you use (from home, from workplace, from place of study)...*

	<b>Suomi – Finland</b>			
	%			
	1997	1998	1999	2001
Tietokonetta – <i>A computer</i>	44	44	50	56
CD-rom-lukijaa – <i>A CD-ROM-reader</i>	22	25	29	34
Modeemia – <i>A modem</i>	22	23	39	28
Internetiä – <i>The Internet or the WWW</i>	25	31	37	47

	<b>EU15 – EU15</b>			
	%			
	1997	1998	1999	2001
Tietokonetta – <i>A computer</i>	32	35	35	45
CD-rom-lukijaa – <i>A CD-ROM-reader</i>	17	21	23	31
Modeemia – <i>A modem</i>	9	12	17	25
Internetiä – <i>The Internet or the WWW</i>	8	12	14	30

Lähde: Eurobarometer, Reports N.o. 47(1997) & 49(1998) & 51 (1999) & 55 (2001)  
 Source: *Eurobarometer, Reports N.o. 47(1997) & 49(1998) & 51 (1999) & 55 (2001)*

10.5 Internetin käyttö 1995–2002  
*Changes in Internet use 1995–2002*

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	Marras- jouluk. Nov.–Dec.	Loka- marrask. Oct.–Nov.	Loka- marrask. Oct.–Nov.	Loka- marrask. Oct.–Nov.	Loka- marrask. Oct.–Nov.	Loka- marrask. Oct.–Nov.	Loka- marrask. Oct.–Nov.	Huhti- toukok. Apr.–May
	%							
Käyttänyt ainakin joskus <i>At least sometimes</i>	10	20	29	38	51	59	67	69
Vähintään kerran viikossa <i>At least once a week</i>	5	11	18	28	38	47	54	55
Päivittäin/lähes päivittäin <i>On a daily/nearly daily basis</i>	2	5	8	14	21	27	35	35
Kotoa viikottain <i>Weekly from home</i>	2	5	8	14	21	30	37	39
Työpaikalta viikottain <i>Weekly from workplace</i>	2	5	8	13	17	23	27	30
Opiskelupaikalta viikottain <i>Weekly from place of study</i>	3	5	7	9	9	9	9	9
Myös muuhun kuin sähköpostiin <i>For other purposes besides e-mail</i>	..	18	25	34	43	54	61	64

15–74-vuotias väestö. – *Population aged 15–74 years.*

Lähde: Taloustutkimus, Internet Tracking  
 Source: Taloustutkimus, Internet Tracking

10.6 Internetin käyttötarkoitukset 1998–2002  
Use of Internet 1998–2002

	1998	2002
	% väestöstä % of population	
Käytössä Internet-yhteys <i>Has access to Internet, total</i>	35	62
	% käyttäjistä % of users	
Käyttää – Uses:		
Viestintäpalveluita – <i>Communication services</i>	70	76
• sähköpostia – <i>E-mail</i>	68	74
• ilmoitustauluja, uutisryhmiä <i>bulletin boards, newsgroups</i>	16	16
Tietopalveluita – <i>Information services</i>	83	..
• asiatietoa – <i>topics of respondents' own interest</i>	76	..
• lehtiä ym. – <i>newspapers, newsletters</i>	46	42
• viranomaistietoa <i>official sources of information</i>	50	54
• online-tietopankkeja – <i>online databases</i>	40	..
Asiointipalveluita – <i>Transaction services</i>	54	..
• pankkipalveluita – <i>banking services</i>	37	64
• taloustietopalveluita – <i>financial information</i>	15	..
• sähköisiä kauppapalveluita <i>electronic shopping</i>	12	19
• ohjelmistojen imurointia <i>software downloading</i>	25	..
• lipunmyyntipalveluita – <i>booking of tickets</i>	4*	5
Viihdepalveluita – <i>Entertainment services</i>	5*	..
Koulutuspalveluita – <i>Education services</i>	12	..
Muita palveluita – <i>Other services</i>	8	..

\* Käyttää kotona. – *Uses at home.*

Tiedot 15–74-vuotiaasta väestöstä. – *Population aged 15–74 years.*

Lähde: Tilastokeskus, Tietoyhteiskuntatilastot

Source: Statistics Finland, Information society statistics

## 10.7 12 käytetyintä Suomalaista WWW -mediasivustoa (Toukokuu 2002) Top twelve Finnish media WWW media pages (May 2002)

	Kävijät – Visitors	Käynnit – Visits	Käyntejä/Kävijä – Visits/Visitor
MTV3 Internet	1 045 183	5 357 740	5,1
YLE	638 401	2 413 253	3,8
Helsingin Sanomat	582 048	2 344 905	4,0
Ilta-Sanomat	482 306	2 410 016	5,0
Iltalehti	479 355	2 243 172	4,7
Mikrobitti	331 457	1 199 296	3,6
City.fi	275 884	1 285 480	4,7
KissFM	254 900	957 407	3,8
Arena Partners-lehdet	182 963	641 495	3,5
Kauppalehti Online	143 125	845 654	5,9
Talentum.com	136 965	461 855	3,4
Nelonen	134 333	245 806	1,8

MTV3 = domainit mtv3.fi, luukku.com

Arena Partnes-lehdet = ilka.fi, kaleva.fi, keskipohjanmaa.net, keskisuomalinen.fi, pohjalainen.fi, savonsanomat.fi, vasabladet.fi

Talentum.com = kaikki Talentum konsernin verkkopalvelut

Lähteet: <http://www.toy.fi/tuotteet/wtmresults.htm>

<http://www.gallupweb.com/wmstat.htm>

Sources: <http://www.toy.fi/tuotteet/wtmresults.htm>

<http://www.gallupweb.com/wmstat.htm>

## 10.8 Verkkoledet 1997–2002 Number of Internet newspapers and magazines 1997–2002

	1997	1998	2000	2001	2002
	Syksy – Autumn	Syksy – Autumn	Kevät – Spring	Kevät – Spring	Kevät – Spring
<b>Sanomalehdet yhteensä</b>					
<b>Newspapers total</b>	<b>33</b>	<b>50</b>	<b>73</b>	<b>80</b>	<b>100</b>
• päivälehdet – <i>dailies</i>	22	34	42	47	51
• harvemmin ilmestyvät – <i>non-dailies</i>	11	16	31	33	49
<b>Aikakauslehdet yhteensä</b>					
<b>Magazines total</b>	<b>90</b>	<b>116</b>	<b>138</b>	<b>..</b>	<b>209</b>
• tekniikka – <i>technology</i>	6	..	11	..	17
• talous – <i>business magazines</i>	4	..	5	..	8
• urheilu – <i>sports</i>	3	..	12	..	19
• kulttuuri- ja mielipidelehdet <i>culture and opinion journals</i>	7	..	13	..	27
• harrasteet – <i>hobbies</i>	16	..	9	..	15
• tiedelehdet – <i>scientific journals</i>	3	..	7	..	12
• opiskelijalehdet – <i>student magazines</i>	15	..	15	..	21
• järjestölehdet <i>trade and organization magazines</i>	20	..	28	..	35
• muut lehdet – <i>other magazines</i>	16	..	38	..	55

Huom. Laskelmassa mukana vain ne lehtien kotisivut, jotka sisältävät ainakin jossain määrin toimituksellista aineistoa.

Note. Including homepages providing at least some news/editorial material.

Lähteet: <http://www.sanomalehdet.fi/fi/linkit/index.shtml>

<http://www.journalistiliitto.fi/linkit/lehdet.html>

Sources: <http://www.sanomalehdet.fi/fi/linkit/index.shtml>

<http://www.journalistiliitto.fi/linkit/lehdet.html>

10.9 CD-romien myynti 1994–2001  
*Sales of CD-roms 1994–2001*

	Käyvin hinnoin <i>Current prices</i>	Kiintein (2001) hinnoin <i>Fixed (2001) prices</i>
	Milj. € – € million	Milj. € – € million
1994	3	4
1995	8	9
1996	25	28
1997	34	37
1998	37	40
1999	34	36
2000	36	37
2001	33	33
Siitä 2001 – <i>Of which in 2001</i>	%	
• pelit – <i>games</i>	n. 60	
• multimediatuotteet <i>multimedia products</i>	n. 40	

Lähteet: *Figma*

Suomen Kustanusyhdistys  
 Tilastokeskus

Sources: *Figma*

The Finnish Book Publishers' Association  
 Statistics Finland

10.10 Kotimaisten CD-rom -julkaisujen ja levykkeiden nimikemäärä ja myynti 1995–2001  
 CD-roms and other off-line multimedia products: number and sales of domestic titles 1995–2001

Nimikkeitä Titles	1995		1996		1997		1998		1999		2000		2001	
	Kpl Titles	%	Kpl Titles	%	Kpl Titles	%	Kpl Titles	%	Kpl Titles	%	Kpl Titles	%	Kpl Titles	%
Oppimateriaali Education	11	19	19	28	70	54	42	25	43	23	63	30	..	..
Muu asiatieto Non-fiction	10	17	39	57	52	40	92	54	83	45	78	38	..	..
Fiktio, viihde Fiction, entertainment	38	64	11	16	8	6	36	21	58	32	66	32	..	..
Yhteensä – Total	59	100	69	100	130	100	170	100	184	100	207	100	..	..

Myynti Sales	1995		1996		1997		1998		1999		2000		2001	
	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%
Oppimateriaali Education	0,1	5	0,6	22	1,1	22	0,2	4	0,3	6	0,4	5	0,2	2
Muu asiatieto Non-fiction	0,9	64	1,9	70	3,8	74	4,0	73	3,9	71	4,6	72	4,7	57
Fiktio, viihde Fiction, entertainment	0,4	31	0,2	7	0,2	4	1,3	23	1,3	24	1,4	22	3,4	41
Yhteensä – Total	1,3	100	2,7	100	5,2	100	5,5	100	5,5	100	6,4	100	8,3	100

Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenyritysten tuotanto ja myynti.  
 Production and sales by members of the Finnish Book Publishers' Association.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys  
 Source: The Finnish Book Publishers' Association



**10.11 Kotitietokoneiden ja TV-pelikonsolien vähittäismyynti 1990–2001**  
*Retail sales of PCs and TV-game consoles 1990–2001*

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos Change 2001/2000
1 000 kpl – 1 000 units													
Kotitietokoneet – PCs	55	30	25	20	20	60	80	120	110	120	130	130	0,0
Pelikonsolit – Game consoles	..	..	45	45	25	20	31	84	120	160	178	195	9,6

\* Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja.  
*Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.*

Lähde: Kodintekniikkaliitto  
 Source: Domestic Appliances Association.

**10.12 Kotitietokoneiden ja TV pelikonsolien keskihinnat ja myynnin arvo 1990–2001**  
*Average prices and sales volumes of PCs and TV game consoles 1990–2001*

		1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Muutos Change 2001/2000	
Kotitietokoneet PCs	Keskihinta, € Average price €		841	1 682	1 514	1 379	1 346	1 093	1 009	1 009	0,0
	Arvo, milj. € Sales volume € million		46	101	121	165	148	190	190	131	-31,0
	TV pelikonsolit TV games consoles	Keskihinta, € Average price €		–	235	185	168	143	118	126	135
Arvo, milj. € Sales volume € million			–	5	6	14	17	18	22	26	17,3

\* Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja.  
*Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.*

Lähde: Kodintekniikkaliitto  
 Source: Domestic Appliances Association.

# 11 Joukkoviestinnän julkinen tuki

Valtio tukee taloudellisesti joukkoviestinnän sektoreista lähinnä sanoma- ja aikakauslehdistöä, kirjallisuutta, kirjastoja ja elokuvaa. Muiden sektorien tuki on vähäistä. Käytössä on useita erilaisia tukimuotoja: yritystukea, projektitukea, taiteilija- ja kohdeapurahoja, taiteilijapalkintoja, toiminta-avustuksia, jne.

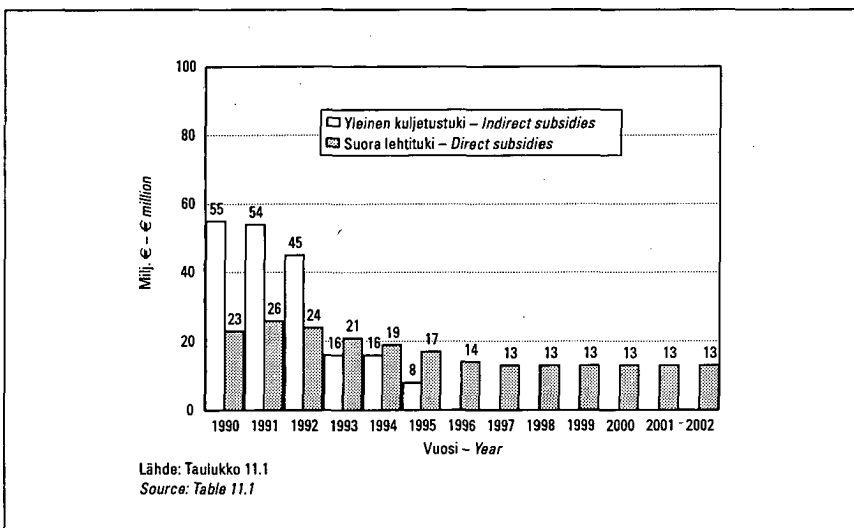
## Sanoma- ja aikakauslehdistön tuki

Sanoma- ja aikakauslehdille jaetaan kolmea eri tukea: valikoivaa lehdistötukea, puoluelehtitukea ja kulttuurilehtitukea. Yhteensä lehtitukeen käytettiin 13,4 miljoonaa euroa vuonna 2002. (Taulukko 11.1.)

