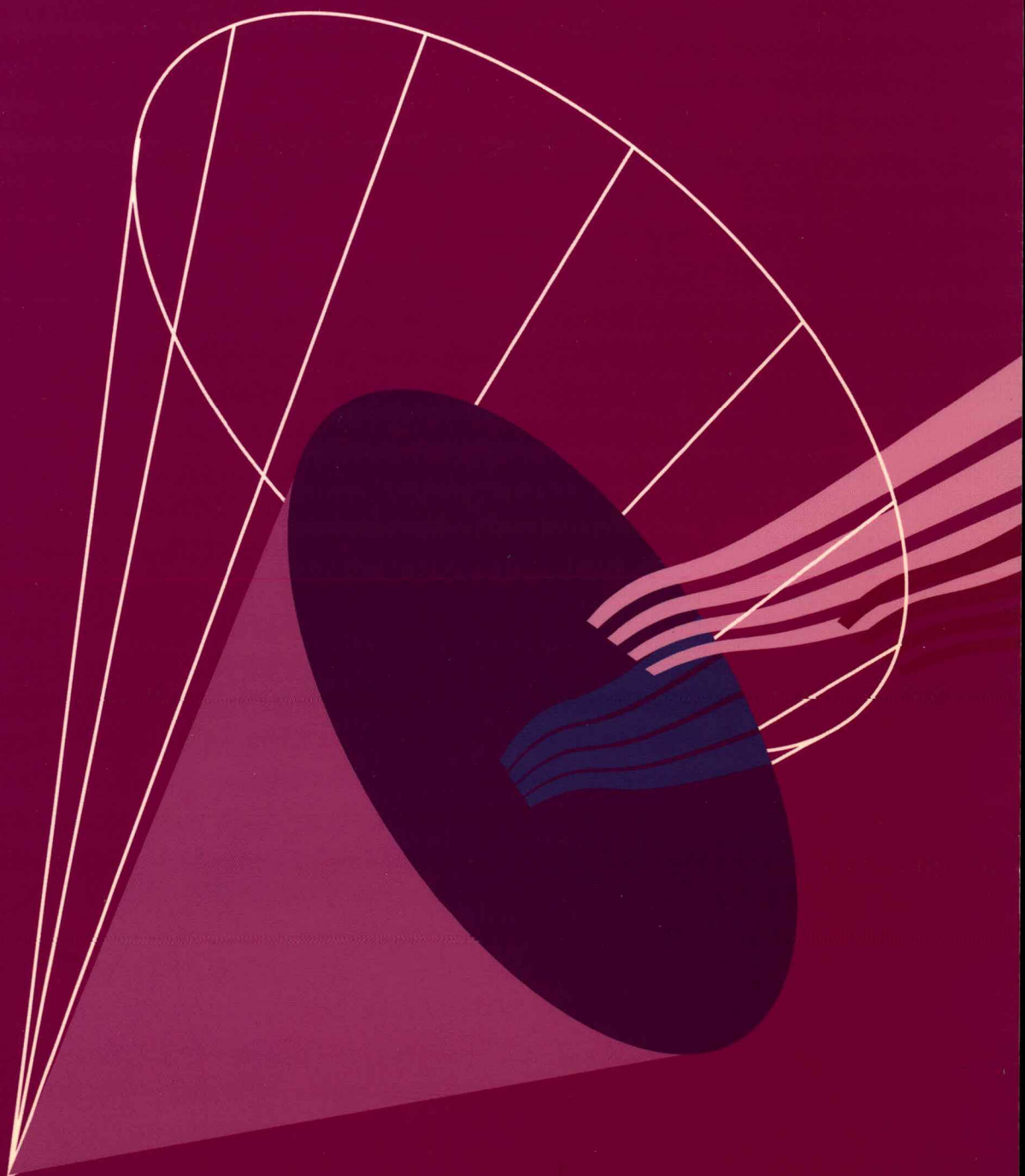


Joukkoviestimet
Finnish Mass Media
2004



Joukkoviestimet

Finnish Mass Media 2004

Tiedustelut:

Inquiries:

Tuomo Sauri
Puh. (09) 1734 3449

Tuomo Sauri
Tel. +358-9-1734 3449

Rauli Kohvakka
Puh. (09) 1734 3448

Rauli Kohvakka
Tel. +358-9-1734 3448

tuomo.sauri@stat.fi
rauli.kohvakka@stat.fi

tuomo.sauri@stat.fi
rauli.kohvakka@stat.fi

00022 Tilastokeskus

FIN-00022 Statistics Finland

Kansikuva – Cover design: Ilkka Kärkkäinen

© 2005 Tilastokeskus

ISSN 0784–8765
= Kulttuuri ja viestintä
ISSN 1455–9447
ISBN 952–467–389–4

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.

Esipuhe

Joukkoviestimet – Finnish Mass Media ilmestyy nyt yhdeksäntenä laitoksena. Lisäksi siitä on ilmestynyt neljä kertaa englanninkielinen laitos. Julkaisu ilmestyi ensimmäisen kerran vuonna 1987, silloin nimellä Joukkoviestintätilasto. Joukkoviestimet – Finnish Mass Media 2004 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.

Yhdeksän suomenkielisen ja neljän englanninkielisen joukkoviestintätilaston lisäksi yhteistyön puitteissa on ilmestynyt lukuisia joukkoviestintää ja sen eri aloja kuvaavia erillisraportteja.

Joukkoviestimet -julkaisun ovat koonneet ja toimittaneet Rauli Kohvakka ja Tuomo Sauri (vastaava toimittaja). He ovat myös laatineet julkaisun tilastolukujen yhteenvedoartikkelit. Tekijöiden tarkempi työnjako ilmenee julkaisun sisällysluettelosta. Julkaisun valmistamiseen ovat osallistuneet myös Irma Ollila (taulukoiden ja kuvioiden toteutus) ja Hilikka Potila (taitto). Englanninkielisen yhteenvedoartikkelin on kääntänyt David Kivinen.

Helsingissä, helmikuussa 2005

Jussi Simpura
Tilastojohtaja

Sisälllys – Contents

Esipuhe – <i>Preface</i>	3
Introduction: the changing mass media scene in Finland <i>Tuomo Sauri</i>	7
1 Joukkoviestinnän talous – <i>Mass media economy</i> <i>Tuomo Sauri</i>	17
2 Televisio – <i>Television</i> <i>Tuomo Sauri</i>	45
3 Radio – <i>Radio</i> <i>Tuomo Sauri</i>	81
4 Äänitteet – <i>Phonograms</i> <i>Tuomo Sauri</i>	109
5 Video – <i>Video</i> <i>Rauli Kohvakka</i>	125
6 Elokuva – <i>Cinema</i> <i>Rauli Kohvakka</i>	139
7 Kirjat ja kirjastot – <i>Books and libraries</i> <i>Rauli Kohvakka</i>	157
8 Sanomalehdet – <i>Newspapers</i> <i>Tuomo Sauri</i>	181
9 Aikakauslehdet – <i>Magazines and periodicals</i> <i>Tuomo Sauri</i>	205
10 Internet ja cd-rom <i>Tuomo Sauri</i>	223
11 Joukkoviestinnän julkinen tuki <i>Government subsidies for the mass media</i> <i>Rauli Kohvakka</i>	233
12 Kansainvälisiä vertailutietoja <i>International comparisons</i> <i>Tuomo Sauri</i>	249
Liitteet – <i>Appendices</i>	269
Osoitteita – <i>Adresses</i>	275

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. Reading has decreased to some extent but Finnish people still remain 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 twenty 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 (MTV 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. 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.

The government has decided to shut down the analogue network by the end of August 2007 as the present analogue licences expire. However, it is required that terrestrial digital networks cover the whole country by autumn 2005.

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 both public service and commercial local/regional radio stations, but even radio chains with semi-nationwide coverage have increased their market share in recent years.

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 some 70 per cent of the sector's turnover.

Since the mid-1990s the situation has improved considerably, both for the national economy as a whole and for the mass media. However, following the implosion of the technobubble in 2000, even the mass media sector came to a standstill for a couple of years. In 2003 the volume of the Finnish mass media markets stood at around 3.7 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 2003 a total of 204 newspaper titles were published in the country, 53 of these being dailies. Circulation and coverage statistics are still quite impressive, even though circulations declined sharply in the early 1990s and have never really recovered.

Newspapers still account for about 30 per cent of the turnover in the mass media sector. Compared to the early 1990s this figure has declined somewhat, but 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 2003, the total circulation of newspapers has declined by some 20 per cent. In recent years this trend has come to a halt, 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 (dailies, non-dailies, free papers) continue to dominate the Finnish media market, even though their share of the advertising cake has clearly decreased. Newspapers still account for 50 per cent of media advertising in Finland, while the average figure for the EU countries in 2002 was 38 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 some 30 per cent in the mid-1980s to around 55 per cent; the corresponding figures for the top eight companies are from just under 45 per cent to over 65 per cent. The concentration of newspapers into chains is expected to continue at both the national and Nordic level.

There is also a clear trend towards closer editorial cooperation both within newspaper chains and even between independent newspapers and newspaper houses. This kind 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.

Online versions of newspapers proliferated quite rapidly. With just a couple of exceptions all dailies published an Internet version in 2004. This was far less common in other newspaper categories, i.e. mainly regional papers: here around 40 per cent had an online version.

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 1999, it is the sole owner of a major chain in regional and local newspapers in southeastern Finland. SanomaWSOY accounts for 25 per cent of total newspaper circulation in Finland. Alma Media publishes Aamulehti, a major regional daily in Tampere; the business newspaper Kauppalehti; and the afternoon tabloid Iltalehti in Helsinki. In addition, Alma Media is the majority shareholder in or the sole proprietor of 19 other newspapers. The company accounts 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.

Another significant trend has been the rapid growth of tabloids from the early 1980s through to the late 1990s. During this period their combined circulation tripled. There are two national "afternoon" tabloids in the country, although both have now started to appear in the news-stands early in the morning. One further noteworthy structural development is the decline of "second" newspapers, i.e. smaller papers in towns with at least two newspapers. This trend is still continuing.

The free-distribution newspaper market has grown rapidly. In the space of ten years, free newspapers have doubled their turnover. Nevertheless they still account for no more than just under three per cent of the mass media market. In the late 1990s Helsinki saw the appearance of two free dailies that are distributed in public transport and elsewhere. One of them is Metro, which was originally launched in Stockholm and is published by MTG; the other is called Uutislehti 100, which is currently published by SanomaWSOY.

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 2003 advertising in magazines and periodicals accounted for 17 per cent of total media advertising, or only one percentage point less than in European countries on average.

Circulation audit figures indicate that magazine circulations have developed favourably in recent years. Indeed a number of new magazines have recently been launched, especially in the special-interest magazines sector. One noteworthy trend has been for the biggest magazine publishers in particular to try out various sister or daughter publications under existing magazine titles, or even to create whole "magazine families" under the wings of established titles.

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 four major publishers of magazines and periodicals account for over 80 per cent of the total volume of consumer magazines. The corresponding figure for the top eight companies is just under 90 per cent. Finland's three biggest magazine publishers are Yhtyneet Kuvalehdet, Sanoma Magazines Finland and A-lehdet. Sanoma Magazines Finland is part of SanomaWSOY, Finland's leading media company. Following ownership rearrangements in 1998, Yhtyneet Kuvalehdet is now a subsidiary of Otava-Kuvalehdet, Finland's second-biggest book publisher, 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 2,600 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 in 2001 of the consumer magazine division of the Dutch media group VNU, Sanoma Magazines/SanomaWSOY is now the fifth largest consumer magazine publisher in Europe, with some 230 magazine titles in twelve countries.

Book publishing has been the third biggest segment of the print media business in Finland. During the years of recession book 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 in the late 1990s 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 from Finland include Denmark, Holland and Switzerland. In 2003 a total of around 12,000 book titles were published in Finland, nearly 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 major adverse impacts on book publishing.

Book publishers, however, have been very active in adopting new publication channels. The vast majority of multimedia CD-ROMs sold in Finland are either produced domestically from beginning to end, localised to the Finnish market or at least translated into Finnish. Domestic book publishers account for an estimated 80–85 per cent of total retail sales of multimedia CD-ROMs. – Multimedia products account for some 30–35 per cent of the CD-ROM market in Finland, with games making up the rest (console games are not included in these figures).

Most 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 an extensive network of public libraries which provide a good service. People in Finland are very active users of their libraries. In 2003 a total of just under 110 million lendings were made from public libraries, which translated into around 15 books and six other items (audio cassettes, videos) per capita, or a total of 45 lendings per customer. 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.

Towards the end of the 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), although that continued no further than until the end of 1992.

Since the beginning of regular television broadcasting in Finland in 1957, the commercial television station MTV Finland 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 Finland has broadcast its programmes under YLE’s operating licence until autumn 1993.

The traditional Finnish symbiotic model of public service and commercial television broadcasting was finally put to rest in 1993 when the public service operator YLE and the commercial MTV Finland parted ways. Both were allocated their own channels: YLE1 and YLE2 are now reserved for public service broadcasting, while MTV Finland operates its own nationwide, full-service commercial network MTV3, with its own operating licence.

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 MTV3 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 2003 Channel Four accounted for 11 per cent of total television viewing time; the corresponding figures for MTV3, the market leader in commercial television, was 38 per cent, for YLE with its two channels 44 per cent.

Digital terrestrial television broadcasts started in Finland in August 2001, and analogue broadcasting will be halted by August 2007. Digitalisation has increased the number of channels available. As well as starting digital versions of its existing analogue channels, YLE launched three new public service channels: YLE Teema (culture, education and science), YLE 24 (news and current affairs) and YLE FST-D (full-service Swedish-language channel). In autumn 2004 additional commercial programming included three themed channels (sports, youth and music channel) and the Canal+ subscription package (films and sport).

After a slow start the number of digital set-top boxes and television sets has begun sharply to increase in Finland. By late autumn 2004, 22 per cent or a total of some 520,000 Finnish households had a digital set-top box or television for aerial, cable or satellite reception. Among these households 18 per cent (some 440,000 households) had a set-top box for terrestrial or cable reception of digital television transmissions. This by all accounts was among the highest penetration rates for terrestrial reception of digital television in Europe.

Digital set-top boxes have proliferated much more rapidly in terrestrial than in cable households. In relative terms set-top boxes were purchased most often by households in smaller towns and rural areas, while the penetration rate was lower than average in larger cities.

Measured in terms of turnover, the Finnish Broadcasting Company YLE is currently Finland's third biggest media company. In recent years, however, dwindling revenues from operating licence fees (paid by commercial channels) and the digitalisation of television have put a major strain on the company's finances, and in recent years more money has been going out than coming in.

MTV3 and the new digital youth channel Subtv (which is also broadcast in analogue on cable) have been part of Alma Media, the multimedia company that currently is the second biggest in Finland. But in early 2005 Alma Media decided to sell its TV and radio channels to Nordic Broadcasting, jointly owned by Bonnier, Sweden's leading media company, and Proventus Industrier, a Swedish investment company.

The dominant shareholder (91%) of Channel Four Finland is SanomaWSOY, which in terms of turnover is the biggest mass media company in the Nordic countries.

Cable and satellite television connections cover 60 per cent of Finnish households. Overall the role of cable and satellite channels has been much less significant than in the other Nordic countries. The primary reason has been the scarce supply of programming in the Finnish language. The supply is currently limited to a few pay-tv channels. In contrast to the other Nordic 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.

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.

At the end of 2003 there were a total of 76 local, regional, or semi-national private radio stations in the country. Among other actors, the semi-national format radios Kiss FM (owned by SBS), Classic Radio (owned by Communicorp Group), Energy (owned by NRJ), Groove FM and SuomiPOP (both owned by Communicorp Group) are now each operating in all major market areas and, in

spring 1997, Radio Nova, the first nationwide commercial radio channel, entered the commercial radio market. The competition is fiercest in all the major cities where in addition to public service radio channels there are ten or more commercially financed radio stations trying to win audiences over.

The structural changes that have swept the radio industry and the entry into the marketplace of commercial radio chains have helped the industry back onto a growth track again. Especially in the first years of the 2000s, the turnover of commercial radio stations increased substantially.

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, but because of the limited range of models available and high costs the number of digital receivers in use remains marginal.

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, growth has levelled off and the share of television has fluctuated at around 20 per cent of media advertising. This is a fairly small market share compared with the Western European average (32 per cent in 2002). The share of commercial radio stations in media advertising has risen to about 4.5 per cent.

Online information services, most of which are business-to-business information services, showed rapid growth until the late 1990s. However, following the implosion of the technobubble in 2000, it seems that the market for Internet content services came to a virtual halt. 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 a charge for these kinds of services. As for Internet advertising, in 2003 it accounted for no more than 1.6 per cent of total media advertising.

Internet use has increased very rapidly. In spring 2004, almost 60 per cent of people in Finland reported using the Internet at least once a week at home, at their place of study, or in the workplace. Four in ten people are daily users. During the early years of Internet proliferation home and workplace use was more or less equally common, but in the early 2000s the numbers using the Internet at home have increased more rapidly. The most common Internet uses were e-mail, information retrieval and online banking services.

Phonograms and videos

In recent years phonograms, videos and the cinema box office have accounted for some 8–9 per cent of the mass media sector. A major threat in phonograms and vid-

eos 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 fallen victim to the pirating business.

Compared to the other Nordic countries music and other recorded media sales are comparatively low in Finland. Each year people in Finland buy no more than around two phonograms a year, while the figure in the other Nordic countries is three to four. Over the past ten years the total annual number of recordings sold has been in the region of 10–12 million copies. Listening to audio recordings is also at a comparatively low level and the proportion of listeners has continued to decrease. On an average day no more than one in six persons in Finland listened to audio recordings in 2003.

In 2003 the five major multinational labels BMG, EMI, Sony, Universal and Warner together accounted for 60 per cent of total phonogram sales in Finland.

The VHS/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 video recordings accounted for less than one-quarter of the total market, during the 2000s their share has been 70 per cent. In the past couple of years the turnover of 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 five distributors: Buena Vista, Universal Pictures and three Nordic distributors. Together, these five account for around 80 per cent of the video market.

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 viewing programmes recorded from television.

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 or 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 1990s. In the mid-1990s Finns went to the cinema no more than approximately once a year per person, but since then it seems that the trend has been reversed. In 2003 the number of cinema admissions was 1.5 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

Mediatalous jaetaan seuraavassa kolmeksi kokonaisuudeksi. Ensimmäinen on graafinen joukkoviestintä, johon kuuluvaksi lasketaan lehdistö ja kirjankustannustoiminta. Suomessa mukaan on perinteisesti luettu myös mainospainotuotteet (suoramainonta). Toinen on sähköinen viestintä. Siihen kuuluvat valtakunnallinen ja alueellinen tai paikallinen radio- ja televisiotoiminta sekä online-palvelut (internet). Kolmas kokonaisuus muodostuu ääni- ja kuvatallenteista, joita ovat videotallenteet, dvd-elokuvat, cd-romit sekä elokuva. Elokuvan liikevaihtoon lasketaan elokuvateattereiden pääsylipputuotot sekä elokuvamainonta. Tallenteiden liikevaihto muodostuu myynnistä ja video- sekä dvd-elokuvien kohdalla myös vuokrauksesta.

Sähköisen ja tallenneviestinnän tuotteiden hyödyntämiseksi kuluttajat tarvitsevat vastaanotto- ja toistolaitteita, televisioita, cd-soittimia ym. viihde-elektronikkaa. Sen vähittäismyynnin merkitystä tarkastellaan lyhyesti edempänä. Erikseen tarkastellaan myös mainonnan merkitystä joukkoviestinnän taloudessa.

Joukkoviestintämarkkinat

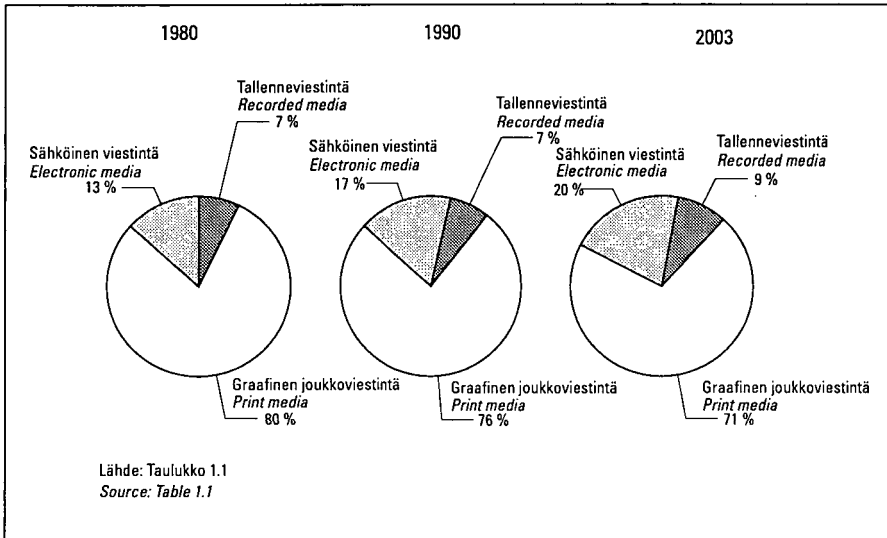
Suomen joukkoviestintämarkkinoiden koko oli noin 3,7 miljardia euroa vuonna 2003. Volyymin kasvu oli 1990-luvun jälkipuolella 4–5 prosentin luokkaa vuosittain. 2000-luvun alkuvuosina kasvu on ollut vaatimatonta, muun muassa mediamainonnan taantumisen johtuen.

1990-luvulla joukkoviestintä kasvoi jonkin verran bruttokansantuotetta hitaammin. Niinpä joukkoviestintä bruttokansantuotteeseen suhteutettuna (joukkoviestintämarkkinat/BKT, %) on laskenut 1990-luvun puolivälin 3 prosentista 2,6 prosenttiin.

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

Graafisen viestinnän (lehdet, kirjat, mainospainotuotteet) osuus mediamarkkinoista oli 71 prosenttia (noin 2,5 miljardia euroa) vuonna 2003. Graafinen viestintä on siten Suomessa edelleen joukkoviestintätalouden dominoiva sektori. Vuodesta

Kuvio 1.1 Joukkoviestintämarkkinat 1980, 1990 ja 2003
 Figure 1.1 Mass media market volume in Finland 1980, 1990 and 2003



1990 graafisen viestinnän osuus on kuitenkin laskenut viitisen prosenttiyksikköä, sähköisen viestinnän ja tallenteiden eduksi. (Kuvio 1.)

Sähköisen joukkoviestinnän (tv, radio, online-palvelut) osuus kasvoi 1990-luvun alun laman vuosina ja saavutti noin viidenneksen osuuden. Tällä tasolla osuus on pysynyt viimeiset kymmenkunta vuotta. Vuonna 2003 sähköisen viestinnän markkinoiden koko oli 0,75 miljardia euroa.

Tallenneviestinnän (ääniitteet, videot, elokuvateatterit sekä cd-rom ja muut uudet tallennemuodot) osuus on ollut hienoisesti kasvava. Vuonna 2001 tallenneviestinnän myynti oli 0,33 miljardia euroa ja sen osuus joukkoviestintämarkkinoista oli 9 prosenttia.

Graafinen viestintä

Graafinen viestintä on edelleen joukkoviestintätalouden hallitseva ala noin 70 prosentin liikevaihto-osuudellaan, vaikka osuus on ollut hitaassa laskussa 1980-luvun puolivälistä lähtien. Yksin sanomalehdistön osuus koko joukkoviestintämarkkinoista on lähes 30 prosenttia (1,1 miljardia euroa vuonna 2003) (taulukot 1.1 & 1.2). Kymmenessä vuodessa osuus on laskenut neljä prosenttiyksikköä. Se on sittenkin aika vähän aikana, jolle leimallinen piirre on ollut digitaalitekniikkaan perustuvien viestinnän muotojen esiinmarssi. Muutos tuntuu pieneltä myös siksi, että tiedetään sanomalehdistön yhteislevikin ja mediamainontaosuuden samaan aikaan laskeneen selvästi. Sanomalehtien osuus mediamainonnasta on pudonnut viimeisten kymme-

nen vuoden aikana kuusi prosenttiyksikköä (taulukot 1.4 & 1.5). 1990-luvun alusta pudotusta on toistakymmentä prosenttiyksikköä 63 prosentista 50 prosenttiin. Päivälehdet saivat vuonna 2003 tuloistaan 53 prosenttia ilmoitusmyynnistä, kun osuus 1990-luvun alussa oli noin 70 prosenttia (luokiteltu ilmoittelu mukaan lukien). Sanomalehtien yhteislevikki on supistunut samana aikajaksona noin 20 prosenttia 4,1 miljoonasta 3,2 miljoonaan.

Ilmaislehtimarkkinat ovat viime vuosina kasvaneet nopeasti. Kymmenessä vuodessa niiden euromääräinen kasvu oli toistasataa prosenttia. Vuonna 2003 markkinoiden koko ylitti 100 miljoonan euron rajan. Koko joukkoviestintämarkkinoista ilmaislehtien osuus oli kuitenkin edelleen vain hieman alle kolme prosenttia.

Aikakauslehdistön osuus joukkoviestintämarkkinoista on 18 prosenttia (655 miljoonaa euroa vuonna 2003). Aikakauslehdistö näyttää menestyneen hyvin. Yleisölehtien, jotka Suomessa saavat suurimman osan tuotoistaan levikkimyyntistä, yhteislevikit ovat säilyneet vakaana. Aikakauslehdistö on kasvattanut osuuttaan mainosmarkkoista ja ilmoitustulojen osuus aikakauslehtien tulonmuodostuksessa on kasvanut. Viime vuosina ilmoitustuottojen osuus aikakauslehdistön tuotoista on ollut arviolta noin 30 prosenttia, kun se 1990-luvun alun vaikeimpina lamavuosina oli puolet pienempi.

Kirjoja myytiin noin 480 miljoonalla eurolla vuonna 2003. Noin puolet (47 %) kirjoista myytiin kirjakauppojen ja tavaratalojen tai markettien kirjaosastojen kautta. Suoramyyntin (valtaosin tietokirjoja) ja kirjakerhojen (joiden myynnissä kauno- kirjallisuus on keskeisellä sijalla) osuus myynnistä oli 28 prosenttia. Muiden jakeluteiden osuudeksi jäi neljännes kokonaisu-myynnistä.

1990-luvun alun laman aikana säästökohteiksi otettiin myös koulujen ja kirjastojen kirjahankinnat. Koulujen kirjahankintamenot ovat sittemmin jossain määrin elpyneet, mutta kouluissa tuskin enää palataan kirjojen kertakäyttökulttuuriin. Koulukirjojen kierrätys tuli jäädäkseen. Kirjastojen hankintamenot ja hankittujen kirjojen vuosittaiset määrät ovat pysyneet samalla tasolla viimeiset kymmenen vuotta. Audiovisuaalisen aineiston osuus hankinnoista on samaan aikaan jonkin verran kasvanut.

Sähköinen joukkoviestintä

Sähköisen joukkoviestinnän osuus joukkoviestintämarkkinoista kasvoi 1990-luvun alkupuolella mutta edelleenkin sen osuus on vain noin viidennes. Osuus on säilynyt suurin piirtein ennallaan viimeisten kymmenen vuoden aikana. Kaikkiaan sähköisen joukkoviestinnän markkinoiden arvo loppukäyttäjätasolla oli noin 750 miljoonaa euroa vuonna 2003. (Taulukot 1.1 & 1.2.)

Valtakunnallisen televisio- ja radiotoiminnan liikevaihto oli lähes 75 prosenttia sähköisen viestinnän kokonaisu-markkinoista. Alan volyyymi ei viime vuosina ole kasvanut sellaista tahtia kuin muutama vuosi sitten varsin yleisesti ennakoitiin. Esimerkiksi 1990-luvun loppuvuosina televisiomainonnan kasvuprosentit jäivät varsin

vaatimattomiksi ja 2000-luvun ensimmäisinä vuosina mainostulot lehtimainonnan tapaan laskivat. Vuonna 1997 aloittaneen Nelosen (Suomen toinen valtakunnallinen mainosrahoitteinen televisiokanava) odotettu kasvuvaikeus valtakunnallisen televisiomainonnan volyyymiin jäi alkuvuosina vähäiseksi. Pikemminkin tapahtui mainostulojen uusjakoa alan toimijoiden kesken. Suomessa televisiomainonnan osuus mediamainonnasta on 2000-luvun alussa ollut hieman alle 20 prosenttia. (Taulukot 1.4 & 1.5.)

Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto on aivan viime vuosina kasvanut nopeasti. Tässä on kuitenkin kyseessä eräänlainen tilastoharha. Luvuissa on mukana myös kaapelioperaattoreiden nopeasti kasvanut Internet-laajakaistaliittymien myynti, jonka tuottoja ei ole ollut mahdollista irrottaa varsinaisen kaapelitelevisiotoiminnan tuloista. Varsinaisessa kaapelitelevisiotoiminnassa vuosimaksut ja maksu-tv-palvelut ovat toiminnan suurimmat tuloerät.

Yksityisten osavaltakunnallisten, alueellisten ja paikallisten radioiden tuotot ovat kasvaneet selvästi 2000-luvun alkuvuosina. Vuonna 2003 niiden tuotot olivat 36 miljoonaa euroa. Valtakunnallinen kaupallinen toimija Radio Nova, joka aloitti vuonna 1997, on myös kartuttanut liikevaihtoaan, osin paikallisten ja alueellisten kaupallisten radioiden kustannuksella. 1990-luvun alusta lukien kaikkiaan lähes 50 radioyritystä lopetti toimintansa tai sulautui toiseen radioasemaan. Mutta uusia yrittäjiä on löytynyt tilalle ja asemien kokonaismäärä on viime vuosina kasvanut nopeasti. Vuonna 2003 toiminnassa oli 76 osavaltakunnallista, alueellista tai paikallista radioasemaa.

Online-palveluiden liikevaihdosta suurin osa tulee yrityksille suunnatuista business-to-business palveluista. Vuonna 2001 online-palveluiden liikevaihto oli arviolta 60 miljoonaa euroa. Suuri osa summasta muodostuu lähinnä ammattikäyttöön tarkoitettujen talous- ja uutistietopalvelujen tilauksista. Kuluttajamarkkinoille suunnattujen maksullisten palvelujen kokoa on erittäin vaikea arvioida. Internetmainonnan (sisältää luokitellun ilmoittelun) osuus mediamainonnasta oli TNS Gallup Oy:n mukaan 17 miljoonaa euroa (1,6 % mediamainonnasta) vuonna 2003.

Ääni- ja kuvatalenteet

Tallenteiden osuus joukkoviestintämarkkinoista on 1990-luvun puolivälistä lähtien ollut hitaassa kasvussa. Tallenteiden suurin ryhmä ovat äänitteet, joita myytiin 120 miljoonalla eurolla vuonna 2003. Suomen lähialueilla kukoistava piraattiaänitekauppa sekä toisaalta musiikin digitaalinen kopiointi internetistä ovat olleet alalle merkittävä uhka. Ääni- ja kuvatalennetuottajien teettämien selvitysten mukaan arviolta jopa 20–25 prosenttia Suomen kappalemääräisistä äänitemarkkinoista muodostuisi piraattiaäniteistä.

Perinteisten videoiden myynnin ja vuokrauksen liikevaihto on 2000-luvulla laskenut nopeasti. Dvd-elokuvatalenteet ovat kokonaan syrjäyttämässä videokasetit. Dvd-tallenteiden osuus kuvatalennemarkkinoista oli vuonna 2003 kasvanut jo lähes kahteen kolmannekseen (62 %) samalla kun kuvatalennemarkkinoiden volyyymi oli nopeasti kasvanut. Vuonna 2003 Dvd- ja videotalenteita myytiin yhteensä 81 miljoonalla eurolla. – Myynnin osuus kuvatalennemarkkinoista on nykyisin jo lähes kolme neljäsosaa (71 %). Vielä 1990-luvun alussa myynnin ja vuokrauksen suhde oli päinvastainen, mutta myynnin osuus kuvatalennemarkkinoista kasvoi hyvin nopeasti.

Cd-romien kysyntä on taantunut selvästi. Markkinoiden arvioidaan vuonna 2003 jääneen 23 miljoonaan euroon. Pudotusta vuoteen 2000 verraten oli 36 prosenttia. Kotitalouksien halukkuus kartuttaa multimediatallenteiden valikoimaansa on vähäistä, koska Internetistä on saatavilla runsaasti ajantasaista ja myös ilmaista materiaalia. Cd-rom-pelit ovat hävinneet suosiossa konsolipeleille, jotka eivät tässä sisälly lukuihin.

Cd-romien kokonaismarkkinoista multimediatuotteiden osuus on arviolta noin 30 prosenttia ja loppuosa on pelejä. (Peleihin eivät tässä sisälly konsolipelit.) Multimediaromppujen 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 ja elokuvateattereiden tuotot näyttävät kääntyneen nousuun kotimaisten elokuvien suosion kasvun myötä. Mutta edelleen suomalaiset käyvät elokuvissa useimpien läntisen Euroopan maiden kansalaisiin verrattuna harvoin. Käyntikertojen määrä henkeä kohden oli 1,5 vuonna 2003, kun useimmissa muissa läntisen Euroopan maissa käyntejä oli noin kaksi tai enemmän.

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 valtaosan tuloistaan tilausmaksuista. Irtonumeromyynti on Suomessa vähäistä. Kirjat sekä ääni- ja kuvatalenteet ovat puolestaan pääsääntöisesti ”mainosvapaista” tuotteita.

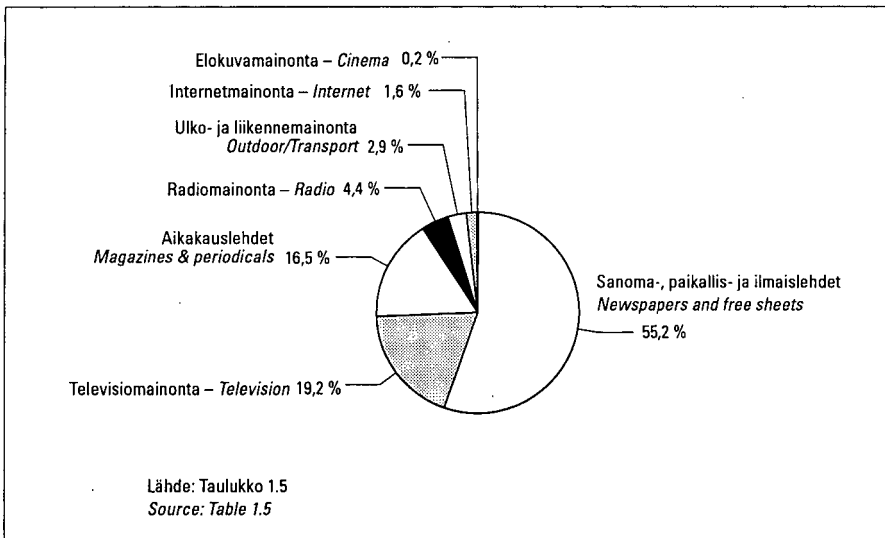
Mediamainontaan suunnittelukustannuksineen käytettiin Suomessa noin 1,25 miljardia euroa vuonna 2003 (taulukko 1.4). Mainonnassa Suomi on pysynyt varsin sanomalehtivaltaisena maana, vaikka sanomalehtimainonnan osuus mediamainonnasta on esimerkiksi viimeisten kymmenen vuoden aikana laskenut kuusi prosenttiyksikköä. Sanomalehtimainontaan käytetään lähes tasan puolet ja ilmaislehdet mukaan lukien 55 prosenttia mediamainontarahoista. Osuus on selvästi EU-maiden keskiarvoa (38 % vuonna 2002) korkeampi. (Taulukko 1.5 ja luvun 12 taulukko 3.)

Aikakauslehtien osuus mainosmarkoista kasvoi 1990-luvulla. Viime vuodet se on ollut noin 17 prosenttia. Aikakauslehtimainonnan kehitystrendi on viime vuosina Suomessa ollut päinvastainen kuin monessa muussa EU-maassa. Monissa maissa aikakauslehtien mainososuus on ollut laskussa 1980-luvun keskivaiheilta asti. Suomen ero aikakauslehtien mainontaosuuden eurooppalaiseen keskitasoon (18 % vuonna 2002) on kaventunut yhteen prosenttiyksikköön, kun se vielä vuonna 1990 oli toistakymmentä prosenttiyksikköä.

1990-luvun alussa television osuus mediamainonnasta Suomessa oli vain 13 prosenttia mutta lähti sitten selvään kasvuun ja nousi toistaiseksi korkeimmillaan 22 prosenttiin (vuosina 1995–97). Sitten osuus kuitenkin kääntyi laskuun ja on viime vuosina ollut 18-19 prosenttia. Television osuus mediamainonnasta onkin Suomessa edelleen selvästi pienempi kuin EU-maissa keskimäärin. Vuonna 2002 niissä käytettiin TV-mainontaan keskimäärin 32 prosenttia mediamainontatarhoista.

Radiomainonnan suhteellinen osuus mediamainonnasta lähestyy viittä prosenttia eli EU-maiden keskiarvoa.

Kuvio 1.2 Mediamainonta 2003
 Figure 1.2 Advertising in mass media 2003



Joukkoviestintä työllistäjänä

Joukkoviestinnän osuus työllisistä oli 1,8 prosenttia eli noin 50 000 henkilöä vuonna 2002. 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.

Tietoliikenne eli posti- ja teletoiminta noin 40 000 työpaikallaan on työllistäjänä joukkoviestintää pienempi.

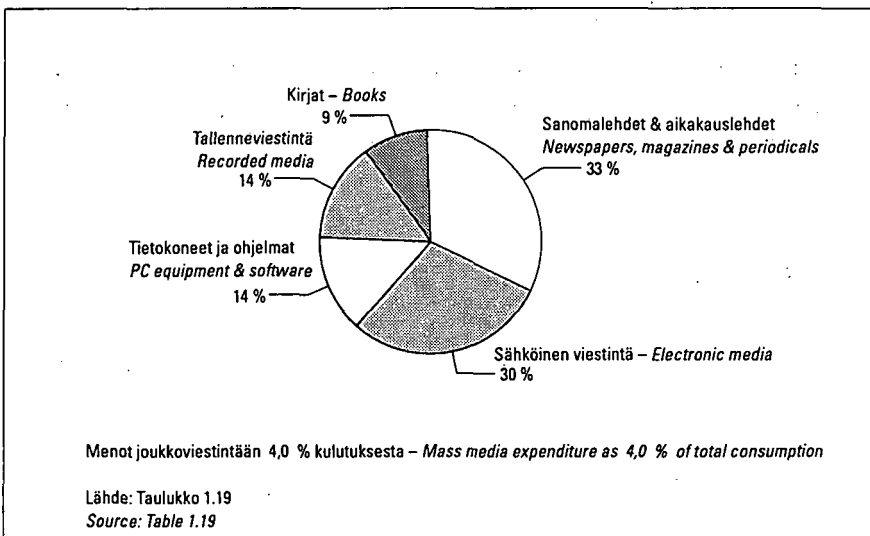
Laitemyynti ja kotitalouksien joukkoviestintämenot

Viihde-elektroniikan laitekaupalle on ominaista syklinen kehitys. Liikevaihdon ylläpitämiseksi tai kasvattamiseksi tarvitaan 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 dvd-soittimen keskihinta vuonna 2003 (168 €) putosi noin sadalla eurolla edelliseen vuoteen verraten (264 € vuonna 2002).

Uusien massamarkkinatuotteiden puute ja talouslama kolhivat 1990-luvun ensimmäisellä puoliskolla laitekauppaa erityisen pahasti. Alimmillaan nimellishintainen laitemyynnin arvo oli vain 60 prosenttia vuoden 1990 tasosta. Kulutuselektroniikan kokonaisymyynnin arvo ylitti vasta vuonna 1996 lamavuotia edeltäneen tason.

2000-luvun alun menestyvimpiä tuotteita ovat toistaiseksi olleet laajakuvatelevisiot, digiboxit ja dvd-soittimet. Vuonna 2003 viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyynnin arvo oli noin 0,4 miljardia euroa (taulukko 1.17).

Kuvio 1.3 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään 2001/02
Figure 1.3. Household consumption expenditure in mass media 2001/02



Kotitaloudet käyttivät joukkoviestimiin 4 prosenttia kulutusmenoistaan vuosina 2001/02 (taulukko 1.19). Suurimpia yksittäisiä menoeriä olivat sanoma- ja aikakauslehdet, tv-lupa ym. -maksut sekä pc-laitteet. Vuoteen 1990 verraten lehtien ja kirjojen osuus kotitalouksien joukkoviestintämenoista oli jonkin veran laskenut. Pc-laitteet ja ohjelmat olivat tietysti selvimmän kasvattaneet osuuttaan.

Tilastointi

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

Mainontaan käytettyä nettomarkkamäärää ja sen jakautumista eri joukkoviestintävälineiden kesken seuraa TNS Gallup 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 suorainonta, 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, Graafinen Teollisuus ry:n 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 TNS Gallup Oy:n Intermediatutkimuksesta. Joukkoviestintään käytetyn ajan suhteesta muuhun ajankäyttöön kertovat Tilastokeskuksen vuoden 1999–2000 ajankäyttötutkimus ja vuoden 2002 vapaa-aikatutkimus.

Tuomo Sauri

Täydentävää kirjallisuutta

Ahlqvist, Kirsti & Berg, Mari-Anna: Kotitalouksien kulutusmenojen muutossuunnat. Tulot ja kulutus 2003: 21. Tilastokeskus, Helsinki 2003.

Graafisen alan taloustilasto. *Turun kaupparokkeakoulu, 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.

Liikkanen, Mirja, Hanifi, Riitta & Hannula, Ulla (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Mainonnan määrä Suomessa. *TNS Gallup Oy*, Helsinki, eri vuosina.

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

Paikallisradioiden 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 (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

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

Soramäki, Martti: Informaatioyhteiskunnan teoriat, politiikka ja sähköisen viestinnän todellisuus. Tampere university press, Tampere 2004.

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

Taulukot – Tables

- 1.1 Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 1994–2003
Mass media market volume in Finland 1994–2003
- 1.2 Eri sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoiden volyymista 1994–2003
Shares of mass media market by sector 1994–2003
- 1.3 Suurimmat joukkoviestintäyritykset vuoden 2003 liikevaihdon mukaan
Top twelve media companies by turnover 2003
- 1.4 Mediamainonta 1994–2003
Media advertising 1994–2003
- 1.5 Medioiden mainososuudet 1994–2003
Shares of media advertising by sector 1994–2003
- 1.6 Joukkoviestintä työllistäjänä 1993–2002
Mass communication as employer 1993–20003
- 1.7 Joukkoviestinnän eri sektoreiden kotimaisuusasteita
Share of domestic production in different sectors of mass communication
- 1.8 Graafisen teollisuuden ja kustannustoiminnan toimitusten arvo alatoimialoitain 1995–2002
Value of deliveries in and publishing printing 1995–2002
- 1.9 Graafisen tuotannon ja kustannustoiminnan henkilökunta vuosina 1995–2002
Staff engaged in printing and publishing 1995–2002
- 1.10 Graafisen teollisuuden vienti ja tuonti 1994–2003
Printing industry exports and imports 1994–2003
- 1.11 Graafisen teollisuuden vienti tuoteryhmittäin 1994–2003
Exports of printing industry by product groups 1994–2003
- 1.12 Graafisen teollisuuden vienti maittain 1994–2003
Breakdown of printing industry exports by country 1994–2003
- 1.13 Graafisen teollisuuden tuonti tuoteryhmittäin 1994–2003
Imports of printing industry by product groups 1990–2001
- 1.14 Graafisen teollisuuden tuonti maittain 1994–2003
Breakdown of printing industry imports by country 1994–2003
- 1.15 Elektronisten viihdelaitteiden ja muiden tietoliikennevälineiden valmistuksen henkilökunta 1995–2002
Staff engaged in the manufacture of entertainment electronics and other means of communication 1995–2002
- 1.16 Viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyynti 1994–2003
Retail sales of entertainment electronics 1994–2003
- 1.17 Viihde-elektroniikan laitteiden myynnin arvo 1994–2003
Entertainment electronics: sales volume 1994–2003
- 1.18 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1994–2004
Penetration of selected household equipment 1994–2004

- 1.19 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään sekä viestintämenojen osuus kulutusmenoista 1990–2001/02
Household consumption expenditure in mass media and share of total consumption expenditure 1990–2001/02
- 1.20 Joukkoviestinten päivittäinen tavoitavuus 2004
Daily reach of mass media 2004
- 1.21 Joukkoviestimiin käytetty aika 2004
Time spent with mass media 2004

Kuviot – Figures

- 1.1 Joukkoviestintämarkkinat 1980, 1990 ja 2003
Mass media market volume in Finland 1980, 1990 and 2003
- 1.2 Mediamainonta 2003
Advertising in mass media 2003
- 1.3 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään 2001/02
Household consumption expenditure in mass media 2001/02
- 1.4 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1990–2004
Penetration of selected household equipment 1990–2004

1.1 Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 1994–2003
Mass media market volume in Finland 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos/ Change, %
	€ milj. – € million										2003/02
Päivälehdet (7–4 -päiväiset) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	735	782	795	831	886	926	965	956	936	931	–0,6
Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) <i>Non-dailies (3–1 times a week)</i>	103	104	107	103	110	116	114	113	115	112	–2,4
Ilmaislehdet <i>Free papers</i>	45	47	50	52	59	82	91	88	94	103	9,6
Aikakauslehdet <i>Magazines & periodicals</i>	461	494	525	558	589	614	631	622	630	655	4,0
Kirjat <i>Books</i>	325	341	373	392	400	419	447	453	474	479	1,1
Mainospainotuotteet <i>Printed advertising material</i>	220	219	259	261	274	289	306	314	312	320	2,6
Graafinen joukkoviestintä yhteensä <i>Print media total</i>	1 890	1 988	2 109	2 197	2 318	2 446	2 552	2 547	2 561	2 600	1,5
Valtakunnallinen TV- ja radiotoiminta <i>Nationwide TV & radio</i>	398	423	431	457	487	494	516	519	528	542	2,7
Muu radiotoiminta <i>Other radio</i>	29	31	30	32	29	29	30	33	34	36	5,9
Kaapelitelevisio <i>Cable television</i>	55	56	63	58	61	63	69	72	85	107	26,0
Online- ja internetpalvelut <i>Online services & internet</i>	29	34	37	42	46	52	60	60	56	60	6,8
Sähköinen viestintä yhteensä <i>Electronic media total</i>	510	545	561	588	623	638	675	684	703	746	6,0
Äänitteet – <i>Phonograms</i>	98	106	114	122	126	120	125	128	118	120	1,7
Videot – <i>Videos</i>	47	53	62	62	70	71	70	67	65	50	–23,1
DVD-tallenteet – <i>DVD records</i>	–	–	–	–	1	4	12	27	50	81	62,6
Elokuvateatterit – <i>Cinemas</i>	34	34	34	38	43	48	48	48	57	58	2,1
CD-Rom-tallenteet – <i>CD-Rom records</i>	3	8	25	34	37	34	36	33	26	23	–10,5
Tallenneviestintä yhteensä <i>Recorded media total</i>	183	201	235	256	276	277	291	303	316	333	5,3
Koko joukkoviestintä <i>Mass media total</i>	2 583	2 734	2 905	3 041	3 218	3 361	3 519	3 534	3 580	3 679	2,7
Kiintein (2003) hinnoin <i>At fixed (2003) prices</i>	2 960	3 101	3 277	3 390	3 537	3 651	3 697	3 621	3 612	3 679	
Osuus BKT:sta % <i>Mass media as % of GDP</i>	3,0	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	2,7	2,6	2,6	2,6	

HUOM. Taulukon luvut ovat loppukäyttäjätasoisia. Niistä on eliminoitu päällekkäisten erien kertautuminen 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. Sales at end user level. The figures include domestic production and imports. Overlaps and exports have been eliminated. This table includes several estimates.