Valtioneuvosto myöntää valikoivaa lehdistötukea sanomalehtien kuljetus-, jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseen, lehtien kehittämishankkeisiin sekä uutis- ja tietotoimistojen toimintaan. Vuonna 2002 valikoivaa tukea jaettiin yhteensä viisi miljoonaa euroa 24 lehdelle. Puoluelehtitukea valtioneuvosto myöntää eduskunta- puolueiden lehdille ja puolueiden sähköiseen julkaisu- toimintaan sekä Ahvenanmaan maakunnalle tiedotustoimintaan. Tuki, 7,6 miljoonaa euroa vuonna 2002, annetaan puolueiden käytettäväksi niiden edustajapaikkojen lukumäärän suhteessa.

Kuvio 11.1 Valtion tuki lehdistölle 1990–2002

Figure 11.1 Government subsidies to the print press 1990–2002



Kulttuurilehtituki on pienin lehdistötuista. Se on tarkoitettu aikakauslehdille, jotka pitävät yllä kulttuurista, tieteestä, taiteesta tai uskonnosta käytävää keskustelua. Vuonna 2002 kulttuurilehtitukea jaettiin 112 lehdelle sekä yhdeksälle muulle hakijalle yhteensä 0,8 miljoonaa euroa. Kulttuurilehtituki perustettiin vuonna 1994 yhdistämällä uskonnollisten lehtien ja mielipidelehtien tuet. (Taulukko 11.1.)

Lehdistön tuen määrä ja tukimuodot ovat pysyneet ennallaan viime vuosina. 1990-luvun ensimmäisellä puoliskolla tukia sen sijaan supistettiin ja uudistettiin huomattavasti. Vuonna 1990 lehdistöä tuettiin yhteensä peräti 77,6 miljoonalla eurolla. Suurin tukimuoto tuolloin oli yleinen kuljetustuki, 55 miljoonaa euroa eli 71 prosenttia koko lehtituesta. Kuljetustuki oli luonteeltaan epäsuoraa taloudellista tukea. Posti (nyk. Suomen Posti Oyj) myönsi alennusta lehdille jakelumaksuista, jonka valtio vuorostaan korvasi Postille. Yleisestä kuljetustuesta kaksi kolmasosaa kohdistui sanoma- ja paikallislehdille ja yksi kolmasosa aikakauslehdille. Ensin yleistä kuljetustukea supistettiin asteittain ja sen käyttötarkoitusta rajattiin koskemaan taloudellisesti kannattamatonta jakelua. Tukimuoto lakkautettiin vuonna 1996. Myös muuta lehdistötukea supistettiin 1990-luvulla. Esimerkiksi sanomalehtien yhteisjakelun tukeminen lopetettiin vuonna 1996. (Taulukko 11.1.)

## *Kirjan ja kirjastojen tuki*

Valtion kirjallisuustuki on pääasiassa erilaisina apurahoina jaettavaa kirjailijatukea. Kirjailijoiden lisäksi tuetaan jonkin verran kustantajia, kirjallisuuden yleistä edistämistä ja alan järjestöjä. Vuonna 2000 varsinaisen kirjallisuustuen kokonaismäärä oli noin kuusi miljoonaa euroa (taulukko 11.2). Lisäksi vuosittain pienehkö osa muusta kulttuurituesta ja -palkinnoista myönnetään erilaisille kirjahankkeille.

Kirjailijatukea jaettiin vuonna 2000 yhteensä 4,2 miljoonaa euroa, josta noin puolet käytettiin kirjastokorvausapurahoihin ja puolet erilaisiin taiteilija- ja kohdeapurahoihin. Kirjastokorvausapurahajärjestelmä on perusteiltaan tekijänoikeudellinen: se on luotu korvaamaan kirjailijoille heidän teostensa lainaus kirjastoissa. Apurahoja ei ole kuitenkaan sidottu hakijoiden teosten määriin kirjastojen kokoelmissa tai niiden lainaukseen. Kirjastokorvausapurahoihin osoitetaan vuosittain valtion tulo- ja menoarviossa kymmenen prosenttia yleisten kirjastojen kirjahankintamäärärahoista. (Taulukko 11.2.)

Muut kirjallisuustuen muodot ovat selvästi kirjailijatukea pienempiä. Esimerkiksi kirjojen julkaisemista ja levitystä tuettiin noin miljoonalla eurolla vuonna 2000. (Taulukko 11.2.)

Valtion osallistumista yleisten kirjastojen kustannuksiin voidaan pitää kirjojen jakelun ja lukemisen tukemisena. Kirjastojen toiminnan monipuolistuessa tuki kohdistuu myös muun muassa videoille ja äänitteille. Vuonna 2002 kirjastoja tuettiin yhteensä 93,6 miljoonalla eurolla, josta 87,6 miljoonaa käytettiin kirjastojen käyttö-

menoihin ja kuusi miljoonaa uusien kirjastojen perustamiskustannuksiin. Valtion kirjastotukea supistettiin jonkin verran 1990-luvun alkuvuosina, mutta viime vuosina tuen määrä on jälleen kasvanut hieman. (Taulukko 11.3.)

## Elokuvan tuki

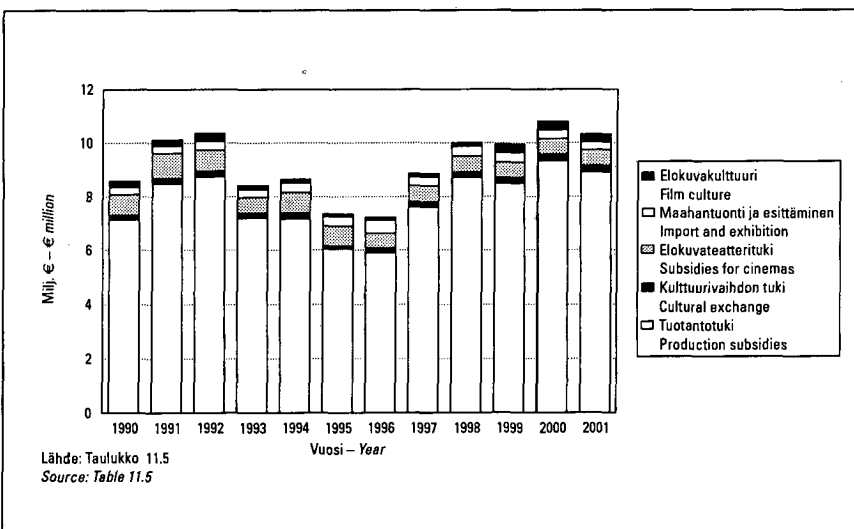
Valtion elokuvatuki on toisaalta yrityksille tarkoitettua tukea elokuvien tuotantoon, jakeluun ja esittämiseen sekä toisaalta taiteilijatukea elokuva-alan ammattilaisille. Jonkin verran tuetaan myös elokuvakulttuurin edistämistä ja järjestöjä.

Elokuvien tuotanto- ja levitystuki sekä elokuvateatterituki on kanavoitu pääasiassa Suomen elokuvasäätiön kautta. Vuonna 2001 Elokuväsäätiön tukimäärärahat olivat yhteensä 10,3 miljoonaa euroa, josta 8,9 miljoonaa oli tuotantotukea (taulukko 11.5 ja kuvio 11.2). Elokuväsäätiön määrärahoja leikattiin paljon 1990-luvun alkupuolella, mutta vuosikymmenen lopulla tilanne jälleen parantui. Säätiön budjetitirahoitus kasvoi ja lisäksi tv-lupamaksutuloista kanavoitiin vuosittain 12 miljoonaa markkaa audiovisuaaliseen tuotantoon, siis myös elokuvatuotantoon. Elokuvataidoitumikunta jakaa vuosittain tuotantoyrityksille kotimaisten elokuvien laatutukea 252 000 euroa (taulukko 11.4).

Elokuva-alan taiteilijatuki on huomattavasti pienempää kuin elokuvasäätiön kautta kanavoitu tuki. Toki valtaosa Elokuväsäätiönkin tuesta kohdistuu viime kädessä elokuvantekijöille työtilaisuuksina. Elokuvan taiteilijatuen muodot ovat pitkälti samat kuin muillakin taiteenaloilla eli lähinnä taiteilija-apurahoja, kohdeapura-

Kuvio 11.1 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta 1990–2002

Figure 11.1 Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation 1990–2002



hoja ja palkintoja. Taiteilijatukena elokuvantekijöille jaetaan vuosittain noin puoli miljoonaa euroa. (Taulukko 11.5.)

Suomalainen elokuva-ala saa tukea myös kansainvälisistä rahastoista. Tärkeimmät tällaiset rahastot ovat Pohjoismainen elokuva- ja tv -rahasto, Euroopan Neuvoston Eurimages-rahasto sekä Euroopan Unionin Media Plus -ohjelma. Ne tukevat lähinnä elokuvien tuotannon eri vaiheita sekä elokuvien jakelua ja esittämistä. Suomi osallistuu näiden rahastojen rahoitukseen. Pohjoismainen elokuva- ja tv-rahasto myönsi tukea suomalaisille pitkille ja lyhyille elokuville yhteensä 0,9 miljoonaa euroa vuonna 2001 (taulukko 11.13). Samana vuonna EurImages-rahastosta saivat tukea yksi suomalainen elokuva sekä yksi elokuva, jossa suomalainen tuotantoyhtiö oli mukana osatuottajana merkittävällä osuudella. Yhteensä näille kahdelle elokuvalle myönnettiin 0,4 miljoonaa euroa. Kyseessä on elokuvien kokonaistuki, josta osa kohdentuu elokuvissa tuottajina olleiden ulkomaisten yritysten rahoitusosuuteen. Media Plus -ohjelmasta myönnettiin suomalaisten elokuvien kehittelyyn, leviytykseen ja markkinointiin yhteensä hieman yli miljoonaa euroa vuonna 2001 (taulukko 11.12).

## *Kollektiivisesti jaettavat tekijänoikeuskorvaukset*

Joukkoviestinnän tekijänoikeuksien valvontaan ja tekijänoikeudellisiin korvauksiin liittyvät kollektiiviset sopimusjärjestelyt yleistyivät 1970- ja 1980-luvuilla. Eräin osin korvausten hallinnointi ja jako sai julkista tukea muistuttavia piirteitä. Perusluonteeltaan tekijänoikeuskorvaukset ovat kuitenkin yksityisoikeudellisia korvauksia teosten käytöstä tekijöille.

Yksi keskeinen tällaisten kollektiivisesti jaettavien tekijänoikeusrahojen lähde on kasettimaksu. Se on tyhjen ääni- ja videokasettien sekä -levykkeiden hintaan sisältyvä tekijänoikeudellinen korvausosuus. Vuonna 2002 kasettimaksun nettotuotto oli yhdeksän miljoonaa euroa (taulukko 11.6). Tuotto laski 1990-luvun alkuvuosina minuuttihinnan alentamisen, maksuvelvollisuuden kiertämisen yleistymisen ja taloudellisen taantumun seurauksena, mutta viime vuosina tuotto on jälleen kasvanut.

Kasettimaksun tuoton käyttösuunnitelman vahvistaa vuosittain opetusministeriö. Äänikaseteista kertyneistä maksuista 65 prosenttia maksetaan suoraan oikeudenhaltijoille ja 35 prosenttia tekijänoikeudellisille yhteisöille. Kuvakasettien maksuista puolet tilitetään oikeudenhaltijoille ja puolet yhteisöille. Tekijänoikeudellisten yhteisöjen osuus käytetään lähinnä elokuvan, videon, äänitteiden, musiikin, kirjallisuuden ja kuvataiteiden tukemiseen. (Taulukko 11.7.)

Videotuotannolle ja -levitykselle tärkeä tuen lähde on Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus AVEK, jonka toiminta rahoitetaan pitkälti juuri kasettimaksuilla. Niin ikään äänitetuotantoa tukevan ESEK:in rahoituksesta osa tulee kasettimaksuista. (Taulukot 11.8 ja 11.9.)

Valokopiointikorvaus on toinen joukkoviestintään liittyvä tekijänoikeudellinen korvaus. Sen tuotto jaetaan Kopioston tekijöitä ja teosten kustantajia edustavien jäsenjärjestöjen kautta kollektiivikäyttöön. Vuonna 2002 valokopiointikorvauksia kerättiin hallinnolta, kouluilta, yrityksiltä ja muilta organisaatioilta yhteensä noin 5,6 miljoonaa euroa. (Taulukot 11.10 ja 11.11.)

## Tilastointi

Osa joukkoviestinnän julkiseen tukeen suunnatuista määrärahoista löytyy valtion tulo- ja menoarvioista sekä valtion tilinpäätöksistä opetusministeriön ja liikenne- ja viestintäministeriön pääluokkien eri momenteilta. Loput tiedoista on saatu suoraan ko. ministeriöistä tai niiden kotisivuilta.

Opetusministeriön hallinnonalan kulttuuri- ja viestintämäärärahojen käytöstä julkaistaan tietoja taiteen keskustoimikunnan vuosikertomuksissa ja sen julkaisemassa Arsis-lehdessä.

Suomen elokuvasäätiö tilastoi ja erittelee vuosikertomuksissaan hallinnoimansa elokuvatuen jakautumisen eri tukikohteisiin.

Tiedot kasettimaksutuottojen ja valokopioinnin korvausten käytöstä löytyvät opetusministeriön vuosittaisista kasettimaksun käyttöpäätöksistä sekä tekijänoikeusjärjestöjen vuosikertomuksista.

## Täydentävää kirjallisuutta

*Elokuvan rahoitustyöryhmän raportti.* Opetusministeriön muistioita 25:1996. Helsinki 1996.

Kulttuuritilasto 2001. Luku 1. Kulttuurin rahoitus ja kulutus. Kulttuuri ja viestintä 2002:1. *Tilastokeskus.* Helsinki.

*Stockmann, D., Bengtson, N. ja Repo, Y.:* Kirja Suomessa. Tekijöistä lukijaan – kirja-alan tukitoimet ja kehittäminen. Opetusministeriön kulttuuripolitiikan osaston julkaisuja 2000/1.

*Lehdistötuki 2000.* Lehdistötuen jakoperusteet, vaikutukset ja tulevaisuuden tarpeet. Liikenneministeriön julkaisuja 23/99. Helsinki 1999.

## Taulukot – Tables

- 11.1 Valtion tuki lehdistölle 1980–2002  
*Government subsidies to the printed press 1980–2002*
- 11.2 Kirjallisuuden tuki 1998–2000  
*Government subsidies to literature 1998–2000*
- 11.3 Valtion tuki kirjastoille 1980–2002  
*Government subsidies to public libraries 1980–2002*
- 11.4 Elokvataiteen tuki 1998–2000  
*Government subsidies to film and cinema 1998–2000*
- 11.5 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta 1990–2001  
*Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation 1990–2001*
- 11.6 Kasettimaksun nettotuotto 1985–2001  
*Net returns from cassette fee 1985–2001*
- 11.7 Vuosien 1990–2000 kasettimaksun käyttö  
*Allocation of cassette fee of years 1990–2000*
- 11.8 AVEKin tukitoiminta 2000/2001  
*Grants and subsidies from the Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland (AVEK) 2000/2001*
- 11.9 Esittävän säveltaiteen edistämiskeskus ESEKin tuki 2001  
*Grants and subsidies from the Finnish Performing Music Promotion Centre (ESEK) 2001*
- 11.10 Kopioston perimät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1985–2001  
*Royalties collected by Copyright Office Kopiosto for photocopying 1985–2001*
- 11.11 Kopioston tilittämät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1999–2001  
*Photocopying royalties disbursed by Kopiosto 1999–2001*
- 11.12 Suomalaisten hakijoiden EU:n Media Plus ohjelmasta saama tuki 2001  
*Support from the Media Plus programme of the EU in 2001*

## Kuviot – Figures

- 11.1 Valtion tuki lehdistölle 1990–2002  
*Government subsidies to the print press 1990–2002*

11.1 Valtion tuki lehdistölle 1980–2002  
 Government subsidies to the printed press 1980–2002

Tukimuoto Type of subsidy	1980		1985		1990		1995		1996		1997	
	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%
<b>Valikoiva lehdistötuki*</b> <i>Selective press subsidies*</i>												
• valtioneuvoston jakama <i>From Council of State</i>	5,4	11,4	7,6	10,2	11,1	14,3	7,6	30,0	7,6	53,9	6,7	50,3
• puolueiden kautta – through <i>political parties</i>	5,4	11,4	7,6	10,2	7,6	9,8	5,9	23,3	5,9	41,9	5,9	44,0
• uutis- ja tietotoimistojen tuki ** – <i>subsidies for</i> <i>news agencies**</i>	0,5	1,0	0,8	1,0	1,0	1,3	–	–	–	–	–	–
Sanomalehtien yhteisjakelutuki <i>Subsidies for joint newspaper</i> <i>delivery systems</i>	0,1	0,1	1,1	1,5	2,6	3,4	2,9	11,3	–	–	–	–
Mielipidelehtituki**** <i>Subsidies for opinion</i> <i>journals****</i>	0,2	0,3	0,2	0,3	0,4	0,5	} 0,7	2,7	0,6	4,2	0,8	5,7
Uskonnollisten lehtien tuki**** <i>Subsidies for religious</i> <i>journals****</i>	0,2	0,5	0,3	0,3	0,3	0,4						
Kulttuurilehtituki**** <i>Subsidies for cultural</i> <i>periodicals****</i>												
Suora lehtituki yhteensä <i>Direct press subsidies total</i>	11,8	24,7	17,7	23,5	22,7	29,3	17,0	67,3	14,0	100,0	13,4	100,0
Yleinen kuljetustuki***** <i>Transport subsidies*****</i>	35,3	74,9	56,2	76,1	54,9	70,7	8,2	32,7	–	–	–	–
<b>Tuki yhteensä</b> <b><i>Subsidies total</i></b>	<b>47,0</b>	<b>100,0</b>	<b>73,9</b>	<b>100,0</b>	<b>77,6</b>	<b>100,0</b>	<b>25,2</b>	<b>100,0</b>	<b>14,0</b>	<b>100,0</b>	<b>13,4</b>	<b>100,0</b>



11.1. Jatkuu  
Continued

Tukimuoto Type of subsidy	1998		1999		2000		2001		2002	
	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%
Valikoiva lehdistötuki* Selective press subsidies*										
• valtioneuvoston jakama From Council of State	6,7	50,3	5,0	37,7	5,0	37,7	5,0	37,7	5,0	37,3
• puolueiden kautta through political parties	5,9	44,0	7,6	56,6	7,6	56,6	7,6	56,6	7,6	56,7
• uutis- ja tietotoimistojen tuki ** – subsidies for news agencies**	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sanomalehtien yhteisjakelutuki Subsidies for joint newspaper delivery systems	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Kulttuurilehtituki*** Subsidies for cultural periodicals***	0,8	5,7	0,8	5,7	0,8	5,7	0,8	5,7	0,8	6,0
Suora lehtituki yhteensä Direct press subsidies total	13,4	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0
Yleinen kuljetustuki**** Transport subsidies****	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
<b>Tuki yhteensä</b> <b>Subsidies total</b>	<b>13,4</b>	<b>100,0</b>	<b>13,4</b>	<b>100,0</b>	<b>13,4</b>	<b>100,0</b>	<b>13,4</b>	<b>100,0</b>	<b>13,4</b>	<b>100,0</b>

\* Tuki sanomalehdistön kuljetus- jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseen – Money to subsidize transport, delivery and other costs.

\*\* Uutis- ja tietotoimistojen sekä niiden asiakaslehtien telekustannusten alentamiseen  
Money to subsidize telecommunications costs of news agencies and their clients.

\*\*\* Mieliopilehtien ja uskonnollisten lehtien tuki yhdistettiin kulttuurilehtitueksi vuonna 1994.  
Subsidies for opinion journals and religious journals were combined into subsidies for cultural periodicals in 1994.

\*\*\*\* Tuki maksettiin Posti- ja telelaitokselle/Suomen Posti Oy:lle lehtien kuljetusmaksujen alentamiseksi. Momentin nimike muutettiin vuoden 1994 talousarviossa: Lehtien maaseutujakelun korvaus. – The subsidies were paid to the Posts for delivery costs. In 1994 the subsidy was redefined as compensation for newspaper deliveries in rural areas.

Lähteet: Valtion tilinpäätökset, Valtion tulo- ja menoarvioesitykset  
Sources: State Budgets and Final accounts

11.2 Kirjallisuuden tuki 1998–2000\*  
Government subsidies to literature 1998–2000\*

	1998		1999		2000	
	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%
<b>Tuotanto/levitys</b> <b>Production/distribution</b>	<b>1 024</b>	<b>16,6</b>	<b>1 014</b>	<b>17,4</b>	<b>1 021</b>	<b>16,9</b>
Kirjallisuuden edistäminen – <i>Promotion of literature</i>	145	2,4	143	2,5	150	2,5
Suomalaisen kirjallisuuden kääntäminen & julkaiseminen <i>Translation and publication of Finnish literature</i>	202	3,3	230	4,0	230	3,8
Julkaisutuki – <i>Publication subsidies</i>	94	1,5	94	1,6	94	1,6
Ostotuki – <i>Purchasing subsidies</i>	550	8,9	505	8,7	505	8,3
Selkokiellisen kirjallisuuden tuki <i>Publication of easy to-read books</i>	42	0,7	42	0,7	42	0,7
<b>Harrastus/tiedotus</b> <b>Promotion/Information</b>	<b>350</b>	<b>5,7</b>	<b>350</b>	<b>6,0</b>	<b>405</b>	<b>6,7</b>
Lukemisen ja luovan kirjoittamisen edistäminen <i>Promotion of reading and writing</i>	131	2,1	131	2,3	131	2,2
Alueellisten taidetoimikuntien valtionavustukset <i>State subsidies by regional arts councils</i>	..	..	..	..	56	0,9
Suomen kirjallisuuden tiedotuskeskuksen toiminta – <i>The Finnish Literature Information Centre</i>	135	2,2	135	2,3	135	2,2
Suomen Nuorisokirjallisuuden instituutti <i>Finnish Institute for Children's Literature</i>	84	1,4	84	1,4	84	1,4
<b>Kirjallisuuden alan järjestöt</b> <b>Writers' associations</b>	<b>202</b>	<b>3,3</b>	<b>219</b>	<b>3,8</b>	<b>219</b>	<b>3,6</b>
<b>Taiteilijat – Artists</b>	<b>4 241</b>	<b>68,6</b>	<b>4 026</b>	<b>69,1</b>	<b>4 206</b>	<b>69,5</b>
Palkinnot – <i>Prizes</i>	42	0,7	59	1,0	50	0,8
Kirjastokorvaukset – <i>Authors' library fees</i>	2 380	38,5	2 318	39,8	2 324	38,4
Kohdeapurahat** – <i>Project grants**</i>	52	0,8	72	1,2	85	1,4
Taiteilija-apurahat/taiteilijaprofessorit <i>Government arts grants</i>	1 564	25,3	1 573	27,0	1 544	25,5
Alueellisten taidetoimikuntien apurahat <i>Grants from the regional arts councils</i>	202	3,3	..	..	202	3,3
<b>Muu tuki *** – Other subsidies ***</b>	<b>363</b>	<b>5,9</b>	<b>224</b>	<b>3,8</b>	<b>199</b>	<b>3,3</b>
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>6 180</b>	<b>100,0</b>	<b>5 829</b>	<b>100,0</b>	<b>6 050</b>	<b>100,0</b>

\* Kauno- ja tietokirjallisuuden tuki – *Subsidies to fiction and non-fiction.*

\*\* Sisältää kohde-, matka- ja lastenkulttuuriin apurahat – *Incl. project grants, travel grants and grants for children's culture.*

\*\*\* Sisältää muun taiteen alan tuen, valtakunnalliset tapahtumat ja tuen kv. yhteistoiminnalle.  
*Includes other subsidies, national cultural events and subsidies to international co-operation.*

Lähteet: Taiteen keskuslaitos, opetusministeriö, valtion tulo- ja menoarviot sekä tilinpäätökset.  
*Sources: The Arts Council of Finland, The Ministry of Education, State budgets and Balance sheets.*

11.3 Valtion tuki kirjastoille 1980–2002  
*Government subsidies to public libraries 1980–2002*

Tukimuoto <i>Type of subsidy</i>	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	€ milj. – € million														
Valtionosuus yleisten kirjastojen käyttö-kustannuksiin <i>State subsidies to cover overheads</i>	34,8	64,5	104,4	117,9	124,6	102,1	96,7	83,6	86,1	82,6	77,7	76,7	80,2	82,6	87,6
Valtionosuus kirjastojen perustamiskustannuksiin <i>State subsidies to cover establishment expenses</i>	3,4	4,2	7,0	6,7	6,8	6,6	5,9	4,9	6,7	6,4	7,1	6,1	6,1	6,1	6,0
Rakennuslainat kirjastoille <i>Construction loans</i>	0,7	1,9	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>38,9</b>	<b>70,5</b>	<b>111,4</b>	<b>124,6</b>	<b>131,4</b>	<b>108,6</b>	<b>102,6</b>	<b>88,5</b>	<b>92,8</b>	<b>89,0</b>	<b>84,8</b>	<b>82,7</b>	<b>86,3</b>	<b>88,6</b>	<b>93,6</b>

Lähde: Valtion tilinpäätökset; Valtion tulo- ja menoarviot  
 Source: *State Budgets and Final accounts*

## 11.4 Elokvataiteen tuki 1998–2000

### Government subsidies to film and cinema 1998–2000

	1998		1999		2000	
	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%
<b>Tuotanto – Production</b>	<b>9 133</b>	<b>67,6</b>	<b>8 830</b>	<b>63,5</b>	<b>8 830</b>	<b>67,5</b>
Kotimaisen elokuva- televisio- ja videotuotannon tuki * <i>Finnish film and programme production *</i>	7 468	54,0	7 400	53,2	7 400	56,6
Elokuvan laatutuki – <i>Quality support</i>	252	1,9	252	1,8	252	1,9
Suomen elokuvasäätiö – <i>Finnish Film Foundation</i>	1 009	8,7	1 177	8,5	1 177	9,0
Suomen elokuvasäätiön ja TV-yhtiöiden ennakko-ostopöytäkirjat – <i>Co-funding agreements with TV companies</i>	404	3,0	–	–	–	–
<b>Jakelu – Distribution</b>	<b>1 167</b>	<b>8,6</b>	<b>1 800</b>	<b>12,9</b>	<b>790</b>	<b>6,0</b>
Jakelun ja elokuvateatterien tuki ** <i>Distribution and cinema subsidies **</i>	579	4,3	1 009	7,3	–	–
Alueelliset elokuvakeskukset <i>Regional cinema centres</i>	264	2,0	286	2,1	320	2,4
Elokvakulttuurin tuki – <i>Promotion of film culture</i>	168	1,2	168	1,2	168	1,3
Elokvataiteen kv. edistäminen ja valtakunnalliset festivaalit – <i>Film festivals and international promotion of films</i>	–	–	336	2,4	303	2,3
Valtakunnalliset kulttuuritapahtumat <i>Nation-wide cultural events</i>	156	1,2	–	–	–	–
<b>Alueellisten taidetoimikuntien valtion avustukset</b> <b><i>State subsidies from regional arts councils</i></b>	<b>..</b>	<b>..</b>	<b>..</b>	<b>..</b>	<b>39</b>	<b>0,3</b>
<b>Järjestöt – Organizations</b>	<b>284</b>	<b>2,1</b>	<b>303</b>	<b>2,2</b>	<b>303</b>	<b>2,3</b>
<b>Suomen elokuva-arkisto – Finnish Film Archive</b>	<b>2 310</b>	<b>17,1</b>	<b>2 475</b>	<b>17,8</b>	<b>2 496</b>	<b>19,1</b>
<b>Taiteilijat – Artists</b>	<b>487</b>	<b>3,6</b>	<b>447</b>	<b>3,2</b>	<b>536</b>	<b>4,1</b>
Palkinnot – <i>Prizes</i>	34	0,2	38	0,2	29	0,2
Kohdeapurahat *** – <i>Project grants ***</i>	37	0,3	33	0,3	40	0,3
Taiteilija-apurahat/taiteilijaprofessuurit <i>Government arts grants</i>	368	2,7	376	2,7	427	3,3
Alueellisten taidetoimikuntien apurahat <i>Grants from the regional arts councils</i>	49	0,4	..	..	40	0,3
<b>Muut avustukset **** – Other subsidies ****</b>	<b>135</b>	<b>1,0</b>	<b>43</b>	<b>0,3</b>	<b>87</b>	<b>0,7</b>
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>13 515</b>	<b>100,0</b>	<b>13 898</b>	<b>100,0</b>	<b>13 081</b>	<b>100,0</b>