Ilmaislehtien tiedot vuoteen 1998 asti eivät ole suoraan vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

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

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

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 1994–2003

Shares of mass media market by sector 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
Päivälehdet (7–4-päiväiset) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	28,5	28,6	27,4	27,3	27,5	27,5	27,4	27,1	26,2	25,3
Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) <i>Non-dailies (3–1 times a week)</i>	4,0	3,8	3,7	3,4	3,4	3,5	3,2	3,2	3,2	3,1
Ilmaislehdet – <i>Free papers</i>	1,8	1,7	1,7	1,7	1,8	2,5	2,6	2,5	2,6	2,8
Aikakauslehdet <i>Magazines & periodicals</i>	17,8	18,1	18,1	18,4	18,3	18,3	17,9	17,6	17,6	17,8
Kirjat – <i>Books</i>	12,6	12,5	12,9	12,9	12,4	12,5	12,7	12,8	13,2	13,0
Mainospainotuotteet <i>Printed advertising material</i>	8,5	8,0	8,9	8,6	8,5	8,6	8,7	8,9	8,7	8,7
Graafinen joukkoviestintä yhteensä <i>Print media total</i>	73,2	72,7	72,6	72,3	72,0	72,8	72,5	72,1	71,6	70,7
Valtakunnallinen TV- ja radiotoiminta <i>Nationwide TV & radio</i>	15,4	15,5	14,8	15,0	15,1	14,7	14,7	14,7	14,8	14,8
Muu radiotoiminta – <i>Other radio</i>	1,1	1,1	1,0	1,1	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0
Kaapelitelevisio – <i>Cable television</i>	2,1	2,1	2,2	1,9	1,9	1,9	2,0	2,0	2,4	2,9
Online- ja internetpalvelut <i>Online services & internet</i>	1,1	1,3	1,3	1,4	1,4	1,6	1,7	1,7	1,6	1,6
Sähköinen viestintä yhteensä <i>Electronic media total</i>	19,7	19,9	19,3	19,3	19,4	19,0	19,2	19,4	19,6	20,3
Äänitteet – <i>Phonograms</i>	3,8	3,9	3,9	4,0	3,9	3,6	3,6	3,6	3,3	3,3
Videot – <i>Videos</i>	1,8	1,9	2,1	2,0	2,2	2,1	2,0	1,9	1,8	1,4
DVD-tallenteet – <i>DVD records</i>	–	–	–	–	0,0	0,1	0,3	0,8	1,4	2,2
Elokuvateatterit – <i>Cinemas</i>	1,3	1,2	1,2	1,2	1,3	1,4	1,4	1,4	1,6	1,6
CD-Rom-tallenteet – <i>CD-Rom records</i>	0,1	0,3	0,9	1,1	1,1	1,0	1,0	0,9	0,7	0,6
Tallenneviestintä yhteensä <i>Recorded media total</i>	7,1	7,4	8,1	8,4	8,6	8,2	8,3	8,6	8,8	9,0
Koko joukkoviestintä – <i>Mass media total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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. Sales at end user level. The figures include domestic production and imports. Overlaps and exports have been eliminated. This table includes several estimates.

Ilmaislehtien tiedot vuoteen 1998 asti eivät ole suoraan vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

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

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

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 Suurimmat joukkoviestintäyritykset vuoden 2003 liikevaihdon mukaan
Top twelve media companies by turnover 2003

	Liikevaihto <i>Net revenue</i>		Toimialat – <i>Media activities</i>						
	€ milj. € million 2003	Muutos % Change % 2003/2002	Sanoma- lehdet <i>Newspapers</i>	Aikakaus- lehdet <i>Magazines</i>	Kirjat <i>Books</i>	Radio	TV	Digitaaliset mediat* <i>Digital media*</i>	Levitys & jakelu <i>Distribution & retail</i>
1. SanomaWSOY Oyj	2 434	3	X	X	X	(x)	X	X	X
2. Alma Media Ovi	461	-5	X	X		X	X	X	
3. Yleisradio Oy	330	-12				X	X	X	(x)
4. TS-Yhtymä Oy	279	-5	X			X	(x)		
5. Otava Kuvalehdet Oy	221	1		X	X				X
6. Edita Oy	171	7		X	X			X	
7. Talentum Oy	113	-1		X	X		X	X	
8. Keski-suomalainen Oyj	90	0	X						
9. A-lehdet Oy	87	11		X					
10. Ilkka Oyj	66	0	X						
11. Jantun Oyj	60	13	X	X		X			X
12. Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	56	14	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 1994–2003*
Media advertising 1994–2003*

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos Change 2003/2002 %
	€ milj. – € million										
Päivälehdet (7–4 krt/vk) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	338	368	374	402	441	493	528	496	475	484	1,8
Muut sanomalehdet – <i>Non-dailies</i>	48	50	51	52	53	52	55	51	49	51	4,9
Sanoma- ja paikallislehtimainonta yhteensä – Newspapers total	386	418	426	454	494	545	583	547	524	535	2,1
Ilmaislehdet – <i>Free papers</i>	32	34	36	37	46	49	54	52	56	61	9,6
Sanoma-, paikallis- ja ilmaislehtimainonta yhteensä Newspapers and free papers total	417	452	462	491	540	594	637	599	580	596	2,8
Yleisaikakaus-, naisten- ja harrastelehdet <i>Consumer magazines</i>	44	50	53	56	65	70	80	80	83	83	0,7
Ammattilehdet <i>Trade & business magazines</i>	39	46	49	65	79	86	97	88	79	76	-3,3
Asiakaslehdet – <i>Customer magazines</i>	6	7	10	11	13	13	15	16	17	19	8,1
Aikakauslehtimainonta yhteensä Magazines & periodicals total	90	104	111	133	158	170	191	184	179	178	-0,4
Lehtimainonta yhteensä** Press media advertising total**	507	556	573	623	698	764	828	783	758	774	2,1
Televisiomainonta – <i>Television</i>	137	168	173	190	204	205	213	195	201	207	3,0
Radiomainonta – <i>Radio</i>	26	28	27	30	34	34	38	40	44	47	8,3
Internetmainonta – <i>Internet</i>			1	2	4	6	12	15	15	17	13,9
Sähköinen mainonta yhteensä Electronic media advertising total	162	190	194	222	242	246	262	249	260	272	4,5
Elokuvamainonta – <i>Cinema</i>	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	-5,5
Ulko- ja liikennemainonta <i>Outdoor/Transport</i>	21	24	25	29	31	32	35	34	32	31	-3,4
Mediamainonta yhteensä Mass media advertising total	691	770	792	876	972	1 043	1 127	1 068	1 053	1 079	2,5
Tuotanto ja suunnittelu <i>Planning and production</i>	104	118	121	135	155	167	188	182	172	168	-2,3
Yhteensä – Total	795	888	913	1 010	1 128	1 210	1 316	1 248	1 225	1 247	1,8

* Mainostajien joukkoviestinmainontaan käyttämä nettomarkkamäärä. 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.*

** 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: TNS Gallup Oy
Source: TNS Gallup Group

1.5 Medioiden mainososuudet 1994–2003
Shares of media advertising by sector 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
Päivälehdet (7–4 krt/vk) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	49,0	47,8	47,3	45,9	45,3	46,8	46,9	46,5	45,1	44,9
Muut sanomalehdet – <i>Non-dailies</i>	6,9	6,5	6,5	5,9	5,5	5,1	4,9	4,8	4,6	4,7
Sanoma- ja paikallislehtimainonta yhteensä <i>Newspapers total</i>	55,9	54,3	53,7	51,8	50,8	51,8	51,7	51,3	49,7	49,6
Ilmaislehdet – <i>Free papers</i>	4,6	4,4	4,5	4,2	4,7	4,8	4,8	4,9	5,3	5,7
Sanoma-, paikallis- ja ilmaislehtimainonta yhteensä <i>Newspapers and free papers total</i>	60,4	58,7	58,2	56,1	55,5	56,6	56,5	56,2	55,0	55,2
Yleisaikakaus-, naisten- ja harrastelehdet <i>Consumer magazines</i>	6,4	6,5	6,6	6,4	6,7	6,8	7,1	7,5	7,9	7,7
Ammattilehdet <i>Trade & business magazines</i>	5,7	6,0	6,2	7,4	8,1	8,4	8,6	8,3	7,5	7,0
Asiakaslehdet – <i>Customer magazines</i>	0,9	1,0	1,2	1,3	1,4	1,3	1,3	1,5	1,6	1,8
Aikakauslehtimainonta yhteensä <i>Magazines & periodicals total</i>	13,0	13,5	14,0	15,2	16,2	16,6	16,9	17,4	17,0	16,5
Lehtimainonta yhteensä* <i>Press media advertising total*</i>	73,4	72,2	72,3	71,2	71,7	73,2	73,5	73,5	72,0	71,7
Televisionmainonta – <i>Television</i>	19,8	21,8	21,8	21,7	21,0	20,0	18,9	18,3	19,1	19,2
Radiomainonta – <i>Radio</i>	3,7	3,6	3,5	3,5	3,5	3,3	3,3	3,8	4,2	4,4
Internetmainonta – <i>Internet</i>			0,1	0,2	0,4	0,6	1,0	1,0	1,4	1,6
Sähköinen mainonta yhteensä <i>Electronic media advertising total</i>	23,5	24,6	24,4	25,4	24,9	23,9	23,3	23,0	24,7	25,2
Elokuvamainonta – <i>Cinema</i>	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2
Ulko- ja liikennemainonta <i>Outdoor/Transport</i>	3,0	3,1	3,2	3,3	3,2	3,1	3,1	3,3	3,0	2,9
Mediamainonta yhteensä <i>Mass media advertising total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tuotanto ja suunnittelu <i>Planning and production</i>	13,1	13,3	13,3	13,3	13,8	13,9	14,3	14,6	14,0	13,5
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* 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: TNS Gallup Oy
 Source: TNS Gallup Group

1.6 Joukkoviestintä työllistäjänä 1993–2002
Mass communication as employer 1993–20003

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	1 000 henkeä – 1 000 persons									
Kustantaminen – <i>Publishing</i>	15,6	15,0	14,7	14,3	14,1	14,3	14,7	15,4	15,1	15,0
Painaminen – <i>Printing</i>	16,6	15,3	15,0	14,9	15,4	15,6	15,0	14,3	14,0	13,2
Elektronisten viihdelaitteiden valmistus <i>Manufacture of entertainment electronics</i>	1,1	1,2	1,3	1,0	1,0	1,4	1,2	1,5	1,6	1,2
Mainonta, uutisvälitys, tietopankit <i>Advertising, news agencies, data banks</i>	3,8	4,7	5,6	6,5	6,3	7,5	8,7	9,9	10,4	9,0
Radio- ja televisioiminta <i>Radio and television</i>	5,9	6,3	6,5	6,4	6,5	7,3	7,2	11,2	7,1	7,0
Äänite- ja videotuotanto; elokuvien tuotanto, jakelu ja esitys <i>Film, video & phonogram</i>	1,6	1,5	1,6	1,8	2,1	2,4	2,5	2,6	2,4	2,7
Joukkoviestintä yhteensä Mass communication total	44,6	44,0	44,7	44,9	45,4	48,5	49,1	54,8	50,6	48,1
Koko kansantalous <i>National economy</i>	2 476	2 463	2 481	2 490	2 484	2 507	2 557	2 589	2 605	2 610
Joukkoviestinnän osuus kansantaloudesta, % Share of mass communication to national economy, %	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9	2,1	1,9	1,8
Posti- ja teletoiminta, 1 000 henkeä <i>Postal services and telecommunications total</i>	38,6	39,7	43,5	38,3	42,7	43,2	41,5	40,8	41,8	40,3

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.*

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	83
Televisio – Television	55
Äänitteet – Phonograms	54
Elokuva – Cinema	22
Video – Video	
• myynti – sell-through	14
• vuokraus – rental	5

Laskentaperusteet:

- Kotimaisten sanomalehtien osuus tilauksista ja irtonumeromyynnistä (2003).
- Kotimaisten aikakauslehtien osuus tilauksista ja irtonumeromyynnistä (2003).
- Kotimaisen kirjallisuuden osuus julkaistuista nimikkeistä (2002).
- Kotimaisten TV-ohjelmien osuus Ylen, MTV:n ja Nelosen ohjelma-ajasta (2003).
- Kotimaisten äänitteiden osuus ÄKT ry:n jäsenten tukkumyynnistä (2003).
- Kotimaisten elokuvien katsojaosuus (2003).
- Kotimaisten videoiden osuus tukkumyynnistä (vuokraus ja myynti) (2003; arvioita)

Bases for calculations:

- Subscriptions and single copy sales of domestic newspapers as proportion of total sales (2003).
- Subscriptions and single copy sales of domestic magazines & periodicals as proportion of total sales (2003).
- Finnish literature as proportion of all titles published (2002).
- Domestic TV programming as proportion of programming time (2003).
- Domestic phonograms produced as proportion of wholesale sales of Finnish group of IFPI (2003).
- Audience of domestic films as proportion of total cinema-going audience (2003).
- Domestic videos as proportion in sales at distributor level (rentals and sell-through). (2003; estimates)

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 Elokuvaomistajien Liitto – The Finnish Film Distributors' Association
 Suomen Filmikamari – The Finnish Chamber of Films
 Suomen Posti Oy – Finland Post Ltd
 Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT – The Finnish Group of IFPI
 Tilastokeskus – Statistics Finland
 Yleisradio Oy – YLE

1.8 Graafisen teollisuuden ja kustannustoiminnan toimitusten arvo alatoimialoittain 1995–2002
Value of deliveries in and publishing printing 1995–2002

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	€ milj. – € million							
Kirjojen kustantaminen – <i>Book publishing</i>	318	332	340	356	346	397	402	399
Sanomalehtien kustantaminen – <i>Newspapers publishing</i>	944	985	1 008	1 070	1 134	1 213	1 227	1 234
Aikakauslehtien kustantaminen – <i>Magazines publishing</i>	501	527	581	656	699	756	808	888
Kustantaminen yhteensä – <i>Publishing total</i>	1 763	1 845	1 929	2 082	2 179	2 365	2 437	2 521
Painaminen ja sitä palveleva toiminta <i>Separate printing and printing related services</i>	1 541	1 627	1 654	1 693	1 654	1 741	1 806	1 747
Yhteensä – <i>Total</i>	3 304	3 472	3 583	3 775	3 799	4 106	4 244	4 268

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

1.9 Graafisen tuotannon ja kustannustoiminnan henkilökunta vuosina 1995–2002*
*Staff engaged in printing and publishing 1995–2002**

	Kirjojen kustantaminen <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 and printing-related services</i>	Yhteensä – <i>Total</i>
1995	1 637	10 303	3 434	14 539	29 913
1996	1 674	9 127	3 757	13 937	28 495
1997	1 818	8 341	3 876	14 589	28 624
1998	1 977	8 551	4 104	14 490	29 122
1999	1 931	8 745	4 242	14 435	29 353
2000	2 175	9 078	4 772	13 976	30 001
2001	2 174	8 743	4 606	13 715	29 238
2002	2 238	8 623	4 526	13 107	28 494
Muutos 2002/01 %					
<i>Change 2002/01 %</i>	2,9	-1,4	-1,7	-4,4	-2,5

* 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 1994–2003
Printing industry exports and imports 1994–2003

	Vienti € milj. Exports € million	Tuonti € milj. Imports € million
1994	219	114
1995	272	91
1996	299	110
1997	329	124
1998	352	146
1999	277	171
2000	338	194
2001	356	170
2002	330	168
2003	300	174
Muutos 2003/2002 % Change 2003/2002%	-9,1	3,6

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto
 Graafinen Teollisuus ry.

Sources: Foreign trade statistics
 The Federation of the Printing Industry in Finland.

1.11 Graafisen teollisuuden vienti tuoteryhmittäin 1994–2003
Exports of printing industry by product groups 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
Kaupallinen aineisto <i>Printed matter for advertising purposes</i>	38	31	30	35	34	38	37	33	32	32
Sanomalehdet, aikakauslehdet <i>Newspapers & periodicals</i>	33	41	45	41	42	34	34	37	40	43
Kirjat, esittelylehtiset <i>Books & leaflets</i>	17	16	15	15	16	21	22	26	22	19
Lomakkeet, etiketit – <i>Forms & labels</i>	7	8	7	6	6	5	4	3	3	3
Muut – <i>Other</i>	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yhteensä € milj. – Total € million	219	272	299	329	352	277	338	356	330	300

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto
 Graafinen Teollisuus ry.

Sources: Foreign trade statistics
 The Federation of the Printing Industry in Finland.

1.12 Graafisen teollisuuden vienti maittain 1994–2003
Breakdown of printing industry exports by country 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
Venäjä – <i>Russia</i>	8	33	41	47	46	25	28	30	33	34
Ruotsi – <i>Sweden</i>	35	29	26	20	20	27	26	21	21	23
Tanska – <i>Denmark</i>	11	9	7	6	6	11	10	11	10	10
Norja – <i>Norway</i>	11	9	9	9	8	10	9	9	10	8
Saksa – <i>Germany</i>	3	3	3	3	2	5	6	7	8	6
Britannia – <i>United Kingdom</i>	7	5	5	5	6	7	7	5	8	8
Viro – <i>Estonia</i>	2	2	3	4	5	5	5	3	2	2
Liettua – <i>Lithuania</i>	2
Unkari – <i>Hungary</i>	2	3	3	2
Ukraina – <i>Ukraine</i>	1	1	1	1
Latvia – <i>Latvia</i>	1	1	2	1	1	1	0
Muut maat – <i>Other countries</i>	7	5	5	5	6	6	5	8	5	5
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yhteensä € milj. – Total € million	219	272	299	329	352	277	338	356	330	300

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto
 Graafinen Teollisuus ry.

Sources: Foreign trade statistics
 The Federation of the Printing Industry in Finland

1.13 Graafisen teollisuuden tuonti tuoteryhmittäin 1994–2003
Imports of printing industry by product groups 1990–2001

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
Kaupallinen aineisto <i>Printed matter for advertising purposes</i>	42	30	26	31	28	26	28	22	22	22
Sanomalehdet, aikakauslehdet <i>Newspapers & periodicals</i>	14	17	21	19	24	25	22	21	20	20
Kirjat, esittelylehtiset <i>Books & leaflets</i>	31	36	34	32	32	31	32	40	37	37
Lomakkeet, etiketit – <i>Forms & labels</i>	4	6	7	6	5	5	5	6	5	5
Muut – <i>Other</i>	9	11	11	10	12	13	14	13	16	15
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yhteensä € milj. – Total € million	114	91	110	124	146	171	194	170	168	174

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto
 Graafinen Teollisuus ry.

Sources: Foreign trade statistics
 The Federation of the Printing Industry in Finland

1.14 Graafisen teollisuuden tuonti maittain 1994–2003
Breakdown of printing industry imports by country 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
Saksa – <i>Germany</i>	14	15	14	14	14	14	14	17	19	21
Ruotsi – <i>Sweden</i>	21	19	21	21	18	17	15	17	18	19
Britannia – <i>United Kingdom</i>	16	18	18	20	20	18	19	18	16	15
Japani – <i>Japan</i>	5	7	6	8	8
Tanska – <i>Denmark</i>	7	5	9	7	7	6	9	5	5	6
USA – <i>USA</i>	14	13	10	8	7	7	8	8	7	6
Norja – <i>Norway</i>	..	2	1	1	6	11	4	3	4	4
Ranska – <i>France</i>	3	4	3	3	4	6	4	4	4	3
Espanja – <i>Spain</i>	3	3
Italia – <i>Italy</i>	6	6	5	5	4	4	3	3	3	3
Muut maat – <i>Other countries</i>	15	12	11	13	13	10	13	15	14	14
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yhteensä € milj. – Total € million	114	91	110	124	146	171	194	170	168	174

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto
 Graafinen Teollisuus ry.

Sources: *Foreign trade statistics*
The Federation of the Printing Industry in Finland

1.15 Elektronisten viihdelaitteiden ja muiden tietoliikennevälineiden valmistuksen henkilökunta 1995–2002
Staff engaged in the manufacture of entertainment electronics and other means of communication 1995–2002

	Tietoliikennevälineiden valmistus* <i>Manufacture of communication technology*</i>	Elektronisten viihdelaitteiden ja tallenteiden valmistus** <i>Manufacture of entertainment electronics and recordings**</i>
1995	16 555	1 399
1996	18 687	1 338
1997	22 254	1 353
1998	25 328	1 243
1999	28 805	1 200
2000	31 742	1 049
2001	32 138	1 204
2002	29 860	1 228

* 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, nauhurien ja äänitteiden sekä äänittämättömien kasettien valmistus.
Includes the manufacture of radios, televisions, VCRs, cassette recorders, sound recordings as well as blank cassettes.

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

1.16 Viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyynti 1994–2003
Retail sales of entertainment electronics 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos/ Change 2002/2003 %
	1 000 kpl – 1 000 units										
Televisiot – TV sets	189	228	255	250	296	283	274	214	238	244	2,4
Digiboksit – Digital set-top boxes								10	85	213	150,5
Satelliittipaketit – Satellite dishes	17	11	12	17	17	15	15	8	6	6	0,0
Videonauhurit, -kamerat, DVD-soittimet VCRs, DVD-players, camcorders	113	149	176	207	230	260	307	265	286	304	6,3
Stereolaitteet – Stereo equipment	79	104	120	125	119	138	162	133	121	122	0,8
Kaiuttimet, kuulokkeet ym. Loudspeakers, headphones etc.	25	149	201	206	192	343	354	357	342	367	7,5
Soittimet – Players	176	169	174	147	154	132	128	140	114	116	1,6
Radionauhurit ja radiot Radios and portable sets	253	256	269	286	264	255	249	240	226	184	-18,6
Autolaitteet – Car stereos & players	94	125	160	172	195	193	171	132	134	140	4,2
Tietokoneet – PC's	20	60	80	120	110	120	130	120	110	160	45,5

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

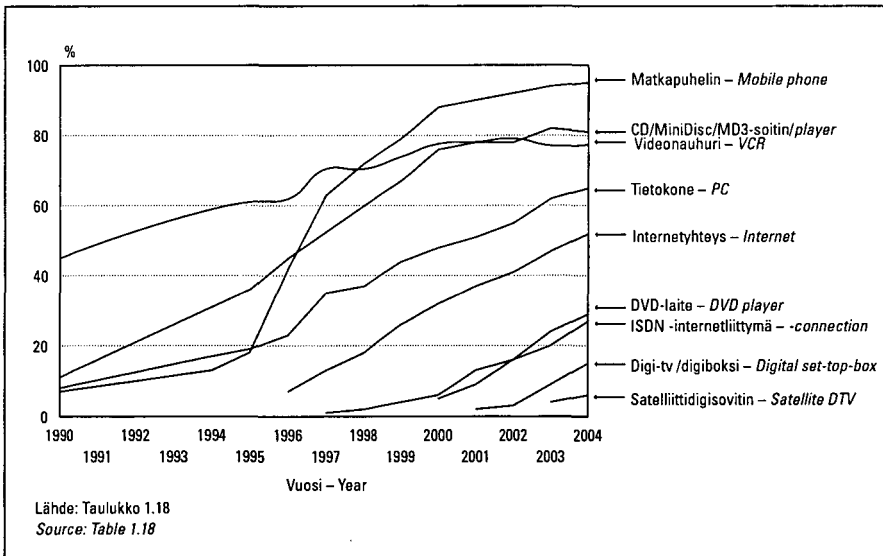
1.17 Viihde-elektronikan laitteiden myynnin arvo 1994–2003
 Entertainment electronics: sales volume 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos/ Change %
	€ milj. – € million										2003/2002
Televisiot – TV sets	103,3	118,9	124,5	130,2	159,3	165,7	150,0	127,7	145,1	156,7	8
Digiboksit – Digital set-top boxes								3,0	20,6	48,6	135
Satelliittipaketit – Satellite dishes	7,7	4,2	4,2	7,2	8,6	5,0	5,0	2,0	1,8	1,8	0
Videonauhurit ja -kamerat, DVD-soittimet VCRs, camcorders, DVD-players	53,0	63,9	67,8	69,3	73,0	64,9	99,0	85,6	81,1	65,3	-20
Stereolaitteet – Stereo equipment	33,6	39,2	44,7	41,4	34,5	38,5	49,8	46,0	43,2	41,6	-4
Kaiuttimet (erikseen myytävät) Loudspeakers	2,2	2,9	9,1	11,3	13,5	15,6	16,7	16,7	9,6	9,8	2
Soittimet – Players	14,5	13,6	12,4	10,4	11,3	15,5	17,1	16,7	14,0	15,0	7
Radionauhurit – Radios	17,2	18,7	19,3	17,0	15,6	17,0	14,9	13,5	12,9	9,2	-28
Radiot – Radios	2,7	2,5	2,5	3,0	3,2	3,4	3,5	3,6	3,4	2,7	-21
Kuulokkeet ja tarvikkeet – Headphones	2,0	5,7	9,1	11,3	13,5	10,9	7,2	7,5	3,2	2,6	-19
Autolaitteet – Car stereos & players	24,6	31,0	37,0	38,0	41,0	40,5	34,6	32,0	29,9	30,2	1
Yhteensä – Total	260,7	300,6	330,7	339,1	373,3	377,1	397,8	354,3	364,9	383,5	5

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

Kuvio 1.4 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1990–2004
 Figure 1.4 Penetration of selected household equipment 1990–2004



1.18 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1994–2004
Penetration of selected household equipment 1994–2004

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
	%										
Televisio – TV	97	96	96	96	95	97	96	96	96	94	94
Teksti-tv – Teletext								80	82	82	83
Laajakuva-tv – Wide-screen TV								13	15	21	26
Digiboksi tai -tv Digital set-top-box/Integrated digital TV								2	3	9	22
• Terrestiaali/kaapelidigisovitin Terrestrial/cable DTV											18
• Satelliittidigisovitin – Satellite DTV										4	6
Videonauhuri – VCR	59	61	63	71	71	74	78	78	79	77	75
DVD-laite – DVD player							5	9	16	24	31
Kotiteatterijärjestelmä – Home theater										12	14
CD/MiniDisc/MP3-soitin – CD/MiniDisc/MP3 player	31	36	45	..	60	67	76	78	78	82	81
Tietokone – PC	17	19	23	35	37	44	48	51	55	62	63
Internet-yhteys – Internet			7	13	18	26	32	37	41	47	49
Nopea internet (ISDN, ADSL tms.) ISDN, ADSL etc.				1	2	4	6	13	16	20	30
Pelikonsoli – Game console								23	21	22	23
Matkapuhelin – Mobile phone	13	18	42	62	72	79	88	90	92	94	96
Videokamera – Camcorder					10	13	16	15	15	16	17

Lähde: Tilastokeskus, Kulutustutkimukset ja Kuluttajabarometrit
 Source: Statistics Finland, Household surveys and Consumer barometers

1.19 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään sekä viestintämenojen osuus kulutusmenoista 1990–2001/02
Household consumption expenditure in mass media and share of total consumption expenditure 1990–2001/02

Kaikki kotitaloudet – All households	1990		1995		2001/02	
	€	%	€	%	€	%
Radiot ja yhdistelmälaitteet – Radio equipment	41	5,2	32	3,8	41	4,0
TV-vastaanottimet ja oheislaitteet – TV equipment	71	8,9	60	7,2	93	9,1
TV-luvat, kaapeli-TV ym. maksut – TV licence fees, cable TV payments	125	15,6	147	17,8	168	16,4
CD-soittimet, kasettisoittimet ym. – CD-players, cassette decks etc.	11	1,3	14	1,7	14	1,4
Äänitteet ja kasetit – Phonograms, audio cassettes	30	3,8	36	4,4	42	4,1
Video- ja DVD-laitteet – VCRs, DVDs	47	5,8	22	2,7	41	4,0
Videokasetit, DVD-tallenteet – Video cassettes, DVD records	27	3,4	21	2,6	32	3,1
Elokuvat – Cinema	12	1,5	13	1,6	18	1,8
Kirjat – Books	97	12,1	92	11,2	96	9,4
Sanomalehdet – Newspapers	161	20,1	169	20,5	188	18,4
Aikakauslehdet – Magazines & periodicals	127	15,9	130	15,7	145	14,2
PC -laitteet, pelitietokoneet, ohjelmat PC equipment, game consoles, programs	52	6,4	90	10,9	144	14,1
Kulutusmenot joukkoviestintään yhteensä Consumption expenditure in mass media total	802	100	826	100	1 022	100
Joukkoviestintämenot % kokonaiskulutusmenoista As % of total consumption expenditure		4,1		4,2		4,0
Tietoliikennemenot – Consumption expenditure in posts & telecom	276		454		942	
Tietoliikennemenot % kokonaiskulutusmenoista As % of total consumption expenditure		1,4		2,3		3,7
Kokonaiskulutusmenot – Total consumption expenditure	19 361		19 853		25 760	

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

1.20 Joukkoviestinten päivittäinen tavoitavuus 2004
Daily reach of mass media 2004

Väestö 12+ Population 12+	Kaikki – All	Sukupuoli – Sex		Ikä – Age			
		Nainen Female	Mies Male	12–24	25–44	45–59	60–
	%						
Aikakauslehdet – Magazines	59	60	59	57	59	60	61
Sanomalehdet – Newspapers	82	80	83	62	81	91	95
Ilmais- ja noutolehdet – Free papers	39	38	40	34	39	41	44
Suoramainonta – Direct advertising	13	14	12	12	17	12	8
Kirjat – Books	32	39	24	44	29	26	30
TV	94	94	93	91	93	96	96
Radio	82	79	85	78	83	85	82
Video/DVD	15	17	14	26	16	9	11
Äänitteet – Phonograms	22	23	22	42	26	11	7
Internet – Internet	43	38	48	60	51	33	16

Tiedot on kerätty informoituna kirjjekyselynä, jonka otos on noin 2 550 12–69-vuotiaasta henkilöä ja palautusprosentti 53 %.
 The data come from a survey involving some 2 550 persons aged 12–69 years, with a response rate of 53 per cent.

Lähde: TNS Gallup Oy
 Source: TNS Gallup Group

1.21 Joukkoviestimiin käytetty aika 2004
Time spent with mass media 2004

Väestö 12+ Population 12+	Kaikki – All	Sukupuoli – Sex		Ikä – Age			
		Nainen Female	Mies Male	12–24	25–44	45–59	60–
min/vrk – min/day							
Aikakauslehdet – Magazines	33	32	35	29	28	37	44
Sanomalehdet – Newspapers	48	44	53	25	41	61	79
Ilmais- ja noutolehdet – Free sheets	10	10	10	8	9	11	16
Suoramainonta – Direct advertising	2	2	2	2	2	2	1
Kirjat – Books	29	37	21	55	20	22	27
Graafiset viestimet yhteensä Print media total	122	124	120	119	99	132	167
TV	207	201	213	184	186	221	273
Radio	169	160	179	122	181	194	158
Video & DVD	11	11	11	20	12	6	8
Äänitteet – Phonograms	18	17	20	39	20	8	3
Internet	33	24	41	48	39	24	7
Sähköiset ja tallenneviestimet yhteensä Electronic and recorded media total	438	413	463	414	437	453	449
Yhteensä – Total	560	537	583	532	536	585	617

Tiedot on kerätty informoituna kirjekselynä, jonka otos on noin 2 550 12–69-vuotiaasta henkilöä ja palautusprosentti 53 %.
The data come from a survey involving some 2 550 persons aged 12–69 years, with a response rate of 53 per cent.

Lähde: TNS Gallup Oy
Source: TNS Gallup Group

2 Televisio

Digitaaliset televisiolähetykset käynnistyivät Suomessa elokuussa 2001 ja pelkääntään digitaalisiin lähetyksiin siirrytään elokuussa 2007. Digitalisoitumisen myötä kanavatarjonta on kasvanut. Analogisten tv-kanavien digitaalisten rinnakkaisversioiden lisäksi Yleisradio perusti kolme uutta julkisen palvelun kanavaa (kulttuuri- ja asiaohjelmien kanava YLE Teema, uutis- ja ajankohtaiskanava YLE24 ja ruotsinkielinen täyden palvelun kanava YLE FST-D). Kaupallinen lisätarjonta muodostui syksyllä 2004 kolmesta teemakanavasta (urheilu-, nuoriso- ja musiikkikanava) sekä lisäksi Canal+:in maksullisesta elokuva- ja urheilukanavapaketesta.

Vaisun alun jälkeen digisovittimet ja -televisiot ovat alkaneet yleistyä Suomessa todella nopeasti. Loppusyksyllä 2004 jo 22 prosentilla kotitalouksista eli noin 520 000 taloudessa oli antenni-, kaapeli- tai satelliittilähetysten vastaanottoon soveltuva digisovitin tai digitelevisio.

Näistä talouksista 18 prosentilla (noin 440 000 taloutta) oli maanpäällisten tv-lähetysten antenni- tai kaapelivastaanottoon soveltuva digivastaanotin. Tämä lienee Euroopan korkein penetraatioaste digitaalisten lähetysten maanpäällisessä vastaanotossa. Britannian Freeviewin penetraatio kesällä 2004 oli 16 prosenttia.

Digisovittimet olivat yleistyneet antennitalouksissa huomattavasti nopeammin kuin kaapelitalouksissa. Digisovittimia oli hankittu suhteellisesti eniten pienempien kaupunkien ja maaseudun talouksiin. Isoissa kaupungeissa penetraatioaste oli keskimääräistä alhaisempi.

Televisiotoimialan rakenteessa tapahtui jo 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.

Mutta MTV suoritti myös vuoden 1993 jälkeen Yleisradiolle yhtiöiden keskinäisiin vuosisopimuksiin perustunutta nk. julkisen palvelun maksua, joka sitten vuoden 1998 laissa radio- ja televisiotoiminnasta muuttui lakisääteiseksi toimilupamaksuksi. Se ulotettiin koskemaan kaikkea maanpäällistä vapaasti etenevien radioaaltojen välityksellä harjoitettavaa televisiotoimintaa, digitaalisia tv-kanavia lukuun ottamatta. Maksajaksi tuli myös MTV:n mainosrahoitteinen kilpailija Nelonen, joka sai toimiluvan vuonna 1996 ja aloitti lähetykset kesällä 1997.

Vuonna 2002 analogisten kanavien maksaman toimilupamaksun taso puolitettiin viestintämarkkinalainsäädännön uudistamisen yhteydessä. Maksu poistuu lopullisesti analogisten televisiolähetysten lopettamisen myötä vuonna 2007.

Nykyisin Yleisradio on liikevaihdoltaan maamme kolmanneksi suurin joukkoviestintäyhtiö. Yleisradio Oy:n tuotot olivat 330 miljoonaa euroa, josta katsojien maksamien tv-maksujen osuus oli yli 90 prosenttia ja toimilupamaksujen osuus enää 6 prosenttia vuonna 2003. Television osuus Yleisradion kokonaiskustannuksista oli noin 255 miljoonaa euroa eli 62 prosenttia kustannuksista. Tv-toiminnan digitalisointi ja toimilupamaksutuottojen supistuminen ovat viime vuosina rasittaneet Yleisradion taloutta. Niinpä tuotot ovat jääneet huomattavasti kuluja pienemmiksi. (Taulukot 2.2 & 2.3.)

MTV3 sekä uusi digitaalinen kanava Subtv (myös analogisena kaapeliverkoissa) ovat olleet osa viestinnän monialayhtiö Alma Mediaa, joka on Suomen toiseksi suurin joukkoviestintäyhtiö. Vuonna 2005 Alma Median televisio- ja radiotoiminnan omistus siirtyi Nordic Broadcasting -yhtiölle, jonka omistavat tasaosuuksin Ruotsin johtava mediayhtiö Bonnier sekä kehitysyhtiö Proventus Industrier.

Nelosen pääomistaja (91 %) on SanomaWSOY, joka on liikevaihdoltaan Pohjoismaiden suurin joukkoviestintäyhtiö. Kanavan vähemmistöomistaja on Turun Sanomia julkaiseva TS-Yhtymä.

Vuoden 1993 kanavaudistuksen jälkeisinä vuosina MTV:n liikevaihto kasvoi nopeasti, mutta vuosittuuhannen vaihteen vuosina televisiomainonta Suomessa ei kehittynyt odotusten mukaisesti. Uudessa kilpailutilanteessa Nelosen kanssa MTV:n liikevaihto kääntyi jopa laskuun. Vuonna 2003 valtakunnallisten kaupallisten tv-kanavien yhteenlaskettu liikevaihto oli noin 220 miljoonaa euroa (taulukko 2.5). Tv-mainonnan osuus mediamainonnasta kasvoi selvästi 1990-luvun alkupuolella ja oli korkeimmillaan vuosikymmenen puolivälin vuosina noin 22 prosenttia (v. 1995–1997). Sitten osuus laski. Vuonna 2003 se oli 19 prosenttia. Osuus on kaukana EU-maiden keskiarvosta, joka vuonna 2002 oli 32 prosenttia.

Yleisradion palveluksessa oli noin 3 600 kokopäiväistä henkilöä, joista suoraan televisioalan (FST mukaan lukien) tehtävissä oli noin puolet vuonna 2003. MTV3:n ja Nelosen palveluksessa oli samana vuonna yhteensä noin 650 henkilöä. Kaapeliteleviioyhtiöiden henkilöstömäärästä ei tietoja enää ole saatavissa. (Taulukot 2.8 – 2.9.)

Televisioalan rakennemuutosten lisäksi myös tv-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 vei kohti virtaviivaistettuja broadcasting-yhtiöitä, jotka nojautuvat kotimaisessa ohjelmahankinnassaan valtaosin riippumattomilta tuotantoyhtiöiltä ostettuun materiaaliin. Saman sukuisesta kehityksestä on kyse myös Yleisradion uudessa mallissa, jossa ohjelmatuotanto on järjestetty yhtiön sisällä tv-kanavista riippumattomiin ”osaamiskeskuksiin”.

Muutosten tuloksena televisiokanavien ulkopuolisten ohjelmatuotantoyhtiöiden rooli ja merkitys kasvoi oleellisesti. Vuonna 2003 niiden yhteen laskettu liikevaihto oli noin 65 miljoonaa euroa. (Riippumattomiksi tuottajiksi lasketaan tässä tuotantoyhtiöt, joiden enemmistöosuus ei ole tv-kanavayhtiöiden omistuksessa.) (Taulukko 2.6.)

Jo vuoden 1993 kanavaudistuksen jälkeisessä tilanteessa kilpailu ohjelmatarjonnalla ja katsojaosuuksien merkitys korostuivat uudella tavalla. Julkisen palvelun Yleisradion kannalta tilanne muodostui tavallaan ristipaineiseksi. Julkisen palvelun televisioyhtiön toiminnan legitimiteetin ajatellaan usein edellyttävän laadukkaan tarjonnan lisäksi myös isoja katsojaosuuksia; Yleisradion talouden rakenne puolestaan on edellyttänyt myös yhtiön käyttöön ohjattua toimilupamaksua maksaville kaupallisille kanavalle suuria katsojaosuuksia.

MTV nousi vuoden 1993 kanavaudistuksen jälkeen katsojaosuudeltaan suurimmaksi kanavaksi. Mutta osuus on sen jälkeen hiljalleen laskenut. Vuonna 2003 MTV:n katsojaosuus oli 38 prosenttia ja Yleisradion kahden kanavan yhteen laskettu osuus oli 44 prosenttia. Nelosen katsojaosuus oli 11 prosenttia. (Taulukko 2.22.)

Vuonna 2003 suoritettiin noin 2 miljoonaa televisiomaksua (entinen televisiolupa) (taulukko 2.10). Suoritettujen tv-maksujen määrä on tasaisesti kasvanut viimeiset kymmenen vuotta. Silti television luvatta katsominen on edelleen yleistä. Arvioidaan, että luvatta televisiota katsovia kotitalouksia on noin kymmenen prosenttia.

Kaapeli-tv-verkot levisivät Suomessa nopeasti koko 1980-luvun ajan. Vuonna 1980 kaapelitalouksia oli alle 70 000, 1980-luvun puolivälissä runsaat 200 000 ja vuonna 1990 jo noin 670 000. 1990-luvulla kaapeliverkkojen kasvu hidastui selvästi mutta on viime vuosina jälleen nopeutunut mm. asunto-osakeyhtiölain muutoksen seurauksena. Vuoden 2003 lopussa liittymiä oli noin 1,1 miljoonaa eli 45 prosentissa talouksista. (Kuvio 2.1 & taulukko 2.11.)

Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto oli 107 miljoonaa euroa vuonna 2003. 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 kotimaisten Subtv:n ja Urheilukanavan lisäksi lähinnä yleiseurooppalaisten satelliittikanavien tarjonnasta. Vuonna 2003 kaapeliverkot välittivät yleisimmin MTV Nordicin, TV5 European ja Eurosportin ohjelmistoa. (Taulukko 2.12.)

Satelliittiliittymien määrä on 2,5 -kertaistunut 1990-luvun puolivälissä. Satelliittiliittymiä oli kaikkiaan hieman yli 400 000 eli 17 prosentissa talouksista vuonna

2003. Kaikkiaan kaapeli- ja satelliittijärjestelmien piirissä oli – tilastointiin sisältyvät päällekkäisyydet poistaen – lähes 1,5 miljoonaa taloutta eli 61 prosenttia kaikista talouksista. (Kuvio 2.1 & taulukko 2.11.)

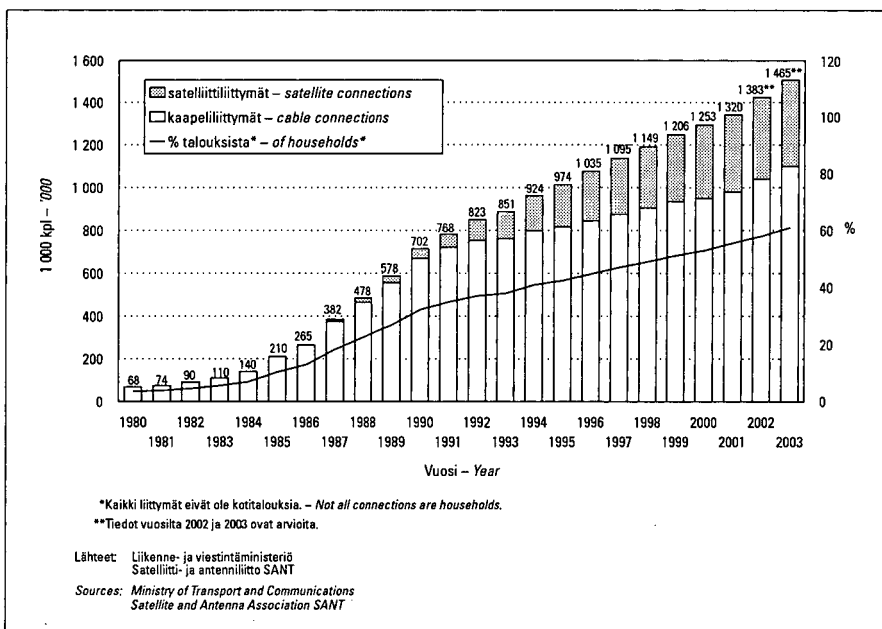
Osittain uuden kilpailutilanteen ja kiristyneen katsojaosuuskamppailun seurauksena kanavien ohjelma-ajat kasvoivat huomattavasti 1990-luvun puolivälissä. Mutta sen jälkeen kaupalliset kanavat supistivat varsinaista ohjelmatarjontaansa ja lisäsivät muita palveluja (ostoskanavat, mobiilipelit, chat-ohjelmat).