\* Vuonna 1998 sisältää myös jakelun tuen – *In 1998 includes also subsidies to distribution.*

\*\* Vuonna 1998 pelkästään elokuvateatterituki. – *In 1998 includes only subsidies to cinema theaters.*

\*\*\* Sisältää kohde-, matka- ja lastenkulttuurin apurahat – *Incl. project grants, travel grants and grants for children's culture.*

\*\*\*\* Sisältää muun taiteen alan tuen ja tuen kv. yhteistoiminnalle. – *Includes other subsidies and subsidies to international co-operation.*

Lähteet: Taiteen keskustoimikunta, opetusministeriö, valtion tulo- ja menoarviot sekä tilinpäätökset  
*Sources: The Arts Council of Finland, The Ministry of Education, State budgets and Balance sheets*

11.5 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta 1990–2001  
*Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation 1990–2001*

	1990		1995		1996		1997		1998		1999		2000		2001	
	1 000 €	%	1 000 €	%	1 000 €	%	1 000 €	%	1 000 €	%	1 000 €	%	1 000 €	%	1 000 €	%
	€ thou- sand		€ thou- sand		€ thou- sand		€ thou- sand		€ thou- sand		€ thou- sand		€ thou- sand		€ thou- sand	
Tuotantotuki <i>Production subsidies</i>	7 141	83	6 038	82	5 902	82	7 605	86	8 697	87	8 486	85	9 322	86	8 907	86
Kulttuurivaihdon tuki <i>Subsidies for cultural exchange</i>	163	2	110	1	172	2	185	2	210	2	226	2	247	2	251	2
Elokuvateatterituki <i>Subsidies for cinemas</i>	781	9	753	10	546	8	612	7	591	6	568	6	595	6	588	6
Maahantuonti ja esittäminen <i>Import and presentation</i>	264	3	343	5	497	7	323	4	374	4	348	4	319	3	278	3
Elokuvakulttuuri <i>Film culture</i>	225	3	98	1	106	1	135	2	128	1	310	3	308	3	303	3
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>8 574</b>	<b>100</b>	<b>7 342</b>	<b>100</b>	<b>7 224</b>	<b>100</b>	<b>8 860</b>	<b>100</b>	<b>10 001</b>	<b>100</b>	<b>9 938</b>	<b>100</b>	<b>10 791</b>	<b>100</b>	<b>10 327</b>	<b>100</b>

Lähde: Suomen elokuvasäätiön toimintakertomukset  
 Source: Finnish Film Foundation annual reports

11.6 Kasettimaksun nettotuotto 1985–2001\*  
*Net returns from cassette fee 1985–2001\**

	€ milj. – € million	Audiotuotteista – Audio products %	Videotuotteista – Video products %
1985	4	42	58
1990	10	26	74
1991	10	25	75
1992	8	21	79
1993	7	26	74
1994	8	27	73
1995	7	18	82
1996	9	18	82
1997	9	16	84
1998	8	15	85
1999	7	17	83
2000	9	24	76
2001	9	24	76

\* Maksu kerätään tekijänoikeuslain perusteella tyhjästä tallennettavista ääni- ja videokaseteista ja -levyistä. Maksun suuruuden vahvistaa opetusministeriö, joka päättää myös kertyneiden maksujen käytöstä. – The fee for blank audio and video cassettes and discs is collected in accordance with copyright legislation. The fee and its' allocation are determined by the Ministry of Education.

Lähde: Teoston toimintakertomukset  
 Source: The Finnish Composers' Copyright Society annual reports

11.7 Vuosien 1990–2000 kasettimaksun käyttö  
Allocation of cassette fee of years 1990–2000

	1990	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
	1 000 € – € thousand								
Välillisinä korvauksina <i>Indirect compensations</i>									
AVEK <i>Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland</i>	2 792	2 161	2 186	2 271	2 758	2 573	2 220	2 186	2 464
Suomen elokuvaääitiö <i>Finnish Film Foundation</i>	589	336	336	269	235	151	61	–	–
ESEK – Finnish Performing Music <i>Promotion Centre</i>	1 245	866	849	593	905	871	162	179	336
Av-musiikkituotanto (ESEK/LUSES) – <i>Audiovisual music productions</i>							555	530	597
LUSES – <i>Foundation for the Promotion of Finnish Music</i>	701	468	451	209	234	202	156	168	316
Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus <i>Copyright Information Centre</i>	42	43	43	60	68	93	93	93	98
Kirjallisuuden edistämiskeskus <i>Centre for the Promotion of Finnish Literature</i>	109	82	82	67	86	67	71	70	88
Kuvasto/WISEK <i>Kuvasto: photo copyright</i>	–	34	39	39	42	42	35	34	38
Kuurojen liitto <i>Association for the Deaf</i>	8	7	7	7	8	8	7	6	7
Suomen Tekijänoikeudellinen Yhdistys & Tekijänoikeus- instituutti – <i>Finnish Copyright Association</i>	17	87	87	87	106	106	89	86	99
Visuaalisten taiteiden edistämiskeskus/WISEK – <i>Centre for the Promotion of Visual Arts</i>	50	–	–	–	–	–	–	–	–
Teosto – <i>Finnish Composers' Copyright Society</i>	109	–	–	–	–	–	–	–	–
Siirretty erikseen jaettavaksi <i>Allocated for separate uses</i>	995	236	281	184	245	207	195	195	250
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>6 658</b>	<b>4 320</b>	<b>4 361</b>	<b>3 784</b>	<b>4 688</b>	<b>4 321</b>	<b>3 642</b>	<b>3 546</b>	<b>4 293</b>
Suorina korvauksina oikeudenhaltijoille <i>Direct compensations to copyright holders</i>	3 596	2 334	3 245	2 929	4 426	4 765	3 985	3 923	4 968

Lähde: Opetusministeriö  
Source: Ministry of Education

11.8 AVEKin tukitoiminta 2000/2001\*

*Grants and subsidies from the Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland (AVEK) 2000/2001\**

	Hyväksytyt hakemuksia <i>Applications approved</i>	Myönnetty tuki <i>Amount granted</i>	Haettu tuki <i>Amount applied for</i>	Osuus haetusta tuesta <i>Share of subsidies applied for</i>
	Kpl – No.	1 000 € – € thousand	1 000 € – € thousand	%
<b>Tuotantotuki</b> <b><i>Production subsidies</i></b>	156	1 827	2 897	63
• lyhyt- ja dokumenttielokuvat <i>Short films and documentaries</i>	90	1 603	2 434	66
• mediataide ja multimedia <i>Video art and multimedia</i>	66	224	463	48
<b>Koulutustuki</b> <b><i>Educational subsidies</i></b>	75	153	593	26
• henkilökohtaiset apurahat <i>Personal grants</i>	67	115	479	24
• muu koulutustuki <i>Other educational grants</i>	8	38	114	33
<b>Festivaali- ja muu av-kulttuurin tuki – Support for festivals and audiovisual culture</b>	24	151	269	56
<b>Kansainvälistymistuki</b> <b><i>International co-productions</i></b>	46	108	190	57
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>301</b>	<b>2 239</b>	<b>3 949</b>	<b>57</b>

\* Toiminta rahoitetaan kasettimaksuvaroista – *Funded through cassette fees.*

11.9 Esittävän säveltaiteen edistämiskeskus ESEKin tuki 2001\*

*Grants and subsidies from the Finnish Performing Music Promotion Centre (ESEK) 2001\**

	1 000 € € thousand	Kevyt musiikki <i>Light music</i>	Vakava musiikki <i>Serious music</i>	Yhteensä <i>Total</i>
		%	%	%
Äänitetuotanto – <i>Phonogram production</i>	604	84	16	100
Audiovisuaaliset musiikkiohjelmat** <i>Audiovisual music programmes**</i>	453	92	8	100
Esiintymislaisuudet*** – <i>Public appearance***</i>	597	47	53	100
Koulutustoiminta – <i>Training and education</i>	34	18	82	100
Julkaisu- ja muu toiminta – <i>Publishing and other activities</i>	1	60	40	100
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>1 689</b>			

\* Toiminta rahoitetaan pääosin ulkomaisen musiikin esittämisestä Suomessa perityillä korvauksilla ja kasettimaksutuotoilla.  
*Funded mainly through fees collected from the performing of foreign music in Finland and cassette fees.*

\*\* AV-tuki on ESEKin ja LUSESin yhteisen AV-jaoston jakamaa tukea. – *Subsidies from the audiovisual section of ESEK and LUSES.*

\*\*\* Summa sisältää kuorojen ulkomaan matkoihin myönnetyn summan 82 580 euroa, josta opetusministeriön osuus oli 71 480 euroa.  
*Includes 82 580 euros for international tours of choirs, of which 71 480 euros was paid by the Ministry of Education.*

Lähde: Esittävän säveltaiteen edistämiskeskus ESEK  
Source: Finnish Performing Music Promotion Centre

### 11.10 Kopioston perimät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1985–2001 Royalties collected by Copyright Office Kopiosto for photocopying 1985–2001

	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	1 000 € – € thousand								
Valtio/koulukopiointi* – State/schools*	881	1 105	2 144	2 176	2 241	2 286	2 332	2 378	2 681
Muu oppilaitoskopiointi – Other educational establishments	–	–	40	241	564	634	593	602	837
Valtionhallinnon kopiointi – Public administration	106	130	296	300	309	381	462	513	494
Kunnallishallinnon kopiointi – Municipal administration	64	122	241	268	288	309	359	418	467
Kirkkohallitus/Ev.lut.ja ortod.kirkon kopiointi National Ecclesiastical Board	33	62	99	113	148	158	165	174	182
Yritysten/ elinkeinoelämän kopiointi – Business companies	44	92	459	476	629	785	872	942	987
Muut** – Others**	–	7	41	47	52	20	28	–	–
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>1 128</b>	<b>1 517</b>	<b>3 320</b>	<b>3 622</b>	<b>4 231</b>	<b>4 574</b>	<b>4 811</b>	<b>5 027</b>	<b>5 648</b>

\* Kouluissa, korkeakouluissa ja valtion henkilöstökoulutuksessa suoritettavasta kopioinnista.  
Copying at schools, universities and in state personnel training.

\*\* Summa koostuu vuodesta 1988 lähtien lähinnä kaupallisella pohjalla toimivien opistojen kopiointikorvauksista.  
Since 1988 the sum consists chiefly of fees collected from schools operating on a commercial basis  
Vuodesta 2000 sisältyy elinkeinoelämän kopiointiin. – Since 2000 included in photocopying of business companies.

Lähde: Kopiosto

Source: Joint Copyright Organization In Finland Kopiosto

### 11.11 Kopioston tilittämät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1999–2001 Photocopying royalties disbursed by Kopiosto 1999–2001

	1999	2000	2001	
	1 000 €	1 000 €	1 000 €	
	€ thousand	€ thousand	€ thousand	
Kaunokirjallisuus	69	68	68	Literature
Tekijäjärjestöt	45	44	44	Author organizations
Kustantajajärjestöt	24	24	24	Publisher organizations
Kuva	811	796	750	Photography
Tekijäjärjestöt	406	398	375	Photographer organizations
Kustantajajärjestöt	406	398	375	Publisher organizations
Lehdistö	993	1 009	977	Print press
Tekijäjärjestöt	472	480	464	Journalist organizations
Kustantajajärjestöt	477	485	464	Publisher organizations
Päätoimittajajärjestöt	44	45	49	Editor organizations
Nuotit	269	271	393	Music
Tekijäjärjestöt	134	136	197	Composer organizations
Kustantajajärjestöt	134	136	197	Publisher organizations
Tietokirjallisuus	1 755	1 701	1 684	Non-fiction
Tekijäjärjestöt	702	1 020	674	Author organizations
Kustantajajärjestöt	1 053	680	1 010	Publisher organizations
<b>Yhteensä</b>	<b>3 897</b>	<b>3 846</b>	<b>3 873</b>	<b>Total</b>

Lähde: Kopiosto

Source: Joint Copyright Organization in Finland Kopiosto



**11.12 Suomalaisien hakijoiden EU:n Media Plus ohjelmasta saama tuki 2001**  
**Support from the Media Plus programme of the EU in 2001**

	1 000 € – € thousand
Kehittelytuki – <i>Development support</i>	270
Teatterielokuvien levittäjien harkinnanvarainen tuki <i>Selective support for cinema distributors</i>	87
Teatterielokuvien levittäjien automaattituki <i>Automatic support for cinema</i>	215
Tv-levitystuki – <i>Television broadcasting support</i>	306
Festivaalituki – <i>Support for festivals</i>	80
Elokuvateatteriverkostot – <i>Cinema theatre networks</i>	107
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>1 065</b>

\* Lisäksi suomalaiset osallistuivat Media Plus ohjelman koulutukseen.  
*In addition, Finnish professionals participated in training programmes of Media Plus.*

**11.13 Pohjoismaisen elokuva- ja televisiorahaston tuki suomalaisille elokuville ja televisiosarjoille 2001**  
**Subsidies granted by the Nordisk Film & TV Fund to Finnish films and series in 2001**

Tukimuoto <i>Type of support</i>	1 000 € <i>thousand €</i>
<b>Tuotantotuki – Production subsidies:</b>	
Näytelmäelokuvat – <i>Feature films</i>	547
Televisiofiktio/-sarjat – <i>TV fiction/series</i>	180
Dokumenttielokuva – <i>Documentaries</i>	184
Hankkeiden kehittäminen – <i>Project developement</i>	37
Muiden Pohjoismaiden elokuvien levittäminen Suomessa <i>Distribution of films from other Nordic countries in Finland</i>	43
Muu tuki – <i>Other</i>	
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>999</b>

Lähde: Pohjoismaainen elokuva- ja televisiorahasto  
 Source: Nordisk Film & TV-fund

## 12 Kansainvälisiä vertailutietoja

Tähän lukuun on kerätty eräitä joukkoviestintää koskevia kansainvälisiä vertailutietoja. On hyvä muistaa, että tilastojen standardointipyrkimyksistä huolimatta eri maiden tilastointiperusteet saattavat poiketa toisistaan. Tietojen täydelliseen vertailukelpoisuuteen ei siksi välttämättä useinkaan päästä. Arvokasta työtä audiovisuaalisen joukkoviestinnän tilastoinnin vertailukelpoisuuden parantamiseksi ovat viime vuosina tehneet erityisesti European Audiovisual Observatory ja EU:n tilastovirasto Eurostat.

Silti esimerkiksi tiedot satelliittiliittymien määrästä, joita on saatavissa useista lähteistä, poikkeavat oleellisesti toisistaan. Tietoja on siksi pidettävä vain likimääräisinä.

Samoin suurimpia mediayrityksiä koskevia ranking-listoja on saatavilla useita. Niissä sovellettavat erilaiset laskentakriteerit antavat tulokseksi toisistaan huomattavasti poikkeavia listauksia.

Unescon massiivinen tilastollinen vuosikirja, joka nykyisin ilmestyy vain Internet-versiona, on yleisesti käytetty vaikka joukkoviestinnän osalta sisällöllisesti suppea kansainvälisiä vertailutietoja sisältävä lähde. European Audiovisual Observatory ja Eurostatin vuositilastot sisältävät paljon tietoja audiovisuaalisen joukkoviestinnän taloudesta, rakenteesta, tavoittavuudesta, kulutuksesta ja mainonnasta.

Sanomalehdistön kansainvälisen kustantajajärjestön (WAN) vuositilasto World Press Trends on alan keskeisin kansainvälinen tilastojulkaisu. Aikakauslehdistön kohdalla aiemmin vallinnutta tietoaukkoa paikkaa osaltaan aikakauslehtikustantajajärjestö FIPP:in ja Zenith Median yhteistyönä tuotettu World Magazine Trends.

Nordicomin julkaisemassa Media Trends –sarjassa (ilm. 1995- ) on ilmestynyt erittäin käyttökelpoisia tilastojulkaisuja joukkoviestinnästä Pohjoismaissa. Sarjan tuorein julkaisu – Media Trends 2001 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden – ilmestyi vuoden 2001 lopulla.

(TS)

### Täydentävää kirjallisuutta

The audio-visual sector in the European Economic Area in the 1990s. *Eurostat*, Statistics in focus, Distributive trades, services and transport 1998/2.

Eurobarometer. Public opinion in the European Union. Report number 55. *European Commission*, Brussels 2001.

*Euromedia research group*: The media in Western Europe. The euromedia handbook. Sage, London 1997.

The European advertising & media yearbook. *NTC Publications*, Henley-on-Thames 1998.

European cinema yearbook 2001. *MEDIA Salles*, Milano 2001.

The European marketing pocket book 2002. *World Advertising Research Center*, Henley-on-Thames 1998.

*Gustafsson, Karl Erik*: Ken on pallon mahtavin. Suomen Lehdistö 10/1998.

*Humphreys, Peter J.*: Mass media and media policy in Western Europe. Manchester University Press. Manchester & New York 1996.

Internet 2001. European key facts. *IP & CLT-Ufa* 2001.

Media trends 2001 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Nordic media trends 6. *Nordicom*, Göteborg 2001.

Navigating in the future media market. *Intergraf*, Brussels 1998.

Nordic Baltic media statistics 1998. Nordic media trends 4. *Nordicom*, Göteborg 1999.

The Nordic media market. Nordic media trends 7. *Nordicom*, Göteborg 2002 (ilmestyy).

Radio 2000. European key facts. *IP & CLT-Ufa* 2000.

*Sánchez-Taberner, Alfonso et al.*: Media concentration in Europe. The European institute for the Media. Media Monograph No. 16, Düsseldorf 1993.

Statistical yearbook. Cinema, television, video and new media in Europe. Edition 2001. *European Audiovisual Observatory*, Strasbourg 2001.

Statistics on audiovisual services. Data 1980–1999. *Eurostat*, Luxembourg 2001.

Suomen tilastollinen vuosikirja 2002. *Tilastokeskus*, Helsinki 2002.

Television 2001. European key facts. *IP & CLT-Ufa* 2001.

UNESCO statistical yearbook 1999. *UNESCO publishing & Bernan Press*, U.S.A., 1999.

Valtiot ja maat 2002. Käsikirjoja 12. *Tilastokeskus*, Helsinki 2002.

World magazine trends 2001/2002. *FIPP/The Zenith Optimedia Group*, Henley-on-Thames 2002.

World press trends 2002. *World Association of Newspapers – Zenith Media*, Paris 2002.

<http://www.unesco.org/>

## Taulukot – Tables

- 12.1 Joukkoviestintämarkkinat Suomessa ja läntisessä Euroopassa 1996  
*Media market volume in Finland and in Western Europe 1996*
- 12.2 Maailman suurimmat mediayritykset medialiikevaihdon mukaan ja niiden päätoimialat 2001  
*The largest media companies in the world by media turnover and their main media activities 2001*
- 12.3 Mediamanannon mainososuuksien kehitys eri välineissä Euroopassa 1990–2000  
*Breakdown of advertising by media in Europe 1990–2000*
- 12.4 Mediamainonnan mainososuudet ja mainonnan osuudet BKT:sta eri maissa 2000  
*Distribution of adspend and advertising as a percentage of GDP 2000*
- 12.5 Päivälehtien levikki 1 000 asukasta kohden 1991–2001  
*Dailies: circulation per 1 000 inhabitants in 1991–2001*
- 12.6 Yleisöaikakauslehtien lukijapeitto (Aikuisväestö)  
*Consumer magazines: Average issue readership (Adults)*
- 12.7 Kirjatuotanto 1990–1999  
*Book production 1990–1999*
- 12.8 Julkisen palvelun television osuus katseluajasta 1991–2000  
*Audience shares of domestic public TV broadcasting 1991–2000*
- 12.9 Kaapelitelevisioliittymät 1991–2000  
*Cable television connections in 1991–2000*
- 12.10 Satelliittilähetysten suoravastaanotto 1991–2000  
*Satellite TV reception 1991–2000*
- 12.11 Julkisen palvelun radion markkinoisuus kokonaiskuunteluaajasta 1990–1999  
*Public service radio: share of total listening time 1990–1999*
- 12.12 Video- ja DVD-tallenteiden osto/vuokraustapahtumat videotaloutta kohden 2000  
*Average number of video and DVD transactions per VCR home 2000*
- 12.13 Elokuviskäynnit per asukas 1991–2001  
*Cinema admissions per person 1991–2001*
- 12.14 Kappalemääräinen äänitemyynti 2001  
*Phonogram sales in 2001*
- 12.15 Uusien viestimien käyttö 2001  
*Access to information technology 2001*

12.1 Joukkoviestintämarkkinat Suomessa ja läntisessä Euroopassa 1996  
*Media market volume in Finland and in Western Europe 1996*

	Suomi – Finland Million ECU	Eurooppa – Europe	Suomi – Finland %	Eurooppa – Europe
Sanomalehdet – Newspapers	963	32 000	33	22
Aikakauslehdet – Magazines	544	21 000	19	15
Kirjat – Books	378	24 000	13	17
Mainospainotuotteet Printed advertising material	262	13 000	9	9
TV & radio – TV & Radio	530	35 000	18	24
Äänitteet & CD-rom Phonograms & CD-rom	140	8 000	5	6
Video & elokuva – Video & Cinema	97	10 000	3	7
Yhteensä – Total	2 914	143 000	100	100

Lähteet: Suomi: Tilastokeskus, Joukkoviestintätilastot  
 Eurooppa: Intergraf  
 Sources: Finland: Statistics Finland, Media statistics  
 Europe: Intergraf

12.2 Maailman suurimmat mediayritykset medialiikevaihdon mukaan ja niiden mediatoimialat 2001  
*The largest media companies in the world by media turnover and their media activities 2001*

Company	Domicile	Liikevaihto Total turnover	Medialiikevaihto <sup>1</sup> Media turnover <sup>1</sup>	Median osuus Media share of turnover	Sanomalehdet News- papers	Aikakauslehdet Magazines & periodicals	Kirjat Books	Radio	TV	Elokuva Film	Musiikki Music
		Milj. \$ - \$ million		%							
1 AOL Time Warner	USA	38 234	38 234	100	x	x	x	x	x	x	x
2 Viacom	USA	23 228	23 228	100		x	x	x	x	x	x
3 Vivendi Universal	Ranska France	51 392	18 587	36		x	x		x	x	x
4 The Walt Disney Company	USA	25 269	15 675	62		x	x	x	x	x	
5 Bertelsmann	Saksa Germany	17 951	15 230	85	x	x	x	x	x	x	x
6 News Corporation	Australia Australia	13 234	13 234	100	x	x	x	x	x	x	
7 Sony Corporation	Japani Japan	60 275	9 280	15					x	x	x
8 Reed Elsevier	Hollanti/ Britannia The Netherlands/UK	6 578	6 578	100		x	x				
9 Gannett	USA	6 344	6 344	100	x				x		
10 Pearson	Britannia/ UK	6 084	6 084	100	x		x				
11 NBC	USA	5 769	5 769	100				x	x		
12 Tribune	USA	5 253	5 253	100	x			x	x		
13 NHK	Japani Japan	5 248	5 248	100				x	x		
14 Kirch Group <sup>2</sup>	Saksa Germany	5 100	5 100	100					x		
15 ARD <sup>2</sup>	Saksa Germany	4 845	4 845	100				x	x		
16 BBC	Britannia/ UK	4 557	4 557	100		x		x	x		
17 EMI Group	Britannia/ UK	3 849	3 849	100		x					x
18 Clear Channel	USA	3 746	3 746	47				x	x		
19 Wolters Kluwer	Hollanti The Netherlands	3 438	3 438	100		x	x				
20 Lagardère Media	Ranska France	6 762	3 367	50		x	x	x	x		

1 Medialiikevaihto ei sisällä kirjapainotoimintaa; tukku- ja vähittäisjakelua eikä teemapuistoja ym. toimintaa.  
*Printing of products other than one's own, distribution services, retail sales, theme parks etc. are not included.*

2 Vuonna 2000. – Fiscal year 2000.

Lähteet/

Sources: Yritysten toimintakertomukset – Company annual reports

Hoover's Online (www.hoovers.com/uk)

Nordicom

Variety Aug 27-Sep 2, 2001

EAO Yearbook 2002, Volume 1

**12.3 Mediamaanonnan mainososuuksien kehitys eri välineissä Euroopassa 1990–2000**  
*Breakdown of advertising by media in Europe 1990–2000*

Vuosi – Year	Sanomalehdet Newspapers %	Aikakauslehdet Magazines	Televisio Television	Radio	Elokuva Cinema	Ulkomainonta Outdoor	Yhteensä Total
1990	42,7	22,9	24,3	4,3	0,6	5,1	100
1991	42,2	22,1	25,8	4,2	0,6	5,1	100
1992	40,9	21,3	28,0	4,2	0,6	5,0	100
1993	40,8	19,6	29,2	4,7	0,7	5,0	100
1994	40,6	18,8	30,3	4,7	0,7	5,0	100
1995	40,1	18,8	30,7	4,8	0,7	5,0	100
1996	39,5	18,6	31,1	5,0	0,7	5,1	100
1997	39,0	18,8	31,6	4,9	0,7	5,1	100
1998	38,9	18,9	31,4	4,9	0,7	5,2	100
1999	38,7	18,6	31,6	5,1	0,7	5,3	100
2000	38,6	18,3	31,9	5,1	0,8	5,4	100

Luvut sisältävät mediakustannukset, mainostoimistopalkkion sekä luokitellun ilmoittelun.  
*The figures include media costs, agency commission and press classified advertising.*

Lähteet/Sources: European Advertising & Media Forecast

12.4 Mediamainonnan mainososuudet ja mainonnan osuudet BKT:sta eri maissa 2000  
*Distribution of adspend and advertising as a percentage of GDP 2000*

Maa – Country	Sanoma- lehdet Newspapers	Aikakaus- lehdet Magazines	Televisio Television	Radio	Elokuva Cinema	Ulko- mainonta Outdoor	Yhteensä Total	Mainonnan osuus % BKT:sta Advertising as % of GNP
	%							
EU								
Belgia – Belgium	24,4	19,5	39,1	9,3	1,3	6,4	100	0,81
Britannia – UK	40,7	16,4	32,0	4,3	0,9	5,7	100	1,32
Espanja – Spain	31,2	13,5	41,8	7,4	1,0	5,0	100	0,90
Hollanti – Netherlands	45,8	24,2	19,7	6,4	0,3	3,6	100	0,98
Irlanti – Ireland	66,4	1,7	19,1	5,4	0,6	6,9	100	1,00
Italia – Italy	24,9	16,5	50,8	4,5	0,8	2,5	100	0,70
Itävalta – Austria	44,7	18,9	23,0	7,6	0,4	5,4	100	0,97
Kreikka – Greece	24,8	28,9	42,8	3,4	–	–	100	1,03
Portugali – Portugal	16,8	19,0	51,2	5,5	0,5	7,0	100	1,17
Ranska – France	25,5	24,4	30,4	7,2	0,8	11,7	100	0,71
Ruotsi – Sweden	54,5	13,9	23,1	3,5	0,5	4,5	100	0,82
Saksa – Germany	46,4	18,7	25,8	4,0	1,0	4,1	100	0,99
<b>Suomi* – Finland*</b>	<b>57,2</b>	<b>17,3</b>	<b>19,3</b>	<b>3,2</b>	<b>0,1</b>	<b>2,9</b>	<b>100</b>	<b>0,90</b>
Tanska – Denmark	60,4	14,9	18,6	2,2	0,5	3,4	100	0,75
EU yhteensä – EU total	38,6	18,3	31,9	5,1	0,8	5,4	100	..
Norja – Norway	56,0	14,3	22,9	4,1	0,6	2,1	100	0,70
Sveitsi – Switzerland	52,0	18,1	12,0	3,2	1,0	13,7	100	1,07
Japani – Japan	28,5	9,9	44,7	4,7	..	12,2	100	0,82
USA	35,2	12,1	39,0	12,6	..	1,1	100	1,33