Yleisradio lähetti kahdella valtakunnallisella pääkanavallaan yhteensä 207 viikotuntia ohjelmaa vuonna 2003. Yleisradion kolmen digitaalisen kanavan viikoittainen ohjelma-aika oli 166 tuntia. MTV3:n viikoittainen ohjelma-aika oli 87 tuntia vuonna 2003. Vuonna 1997 aloittaneen Nelosen ohjelmatuntien määrä, 89 tuntia viikossa, on saavuttanut MTV3:n tason. (Taulukko 2.13.)

Valtakunnallisista pääkanavista TV1 painottaa ohjelmistossaan ennen kaikkea uutis- ajankohtais- ja asiaohjelmia sekä opetusohjelmia. TV2:n painopisteitä ovat toisaalta ajankohtais-, asia- ja lastenohjelmat, toisaalta urheilu ja ulkomainen fiktio. MTV:n ohjelmisto on Yleisradion kanaviin verraten viihteellisempi, mutta tarjonta on monipuolista. Nelosen tarjonnan painopiste on viihteellisissä ohjelmakategorioissa. Lastenohjelmat löytävät sijansa kaikilla kanavilla, mutta suurin osuus niillä on TV2:n tarjonnassa. Opetusohjelmat keskittyvät TV1:n kanavalle. (Taulukko 2.14.)

Valtakunnallisten kanavien ohjelmistojen kotimaisuusasteet ovat korkeita. Lähes kaksi kolmasosaa Yleisradion ohjelmista ja noin puolet MTV3:n ohjelmista oli koti-

Kuvio 2.1 Kaapeli- ja satelliittitelevioliittymät 1980–2003
 Figure 2.1 Cable and satellite subscribers 1980–2003



maista tuotantoa. Nelosenkin ohjelmistosta noin 30 prosenttia oli kotimaisia ohjelmia. MTV:n ohjelmistosta yli neljäsosa (28 %) ja Yleisradion ohjelmistosta noin 15 prosenttia hankittiin kotimaisilta itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. MTV3 ja Nelonen hankkivat nykyisin uutis- ja ajankohtaisohjelmiaan lukuun ottamatta kaikki kotimaiset ohjelmansa itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. (Taulukot 2.15 & 2.16.) – Nk. itsenäisten tai riippumattomien tv-tuotantoyhtiöiden liikevaihto vuonna 2003 oli 65 miljoonaa euroa. Kymmenen suurimman yhtiön osuus tästä oli arviolta noin 65 prosenttia. (Taulukko 2.6.)

Yleisradion ja kaupallisten kanavien ulkomaiset ohjelmistot poikkeavat toisistaan selvästi. Yleisradion ulkomaisesta ohjelmistosta valtaosa on alkuperältään eurooppalaista. Kaupallisten kanavien ulkomaisesta ohjelmatarjonnasta sen sijaan enemmistö on lähtöisin Pohjois-Amerikasta. Muiden maanosien ohjelmiston osuus on kaikkien kanavien tarjonnassa vähäinen. (Taulukko 2.16.)

Vuonna 2003 Yleisradion TV1 ja TV2 tavoittivat keskimääräisenä päivänä yhteensä noin kaksi kolmesta (67 %) kymmenen vuotta täyttäneestä suomalaisesta (TV1 58 %, TV2 54 %). MTV3:n tavoitavuus (67 %) oli samaa tasoa kuin Ylen kahdella kanavalla yhteensä. Nelonen tavoitti noin 40 prosenttia suomalaisista keskimääräisenä päivänä. (Taulukot 2.17 – 2.19.)

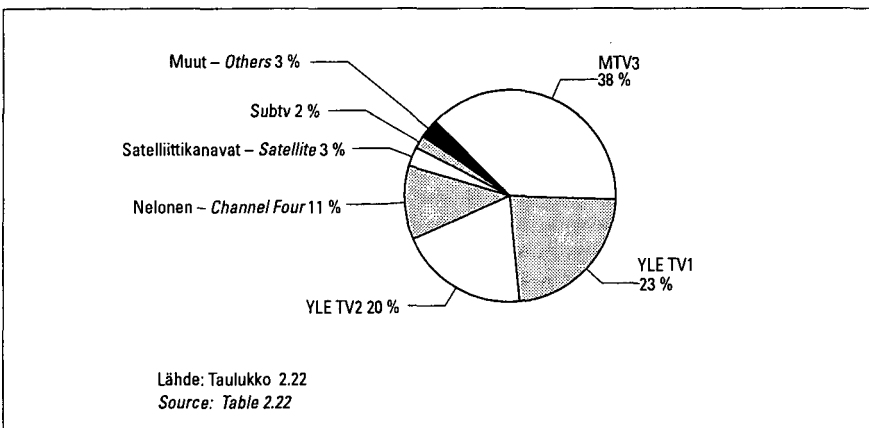
Televisiota katsottiin keskimäärin 2 tuntia 53 minuuttia päivässä (ei sisällä videoiden katselua). Keskimääräiset katseluajat ovat kasvaneet 1990-luvun puolivälistä selvästi. Television katselusta Yleisradion kaksi kanavaa lohkaisivat 44 prosenttia ja MTV 38 prosenttia. Nelosen katseluosuus vuonna 2003 oli 11 prosenttia. (Kuvio 2.2; taulukot 2.20–2.23.)

Lapset ja nuoret (ikäryhmät 3–24 vuotta) katselevat televisiota selvästi keskimääräistä vähemmän. Lapsuus- ja nuoruusvuosien jälkeen katselu lisääntyy systemaattisesti iän myötä. (Taulukko 2.21.)

Kotitalouksista noin 45 prosentilla oli käytössään vähintään kaksi televisiota vuonna 2003. Kaikkiaan kodeissa oli arviolta noin 3,5 miljoonaa vastaanotinta eli

Kuvio 2.2 Televisiokanavien katseluosuudet 2003

Figure 2.2 Television: channel shares 2003



noin 1,5 vastaanotinta taloutta kohden. Aamutelevision suosion kasvusta huolimatta vain neljällä prosentilla kotitalouksista oli keittiössään tv-vastaanotin. (Taulukot 2.29 & 2.30.)

Tilastointi

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

Yhtiöiden ohjelmarakennetta koskevat tiedot perustuvat osittain liikenne- ja viestintäministeriön raporteihin tv-ohjelmatarjonnasta ja osittain Finnpanel Oy:n tietoihin sekä kanavien omaan raportointiin.

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

Satelliitti- ja Antenniliitto on tilastoinut satelliittitalouksien määrän kehitystä.

Television katselua koskevat tiedot perustuvat Finnpanel Oy:n ympärivuotisen tv-mittaritutkimusten (1987–) yhteenvetoraportteihin. Mittaritutkimuksen otoskoko on nykyisin noin 1 000 taloutta, joihin kuuluu yhteensä noin 2 200 henkeä. Mittaritutkimuksen tilaajina ovat Yleisradio, MTV, Nelonen ja Mainostoimistojen liitto.

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

Tuomo Sauri

Täydentävää kirjallisuutta

Aslama, M., Hellman, H. & Sauri, T.: Tv-tarjonnan lähihistoria. Teoksessa Joukkoviestimet – Finnish mass media 2002. SVT, Kulttuuri ja viestintä 2002: 3. Tilastokeskus, Helsinki 2002.

Aslama, M. ym.: Suomalainen tv-tarjonta. Liikenne- ja viestintäministeriö. Eri vuosina.

Brown, Allan: Technology-driven industry restructure: The case of terrestrial television broadcasting in Finland. Turku school of economics and business administration. Business research and development centre. Series B 1/2003. Turku.

Hujanen, Taisto: The power of schedule. Tampere university press, Tampere 2004.

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 (Prof. Pertti Tiihosen juhla-kirja). Viestinnän julkaisuja 1. Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos, Helsinki 2000.

Liikkanen, Mirja: Yleisöinä – kodin ulkopuolella ja kotona. Teoksessa Liikkanen, Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Moring, Tom & Nordqvist, Andrea (toim.): Svenska medier i Finland. SSKH Skrifter Nr. 13. Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, Helsingfors 2002.

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.

Wiio, Juhani: Televisio. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

Taulukot – Tables

- 2.1 Valtakunnalliset televisiokanavat 2005 (Helmikuu)
Nationwide television channels 2005 (February)
- 2.2 Yleisradion liikevaihto 1994–2003
YLE turnover 1994–2003
- 2.3 Yleisradion kustannukset 1994–2003
Yle costs 1994–2003
- 2.4 Yleisradion TV-ohjelmakustannukset 2003
YLE TV programming costs by channel 2003
- 2.5 Valtakunnallisten kaupallisten TV-kanavien liikevaihto 1994–2003
Turnover of national commercial TV channels 1994–2003
- 2.6 Itsenäisten TV-ohjelmatuotantoyhtiöiden liikevaihto 1997–2003
Turnover of independent TV production companies 1997–2003
- 2.7 Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto 1994–2003
Cable television turnover 1994–2003
- 2.8 Yleisradion henkilöstö 1994–2003
YLE personnel 1994–2003
- 2.9 MTV:n ja Nelosen henkilöstö 1994–2003
MTV and Channel Four personnel 1994–2003
- 2.10 Televisioluvat 1994–2003
Television licences 1994–2003
- 2.11 Kaapeli- ja satelliittitelevisioliittymät 1994–2003
Cable and satellite television connections 1994–2003
- 2.12 Yleisimpien kaapeli- ja satelliittikanavien tiedostettu kotitalouspeitto 1995–2003
Major cable and satellite channels: penetration awareness among households 1995–2003
- 2.13 Televisiokanavien viikoittaiset ohjelmatunnit 1994–2003
Weekly programming hours by channel 1994–2003
- 2.14 Televisiokanavien ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 1997–2003
Television programming by channel 1997–2003
- 2.15 Oman ja muun ohjelmatuotannon osuudet YLE:n ja MTV/MTV3:n ohjelmistosta 1994–2003
TV-programming: own vs bought production in YLE and MTV/MTV3 channels 1994–2003
- 2.16 Televisiokanavien ohjelmisto alkuperämittain 1997–2003
Television programming by channel and by origin 1997–2003
- 2.17 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1994–2003
Daily reach of television channels 1994–2003
- 2.18 Suurimpien kaapeli- ja satelliittikanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 2001–2003
Daily reach of major cable and satellite channels 2001–2003

- 2.19 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä eri väestöryhmissä 2003
Daily reach of television channels in different population groups 2003
- 2.20 Televisiokanavien katseluun keskimäärin käytetty aika 1994–2003
Daily average television viewing time by channel 1994–2003
- 2.21 Televisiokanavien katseluun käytetty aika eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2003
Daily average television viewing time in different population groups 2003
- 2.22 Televisiokanavien katseluosuudet 1994–2003
Television: channel shares 1994–2003
- 2.23 Televisiokanavien katseluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2003
Television: channel shares in different population groups 2003
- 2.24 Eri ohjelmatyyppien osuus katseluun käytetystä ajasta keskimääräisenä päivänä 2000–2003
Breakdown of total viewing time by type of programme on an average day 2000–2003
- 2.25 Katsotuimmat televisio-ohjelmat 2003
Top ten television programmes by channel 2003
- 2.26 Teksti-TV:n käyttö: tavoitavuus ja katseluaika keskimääräisenä päivänä 1996–2004
Use of teletext services: daily reach and average viewing time 1996–2004
- 2.27 Televisioiden vähittäismyynti 1994–2003
Retail sales of TV equipment 1994–2003
- 2.28 Televisioiden keskihinnat ja myynnin arvo 1994–2003
TV equipment: average prices and sales value 1994–2003
- 2.29 Kotitalouksien TV-vastaanottimet 1995–2003
Household TV-equipment 1995–2003
- 2.30 TV-vastaanottimien sijainti kotitalouksissa 1995–2001
Locations of TV-sets in households 1995–2001

Kuviot – Figures

- 2.1 Kaapeli- ja satelliittitelevisioliittymät 1980–2003
Cable and satellite subscribers 1980–2003
- 2.2 Televisiokanavien katseluosuudet 2003
Television: channel shares 2003
- 2.3 TV1: n ja TV2:n näkyvyysalueet
Coverage areas of YLE TV1 and TV2
- 2.4 Suurimmat kaapelioperaattorit 2003
Biggest cable TV operators 2003
- 2.5 MTV3:n ja Nelosen näkyvyysalueet
Coverage areas of MTV3 and Channel Four
- 2.6 Digitaalisten tv-kanavien näkyvyysalueet
Coverage areas of digital TV channels
- 2.7 TV-vastaanottimien määrä kotitalouksissa 2003
Household ownership of TV-sets 2003

2.1 Valtakunnalliset televisiokanavat 2005 (Helmikuu)
Nationwide television channels 2005 (February)

Toimintaperiaate <i>Status</i>	Kanava <i>Channel</i>	Omistaja <i>Owner</i>	Rahoitus <i>Financing</i>	Välitystapa <i>Distribution</i>	Peitto <i>Penetration</i>	Aloitusvuosi <i>Year of establishment</i>
Julkinen – <i>Public</i>	YLE TV1	Valtio/State	lupamaksut & maksut kaupallisilta kanavilta <i>licence fees & fees from commercial channels</i>	T/DTT/C/S	100	1958
	YLE TV2	Valtio/State		T/DTT/C/S	100	1956/1965
	YLE FST1&2 *	Valtio/State		T/DTT/C/S	100	
	YLE Teema	Valtio/State		T/DTT/C/S	94	2001
	YLE24	Valtio/State		T/DTT/C/S	94	2001
	YLE FST-D	Valtio/State		T/DTT/C/S	94	2001
	STV Europe**	Valtio/State	T/C/S	32	1988	
Yksityinen – <i>Private</i>	MTV3	Alma Media Oyj (–2005) Nordic Broadcasting Oy (2005–)	mainonta/commercials	T/DTT/C/S	100	1957
	Nelonen	SanomaWSOY Oyj et al.	mainonta/commercials	T/DTT/C/S	94	1997
	Subtv	Alma Media Oyj (–2005) Nordic Broadcasting Oy (2005–)	mainonta/commercials	DTT/C		
	Urheilukanava	SportUp Finland Oy (45 %) et al.	mainonta/commercials	DTT/C	94	2001
	The Voice TV	SBS Finland Oy	mainonta/commercials	DTT/C	72	2004
	Canal+	SBS Broadcasting (2005–)	tilaajamaksut/ <i>subscription fees</i>	DTT/C/S	72	2004

Välitystapa/Distribution:

T = maanpäällinen analoginen/*terrestrial analogue*
 DTT = maanpäällinen digitaalinen/*terrestrial digital*

C = kaapelivälitteinen/*cable (analogue and/or digital)*
 S = satelliitivälitteinen/*satellite (analogue and/or digital)*

Peitto/penetration:

Peitto maanpäällisessä verkossa. – *Penetration in terrestrial networks.*

* 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.

Lähteet: YLE, MTV3, Nelonen, Liikenne- ja viestintäministeriö

Sources: YLE, MTV3, Channel Four Finland, Ministry of Transport and Communications

2.2 Yleisradion liikevaihto 1994–2003 YLE turnover 1994–2003

	TV-lupamaksut TV licence fees		Julkisen palvelun maksut/Toimilupa- maksut – Public service fees/Oper- ating licence fees		Verkkovuokrat Network rents		Maksut ja verkko- vuokrat yhteensä PS fees and rents, total		Muut Other		Yhteensä Total	Kiintein (2003) hinnoin Fixed (2003) prices
	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%		
1994	246	77	39	12	19	6,0	58	18,1	15	5	319	366
1995	251	76	49	15	19	5,7	68	20,5	12	4	331	375
1996	261	76	47	14	20	5,7	67	19,5	15	4	343	386
1997	260	78	48	14	18	5,0	66	19,0	27	3	335	374
1998	263	79	42	13	25	7,0	67	20,0	30	1	335	368
1999	268	84	47	15					4	1	318	346
2000	284	85	48	14					1	1	332	349
2001	299	85	44	13					8	2	351	360
2002	302	89	33	10					6	2	341	344
2003	305	92	21	6					4	1	330	330

Vuoteen 1996 asti tuotot. Vuodesta 1997 liikevaihto. Vuodesta 1999 luvut kuvaavat Yleisradio Oy:ta (= ilman jakelutoiminnasta vastaavaa 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 Digita Oy, responsible for the national transmission networks.)

Lähde: Yleisradio
Viestintävirasto

Source: Yle annual reports

Finnish Communications Regulatory Authority FICORA

2.3 Yleisradion kustannukset 1994–2003 Yle costs 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	€ milj.– € million									
TV-toiminta – TV services	185	199	208	219	227	224	241	248	267	256
Radiotoiminta – Radio services	103	108	109	113	117	125	129	137	135	129
Keskitytetyt ja muut – Joint costs	35	18	7	12	19	21	8	103	30	27
Yhteensä – Total	323	326	324	344	364	370	378	489	432	412
	%									
TV-toiminta – TV services	57	61	64	64	63	61	64	51	62	62
Radiotoiminta – Radio services	32	33	34	33	32	34	34	28	31	31
Keskitytetyt ja muut – Joint costs	11	6	2	4	5	6	2	21	7	7
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Lähde: Yleisradio Oy, Taloushallinto

Source: YLE Finance

2.4 Yleisradion TV-ohjelmakustannukset 2003
YLE TV programming costs by channel 2003

	Kokonaiskustannukset Total costs € milj. – € million	Ohjelmatunnin keskihinta Costs per hour €
YLE TV1	68,0	12 500
YLE TV2	75,8	17 300
YLE FST	23,7	24 600
YLE Teema	10,0	4 000
YLE24	23,3	5 600
YLE FST-D	10,0	10 600
Yhteensä – Total	210,8	

Lähde: Yleisradion vuosikertomus 2003
 Source: Yle annual report 2003

2.5 Valtakunnallisten kaupallisten TV-kanavien liikevaihto 1994–2003
Turnover of national commercial TV channels 1994–2003

	Käyvin hinnoin Current prices € milj. – € million	Kiintein (2003) hinnoin Fixed (2003) prices € milj. – € million
1994	136	156
1995	160	181
1996	164	185
1997	189	211
1998	211	231
1999	210	228
2000	221	232
2001	199	204
2002	208	210
2003	221	221

* 1980–1996: MTV/MTV3; 1997–2001: MTV3, Nelonen;
 2001/2–: MTV3, Nelonen, Subtv, Urheilukanava

Lähde: Yritysten toimintakertomukset ja omat ilmoitukset
 Source: Company annual reports and other company data

2.6 Itsenäisten TV-ohjelmatuotantoyhtiöiden liikevaihto 1997–2003 Turnover of independent TV production companies 1997–2003

Vuosi – Year	€ milj. – € million
1997	31
1998	53
1999	66
2000	71
2001	82
2002	62
2003	65
10 suurimman osuus v. 2004 Share of 10 biggest in 2004	66 % (€ 43 mill.)

Luvut ovat arvioita – The figures are estimates.

Lähteet: Suomen Audiovisuaalisen Alan Tuottajat SATU ry.

Tilastokeskus/Yritysrekisteri

Sources: Association of Independent Producers in Finland SATU
Statistics Finland/Business register

2.7 Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto 1994–2003 Cable television turnover 1994–2003

	1994	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	€ milj. – € million									
Liittymismaksut – Connection charges	7,1	5,2	5,4	6,2	6,2
Vuosimaksut – Subscription fees	22,4	24,4	24,9	25,9	29,3
Maksu-TV-tulot – Pay-TV revenue	17,0	17,0	19,7	19,2	20,0
PTV:n mainostulot* – Advertising on PTV channel*	4,4	5,9	6,9
Muut mainostulot – Other advertising	0,5	0,5	0,7	0,4	0,2
Muut tulot – Other income	3,7	3,5	5,4	5,7	5,6
Yhteensä** – Total**	55	56	63	58	61	63	69	72	85	107
Kiintein (2003) hinnoin – At fixed (2003) prices	63	64	71	64	67	69	72	74	86	107
	%									
Liittymismaksut – Connection charges	13	9	9	11	10
Vuosimaksut – Subscription fees	41	43	40	45	48
Maksu-TV-tulot – Pay-TV revenue	31	30	31	33	33
PTV:n mainostulot* – Advertising on PTV channel*	8	10	11	-	-	-	-	-	-	-
Muut mainostulot – Other advertising	1	1	1	1	0
Muut tulot – Other income	7	6	9	10	9
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100

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

** Kaapelitelevisiotoiminnan luvut sisältävät myös kaapelitelevisioyhtiöiden laajakaistaliittymien myynnin.

Lähde: Liikenne- ja viestintäministeriö

Suomen Kaapelitelevisionliitto

Source: Ministry of Transport and Communications
Finnish Cable television Association

2.8 Yleisradion henkilöstö 1994–2003
YLE personnel 1994–2003

	Palkansaajia keskimäärin – <i>Employees on average</i>			Yhteensä <i>Total</i>
	Radio <i>Radio only</i>	Televisio <i>Television only</i>	Yhteiset tehtävät <i>Not separately attributable</i>	
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	4 430
2000	4 356
2001	4 291
2002	4 245
2003	4 066

	Kokopäiväinen henkilöstö toiminnoittain – <i>Full-time personnel by sector</i>										
	Radiotoimiala <i>Radio</i>		TV-toimiala <i>TV</i>		Ruotsinkielinen toimiala <i>Radio & TV in Swedish</i>		Keskusjohto <i>Central office</i>	Muut <i>Other</i>		Yhteensä <i>Total</i>	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%		
2001	1 025	27	1 675	44	393	10	355	9	322	9	3 770
2002	994	27	1 671	45	408	11	318	9	328	9	3 719
2003	1 006	28	1 638	46	405	11	537	15	0	0	3 586

Lähde: Yleisradio Oy
Source: YLE

2.9 MTV:n ja Nelosen henkilöstö 1994–2003
MTV and Channel Four personnel 1994–2003

Vuosi – Year	MTV3 – MTV3	Nelonen – Channel Four
1994	617	21
1995	639	21
1996	648	23
1997	661	75
1998	726	100
1999	702	124
2000	504	128
2001	437	139
2002	485	147
2003	497	156

* MTV: 1980– MTV Oy; 1885–1998 MTV-konserni/MTVGroup; 1999– MTV Oy & Subtv Oy

Lähde: Yritysten toimintakertomukset ja omat ilmoitukset
Source: Company annual reports and other company data

2.10 Televisioluvat 1994–2003 Television licences 1994–2003

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
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
2002	–	–	–	–	2 011,3	386
2003	–	–	–	–	2 016,8	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

2.11 Kaapeli- ja satelliittitelevisioliittymät 1994–2003 Cable and satellite television connections 1994–2003

	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
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	980	42	361	15	1 320	56
2002	1 040	44	383**	16	1 383**	58
2003	1 099	45	406**	17	1 465**	61

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

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

** Luvut ovat arvioita. – The figures are estimates.

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

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

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

Kuvio 2.3 TV1:n ja TV2:n näkyvyysalueet
 Figure 2.3 Coverage areas of YLE TV1 and TV2

**NÄKYVYYSSALUEET
 YLE, TV 1 ja TV 2**



2002

Varsinaiset näkyvyysalueet

TV1 ja TV2 (mukana myös SVT Europa ja S1 ja S2)

K2-4 48 dB (µV/m), K5-12 54dB (µV/m),
 K21-60 66dB (µV/m); mittauskorkeus 10 m

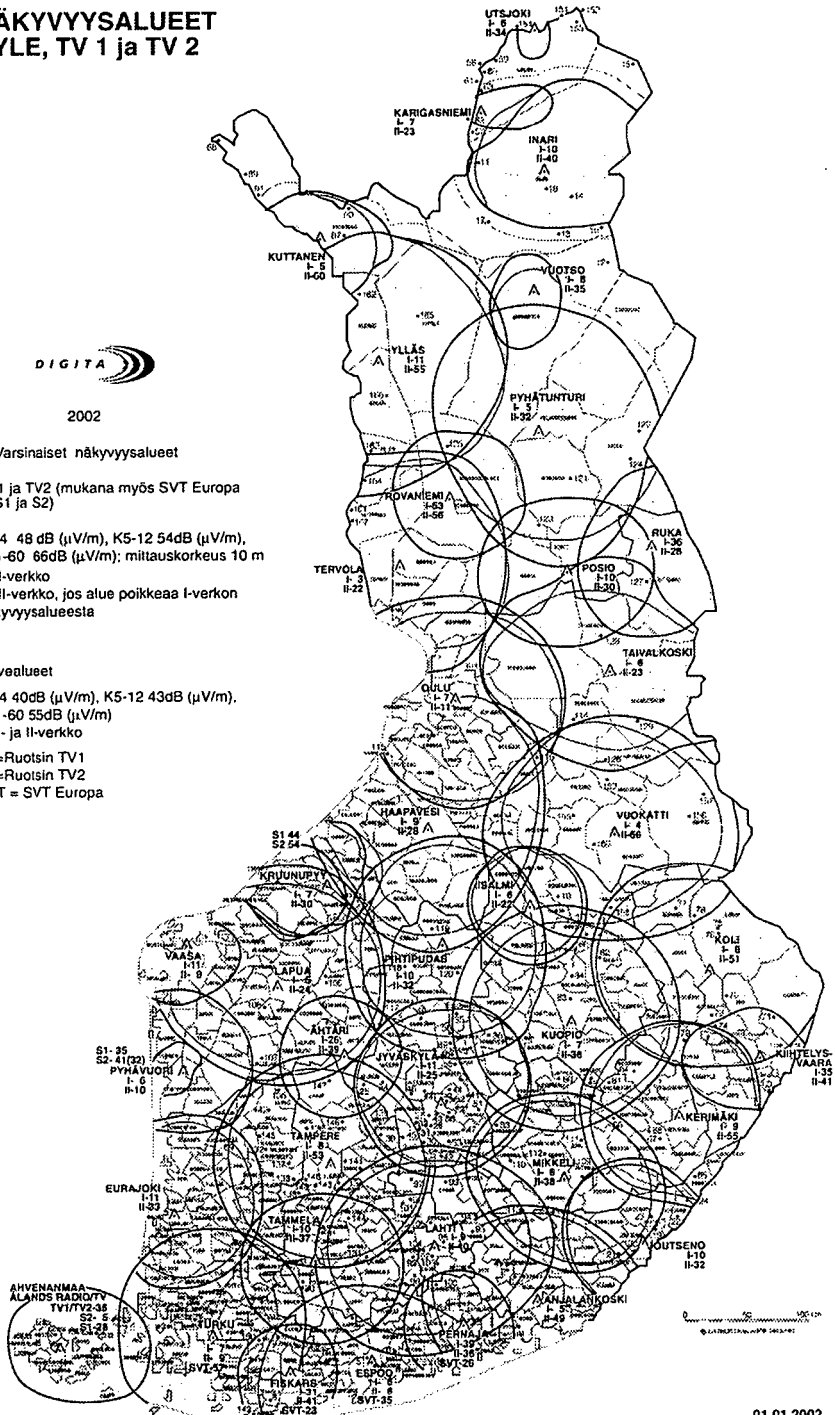
— I-verkko
 - - - II-verkko, jos alue poikkeaa I-verkon
 näkyvyysalueesta

Lievealueet

K2-4 40dB (µV/m), K5-12 43dB (µV/m),
 K21-60 55dB (µV/m)

--- I- ja II-verkko

S1=Ruotsin TV1
 S2=Ruotsin TV2
 SVT = SVT Europa



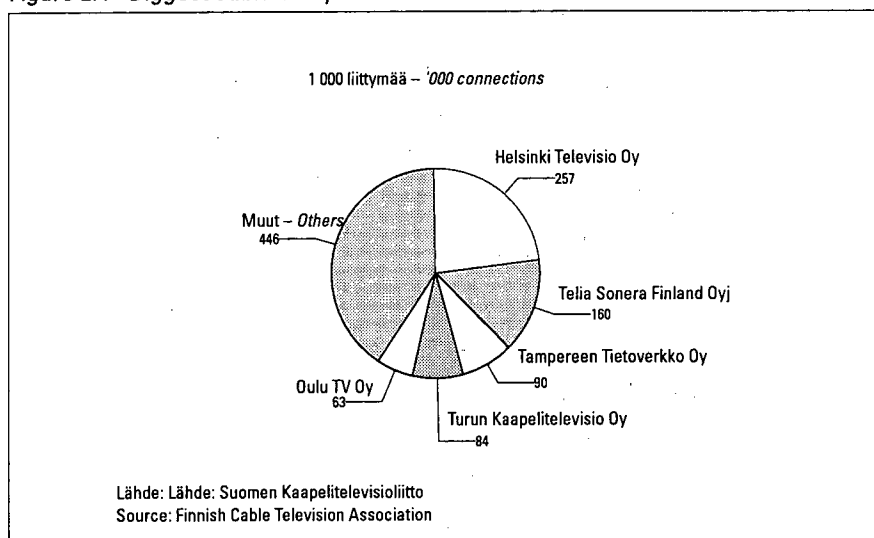
2.12 Yleisimpien kaapeli- ja satelliittikanavien tiedostettu kotitalouspeitto 1995–2003*
*Major cable and satellite channels: penetration awareness among households 1995–2003**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%								
Subtv						26	26	29	35
Moon TV				4	6	10	14	16	–
Urheilukanava								15	24
ATV								6	–
TV Tampere							6	6	6
Muu paikalliskanava – <i>Other local channel</i>	16	18	23	23	20	18	15	13	14
MTV Nordic	24	25	28	22	27	29	29	30	31
TV5 Europe	21	23	28	22	25	26	27	30	31
Eurosport	33	36	39	35	38	25	28	27	30
SVT Europe	27	30	34	23	21	21	21	24	21
BBC World		3	6	9	16	16	18	23	25
Deutsche Welle TV	5	10	14	13	13	16	17	17	18
NBC Europe/CNBC					6	5	5	8	9
EuroNews	9	8	9	15	8	8	8	7	7
CNN International	3	4	6	6	5	5	5	5	5

* Tiedot perustuvat kyselytutkimuksiin. Luvut kuvaavat kotitalouksien tiedostettua kanavapeittoa. Luvut lienevät ainakin jonkin verran matalampia verrattuna todelliseen kanavapeittoon.
The data are based on yearly sample surveys. They describe channel penetration awareness among TV households. Compared to technical penetration, the figures are at least somewhat lower.

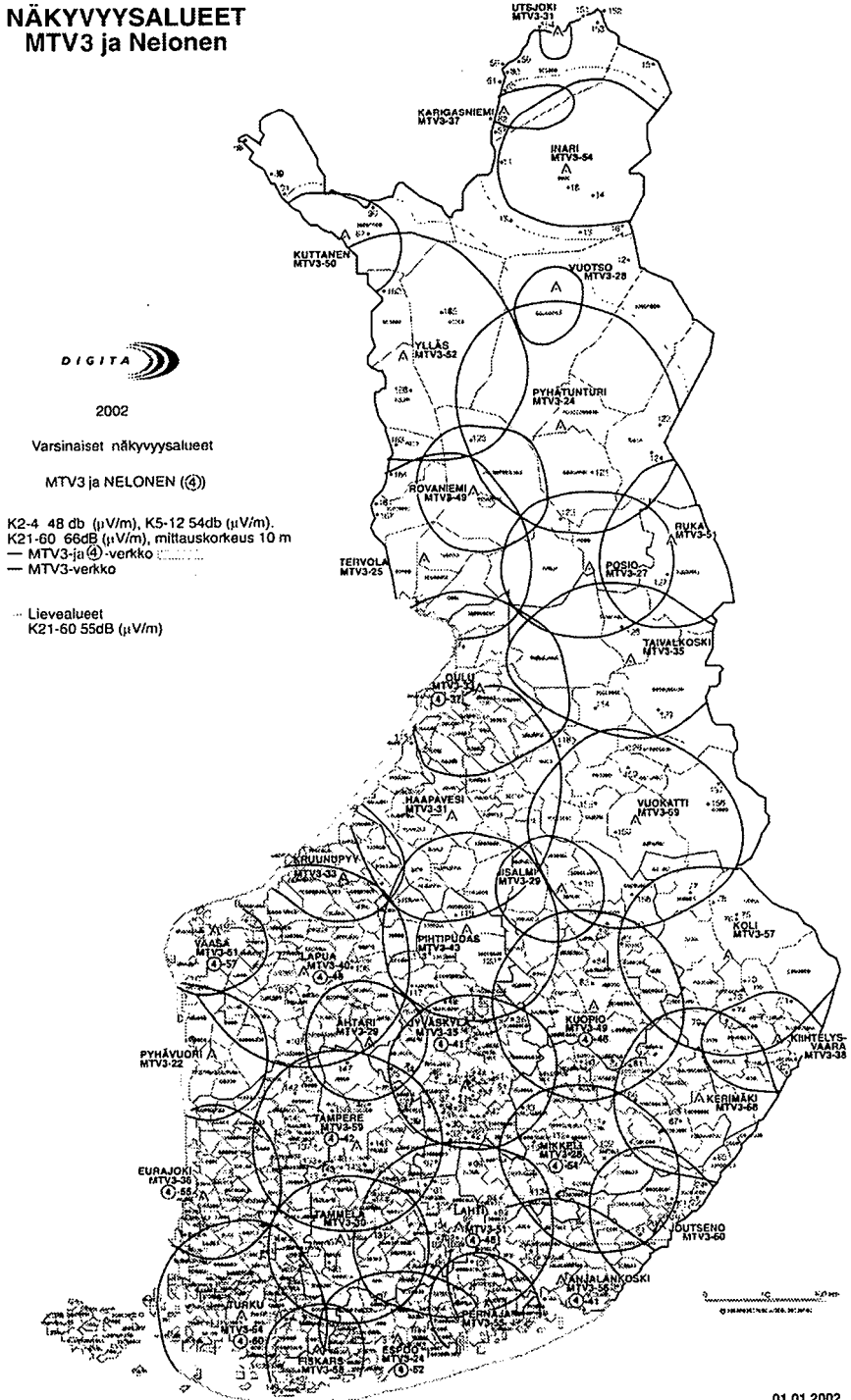
Lähde: Finnpanel
 Source: Finnpanel

Kuvio 2.4 Suurimmat kaapelioperaattorit 2003
 Figure 2.4 Biggest cable TV operators 2003



Kuvio 2.5 MTV3:n ja Nelosen näkyvyysalueet
 Figure 2.5 Coverage areas of MTV3 and Channel Four

NÄKYVYYSALUEET
MTV3 ja Nelonen



2.13 Televisiokanavien viikoittaiset ohjelmatunnit 1994–2003

Weekly programming hours by channel 1994–2003

Vuosi Year	YLE TV 1	YLE TV 2	FST	YLE24-D	YLE Teema-D	FST-D	MTV3	Nelonen Channel Four	Subtv
Tuntia/viikko – Hours/week									
1994	82	57					67		
1995	86	63					76		
1996	88	68					86		
1997	104	75					103	59	
1998	109	78					108	70	
1999	102	75	16				105	83	
2000	107	78	18				101	90	49
2001	106	78	18	46	37	20	97	86	..
2002	108	80	18	71	46	40	83	85	59
2003	105	84	18	79	49	38	87	89	72

Lähteet: Yhtiöiden toimintakertomukset ym. lähteet
Sources: Annual reports and other company data

2.14 Televisiokanavien ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 1997–2003

Television programming by channel 1997–2003

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
%							
YLE TV1							
Uutiset – News	10	10	9	9	9	9	9
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs	17	20	23	22	22	21	22
Asiaohjelmat – Non-fiction/information	9	9	11	11	12	14	15
Kulttuuri – Culture	5	5	5	4	7	6	6
Palvelu- ja harrasteohjelmat – Hobby and personal interest	2	2	2	2	3	3	3
Urheilu – Sports	10	15	5	7	4	7	3
Kotimainen fiktio – Domestic fiction	2	2	2	3	2	2	2
Ulkomainen fiktio – Imported fiction	11	11	13	12	14	13	13
Elokuva – Feature film	9	7	8	6	7	6	7
Lastenohjelmat – Children	8	6	8	9	6	6	5
Opetusohjelmat – Education	14	10	11	12	10	13	13
Viihde – Entertainment	4	5	2	4	3	2	3
Muut – Other	0	0	0	0	1	0	0
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100
YLE TV2							
Uutiset – News	3	3	3	3	4	5	5
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs	7	7	8	13	12	10	10
Asiaohjelmat – Non-fiction/information	17	19	20	14	15	16	16
Kulttuuri – Culture	2	3	2	7	3	2	3
Palvelu- ja harrasteohjelmat – Hobby and personal interest	7	6	6	5	7	7	9
Urheilu – Sports	11	12	10	13	19	20	15
Kotimainen fiktio – Domestic fiction	2	3	2	2	2	1	2
Ulkomainen fiktio – Imported fiction	21	20	21	16	16	14	10
Elokuva – Feature film	14	15	13	13	6	7	9
Lastenohjelmat – Children	7	6	6	6	10	9	11
Opetusohjelmat – Education	0	0	0	0	1	1	2
Viihde – Entertainment	9	6	8	7	5	6	8
Muut – Other	0	1	1	1	0	2	2
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100

2.14 Jatkuu
Continued

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%						
MTV3							
Uutiset – <i>News</i>	5	5	5	5	6	7	6
Ajankohtaisohjelmat – <i>Current affairs</i>	15	14	16	19	16	16	17
Asiaohjelmat – <i>Non-fiction/information</i>	4	3	3	2	2	3	3
Kulttuuri – <i>Culture</i>	1	1	1	1	2	0	0
Palvelu- ja harrasteohjelmat – <i>Hobby and personal interest</i>	6	5	2	4	6	4	3
Urheilu – <i>Sports</i>	5	6	7	8	9	8	8
Kotimainen fiktio – <i>Domestic fiction</i>	2	2	5	4	4	5	5
Ulkomainen fiktio – <i>Imported fiction</i>	28	31	28	23	27	30	30
Elokuva – <i>Feature film</i>	9	11	9	8	9	9	8
Lastenohjelmat – <i>Children</i>	4	3	3	2	3	5	4
Opetusohjelmat – <i>Education</i>	1	1	1	1	0	0	0
Viihde – <i>Entertainment</i>	19	17	20	16	17	13	14
Muut – <i>Other</i>	0	1	1	6	1	0	0
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100
Nelonen – Channel Four							
Uutiset – <i>News</i>	1	4	3	4	4	5	4
Ajankohtaisohjelmat – <i>Current affairs</i>	4	2	2	2	2	1	1
Asiaohjelmat – <i>Non-fiction/information</i>	14	4	4	5	5	4	7
Kulttuuri – <i>Culture</i>	2	2	1	1	0	0	0
Palvelu- ja harrasteohjelmat – <i>Hobby and personal interest</i>	10	13	9	1	5	4	4
Urheilu – <i>Sports</i>	9	9	8	11	14	12	11
Kotimainen fiktio – <i>Domestic fiction</i>	0	2	1	1	1	1	1
Ulkomainen fiktio – <i>Imported fiction</i>	37	35	39	42	43	44	37
Elokuva – <i>Feature film</i>	13	12	12	9	9	15	15
Lastenohjelmat – <i>Children</i>	2	4	5	5	3	4	6
Opetusohjelmat – <i>Education</i>	2	4	2	3	2	0	0
Viihde – <i>Entertainment</i>	6	9	13	14	10	11	15
Muut – <i>Other</i>	0	0	0	2	0	0	0
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100

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

Kuvio 2.6 Digitaalisten tv-kanavien näkyyvyysalueet (Joulukuu 2004)
 Figure 2.6 Coverage areas of digital TV channels (December 2004)

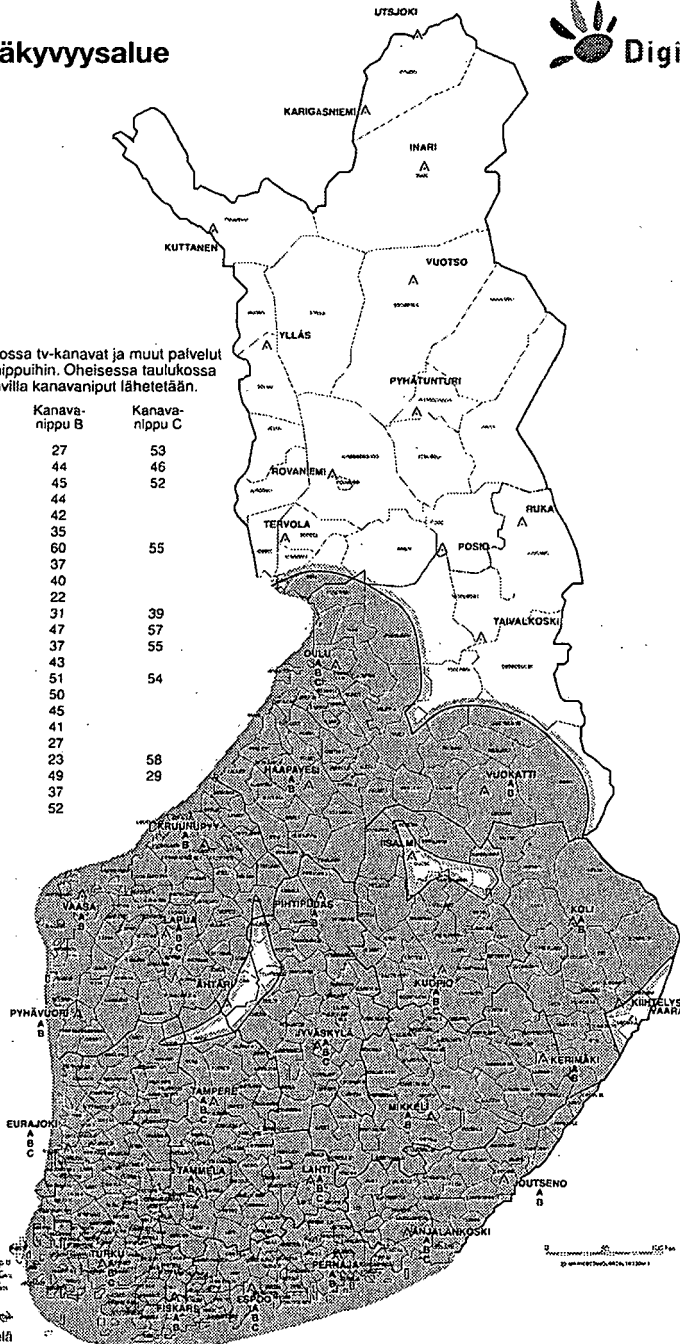
Digi-tv:n näkyyvyysalue



Digitaalisessa televisiossa tv-kanavat ja muut palvelut on koottu ns. kanavanippuihin. Oheisessa taulukossa on lueteltu, millä kanavilla kanavaniput lähetetään.

	Kanava- nipput A	Kanava- nipput B	Kanava- nipput C
Anjalankoski	22	27	53
Espoo	32	44	46
Eurajoki	38	45	52
Fiskars	32	44	
Haapavesi	34	42	
Joutseno	47	35	
Jyväskylä	30	60	55
Kerimäki	30	37	
Koli	25	40	
Kruunupyö	27	22	
Kuopio	24	31	39
Lahli	33	47	57
Lapua	38	37	55
Mikkeli	29	43	
Oulu	41	51	54
Pernaja	23	50	
Pihlpuudas	50	45	
Pyhävuori	28	41	
Tammela	22	27	
Tampere	34	23	58
Turku	51	49	29
Vaasa	38	37	
Vuokatti	30	52	

Alliähetinasemia ei ole vielä digitaalisoitu, joten pääasemien näkyyvyysalueilla saattaa olla katvealueita.



Lisätietoja: www.digitv.fi

2004

2.15 Oman ja muun ohjelmatuotannon osuudet YLE:n ja MTV/MTV3:n ohjelmistosta 1994–2003
TV-programming: own vs bought production in YLE and MTV/MTV3 channels 1994–2001

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
YLE TV1										
Oma tuotanto – <i>Inhouse</i>	47	50	50	49	47	46	48	48
Muu kotimainen – <i>Bought domestic</i>	7	8	8	10	10	12	12	13
Ulkomainen – <i>Foreign</i>	46	42	42	41	43	42	41	38
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100
YLE TV2										
Oma tuotanto – <i>Inhouse</i>	40	41	37	38	37	43	44	45
Muu kotimainen – <i>Bought domestic</i>	10	8	8	9	11	13	12	16
Ulkomainen – <i>Foreign</i>	50	51	55	53	52	44	44	39
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100
MTV3										
Oma tuotanto – <i>Inhouse</i>	36	37	37	34	33	36	37	33	20	20
Muu kotimainen – <i>Bought domestic</i>	19	18	21	20	16	16	22	22	27	28
Ulkomainen – <i>Foreign</i>	44	44	42	46	51	48	41	46	54	52
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Lähde: YLE, MTV3
 Sources: YLE, MTV3

2.16 Televisiokanavien ohjelmisto alkuperämaittain 1997–2003
Television programming by channel and by origin 1997–2003

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%						
YLE TV1							
Suomi – Finland	59	58	60	62	62	67	64
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	3	4	5	4	3	3	4
Muu Eurooppa – Other Europe	24	15	20	21	20	23	21
Pohjois-Amerikka – North America	11	9	10	10	9	6	8
Muut – Other	3	13	4	3	5	1	2
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100
YLE TV2							
Suomi – Finland	47	44	49	53	64	66	69
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	6	5	3	7	4	4	4
Muu Eurooppa – Other Europe	20	21	21	18	15	12	14
Pohjois-Amerikka – North America	24	23	24	20	13	18	9
Muut – Other	3	6	2	2	3	0	4
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100
MTV3							
Suomi – Finland	57	52	56	66	60	50	53
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	0	1	0	0	3	1	1
Muu Eurooppa – Other Europe	10	7	7	5	7	8	7
Pohjois-Amerikka – North America	32	39	37	28	30	38	39
Muut – Other	1	1	0	1	2	3	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100
Nelonen – Channel Four							
Suomi – Finland	42	43	36	38	40	30	32
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	0	0	0	1	0	1	2
Muu Eurooppa – Other Europe	10	15	25	21	20	22	17
Pohjois-Amerikka – North America	45	40	37	39	37	48	47
Muut – Other	3	1	1	2	3	0	2
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100

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

2.17 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1994–2003 Daily reach of television channels 1994–2003

Väestö 10+ Population aged 10+	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
YLE TV1	55	55	56	55	56	58	60	61	61	58
YLE TV2	47	47	48	48	49	53	54	55	56	54
YLE yhteensä – YLE total*	64	63	65	64	64	66	68	69	69	67
MTV3–MTV3 Finland	61	60	61	60	60	64	67	68	67	67
Nelonen – Channel Four	–	–	–	10	27	35	40	42	43	41
Subtv	–	–	–	–	–	–	5	7	9	11
MTV Nordic	7	6	6
Eurosport	5	5	5
SVT Europe	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
SVT1&2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2
TV yhteensä – TV total	72	71	72	72	71	75	77	78	78	77

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 1 000 taloutta eli noin 2 200 henkilöä. The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peoplemeter study consists of 1 000 households or a total of some 2 200 people.