Luvut sisältävät mediakustannukset, mainostoimistopalkkion sekä luokitellun ilmoittelun.  
*The figures include media costs, agency commission and press classified advertising.*

\* Suomen luvut poikkeavat toisaalla tässä teoksessa esitetyistä. – *Figures for Finland differ from ones presented elsewhere in the book.*

Lähteet/

Sources: European Advertising & Media Forecast  
 Suomen Gallup Media



12.5 Päivälehtien levikki 1 000 asukasta kohden 1991–2001  
*Dailies: circulation per 1 000 inhabitants in 1991–2001*

	1991	2001
EU		
Belgia – <i>Belgium</i>	173	150
Britannia – <i>United Kingdom</i>	367	300
Espanja – <i>Spain</i>	81	108
Hollanti – <i>Netherlands</i>	317	275
Irlanti – <i>Ireland</i>	183	156
Italia – <i>Italy</i>	113	106
Itävalta – <i>Austria</i>	337	301
Kreikka* – <i>Greece*</i>	92	64
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	320	273
Portugali – <i>Portugal</i>	39	73 (1999)
Ranska – <i>France</i>	157	149 (1999)
Ruotsi – <i>Sweden</i>	517	415
Saksa – <i>Germany</i>	311	290
<b>Suomi – Finland</b>	<b>533</b>	<b>446</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	355	273
Islanti – <i>Iceland</i>	..	299
Norja – <i>Norway</i>	590	563
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	416	367
Latvia – <i>Latvia</i>	..	145
Liettua – <i>Lithuania</i>	..	74 (1999)
Puola – <i>Poland</i>	..	37 (1999)
Romania – <i>Romania</i>	..	57
Slovakia – <i>Slovakia</i>	187	93
Slovenia – <i>Slovenia</i>	..	173 (1999)
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	..	168
Ukraina – <i>Ukraine</i>	..	84 (1999)
Unkari – <i>Hungary</i>	..	166
Valko-Venäjä – <i>Belarus</i>	210	..
Venäjä – <i>Russian Federation</i>	..	17 (1999)
Viro – <i>Estonia</i>	409	188
Japani** – <i>Japan**</i>	591	565
Yhdysvallat – <i>United States</i>	251	196

\* Vain Ateenassa ilmestyvät päivälehdet. – *Newspapers published in Athens only.*

\*\* Sisältää myös vain sunnuntaisin ilmestyvät lehdet. – *Includes sundays.*

Lähde/

Source: *Word Press Trends*

12.6 Yleisöaikakauslehtien lukijapeitto (Aikuisväestö)  
*Consumer magazines: Average issue readership (Adults)*

	Vuosi – Year	Kaikki yleisölehdet Any consumer titles	Yleisöaikakauslehdet General Interest	Naisten lehdet Women's titles	TV-lehdet TV-guides	Erikoisai- kauslehdet Special interest
EU						
Britannia – <i>United Kingdom</i>	2000	81	54	38	70	..
Espanja – <i>Spain</i>	2001	53	26	4	11	15
Hollanti – <i>Netherlands</i>	2001	..	44	64	58	29
Irlanti – <i>Ireland</i>	1999	77	18	57	..	..
Italia – <i>Italy</i>	1999	67	..	..	..	..
Ranska – <i>France</i>	2001	..	48	84	57	66
Ruotsi – <i>Sweden</i>	2001	55	..	..	..	..
<b>Suomi – <i>Finland</i></b>	<b>2001</b>	<b>97</b>	<b>59</b>	<b>26</b>	<b>62</b>	<b>71</b>
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	2001	..	17	55	60	55
Latvia – <i>Latvia</i>	2000	61	43	41	16	41
Liettua – <i>Lithuania</i>	1999	48	28	18	20	22
Puola – <i>Poland</i>	1999	69	40	32	10	30
Tšekki – <i>Czech republic</i>	2001	91	34	74	39	41
Unkari – <i>Hungary</i>	1999	75	38	52	21	2
Viro – <i>Estonia</i>	2000	79	26	58	49	39
Venäjä – <i>Russia</i>	2001	31	18	8	6	–
USA	2001	83	53	17	77	64

Lähde/  
 Source: *World Magazine Trends*

12.7 Kirjatuotanto 1990–1999  
Book production 1990–1999

	Nimikkeitä/10 000 as. – Titles/10 000 population	
	1990	1999
EU		
Belgia – Belgium	12,3	..
Britannia – United Kingdom	..	18,7 (1998)
Espanja – Spain	9,3	15,0
Hollanti – Netherlands	9,2	..
Italia – Italy	4,4	5,6
Itävalta – Austria	8,1	10,0 (1996)
Kreikka – Greece	3,2	4,3 (1997)
Luxemburg – Luxembourg	10,0	16,4 (1994)
Portugali – Portugal	5,8	7,8 (1998)
Ranska – France	7,4	6,6
Ruotsi – Sweden	14,1	14,2 (1998)
Saksa – Germany	..	9,5 (1998)
<b>Suomi – Finland</b>	<b>20,4</b>	<b>25,5</b>
Tanska – Denmark	21,6	27,1
Islanti – Iceland	59,4	65,6 (1998)
Norja – Norway	8,8	11,2
Sveitsi – Switzerland	20,6	25,6
Bulgaria – Bulgaria	3,8	6,1 (1998)
Jugoslavia – Yugoslavia	9,2	..
Kroatia – Croatia	..	5,1
Latvia – Latvia	5,8	9,0
Liettua – Lithuania	..	11,1
Makedonia – Macedonia	..	3,6
Moldova – Moldova	..	2,7
Puola – Poland	2,7	5,0
Romania – Romania	0,9	3,5
Slovakia – Slovakia	..	5,8
Slovenia – Slovenia	9,3	17,3
Tšekki – Czech Republic	..	12,2
Ukraina – Ukraine	1,4	1,2
Unkari – Hungary	7,9	10,3
Valko-Venäjä – Belarus	2,7	5,2 (1997)
Venäjä – Russian Federation	2,3	..
Viro – Estonia	11,1	23,1
Yhdysvallat – United States	1,9	..

Koulukirjat eivät sisälly Itävallan lukuihin. Hollannin, Japanin ja Kreikan lukuun eivät sisälly pienpainatteen. Norjan lukuun ei sisälly koulukirjat ja julkishallinnon nimikkeistö. USA:n lukuun eivät sisälly koulukirjat, julkishallinnon nimikkeistö eivätkä pienpainatteen. – Data do not include school textbooks (Austria, Norway, USA), pamphlets (Greece, Netherlands, USA), and government publications (Norway, USA).

Lähteet/

Sources: Unesco Statistical Yearbooks

12.8 Julkisen palvelun television osuus katseluajasta 1991–2000  
Audience shares of domestic public TV broadcasting 1991–2000

	1991	2000
	%	
EU		
Belgia (Fl.) – Belgium (Fl.)	34	32
Belgia (Vall.) – Belgium (Fr.)	23	25
Britannia – United Kingdom	44	36
Espanja – Spain	57	33
Hollanti – Netherlands	47	37
Irlanti – Ireland	65	48
Italia – Italy	49	48
Itävalta – Austria	77	57
Kreikka – Greece	22	12
Luxemburg – Luxembourg	..	13
Portugali – Portugal	93	41
Ranska – France	33	52
Ruotsi – Sweden	78	44
Saksa – Germany	61	29
<b>Suomi – Finland</b>	<b>57</b>	<b>43</b>
Tanska – Denmark	84	69
Islanti – Iceland	..	42
Norja – Norway	..	41
Sveitsi – Switzerland	29	32
Bulgaria – Bulgaria	..	51
Kroatia – Croatia	..	94
Latvia – Latvia	..	20
Liettua – Lithuania	..	11
Puola – Poland	..	47
Romania – Romania	..	41
Slovakia – Slovakia	..	15
Slovenia – Slovenia	..	34
Tseki – Czech Republic	97	31
Ukraina – Ukraine	..	6
Unkari – Hungary	..	17
Venäjä – Russian Federation	..	49
Viro – Estonia	..	18
Japani – Japan	30	21
USA	4	3

\* Prime time -katsojaosuus

Lähteet/

Sources: Screen Digest

IP Television. European Key Facts

12.9 Kaapelitelevisioliittymät\* 1991–2000  
*Cable television connections in\* 1991–2000*

Maa – Country	Osuus kotitalouksista – Share of households %	
	1991	2000
EU		
Belgia – Belgium	93	96
Britannia – United Kingdom	2	13
Espanja – Spain	1	5
Hollanti – Netherlands	90	92
Irlanti – Ireland	43	47
Itävalta – Austria	23	38
Luxemburg – Luxembourg	76	27
Portugali – Portugal	..	19
Ranska – France	3	12
Ruotsi – Sweden	41	56
Saksa – Germany	33	57
<b>Suomi – Finland</b>	<b>33</b>	<b>40</b>
Tanska – Denmark	52	63
Islanti – Iceland	..	33
Norja – Norway	27	41
Sveitsi – Switzerland	65	87
Puola – Poland	2	31
Romania – Romania	..	31
Slovakia – Slovakia	..	34
Slovenia – Slovenia	..	37
Tšekki – Czech Republic	..	22
Unkari – Hungary	17	45
Viro – Estonia	..	24
Japani – Japan	19	..
Yhdysvallat – United States	56	67

\* Useiden maiden luvut sisältävät satelliittiyhteisantennijärjestelmiä (SMATV).  
*In many cases the figures also include satellite master antenna systems (SMATV).*

Lähteet/

Sources: European Audiovisual Observatory Statistical Yearbooks  
 Media Trends 2001

12.10 Satelliittilähetysten suoravastaanotto 1991–2000  
*Satellite TV reception 1991–2000*

	Osuus kotitalouksista – Share of households %	
	1991	2000
EU		
Belgia – <i>Belgium</i>	0	5
Britannia – <i>United Kingdom</i>	9	22
Espanja – <i>Spain</i>	1	16
Hollanti – <i>Netherlands</i>	1	5
Irlanti – <i>Ireland</i>	2	11
Italia – <i>Italy</i>	..	11
Itävalta – <i>Austria</i>	7	45
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	1	19
Portugali – <i>Portugal</i>	1	9
Ranska – <i>France</i>	0	20
Ruotsi – <i>Sweden</i>	9	26
Saksa – <i>Germany</i>	9	36
<b>Suomi – <i>Finland</i></b>	<b>3</b>	<b>10</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	3	23
Norja – <i>Norway</i>	5	27
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	1	20
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	0	6
Kroatia – <i>Croatia</i>	..	31
Latvia – <i>Latvia</i>	..	13
Liettua – <i>Lithuania</i>	..	4
Puola – <i>Poland</i>	2	20
Romania – <i>Romania</i>	0	5
Slovakia – <i>Slovakia</i>	..	32
Slovenia – <i>Slovenia</i>	..	19
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	..	14
Ukraina – <i>Ukraine</i>	0	1
Unkari – <i>Hungary</i>	2	19
Valko-Venäjä – <i>Belarus</i>	0	2
Viro – <i>Estonia</i>	..	17

Lähteet/

Sources: *Screen Digest**SES, Market Information Group.*

12.11 Julkisen palvelun radion markkinaosuus kokonaiskuuntelujasta 1990–1999  
*Public service radio: share of total listening time 1990–1999*

	1990	1999
	%	
EU		
Belgia (Fl.) – <i>Belgium (Fl.)</i>	73	76
Belgia (Vall.) – <i>Belgium (Fr.)</i>	40	21
Britannia – <i>United Kingdom</i>	68	50
Espanja – <i>Spain</i>	19	28
Hollanti – <i>Netherlands</i>	87	50
Irlanti – <i>Ireland</i>	62	49
Italia – <i>Italy</i>	46	35
Itävalta – <i>Austria</i>	92	81
Kreikka – <i>Greece</i>	25	..
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>		56
Portugali – <i>Portugal</i>	32	10
Ranska – <i>France</i>	22	25
Ruotsi – <i>Sweden</i>	97	66
Saksa – <i>Germany</i>	72	55
<b>Suomi – <i>Finland</i></b>	<b>65</b>	<b>61</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	68	67
Islanti – <i>Iceland</i>	73	59
Norja – <i>Norway</i>	75	59
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	64	..
Latvia – <i>Latvia</i>	..	37
Liettua – <i>Lithuania</i>	..	36
Puola – <i>Poland</i>	..	38
Romania – <i>Romania</i>	..	41
Slovakia – <i>Slovakia</i>	..	52
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	..	26
Unkari – <i>Hungary</i>	..	31
Viro – <i>Estonia</i>	..	34
Japani – <i>Japan</i>	43	..
USA	2	..