* Sisältää myös YLE:n ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2 sekä YLE:n digitaalisten kanavien katselun (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema ja FSTD).
The YLE total figures also cover programming in Swedish by YLE's Finland's Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2 and programming on YLE's digital channels (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema and FSTD).

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus
Source: TV peoplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

2.18 Suurimpien kaapeli- ja satelliittikanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 2001–2003 Daily reach of major cable and satellite channels 2001–2003

Väestö 10+ Population aged 10+	2001 %	2003
MTV Nordic	7	6
Eurosport	5	5
TV5	2	2
BBC World	..	2
Urheilukanava	..	1
Deutsche Welle	1	1

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos oli 1 000 taloutta eli noin 2 200 henkilöä. The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peoplemeter study consists of 1 000 households or a total of some 2 200 people.

Lähteet: Finnpanel Oy
Sources: Finnpanel Oy

2.19 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä eri väestöryhmissä 2003

Daily reach of television channels in different population groups 2003

Väestöryhmä Population group	TV yht. All TV	YLE TV1	YLE TV2	YLE yht.* YLE total*	MTV3	Nelonen Channel Four	Subtv	MTV Nordic	Euro- sport	TV4/SVT Europe	SVT 1&2
	%										
Kaikki – All	77	58	54	67	67	41	11	6	5	3	2
Sukupuoli – Sex											
Naiset – Women	76	59	54	67	65	43	13	7	6	3	2
Miehet – Men	65	58	53	67	68	39	10	5	3	2	2
Ikä – Age											
4–9 vuotta – years**	65	26	45	53	43	24	4	2	2	2	1
10–14 vuotta – years	68	33	38	48	57	38	9	6	2	1	0
15–24 vuotta – years	62	35	34	46	54	39	15	12	4	1	1
25–34 vuotta – years	76	51	47	63	67	49	19	11	4	2	1
35–44 vuotta – years	79	60	54	69	67	46	14	6	5	3	1
45–64 vuotta – years	80	66	59	73	68	40	9	2	5	3	2
65– vuotta – years	88	78	72	84	78	36	6	1	5	5	4
Suur-Helsinki Greater Helsinki area	74	56	50	65	63	45	12	8	7	7	0
Muut isot kaupungit Other big cities	76	56	50	65	65	46	14	9	4	5	0
Oulu, Lahti	77	59	54	67	68	50	24	11	8	0	0
Muut kaupungit Other cities	78	61	55	69	68	46	16	7	5	2	4
Taajamat Other densely populated areas	77	57	54	67	68	34	6	2	3	2	2
Maaseutu – Open countryside	78	58	55	68	67	32	3	1	2	2	4

TV-mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja.
Mittaritutkimuksen otos on 1 000 taloutta eli noin 2 200 henkilöä.

The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year.

The sample of the peplemeter study consists of 1 000 households or a total of some 2 200 people.

* Sisältää myös YLE:n ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2 sekä YLE:n digitaalisten kanavien katselun (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema ja FSTD).
The YLE total figures also cover programming in Swedish by YLE's Finlands Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2 and programming on YLE's digital channels (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema and FSTD).

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

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus
Source: TV peplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

2.20 Televisiokanavien katseluun keskimäärin käytetty aika 1994–2003
Daily average television viewing time by channel 1994–2003

Väestö 10+ – Population aged 10+	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	Minuuttia/päivä – Minutes/day									
YLE TV1	34	35	38	36	36	37	38	38	40	40
YLE TV2	27	28	31	33	31	33	33	34	37	35
YLE yhteensä – YLE total*	63	66	72	72	69	70	71	72	78	76
MTV3 – MTV3 Finland	64	65	66	65	63	68	68	65	63	66
Nelonen – Channel Four	–	–	–	4	11	16	19	19	20	20
Subtv	–	–	–	–	–	–	1	1	2	3
MTV Nordic	1	1
Eurosport	1	1
SVT Europe	2	2	2	2	1	0	1	1	1	1
SVT 1&2	1	1	1	1	1	1
Muut – Other	9	7	9	6	4	6	7	8	4	4
TV yhteensä – All TV	138	140	149	149	149	161	168	167	171	173
Video ja DVD – Video and DVD**	10	10	11	8	6	6	6	9	10	11
Yhteensä – Total	149	150	160	157	155	167	174	176	181	184

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja.

Mittaritutkimuksen otos on 1 000 taloutta eli noin 2 200 henkilöä.

The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year.

The sample of the peoplemeter study consists of 1 000 households or a total of some 2 200 people.

* Sisältää myös YLE:n ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2 sekä YLE:n digitaalisten kanavien katselun (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema ja FSTD). – *The YLE total figures also cover programming in Swedish by YLE's Finlands Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2 and programming on YLE's digital channels (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema and FSTD).*

** Tavoittavuuden kasvu 2001- johtuu osittain pienestä menetelmämuutoksesta. – *Increase from 2001 onwards is partly caused by a minor change in the methodology.*

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus

Source: TV peoplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

2.21 Televisiokanavien katseluun käytetty aika eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2003

Daily average television viewing time in different population groups 2003

Väestöryhmä Population group	TV yht. All TV	YLE TV1	YLE TV2	YLE yht.* YLE total*	MTV3	Nelonen Channel Four	Subtv	MTV Nordic	Euro- sport	TV4/ SVTEurope	SVT1&2	Muut Other
Minuuttia/päivä – Minutes/day												
Kaikki – All	173	40	35	76	66	20	3	1	1	1	1	4
Sukupuoli – Sex												
Naiset – Women	177	41	34	75	74	19	3	1	1	1	1	2
Miehet – Men	169	40	35	77	58	20	4	1	2	1	1	5
Ikä – Age												
4–9 vuotta – years**	74	7	25	33	27	9	1	0	0	0	0	4
10–14 vuotta – years	95	9	14	24	47	19	2	1	0	0	0	2
15–24 vuotta – years	106	10	12	22	47	22	6	3	1	0	0	5
25–34 vuotta – years	140	20	20	40	59	26	6	2	1	0	0	6
35–44 vuotta – years	160	35	30	66	58	22	3	1	2	0	0	8
45–64 vuotta – years	193	53	43	97	68	18	2	0	1	1	1	5
65– vuotta – years	265	77	64	142	98	13	1	0	2	1	3	5
Suur-Helsinki Greater Helsinki area	173	40	31	71	62	24	4	2	2	1	0	7
Muut isot kaupungit Other big cities	172	39	31	70	64	22	4	2	1	1	0	8
Oulu, Lahti	167	37	31	69	60	24	6	2	2	0	0	4
Muut kaupungit – Other cities	174	42	36	78	63	21	4	1	2	0	1	4
Taajamat Other densely populated areas	174	41	37	78	69	15	1	0	1	0	1	9
Maaseutu – Open countryside	175	40	38	80	73	14	1	0	0	1	2	4

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja.

Mittaritutkimuksen otos on 1 000 taloutta eli noin 2 200 henkilöä.

The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year.

The sample of the peoplometer study consists of 1 000 households or a total of some 2 200 people.

* Sisältää myös YLE:n ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2 sekä YLE:n digitaalisten kanavien katselun (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema ja FSTD).
The YLE total figures also cover programming in Swedish by YLE's Finlands Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2 and programming on YLE's digital channels (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema and FSTD).

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

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus

Source: TV peoplometer study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

2.22 Televisiokanavien katseluosuudet 1994–2003
Television: channel shares 1994–2003

Väestö 10+ <i>Population aged 10+</i>	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
YLE TV1	25	25	25	24	24	23	23	23	24	23
YLE TV2	19	20	21	22	21	20	20	20	22	20
YLE yhteensä – <i>YLE total*</i>	46	47	48	48	46	43	42	43	45	44
MTV3 – <i>MTV3 Finland</i>	46	46	44	44	42	42	40	39	37	38
Nelonen – <i>Channel Four</i>	–	–	–	2	7	10	12	12	12	11
Subtv	–	–	–	–	–	–	1	1	1	2
MTV Nordic	1	1
Eurosport	1	1
SVT Europe	1	0	0	0	0	0	0
SVT 1&2	1	1	1	1	1	1
Muut – <i>Other</i>	8	7	8	5	4	4	4	4	3	3
TV yhteensä – <i>All TV</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Katseluaika, min/päivä <i>All TV, min./day</i>	138	140	149	149	149	161	168	167	171	173

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja.
 Mittaritutkimuksen otos on 1 000 taloutta eli noin 2 200 henkilöä.

The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year.

The sample of the peoplemeter study consists of 1 000 households or a total of some 2 200 people.

* Sisältää myös YLE:n ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2 sekä YLE:n digitaalisten kanavien katselun (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema ja FSTD).
The YLE total figures also cover programming in Swedish by YLE's Finland Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2 and programming on YLE's digital channels (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema and FSTD).

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus
 Source: TV peoplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

2.23 Televisiokanavien katseluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2003

Television: channel shares in different population groups 2003

Väestöryhmä Population group	YLE TV1	YLE TV2	YLE yht. YLE total*	MTV3	Nelonen Channel Four	Subtv	MTV Nordic	Euro- sport	TV4/ SVT Europe	SVT1&2	Muut Other
Kaikki – All	23	20	44	38	11	2	1	1	0	1	2
Sukupuoli – Sex											
Naiset – Women	24	21	45	34	12	2	1	1	0	1	4
Miehet – Men	23	19	42	42	11	2	1	0	0	0	2
Ikä – Age											
4–9 vuotta – years**	10	34	45	36	12	1	0	1	1	1	4
10–14 vuotta – years	10	15	25	49	19	2	1	0	0	0	2
15–24 vuotta – years	10	11	21	45	21	6	3	1	0	0	3
25–34 vuotta – years	14	14	29	42	19	4	1	1	0	0	4
35–44 vuotta – years	22	19	41	37	14	2	0	1	0	0	5
45–64 vuotta – years	27	22	51	35	9	1	0	1	0	1	2
65– vuotta – years	29	24	54	37	5	0	0	1	1	1	2
Suur-Helsinki Greater Helsinki area	23	18	41	36	14	2	1	1	1	0	4
Muut isot kaupungit Other big cities	23	18	41	37	13	2	1	1	1	0	5
Oulu, Lahti	22	19	41	36	15	3	1	1	0	0	2
Muut kaupungit – Other cities	24	20	45	36	12	2	1	1	0	0	2
Taajamat Other densely populated areas	24	21	45	40	9	1	0	0	0	1	4
Maaseutu – Open countryside	23	22	46	42	8	1	0	0	0	1	2

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 1 000 taloutta eli noin 2 200 henkilöä. The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the people-meter study consists of 1 000 households or a total of some 2 200 people.

* Sisältää myös YLE:n ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2 sekä YLE:n digitaalisten kanavien katselun (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema ja FSTD). -
The YLE total figures also cover programming in Swedish by YLE's Finland's Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2 and programming on YLE's digital channels (TV1D, TV2D, YLE24, YLE Teema and FSTD).

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

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus
Source: TV peoplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

2.24 Eri ohjelmatyyppien osuus katseluun käytetystä ajasta keskimääräisenä päivänä 2000–2003
Breakdown of total viewing time by type of programme on an average day 2000–2003

	2000	2001	2002	2003	
	%				
YLE TV1					
Fakta	48	52	53	55	Non-fiction
Urheilu	15	9	11	7	Sports
Kotimainen fiktio	15	15	14	15	Domestic fiction
Ulkomainen fiktio	16	17	17	17	Imported fiction
Muut	6	7	6	7	Other
Yhteensä	100	100	100	100	Total
YLE TV2					
Fakta	32	34	35	41	Non-fiction
Urheilu	19	24	28	24	Sports
Kotimainen fiktio	21	18	15	16	Domestic fiction
Ulkomainen fiktio	24	19	17	13	Imported fiction
Muut	4	5	4	6	Other
Yhteensä	100	100	100	100	Total
MTV3					
Fakta	28	29	25	26	Non-fiction
Urheilu	11	11	10	9	Sports
Kotimainen fiktio	24	25	23	25	Domestic fiction
Ulkomainen fiktio	33	33	40	38	Imported fiction
Muut	4	2	2	2	Other
Yhteensä	100	100	100	100	Total
Nelonen – Channel Four					
Fakta	10	11	10	10	Non-fiction
Urheilu	4	6	6	5	Sports
Kotimainen fiktio	17	20	17	19	Domestic fiction
Ulkomainen fiktio	66	61	63	62	Imported fiction
Muut	3	2	4	4	Other
Yhteensä	100	100	100	100	Total

Lähde: Finnpanel Oy
 Source: Finnpanel Oy

2.25 Katsotuimmat televisio-ohjelmat 2003

Top ten television programmes by channel 2003

Ohjelma – Programme	Päivä – Date	Yleisö, 1 000 henkeä – Audience, '000	Peitto* – Rating* %
YLE TV1			
Itsenäisyyspäivän juhlat	6.12.2003	2 051	40
TV-uutiset ja sää	6.12.2003	1 946	38
TV-uutiset	6.1.2003	1 429	28
Eduskuntavaalit 2003	16.3.2003	1 427	28
Mäkiweekki	6.1.2003	1 264	25
Ylimääräiset TV-uutiset	16.3.2003	1 205	23
Kotikatu	16.1.2003	1 155	22
Jääkiekon MM 2003	28.4.2003	1 137	22
Urheiluruutu	29.12.2003	1 116	22
TV-uutiset ja Viiden talous	2.5.2003	1 113	22
YLE TV2			
TV-uutiset ja sää	7.5.2003	1 793	35
Jääkiekon MM 2003	7.5.2003	1 599	31
MM-hiihdot 2003	23.2.2003	1 449	28
Mäkiweekki	1.1.2003	1 175	23
Yleisurheilun MM-kilpailut	31.8.2003	1 128	22
TV-uutiset	31.8.2003	1 035	20
Ajankohtainen kakkonen	7.1.2003	907	18
Mäkihypyn maailmancup	1.2.2003	866	17
Elokuva: Häjyt	27.12.2003	860	17
Kakkosen talvisää	21.12.2003	859	17
MTV3			
F1/Brasilia/GP	6.4.2003	1 736	34
Rikospoliisi Maria Kallio	6.1.2003	1 713	33
SM-liiga Hockey Night: 3. Finaali	6.4.2003	1 572	31
MTV3 Live: Miss Suomi 2003	9.2.2003	1 562	30
Kymmenen uutiset	6.4.2003	1 509	29
BumtsiBum!	11.1.2003	1 373	27
Viikon sää	6.4.2003	1 360	26
Seitsemän uutiset	6.4.2003	1 310	25
Salatut elämät	10.3.2003	1 298	25
Uutiset ja sää	6.1.2003	1 295	25
Nelonen – Channel Four			
Haluatko miljonääriksi?	26.10.2003	775	15
Elokuva: Mies ja alaston ase	1.6.2003	747	15
Elokuva: Erin Brokovich	30.11.2003	723	14
Elokuva: Charlien enkelit	12.10.2003	708	14
Elokuva: Robin Hood-varkaiden ruhtinas	16.2.2003	665	13
Elokuva: Sakaali	16.11.2003	664	13
Elokuva: Pelastakaa sotamies Ryan	9.3.2003	641	12
Elokuva: Levottomat	25.5.2003	634	12
Elokuva: Mies ja alaston ase 2 ½	8.6.2003	616	12
Kahdeksan uutiset ja sää	13.4.2003	616	12

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

Lähteet: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy
Sources: TV peoplemeter study, Finnpanel Oy

2.26 Teksti-TV:n käyttö: tavoitavuus ja katselu-aika keskimääräisenä päivänä 1996–2004
Use of teletext services: daily reach and average viewing time 1996–2004

	1996	1998	2000	2002	2004	1996	1998	2000	2002	2004
	%					Min/päivä – Min/day				
Kaikki – All	12	16	20	27	29	5	5	4	4	7
Sukupuoli – Sex:										
Naiset – Women	8	9	14	20	22	4	3	2	2	3
Miehet – Men	15	24	26	34	36	6	6	6	5	10
Ikä – Age:										
12–24	15	18	25	39	35	8	8	4	5	7
25–44	12	19	23	30	34	5	4	4	4	8
45–59	11	14	16	22	24	5	6	5	3	6
60–	9	10	13	14	14	3	4	4	3	3

Huom. Tiedot vuoteen 2000 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.
 Note. Figures for 2002 and onwards are not fully comparable with the figures until 2000.

Lähde: TNS Gallup Oy
 Source: TNS Gallup Group

2.27 Televisioiden vähittäismyynti 1994–2003
Retail sales of TV equipment 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos Change 2003/2002 %	
	1 000 kpl – 1 000 units											
Televisiot yhteensä TV sets total	189	228	255	250	296	302	274	214	238	244	2,5	
Digiboksit Digital set-top boxes									10	80	203	153,6
MHP-boxit MHP boxes									0	5	10	100,0
Satelliittipaketit Satellite dishes	17	11	12	17	17	15	15	8	6	6	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
 Source: Domestic Appliances Association

2.28 Televisioiden keskihinnat ja myynnin arvo 1994–2003

TV equipment: average prices and sales value 1994–2003

		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos Change, % 2003/2002
		€										
Väritelevisiot Color TV sets	Keskihinta, €											
	Average price, €	547	521	488	521	538	1 009	908	596	610	643	5,4
	Arvo, milj. €											
	Sales value, € million	103	119	124	130	159	166	150	128	145	157	8,0
Digiboksit Digital set-top boxes	Keskihinta, €											
	Average price, €								313	220	220	0,0
	Arvo, milj. €											
	Sales value, € million								3	18	45	153,6
MHP-boxit MHP boxes	Keskihinta, €											
	Average price, €									615	403	-34,5
	Arvo, milj. €											
	Sales value, € million									3	4	31,3
Satelliittipaketit Satellite dishes	Keskihinta, €											
	Average price, €	454	378	353	420	505	336	362	313	308	308	0,0
	Arvo, milj. €											
	Sales value, € million	8	4	4	7	9	5	5	2	2	2	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 Kotitalouksien TV-vastaanottimet 1995–2003
Household TV-equipment 1995–2003

	Kaikki taloudet – All households								
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%								
Ei TV:tä – No TV sets	4	5	5	4	5	5	4	5	7
1 TV – 1 TV set	58	55	54	53	54	51	51	51	49
2 TV:tä – 2 TV sets	30	31	32	33	31	34	33	32	32
3+ TV:tä – 3+ TV sets	8	9	10	11	10	10	12	11	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	76	80
Laajakuvatelevisio – Wide screen TV	7	..	18
Maksu-TV kotipäätte – Pay TV decoder	3	4	4	5	4	3	3	2	3
Satelliittiviritin – Satellite receiver	3	2	5	4	4	4	2	3	5
• analoginen – analog	2	..	3
• digitaalinen – digital	2	..	2
Mikrossa TV-kortti tai -näyttö – PC with TV card	1	0	1	1	1	1	2	2	3
Digiboxi – Digital set top box	0,4	1	5
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	3,5	3,5
Vastaanottimia/talous – TV sets/household	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5	1,6	1,5	1,5	1,5
	Kaapeli- ja satelliittitaloudet – Cable & satellite households								
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%								
Ei TV:tä – No TV	–	–	–	–	–	–	–	–	–
1 TV – 1 TV set	59	58	55	58	57	54	55	56	54
2 TV:tä – 2 TV sets	32	33	35	32	33	36	33	32	34
3+ TV:tä – 3+ TV sets	9	9	10	10	11	11	12	12	13
Väri-TV – Colour TV	97	98	98	97	96	100	100
Mustavalko-TV – B&W TV	7	5	6	4	2	2	3
Stereoääni – Stereo TV	39	47	55	57	56	58	62
Kaukosäädin – Remote control	78	86	90	90	86	92	93
Teksti-TV – Teletext	51	59	67	67	73	78	81	83	88
Laajakuvatelevisio – Wide screen TV	4	9	..	22
Maksu-TV kotipäätte – Pay TV decoder	7	9	9	11	8	8	6	6	6
Satelliittiviritin – Satellite receiver	7	6	11	9	9	10	10	7	8
• analoginen – analog	5
• digitaalinen – digital	5
Mikrossa TV-kortti tai -näyttö – PC with TV card	1	1	2	1	..	2	2	3	4
Digiboxi – Digital set top box	1	1	5
Matka-TV – Portable TV	21	19	20	18	16	17	16

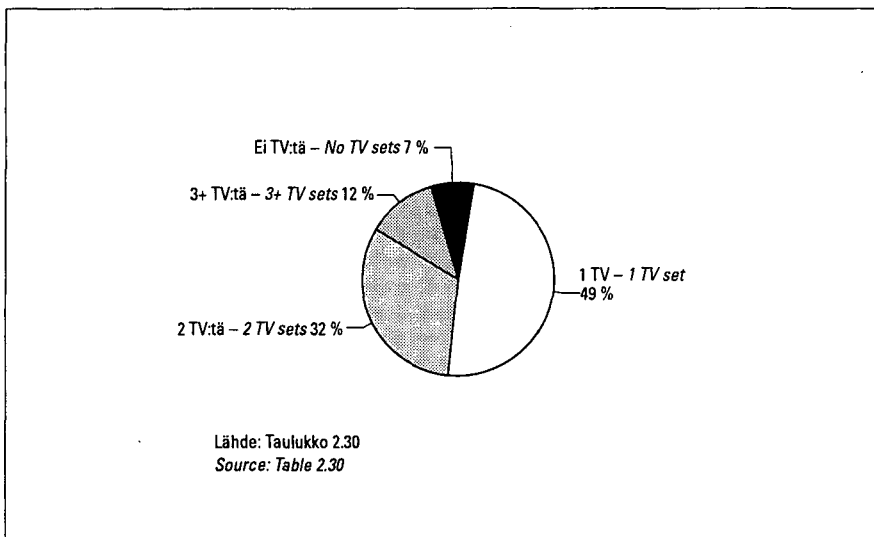
Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset
Source: Finnpanel Oy, TV-household surveys

2.30 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

Kuvio 2.7 TV-vastaanottimien määrä kotitalouksissa 2003
Figure 2.7 Household ownership of TV-sets 2003





3 Radio

Ensimmäiset yksityiset radioasemat aloittivat lähetykset vuonna 1985. Asemat lisääntyivät alun kokeiluvaiheen jälkeen nopeasti. Viime vuosina arviolta yli 4 miljoonalla suomalaisella on ollut kotipaikkakunnallaan mahdollisuus kuunnella ainakin yhtä kaupallista radioasemaa. Vuoden 2003 lopussa Yleisradion viiden julkisen palvelun kanavan lisäksi toiminnassa oli 77 yksityistä asemaa. Lisäksi Yleisradiolla oli kolme digitaalista DAB-radiokanavaa, mutta käytössä olevien digitaalivastaanottimien määrä oli suppean valikoiman ja kalliin hinnan vuoksi edelleen marginaalisen pieni.

Kilpailutilanteessa kaupallisten radioiden kanssa julkisen palvelun Yleisradio on kasvattanut lähetyaikojaan ja profiloinut radiokanaviaan. Myös alueohjelmien volyymi on kasvanut erittäin paljon.

Yleisradio profiloit kanavansa vuonna 1990 ja uudestaan vuonna 2003. YLE Radio1 painottaa tarjontansa asia- ja kulttuuriohjelmiin sekä taidemusiikkiin. YleX on nuorisolle suunnattu kanava. YLE Radio Suomen painopistealueita ovat ajan-kohtais- ja kontaktiohjelmat sekä urheilu- ja viihdeohjelmat. Ruotsinkielinen ohjelmatoiminta jaettiin vuonna 1997 kahdelle kanavalle. Varttuneemmalle kuulijakunnalle suunnattu Radio Vega muistuttaa ohjelmasisällöltään perinteistä täyden palvelun kanavaa. Radio Extrem tavoittelee nuorempaa kuulijakuntaa.

Julkisen palvelun Yleisradion radiotoiminnan taloudellinen volyymi on koko kaupalliseen radiotoimintaan verrattuna noin 2,5-kertainen (ohjelmakustannukset 129 miljoonaa euroa vuonna 2003). (Taulukko 3.2.; ks. myös luvun 2 taulukko 3.) Resurssien kokoluokan ero näkyy myös henkilöstömäärissä. Vuonna 2003 vakinaista henkilöstöä Yleisradion radiotoimialalla oli kaikkiaan noin 1 000 henkeä (ruotsinkielisen radiotoiminnan henkilöstö ei sisälly tähän lukuun). Vuotta 2000 koskevan tiedon mukaan yksityisten radioiden vakinaisen henkilöstön yhteismäärä oli hieman alle 500 ja free lance henkilöstöä oli alle 400. (Taulukot 3.9 & 3.10.)

Yksityisille radioasemille 1990-luku oli taloudellisesti vaikeaa aikaa. Kaupallisten radioiden taloustilastojen mukaan esimerkiksi vuosina 1994–1998 joka vuosi vähintään puolet tutkituista radioista teki tappiollisen nettutuloksen.

Asemien taloudellisten toimintaedellytysten parantamiseksi kaupallisen radiotoiminnan sääntelyä liberalisoitiin. Ohjelmiston paikallisuussäädöksiä väljennettiin ja sitä kautta mahdollistettiin yksittäisten radioasemien välinen tiivis yhteistyö ja radioketjujen (taulukko 3.8) muodostuminen. Lisäksi myönnettiin ns. erikoisradiotoimilupia useilla paikkakunnilla toimiville formaattiradioille. Ensimmäiset tällaiset toimiluvat myönnettiin jo 1990-luvun puolivälissä.

Valtakunnallinen mainosrahoitteinen Radio Nova aloitti lähetykset vuonna 1997. Radio Nova nousi nopeasti varteenotettavaksi haastajaksi sekä Yleisradion kanaville että muille kaupallisille radioille. Toiminnan alkuvaiheessa katsojaosuuksien menettäjänä olivat tasapuolisesti niin Ylen kanavat kuin kilpailevat kaupalliset asematkin.

Radiokentän rakenteen uusiutuminen ja kaupallisten radioasemaketjujen mukaantulo markkinoille ovat nostaneet alan uudestaan kasvu-uralle. Varsinkin 2000-luvun alkuvuosina kaupallisten radioiden liikevaihto on kasvanut selvästi. Yksityisten radioasemien (Radio Nova + osavaltakunnalliset radioketjut + paikalliset radiot) yhteenlaskettu liikevaihto oli vuonna 2003 jo 50 miljoonaa euroa (taulukko 3.4). Osavaltakunnalliset radioketjut ovat kasvattaneet markkinaosuuttaan. Niiden osuus liikevaihdosta oli reilut 40 prosenttia. Sekä valtakunnallisen Radio Novan että paikallisten asemien osuudet olivat noin 30 prosenttia. Yksityisten radioiden liikevaihto oli noin 1,5 prosenttia joukkoviestinnän kokonaisliikevaihdosta.

Kaupallisten radioiden tuloista noin 95 prosenttia tulee mainonnasta (taulukot 3.5 & 3.6). Kaupallisen radiotoiminnan rakennemuutos ja radioketjujen merkitys näkyy selvästi myös mainostulojen rakenteessa. Kymmenessä vuodessa valtakunnallisen mainonnan osuus asemien tuloista on kasvanut 15 prosentista 60 prosenttiin.

Koko mediamainonnasta radion osuus oli 4,4 prosenttia vuonna 2003. Se on nyt lähes samalla tasolla kuin EU-maissa keskimäärin. Niissä radion keskimääräinen mainososuus oli noin 5 prosenttia vuonna 2002 (vrt. luvun 12 taulukko 3). Radiomainonta keskittyy voimakkaasti alan suurimpien toimijoiden kanaville (taulukko 3.6).

Vaikka vuosina 1994–2003 kaikkiaan 27 paikallisradioyhtiötä lopetti toimintansa tai sulautui toiseen radioasemaan, uusia yrittäjiä on aina löytynyt tilalle, ja yritysten kokonaismäärä on vieläpä kasvanut. Kilpailutilanne on tiukin suurissa kaupungeissa. Pääkaupunkiseudulla radiomainonnan kakkua on jakamassa toistakymmentä mainosrahoitteista asemaa.

Yksityiset radiot toivat Suomeenkin kanavaprofiloinnin ja nk. lähetyvirtamallin, jota myös Yleisradio ryhtyi jo vuoden 1990 kanavauudistuksensa yhteydessä soveltamaan parilla kanavallaan. Lähetyvirtaperiaatteella toimivien radiokanavien ohjelmiston sävy muokataan tavoiteltavan yleisöryhmän 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 3.12).

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.

Radiolähetysten volyyymi on nykyisin mittava. Yleisradio lähetti vuonna 2003 viidellä kanavallaan valtakunnallista ohjelmaa yhteensä lähes 800 tuntia viikossa. Yleisradion alueellisten lähetysten tuntimäärät ovat kymmenessä vuodessa kasvaneet noin 800 viikkotunnista noin 1 100 viikkotuntiin. Yksityisistä radioasemista valtaosa toimii ympärivuorokautisesti, joten yhteenlaskettuna ne lähettänevät viikoittain ohjelmaa yhteensä noin 13 000 tuntia. (Taulukot 3.11 – 3.14.)

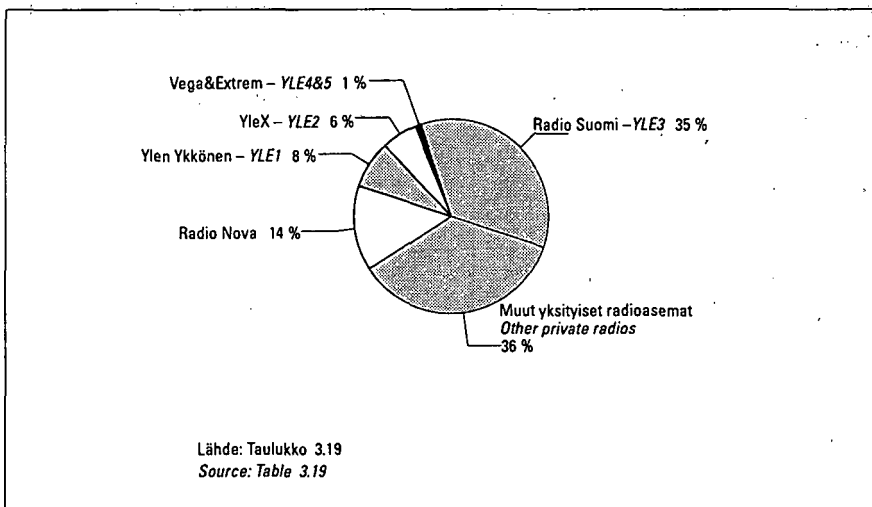
Radion tavoitavuus (= ainakin jotain radioasemaa keskimääräisenä päivänä seuranneiden osuus väestöstä) nousi selvästi vuoden 1990 radiouudistuksen jälkeen mutta 1990-luvun puolivälin jälkeen tavoitavuus on hieman laskenut. Viime vuosina radiota kuuntelevia on silti päivittäin ollut noin 80 prosenttia väestöstä. (Taulukot 3.15 & 3.16.)

Radion keskimääräinen kuuntelu-aika oli huipussaan vuonna 1992 lähes neljä tuntia päivässä. Alimmillaan se oli 1990-luvun lopussa vain hieman yli kolme tuntia mutta on sen jälkeen taas noussut. Vuonna 2003 radion keskimääräinen kuuntelu-aika oli lähes 3,5 tuntia. Keskimääräinen päivittäinen kuuntelu-aika jakautui lähes tasan Yleisradion taajuuksien ja yksityisten asemien kesken. Radio Novan parissa aikaa kului noin 30 minuuttia (14 %) ja muiden yksityisten radioasemien taajuuksilla reilu tunti (36 %). (Taulukot 3.17 – 3.20.)

Viikossa kuunneltujen radiokanavien määrä on noussut. Neljäsosa kuuntelijoista seurasi viikon jakson aikana ainakin neljää radiokanavaa. Työpaikalla tai autossa tapahtuva radion kuuntelu on selvästi kasvattanut osuuttaan kokonaiskuunteluajasta. (Taulukot 3.21 & 3.22.)

Radion kuuntelua parhaiten selittävä muuttuja on ikä. Vanhemmat ikäryhmät kuuntelevat radiota selvästi nuorempia enemmän. (Taulukot 3.18 & 3.20.)

Kuvio 3.1 Radiokanavien kuunteluosuudet 2003
Figure 3.1 Channel shares in radio listening 2003



Tilastointi

Radiotoiminnan taloudellista volyymia, ohjelmatunteja sekä henkilöstömääriä kuvaavat tiedot on saatu Yleisradion ja muiden yritysten toimintakertomuksista ja Suomen Radioiden Liitolta.

Vuodesta 1990 lähtien Turun kauppakorkeakoulun Yritystoiminnan tutkimuskeskuksen Mediaryhmä on vuosittain laatinut yksityisten radioiden taloudellista tilaa kartoittavia taloustilastoja. Selvitysten toimeksiantaja on liikenne- ja viestintäministeriö.

Vuodesta 1991 lähtien keskeisimmäksi kuuntelututkimukseksi on muodostunut Finnpanel Oy:n toteuttama nk. kansallinen radiotutkimus, jonka aineistoa Yleisradio ja Suomen Radioiden Liitto käyttävät omassa raportoinnissaan.

Tuomo Sauri

Täydentävää kirjallisuutta

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

Ala-Fossi, Marko: Tähtien kylmä loiste. Radio Novan markkinoilletulon vaikutus Suomen kaupallisten paikallisradioiden toimintaan. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin 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 mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

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 kanavauudistus Norjassa, Ruotsissa ja Suomessa. Viestinnän 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 (Prof. Pertti Tiihosen juhla-
kirja). Viestinnän julkaisuja 1. Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos, Helsinki 2000.

Liikkanen, Mirja: Yleisöinä – kodin ulkopuolella ja kotona. Teoksessa Liikkanen,
Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan
muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

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

Moring, Tom & Nordqvist, Andrea (toim.): Svenska medier i Finland. SSKH Skrif-
ter Nr. 13. Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet,
Helsingfors 2002.

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

Picard, Robert ym.: Menestyvä paikallisradio. Liikenneministeriö, Julkaisuja
40/99. Helsinki 1999.

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

Ruohomaa, Erja: The mobility of radio listening. YLE Audience research.
Research report 5/2003. Helsinki.

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 2004)
Radio channels and stations (January 2004)
- 3.3 Yleisradion radio-ohjelmakustannukset 2003
YLE radio programming costs 2003
- 3.2 Yleisradion radiotoiminnan kustannukset 1994–2003
Yle radio costs 1994–2003
- 3.4 Yksityisten radioiden tuotot 1994–2003
Revenues of private radio stations 1994–2003
- 3.5 Radiomainonta 1996–2003,
Radio advertising 1996–2003
- 3.6 Radiomainnonnan markkinaosuudet 2003
Market shares in radio advertising 2003
- 3.7 Yksityisten radioasemien määrän kehitys 1994–2003
Number of private radio stations 1994–2003
- 3.8 Osavaltakunnalliset radioketjut 2003
Semi-national radio chains 2003
- 3.9 Yleisradion radiotoimialan henkilöstö 1994–2003
YLE radio personnel 1994–2003
- 3.10 Yksityisten radioasemien henkilöstö 1994–2000
Private radio stations, personnel 1994–2000
- 3.11 Yleisradion radiolähetysten ohjelma-aika 1994 - 2003
YLE weekly radio programming hours 1994 - 2003
- 3.12 Yleisradion valtakunnallisten radiokanavien ohjelmatarjonta 2003
YLE radio nationwide programming 2003
- 3.13 Yleisradion aluelähetykset 2003
YLE regional broadcasting 2003
- 3.14 Yksityisten radioasemien keskimääräiset viikkotunnit 1994–2003
Average weekly broadcasting by private radio stations 1994–2003
- 3.15 Radion tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1994–2003
Daily reach of radio 1994–2003
- 3.16 Radion tavoitavuus väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2003
Daily reach of radio by population groups 2003
- 3.17 Radion kuuntelu-aika keskimääräisenä päivänä 1994–2003
Average daily radio listening time 1994–2003
- 3.18 Radion kuuntelu-aika väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2003
Average daily radio listening time by population groups 2003
- 3.19 Radion kuunteluosuudet keskimääräisenä päivänä 1994–2003
Radio channel shares 1994–2003
- 3.20 Radion kuunteluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2003
Radio channel shares by population groups 2003

- 3.21 Viikossa kuunneltujen radiokanavien lukumäärä 1999–2003
Number of radio channels listened per week 1999–2003
- 3.22 Radion kuuntelu kuuntelupaikan mukaan 1994–2003
Breakdown of radio listening by place of listening 1994–2003
- 3.23 Radiolaitteiden vähittäismyynti 1994–2003
Retail sales of radio equipment 1994–2003
- 3.24 Radiolaitteiden keskihinnat ja myynnin arvo 1994–2003
Radio equipment: average prices and sales value 1994–2003
- 3.25 Kotitalouksien radiovastaanottimet 1995–2000
Household radio equipment 1995–2000

Kuviot – Figures

- 3.1 Radiokanavien kuunteluosuudet 2003
Channel shares in radio listening 2003
- 3.2 Yleisradion radiokanavien kuuluvuusalueet
Coverage areas of YLE radio channels
- 3.3 Yksityisten radioiden tuotot 1985–2003
Revenues of private radio stations 1985–2003
- 3.4 Radiomainonta 2003
Radio advertising 2003
- 3.5 Radion kuuntelu paikan mukaan 2003
Breakdown of local radio listening by place of listening 2003

3.1 Radiokanavat ja -asemat (Tammikuu 2004)
Radio channels and stations (January 2004)

Peitto – Coverage	Toimintaperiaate Status	Kanava/asema Channel/station	Yhtiö Organisation	Rahoitus Financing	Aloitusvuosi Year of establishment		
Valtakunnallinen/ National	Julkinen/ Public	YLE Radio 1	YLE	lupamaksut/licence fees	1926/1990		
		YLEX	YLE	lupamaksut/licence fees	1990		
		YLE Radio Suomi	YLE	lupamaksut/licence fees	1965/1990		
		YLE Radio Vega	YLE	lupamaksut/licence fees	1961/1997		
		YLE Radio Extrem	YLE	lupamaksut/licence fees	1997		
		Digitaaliset - DAB:					
		YLE Radio Peili	YLE	lupamaksut/licence fees	1998		
		YleQ	YLE	lupamaksut/licence fees	1999		
		Ylen Klassinen	YLE	lupamaksut/licence fees	1999		
		YLE FSR+	YLE	lupamaksut/licence fees	2003		
Valtakunnallinen/ National	Yksityinen/ Private	Radio Nova	Suomen Uutisradio Oy	mainonta/commercials	1997		
Alueellinen/ Regional	Julkinen/ Public	26 alueradiota/ 26 regional windows	YLE	lupamaksut/licence fees			
		–20 suomeksi/in Finnish			1975		
		–5 ruotsiksi/in Swedish			1973		
		–1 saameksi/in Sami			1987		
Puolivaltakunnallinen/ Paikallinen/Alueellinen Semi-national/Regional/Local	Yksityinen/ Private	76 radioasemaa/ 76 radio stations	*	mainonta/ mainly commercials	1985		

Lähteet: YLE

Suomen Radioiden Liitto SRL

Sources: YLE

Association of Finnish Broadcasters

3.2 Yleisradion radiotoiminnan kustannukset 1994–2003 Yle radio costs 1994–2003

Vuosi – Year	€ milj. – € million
1994	103
1995	108
1996	109
1997	113
1998	117
1999	125
2000	129
2001	137
2002	135
2003	129

Lähde: Yleisradio Oy, Taloushallinto
Source: YLE Finance

3.3 Yleisradion radio-ohjelmakustannukset 2003 YLE radio programming costs 2003

	Kokonaiskustannukset Total costs	Lähetystunnin hinta Programming costs per hour
	€ milj. – € million	€
Ylen Ykkönen – YLE Radio 1	29,9	3 419
YleX – YLE Radio 2	12,3	1 399
YLE Radio Suomi – YLE Radio 3*	47,6	835
YLE Radio Vega – YLE Radio 4*	15,5	1 260
YLERadio Extrem – YLE Radio 5	7,8	892
YLE Radio Peili (DAB)	1,1	122
YLE Radio Aino (DAB)	5,5	623
Ylen Klassinen (DAB)	0,1	9
YLE FSR+ (DAB)	0,1	17
Sámi Radio	1,7	821
Ulkomaanlähetykset (Radio Finland) Foreign service broadcasts (Radio Finland)	5,2	128
Yhteensä – Total	126,8	

* Sisältää alueelliset palvelut. – Including regional services.

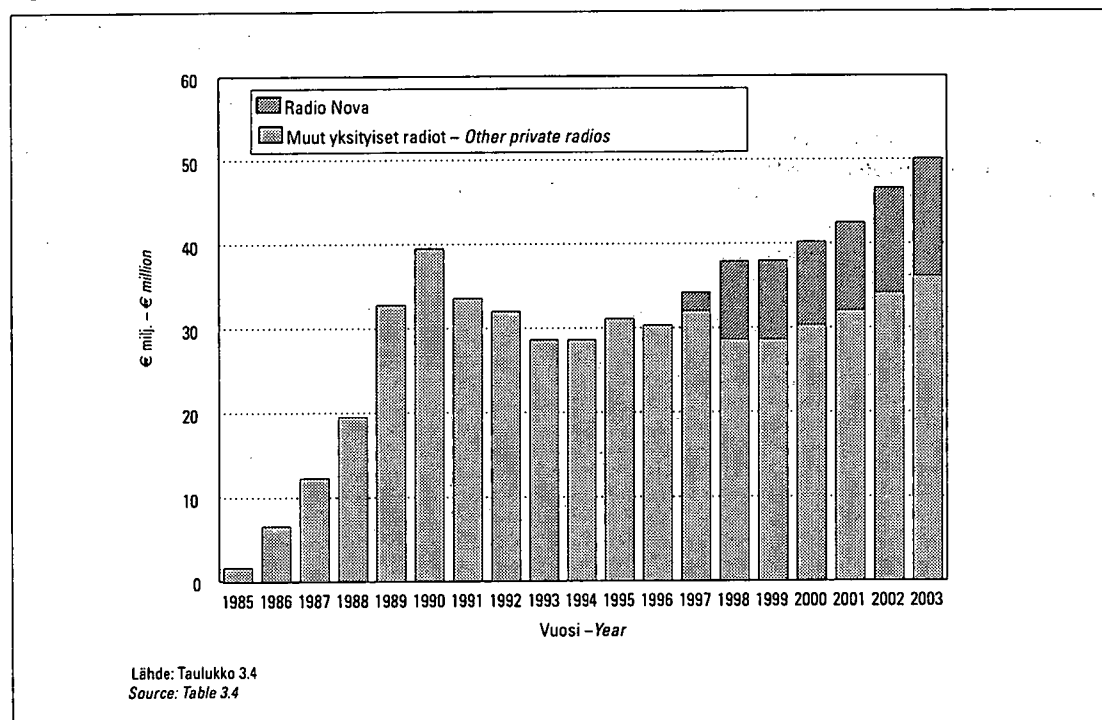
Lähde: Yleisradion vuosikertomus 2003
Source: YLE annual report 2003

3.4 Yksityisten radioiden tuotot 1994–2003 Revenues of private radio stations 1994–2003

	Radio Nova € milj. – € million	Muut yksityiset radiot Other private radios € milj. – € million	Yhteensä – Total € milj. – € million	Kiintein (2003) hinnoin Fixed (2003) prices € milj. – € million
1994		28,6	28,6	32,8
1995		31,1	31,1	35,3
1996		30,3	30,3	34,2
1997	2,2	32,0	34,1	38,1
1998	9,3	28,6	37,8	41,6
1999	9,4	28,6	38,0	41,3
2000	9,9	30,3	40,2	42,3
2001	10,5	32,0	42,5	43,5
2002	12,5	34,1	46,6	47,0
2003	14,0	36,1	50,1	50,1

Lähteet: Alma Median toimintakertomukset
TNS Gallup Oy
Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus
Sources: Alma Media annual reports
TNS Gallup Group
Turku School of Economics, Business research and development centre

Kuvio 3.3 Yksityisten radioiden tuotot 1985–2003
Figure 3.3 Revenues of private radio stations 1985–2003

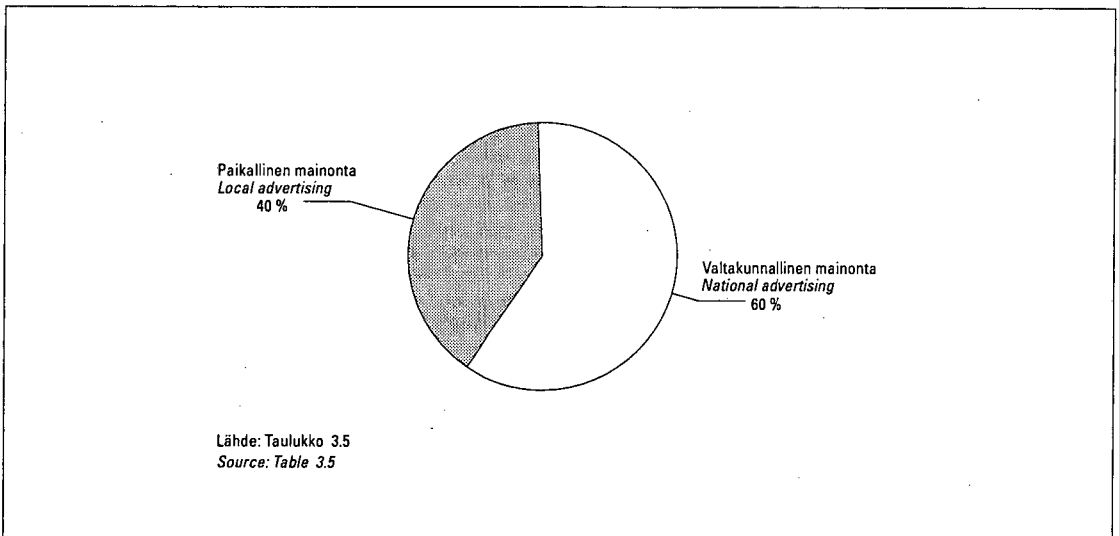


3.5 Radiomainonta 1996–2003,
Radio advertising 1996–2003

	Valtakunnallinen mainonta National advertising %	Paikallinen mainonta Local advertising %	Mainonta yhteensä Advertising total € milj. – € million
1996	14	86	27
1997	23	77	30
1998	38	62	34
1999	41	59	34
2000	50	50	38
2001	53	48	40
2002	57	43	44
2003	60	40	47

Lähde: Suomen Radioiden Liitto
Source: Association of Finnish Broadcasters

Kuvio 3.4 Radiomainonta 2003
Figure 3.4 Radio advertising 2003



3.6 Radiomainnon markkinaosuudet 2003 Market shares in radio advertising 2003

Kanava/Yhtiö – Channel/Company	%
Radio Nova	29
SBS Radiot*	29
NRJ	10
Sävelradio	5
Communicorp Group**	5
Muut – Other channels	22
Yhteensä – Total	100

* = Kiss FM, Iskelmä, Radio City, Radio Sata, Radio 957, Radio Jyväskylä, Radio Mega

** = SuomiPOP, Groove FM, SuomiPLUS, Classic FM (Communicorp Group from 2004 onwards)

Lähde: Suomen Radioiden Liitto
Source: Association of Finnish Broadcasters

3.7 Yksityisten radioasemien määrän kehitys 1994–2003* Number of private radio stations 1994–2003*

	Valtakunnalliset National	Erikoisradiot** Special radios**	Muut – Other	Yhteensä – Total	Toiminnan lopettaneet radioyritykset*** Stations closed down***
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	1
2002	1	9	64	74	3
2003	1	9	67	77	2

* 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

3.8 Osavaltakunnalliset radioketjut 2003
Semi-national radio chains 2003

	Perustettu <i>Established</i>	Toimilupia <i>Operating licences</i>	Alueita <i>No. of regions</i>	Peitto – Coverage 1 000 as. – 1 000 pop. (Väestö 9+/Pop. 9+).	Omistaja <i>Owner</i>	Kansallisuus <i>Nationality</i>
Classic FM	1992	1	12	2 404	Communicorp Group (2004–)	Irlanti – <i>Ireland</i>
Groove FM	1999	1	7	2 549	Communicorp Group (2004–)	Irlanti – <i>Ireland</i>
Iskelmäradio	2001	17	35	3 509	SBS & al.	Luxemburg – <i>Luxembourg</i>
Kiss FM	1995	1	32	3 412	SBS	Luxemburg – <i>Luxembourg</i>
NRJ/Energy	1995	11	11	3 557	NRJ S.A.	Ranska – <i>France</i>
Radio Dei	1997	1	11	..	Kristillinen Media	Suomi – <i>Finland</i>
Radio City	1997/2003	1	12	2 655	Hjallis Promotion; SanomaWSOY	Suomi – <i>Finland</i>
SuomiPOP	2000	1	14	3 089	Communicorp Group (2004–)	Irlanti – <i>Ireland</i>
Sävelradio	1999	1	16	2 965	Suomen Uutisradio (2005–)	Ruotsi – <i>Sweden</i>

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.*

Lähteet: Liikenne- ja viestintäministeriö
Tilastokeskus, Joukkoviestintätilastot
Digita Oy
Suomen Radioiden Liitto

Sources: *Ministry of Traffic and Communications*
Statistics Finland, Media statistics
Digita Oy
Association of Finnish Broadcasters

3.9 Yleisradion radiotoimialan henkilöstö 1994–2003
YLE radio personnel 1994–2003

	Henkilöstö <i>Employees</i>
1994	1 349
1995	1 327
1996	1 351
1997	1 390
1998	1 413
1999	1 210
2000	1 017
2001	1 025
2002	994
2003	1 006

Tiedot vuoteen 1999 asti eivät ole suoraan vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa. Vuodesta 2000 lähtien tiedot sisältävät vain suomenkielisen radiotoiminnan. – *Figures for 2000 and onwards are not wholly comparable with the figures until 1999 and cover radio services in Finnish only.*

Lähde: Yleisradio Oy, Henkilöstöhallinto
Source: *YLE Personnel administration*

3.10 Yksityisten radioasemien henkilöstö 1994–2000

Private radio stations, personnel 1994–2000

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Henkilöstö – Employees</i>							
Vakinainen henkilöstö yhteensä – <i>Permanent staff total</i>	496	494	490	492	508	..	489
Vakinaisia/asema – <i>Permanent staff average/station</i>	8	8	8	8	8	..	8
Free lance henkilöstö – <i>Free lance staff total</i>	482	380	360	354	402	..	375
Free lance henkilöstöä/asema – <i>Free lance average/station</i>	8	6	6	6	6	..	6

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

3.11 Yleisradion radiolähetysten ohjelma-aika 1994 - 2003

YLE weekly radio programming hours 1994 - 2003

Vuosi Year	Valtakunnalliset verkot – Nationwide networks					Aluelähteykset – Regional broadcasts			
	1-verkko Radio 1 YLE Radio 1	2-verkko Radio 2 YLEX	3-verkko Radio 3 YLE Radio Suomi	4-verkko* Radio 4* YLE Radio Extrem*	5-verkko* Radio 5* YLE Radio Vega*	Suomenk. In Finnish	Ruotsink. In Swedish	Saamenk. In Sámi	Capital FM**
<i>Tuntia/viikko – Hours/week</i>									
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
2002	168	168	129	168	153	854	..	36	168
2003	168	168	123	168	152	973	85	40	168

Vuosi Year	DAB-kanavat – DAB-channels			Ulkomaanlähteykset	
	Radio Peili	YLEQ	Ylen Klassinen	Analogiset Analog	DAB DAB
<i>Tuntia/viikko – Hours/week</i>					
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
2002	168	168	168	939	336
2003	168	168	168	785	336

* Vuoteen 1996 asti Riksradijon (1 kanava). – *Until November 1997: Riksradijon (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

3.12 Yleisradion valtakunnallisten radiokanavien ohjelmatarjonta 2003
 YLE radio nationwide programming 2003

	Lähetysaika Broadcasting time Tuntia/vrk – Hours/day	Ohjelmarakenne Programming	%
Radio Ylen Ykkönen –YLE Radio 1	24	Klassinen – Classical music	58
		Ajankohtaisohj. – Current affairs	9
		Kulttuuri – Culture	8
		Asiaohjelmat – Features	6
		Uutiset – Newscasts	6
		Tiede- ja opetus – Science & education	4
		Hartaushjelmat – Religious	3
		Viihde – Entertainment	2
		Dokumentit – Features & documentaries	2
		Draama – Drama	2
		Yhteensä – Total	100
		Musiikin osuus – Share of music	56
		– siitä kotimainen – of which domestic	50
YleX – YLE Radio 2	24	Musiikkiviihde – Music entertainment	41
		Populaarikulttuuri – Popular culture	31
		Ajankohtaisohj. – Current affairs	5
		Asiaohjelmat – Features	4
		Uutiset – Newscasts	3
		Muu viihde – Other entertainment	17
		Yhteensä – Total	100
		Musiikin osuus – Share of music	63
– siitä kotimainen – of which domestic	38		
YLE Radio Suomi – YLE Radio 3	24	Musiikkiviihde – Music entertainment	41
		Ajankohtaisohj. – Current affairs	15
		Uutiset – Newscasts	11
		Populaarikulttuuri – Popular culture	8
		Urheilu – Sports	7
		Asiaohjelmat – Features	4
		Tiede- ja opetus – Science & education	1
		Muu viihde – Other entertainment	12
		Yhteensä – Total	100
		Musiikin osuus – Share of music	48
– siitä kotimainen – of which domestic	54		
YLE Radio Vega – YLE Radio 4	24	Musiikkiviihde – Music entertainment	20
		Uutiset – Newscasts	14
		Klassinen – Classical music	12
		Ajankohtaisohj. – Current affairs	12
		Asiaohjelmat – Features	9
		Kulttuuri – Culture	7
		Populaarikulttuuri – Popular culture	6
		Hartaushjelmat – Religious	3
		Tiede- ja opetus – Science & education	1
		Draama – Drama	1
		Urheilu – Sports	1
		Muu viihde – Other entertainment	15
		Yhteensä – Total	100
		Musiikin osuus – Share of music	41
– siitä kotimainen – of which domestic	21		

3.12 Jatkuu Continued

	Lähetysaika Broadcasting time Tuntia/vrk – Hours/day	Ohjelmarakenne Programming	%
YLE Radio Extrem – YLE Radio 5 (in Swedish)	24	Musiikkiviihde – <i>Music entertainment</i> Populaarikulttuuri – <i>Popular culture</i> Lastenohjelmat – <i>Children's</i> Ajankohtaisohj. – <i>Current affairs</i> Urheilu – <i>Sports</i> Asiaohjelmat – <i>Features</i> Uutiset – <i>Newscasts</i> Kulttuuriohjelmat – <i>Culture</i> Klassinen – <i>Classical music</i> Muu viihde – <i>Other entertainment</i> Yhteensä – <i>Total</i>	38 23 11 9 4 4 3 2 1 6 100
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i> – siitä kotimainen – <i>of which domestic</i>	61 12
YLE Radio Peili – (DAB)	24	Asiaohjelmat – <i>Features</i> Klassinen musiikki – <i>Classical music</i> Ajankohtaisohj. – <i>Current affairs</i> Uutiset – <i>Newscasts</i> Kulttuuri – <i>Culture</i> Urheilu – <i>Sports</i> Tiede- ja opetus – <i>Science & education</i> Yhteensä – <i>Total</i>	34 27 15 10 6 4 3 100
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i> – siitä kotimainen – <i>of which domestic</i>	25 20
YleQ – (DAB)	24	Musiikkiviihde – <i>Music entertainment</i> Populaarikulttuuri – <i>Popular culture</i> Ajankohtaisohj. – <i>Current affairs</i> Muu viihde – <i>Other entertainment</i> Kulttuuri – <i>Culture</i> Uutiset – <i>Newscasts</i> Asiaohjelmat – <i>Features</i> Lastenohjelmat – <i>Children's</i> Klassinen musiikki – <i>Classical music</i> Tiede- ja opetusohjelmat – <i>Science & education</i> Yhteensä – <i>Total</i>	42 26 9 8 6 4 2 1 1 1 100
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i> – siitä kotimainen – <i>of which domestic</i>	63 22
Ylen Klassinen – (DAB)	24	Musiikin osuus – <i>Share of music</i> – siitä kotimainen – <i>of which domestic</i>	100 ..

Lähde: Yleisradion toimintakertomus 2003
Source: *Yle annual report 2003*

3.13 Yleisradion aluelähetyskset 2003
YLE regional broadcasting 2003

Toimipisteen nimi – Name	Sijainti – Location	Aloituvuosi – Established	Tuntia/viikko – Hours/week
Suomeksi – In Finnish			
Ylen aikainen	Helsinki	1975	46
Ylen läntinen	Tammisaari	1991	60
Radio Itä-Uusimaa	Porvoo	1991	60
Etelä-Karjalan Radio	Lappeenranta	1989	52
Kymenlaakson Radio	Kouvola	1989	46
Turun Radio	Turku	1982	46
Satakunnan Radio	Pori	1988	47
Tampereen Radio	Tampere	1982	48
Lahden Radio	Lahti	1984	51
Radio Häme	Hämeenlinna	1989	46
Radio Keski-Suomi	Jyväskylä	1986	53
Radio Savo	Kuopio	1984	46
Etelä-Savon Radio	Mikkeli	1985	46
Pohjois-Karjalan Radio	Joensuu	1988	45
Pohjanmaan Radio	Vaasa	1988	46
Radio Keski-Pohjanmaa	Kokkola	1991	53
Oulu Radio	Oulu	1983	46
Kainuun Radio	Kajaani	1988	45
Lapin Radio	Rovaniemi	1988	47
Radio Perämeri	Kemi	1991	45
Yhteensä – Total			973
Ruotsiksi – In Swedish			
Vega Österbotten	Vasa	1973	17
Vega Åboland	Åbo	1973	17
Vega Västnyland	Ekenäs	1973	17
Vega Mellannyländ	Helsingfors	1976	17
Vega Östnyland	Borgå	1973	17
Yhteensä – Total			85
Saameksi – In Sámi			
Saamen Radio	Inari	1987	40

Lähde: Yleisradion vuosikertomus 2003
Source: YLE annual report 2003

3.14 Yksityisten radioasemien keskimääräiset viikotunnit 1994–2003 Average weekly broadcasting by private radio stations 1994–2003

	Lähetystunteja/vko Hours/week
1994	163
1995	168
1996	168
1997	168
1998	168
1999	168
2000	168
2001	168
2002	168
2003	168

Lähteet: Liikenne- ja viestintäministeriö
Suomen Radioiden Liitto SRL

Sources: Ministry of Traffic and Communications
Association of Finnish Broadcasters

3.15 Radion tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1994–2003 Daily reach of radio 1994–2003

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
YLE Radio 1	14	13	13	13	12	12	12	12	11	12
YleX	22	22	18	12	11	11	10	9	9	9
YLE Radio Suomi	44	44	42	38	39	36	38	37	34	32
YLE Radio Vega & Radio Extrem	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1
YLE yhteensä – YLE total	68	67	62	55	54	52	54	51	48	47
Radio Nova				20	20	18	16	19	20	19
Kiss FM									11	10
NRJ									6	7
SBS Iskelmäradiot									5	7
Suomi POP									5	5
Sävelradio									4	3
Classic Fm									1	1
Groove FM									1	1
Muut yksityiset – Other private									18	16
Yksityiset radiot yhteensä Private radios, total	38	39	39	42	44	43	45	49	53	53
Kaikki yhteensä – All radio	85	85	82	82	81	79	81	82	83	82

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
The Finnish Broadcasting Company YLE

3.16 Radion tavoitavuus väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2003
Daily reach of radio by population groups 2003

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	Radio yhteensä All radio %	YLE Radio 1	YleX	YLE Radio Suomi	YLE Radio Vega & Radio Extrem	Yle yhteensä YLE total	Radio Nova	Classic FM
Kaikki – All	82	12	9	32	1	47	19	1
Sukupuoli – Sex								
Naiset – Women	82	10	11	33	1	48	20	1
Miehet – Men	82	14	7	32	1	46	19	1
Ikä – Age								
9–14	72	3	10	5	1	17	21	1
15–24	73	2	25	6	1	32	18	0
25–34	76	3	14	9	1	25	28	0
35–44	81	5	7	22	1	31	33	1
45–54	87	11	4	42	1	52	22	2
55–64	90	19	2	61	2	73	11	2
65–	91	31	2	65	2	82	4	2

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	Groove FM	Kiss Fm	NRJ	SBS Iskelmä-radio	Suomi POP	Sävelradio	Muut yksityiset <i>Other private</i>	Yksityiset yhteensä Private radios total
	%							
Kaikki – All	1	10	7	7	5	3	16	53
Sukupuoli – Sex								
Naiset – Women	2	10	7	7	5	3	17	54
Miehet – Men	1	10	8	7	4	3	15	53
Ikä – Age								
9–14	1	20	25	4	5	1	8	64
15–24	1	20	18	4	9	1	8	58
25–34	2	18	9	6	10	2	13	65
35–44	2	12	5	9	8	3	18	67
45–54	2	6	3	13	3	7	22	59
55–64	1	2	1	8	1	5	19	41
65–	0	0	0	4	0	3	16	26

Lähteet: Finnpanel Oy
 Yleisradio Oy

Sources: Finnpanel Oy
 The Finnish Broadcasting Company YLE

3.17 Radion kuuntelu-aika keskimääräisenä päivänä 1994–2003 Average daily radio listening time 1994–2003

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	Min./päivä – Min/day									
YLE Radio 1	18	16	16	17	16	16	16	16	15	16
YleX	31	29	24	16	13	15	12	12	13	13
YLE Radio Suomi	103	103	95	87	89	83	88	85	81	73
YLE Radio Vega & Radio Extrem	4	3	3	2	3	2	3	2	1	1
YLE yhteensä – YLE total	155	152	137	122	121	115	120	116	111	104
Radio Nova				32	30	25	23	29	33	29
Kiss FM									13	12
SBS Iskelmäradiot									7	11
NRJ									7	8
Suomi POP									7	6
Sävelradio									7	5
Classic Fm									2	2
Groove FM									1	1
Muut yksityiset - Other private				52	48	50	58	63	31	26
Yksityiset radiot yhteensä Private radios, total	68	68	68	84	77	75	81	93	107	102
Kaikki yhteensä – All radio	223	219	205	205	199	190	201	208	217	206

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
The Finnish Broadcasting Company YLE

3.18 Radion kuuntelu-aika väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2003
Average daily radio listening time by population groups 2003

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	Radio yhteensä All radio Min/päivä – <i>Min/day</i>	YLE Radio 1	YleX	YLE Radio Suomi	YLE Radio Vega & Radio Extrem	Yle yhteensä YLE total	Radio Nova	Classic FM
Kaikki – <i>All</i>	206	16	13	73	1	104	29	2
Sukupuoli – <i>Sex</i>								
Naiset – <i>Women</i>	207	20	9	76	1	107	28	2
Miehet – <i>Men</i>	206	12	17	70	1	101	30	2
Ikä – <i>Age</i>								
9–14	90	2	9	4	0	15	18	0
15–24	140	2	34	7	0	44	24	0
25–34	184	3	26	15	1	46	48	0
35–44	200	5	11	37	0	55	56	2
45–54	240	14	5	90	1	112	34	2
55–64	259	27	3	151	2	185	15	2
65–	267	52	2	164	3	222	4	3

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	Groove FM	Kiss FM	NRJ	SBS Iskelmä-radio	Suomi POP	Sävelradio	Muut yksityiset <i>Other private</i>	Yksityiset yhteensä Private radios, total
	Min/päivä – <i>Min/day</i>							
Kaikki – <i>All</i>	1	12	8	11	6	5	25	102
Sukupuoli – <i>Sex</i>								
Naiset – <i>Women</i>	1	12	9	12	6	5	24	100
Miehet – <i>Men</i>	2	13	7	11	7	6	26	104
Ikä – <i>Age</i>								
9–14	0	18	26	2	3	0	5	75
15–24	1	23	20	4	10	1	10	96
25–34	3	24	11	9	13	3	21	138
35–44	2	17	5	16	11	5	29	144
45–54	2	7	2	25	4	12	40	129
55–64	2	2	1	12	1	8	32	75
65–	0	0	0	5	0	5	26	45

Lähteet: Finnpanel Oy
 Yleisradio Oy

Sources: Finnpanel Oy
 The Finnish Broadcasting Company YLE

3.19 Radion kuunteluosuudet keskimääräisenä päivänä 1994–2003 Radio channel shares 1994–2003

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
YLE Radio 1	8	7	8	8	8	8	8	8	7	8
YleX	14	13	12	8	7	8	6	6	6	6
YLE Radio Suomi	46	47	46	42	45	44	44	41	37	35
YLE Radio Vega & Radio Extrem	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
YLE yhteensä – YLE total	70	69	67	60	60	60	60	56	51	51
Radio Nova				16	15	13	11	14	15	14
Kiss FM									6	6
SBS Iskelmäradiot									3	6
NRJ									3	4
Suomi POP									3	3
Sävelradio									3	3
Classic Fm									1	1
Groove FM									1	1
Muut yksityiset – <i>Other private</i>				25	24	26	29	30	14	12
Yksityiset radiot yhteensä Private radios, total	30	31	33	41	39	40	40	44	49	49
Kaikki yhteensä – <i>All radio</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kuunteluaika min/päivä Average listenig time, min/day	223	219	205	205	199	190	201	208	217	206

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

The Finnish Broadcasting Company YLE

3.20 Radion kuunteluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2003
Radio channel shares by population groups 2003

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	YLE Radio 1	YleX	YLE Radio Suomi	YLE Radio Vega & Extrem	Yle yhteensä YLE total	Radio Nova	Classic FM
	%						
Kaikki – <i>All</i>	8	6	35	1	51	14	1
Sukupuoli – <i>Sex</i>							
Naiset – <i>Women</i>	10	4	37	1	52	14	1
Miehet – <i>Men</i>	6	8	34	1	50	14	1
Ikä – <i>Age</i>							
9–14	2	10	4	0	17	20	0
15–24	1	24	5	0	31	17	0
25–34	2	14	8	0	25	26	0
35–44	3	5	19	0	28	28	1
45–54	6	2	38	1	47	14	1
55–64	10	1	58	1	71	6	1
65–	20	1	61	1	83	2	1

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	Groove FM	Kiss Fm	NRJ	SBS Iskelmäradio	Suomi POP	Sävelradio	Muut yksityiset <i>Other private</i>	Yksityiset yhteensä Private radios, total
	%							
Kaikki – <i>All</i>	1	6	4	6	3	3	12	49
Sukupuoli – <i>Sex</i>								
Naiset – <i>Women</i>	1	6	4	6	3	2	12	48
Miehet – <i>Men</i>	1	6	3	5	3	3	12	50
Ikä – <i>Age</i>								
9–14	0	20	29	3	3	1	6	83
15–24	1	17	14	3	7	1	7	69
25–34	2	13	6	5	7	1	12	75
35–44	1	8	2	8	5	3	14	72
45–54	1	3	1	10	2	5	16	53
55–64	1	1	0	5	0	3	12	29
65–	0	0	0	2	0	2	10	17

Lähteet: Finnpanel Oy
 Yleisradio Oy

Sources: Finnpanel Oy
 The Finnish Broadcasting Company YLE

3.21 Viikossa kuunneltujen radiokanavien lukumäärä 1999–2003

Number of radio channels listened per week 1999–2003

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	1999	2000	2001	2002	2003
	%				
1 kanava – <i>channel</i>	25	25	25	24	24
2 kanavaa – <i>channels</i>	29	28	28	27	26
3 kanavaa – <i>channels</i>	21	21	21	22	21
4+ kanavaa – <i>channels</i>	21	21	22	25	26
Ei yhtään – <i>None</i>	5	4	4	3	4
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100

Lähteet: Finnpanel Oy
Sources: Finnpanel Oy

3.22 Radion kuuntelu kuuntelupaikan mukaan 1994–2003

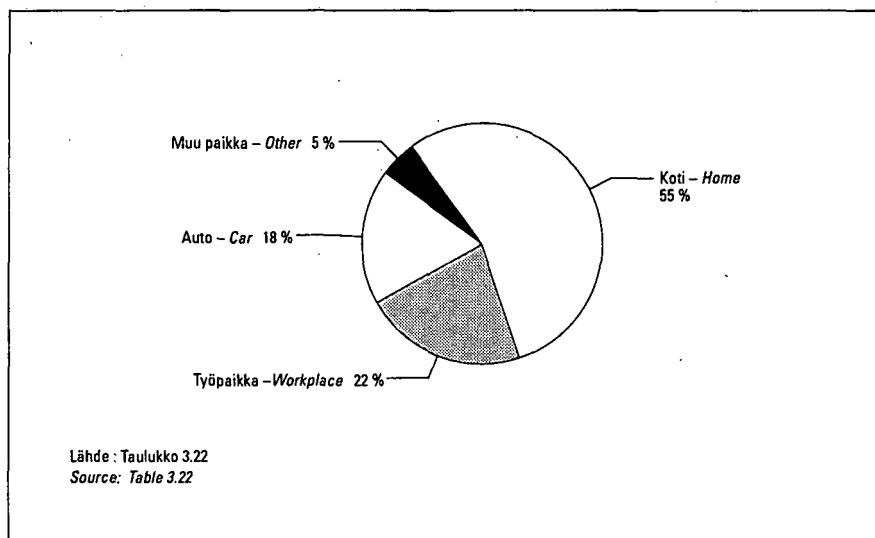
Breakdown of radio listening by place of listening 1994–2003

Kuuntelupaikka <i>Place of listening</i>	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
Koti – <i>Home</i>	68	65	63	63	61	59	60	56	55	55
Työpaikka – <i>Place of work</i>	17	18	19	20	20	21	21	23	23	22
Auto – <i>Car</i>	12	12	13	14	15	15	15	16	17	18
Muu paikka – <i>Other</i>	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Sisältää äänitteiden kuuntelun. – *Includes listening to recordings.*

Lähteet: Finnpanel Oy
Yleisradio
Sources: Finnpanel
The Finnish Broadcasting Company YLE

Kuvio 3.5 Radion kuuntelu paikan mukaan 2003
Figure 3.5 Breakdown of local radio listening by place of listening 2003



3.23 Radiolaitteiden vähittäismyynti 1994–2003
Retail sales of radio equipment 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos Change, % 2003/2002
	1000 kpl – 1000 units										
Stereolaitteet – Stereo sets											
Virittimet – Tuners	1,4	1,2	1,2	1,4	1,4	1,0	1,1	0,9	0,6	0,4	-31,9
Vahvistimet – Amplifiers	3,2	3,0	4,0	3,4	3,7	3,1	2,7	1,7	0,7	1,5	118,7
Viritinvahvistimet – Receivers	9,9	16,0	17,5	22,0	20,0	22,5	26,2	24,5	26,4	28,0	6,2
Stereoyhdistelmät – Stereo sets	64,6	84,0	97,0	98,0	94,0	111,6	132,4	106,0	78,1	63,9	-18,2
Stereolaitteet yhteensä Stereo sets, total	79,1	104,2	119,7	124,8	119,1	138,2	162,4	133,1	105,7	93,8	-11,3
Radiot – Radio sets											
CD-radionauhurit – Radio cassette recorders with CD-player	69,5	96,0	115,0	120,0	111,0	121,0	120,9	110,3	112,9	97,3	-13,8
Muut radionauhurit Other radio cassette recorders	96,5	76,0	71,0	57,0	42,8	23,8	19,3	15,9	10,2	7,1	-30,0
Matkaradiot – Portable radios	27,0	34,0	30,0	34,0	38,5	41,0	47,3	52,5	48,3	42,6	-11,7
Koti- ja kelloradiot Home & clock radios	60,0	50,0	53,0	75,0	72,0	69,0	61,7	60,8	54,7	36,7	-32,8
Radiot yhteensä – Radio sets, total	253,0	256,0	269,0	286,0	264,3	254,8	249,2	239,5	226,0	183,8	-18,7
Autolaitteet – Car radios & stereos	94,2	125,0	160,0	172,0	194,6	192,7	170,8	132,3	134,2	139,9	4,2

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 Radiolaitteiden keskihinnat ja myynnin arvo 1994–2003 Radio equipment: average prices and sales value 1994–2003

		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos % Change % 2003/2002
Stereolaitteet – Stereo sets												
Virittimet Tuners	Keskihinta, €											
	Average price, €	151,4	151,4	151,4	151,4	143,0	185,0	218,6	216,5	204,2	169,8	-16,8
	Arvo, € milj. Sales value, € million	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	-41,7
Vahvistimet Amplifiers	Keskihinta, €											
	Average price, €	285,9	252,3	277,5	252,3	252,3	437,3	493,6	486,9	678,6	431,9	-36,4
	Arvo, € milj. Sales value, € million	0,8	0,8	1,2	0,8	1,0	1,3	1,3	0,8	0,5	0,6	36,2
Viritinvahvistimet Receivers	Keskihinta, €											
	Average price, €	344,8	319,6	336,4	336,4	319,6	353,2	387,7	436,7	423,2	386,5	-8,7
	Arvo, € milj. Sales value, € million	3,4	5,0	5,9	7,4	6,4	7,9	10,1	10,7	11,2	10,8	-3,0
Stereoyhdistelmät Stereo sets	Keskihinta, €											
	Average price, €	454,1	395,2	386,8	336,4	285,9	260,7	287,9	320,8	260,0	237,2	-8,8
	Arvo, € milj. Sales value, € million	29,3	33,1	37,5	33,0	26,9	29,1	38,2	34,0	20,3	15,2	-25,4
Stereolaitteet yhteensä Stereo sets, total	Arvo, € milj. Sales value, € million	33,6	39,2	44,7	41,4	34,5	38,5	49,7	45,7	32,1	26,7	-16,8
Radiot – Radio sets												
CD-radionauhurit Radio cassette recorders with CD-player	Keskihinta, €											
	Average price, €	159,8	151,4	134,6	117,7	117,7	127,8	115,9	106,6	109,9	90,8	-17,4
	Arvo, € milj. Sales value, € million	11,1	14,5	15,4	14,1	13,1	15,5	14,0	11,8	12,4	8,8	-28,8
Muut radionauhurit Other radio cassette recorders												
	• stereo	Keskihinta, €										
	Average price, €	54,7	50,5	48,8	48,8	50,5	52,1	46,1	62,3	56,1	87,8	56,5
	Arvo, € milj. Sales value, € million	4,04	3,2	2,9	2,18	1,5	0,8	0,49	0,48	0,2	0,2	0,0
	• mono	Keskihinta, €										
Average price, €	42,0	38,7	33,6	33,6	33,6	33,6	27,2	36,0	36,4	32,2	-11,5	
	Arvo, € milj. Sales value, € million	1,0	0,5	0,5	0,3	0,5	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	-34,8
Matkaradiot Portable radios	Keskihinta, €											
	Average price, €	38,7	37,0	37,0	37,0	33,6	40,4	40,9	39,8	42,2	41,0	-2,8
	Arvo, € milj. Sales value, € million	1,0	1,2	1,2	1,2	1,3	1,7	2,0	2,1	2,0	1,7	-14,3
Koti- ja kelloradiot Home & clock radios	Keskihinta, €											
	Average price, €	28,6	25,2	25,2	25,2	25,2	25,2	27,2	25,5	25,3	26,4	4,3
	Arvo, € milj. Sales value, € million	1,7	1,3	1,3	1,9	1,9	1,7	1,5	1,6	1,4	1,0	-30,2
Radiot yhteensä Radio sets total	Arvo, € milj. Sales value, € million	18,8	20,7	21,3	19,7	18,3	20,0	18,2	16,2	16,3	11,9	-26,9
Autolaitteet yhteensä Car radios & stereos	Arvo, € milj. Sales value, € million	24,6	31,0	37,0	38,0	41,0	40,5	34,6	32,0	29,9	30,2	0,9

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.

3.25 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.) <i>Radio sets total (mill.)</i>	6,8	7,1	7,7	7,5	8,1	8,4
Vastaanottimia/kotitalous <i>Radio sets per household</i>	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 vain noin 2 tallennetta vuodessa. Muissa Pohjoismaissa vuosimyynti on ollut 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. Viimeisten kymmenen vuoden aikana äänitteitä on myyty vuosittain 10–12 miljoonaa kappaletta. Vuonna 2003 äänitteitä myytiin 11,2 miljoonaa kappaletta. (Taulukko 4.1.) Äänitteitä myös kuunnellaan verraten vähän, ja niitä kuuntelevien osuus on entisestään vähentynyt. Keskimääräisenä päivänä vain noin joka kuudes suomalainen oli kuunnellut äänitteitä. (Taulukot 4.5 & 4.6.)

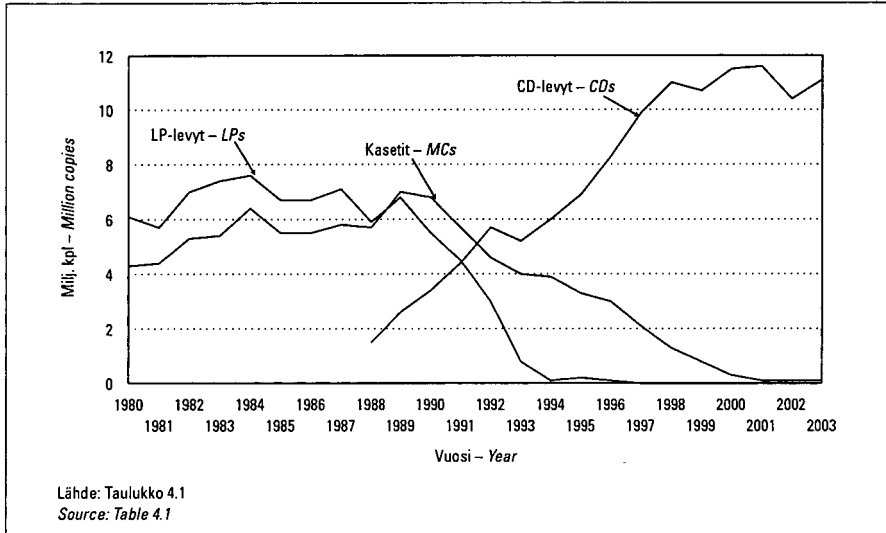
Kaksi usein esitettyä selitystä äänitteiden myynnin ja kuuntelun matalalle tasolle Suomessa ovat radiokanavien valtava musiikkitarjonta ja Suomen lähialueilla kukoistava piraattiiänitekauppa. Ääni- ja kuvatallennetuottajien teettämien selvitysten mukaan arviolta jopa noin 20 prosenttia suomalaisten ostamista äänitteistä olisi piraattikopioita. Myös musiikin digitaalinen kopiointi internetissä on yleistynyt. Kansainvälisten menestysartistien äänitteiden piraattiversioiden rinnalla on saatavana myös nimenomaan Suomen markkinoille tuotettuja laittomia kopioita kotimaisten artistien myydyimmistä tuotteista.

Vuonna 2003 äänitteiden myynnin arvo oli 120 miljoonaa euroa (taulukko 4.1). Cd-levy on hallitseva musiikkitalenneformaatti. Vuonna 1990 cd:n osuus oli vasta viidennes, mutta 1990-luvun puolivälissä jo kaksi kolmasosaa myynnistä oli cd-levyjä, vaikka vasta 35 prosenttia kotitalouksista omisti cd-soittimen. 2000-luvulle tullessa cd-levyt olivat täydellisesti syrjäyttäneet varhemmat ääniteformaatit. Vinyylilevyjä myydään vuosittain enää muutamia kymmeniä tuhansia kappaletta. Kasetit ja vinyylilevyt ovat kadonneet äänitteiden massamarkkinoilta ja erityisesti jälkimmäiset ovat jääneet harrastajien keräilykohteiksi.

Ensimmäiset cd-soittimet tulivat Suomen markkinoille jo ennen 1980-luvun puoliväliä mutta ne yleistyivät Suomessa hitaasti. Suomessa oikeastaan vasta cd-soittimen halpaversioiden eli cd-radionauhurien tulo markkinoille kiihdytti selvästi penetraatioasteen kasvua. Nykyisin cd-soittimen omistaa yli 80 prosenttia kotitalouksista (Taulukot 4.9 – 4.11.)

Suomen äänitemarkkinat ovat pitkään jakautuneet suhteellisen tasan kotimaisten ja ulkomaisten äänitteiden myynnin kesken, mikäli tarkastellaan kappalemääräistä myyntiä. Kotimaisten äänitteiden kappalemyyntin osuus on kuitenkin kasvanut. Vuonna 2003 kotimaisten tuotteiden osuus oli jo 56 prosenttia. Myynnin arvolla mitaten ulkomaisia äänitteitä on perinteisesti myyty jonkin veran kotimaisia enem-

Kuvio 4.1 Äänitteiden myynti 1980–2003
 Figure 4.1 Phonogram sales 1980–2003



män. Mutta vuonna 2003 kotimaisten äänitteiden euromääräinen myyntikin ylitti ulkomaisten äänitteiden myynnin. (Taulukot 4.3 & 4.4.)

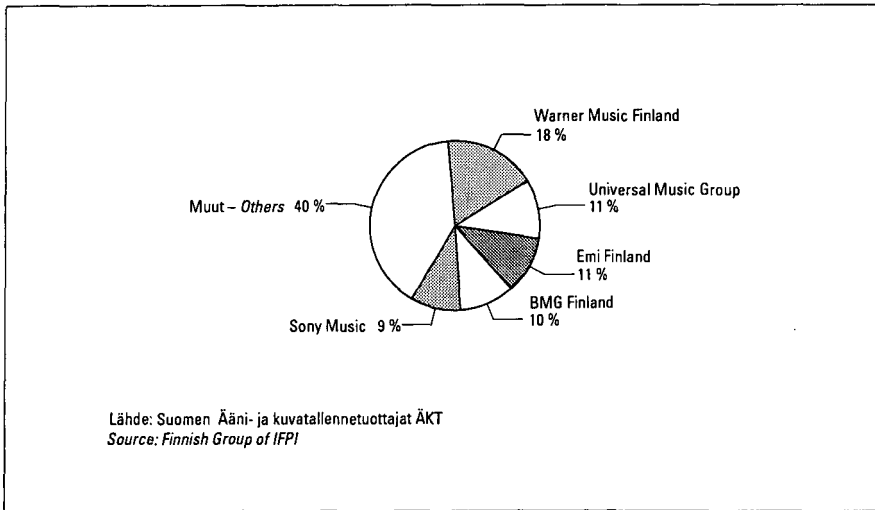
Suomessa julkaistiin noin 2 600 kotimaista äänitenimikettä vuonna 2003. Kotimaisistakin julkaisunimikkeistä lähes kaikki tuotettiin cd-formaatissa. Tosin muuta kuin musiikkiaineistoa julkaistaan edelleen kasetteina. Muuhun aineistoon sisältyvät suurimpana ryhmänä hengellistä materiaalia sisältävät kasetit. Toisen suuren ryhmän muodostavat kielikasetit. Äänikirjoja julkaistiin 140 nimikettä vuonna 2003. (Taulukko 4.2.)

Kotimaisten äänitteiden keskeistä asemaa äänitemarkkinoilla osoittaa sekin, että kaikkien aikojen myydyimpien pitkäsoittoäänitteiden kotimaisella listalla on 42 nimikettä, jotka ovat ylittäneet 100 000 kappaleen myynnin rajan. Ulkomaisista äänitteistä saman rajapyykin on ylittänyt vain seitsemän äänitettä.

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. Myös BMG ja Sony yhdistyivät vuoden 2004 lopulla.

Viiden suuren äänitealan ylikansallisen yrityksen yhteenlaskettu osuus äänitteiden kokonaismyynnistä Suomessa oli 60 prosenttia vuonna 2003 (kuviot 4.2).

Kuvio 4.2 Äänitemyynnin markkinaosuudet 2003
 Figure 4.2 Market shares of phonogram sales 2003



Suurten kansainvälisten ääniteyritysten lopullinen etabloituminen Suomeen 1990-luvulla merkitsi myös uusien mahdollisuuksien avautumista. Yhtiöt ovat tuoneet kansainväliset verkostonsa ja markkinaosaamisensa myös suomalaisten artistien hyödynnettäväksi. Ensimmäiset suomalaisten artistien kansainväliset läpimurrot ovat 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 ohien syntyi jo 1970- ja 80-lukujen taitteessa kymmenien pienten itsenäisten tuottajien kirjo. Niiden määrä on edelleen kasvanut. Vuonna 1994 Tilastokeskuksen yritysrekisterin mukaan äänitallenteiden kustannusyhtiöitä oli 232 kappaletta. Vuonna 2002 yrityksiä oli 323 kappaletta.

Äänitteiden kuuntelu on vähentynyt selvästi 1990-luvulla. Vuonna 2003 noin kuudennes suomalaisista kuunteli keskimääräisenä päivänä omia tai lainaamiaan äänitteitä. Vuonna 1990 äänitteitä kuuntelevia 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. Tosin vuonna 2003 kuunteluajat jonkin verran kasvoivat näissä ikäryhmissä. (Taulukot 4.5 & 4.6.) Osaselitys äänitteiden käytön vähenemiselle lienee radioasemien runsas musiikkitarjonta.

Tilastointi

Äänitealan keskeisiä tietolähteitä ovat Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry sekä äänitealan tekijänoikeusjärjestöt. Helsingin ja Jyväskylän yliopistojen kirjastot luettelivat 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 kokonaismyynnistä. Viime vuosina ÄKT:n jäsentuottajien osuuden on arvioitu olevan noin 80 prosenttia äänitteiden kokonaismyynnistä.

Radion ja tv:n seuraamisen mittaamiseen erikoistuneen Finnpanel Oy:n toteuttamiin radion kuuntelua mittaaviin Kansallisiin Radiotutkimuksiin sisältyvät myös tiedot äänitteiden kuuntelun yleisyydestä ja kuunteluajoista.

Tuomo Sauri

Täydentävää kirjallisuutta

Gronow, Pekka: Äänitteet. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

Gronow, P. & Saunio, I.: Äänilevyn historia. WSOY, Helsinki 1990.

Ekholm, Jukka: Savikiekosta digitaaliaikaan. Tieto aika 2000: 4, 16–17.

Ekholm, Jukka: Musiikkivalinnat. Teoksessa Liikkanen, Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Muikku, Jari: Musiikkia kaikkiruokaisille. Suomalaisen populaarimusiikin äänite-tuotanto 1945–1990. Gaudeamus, Helsinki 2001.

Pönni, Veijo & Tuomola Arto: Anna mulle tähtitaivas. Selvitys suomalaisen musiikkitoimialan taloudesta ja tulevaisuudesta. Teosto, Helsinki 2003.

Tuomola, Arto: Musiikin digitaalinen jakelu. Keskeiset teknologiat ja liiketoimintamallit. Turun kaupakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimus- ja koulutuskeskus, Sarja B 1/2002.

Yrittäjyys musiikkiteollisuudessa. *F&L Management Services Ltd.* Helsinki 1998.

Taulukot – Tables

- 4.1 Äänitteiden myynti 1994–2003
Phonogram sales 1994–2003
- 4.2 Äänitteiden nimiketuotanto Suomessa 1994–2003
Production of phonogram titles in Finland 1994–2003
- 4.3 Äänitteiden kappalemyyntin jakautuminen äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1994–2003
Phonogram sales by type of recording and by origin 19894–2003
- 4.4 Äänitteiden myynnin arvo äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1994–2003
Value of phonogram sales by type of recording and by origin 1994–2003
- 4.5 Äänitteitä kuunnelleiden osuus keskimääräisenä päivänä 1994–2003
Average daily reach of phonograms 1994–2003
- 4.6 Äänitteiden kuunteluun keskimäärin käytetty aika 1994–2003
Average listening time of phonograms 1994–2003
- 4.7 Myydyimmät pitkäsoittoäänitteet Suomessa 2003
Top 10 albums in Finland 2003
- 4.8 Kautta aikojen myydyimmät pitkäsoittoäänitteet
All time top ten domestic and imported records in Finland
- 4.9 Audiolaitteiden vähittäismyynti 1994–2003
Retail sales of audio equipment 1994–2003
- 4.10 Audiolaitteiden keskihinnat ja myynnin arvo 1994–2003
Audio equipment: average prices and sales value 1994–2003
- 4.11 Audiolaitteet kotitalouksissa 1995–2003
Audio equipment in households 1995–2003

Kuviot – Figures

- 4.1 Äänitteiden myynti 1980–2003
Phonogram sales 1980–2003
- 4.2 Äänitemyyntin markkinaosuudet 2003
Market shares of phonogram sales 2003
- 4.3 CD-levyn hinnan muodostuminen
CD-record: breakdown of retail price

4.1 Äänitteiden myynti 1994–2003
Phonogram sales 1994–2003

	Vinyyli – Vinyl	Kasetti – MC	CD	Yhteensä Total	Myynnin arvo Sales value € milj. € million	Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices € milj. € million
	Milj.kpl – Million copies					
1994	0,1	3,9	6,0	10,0	98	113
1995	0,2	3,3	6,9	10,4	106	120
1996	0,1	3,0	8,3	11,4	114	128
1997	0,0	2,1	9,9	12,0	122	136
1998	0,0	1,3	11,0	12,3	126	139
1999	0,0	0,8	10,7	11,5	120	131
2000	0,0	0,3	11,5	11,8	125	132
2001	0,0	0,1	11,6	11,7	127	130
2002	0,0	0,1	10,4	10,5	118	119
2003	0,0	0,1	11,1	11,2	120	120

Vähittäismyynti. Luvut ovat arvioita. – Sales at retail level. The figures are estimates.

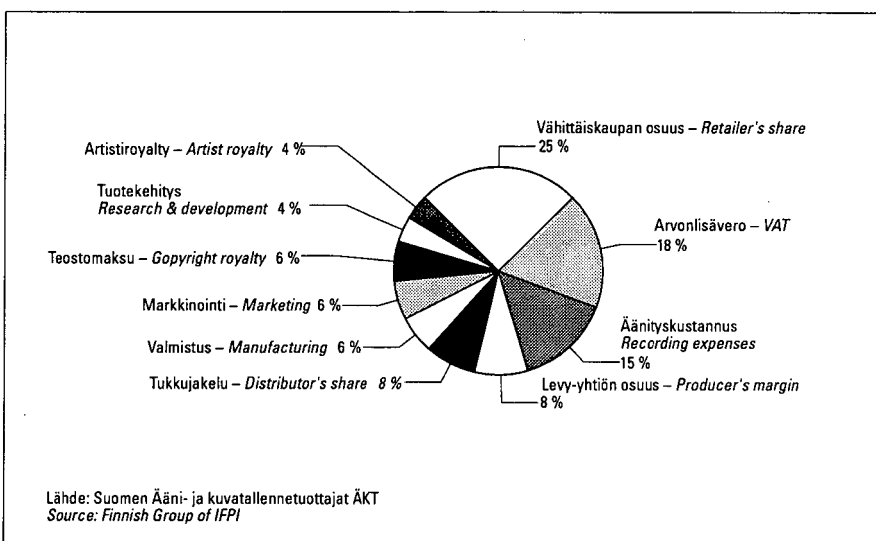
Singlet on sijoitettu vinyyli, kasetti- tai CD-luokkiin äänitetyypin mukaan.