Lähteet/

Sources: *Media Concentration in Europe*  
*Radio 2000. European key facts*

12.12 Video- ja DVD-tallenteiden osto/vuokraustapahtumat videotaloutta kohden 2000  
Average number of video and DVD transactions per VCR home 2000

EU	Video – VHS		DVD	
	Vuokrauskertoja/ videotalous <i>Rental turns/ video household</i>	Myyntejä/ videotalous <i>Units sold/ video household</i>	Vuokrauskertoja/ Dvd-talous <i>Rental turns/ Dvd household</i>	Myyntejä/ Dvd-talous <i>Units sold/ Dvd household</i>
Belgia – <i>Belgium</i>	7,6	2,0	10,2	13,9
Britannia – <i>United Kingdom</i>	8,1	4,4	6,1	12,6
Espanja – <i>Spain</i>	9,8	1,5	..	8,3
Hollanti – <i>Netherlands</i>	7,3	1,9	14,1	8,9
Irlanti – <i>Ireland</i>	31,7	3,3	11,2	10,0
Italia – <i>Italy</i>	3,5	2,2	..	10,5
Itävalta – <i>Austria</i>	3,4	1,2	7,8	7,0
Kreikka – <i>Greece</i>	3,3	0,2	2,8	4,0
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	..	..	..	..
Portugali – <i>Portugal</i>	3,0	1,4	5,0	5,0
Ranska – <i>France</i>	3,4	2,8	1,7	9,1
Ruotsi – <i>Sweden</i>	5,2	1,9	6,4	7,0
Saksa – <i>Germany</i>	3,8	1,1	4,9	7,7
<b>Suomi – <i>Finland</i></b>	<b>5,6</b>	<b>2,1</b>	<b>6,0</b>	<b>12,4</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	9,4	3,1	6,4	12,9
Islanti – <i>Iceland</i>	33,2	1,8	13,0	13,0
Norja – <i>Norway</i>	11,4	2,0	3,9	8,0
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	2,6	1,4	..	15,5

Lähde/

Source: *Screen Digest**EAO Statistical Yearbook*



12.13 Elokuviissakäynnit per asukas 1991–2001  
*Cinema admissions per person 1991–2001*

	1991	2001
EU		
Belgia – <i>Belgium</i>	1,7	2,4
Britannia – <i>United Kingdom</i>	1,6	2,7
Espanja – <i>Spain</i>	2,0	3,7
Hollanti – <i>Netherlands</i>	1,0	1,5
Irlanti – <i>Ireland</i>	2,3	4,4
Italia – <i>Italy</i>	1,5	1,9
Itävalta – <i>Austria</i>	1,4	2,3
Kreikka – <i>Greece</i>	1,0	1,2
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	1,6	3,4
Portugali – <i>Portugal</i>	0,8	2,1
Ranska – <i>France</i>	2,1	3,2
Ruotsi – <i>Sweden</i>	1,8	2,1
Saksa – <i>Germany</i>	1,5	2,2
<b>Suomi – <i>Finland</i></b>	<b>1,2</b>	<b>1,3</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	1,8	2,3
Islanti – <i>Iceland</i>	9,0	5,5
Norja – <i>Norway</i>	2,6	2,8
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	2,3	2,4
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	2,9	0,2
Kroatia – <i>Croatia</i>	0,7	0,6
Latvia – <i>Latvia</i>	4,4	0,5
Liettua – <i>Lithuania</i>	3,8	0,6
Puola – <i>Poland</i>	0,5	0,7
Romania – <i>Romania</i>	2,5	0,3
Slovakia – <i>Slovakia</i>	1,6	0,5
Slovenia – <i>Slovenia</i>	0,9	1,0
Unkari – <i>Hungary</i>	2,1	1,5
Venäjä – <i>Russian Federation</i>	9,2	0,2
Viro – <i>Estonia</i>	4,7	0,9
Japani – <i>Japan</i>	1,1	1,3
USA	4,5	5,6

Lähteet/

Sources: *Screen Digest*  
[www.mediasalles.it](http://www.mediasalles.it)

12.14 Kappalemääräinen äänitemyynti 2001  
Phonogram sales in 2001

	Singlet <i>Singles</i>	LP-levyt <i>LPs</i>	Kasetit <i>MCs</i>	CD-levyt <i>CDs</i>	Minidisc	Yhteensä <i>Total</i>	Kpl/asukas <i>Copies/person</i>
Miijoonaa kpl – <i>Million copies</i>							
EU							
Belgia – <i>Belgium</i>	7,1	0,1	0,1	19,4	0,0	26,7	2,6
Britannia – <i>United Kingdom</i>	59,5	2,6	4,6	218,6	0,1	285,4	4,9
Espanja – <i>Spain</i>	2,4	0,0	7,0	71,1	–	80,5	2,0
Hollanti – <i>Netherlands</i>	5,0	0,1	0,2	31,5	0,0	36,8	2,3
Irlanti – <i>Ireland</i>	2,2	0,0	0,4	8,4	–	11,0	2,9
Italia – <i>Italy</i>	4,3	0,0	6,4	38,0	–	48,7	0,8
Itävalta – <i>Austria</i>	3,0	0,1	0,3	15,8	0,0	19,2	2,3
Kreikka – <i>Greece</i>	1,2	0,0	0,4	6,5	–	8,1	0,8
Portugali – <i>Portugal</i>	0,4	0,0	3,4	11,6	0,0	15,4	1,5
Ranska – <i>France</i>	39,1	0,6	6,8	125,2	0,0	171,7	2,9
Ruotsi – <i>Sweden</i>	4,4	0,1	0,3	26,3	0,0	31,1	3,5
Saksa – <i>Germany</i>	51,7	1,1	22,2	184,5	0,1	259,6	3,2
<b>Suomi – <i>Finland</i></b>	<b>0,7</b>	<b>0,0</b>	<b>0,3</b>	<b>10,7</b>	<b>0,0</b>	<b>11,7</b>	<b>2,3</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	1,2	0,0	0,1	14,6	–	15,9	3,0
Islanti – <i>Iceland</i>	–	–	–	0,6	–	0,6	2,2
Norja – <i>Norway</i>	1,0	–	0,1	13,5	–	14,6	3,3
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	3,1	0,1	0,6	21,2	0,0	25,0	3,5
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	0,0	–	1,6	0,4	–	2,0	0,2
Kroatia – <i>Croatia</i>	–	–	0,2	0,6	–	0,8	0,2
Kypros – <i>Cyprus</i>	–	–	0,1	0,8	–	0,9	1,1
Latvia – <i>Latvia</i>	–	–	0,8	0,6	–	1,4	0,6
Liettua – <i>Lithuania</i>	0,0	0,0	0,5	0,7	–	1,2	0,3
Puola – <i>Poland</i>	0,4	0,0	10,8	21,3	–	32,5	0,8
Romania – <i>Romania</i>	–	–	12,4	3,0	–	15,4	0,7
Slovakia – <i>Slovakia</i>	0,0	0,0	0,4	1,7	–	2,1	0,4
Slovenia – <i>Slovenia</i>	0,0	0,0	0,3	1,1	–	1,4	0,7
Tseki – <i>Czech Republic</i>	0,0	0,1	1,8	4,7	0,1	6,7	0,6
Ukraina – <i>Ukraine</i>	–	–	5,2	1,3	–	6,5	0,1
Unkari – <i>Hungary</i>	0,2	0,0	2,7	3,3	0,0	6,2	0,6
Venäjä – <i>Russia</i>	0,2	0,1	100,2	11,4	0,0	111,9	0,8
Viro – <i>Estonia</i>	0,0	0,0	0,3	0,4	–	0,7	0,5
Japani – <i>Japan</i>	93,1	4,2	6,1	249,6	–	353,0	2,8
USA	21,4	2,3	45,0	881,9	–	950,6	3,5

Luvut kattavat IFPI:n jäsenten myynnin. – *Sales by IFPI members.*

Lähde/

Source: *IFPI World Sales*

12.15 Uusien viestimien käyttö 2001  
*Access to information technology 2001*

Onko teillä käytössänne tai mahdollisuus käyttää... – <i>Do you have access to, or do you use...</i>	Belgia <i>Belgium</i>	Britannia <i>United Kingdom</i>	Espanja <i>Spain</i>	Hollanti <i>Netherlands</i>	Irlanti <i>Ireland</i>	Italia <i>Italy</i>	Itävalta <i>Austria</i>	Kreikka <i>Greece</i>
	%							
Videoita – <i>A video recorder</i>	80	89	81	77	78	76	70	40
Faxia – <i>A fax</i>	20	22	11	27	15	20	22	10
Lautasantennia – <i>A satellite dish</i>	5	33	16	6	20	14	56	5
Maksu-tv-dekooderia – <i>A pay-TV decoder</i>	9	16	17	7	16	12	7	8
Teksti-TV:tä – <i>A TV fitted with teletext</i>	76	74	72	90	64	78	75	16
Tietokonetta – <i>A computer</i>	42	52	44	73	39	42	47	23
CD-rom-lukijaa – <i>A CD-ROM</i>	29	33	27	54	23	33	32	12
Modeemia – <i>A modem</i>	22	33	20	47	21	26	23	8
Internetiä – <i>The Internet or the WWW</i>	26	40	22	59	28	29	30	16
Ei mitään edellisistä – <i>None of these</i>	6	4	10	2	11	8	7	47

	Luxemburg <i>Luxembourg</i>	Portugali <i>Portugal</i>	Ranska <i>France</i>	Ruotsi <i>Sweden</i>	Saksa <i>Germany</i>	<b>Suomi</b> <b><i>Finland</i></b>	Tanska <i>Denmark</i>	<b>EU15</b>
Videoita – <i>A video recorder</i>	80	48	80	81	70	<b>73</b>	84	<b>76</b>
Faxia – <i>A fax</i>	34	8	19	37	23	<b>22</b>	32	<b>20</b>
Lautasantennia – <i>A satellite dish</i>	20	11	16	30	41	<b>15</b>	34	<b>24</b>
Maksu-tv-dekooderia – <i>A pay-TV decoder</i>	7	12	20	17	6	<b>8</b>	12	<b>13</b>
Teksti-TV:tä – <i>A TV fitted with teletext</i>	64	38	25	90	79	<b>70</b>	92	<b>67</b>
Tietokonetta – <i>A computer</i>	52	27	41	69	40	<b>56</b>	72	<b>45</b>
CD-rom-lukijaa – <i>A CD-ROM</i>	41	15	28	55	30	<b>34</b>	57	<b>31</b>
Modeemia – <i>A modem</i>	33	11	20	54	20	<b>28</b>	56	<b>25</b>
Internetiä – <i>The Internet or the WWW</i>	35	15	23	63	25	<b>47</b>	62	<b>30</b>
Ei mitään edellisistä – <i>None of these</i>	8	35	12	2	7	<b>9</b>	1	<b>9</b>

Lähde/

Source: Eurobarometer, Report N.o.55 (2001)

## Liite 1. – Appendix 1.

Euron ja dollarin markkakurssit (vuosikeskiarvoja)  
 Rates of exchange, yearly averages (1 EUR in FIM and 1 US\$ in FIM)

Vuosi – Year	EUR/FIM	US\$/FIM
1980	5,19	3,73
1981	4,81	4,32
1982	4,72	4,82
1983	4,96	5,57
1984	4,74	6,01
1985	4,71	6,21
1986	4,99	5,08
1987	5,08	4,40
1988	4,95	4,19
1989	4,73	4,30
1990	4,87	3,83
1991	5,02	4,05
1992	5,80	4,49
1993	6,68	5,71
1994	6,17	5,22
1995	5,64	4,37
1996	5,75	4,59
1997	5,86	5,19
1998	5,99	5,34
1999	5,95	5,58
2000	5,95	6,44
2001	5,95	6,64

Lähde: Suomen Pankki  
 Source: Bank of Finland

*Liite 2. – Appendix 2.*

**Rahan arvon muunnoskertoimet vuosien 1999–2001 rahaksi**  
*Transformation coefficients into 1999–2001 money, FIM*

Vuosi – Year	1999 rahaksi Into 1999 money Kerroin Coefficient	2000 rahaksi Into 2000 money Kerroin Coefficient	2001 rahaksi Into 2001 money
1980	2,230	2,306	2,364
1981	1,992	2,059	2,111
1982	1,822	1,883	1,931
1983	1,679	1,735	1,779
1984	1,570	1,623	1,664
1985	1,482	1,532	1,570
1986	1,431	1,479	1,516
1987	1,380	1,427	1,463
1988	1,315	1,360	1,394
1989	1,234	1,275	1,308
1990	1,163	1,203	1,233
1991	1,117	1,155	1,184
1992	1,089	1,126	1,155
1993	1,067	1,103	1,131
1994	1,055	1,091	1,118
1995	1,045	1,080	1,107
1996	1,039	1,074	1,101
1997	1,026	1,061	1,088
1998	1,012	1,046	1,072
1999	1,000	1,034	1,060
2000		1,000	1,025
2001			1,000

Deflatoitu elinkustannusindeksillä (1951:10=100) – Deflated by the level of living index (1951:10=100)

Lähde: Tilastokeskus – Hinnat ja palkat

Source: Statistics Finland – Prices and Wages Statistics

## Liite 3. – Appendix 3.

Bruttokansantuote 1980–2001  
Gross domestic product 1980–2001

Vuosi – Year	Milj. mk – FIM million	Milj. € – € million
1980	195 287	32 845
1981	221 310	37 222
1982	248 773	41 841
1983	277 080	46 602
1984	310 786	52 270
1985	338 037	56 854
1986	361 326	60 771
1987	392 518	66 017
1988	444 482	74 757
1989	495 957	83 414
1990	523 034	87 968
1991	499 357	83 986
1992	486 923	81 895
1993	492 609	82 851
1994	522 309	87 846
1995	564 566	94 953
1996	585 865	98 535
1997	635 532	106 889
1998	689 523	115 969
1999	716 404	120 485
2000	782 876	131 229
2001	803 012	135 057

Lähde: Tilastokeskus – Taloudelliset olot: kansantalouden tilinpito  
Source: Statistics Finland – Economic Statistics: national accounts

## Liite 4. – Appendix 4.

### Keskiväkiluku 1980–2001 Mean population 1980–2001

---

Vuosi – Year	
1980	4 779 500
1981	4 800 000
1982	4 826 900
1983	4 855 800
1984	4 881 800
1985	4 902 200
1986	4 918 200
1987	4 932 100
1988	4 946 500
1989	4 964 400
1990	4 986 400
1991	5 013 700
1992	5 042 000
1993	5 066 500
1994	5 088 300
1995	5 107 800
1996	5 124 600
1997	5 139 800
1998	5 153 500
1999	5 165 500
2000	5 176 200
2001	5 188 008

---

Lähde: Tilastokeskus – Väestötilastot  
Source: Statistics Finland – Population Statistics

**Liite 5. – Appendix 5.****Kotitalouksien määrä 1980–2000**  
**Number of households 1980–2000**

Vuosi – Year	
1980	1 868 500
1985	2 045 200
1986	2 035 600
1987	2 082 300
1988	2 102 300
1989	2 149 200
1990	2 170 600
1991	2 200 200
1992	2 218 000
1993	2 243 100
1994	2 270 000
1995	2 290 100
1996	2 310 000
1997	2 326 000
1998	2 355 000
1999	2 365 100
2000	2 373,000

Lähteet: Tilastokeskus – Kotitalouksien kulutustutkimukset ja toimeentulo  
Sources: Statistics Finland – Household surveys and Economic Welfare





# Osoitteita – Adresses

**Aikakauslehtien Liitto**

*Association of Finnish Periodicals*

puh. (09) 2287 7280

fax (09) 603 478

PL 267

00120 Helsinki

e-mail [toimisto@aikakaus.fi](mailto:toimisto@aikakaus.fi)

website <http://www.aikakaus.fi/>

**AVEK Audiovisuaalisen Kulttuurin edistämiskeskus**

*AVEK The Promotion Centre for Audiovisual Culture*

puh. (09) 4315 2350

fax (09) 4315 2377

Hietaniemenkatu 2

00100 Helsinki

e-mail [avek@avek.kopiosto.fi](mailto:avek@avek.kopiosto.fi)

website <http://www.kopiosto.fi/avek/>

**Finnpanel Oy**

puh. (09) 615 4611

fax. (09) 6154 6300

Bulevardi 3 B

00120 Helsinki

e-mail [webmaster@finnpanel.fi](mailto:webmaster@finnpanel.fi)

website <http://www.finnpanel.fi/>

**Graafinen Teollisuus ry**

*Federation of the Printing Industry in Finland*

puh. (09) 2287 7200

fax (09) 603 527

Lönnrotinkatu 11 A

00120 Helsinki

e-mail [Pertti.Lindroos@gtl.tliitot.fi](mailto:Pertti.Lindroos@gtl.tliitot.fi)

**Gramex ry**

puh. (09) 680 3400

fax (09) 6803 4010

Pieni Roobertinkatu 16

00120 Helsinki

website <http://www.gramex.fi/>

**Helsingin yliopisto**

Viestinnän laitos

*University of Helsinki*

Department of Communication

puh. (09) 1 911

fax (09) 191 8849

Unioninkatu 37

00014 University of Helsinki

e-mail [comm-info@valt.helsinki.fi](mailto:comm-info@valt.helsinki.fi)

website <http://www.valt.helsinki.fi/comm.index>

**Helsingin yliopiston kirjasto**

*Helsinki University Library*

puh. (09) 1 911

fax (09) 22 719

PL 26

00014 Helsingin yliopisto

e-mail [HYK-palvelu@helsinki.fi](mailto:HYK-palvelu@helsinki.fi)

website <http://www.lib.helsinki.fi/>

**Jyväskylän yliopisto**

Nykykulttuurin tukimisyksikkö

*University of Jyväskylä*

Research Unit for Contemporary Culture

puh. (014) 260 1211

fax (014) 260 1021

PL 35

40351 Jyväskylä

e-mail [roisko@dodo.jyu.fi](mailto:roisko@dodo.jyu.fi)

website <http://www.jyu.fi/nykykulttuuri>

**Jyväskylän yliopisto**

Viestintätieteiden laitos

*University of Jyväskylä*

Department of Communication

puh. (014) 260 1211

fax (014) 260 1511

PL 35

40351 Jyväskylä

e-mail [arajala@hermes.jyu.fi](mailto:arajala@hermes.jyu.fi)

website <http://viesti.jyu.fi/nykykulttuuri>

**Jyväskylän yliopiston kirjasto**

*Jyväskylä University Library*

puh. (014) 260 1211

fax (014) 260 3371

PL 35

40351 Jyväskylä

e-mail [jyk@library.jyu.fi](mailto:jyk@library.jyu.fi)

website <http://www.jyu.fi/library/>

**Kopiosto ry**

*Copyright Office Kopiosto*

puh. (09) 431 521

fax (09) 4315 2377

Hietaniemenkatu 2

00100 Helsinki

e-mail [kopiosto@kopiosto.fi](mailto:kopiosto@kopiosto.fi)

website <http://www.kopiosto.fi/>

**Levikintarkastus Oy**

*Finnish Audit Bureau of Circulations*

puh. (09) 2287 7330

fax (09) 645 040

Lönrotinkatu 11 A

00120 Helsinki

website <http://www.mediatarkestus.fi/>

**Liikenne- ja viestintäministeriö**

*Ministry of Transport and Communications*

puh. (09) 16 002

Fax 09 1602 8596

Eteläesplanadi 16-18

00130 Helsinki

00023 VALTIONEUVOSTO

e-mail [info@mintc.fi](mailto:info@mintc.fi)

website <http://www.mintc.fi/>

**Nordicom**

*Nordicom Finland*

puh. (03) 215 7045

fax (03) 215 7150

33014 Tampereen yliopisto

e-mail [nordicom@uta.fi](mailto:nordicom@uta.fi)

website <http://uta.fi/laitokset/tiedotus/nordicom/>

**Opetusministeriö, Kulttuuriosasto**

*Ministry of Education, Department of Culture*

puh. (09) 134 171

fax (09) 135 9335

PL 293

00171 Helsinki

website <http://www.minedu.fi/>

**Sanomalehtien Liitto**

*Finnish Newspapers Association*

puh. (09) 2287 7300

fax (09) 607 989

PL 415

00121 Helsinki

e-mail [info@sanomalehdet.fi](mailto:info@sanomalehdet.fi)

website <http://www.sanomalehdet.fi/>

**Suomen elokuva-arkisto**

*The Finnish Film Archive*

puh. (09) 615 400

fax (09) 6154 0242

Pursimiehenkatu 29-31 A

00150 Helsinki

e-mail [sea@sea.fi](mailto:sea@sea.fi)

website <http://www.sea.fi/>

**Suomen elokuvasäätiö**

*Finnish Film Foundation*

puh. (09) 622 0300

fax (09) 6220 3050

Kanavakatu 12

00160 Helsinki

e-mail [keskus@ses.fi](mailto:keskus@ses.fi)

website <http://www.ses.fi/>

**Suomen elokuvatoimistojen liitto ry**

*Finnish Film Distributors' Association*

puh. (09) 6877 2312

fax (09) 6877 2320

Kaisaniemenkatu 3 B

00100 Helsinki

e-mail [filmikamari@filmikamari.fi](mailto:filmikamari@filmikamari.fi)

website [www.filmikamari.fi/sel.htm](http://www.filmikamari.fi/sel.htm)

**Suomen Gallup Media Oy**

*Suomen Gallup Group-Media Research Ltd.*

puh. (09) 613 500

fax (09) 6135 0610

Itätuulenkujja 10

02100 Espoo

e-mail [gallup.media@mdc.fi](mailto:gallup.media@mdc.fi)

website <http://www.mdc.fi/>

**Suomen Journalistiliitto ry**

*Union of Journalists in Finland*

puh. (09) 612 2330

fax (09) 605 396

Hietalahdenkatu 2 B

00180 Helsinki

e-mail [webmaster@journalistiliitto.fi](mailto:webmaster@journalistiliitto.fi)

website <http://www.journalistiliitto.fi/>

**Suomen Kaapelitelevisioliitto ry**

*Finnish Cable TV Association*

puh. (09) 2287 7450

fax (09) 612 1910

Lönnrotinkatu 11 A

00120 Helsinki

**Suomen Kustannusyhdistys ry**

*The Finnish Book Publishers' Association*

puh. (09) 2287 7250

fax (09) 612 1226

Lönnrotinkatu 11 A

00120 Helsinki

e-mail [finnpubl@skyry.net](mailto:finnpubl@skyry.net)

website <http://www.booknet.fi/yhdistykset/sky>

**Suomen Posti Oyj**

*Finland Post Ltd*

puh. (09) 0204 5154 15

fax (09) 0204 5156 45

PL 1

00011 POSTI

e-mail [suomen.posti@posti.fi](mailto:suomen.posti@posti.fi)

website <http://www.posti.fi/>

**Suomen Radioiden Liitto SRL ry**  
*Association of Finnish Broadcasters*  
puh. (09) 2287 7340  
fax (09) 648 221  
Lönnrotinkatu 11 A  
PL 312  
00121 Helsinki  
e-mail [pirjo.tykk@radioliitto.fi](mailto:pirjo.tykk@radioliitto.fi)  
website <http://www.radioliitto.fi/>

**Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry**  
*The Finnish National Group of IFPI*  
puh. (09) 6803 4050  
fax (09) 6803 4056  
Yrjönkatu 3  
00120 Helsinki  
e-mail [ifpi@ifpi.fi](mailto:ifpi@ifpi.fi)  
website <http://www.ifpi.fi>

**Taloustutkimus Oy**  
puh. (09) 758 511  
fax (09) 7585 1200  
Lemuntie 9  
00510 Helsinki  
e-mail [postmaster@toy.fi](mailto:postmaster@toy.fi)  
website <http://www.toy.fi/>

**Tampereen yliopisto**  
Tiedotusopin laitos  
*University of Tampere*  
Department of Journalism & Mass Communication  
puh. (03) 215 6243  
fax (03) 215 6248  
Kalevantie 4  
33101 Tampere  
e-mail [jour@uta.fi](mailto:jour@uta.fi)  
website <http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/>

**Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus**  
*Antipiracy Center in Finland*  
puh. (09) 6803 4049  
fax (09) 6803 4033  
Pieni Roobertinkatu 16  
00120 Helsinki  
website <http://www.antipiracy.fi>

**TEOSTO Säveltäjien Tekijänoikeustoimisto ry**

*Finnish Composers' Copyright*

*Society TEOSTO*

puh. (09) 681 011

fax (09) 677 134

Lauttasaarentie 1

00200 Helsinki

website <http://www.teosto.fi/>

**Tilastokeskus**

Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot

*Statistics Finland*

Media and Culture Statistics

puh. (09) 17 341

fax (09) 1734 3264

Työpajakatu 13

00022 Tilastokeskus

e-mail [joukkoviestimet.tilastokeskus@tilastokeskus.fi](mailto:joukkoviestimet.tilastokeskus@tilastokeskus.fi)

website <http://www.stat.fi/>

<http://tilastokeskus.fi/tk/el/kva.html>

**Tullihallitus**

*National Board of Customs*

puh. (09) 6141

fax (09) 614 2852

Erottajankatu 2

00130 Helsinki

website <http://www.tulli.fi/>

**Turun kauppakorkeakoulu**

Mediaryhmä

*Turku School of Economics and Business Administration*

Media Group

puh. (02) 338 311

fax (02) 338 3299

Rehtorinpellonkatu 3

20500 Turku

website <http://www.tukk.fi/media>

**Valtion elokuvatarkastamo**

*Finnish Board of Film Classification*

puh. (09) 228 541

fax (09) 2285 4470

Jaakonkatu 5 B

00100 Helsinki

e-mail [Tuula.Roos@vet.fi](mailto:Tuula.Roos@vet.fi)

website <http://www.vet.fi/>



**Viestintävirasto**

*Finnish Communications Regulatory Authority*

puh. (09) 69 661

fax (09) 696 6410

Itämerenkatu 3

00181 Helsinki

website <http://www.ficora.fi>

**VTT Tietotekniikka**

*VTT Information Technology*

puh. (09) 4 561

fax (09) 456 7000

PL 1000

02044 VTT

website <http://www.vtt.fi/>

**Yleisradio Oy**

*Finnish Broadcasting Company YLE*

puh. (09) 14 801

fax (09) 1480 3215

Radiokatu 5

00024 Yleisradio

e-mail [fbc@yle.fi](mailto:fbc@yle.fi)

website <http://www.yle.fi/>

**Joukkoviestimet 2002 on artikkelilehti ja tilastoaineistoon perustuva monipuolinen katsaus Suomen joukkoviestinnän tilaan. Julkaisussa tarkastellaan joukkoviestimiä seuraavina kokonaisuuksina: joukkoviestinnän talous ja kulutus, televisio, radio, äänitteet, video, elokuva, kirjat ja kirjastot, sanoma- ja aikakauslehdet, digitaalinen media sekä joukkoviestinnän julkinen tuki. Julkaisussa on myös kansainvälistä vertailutietoja sisältävä luku. Jokaisesta joukkoviestinnän sektorista on lisäksi tilastokatsausten yhteydessä tiivit yhteenvetoartikkelit.**

Tilastokeskus, myyntipalvelu  
PL 4C  
00022 TILASTOKESKUS  
puh. (09) 17842011  
faksi (09) 17842500  
myynti@tilastokeskus.fi  
www.tilastokeskus.fi

Statistiska centralen, försäljning  
PB 4C  
00022 STATISTIKCENTRALEN  
th (09) 17842011  
fax (09) 17842500  
myynti@stat.fi  
www.stat.fi

Statistics Finland, Sales Services  
PO Box 4C  
FIN-00022 STATISTICS FINLAND  
Tel. +3599 17842011  
Fax +3599 17842500  
myynti@stat.fi  
www.stat.fi

ISSN 0784-8765  
=Kulttuuriviestintä  
ISSN 1455-9447  
ISBN 952-467-111-5  
tutustumisnumero 9850  
08