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 1994–2003 Production of phonogram titles in Finland 1994–2003

Vuosi Year	Singlet Singles		LP-levyt – LPs		CD – CDs		Minidisc Minidiscs		Kasetit – MCs		Niistä 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.	%
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
2002	2	0	3	0	2 011	80	–	–	326	13	78	24	104	4	2 524	100
2003*	8	0	7	0	2 161	83	–	–	233	9	63	27	141	5	2 613	100

CD-levyihin sisältyy myös CD-singlet. Luvut sisältävät vuosittain vapaakappaleina saatujen äänitteiden määrät: käytännössä vuosittaisissa lukumäärissä on mukana myös edellisten vuosien myöhässä tulleita julkaisuja. – CD singles are included in CDs. Figures include the numbers of legal deposit copies obtained by the copyright library annually: there are, in practice, delayed publications from previous years included in the numbers of each individual year.

Lähde: Jyväskylän yliopiston kirjasto/Helsingin yliopiston kirjasto
Source: University Libraries of Jyväskylä and Helsinki

4.3 Äänitteiden kappalemyyntin jakautuminen äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1994–2003
Phonogram sales by type of recording and by origin 1994–2003

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	Yhteen- sä Total	Joista Of which		
												Koti- maiset Finnish	Ulko- maiset Foreign
	1 000 kpl – ' 000 copies												
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	4 550	4 151	8 701	8 932	4 740	4 191	
2002	2	9	11	72	9	81	4 441	3 787	8 228	8 320	4 515	3 805	
2003	3	6	8	67	11	78	4 855	3 871	8 726	8 812	4 924	3 888	
	%												
1994	2	3	5	26	11	38	22	36	57	100	50	50	
1995	1	2	3	22	10	32	26	39	65	100	49	51	
1996	1	2	3	20	5	25	31	41	72	100	52	48	
1997	1	3	4	13	4	17	32	47	80	100	47	54	
1998	0	0	0	10	2	12	40	48	88	100	50	50	
1999	0	0	0	6	1	7	47	46	93	100	53	47	
2000	0	0	0	4	0	4	49	47	96	100	53	47	
2001	0	0	0	2	0	2	51	46	97	100	53	47	
2002	0	0	0	1	0	1	53	46	99	100	54	46	
2003	0	0	0	1	0	1	55	44	99	100	56	44	

Tukkumyyni. Taulukon tiedot kattavat vain ÄKT ry:n jäsenten myynnin. Vuonna 2003 ÄKT:n osuus kappalemääräisestä äänitemyynnistä tukkutasolla oli 84 %.
Sales at distributor level. Data cover the sales Finnish Group of IFPI members only. In 2003 the share of unit sales by Finnish IFPI was 84 % at distributor level.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry
 Source: Finnish Group of IFPI

4.4 Äänitteiden myynnin arvo äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1994–2003 Value of phonogram sales by type of recording and by origin 1994–2003

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	Yhteen- sä Total	Joista Of which	
											Koti- maiset Finnish	Ulko- maiset Foreign
€ milj. – € million												
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
2002	0,0	0,1	0,1	0,3	0,0	0,3	31,1	32,1	63,2	63,6	31,4	32,2
2003	0,0	0,1	0,1	0,5	0,1	0,6	34,4	30,2	64,6	65,2	34,9	30,3
%												
1994	1	2	2	17	10	27	24	47	71	100	42	58
1995	0	1	1	14	9	23	26	49	76	100	41	59
1996	0	1	2	13	4	17	33	49	82	100	46	54
1997	0	1	2	8	3	11	31	56	87	100	40	60
1998	0	0	0	6	1	7	37	55	93	100	43	57
1999	0	0	0	4	0	4	43	53	96	100	47	53
2000	0	0	0	2	0	3	43	54	97	100	45	55
2001	0	0	0	1	0	1	47	52	99	100	48	52
2002	0	0	0	0	0	0	49	50	99	100	49	51
2003	0	0	0	1	0	1	53	46	99	100	54	46

Tukkumyynti. Taulukon tiedot kattavat vain ÄKT ry:n jäsenten myynnin. Vuonna 2003 ÄKT:n osuus kappalemääräisestä äänitemyynnistä tukkutasolla oli 84 %.
Sales at distributor level. Data cover the sales Finnish Group of IFPI members only. In 2003 the share of unit sales by Finnish IFPI was 84 % at distributor level.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry.
Source: Finnish Group of IFPI

4.5 Äänitteitä kuunnelleiden osuus keskimääräisenä päivänä 1994–2003
Average daily reach of phonograms 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
Kaikki – All	19	18	17	17	17	16	16	15	16	16
Sukupuoli – Sex										
Naiset – Women	18	18	18	18	17	16	17	15	15	16
Miehet – Men	20	18	17	17	16	16	16	15	16	16
Ikä – Age										
9–14	37	38	34	34	37	31	31	28	25	29
15–24	47	46	41	42	41	39	40	38	38	37
25–34	21	20	19	19	18	18	18	18	19	21
35–44	14	15	14	14	13	13	14	12	13	13
45–54	9	9	9	9	9	8	9	9	10	9
55–64	6	7	7	6	6	5	6	7	7	7
65–	5	4	5	5	6	5	4	4	4	5

Tiedot perustuvat valtakunnallisiin radion kuuntelututkimuksiin. Mukana 9 vuotta täyttänyt väestö.
The data are based on national radio listening studies. Population aged 9+.

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

4.6 Äänitteiden kuunteluun keskimäärin käytetty aika 1994–2003
Average listening time of phonograms 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	Min./päivä – Min/day									
Kaikki – All	21	20	19	19	18	18	17	17	17	18
Sukupuoli – Sex										
Naiset – Women	20	20	19	19	18	17	17	16	17	17
Miehet – Men	22	20	18	19	18	19	17	17	17	19
Ikä – Age										
9–14	35	35	30	31	37	29	27	25	21	25
15–24	63	63	54	57	53	52	51	50	50	52
25–34	23	20	20	21	19	21	19	19	22	25
35–44	14	14	14	13	12	13	13	12	13	14
45–54	8	8	9	9	8	9	8	8	9	9
55–64	5	6	6	5	5	5	6	7	6	6
65–	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5

Tiedot perustuvat valtakunnallisiin radion kuuntelututkimuksiin. Mukana 9 vuotta täyttänyt väestö.
The data are based on national radio listening studies. Population aged 9+.

Lähteet: Finnpanel
Yleisradio, Yleisötutkimus
Sources: Finnpanel
Yle Audience research

4.7 Myydyimmät pitkäsoittoäänitteet Suomessa 2003 Top 10 albums in Finland 2003

Yhtye/Solisti – Performer	Äänitteen nimi – Album	Myynti (kpl) – Sales (copies)	Levy-yhtiö – Record label
Kotimaiset – Domestic:			
1. Pikku G	Räjähdysvaara	121 204	Warner
2. Yö	Rakkaus on lumivalkoinen	93 692	Poko
3. Maija Vilkkumaa	Ei	91 340	Warner
4. Zen Café	Jättiläinen	55 786	Warner
5. Gimmel	Kaksi kertaa enemmän	49 311	BMG
6. Tiktak	Ympyrää	48 791	Universal
7. Vesa-Matti Loiri	Ystävän laulut	48 556	Warner
8. Anssi Kela	Suuria kuvioita	48 072	BMG
9. The Rasmus	Dead Letters	47 200	Playground
10. Eri esittäjiä	Suomipopia 3	45 091	Universal
Ulkomaiset – Imported:			
1. Metallica	St. Anger	35 725	Universal
2. Evanescence	Fallen	35 148	Sony Music
3. Eri esittäjiä	Now 1	26 425	EMI
4. Robbie Williams	Escapology	25 180	EMI
5. Iron Maiden	Dance Of Death	24 528	EMI
6. Eri esittäjiä	Pepsi Chart Album 3	23 378	Universal
7. Eri esittäjiä	Re:Play Dance Mania Vol.3	22 807	Bonnier Amigo
8. Eri esittäjiä	Re:Play Dance Mania Vol.2	21 943	Bonnier Amigo
9. Eri esittäjiä	NRJ Hits 2	21 785	EMI
10. Red Hot Chili Peppers	Greatest Hits/Greatest Hits and Videos	17 920	Warner

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 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.

4.8 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
Kotimaiset – Domestic				
Jari Sillanpää	Jari Sillanpää	265 601	1996	Mediamusiikki /Edel
Eppu Normaali	Repullinen hittejä	227 724	1996	Poko
Kirka	Surun pyyhit silmistäni	208 975	1989	BMG (Flamingo)
Dingo	Kerjäläisten valtakunta	190 894	1985	Finnlevy
Joel Hallikainen	Joel Hallikainen	178 654	1992	Finnlevy
Kaija Koo	Tuulten viemää	175 144	1993	WEA
Smurffit	Tanssihitit Vol. 1	167 698	1996	EMI
Hurriganes	Roadrunner	167 514	1975	Love
Jari Sillanpää	Auringonnousu	157 375	1997	Mediamusiikki /Edel
Topi Sorsakoski & Agents	Besame Mucho	156 079	1987	EMI
Ulkomaiset – Imported				
Queen	Greatest Hits 2	132 400	1991	EMI
Abba	Gold – Greatest Hits	131 754	1992	Universal
Bon Jovi	Cross Road – The Best Of	120 828	1994	Universal
Baccara	Baccara	115 000	1977	Discophon
Dire Straits	Brothers In Arms	114 684	1985	Universal
Bruce Springsteen	Born In The USA	107 112	1984	Sony
Roxette	Joyride	100 453	1991	EMI
Céline Dion	Let's Talk About Love	95 661	1997	Sony
Madonna	Something To Remember	93 043	1995	Warner
Madonna	Immaculate Collection	92 500	1990	Warner

* Sisältää Suomen Ääni- ja kuvataillennetuottajat ÄKT ry:n jäsenyhtiöiden ilmoittamat myyntimäärät. Luvut ovat levy-yhtiöiden ilmoittamia äänitteiden tukkumyymintimääriä, 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 kuvataillennetuottajat ÄKT ry
 Source: Finnish Group of IFPI.

4.9 Audiolaitteiden vähittäismyynti 1994–2003 Retail sales of audio equipment 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos Change, % 2003/2002
	1 000 kpl – 1 000 units										
Stereolaitteet – Stereo equipment											
Virittimet – Tuners	1,4	1,2	1,2	1,4	1,4	1,0	1,1	0,9	0,6	0,4	-31,9
Vahvistimet – Amplifiers	3,2	3,0	4,0	3,4	3,7	3,1	2,7	1,7	0,7	1,5	118,7
Viritinvahvistimet – Receivers	9,9	16,0	17,5	22,0	20,0	22,5	26,2	24,5	26,4	28,0	6,2
Stereoyhdistelmät – Stereo sets	64,6	84,0	97,0	98,0	94,0	111,6	132,4	106,0	78,1	63,9	-18,2
Kaiuttimet – Loudspeakers	25,0	41,0	54,0	66,0	72,0	70,2	70,8	73,5	71,4	84,5	18,4
Kuulokkeet – Headphones		108,0	147,0	140,0	120,4	121,3	144,8	166,8	147,6	148,0	0,3
Tarvikkeet – Equipments						151,0	138,0	117,1	123,0	135,0	
Stereolaitteet yhteensä – Stereo equipment total	104,1	253,2	320,7	330,8	311,5	480,7	516,0	490,4	447,7	461,3	9,7
Soittimet – Players											
Levysoittimet – Turntables	8,5	4,2	3,7	5,0	3,0	2,8	2,6	1,7	2,2	1,2	-46,9
CD-soittimet – CD players	29,0	32,0	33,0	31,0	30,5	24,0	17,7	9,5	3,6	2,0	-42,6
MD-soittimet – MD players				6,0	5,1	5,2	2,9	1,2	0,8	0,7	-11,4
Stereodekit – Tape decks	6,0	8,0	7,0	5,0	3,5	2,2	1,6	1,0	0,7	0,5	-22,6
Korvalappustereot – Headphone stereos	132,0	125,0	130,0	100,0	112,3	48,0	23,3	38,1	10,5	5,8	-44,7
Kannettavat CD-soittimet – Portable CD-players						36,2	63,5	70,7	71,6	77,2	7,9
Kannettavat MD-soittimet Portable MD-players						13,4	16,4	17,9	14,1	11,8	-16,0
MP3-soittimet – MP3 players									10,4	16,5	59,4
CD-radionaurit											
Radio cassette recorders with CD-player	69,5	96,0	115,0	120,0	111,0	121,0	120,9	110,3	112,9	97,3	-13,8
Muut radionaurit Other radio cassette recorders	96,5	76,0	71,0	57,0	42,8	23,8	19,3	15,9	10,2	7,1	-30,0
Soittimet yhteensä – Players total	341,5	341,2	359,7	324,0	308,2	276,6	268,2	266,3	236,8	220,3	-7,0
Autolaitteet – Car stereos & players	94,2	125,0	160,0	172,0	194,6	192,7	170,8	132,3	134,2	139,9	4,2

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.

4.10 Audiolaitteiden keskihinnat ja myynnin arvo 1994–2003
Audio equipment: average prices and sales value 1994–2003

		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos Change, % 2003/2002
Stereolaitteet – Stereo equipment												
Virittimet – Tuners	Keskihinta €											
	Average price €	151,4	151,4	151,4	151,4	143,0	185,0	218,6	216,5	204,2	169,8	-17
	Arvo, milj. € Sales value million €	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Vahvistimet – Amplifiers	Keskihinta €											
	Average price €	285,9	252,3	277,5	252,3	252,3	437,3	493,6	486,9	678,6	431,9	-36
	Arvo, milj. € Sales value million €	0,8	0,8	1,2	0,8	1,0	1,3	1,3	0,8	0,5	0,6	36
Virittävahvistimet Receivers	Keskihinta €											
	Average price €	344,8	319,6	336,4	336,4	319,6	353,2	387,7	436,7	423,2	386,5	-9
	Arvo, milj. € Sales value million €	3,4	5,0	5,9	7,4	6,4	7,9	10,1	10,7	11,2	10,8	-3
Stereoyhdistelmät Stereo sets	Keskihinta €											
	Average price €	454,1	395,2	386,8	336,4	285,9	260,7	287,9	320,8	260,0	237,2	-9
	Arvo, milj. € Sales value million €	29,3	33,1	37,5	33,0	26,9	29,1	38,2	34,0	19,9	15,2	-24
Kaiuttimet Loudspeakers	Keskihinta €											
	Average price €	84,1	71,5	100,9	109,3	117,7	113,0	133,0	146,5	134,4	115,7	-14
	Arvo, milj. € Sales value million €	2,2	2,9	5,4	7,2	8,4	7,9	9,4	10,8	9,6	9,8	2
Kuulokkeet – Headphones	Keskihinta €											
	Average price €		25,2	25,2	28,6	42,0	25,2	23,4	24,4	22,0	17,6	-20
	Arvo, milj. € Sales value million €		2,7	3,7	4,0	5,0	3,0	3,4	3,7	3,3	2,6	-20
Tarvikkeet – Equipments	Keskihinta €											
	Average price €	84,0	71,0	100,9	109,3	117,7	112,7	23,0	28,6
	Arvo, milj. € Sales value million €	2,0	3,0	5,4	7,2	8,4	7,9	3,9	3,9
Stereolaitteet yhteensä Stereo equipment total	Arvo, milj. € Sales value million €	46,5	54,7	65,3	64,5	61,9	61,4	68,4	65,3	45,3	40,2	-11
Soittimet – Players												
Levysoittimet – Turntables	Keskihinta €											
	Average price €	109,3	117,7	126,1	117,7	117,7	124,5	185,8	216,0	169,9	222,5	31
	Arvo, milj. € Sales value million €	1,0	0,5	0,5	0,7	0,3	0,3	1,0	0,4	0,4	0,3	-33
CD-soittimet – CD players	Keskihinta €											
	Average price €	201,8	185,0	168,2	159,8	151,4	193,4	173,7	210,5	231,2	417,2	80
	Arvo, milj. € Sales value million €	5,9	5,9	5,6	4,9	4,5	4,5	3,0	2,0	0,8	0,9	4
MD-soittimet – MD players	Keskihinta €											
	Average price €				336,4	269,1	238,8	251,6	250,2	268,4	256,2	-5
	Arvo, milj. € Sales value million €				2,0	1,3	1,2	0,7	0,3	0,2	0,1	-48
Stereodekit – Stereo decks	Keskihinta €											
	Average price €	235,5	210,2	201,8	201,8	168,2	210,2	198,0	225,2	237,6	262,1	10
	Arvo, milj. € Sales value million €	1,3	1,7	1,3	1,0	0,7	0,5	0,3	0,2	0,2	0,2	-9

4.10 Jatkuu
Continued

		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos Change, % 2003/2002
Korvalappustereot Headphone stereos	Keskihinta € Average price €	47,1	44,6	38,7	38,7	50,5	34,5	20,5	26,8	32,2	38,1	18
	Arvo, milj. € Sales value million €	6,2	5,6	5,0	3,9	5,7	1,5	0,5	1,0	0,3	0,2	-36
	Keskihinta € Average price €						109,3	110,2	112,9	113,3	108,3	-4
Kannettavat CD-soittimet Portable CD-players	Arvo, milj. € Sales value million €						3,9	7,1	8,0	8,1	8,4	3
	Keskihinta € Average price €					269,1	272,0	263,2	289,9	248,9		-14
	Arvo, milj. € Sales value million €						3,5	4,5	4,7	4,1	2,9	-28
Kannettavat MD-soittimet Portable MD-players	Keskihinta € Average price €									292,8	121,5	-59
	Arvo, milj. € Sales value million €									3,0	2,0	-34
	Keskihinta € Average price €	159,8	151,4	134,6	117,7	117,7	127,8	115,9	106,6	109,9	90,8	-17
CD-radionauhurit Radio cassette recorders with CD-player	Arvo, milj. € Sales value million €	11,1	14,5	15,5	14,1	13,1	15,5	14,0	11,8	12,4	8,8	-29
	Keskihinta € Average price €	54,7	50,5	48,8	48,8	50,5	52,1	46,1	62,3	56,1	87,8	57
	Arvo, milj. € Sales value million €	4,0	3,2	2,9	2,2	1,5	0,8	0,5	0,5	0,2	0,2	
• Stereo	Keskihinta € Average price €	42,0	38,7	33,6	33,6	33,6	33,6	27,2	36,0	36,4	32,2	-12
• Mono	Arvo, milj. € Sales value million €	1,0	0,5	0,5	0,3	0,5	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	-35
	Keskihinta € Average price €											
	Arvo, milj. € Sales value million €											
Soittimet yhteensä Players total	Arvo, milj. € Sales value million €	30,6	31,8	31,3	29,1	27,7	32,1	31,8	29,2	30,0	24,1	-20
Autolaitteet yhteensä Car radios & stereos	Arvo, milj. € Sales value million €	24,6	31,0	37,0	38,0	41,0	40,5	34,6	32,0	29,9	30,2	1

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

4.11 Audiolaitteet kotitalouksissa 1995–2003
Audio equipment in households 1995–2003

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%								
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
CD-soitin, yhteensä – <i>CD player, total</i>	35	45	57	60	65	76	78	78	82

Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset
 Tilastokeskus, Kulutustutkimukset ja Kuluttajabarometrit
 Source: Finnpanel Oy, TV-household surveys
 Statistics Finland, Household surveys and Consumer barometers

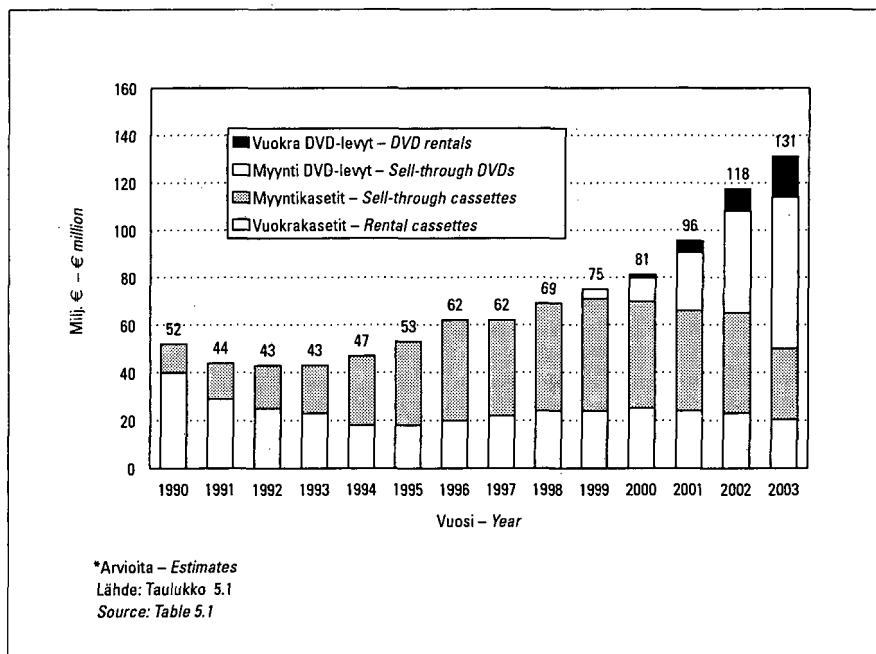
5 Video

Videotallennemarkkinat muodostuvat valtaosin elokuvien vuokraamisesta ja myymisestä. Vuokratallenteet ovat käytännössä pelkästään elokuvia. Myyntivideoina on niiden lisäksi tarjolla jonkin verran tv-sarjoja sekä esimerkiksi erilaisiin harrastuksiin liittyviä tallenteita. Elokuville videotallenteet ovat taloudellisesti ja katsojamäärältään tärkeä jakelukanava. Vuonna 2003 Suomessa myytiin yhteensä 7,6 miljoonaa VHS- ja DVD-tallennetta ja sellainen vuokrattiin 10 miljoonaa kertaa (taulukko 5.2). Videomarkkinoiden kokonaisliikevaihto oli 131 miljoonaa euroa (taulukko 5.1). Vastaavasti elokuvateattereihin myytiin samana vuonna 7,7 miljoonaa pääsylippua ja teattereiden lipputulot olivat noin 56 miljoonaa euroa (taulukko 6.3).

Nykyään enemmän kuin kaksi kolmasosaa videomarkkinoiden liikevaihdosta kertyy tallenteiden myynnistä (kuvio 5.1). Videomarkkinat kuitenkin syntyivät 1980-luvun ensimmäisellä puoliskolla VHS-tallenteiden vuokrauksen pohjalle. Niiden myynnin osuus markkinoista pysyi vähäisenä useita vuosia. Markkinoiden rakenne alkoi muuttua vasta 1980-luvun lopulla, kun tallenteiden myynti lähti nopeaan kasvuun ja vuokraamisen liikevaihdon kasvu pysähtyi. Myyntikasettien kysyn-

Kuvio 5.1 Videotallennemarkkinoiden liikevaihto 1990–2003

Figure 5.1 Video distribution turnover 1990–2003

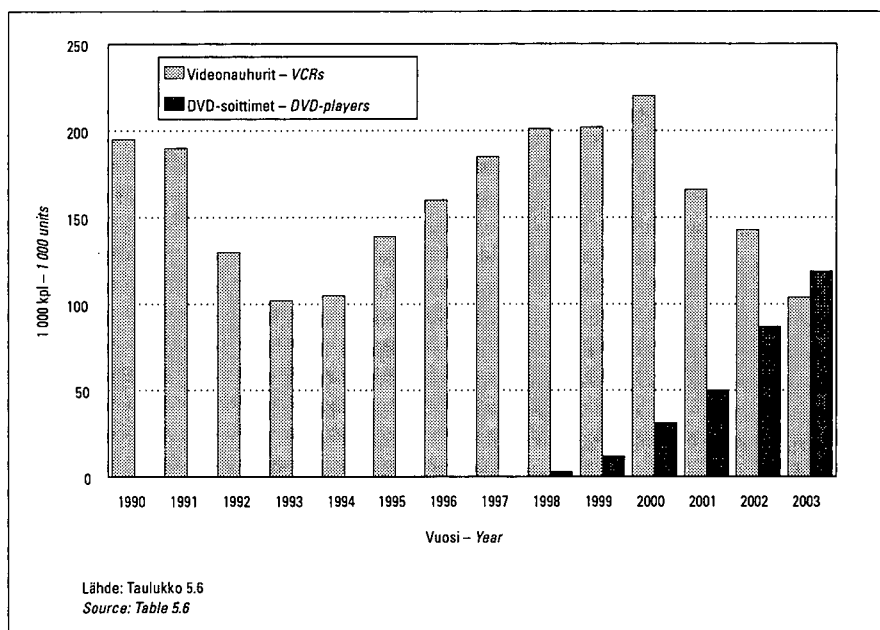


nän nousu jatkui 1990-luvun lopulle, mikä piti yllä myös koko videomarkkinoiden kasvua. Kasettitalienteiden vuokraamisen liikevaihto vakiintui noin 25 miljoonan euron tasolle. (Taulukko 5.1.)

Uuden tallenneformaatin tulo markkinoille vuonna 1998 käynnisti jälleen muutoksen videomarkkinoilla. DVD-tallenteiden kysyntä on lähtenyt Suomessa liikkeelle hyvin. Vuonna 2003 niitä myytiin 64 miljoonalla eurolla. DVD-tallenteiden vuokraus kehittyi aluksi hitaammin, mutta DVD-soittimien yleistyessä on sekin alkanut kasvaa. Vuonna 2003 vuokrauksen arvo oli jo 17 miljoonaa euroa. DVD:n osuus koko videotallennemarkkinoista on noussut jo 62 prosenttiin. Uusi tallenneformaatti on merkinnyt elokuvien maahantuojille ja alan vähittäiskaupalle selvää pirstysruisketta. DVD-tallenteiden markkinoille tulon jälkeen videotallenteiden myynnin kokonaisarvo on kaksinkertaistunut ja vuokrauksenkin arvo on kääntynyt nousuun. (Taulukko 5.1.)

DVD-tallenteiden tulo markkinoille näkyi pian VHS-tallenteiden kysynnässä. Elokuvien ja muiden ohjelmien myynti videokaseteilla kääntyi laskuun ensin. Vuonna 2003 se romahti peräti 30 prosentilla. Vuokrakasettien kysyntä on toistaiseksi heikentynyt hitaammin. DVD-tallenteet tulevat kuitenkin korvaamaan videokasetit sekä myynti- että vuokramarkkinoilla. Kuluttajien toiminnan näkökulmasta DVD:n aikaan saama muutos ei ole kovin suuri, sillä elokuvia ostetaan, vuokrataan ja katsotaan uudella tallenteella samalla tavoin kuin videokaseteillakin. Lähinnä elokuvien kuvan ja äänen laatu paranevat. (Taulukot 5.1 ja 5.2.)

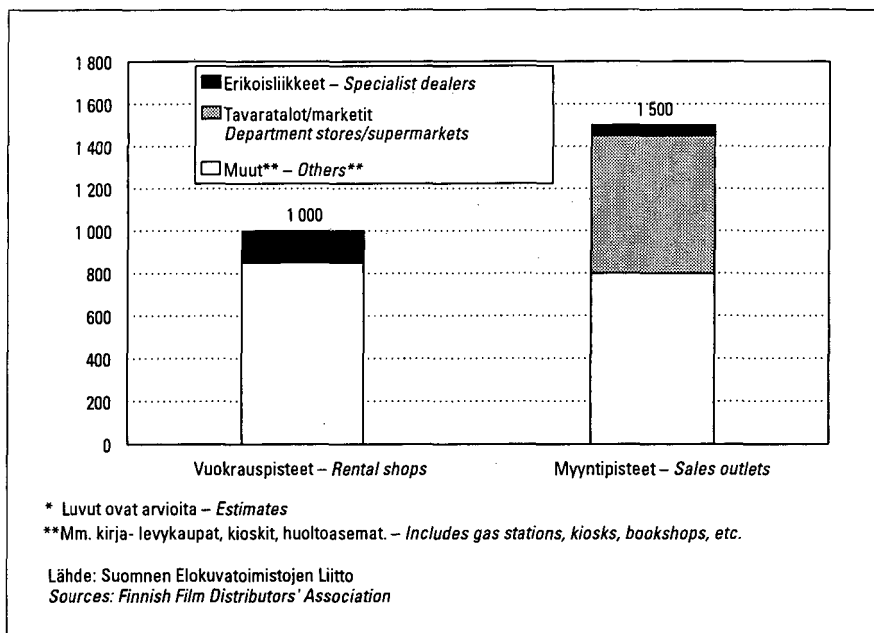
Kuvio 5.2 Videonauhureiden ja DVD-soittimien myynti 1990–2003
 Figure 5.2 Retail sales of VCRs and DVD-players 1990–2003



Lisäksi kuluttajien on hankittava hyllynsä uusi laite videoiden katselua varten. Myytyjen DVD-soitinten määrä on kasvanut melko nopeasti joka vuosi. Vuonna 2003 erillisiä DVD-soittimia, DVD-videonauhuriyhdistelmiä sekä DVD-kotiteatterisarjoja myytiin yhteensä 182 000 kappaletta. DVD-soitinten hinnat ovat laskeneet nopeasti, mikä on nopeuttanut niiden yleistymistä. Vuonna 2003 myytyjen erillisten DVD-soitinten keskihinta oli 168 euroa eli neljännes vuoden 1998 keskihinnasta. Halvimmillaan DVD-soittimen saa jo alle sadalla eurolla. Kaikkiaan DVD-soittimia on kuudessa vuodessa mennyt kaupaksi lähes 400 000 kappaletta. Peräti lähes puolet niistä myytiin vasta vuonna 2003. DVD-tallenteiden kysynnän nopea kasvu perustui aluksi itse asiassa melko pieneen kotitalouksien joukkoon, joka kuitenkin osti ja vuokrasi aktiivisesti tallenteita. Vuonna 2003 DVD-soitin oli 19 prosentissa suomalaisista kotitalouksista. Edellä mainitut luvut eivät sisällä videopelikonsoleita, joilla voi myös katsella DVD-tallenteita. DVD-asetat ovat myös yleistyneet tietokoneissa, mutta niillä ei videomarkkinoiden kannalta ole kovin suurta merkitystä. (Taulukot 5.6 – 5.8.)

DVD-soitinten yleistymisen on vaikuttanut videonauhureiden myyntiin. Vielä 1990-luvun toisella puoliskolla nauhurikauppa kasvoi ylittäen selvästi 1990-luvun alun lamaa edeltäneen tason. Vuosituhannen vaihteen jälkeen myynti kuitenkin kääntyi nopeaan laskuun. Vuonna 2003 myytiin enää hieman yli 100 000 nauhuria, eli alle puolet vuoden 2000 määrästä. Myös TV-videonauhuriyhdistelmien kauppa puolittui 15 000 kappaleeseen. (Taulukko 5.6.)

Kuvio 5.3 Video- ja DVD-tallenteiden vähittäisvuokraus- ja myyntipisteet 2003*
Figure 5.3 Video and DVD recordings: rental and sales outlets 2003*

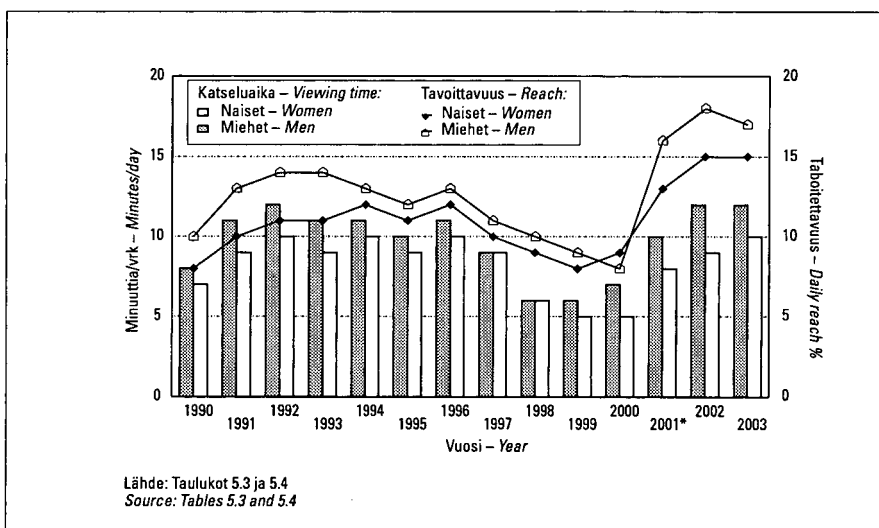


Toistaiseksi DVD-soitin ei ole niinkään korvannut videonauhuria vaan tullut ko-teihin nauhurin rinnalle. Videonauhuria käytetään selvästi enemmän nauhoitettujen televisio-ohjelmien katseluun kuin ostettujen tai vuokrattujen tallenteiden katse-luun, eikä nykyisin yleisimmin myytävillä DVD-soittimilla voi nauhoittaa. Nauhoittaviakin laitteita on ollut markkinoilla jo jonkin aikaa, mutta niiden korkea hinta on tähän asti hidastanut niiden yleistymistä. Hinnat ovat kuitenkin alkaneet laskea, joten nauhoittavien DVD-soitinten menekki tulee varmasti kasvamaan.

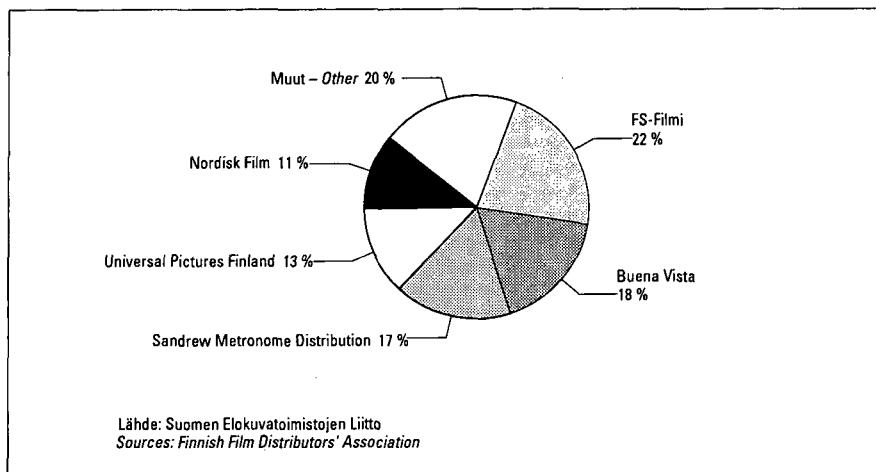
Videonauhurin yleisyys kotitalouksissa vakiintui hieman yli 70 prosenttiin jo vuonna 1997 (taulukko 5.8). Nauhurikauppa ei enää sen jälkeen lisännyt videota-louksien määrää, vaan myydyt laitteet pääasiassa korvasivat vanhoja. Useissa väes-töryhmissä nauhuri on erittäin yleinen. Esimerkiksi lähes kaikilla 10–14-vuotiailla lapsilla oli kotona videonauhuri vuonna 2002 (Kohvaka 2004).

Videonauhurin ja DVD-soittimen käyttö muodostaa vain melko pienen osan te-levision katselusta. Keskimääräisenä päivänä kolme neljäsosaa suomalaisista kat-soo televisiota, mutta vain 16 prosenttia katsoo videolta joko tallenteita tai nauhoi-tettuja televisio-ohjelmia. Koko väestön keskimääräinen television katseluaika on yli kaksi ja puoli tuntia. Videonauhurin ja DVD-soittimen alhaisen tavoittavuuden johdosta niiden yhteenlasketun katselun vastaava keskiarvo on vain 11 minuuttia. TV-mittaritutkimuksen mukaan videoiden käyttö väheni systemaattisesti 1990-lu-vun lopulla. Viime vuosina videoiden katselu on lisääntynyt hieman. Kasvu johtuu toisaalta DVD-tallenteiden katselun yleistymisestä ja toisaalta vuonna 2001 tehdys-tä pienestä menetelmämuutoksesta TV-mittaritutkimuksessa. Toisaalta Tilastokes-kuksen vapaa-aikatutkimuksen mukaan DVD-tallenteiden katselu ei ole täysin kor-

Kuvio 5.4 Videoiden katseluun käytetty aika ja tavoittavuus 1990–2003
 Figure 5.4 Average viewing time and daily reach of video 1990–2003



Kuvio 5.5 Video- ja DVD-tallenteiden markkinaosuudet 2003
 Figure 5.5 Market shares of video and DVD distributors 2003



vannut VHS-kasettien katselussa 1990-luvulla tapahtunutta vähenemistä (Kohvaka 2004). (Taulukot 5.3 ja 5.4.)

Videotallenteita tuo maahan vuosittain parikymmentä yritystä. Markkinaosuudeltaan suurimpia ovat ne elokuvatoimistot, jotka hoitavat yhdysvaltalaisen studioiden elokuvien jakelua Suomessa. Kolmen suurimman maahantuojan osuus koko videomarkkinoista oli 56 prosenttia vuonna 2003 (kuviokuva 5.5).

Yhdysvaltalaisilla elokuvilla on erittäin vahva asema videomarkkinoilla, aivan kuten elokuvateattereissakin. Muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta vuokratuimmat ja myydyimmät videotallenteet ovat yhdysvaltalaisia toiminta- ja lastenelokuvia. Kotimaisten elokuvien suosion kasvu on näkynyt elokuvateattereiden lisäksi videomarkkinoilla. Kotimaisia elokuvia levitetään videoina aiempaa aktiivisemmin, ja ne myös menestyvät entistä paremmin. Useina vuosina kotimaisia elokuvia löytyy myös suosituimpien videoiden listalta. Vuonna 2003 elokuvat Pahat pojat sekä Heinähattu ja Vilttitossu olivat kymmenen myydyimmän videotallenteen joukossa (taulukko 5.5).

Tilastointi

Suomen Elokuvatoimistojen Liitto ry tilastoi jäsenyritystensä euro- ja kappalemääräisen videotallenteiden vuokrauksen ja myynnin. Se laatii vuosittain myös arvion videotallennemarkkinoiden kokonaisliikevaihdosta ja sen jakautumisesta vuokra- ja myyntivideoiden kesken.

Finnpanelin vuodesta 1987 alkaen tekemä TV-mittaritutkimus sisältää tietoja myös videon käytöstä. Videon käytöstä on tietoja myös Tilastokeskuksen vapaa-aikatutkimuksessa. Uusimman vapaa-aikatutkimuksen tiedot kerättiin vuonna 2002.

Videon käytöstä on aikaisemmilta vuosilta yksityiskohtaista tietoa myös opetusministeriön vuosina 1984, 1986 ja 1989 tekemissä videotutkimuksissa.

Videolaitteiden kauppaa tilastoi Kodintekniikkaliitto ry. Tilastot perustuvat mm. tietoihin tukkukauppojen toimituksista vähittäiskaupalle ja ulkomaankauppatilastoihin.

Rauli Kohvakka

Täydentävää kirjallisuutta

Hellman, Heikki & Soramäki, Martti: Kilpailu ja erikoistuminen videomarkkinoilla. Lähikuva 1991:4.

Kasari, Heikki: Television katsojamittaus perustuu tv-mittaritutkimukseen. Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1993. Yleisradio, Helsinki 1993.

Kohvakka, Rauli: Suomessa liikkuvat liikkuvat kuvat 1998. Kulttuuri ja viestintä 2000:2. Tilastokeskus, Helsinki.

Kohvakka, Rauli: Elokuvien katselun muutokset 1980- ja 1990-luvuilla. Teoksessa Liikkanen, Hanifi, & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Kotanen, Ellen: Hiljaiset Siljat – Kirjastot videopalvelujen tuottajina. BTJ Kirjasto-palvelu, Helsinki 1997.

Samola, Juha: Elokuva, video ja uudet kuvatalenteet. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

Samola, Juha: Elokuva ja video helsinkiläisittäin. Teoksessa Kulttuuri ja taide Helsingissä 2004. Helsingin kaupungin tietokeskuksen verkkojulkaisuja 2004: 26. Helsinki. www.hel.fi/tietokeskus/julkaisut/

Taulukot – Tables

- 5.1 Videotallenteiden vuokrauksen ja myynnin arvo 1994–2003
Sales and rentals of video recordings 1994–2003
- 5.2 Myytyjen videotallenteiden ja videovuokrauksien määrät ja keskihinnat 1994–2003
Number of videos sold, rental transactions and average prices 1994–2003
- 5.3 Video- ja DVD-tallenteiden tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1994–2003
Daily reach of videos and DVDs 1994–2003
- 5.4 Video- ja DVD-tallenteiden katseluun käytetty aika 1994–2003
Average viewing time of videos and DVDs 1994–2003
- 5.5 Vuokratuimmat ja myydyimmät vuonna 2003 julkaistut video-ohjelmat
Top ten rental and sell-through video releases 2003
- 5.6 Videonauhureiden, -kameroiden ja DVD-soittimien vähittäismyynti 1994–2003*
Retail of VCRs, camcorders and DVD-players 1994–2003
- 5.7 Videonauhureiden, -kameroiden ja DVD-soittimien keskihinnat ja myynnin arvo 1994–2003
Average prices and sales volumes of VCRs camcorders and DVD-players 1994–2003
- 5.8 Kotitalouksien video- ja DVD-laitteet 1995–2003
Household video equipment 1995–2003

Kuviot – Figures

- 5.1 Videotallennemarkkinoiden liikevaihto 1990–2003
Video distribution turnover 1990–2003
- 5.2 Videonauhureiden ja DVD-soittimien myynti 1990–2003
Retail sales of VCRs and DVD-players 1990–2003
- 5.3 Video- ja DVD-tallenteiden vähittäisvuokraus- ja myyntipisteet 2003
Video and DVD recordings: rental and sales outlets 2003
- 5.4 Videoiden katseluun käytetty aika ja tavoitavuus 1990–2003
Average viewing time and daily reach of videos 1990–2003
- 5.5 Video- ja DVD-tallenteiden markkinaosuudet 2003
Market shares of video and DVD distributors 2003

5.1 Videotallenteiden vuokrauksen ja myynnin arvo 1994–2003*
*Sales and rentals of video recordings 1994–2003**

	VHS			DVD			Videotallenteet yhteensä Video recordings total	
	Vuokra Rental	Myynti Sell-through	Yhteensä Total	Vuokra Rental	Myynti** Sell-through**	Yhteensä Total	Kiintein (2003) hinnoin Fixed (2003) prices	
	€ milj. – € million							
1994	18	29	47	–	–	–	47	54
1995	18	35	53	–	–	–	53	60
1996	20	42	62	–	–	–	62	70
1997	22	40	62	–	–	–	62	69
1998	24	45	70	..	0	0	70	77
1999	24	47	71	..	4	4	75	81
2000	25	45	70	1	10	12	82	86
2001	24	42	66	5	25	30	95	97
2002	23	42	65	10	43	53	118	119
2003	21	30	50	17	64	81	131	131

	VHS			DVD			Videotallenteet yhteensä Video recordings total	
	Vuokra Rental %	Myynti Sell-through	Yhteensä Total	Vuokra Rental	Myynti** Sell-through**	Yhteensä Total		
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	69	5	26	31	100	
2002	20	36	55	8	37	45	100	
2003	16	22	38	13	49	62	100	

* Arvioita – Estimates

** Sisältää vuosina 1998–99 myös DVD-levyjen vuokrauksen. – In 1998–99 includes also DVD rentals.

Lähde: Suomen Elokuvatoimistojen liitto
 Source: Finnish Film Distributors' Association

5.2 Myytyjen videotallenteiden ja videovuokrauksien määrät ja keskihinnat 1994–2003*

*Number of videos sold, rental transactions and average prices 1994–2003**

	VHS		Myynti – Sell-through		DVD		Myynti – Sell-through**	
	Vuokraus – Rental				Vuokrauskerrat	Keskihinta		
	<i>Rental transactions</i>	<i>Average price</i>	<i>Myytyt videot</i>	<i>Average price</i>	<i>Rental transactions</i>	<i>Average price</i>	<i>Myytyt videot</i>	<i>Average price</i>
	<i>Milj. kpl</i>	<i>€</i>	<i>Milj. kpl</i>	<i>€</i>	<i>Milj. kpl</i>	<i>€</i>	<i>Milj. kpl</i>	<i>€</i>
	<i>Million copies</i>		<i>Million copies</i>		<i>Million copies</i>		<i>Million copies</i>	
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	24,2
2000	9	2,9	3,6	12,4	0,3	5,0	0,5	21,4
2001	9	2,7	3,3	12,6	1,0	5,0	1,2	21,2
2002	8	2,9	3,5	12,0	2,0	4,8	2,1	20,5
2003	7	3,2	3,3	8,9	3,5	4,9	4,3	14,9

* Arvioita – Estimates

** Vuonna 1999 mukana jonkin verran videovuokraamoille myytyjä vuokraukseen tarkoitettuja tallenteita.
*In 1999 includes some DVDs sold to rental outlets for renting.*Lähde: Suomen Elokuvaomistajien Liitto
Sources: Finnish Film Distributors' Association

5.3 Video- ja DVD-tallenteiden tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1994–2003

Daily reach of videos and DVDs 1994–2003

Väestö 10+ <i>Population aged 10+</i>	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001**	2002	2003
	%									
Kaikki – All	12	12	12	11	9	8	9	15	16	16
Sukupuoli – Sex										
Naiset – Women	12	11	12	10	9	8	9	13	15	15
Miehet – Men	13	12	13	11	10	9	8	16	18	17
Ikä – Age										
4–9 vuotta* – years*	25	25	26	25	20	16	17	23	25	25
10–14 vuotta – years	19	19	17	15	19	14	11	14	17	19
15–24 vuotta – years	15	14	14	12	9	10	10	17	19	15
25–34 vuotta – years	17	16	16	14	11	10	11	20	20	20
35–44 vuotta – years	14	14	16	14	11	10	11	19	20	20
45–64 vuotta – years	9	8	10	9	8	8	8	12	13	14
65– vuotta – years	5	5	4	4	3	3	4	11	12	13
Suur-Helsinki – Greater Helsinki area	8	9	..	17	18	17
Muut isot kaupungit – Other big cities	10	8	..	17	18	17
Oulu & Lahti	18
Muut kaupungit – Other cities	8	9	..	16	17	18
Taajamat – Other densely populated areas	10	7	..	12	16	15
Maaseutu – Open countryside	10	9	..	12	14	13

* Taulukon muissa videon katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 10-vuotiaiden katselu. – All other data in the table describe age groups 10+.

** Tavoitavuuden kasvu 2001- johtuu osittain pienestä menetelmämuutoksesta. – Increase in reach from 2001 onwards is partly caused by a minor change in the methodology.

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus
Source: TV peoplemeter study, Finnpanel Oy - YLE Audience research

5.4 Video- ja DVD-tallenteiden katseluun käytetty aika 1994–2003
Average viewing time of videos and DVDs 1994–2003

Väestö 10+ Population aged 10+	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	Minuuttia/vrk – Minutes/day									
Kaikki – All	10	10	11	8	6	6	6	9	10	11
Sukupuoli – Sex										
Naiset – Women	10	9	10	9	6	5	5	8	9	10
Miehet – Men	11	10	11	9	6	6	7	10	12	12
Ikä – Age										
4– 9 vuotta* – years*	25	24	26	24	16	13	13	15	19	20
10–14 vuotta – years	15	14	15	11	13	12	7	7	11	13
15–24 vuotta – years	14	12	12	10	7	8	8	13	15	11
25–34 vuotta – years	15	15	14	13	9	7	9	13	14	16
35–44 vuotta – years	11	12	14	10	7	5	7	10	12	13
45–64 vuotta – years	7	7	8	7	5	5	5	7	8	9
65– vuotta – years	5	4	3	2	1	1	3	7	6	7
Suur-Helsinki – Greater Helsinki area	6	6	8	12	13	13
Muut isot kaupungit – Other big cities	7	5	5	10	11	11
Oulu & Lahti	12
Muut kaupungit – Other cities	5	6	8	12	10	12
Taajamat – Other densely populated areas	6	5	4	6	9	9
Maaseutu – Open countryside	8	6	4	7	8	9

* Taulukon muissa videon katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 10-vuotiaiden katselu. — All other data in the table describe age groups 10+.

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus
Source: TV peoplemeter study, Finnpanel Oy - YLE Audience research

5.5 Vuokratuimmat ja myydyimmät vuonna 2003 julkaistut video-ohjelmat

Top ten rental and sell-through video releases 2003

Vuokratassetit – Rental cassettes

Nimike Name	Levittäjä Distributor	Maa Country	Vuokraamoille myydyt tallenteet kpl Copies sold to rental outlets, No.
Harry Potter ja salaisuuksien kammio <i>Harry Potter and The Chamber of Secrets</i>	Sandrew Metronome Distribution	U.S.A.	2 410
Austin Powers ja Kultamuna <i>Austin Powers in Goldmember</i>	FS Film	U.S.A.	2 318
Peloista pahin – <i>The Sum of All Fears</i>	Finnkino	U.S.A.	2 220
Matrix Reloaded	Sandrew Metronome Distribution	U.S.A.	2 181
007 Kuolema saa odottaa – <i>Die Another Day</i>	FS Film	U.S.A., Britannia – U.S.A., Britain	2 128
xXx	FS Film	U.S.A.	2 077
Radalla – <i>The Sweetest Thing</i>	Nordisk Film	U.S.A.	2 044
Windtalkers	FS Film	U.S.A.	1 990
8 Mile	Universal Pictures	U.S.A., Saksa – U.S.A., Germany	1 953
Taru sormusten herrasta: Kaksi tornia <i>Lord of The Rings: The Two Towers</i>	FS Film	U.S.A., Saksa, Uusi-Seelanti U.S.A., Germany, New Zealand	1 936

Vuokra DVD – Rental DVDs

Nimike Name	Levittäjä Distributor	Maa Country	Vuokraamoille myydyt tallenteet kpl Copies sold to rental outlets, No.
Matrix Reloaded	Sandrew Metronome Distribution	U.S.A.	2 604
Hulk	Universal Pictures	U.S.A.	2 309
Johnny English	Universal Pictures	Britannia – Britain	2 222
Peloista pahin – <i>The Sum of All Fears</i>	Finnkino	U.S.A.	2 170
8 Mile	Universal Pictures	U.S.A., Saksa – U.S.A., Germany	2 126
Taru sormusten herrasta: Kaksi tornia <i>Lord of The Rings: The Two Towers</i>	FS Film	U.S.A., Saksa, Uusi-Seelanti – U.S.A., Germany, New Zealand	2 105
Terminaattori 3: Koneiden kapina – <i>Terminator 3: Rise of The Machines</i>	Universal Pictures	U.S.A., Saksa – U.S.A., Germany	2 067
Ring – <i>The Ring</i>	Universal Pictures	U.S.A., Japani – U.S.A., Japan	2 066
Daredevil	FS Film	U.S.A.	2 050
Austin Powers ja Kultamuna <i>Austin Powers in Goldmember</i>	FS Film	U.S.A.	2 044

5.5 Jatkuu
Continued

Myyntikasetit – Sell-through cassettes

Nimike Name	Levittäjä Distributor	Maa Country	Myydyt tallenteet kpl Recordings sold, No.
Taru sormusten herrasta: Kaksi tornia <i>Lord of The Rings: The Two Towers</i>	FS Film	U.S.A., Saksa, Uusi-Seelanti – U.S.A., Germany, New Zealand	93 363
Leijonakuningas – <i>The Lion King</i>	Buena Vista Home Entert.	U.S.A.	90 222
Harry Potter ja salaisuuksien kammio <i>Harry Potter and The Chamber of Secrets</i>	Sandrew Metronome Distribution	U.S.A.	86 692
Pahat pojat – <i>Bad boys</i>	Buena Vista Home Entert.	Suomi – Finland	47 652
Viidakkokirja 2 – <i>Jungle Book 2</i>	Buena Vista Home Entert.	USA	46 972
Heinähattu ja Vilttitossu – <i>Hayflower and Quiltshoe</i>	FS Film	Suomi – Finland	43 077
101 dalmatialaista 2 – <i>101 Dalmatians 2</i>	Buena Vista Home Entert.	U.S.A.	41 956
Spirit: Villi ja vapaa – <i>Spirit: Stallion of the Cimarron</i>	Universal Pictures	U.S.A.	36 407
Lilo and Stitch	Buena Vista Home Entert.	U.S.A.	34 000
007 Kuolema saa odottaa – <i>Die Another Day</i>	FS Film	U.S.A., Britannia – U.S.A., Britain	31 735

Myynti DVD – Sell-through DVDs

Nimike Name	Levittäjä Distributor	Maa Country	Myydyt tallenteet kpl Recordings sold, No.
Taru sormusten herrasta: Kaksi tornia <i>Lord of The Rings: The Two Towers</i>	FS Film	U.S.A., Saksa, Uusi-Seelanti – U.S.A., Germany, New Zealand	82 112
Matrix Reloaded	Sandrew Metronome Distribution	U.S.A.	58 922
Leijonakuningas – <i>The Lion King</i>	Buena Vista Home Entert.	U.S.A.	53 731
Harry Potter ja salaisuuksien kammio <i>Harry Potter and The Chamber of Secrets</i>	Sandrew Metronome Distribution	U.S.A.	49 032
Taru sormusten herrasta: Kaksi tornia, pitkä versio – <i>Lord of The Rings: The Two Towers, Extended version</i>	FS Film	U.S.A., Saksa, Uusi-Seelanti – U.S.A., Germany, New Zealand	39 898
Terminaattori 3: Koneiden kapina – <i>Terminator 3: Rise of The Machines</i>	Universal Pictures	U.S.A., Saksa – U.S.A., Germany	39 421
Pahat pojat – <i>Bad boys</i>	Buena Vista Home Entert.	Suomi – Finland	35 694
007 Kuolema saa odottaa – <i>Die Another Day</i>	FS Film	U.S.A., Britannia – U.S.A., Britain	25 151
Minority Report	FS Film	U.S.A.	21 708
Hulk	Universal Pictures	U.S.A.	20 374

Lähde: Suomen Elokuvaomistojen Liitto
Source: Finnish Film Distributions Association

5.6 Videonauhureiden, -kameroiden ja DVD-soittimien vähittäismyynti 1994–2003*

Retail of VCRs, camcorders and DVD-players 1994–2003*

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos Change, % 2003/2002
	1 000 kpl – 1 000 units										
Videonauhurit – VCRs	105	139	160	185	201	202	220	166	143	104	-27
TV-videoyhdistelmät Integrated TV-VCR sets	–	–	–	–	–	–	29	25	22	15	-32
DVD-videoyhdistelmät Integrated DVD-VCR sets	–	–	–	–	–	–	–	–	10	34	240
DVD-soittimet – DVD-players	–	–	–	–	3	12	31	50	87	119	37
DVD-sarjat** – DVD-systems**	–	–	–	–	–	–	–	–	16	29	81
Videokamerat – Camcorders	8	10	16	22	26	27	27	23	24	32	33

* 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.

** Kotiteatteri-DVD sarja, joka sisältää DVD-soittimen, vahvistimen ja kaiuttimet – Home theatre systems, consisting of DVD-player, receiver/tuner and loudspeakers.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry
Source: Domestic Appliances Association.

5.7 Videonauhureiden, -kameroiden ja DVD-soittimien keskihinnat ja myynnin arvo 1994–2003*

Average prices and sales volumes of VCRs camcorders and DVD-players 1994–2003*

		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos Change, % 2003/2002	
Videonauhurit – VCRs	Keskihinta, €												
	Average price €		437	404	353	294	261	185	218	197	180	151	-16
	Arvo, € milj. Sales volume € million		46	56	57	54	52	37	48	33	26	16	-39
TV-videoyhdistelmät Integrated TV-VCR sets	Keskihinta, €												
	Average price €		–	–	–	–	–	–	403	395	365	286	-22
	Arvo, € milj. Sales volume € million		–	–	–	–	–	–	12	10	8	4	-46
DVD-videoyhdistelmät Integrated DVD-VCR sets	Keskihinta, €												
	Average price €		–	–	–	–	–	–	–	–	360	297	-17
	Arvo, € milj. Sales volume € million		–	–	–	–	–	–	–	–	4	10	180
DVD-soittimet DVD-players	Keskihinta, €												
	Average price €		–	–	–	–	673	555	430	353	264	168	-36
	Arvo, € milj. Sales volume € million		–	–	–	–	2	6	13	17	23	20	-13
DVD-sarjat** DVD-systems**	Keskihinta, €												
	Average price €		–	–	–	–	–	–	–	710	520	–27	
	Arvo, € milj. Sales volume € million		–	–	–	–	–	–	–	11	15	33	
Videokamerat Camcorders	Keskihinta, €												
	Average price €		891	774	706	673	723	790	964	1 098	1 003	788	-21
	Arvo, € milj. Sales volume € million		7	8	11	15	19	21	26	26	24	25	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.

** Kotiteatteri-DVD sarja, joka sisältää DVD-soittimen, vahvistimen ja kaiuttimet – Home theatre systems, consisting of DVD-player, receiver/tuner and loudspeakers.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry
Source: Domestic Appliances Association.

5.8 Kotitalouksien video- ja DVD-laitteet 1995–2003
Household video equipment 1995–2003

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%								
Videonauhuri – <i>VCR</i>	60	63	71	71	72	71	72	74	72
Yksi nauhuri – <i>One VCR</i>	..	54	59	57	57	57	56	58	..
2+ nauhuria – <i>2+ VCRs</i>	..	9	12	13	15	14	17	15	..
Videokamera – <i>Camcorder</i>	9	8	11	12	13	14	13	15	15
Erillinen DVD-soitin – <i>Separate DVD-player</i>	2	4	12	19
DVD tietokoneessa – <i>PC with DVD-drive</i>	3	5	7	15
Kotiteatterilaitteisto – <i>Home theatre system</i>	4	4	6	8
TV-pelikonsoli – <i>TV game console</i>	12	10	11	15	16	16	18	18	19

Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset

Source: Finnpanel Oy, TV-household surveys

6 Elokuva

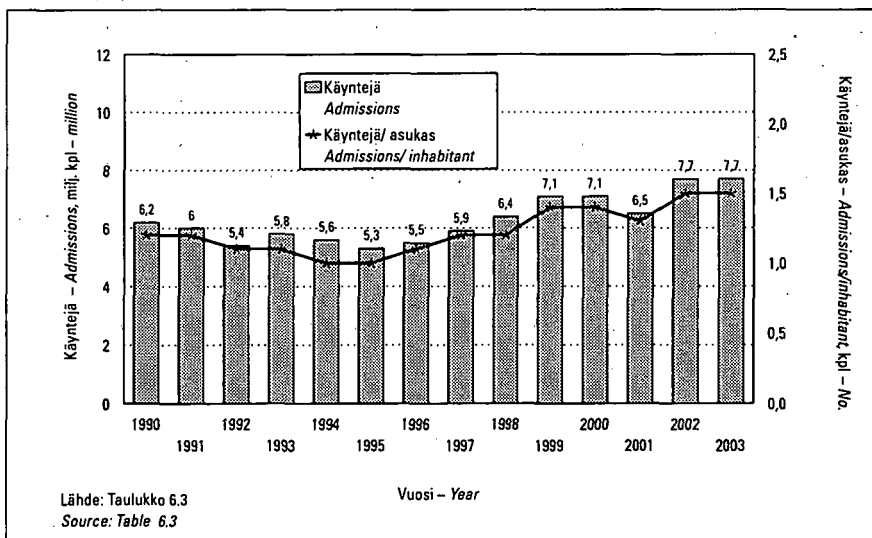
Elokuviissa käymisen suosio on lisääntynyt viimeiset kymmenen vuotta. Vuonna 2003 teattereihin myytiin yhteensä 7,7 miljoonaa lippua. Se on yli kaksi miljoonaa lippua enemmän kuin 1990-luvun puolivälissä, jolloin pitkään jatkunut teattereiden yleisömäärien lasku loppui ja nykyinen kasvu alkoi. Elokvateattereiden lipputulot olivat 56 miljoonaa euroa vuonna 2003. Tilastokeskuksen vapaa-aikatutkimusten mukaan 1990-luvulla varsinkin pojat (10–14-vuotta) kiinnostuivat jälleen elokuvissa käymisestä (Kohvakka 2004). Myös kaikissa yli 24-vuotiaiden aikuisten ikäryhmissä elokuvateatterissa käyminen yleisty, naisilla hieman enemmän kuin miehillä. Sen sijaan nuoret (15–19-vuotta) ja nuoret aikuiset (20–24-vuotta) harvensivat selvästi elokuvissa käyntejään. Pitkään jatkuneesta kasvusta huolimatta ei vielä olla saavutettu 1970- ja 1980-lukujen vaihteen tasoa, jolloin teattereiden lipunmyynti ylti kymmeneen miljoonaan lippuun vuodessa. (Taulukko 6.3 ja kuvat 6.1 ja 6.2.)

Suomessa käydään elokuvissa edelleen harvemmin kuin monissa läntisen Euroopan maissa. Suomalaiset kävivät elokuvissa keskimäärin 1,5 kertaa vuonna 2003. EU-maiden vastaava keskiarvo oli 2,5 käyntiä asukasta kohden vuonna 2002.

Elokuviissa käymisen kasvu on osittain kotimaisten elokuvien ansiota. Sekä niiden teattereissa saama yleisö että osuus kokonaiskävijämäärästä ovat viime vuosina olleet selvästi suurempia kuin 1990-luvun puolivälissä. Vuonna 2003 kotimaisten

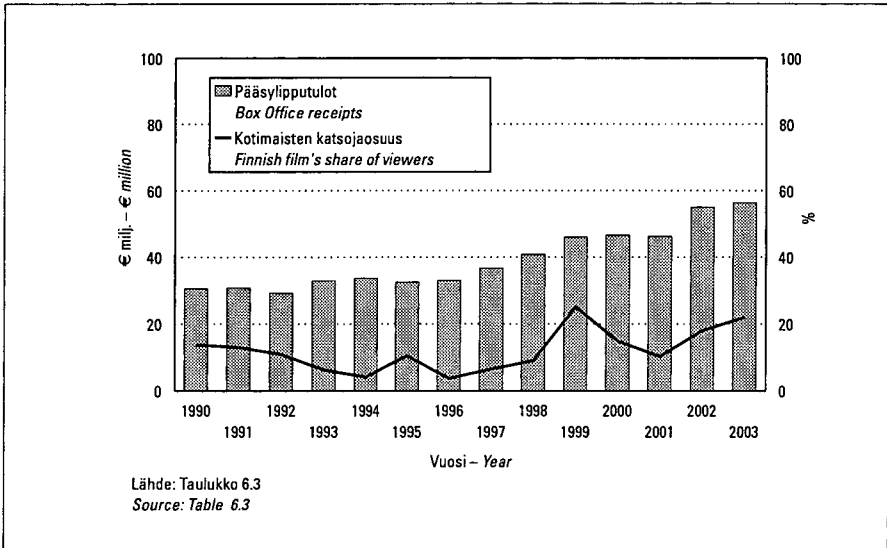
Kuvio 6.1. Elokuviissakäyntien kokonaismäärä ja käynnit asukasta kohden 1990–2003

Figure 6.1 Cinema admissions 1990–2003



Kuvio 6.2 Elokvateattereiden lipputulot ja kotimaisten elokuvien katsojaosuus 1990–2003

Figure 6.2 Box Office receipts and Finnish Films' share of viewers 1990–2003



elokuvien osuus myydyistä lipuista oli 22 prosenttia (taulukko 6.2 ja kuvio 6.2). Nykyään myös suosituimpien elokuvien joukossa on säännöllisesti kotimaisia elokuvia. Vuonna 2003 Pahat pojat, Sibelius sekä Helmiä ja sikoja olivat kymmenen katsotuimman elokuvan joukossa (taulukko 6.12).

Elokvateatterit ovat Suomessa vähentyneet aina 1980-luvulta alkaen. Viime vuosina harventuminen on tosin ollut hidasta. Vuonna 2001 Suomessa toimi kaikkiaan 219 teatteria eli kaksikymmentä vähemmän kuin kymmenen vuotta aikaisemmin. Elokuvasalien määrä ei sen sijaan ole laskenut. Vuonna 2003 teattereissa oli yhteensä 338 salia. Elokvateatteriverkko ei siten ole varsinaisesti supistunut, mutta sen rakenne on kylläkin muuttunut. Pienet yhden tai kahden salin elokvateatterit ovat korvautuneet usean salin teattereilla. 1980-luvulla uusissa teattereissa oli yleensä kolmesta viiteen salia. 1990-luvun lopun jälkeen Suomeen on rakennettu muutama suuri kahdeksan tai useamman salin elokvakeskus eli niin sanottu multiplex-teatteri. Salien määrän lisäksi multiplex-teattereille on tyypillistä runsaat ravintola-, kioski- ja muut oheispalvelut. Niissä on pyritty kehittämään palvelua myös parantamalla katsomojen mukavuutta sekä kuvan ja äänentoiston laatua. Paikkakunnilla, joille multiplex-teattereita on rakennettu, on vastaavasti suljettu pieniä teattereita. (Taulukot 6.3 ja 6.4.)

Usean salin teattereiden yleistymisestä huolimatta valtaosa teatteriverkosta koostuu edelleen pienistä yhden salin teattereista. Vuonna 2001 niitä oli 80 prosenttia kaikista teattereista. Vastaavasti vain 11 prosentissa teattereista oli useampi kuin kaksi salia. (Taulukko 6.4.)

Elokuviissa käyminen ja elokuvateatteriverkko ovat hyvin pitkälle keskittyneet suurimpiin kaupunkeihin. Kymmenen suurimman elokuvapaikkakunnan osuus lipunmyynnistä oli 69 prosenttia vuonna 2003. Lähes 40 prosenttia maan elokuvasaleista sijaitsi kyseisillä paikkakunnilla. (Taulukko 6.9.)

Elokuvateatteriverkon rakenteen lisäksi myös elokuvien esittäminen on muuttunut. Ensinnäkin teattereiden ohjelmisto on supistunut. Vuonna 2001 teatterilevityksessä oli yhteensä 385 elokuvaa, joka on noin sata elokuvaa vähemmän kuin 1990-luvun puolivälissä. Toiseksi teatterit esittävät ohjelmistoaan aiempaa aktiivisemmin. Kun 1990-luvun puolivälissä elokuvaa esitettiin keskimäärin vajaa 300 kertaa, nousi esityskertojen määrä vuonna 2001 jo 460:een. Lisäksi elokuvateattereiden tarjonta on muuttunut aiempaa uutuusvoittoisemmaksi, sillä ohjelmiston supistuessa ensi-iltojen määrä ei ole laskenut. Toisin sanoen ensi-iltojen osuus ohjelmistosta on kasvanut. Vuonna 2003 teattereiden ohjelmistoon tuli 178 uutta elokuvaa, joka vastaa lähes puolta niiden koko ohjelmistosta. (Taulukko 6.2.)

Yhdysvaltalaiset elokuvat muodostavat edelleen valtaosan teattereiden ohjelmistosta. Niiden osuus ensi-illoista oli 56 prosenttia vuonna 2003. Yhdysvaltalaisen elokuvien markkinaosuus on tätäkin korkeampi. Vuonna 2001 niiden osuus myydyistä lipuista oli 69 prosenttia. Eurooppalaisia elokuvia ensi-illoista oli kolmannes. Kotimaiset elokuvat muodostavat melko pienen osan teattereiden ohjelmistosta. Vuonna 2003 niitä tuli ensi-iltaan 13 kappaletta (10 näytelmäelokuvaa ja 3 dokumenttia) eli seitsemän prosenttia kaikista ensi-illoista. Uusien kotimaisten elokuvien määrä on pysynyt suunnilleen samana vuodesta toiseen. Muiden Pohjoismaiden elokuvien osuus oli vuonna 2003 poikkeuksellisen korkea eli kymmenen prosenttia uusista elokuvista. (Taulukot 6.5 ja 6.11.)

Suomen suurin elokuvateatteriyritys on Sanoma-WSOY konserniin kuuluva Finnkino. Sillä on yhdeksällä paikkakunnalla 15 elokuvateatteria. Finnkino on keskittänyt toimintansa maan suurimpiin kaupunkeihin. Elokuvasaleja Finnkinon teattereissa oli yhteensä 70 kappaletta eli viidennes maan kaikista saleista. Finnkino on viime vuosina uudistanut teatteriketjuaan investoimalla suuriin monisaliteattereihin. Vuonna 1999 Finnkino avasi 14-salisen Tennispalatsin Helsinkiin ja myöhemmin monisaliteatterit Tampereelle ja Poriin. Finnkinon tytäryhtiöllä on elokuvien esitys- ja levitystoimintaa Virossa, Latviassa ja Liettuassa.

Elokuvateatterialalle tuli ulkomainen yrittäjä 1990-luvun lopulla, kun pohjoismainen Sandrew Metronome aloitti toimintansa Suomessa. Se avasi Suomen ensimmäisen multiplex-teatterin Helsinkiin vuonna 1998 ja toisen suuren teatterin myöhemmin Turkuun.

Toistakymmentä yritystä tuo elokuvia maahan teatterilevitykseen. Taloudellisesti tärkeimpiä ovat yhdysvaltalaisen studioiden elokuvia jakelevat yritykset. Ensi-iltojen määrällä mitattuna kolme suurinta maahantuojaa olivat vuonna 2003 Columbia Tristar Egmont (28 kpl), Buena Vista (24 kpl) ja FS Filmi (26 kpl). Niiden yhteenlaskettu osuus ensi-illoista oli 43 prosenttia. Pohjoismaisilla yrityksillä

(FS Filmi, SandrewMetronome, Columbia Tristar Egmont ja Scanbox) on hyvin vahva asema Suomessa elokuvien maahantuonnissa. Elokuvien maahantuonnissa tapahtui paljon muutoksia 1990-luvun loppupuolella. Tuolloin yhdysvaltalaisen studioiden levitystoimintaa järjesteltiin uudelleen. Myös muutama uusi maahantuojaja aloitti toimintansa. Esimerkiksi Disneyn elokuvia levittää nykyisin Buena Vista International Finland. Warner Bros. studio elokuvien jakelu siirtyi sen tytäryhtiöltä SandrewMetronomelle. Aiemmin myös Finnkino oli tärkeä elokuvien maahantuojaja. Vuonna 1997 sen osuus teatteriensi-illoista oli vielä lähes 45 prosenttia. Viime vuosina yhtiö on kuitenkin lopettanut elokuvien maahantuonnin teatterilevitykseen lähes kokonaan. (Taulukko 6.6.)

Television elokuvatarjonta on ollut pitkään kasvussa. 1990-luvulla valtakunnallisten kanavien esittämien elokuvien määrä kaksinkertaistui. Tarjonnan kasvu johtui toisaalta uusista televisiokanavista ja toisaalta siitä, että uudet ja vanhat kanavat lisäsivät elokuvaohjelmistoaan. Viime vuosina elokuvatarjontaa ovat kasvattaneet digitaaliset kanavat. Vuonna 2003 analogisilla ja digitaalisilla valtakunnallisilla kanavilla esitettiin yhteensä 1 375 elokuvaa (taulukko 6.8). Lisäksi elokuvatarjontaa on elokuvaan erikoistuneilla maksutelevisiokanavilla (esim. CANAL+ ja TV1000-kanavapaketit).

Tilastointi

Nykyään Suomen elokuvasäätiö kerää vuosittain tiedot elokuvateattereiden toiminnasta. Tiedot kattavat muun muassa esitetyt elokuvat, kävijämäärät, lipputulot, ja ensiesitykset. Elokuvassäätiö julkaisee tilastot kotisivuillaan (www.ses.fi). Elokuva-teatteriverkosta on tietoja myös Suomen Filmikamarissa.

TNS Gallup Oy:n joka toinen vuosi julkaisemat Intermedia-tutkimukset sisältävät tietoja myös elokuvissa käymisestä ja siinä tapahtuneista muutoksista.

Elokuviissa käymisestä on tietoja myös Tilastokeskuksen vapaa-aikatutkimuksessa. Uusimman vapaa-aikatutkimuksen tiedot kerättiin vuonna 2002.

Televisiossa esitetyt elokuvia ja niiden katsojamääriä koskevat tiedot on saatu suoraan televisioyhtiöiltä.

Rauli Kohvakka

Täydentävää kirjallisuutta

Huttunen, Markku & Kohvakka, Rauli: Kansainväliset yhteistuotannot suomalaisessa elokuvatuotannossa. Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä 1995:3. Helsinki 1996.

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.

Kohvakka, Rauli: Elokuvien katselun muutokset 1980- ja 1990-luvuilla. Teoksessa Liikkanen, Hanifi, & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Oesch, Pekka: Elokuvantekijöiden toimeentulo. Taiteen keskustoimikunnan julkaisu 18. Helsinki 1995.

Samola, Juha: Elokuva ja video helsinkiläisittäin. Teoksessa Kulttuuri ja taide Helsingissä 2004. Helsingin kaupungin tietokeskuksen verkkojulkaisu 2004: 26. Helsinki. www.hel.fi/tietokeskus/julkaisut/

Samola, Juha: Elokuva, video ja uudet kuvatallenteet. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

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.

Taulukot – Tables

- 6.1 Elokuvateattereiden tuotot 1994–2003
Revenues of film exhibition 1994–2003
- 6.2 Esitetyt elokuvat ja elokuvanäytännöt 1994–2003
Film exhibition 1994–2003
- 6.3 Elokuvateattereiden ja salien lukumäärä, istumapaikat, elokuvissa käynnit sekä pääsylipputuotot ja elokuvalipun keskihinta 1994–2003
Number of cinemas, auditoria, seats, cinema admissions, Box Office and average price of cinema ticket 1994–2003
- 6.4 Elokuvateatterit salimäärän mukaan 1992–2001
Cinemas by number of screens 1992–2001
- 6.5 Pitkien elokuvien ensi-illat alkuperämaittain 1994–2003
New feature film premieres by country of origin 1994–2003
- 6.6 Pitkien elokuvien ensi-illat elokuvatoimistoittain 1994–2003
Feature film premieres by distributor 1994–2003
- 6.7 Elokuvatuotantoyritykset tuotettujen pitkien näytelmäelokuvien määrän mukaan 1994–2003
Film production companies by number of produced feature films 1994–2003
- 6.8 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1994–2003
Feature films shown on television 1994–2003
- 6.9 Suurimmat elokuvateatteripaikkakunnat 2003
Biggest cinema towns in Finland 2003
- 6.10 Kymmenen suosituimman kotimaisen ja ulkomaisen elokuvan osuudet kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista 1994–2003
Top ten Finnish and foreign films: share of total admissions and Box Office 1994–2003
- 6.11 Esitetyt elokuvat, elokuvateatteriyleisö ja pääsylipputuotot elokuvien alkuperämaittain 2001
Films shown, cinema admissions and Box Office receipts by originating country of films 2001
- 6.12 Vuoden 2003 suosituimmat elokuvat
Top ten films 2003
- 6.13 Katsotuimmat elokuvat televisiossa 2003
Top ten films in television 2003
- 6.14 Elokuvissa käyminen viimeisten 6 kk:n aikana vuosina 1992–2004
Cinema-going during past 6 months 1992–2004

Kuviot – Figures

- 6.1 Elokuvissakäyntien kokonaismäärä ja käynnit asukasta kohden 1990–2003
Cinema admissions 1990–2003

- 6.2 Elokvateattereiden lipputulot ja kotimaisten elokuvien katsojaosuus 1990–2003
Box Office receipts and Finnish Films' share of viewers 1990–2003
- 6.3 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1985–2003
Feature films shown on television 1985–2003
- 6.4 Elokvissa käyminen viimeisten 6 kk:n aikana 2004
Cinema-going during past 6 months 2004

6.1 Elokuvateattereiden tuotot 1994–2003
Revenues of film exhibition 1994–2003

Vuosi – Year	Käyvin hinnoin – Current prices	Kiintein (2003) hinnoin Fixed (2003) prices
	€ milj. – € million	€ milj. – € million
1994	34	40
1995	34	38
1996	34	39
1997	38	42
1998	43	47
1999	48	52
2000	48	51
2001	48	49
2002	57	58
2003	59	59

Sisältää lipputulot ja elokuvateatterimainonnan. – Includes B.O. receipts and advertising revenues.

Lähde: Tilastokeskus
 Source: Statistics Finland

6.2 Esitetyt elokuvat ja elokuvanäytännöt 1994–2003
Film exhibition 1994–2003

Vuosi Year	Esitettyjä elokuvia yhteensä Films shown total	Ensi-iltoja Premieres	Kotim. pitkiä näytelmä-elokuvia Finnish feature films	Näytäntöjä Showings	Esityksiä/elokuva Showings/film	Esityksiä/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.	%
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	25,1
2000	409	170	9	14,9
2001	385	165	12	177,0	460	520	36,7	10,3
2002	..	192	10	18,0
2003	..	178	10	22,0

Lähteet: Suomen elokuvasaatio
 Suomen Filmikamari
 Sources: Finnish Film Foundation
 The Finnish Chamber of Films

6.3 Elokuvateattereiden ja salien lukumäärä, istumapaikat, elokuvissa käynnit sekä pääsylipputuotot ja elokuvalipun keskihinta 1994–2003

Number of cinemas, auditoria, seats, cinema admissions, Box Office and average price of cinema ticket 1994–2003

Vuosi Year	Elokuva- teattereita Cinemas	Elokuva- saleja Auditoria	Saleista kau- pungeissa Auditoria in urban areas	Kuntia, joissa elokuvateatteri 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	€
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
2002	..	342	7,7	1,5	55,0	7,1
2003	..	338	7,7	1,5	56,4	7,3

Lähteet: Suomen elokuvasäätiö
Suomen Filmikamari

Sources: Finnish Film Foundation
The Finnish Chamber of Films

6.4 Elokuvateatterit salimäärän mukaan 1992–2001

Cinemas by number of screens 1992–2001

Vuosi Year	Elokuvateattereita – Cinemas					Yhteensä Total
	1-salisia teattereita 1-screen cinemas	2-salisia 2 screens	3–5-salisia 3–5 screens	6–7-salisia 6–7 screens	8 salia tai enemmän 8 or more screens	
	Kpl – No.					
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
	%					
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

Lähteet: Suomen Filmikamari

Sources: The Finnish Chamber of Films

6.5 Pitkien elokuvien ensi-illat alkuperämaittain 1994–2003
New feature film premieres by country of origin 1994–2003

Alkuperämaa – <i>Country of origin</i>	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Elokuvia – <i>Number of films</i>										
Kotimaiset – <i>National</i>	11	8	10	9	8	16	9	12	10	13
Muut EU-maat* – <i>Other EU*</i>	29	25	35	26	17	51	33	34	..	36
Muu Eurooppa <i>Other Europe</i>	–	–	–	4	–	–	–	5	..	4
Eurooppalaiset yhteistuotannot <i>European co-productions</i>	2	4	15	7	6	10	8	6	..	5
Eurooppa yhteensä – <i>Europe total</i>	42	37	60	46	31	77	50	57	..	58
Josta muut Pohjoismaat <i>Of which other Nordic countries</i>	4	5	9	5	3	8	4	15	..	18
Yhdysvallat – <i>USA</i>	97	86	87	88	82	100	105	94	..	100
Muut maat – <i>Other countries</i>	10	11	12	8	9	9	8	9	..	12
Muut yhteistuotannot** <i>Other co-productions**</i>	3	5	3	3	23	1	7	5	..	8
Yhteensä – <i>Total</i>	152	139	162	145	145	187	170	165	192	178
Alkuperämaa – <i>Country of origin</i>										
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
Kotimaiset – <i>National</i>	7	6	6	6	6	9	5	7	5	7
Muut EU-maat* – <i>Other EU*</i>	19	18	22	20	12	27	19	21	..	20
Muu Eurooppa <i>Other Europe</i>	–	–	–	3	–	–	–	3	..	2
Eurooppalaiset yhteistuotannot <i>European co-productions</i>	1	3	9	4	4	5	5	4	..	3
Eurooppa yhteensä – <i>Europe total</i>	28	27	37	32	21	41	29	35	..	33
Josta muut Pohjoismaat <i>Of which other Nordic countries</i>	3	4	6	3	2	4	2	9	..	10
Yhdysvallat – <i>USA</i>	64	62	54	61	57	53	62	57	..	56
Muut maat – <i>Other countries</i>	7	8	7	6	6	5	5	5	..	7
Muut yhteistuotannot** <i>Other co-productions**</i>	2	4	2	2	16	1	4	3	..	4
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Nykyiset Euroopan Unionin jäsenmaat. – *Current member states of the European Union.*

** Sisältää myös osittain eurooppalaiset yhteistuotannot. – *Includes also partly European co-productions.*

Lähteet: Suomen elokuväsäätiö

Suomen Filmikamari

Sources: Finnish Film Foundation

The Finnish Chamber of Films

Muokattu – *Processed*

6.6 Pitkien elokuvien ensi-illat elokuvatoimistoittain 1994–2003
Feature film premieres by distributor 1994–2003

Toimisto <i>Distributor</i>	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Yhteensä Total
	<i>Elokvien lukumäärä – Number of films</i>										1994–2003
Finnkino Oy	90	69	81	66	8	14	9	3	4	1	345
United Pictures Finland Oy	19	23	18	12	18	22	19	20	17	12	180
Columbia Tristar Egmont Film Distributors Oy				2	28	35	31	27	27	28	178
Cinema Mondo Oy	5	12	11	16	10	17	16	19	17	16	139
Warner Bros. Finland Oy	24	20	23	19	24	27					137
Buena Vista International Finland Oy					22	26	21	12	20	24	125
FS Film Oy							19	28	28	26	101
Sandrew Metronome Distribution Finland Oy							28	26	25	19	98
Kamras Film Group Oy				16	18	12	7	10	15	12	90
Scanbox Finland Oy			1	5	13	11	7	6	16	20	78
Senso Films Oy					0	13	10	9	11	4	47
Future Film Oy							7	9	9	11	36
Alfapanorama Film Oy	2	11	18								31
Kinoscreen Illusion Oy	4	2	2	4	4	4	1	2	2	3	28
Muut toimistot – <i>Other distributors</i>	16	5	7	5	2	6	1		1	2	45
Muut ei kaupalliset – <i>Other non-profit distr.</i>	3	5	5	9	1	5					28
Yhteensä – Total	163	147	166	154	148	192	176	171	192	178	

Lähde: Suomen elokuvaääitiö, Suomen Filmikamari

Source: *Finnish Film Foundation statistics, The Finnish Chamber of Films*

6.7 Elokuvatuotantoyritykset tuotettujen pitkien näytelmäelokuvien määrän mukaan 1994–2003*
*Film production companies by number of produced feature films 1994–2003**

Yhtiö Company	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Yhteensä Total 1994–2003
Villealfa Filmprod. Oy **	2	2	3	1	1	2	1	1	1	–	14
MRP Matila Röhr Productions Oy***	–	–	1	–	1	3	1	2	2	3	13
Kinoproductions Oy	1	1	–	2	1	1	–	1	1	1	9
ArtistaFilmi Oy	1	1	1	1	–	1	–	1	–	1	7
Ere Kokkonen Oy	1	–	1	1	1	–	1	–	1	–	6
Solar Films Inc	–	–	–	1	–	1	2	–	1	1	6
Kinotar	–	1	–	–	–	2	–	–	–	2	5
SpedeTuotanto Oy	2	–	–	–	–	1	–	–	–	–	3
Jörn Donner Productions Oy	–	1	–	–	–	–	2	–	–	–	3
DadaFilmi Oy	–	1	–	–	–	1	–	–	1	–	3
Gnu Films	–	–	–	2	–	–	1	–	–	–	3
Fennada Filmi Oy	–	–	–	–	1	–	1	1	–	–	3
Blind Spot Pictures Oy	–	–	–	–	–	–	1	1	–	1	3
Filminor Oy	–	–	1	–	–	1	–	–	–	–	2
Reppufilmi Oy	–	–	–	1	1	–	–	–	–	–	2
FantasiaFilmi Oy ****	1	–	1	–	–	–	–	–	–	–	2
Kinotaurus Oy	–	–	–	–	1	–	–	–	1	–	2
Ugri Films	–	–	1	–	–	–	–	1	–	–	2
Lasihelmi Filmi Oy	–	–	–	1	–	–	–	1	–	–	2
Muut – Other	5	4	1	1	4	1	–	2	2	1	21

* 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 Talent House Oy ja vuodesta 1999 alkaen Fantasia Filmi Oy -yhtiöt. The figure comprises also following companies belonging to the same group: Talent House Oy and Fantasia Filmi Oy.

Lähde: Suomen elokuvasäätiö
 Source: Finnish Film Foundation

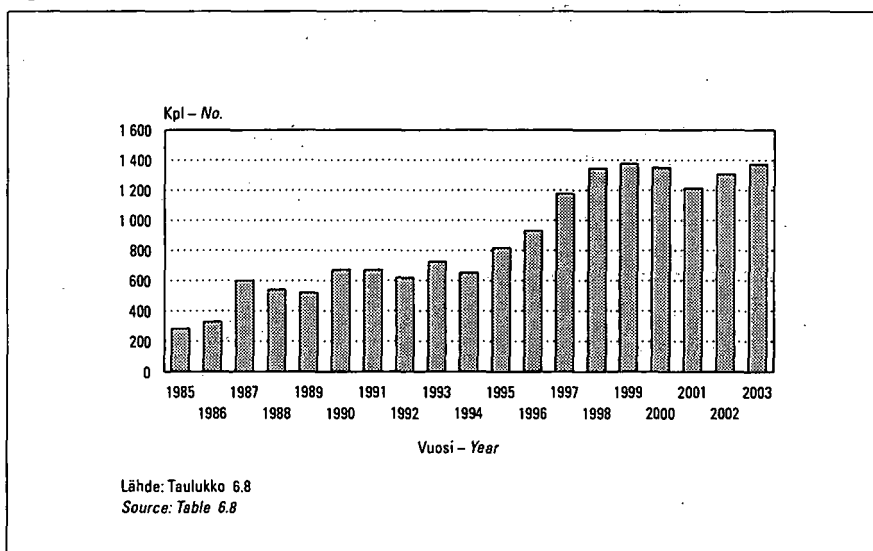
6.8 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1994–2003

Feature films shown on television 1994–2003

Kanava – Channel	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Kpl – No.										
YLE TV1	221	319	334	323	300	263	280	302	275	249
YLE TV2	174	259	267	313	322	328	360	205	193	261
YLE Teema								39	106	130
YLE FST-D								12	64	52
Yleisradio yhteensä – YLE total	395	578	601	636	622	591	640	558	638	692
MTV3	256	239	330	392	411	431	385	337	301	261
MTV3+										26
Nelonen – Channel Four Finland				151	312	355	326	320	367	396
Subtv									100	100
Kaikki yhteensä – All total	651	817	931	1 179	1 345	1 377	1 351	1 215	1 306	1 375

Lähteet: Yleisradio Oy, MTV Oy, Nelonen
Sources: YLE, MTV Oy, Channel Four Finland

Kuvio 6.3 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1985–2003
Figure 6.3 Feature films shown on television 1985–2003



6.9 Suurimmat elokuvateatteripaikkakunnat 2003
Biggest cinema towns in Finland 2003

Paikkakunta <i>Town</i>	Elokuvasaleja <i>No. of cinema auditoria</i>	Elokuvisa käyntejä <i>No. of visits to cinema</i>	Osuus kaikista 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	53	2 592	34	4,6	34
Tampere	17	733	10	3,7	9
Turku	19	618	8	3,5	8
Oulu	10	285	4	2,3	4
Jyväskylä	7	273	4	3,3	4
Pori	5	184	2	2,4	2
Lahti	6	184	2	1,9	2
Kuopio	6	170	2	1,9	2
Vaasa	6	143	2	0,6	2
Joensuu	2	115	1	2,2	1
Yhteensä – Total	131	5 296	69	3,1	69
Koko maa <i>Whole country</i>	338	7 700	100	1,5	100

Lähde: Suomen Elokuvasäätiö, Suomen Filmikamari
 Source: Finnish Film Foundation, Finnish Chamber of Films

6.10 Kymmenen suosituimman kotimaisen ja ulkomaisen elokuvan osuudet kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista 1994–2003

Top ten Finnish and foreign films: share of total admissions and Box Office 1994–2003

	Osuus kokonaiskatsojamäärästä	Osuus pääsylipputuotoista	
	<i>Share of admissions</i>	<i>Share of Box Office</i>	
	%	%	
1994			
10 suosituinta kotimaista	4	4	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	38	39	<i>top ten foreign films</i>
1995			
10 suosituinta kotimaista	10	10	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	33	35	<i>top ten foreign films</i>
1996			
10 suosituinta kotimaista	4	3	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	41	43	<i>top ten foreign films</i>
1997			
10 suosituinta kotimaista	5	5	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	37	34	<i>top ten foreign films</i>
1998			
10 suosituinta kotimaista	10	10	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	39	43	<i>top ten foreign films</i>
1999			
10 suosituinta kotimaista	24	24	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	32	33	<i>top ten foreign films</i>
2000			
10 suosituinta kotimaista	14	14	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	28	28	<i>top ten foreign films</i>
2001			
10 suosituinta kotimaista	9	9	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	31	32	<i>top ten foreign films</i>
2002			
10 suosituinta kotimaista	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	<i>top ten foreign films</i>
2003			
10 suosituinta kotimaista	21	21	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	35	36	<i>top ten foreign films</i>

Lähteet: Suomen elokuvaseäitiö
Suomen Filmikamari

Sources: Finnish Film Foundation
The Finnish Chamber of Films

6.11 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	645 503	10	4 503 381	10
Muut EU-maat – <i>Other EU countries</i>	81	21	893 360	14	6 196 651	14
Muu Eurooppa – <i>Other European countries</i>	6	2	24 926	0	174 399	0
Eurooppalaiset yhteistuotannot – <i>European co-productions</i>	23	6	58 694	1	398 929	1
Eurooppa yhteensä – <i>Europe total</i>	154	40	1 622 483	256	11 273 360	25
Josta muut pohjoismaat – <i>Of which other Nordic countries</i>	23	6	233 912	4	1 521 113	3
Yhdysvallat – <i>USA</i>	202	52	4 318 143	69	30 961 833	69
Muut maat – <i>Other countries</i>	21	5	315 576	5	2 203 067	5
Muut yhteistuotannot * <i>Other co-productions *</i>	8	2	31 466	11	196 122	0
Yhteensä – <i>Total</i>	385	100	6 287 668	100	44 634 381	100

* Sisältää myös osittain eurooppalaiset yhteistuotannot. – *Includes also partly European co-productions.*

Lähde: Suomen Filmikamari

Source: *The Finnish Chamber of Films*

6.12 Vuoden 2003 suosituimmat elokuvat Top ten films 2003

	Ensi-ilta <i>Premiere</i>	Katsojia <i>Viewers</i> Kpl – No.	Pääsylipputuotto <i>Box office receipts</i> Milj.€ – € million
Kotimaiset elokuvat – Finnish films			
Pahat Pojat – <i>Bad Boys – A True Story</i>	2003	614 097	4,4
Sibelius	2003	257 031	1,9
Helmiä ja sikoja – <i>Pearls and Pigs</i>	2003	213 385	1,6
Nousukausi – <i>Upswing</i>	2003	164 093	1,2
Raid	2003	98 820	0,7
Heinähattu ja Viiltitossu – <i>Hayflower and Quiltshoe</i>	2002	98 219	0,6
Hymypoika – <i>Young Gods</i>	2003	74 310	0,6
Mosku – Lajinsa viimeinen – <i>Mosku – Last of His Kind</i>	2003	43 741	0,3
Vieraalla maalla – <i>Land of Love</i>	2003	36 446	0,3
Mies vailla menneisyyttä – <i>The Man Without a Past</i>	2002	34 203	0,2
Yhteensä – <i>Total</i>		1 634 345	11,8
Osuus kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista vuonna 2003 (%) <i>Share of viewers and Box office receipts in 2003 (%)</i>		21	21
Ulkomaiset elokuvat – Foreign films			
Taru sormusten herrasta – Kaksi tornia – <i>Lord of the rings – The Two Towers</i>	2002	467 644	3,6
Taru sormusten herrasta – Kuninkaan paluu – <i>Lord of the rings – The Return of the King</i>	2003	355 739	3,1
The Matrix Reloaded	2003	334 206	2,4
Bruce – taivaanlahja – <i>Bruce Almighty</i>	2003	279 485	2,1
Johnny English	2003	260 643	1,9
Pirates of the Caribbean	2003	245 252	1,9
Nasun suuri elokuva – <i>Piglet's Big Movie</i>	2003	228 421	1,4
Terminator 3 – Koneiden kapina – <i>Terminator 3 – Rise of the Machines</i>	2003	192 655	1,5
The Matrix Revolutions	2003	174 015	1,3
Nemoa Etsimässä – <i>Finding Nemo</i>	2003	169 124	1,2
Yhteensä – <i>Total</i>		2 707 184	20,3
Osuus kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista vuonna 2003 (%) <i>Share of viewers and Box office receipts in 2003 (%)</i>		35	36

Lähde: Suomen Elokuvasäätiö
Suomen Filmikamari
Source: Finnish Film Foundation
The Finnish Chamber of Films

6.13 Katsotuimmat elokuvat televisiossa 2003 Top ten films in television 2003

Elokuva – <i>Film</i>	Maa <i>Country</i>	Kanava <i>Channel</i>	Päivämäärä <i>Date</i>	Yleisö 1000 henkeä <i>Audience '000</i>	Peitto* <i>Rating*</i> %
Yksin kotona 2 – <i>Home Alone 2</i>	USA	MTV3	6.1.	1 195	64
Tuuliajolla – <i>Cast Away</i>	USA	MTV3	24.11.	1 063	66
Polisiopisto 2 – Eka komennus <i>Police Academy 2 – Their First Assignment</i>	USA	MTV3	16.6.	991	62
007 – rakastettuni <i>The Spy Who Loved Me</i>	Britannia – <i>Britain</i>	MTV3	25.12.	954	44
Salainen agentti 007 Istanbulissa <i>From Russia With Love</i>	Britannia – <i>Britain</i>	MTV3	29.12.	889	50
Deep Blue Sea	USA	MTV3	27.1.	879	52
Muumio – <i>The Mummy</i>	USA	MTV3	10.3.	877	56
Vihreä maili – <i>The Green Mile</i>	USA	MTV3	22.12.	871	63
Tupla-Uuno	Suomi – <i>Finland</i>	MTV3	1.5.	859	79
Yksin kotona 3 – <i>Home Alone 3</i>	USA	MTV3	24.2.	855	49

* Osuudet 10 vuotta täyttäneistä televisiota katselleista. – *Shares of person aged 10 years or over watching television.*

Lähteet: Finnpanel Oy
Sources: Finnpanel Oy

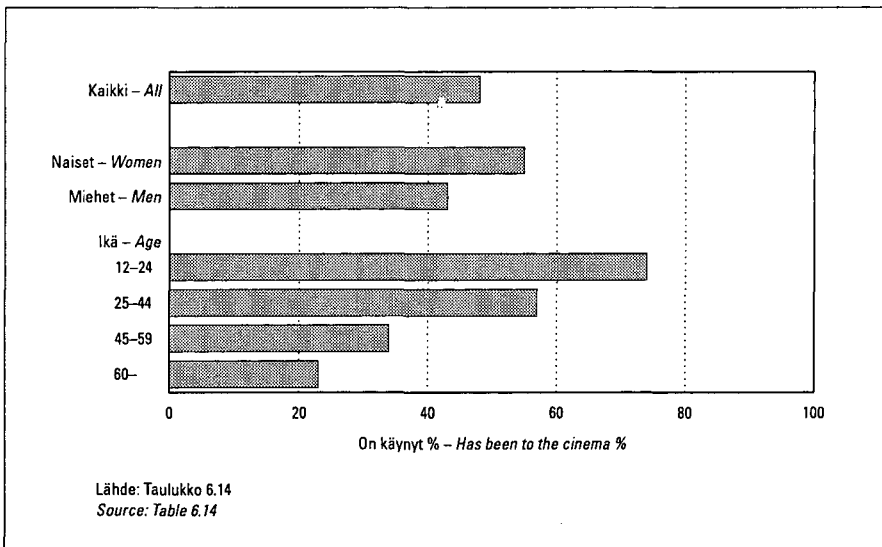
6.14 Elokuviissa käyminen viimeisten 6 kk:n aikana vuosina 1992–2004
Cinema-going during past 6 months 1992–2004

		On käynyt – Has been to the cinema
		%
1992	Kaikki – All	31
1994	Kaikki – All	31
1996	Kaikki – All	30
1998	Kaikki – All	43
<u>2000</u>	<u>Kaikki – All</u>	<u>44</u>
2002	Kaikki – All	48
2004	Kaikki – All	49
2004		
Sukupuoli – Sex	Naiset – Women	55
	Miehet – Men	43
Ikä – Age	12–24	74
	25–44	57
	45–59	34
	60–	23

Huom. Tiedot vuoteen 2000 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.
 Note. Figures for 2002 and onwards are not fully comparable with the figures until 2000.

Lähde: TNS Gallup Oy
 Source: TNS Gallup Group

Kuvio 6.4 Elokuviissa käyminen viimeisten 6 kk:n aikana 2004
Figure 6.4 Cinema-going during past 6 months 2004



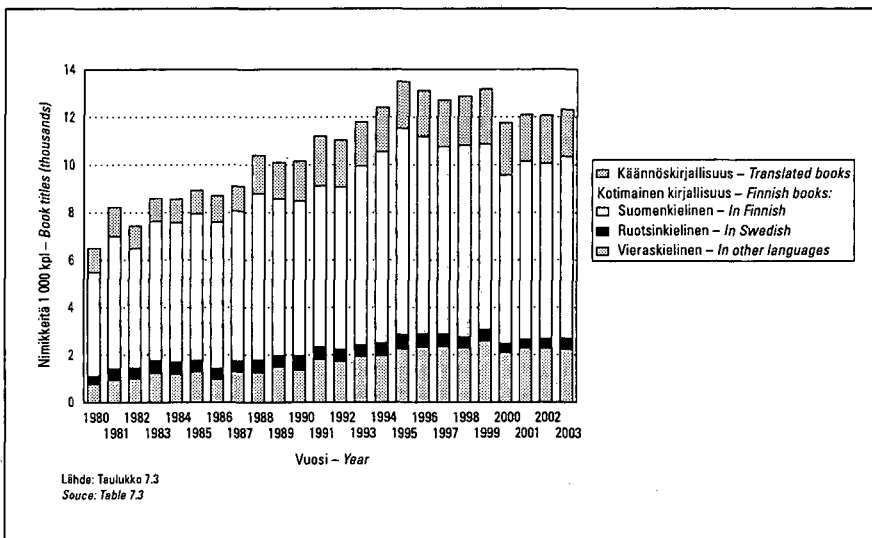
7 Kirjat ja kirjastot

Kirjallisuuden julkaiseminen on pysynyt laajuudeltaan suurin piirtein ennallaan viime vuosina. Vuonna 2003 julkaistiin yhteensä noin 12 000 nimikettä. 1980- ja 1990-luvuilla julkaiseminen sen sijaan kasvoi nopeasti. Nimikkeiden määrä peräti kaksinkertaistui kahdessa vuosikymmenessä. Parhaimmillaan julkaistiin noin 13 500 nimikettä vuodessa. Aivan 1990-luvun lopussa kasvu kuitenkin taittui ja vuosittainen nimikemäärä laski nykyiselle tasolle. Yksi nimikkeiden määrän kasvun syy oli paino- ja taittotekniikan kehittyminen, jonka ansiosta julkaiseminen muuttui aiempaa edullisemmäksi, mikä laski julkaisukynnystä. Tällä oli merkitystä varsinkin pienipainoksiselle kirjallisuudelle. (Taulukot 7.3–7.6 ja kuvio 7.1.)

Edellä mainitut luvut sisältävät kaiken Suomessa julkaistun kirjallisuuden. Niihin sisältyvät varsinaisten kirjojen lisäksi niin sanotut pienpainatteet (5–48 sivua), joita oli 18 prosenttia julkaistuista nimikkeistä vuonna 2003. Luvuissa ovat mukana sekä varsinaisten kirjakustantajien että kaikkien muiden tahojen julkaisut. Kustannusyritysten lisäksi kirjoja julkaisevat paljon muun muassa järjestöt, yliopistot ja julkinen hallinto. Suomen ISBN-keskuksen kustantajarekisterissä olikin vuonna 2003 lähes 4 000 kustantajaa. Tosin suuri osa niistä harjoittaa julkaisutoimintaa vain ajoittain.

Julkaistun kirjallisuuden rakenne ei ole juurikaan muuttunut viime vuosina. Myös pidemmällä aikavälillä suurempia muutoksia on ollut vähän.

Kuvio 7.1 Julkaistu kotimainen ja käännoiskirjallisuus 1980–2003
Figure 7.1 Finnish and translated books published 1980–2003



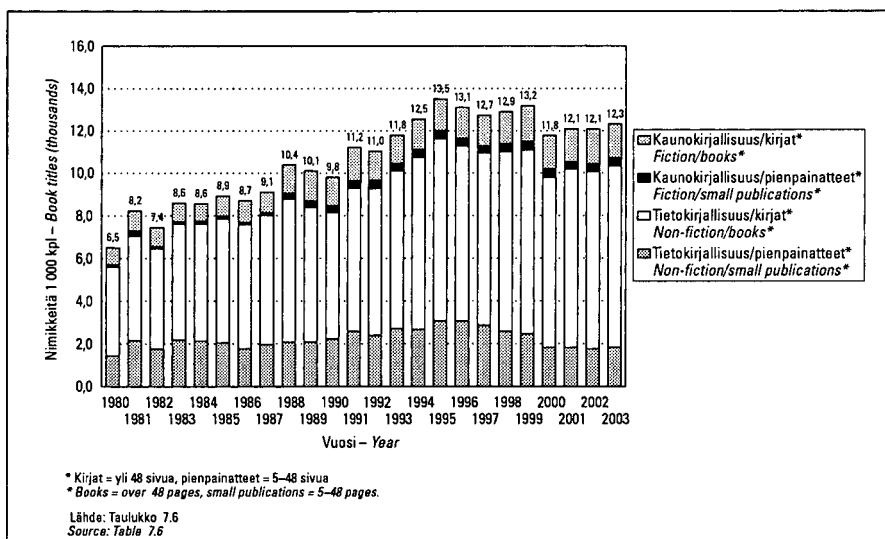
Valtaosa Suomessa julkaistavasta kirjallisuudesta on tietokirjallisuutta. Vuonna 2003 sen osuus kaikista nimikkeistä oli 84 prosenttia ja kaunokirjallisuuden osuus vastaavasti 16 prosenttia. 1980- ja 1990-luvuilla tieto- ja kaunokirjallisuuden nimikemäärät kasvoivat suurin piirtein samassa tahdissa, mutta kasvun vuosien jälkeen tietokirjallisuuden osuus laski pari prosenttiyksikköä. (Taulukko 7.6 ja kuvio 7.2.)

Suomessa julkaistava kirjallisuus on pääosin kotimaista. Kotimaisen kirjallisuuden osuus kaikista nimikkeistä oli 84 prosenttia vuonna 2003. Kotimaisista kirjoista ja pienpainatteista julkaistiin 74 prosenttia suomeksi, neljä prosenttia ruotsiksi ja peräti 22 prosenttia muilla kuin kotimaisilla kielillä. Kielirakenne muuttui 1980- ja 1990-luvuilla. Tuolloin vieraskielisen kotimaisen kirjallisuuden nimikemäärä kasvoi selvästi nopeammin kuin suomen- ja ruotsinkielisen kirjallisuuden. Sen osuus kotimaisesta kirjallisuudesta nousi 14 prosentista 22 prosenttiin vuosina 1980–2000. Viime vuosina kielirakenne on taas pysynyt ennallaan. Yleisimmin vierailta kielillä julkaistaan kotimaista luonnontieteiden, kielitieteen, matematiikan ja lääketieteen alojen kirjallisuutta. (Taulukot 7.3 ja 7.5 sekä kuvio 7.1.)

Suomessa julkaistava käännöskirjallisuus on lähes yksinomaan suomenkielistä. Vuonna 2003 ilmestyi yhteensä 1 900 suomennosta, mutta ruotsiksi käännettiin vain 80 teosta. Lähes kaikki ruotsinnokset käännettiin Suomen kielestä. Suomessa ei juurikaan julkaista ulkomaalaista kirjallisuutta ruotsiksi käännettynä, mutta suomalaiset kustantajat ottavat useista Ruotsissa julkaistavista kirjoista Suomen markkinoita varten osapainoksen. (Taulukko 7.3.)

Käännöskirjallisuuden rakenne alkuperäkielen suhteen on pysynyt pitkään suurin piirtein ennallaan. Englanninkielisen kirjallisuuden asema on säilynyt vahvana. Lähes kaksi kolmasosaa suomennoksista tehdään Englannin kielestä. Seuraavaksi

Kuvio 7.2 Julkaistu kauno- ja tietokirjallisuus 1980–2003
Figure 7.2 Fiction and non-fiction books published 1980–2003



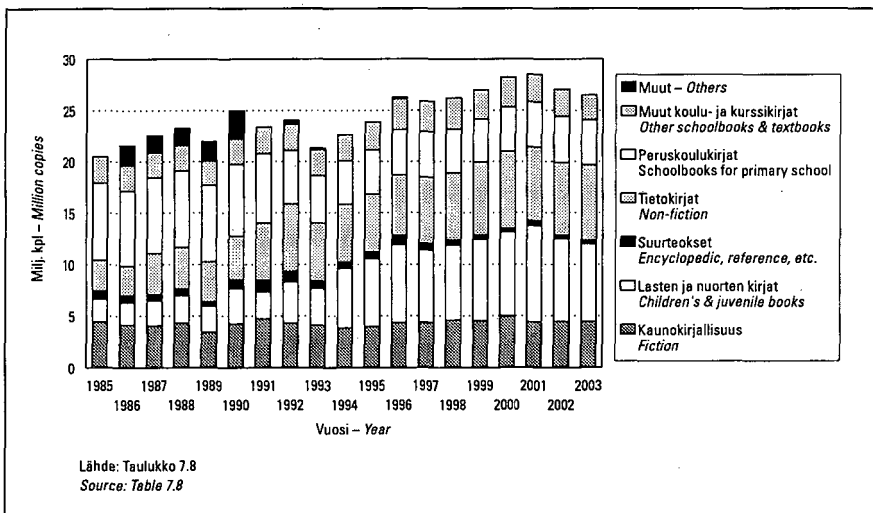
yleisimmin suomennetaan ruotsin- (12 %), ranskan- (6 %) ja saksankielistä (5 %) kirjallisuutta. (Taulukko 7.4.)

Kustannusyrietykset julkaisevat lähes kaksi kolmasosaa kaikesta kirjallisuudesta. Niiden toimialajärjestön Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenet julkaisivat yhteensä 7 307 kirjaa vuonna 2003. Yritysten lisäksi Kustannusyhdistyksen kuuluu muita tahoja kuten järjestöjä, jotka julkaisevat paljon tai joiden toiminnassa julkaisemisella on keskeinen rooli. Kustannusyhdistyksen kuuluu yhteensä noin 90 jäsentä. Kirjankustantajien julkaisutuotanto jakautuu melko tasan tietokirjoihin, oppikirjoihin ja kaunokirjallisuuteen. Kaunokirjallisuutta Kustannusyhdistyksen jäsenet julkaisivat lähes 2 500 nimikettä vuonna 2003. Niistä yksi kolmasosa oli kotimaisia kirjoja. Uutuuksia oli reilu puolet kaikista kirjankustantajien julkaisemista nimikkeistä. (Taulukko 7.7.)

Kustannusyrietykset julkaisevat myös kirjaksi luokiteltavia elektronisia tuotteita. Vuonna 2003 Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenet julkaisivat 394 multimediamikettä cd-rom-, dvd- ja muina tallenteina sekä 127 nimikettä online-tuotteina. CD-romien kauppä ei ole viime vuosina kehittynyt kovin suotuisasti. Vuonna 2003 niitä myytiin 23 miljoonan euron arvosta, mikä on selvästi vähemmän kuin vuosittuuhannen vaihteessa. (Vrt. Luku 10.)

Suomessa myytiin kirjoja yhteensä 479 miljoonan euron arvosta vuonna 2003. Myynnin arvo on kasvanut hitaasti viime vuosina (yhteensä 7 % vuosina 2000–2003). Kappalemääräisesti vuonna 2002 arvioitiin myydyin kaikkiaan 32 miljoonaa kirjaa. Siitä Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenten osuus oli 80 prosenttia. Kustannusyhdistyksen jäsenten myymistä kirjoista hieman yli puolet oli tieto- ja oppikirjoja vuonna 2003. Kaunokirjallisuuden osuus oli 17 prosenttia sekä lasten- ja

Kuvio 7.3 Kappalemääräinen kirjamynti kirjallisuusryhmittäin 1985–2003
Figure 7.3 Book sales by type of literature 1985–2003



nuorten kirjojen osuus 29 prosenttia. Kirjallisuuslajien osuudet ovat viime vuosina pysyneet likimain ennallaan. (Taulukot 7.1 ja 7.8 sekä kuvio 7.3.)

Kirjoja myydään perinteisesti useissa kanavissa. Kirjakauppojen osuus myynnin arvosta oli hieman yli kolmannes vuonna 2003 (Taulukko 7.2 ja kuvio 7.4). Kirjakaupat ovat Suomessa hiljalleen vähentyneet. Vuonna 2002 kirjakaupoilla oli 375 toimipaikkaa Tilastokeskuksen yritysrekisterin mukaan (Taulukko 7.10). Toiseksi tärkein kirjojen myyntikanava oli posti-, suora- ja kirjakerhomyynti, jonka osuus oli 28 prosenttia. Suurimmilla kustantajilla on kerhoissaan yhteensä 200 – 300 000 jäsentä (Taulukko 7.11). Kirjat kuuluvat myös tavaratalojen ja supermarkettien tuotevalikoimiin. Vuonna 2002 niissä arvioitiin olevan yhteensä 134 kirjaosastoa. Tavaratalojen ja markettien osuus kirjamyynnistä oli lähes kymmenesosa vuonna 2003. Useat edellä mainituista kirjojen myyjistä kuten kirjakaupat, kirjakerhot, posti-myyntiliikkeet ja kirjankustantajat toimivat myös internetissä. Niiden verkko-kaupan arvo sisältyy oheisissa luvuissa varsinaiseen myyntiin. Ainakaan vuoden 2002 kesällä Suomessa ei tiettävästi ollut painettuja kirjoja pelkästään verkossa myyvää kotimaista kirjakauppaa.

Suomessa luetaan paljon kirjoja ja lukeminen on myös hyvin yleistä. Vuoden 2002 vapaa-aikatutkimuksessa 70 prosenttia yli kymmenen vuotta täyttäneistä vastaajista ilmoitti lukeneensa vähintään yhden kirjan edellisten kuuden kuukauden aikana. Aktiivisia lukijoita, jotka olivat lukeneet vähintään kymmenen kirjaa, oli noin neljännes. Eniten kirjoja lukevat lapset ja nuoret. Naiset lukevat hieman enemmän kuin miehet. Lukeminen on vähentynyt jonkin verran. Vuonna 1991 vähintään yhden kirjan oli lukenut 75 prosenttia suomalaisista. Myös aktiivisten lukijoiden osuus on laskenut. (Sauri 2004.)

Kirjastot

Kirjastolaitos on tärkeä kirjojen jakelukanava. Suomalainen kirjastoverkosto on hyvin laaja. Vuonna 2003 kirjastoja oli yhteensä 978 kappaletta, joista pääkirjastoja oli 429, sivukirjastoja 458 ja laitoskirjastoja 81. Lisäksi asiakkaita palveli lähes kaksisataa kirjastoautoa ja yksi kirjastovene. Kirjastoverkko on kuitenkin supistunut. Eniten ovat vähentyneet laitoskirjastot, joiden määrä on kymmenessä vuodessa puolittunut. Myös sivukirjastoja on suljettu jonkin verran. Pääkirjastojen määrä on pysynyt suurin piirtein ennallaan. (Taulukko 7.13.)

Yleisten kirjastojen palveluja käytetään aktiivisesti. Lähes puolet (47 %) suomalaisista lainasi kirjastosta jotain vuonna 2003. Lainaajien lukumäärä on pysynyt suurin piirtein ennallaan viime vuosina, mutta he lainaavat entistä aktiivisemmin. Lainaajaa kohden laskettu lainojen lukumäärä nousi vuosina 2000–2003 42:sta 45 lainaan, josta kirjalainoja oli keskimäärin 33 kappaletta. Vaikka kirjojen lainaus on viime vuosina kasvanut jonkin verran, ei se kuitenkaan ole vielä saavuttanut

1990-luvun puolivälin tasoa. Kirjaston kirjoja lukevat sekä aikuiset että lapset. Vajaa kaksi kolmasosaa lainatuista kirjoista oli aikuisten kirjoja ja vastaavasti reilu kolmasosa lastenkirjoja. Kirjalainoista kaksi kolmasosaa oli kaunokirjallisuutta ja yksi kolmasosa tietokirjallisuutta. Kirjastojen toiminnan monipuolistumisesta kertoo se, että muun aineiston lainaaminen on kasvanut suhteellisesti enemmän kuin kirjojen lainaus. Tämän seurauksena on kirjojen osuus lainoista hieman laskenut. Se oli kuitenkin vuonna 2003 edelleen 73 prosenttia. Kirjastojen merkitystä kirjojen jakelukanavana kuvaa se, että kirjalainojen määrä oli 2,7-kertainen verrattuna Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenten vuosittaiseen myyntiin vuonna 2003. (Taulukot 7.8 ja 7.15.)

Kirjastojen kirjavarat ovat pysyneet kooltaan suurin piirtein ennallaan viimeiset kymmenen vuotta. Vuonna 2003 kirjastojen kokoelmassa oli 37 miljoonaa kirjaa. Vielä 1980-luvulla kirjakokoelmat kasvoivat selvästi, mutta 1990-luvun ensimmäisellä puoliskolla kasvu ensin hidastui ja sitten pysähtyi. Muun aineiston kuin kirjojen kokoelmat ovat kasvaneet hieman vuosi vuodelta, mikä on osa kirjastojen palvelujen monipuolistumista. Vuonna 2003 muuta aineistoa oli 4,2 miljoonaa kappaletta. Valtaosa kirjastojen kokoelmista, 90 prosenttia vuonna 2003, on edelleen kirjoja, vaikka muun aineiston osuus onkin hitaasti kasvanut. (Taulukko 7.14.)

Tilastointi

Suomessa julkaistujen kirjanimikkeiden tilastoinnista on vuodesta 1954 vastannut Helsingin yliopiston kirjasto, jolle kirjapainot ja julkaisijat toimittavat vapaakappalet julkaisemistaan kirjoista. Luokituksessa noudatetaan Unescon suosituksia kirjojen tilastoinnista.

Varsinaisia kirjankustannusyriä edustaa Suomen Kustannusyhdistys, joka kerää ja julkaisee vuosittain tietoja jäsentensä toiminnasta. Tiedot kattavat muun muassa kirjojen nimiketuotannon 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 jakeluteittain.

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 vuosi-

na yleisiä kirjastoja ja tieteellisiä kirjastoja koskevia tilastotietoja on julkaistu Kirjastot-raportissa.

Lukemisesta on tietoja Tilastokeskuksen vapaa-aika- ja ajankäyttötutkimuksissa. Uusin vapaa-aikatutkimus tehtiin vuonna 2002 ja uusin ajankäyttötutkimus 1999–2000.

Rauli Kohvakka

Täydentävää kirjallisuutta

Brunila, Anne & Uusitalo, Liisa: Kirjatuotannon rakenne ja strategiat. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 15. Jyväskylä 1989.

Halttunen, Kai: Pienkustantajan arkipäivä. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 45. Jyväskylä 1995.

Kirja-ala Suomessa. *Kirjakauppaliitto*. 2003. <http://www.kirjakauppaliitto.fi/>

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 (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

Niemi, Juhani: Kirjallinen elämä. Kirjallisuuden yhteiskuntasuhteiden kartoitusta. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2000.

Niemi, Juhani: Kirjan markkinat. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

Saarinen, Joensuu & Koskimaa (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.

Sauri, Tuomo: Lukeminen. Teoksessa Liikkanen, Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Stockmann, Bengtsson & Repo: Kirja Suomessa. Opetusministeriö, Kulttuuripoliittikan osaston julkaisusarja 1/2000. Helsinki.

Taulukot – Tables

- 7.1 Kirjamyynnin arvo 1994–2003
Value of book sales 1994–2003
- 7.2 Kirjallisuuden myynti kanavittain 1997–2003
Marketing channels of books 1997–2003
- 7.3 Julkaistu kotimainen ja käänöskirjallisuus 1994–2003
Finnish and translated books published 1994–2003
- 7.4 Julkaistu käänöskirjallisuus alkuperäkielen mukaan 1994–2003
Translated books published 1994–2003 by source language
- 7.5 Suomessa julkaistu kirjallisuus aihealueittain 1994–2003
Total number of books published in Finland under different categories 1994–2003
- 7.6 Tieto- ja kaunokirjallisuuden sekä koulu- ja lastenkirjojen kokonaisnimike-
tuotanto 1994–2003
*Non-fiction, fiction, schoolbooks and children's books: total number of
titles 1994–2003*
- 7.7 Kirjojen nimiketuotanto kirjallisuuslajeittain 1994–2003
Titles produced 1994–2003 by type of literature
- 7.8 Kirjojen kappalemääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin 1994–2003
Book sales by type of literature 1994–2003
- 7.9 Kirjamyynnin arvo kirjallisuusryhmittäin 1994–2003
Value of book sales by type of literature 1994–2003
- 7.10 Kirjakauppojen ja antikvariaattien määrä 1993–2002
Number of bookshops and second-hand bookshops 1993–2002
- 7.11 Suurimmat kirjakerhot 2004 (Helmikuu)
Biggest book clubs 2004 (February)
- 7.12 Suurimmat kirjankustantajat 2003
Biggest book publishers 2003
- 7.13 Yleisten kirjastojen pää-, sivu- ja laitoskirjastot sekä kirjastoautot 1994–2003
Main libraries, branch libraries, institutional libraries and mobile libraries 1994–2003
- 7.14 Yleisten kirjastojen aineistot ja aineistohankinnat 1994–2003
Collections and acquisitions of public libraries 1994–2003
- 7.15 Yleisten kirjastojen lainaajat ja lainat 1994–2003
Public library borrowers and lendings 1994–2003
- 7.16 Yleisten kirjastojen kirjahankinnat ja aineistomenot 1994–2003
Public libraries: book acquisitions and materials expenses 1994–2003
- 7.17 Kirjojen lukeminen 1994–2004
Book readership 1994–2004

Kuviot – Figures

- 7.1 Julkaistu kotimainen ja käänöskirjallisuus 1980–2003
Finnish and translated books published 1980–2003
- 7.2 Julkaistu kauno- ja tietokirjallisuus 1980–2003
Fiction and non-fiction books published 1980–2003
- 7.3 Kappalemääräinen kirjamyynti kirjallisuusryhmittäin 1985–2003
Book sales by type of literature 1985–2003
- 7.4 Kirjallisuuden myynti kanavittain 2003
Marketing channels of books 2003

7.1 Kirjamyynnin arvo 1994–2003*
 Value of book sales 1994–2003*

Vuosi – Year	Myyntin arvo Value of sales € milj. – € million	Kiintein (2003) hinnoin Fixed (2003) prices € milj. – € million
1994	325	372
1995	341	387
1996	373	421
1997	388	432
1998	397	436
1999	415	451
2000	447	470
2001	453	464
2002	474	478
2003	479	479

* Menetelmämuutoksen vuoksi luvut vuoteen 1996 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien kanssa.
 Due to a change in the methodology figures until 1996 are not completely comparable with figures for 1997 and onwards.

Lähteet: Tilastokeskus
 Kirjakauppaliitto
 Sources: Statistics Finland
 The Finnish Book Sellers Association

7.2 Kirjallisuuden myynti kanavittain 1997–2003*
Marketing channels of books 1997–2003*

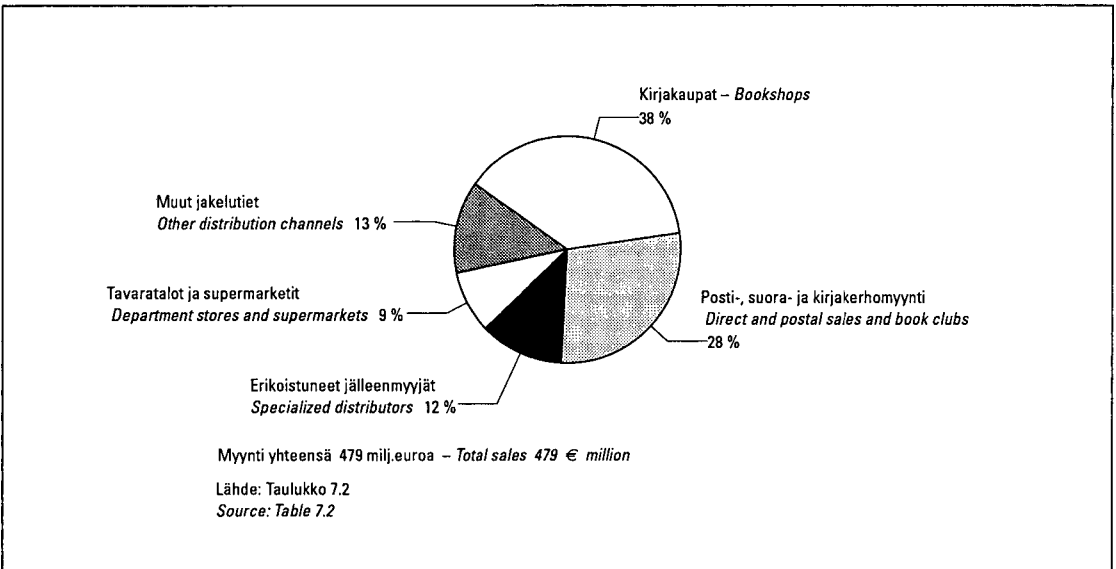
Myyntikanava – Marketing channel	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	€ milj. – € million						
Kirjakaupat – Bookshops	143	144	148	161	169	178	183
Posti-, suora- ja kirjakerhomyynti – Direct and postal sales plus book clubs	131	127	132	136	135	139	136
Erikoistuneet jälleenmyyjät – Specialized distributors	36	44	45	51	52	58	55
Tavaratalot ja supermarketit – Department stores and supermarkets	40	36	40	43	44	41	43
Muut jakelutiet – Other distribution channels	38	47	50	55	54	58	63
Yhteensä – Total	388	397	415	447	453	474	479
	%						
Kirjakaupat – Bookshops	37	36	36	36	37	37	38
Posti-, suora- ja kirjakerhomyynti – Direct and postal sales plus book clubs	34	32	32	30	30	29	28
Erikoistuneet jälleenmyyjät – Specialized distributors	9	11	11	11	11	12	12
Tavaratalot ja supermarketit – Department stores and supermarkets	10	9	10	10	10	9	9
Muut jakelutiet – Other distribution channels	10	12	12	12	12	12	13
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100

* 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 2003
Figure 7.4 Marketing channels of books 2003



7.3 Julkaistu kotimainen ja käännöskirjallisuus 1994–2003* Finnish and translated books published 1994–2003*

Vuosi – Year	Kotimainen kirjallisuus – Finnish books				Käännöskirjallisuus Translated books			Yhteensä – Total	
	Suomen- kielinen** Finnish language**	Ruotsinkieli- nen Swedish language	Muunkieli- set teokset Other languages	Yhteensä Total	Suomen- noksia Into Finnish	Ruotsin- noksia Into Swedish	Yhteensä Total	Näistä ensi- painoksia Of which first editions	
	Kpl – No.								
1994	8 041	534	1 962	10 537	1 743	112	1 855	12 392	11 705
1995	8 669	605	2 254	11 528	1 857	109	1 966	13 494	12 723
1996	8 300	555	2 333	11 188	1 805	111	1 916	13 103	12 326
1997	7 872	537	2 348	10 757	1 869	91	1 960	12 717	11 984
1998	8 044	461	2 301	10 806	1 995	86	2 081	12 887	12 121
1999	7 801	470	2 597	10 868	2 211	94	2 305	13 173	12 368
2000	7 097	385	2 088	9 570	2 106	88	2 194	11 764	11 066
2001	7 497	372	2 281	10 150	1 862	78	1 940	12 090	11 219
2002	7 375	406	2 271	10 052	1 928	89	2 017	12 069	11 088
2003									
Kaikki – All	7 650	460	2 232	10 342	1 887	80	1 967	12 309	11 440
Kirjat – Books	6 385	380	1 769	8 534	1 482	58	1 540	10 074	9 270
Pienpainatteet Small publications	1 265	80	463	1 808	405	22	427	2 235	2 170
	%								
1994	65	4	16	85	14	0,9	15	100	94
1995	64	4	17	85	14	0,8	15	100	94
1996	63	4	18	85	14	0,8	15	100	94
1997	62	4	18	85	15	0,7	15	100	94
1998	62	4	18	84	15	0,7	16	100	94
1999	59	4	20	83	17	0,7	17	100	94
2000	60	3	18	81	18	0,7	19	100	94
2001	62	3	19	84	15	0,6	16	100	93
2002	61	3	19	83	16	0,7	17	100	92
2003									
Kaikki – All	62	4	18	84	15	0,6	16	100	93
Kirjat – Books	63	4	18	85	15	0,6	15	100	92
Pienpainatteet Small publications	57	4	21	81	18	1,0	19	100	97

* 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 käännoiskirjallisuus alkuperäkielen mukaan 1994–2003
Translated books published 1994–2003 by source language

Alkukieli Source language	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
------------------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Kpl – No.

Käännökset suomen kielelle – Translations into Finnish

Englanti – <i>English</i>	1 041	1 196	1 178	1 257	1 423	1 534	1 433	1 219	1 301	1 182
Ruotsi – <i>Swedish</i>	234	213	222	223	199	191	186	177	201	233
Saksa – <i>German</i>	131	135	108	102	99	148	128	131	111	90
Ranska – <i>French</i>	127	105	105	93	83	111	111	125	109	110
Tanska – <i>Danish</i>	29	29	25	17	8	22	29	16	14	8
Venäjä – <i>Russian</i>	22	20	24	21	16	20	21	27	18	26
Norja – <i>Norwegian</i>	16	22	15	16	23	27	18	19	21	54
Italia – <i>Italian</i>	39	40	35	43	46	33	29	17	17	33
Espanja – <i>Spanish</i>	13	16	17	19	8	22	25	18	19	19
Muut* – <i>Others*</i>	91	81	76	78	90	103	126	113	117	132
Yhteensä – Total	1 743	1 857	1 805	1 869	1 995	2 211	2 106	1 862	1 928	1 887

Käännökset ruotsin kielelle – Translations into Swedish

Suomi – <i>Finnish</i>	95	105	104	85	83	86	78	74	84	78
Englanti – <i>English</i>	4	1	2	2	1	4	3	3	1	1
Muut* – <i>Others*</i>	13	3	5	4	2	4	7	1	4	1
Yhteensä – Total	112	109	111	91	86	94	88	78	89	80

%

Käännökset suomen kielelle – Translations into Finnish

Englanti – <i>English</i>	60	64	65	67	71	69	68	66	68	63
Ruotsi – <i>Swedish</i>	13	11	12	12	10	9	9	10	10	12
Saksa – <i>German</i>	8	7	6	5	5	7	6	7	6	5
Ranska – <i>French</i>	7	6	6	5	4	5	5	7	6	6
Tanska – <i>Danish</i>	2	2	1	1	0	1	1	1	1	0
Venäjä – <i>Russian</i>	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Norja – <i>Norwegian</i>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
Italia – <i>Italian</i>	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2
Espanja – <i>Spanish</i>	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Muut* – <i>Others*</i>	5	4	4	4	5	5	6	6	6	7
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Käännökset ruotsin kielelle – Translations into Swedish

Suomi – <i>Finnish</i>	85	96	94	93	97	92	89	95	94	98
Englanti – <i>English</i>	4	1	2	2	1	4	3	4	1	1
Muut* – <i>Others*</i>	12	3	5	4	2	4	8	1	5	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* 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 1994–2003*

Total number of books published in Finland under different categories 1994–2003*

Aihealue Category	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	Nimikkeitä – No. of titles									
Yleisteokset – <i>General interest</i>	320	315	325	316	253	294	224	216	210	286
Filosofia, psykologia <i>Philosophy, psychology</i>	230	266	240	248	221	238	255	255	257	237
Uskonto – <i>Religion</i>	341	390	355	313	319	318	290	321	383	388
Sosiologia, tilasto <i>Sociology, statistics</i>	236	234	245	285	228	233	174	187	158	186
Politiikka, kansantalous <i>Politics, national economy</i>	996	1 026	971	977	902	892	679	680	715	698
Oikeus, julkinen hallinto <i>Law, public administration</i>	956	952	938	992	933	944	716	847	893	941
Sotataito ja -tiede <i>Warfare, military science</i>	111	108	109	97	118	116	81	83	107	103
Kasvatus – <i>Education</i>	660	975	828	740	709	771	557	544	563	551
Kansatiede, kansanrunous <i>Ethnology, folklore</i>	107	90	98	85	96	112	86	69	79	67
Kielitiede – <i>Linguistics</i>	405	438	411	316	355	364	362	361	348	321
Matematiikka – <i>Mathematics</i>	221	239	288	259	255	244	152	308	254	179
Luonnontieteet – <i>Natural sciences</i>	988	973	927	924	893	925	667	748	775	759
Lääketiede – <i>Medicine</i>	588	669	746	738	784	778	577	624	614	694
Insinööritieteet, tekniikka, teollisuus <i>Engineering, technology, industry</i>	1 306	1 477	1 376	1 501	1 135	1 197	825	883	906	790
Maa- ja metsätalous <i>Agriculture and forestry</i>	399	460	465	441	429	428	337	411	362	336
Kotitalous – <i>Household management</i>	145	137	157	168	161	172	135	153	150	171
Liiketalous, liikenne <i>Business economics, transport</i>	729	794	733	706	679	677	519	575	587	586
Arkkitehtuuri, taide – <i>Architecture, art</i>	665	719	681	639	595	624	549	600	574	722
Pelit, urheilu – <i>Games, sport</i>	163	151	126	153	151	136	116	115	119	125
Kirjallisuuden historia <i>History of literature</i>	57	65	64	76	61	47	61	69	66	72
Kaunokirjallisuus – <i>Literature</i>	1 804	1 882	1 834	1 775	1 884	2 097	1 973	1 907	2 009	1 977
Maantiede, matkailu <i>Geography, travel</i>	109	91	105	102	103	124	102	91	117	135
Historia, elämäkerrat <i>History, biographies</i>	1 003	1 043	1 082	866	1 623	1 442	2 327	2 043	1 823	1 985
Yhteensä – <i>Total</i>	12 539	13 494	13 104	12 717	12 887	13 173	11 764	12 090	12 069	12 309

7.5 Jatkuu
Continued

Aihealue – Category	Tästä – Of which Kirjat – Books (yli 48 sivua – over 48 pp.)	Pienpainatteet Small publications (5–48 sivua – pages)	Tästä – Of which Suomenkielisiä Finnish language	Ruotsinkielisiä Swedish language	Muun kielisiä Other language
Yleisteokset – General interest	225	61	205	20	61
Filosofia, psykologia <i>Philosophy, psychology</i>	220	17	209	4	24
Uskonto – Religion	340	48	353	16	19
Sosiologia, tilasto <i>Sociology, statistics</i>	166	20	146	8	32
Politiikka, kansantalous <i>Politics, national economy</i>	492	206	476	29	193
Oikeus, julkinen hallinto <i>Law, public administration</i>	714	227	840	50	51
Sotataito ja -tiede <i>Warfare, military science</i>	98	5	97	2	4
Kasvatus – Education	434	117	460	30	61
Kansatiede, kansanrunous <i>Ethnology, folklore</i>	64	3	57	4	6
Kielitiede – Linguistics	308	13	155	30	136
Matematiikka – Mathematics	119	60	102	12	65
Luonnontieteet – Natural sciences	600	159	430	25	304
Lääketiede – Medicine	573	121	463	18	213
Insinöörیتieteet, tekniikka, teollisuus <i>Engineering, technology, industry</i>	642	148	577	17	196
Maa- ja metsätalous <i>Agriculture and forestry</i>	241	95	280	14	42
Kotitalous – Household management	161	10	166	4	1
Liiketalous, liikenne <i>Business economics, transport</i>	467	119	472	16	98
Arkkitehtuuri, taide <i>Architecture, art</i>	583	139	630	38	54
Pelit, urheilu – Games, sport	103	22	114	5	6
Kirjallisuuden historia <i>History of literature</i>	72	0	53	7	12
Kaunokirjallisuus – Literature	1 584	393	1 879	80	18
Maantiede, matkailu <i>Geography, travel</i>	132	3	112	8	15
Historia, elämäkerrat <i>History, biographies</i>	1 736	249	1 261	103	621
Yhteensä – Total	10 074	2 235	9 537	540	2 232

* Sisältää myös nk. pienpainatteet. – Includes small publications.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto
Source: Helsinki University Library, Bibliographic Department

7.6 Tieto- ja kaunokirjallisuuden sekä koulu- ja lastenkirjojen kokonaisnimiketuotanto 1994–2003* Non-fiction, fiction, schoolbooks and children's books: total number of titles 1994–2003*

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.	%
Kirjat (yli 48 sivua) – Books (more than 48 pages)										
1994	8 064	85	1 414	15	9 478	100	461	5	364	4
1995	8 529	85	1 482	15	10 011	100	508	5	381	4
1996	8 208	85	1 463	15	9 671	100	450	5	341	4
1997	8 075	85	1 429	15	9 504	100	303	3	326	3
1998	8 422	85	1 492	15	9 914	100	380	4	370	4
1999	8 616	84	1 673	16	10 289	100	383	4	422	4
2000	7 957	84	1 570	16	9 527	100	350	4	430	5
2001	8 360	84	1 546	16	9 906	100	460	5	476	5
2002	8 295	84	1 629	16	9 924	100	466	5	479	5
2003	8 490	84	1 584	16	10 074	100	426	4	474	5
Pienpainatteet (5–48 sivua) – Small publications (5–48 pages)										
1994	2 671	87	390	13	3 061	100	33	1	429	14
1995	3 083	89	400	11	3 483	100	44	1	456	13
1996	3 062	89	371	11	3 433	100	62	2	502	15
1997	2 870	89	346	11	3 213	100	52	2	456	14
1998	2 581	87	392	13	2 973	100	36	1	487	16
1999	2 460	85	424	15	2 884	100	49	2	576	20
2000	1 834	82	403	18	2 237	100	56	3	563	25
2001	1 823	84	361	17	2 184	100	55	3	469	22
2002	1 765	82	380	18	2 145	100	37	2	529	25
2003	1 842	82	393	18	2 235	100	31	1	446	20
Yhteensä – Total										
1994	10 735	86	1 804	14	12 539	100	494	4	793	6
1995	11 612	86	1 884	14	13 496	100	552	4	837	6
1996	11 270	86	1 834	14	13 104	100	512	4	843	6
1997	10 942	86	1 775	14	12 717	100	355	3	782	6
1998	11 003	85	1 884	15	12 887	100	416	3	857	7
1999	11 076	84	2 097	16	13 173	100	432	3	998	8
2000	9 791	83	1 973	17	11 764	100	406	3	993	8
2001	10 183	84	1 907	16	12 090	100	515	4	945	8
2002	10 060	83	2 009	17	12 069	100	503	4	1 008	8
2003	10 332	84	1 977	16	12 309	100	457	4	920	8

* Tilastointi perustuu Suomen kirjallisuus -kansallisbibliografian alanmukaisen osaston aineistoon. Tilastoinnissa on noudatettu Unescon suosituksia, 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.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto
Source: Helsinki University Library, Bibliographic Department

7.7 Kirjojen nimiketuotanto kirjallisuuslajeittain 1994–2003*
Titles produced 1994–2003 by type of literature*

Kirjallisuuden laji Type of literature	1994 Kpl – No.	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<i>Kotimainen kaunokirjallisuus – Finnish fiction</i>										
Proosa – Prose	391	415	397	393	362	389	471	399	531	525
Lastenkirjat Children's books	118	139	136	133	147	148	166	233	221	260
Nuortenkirjat Juvenile books	97	109	132	83	85	78	106	133	124	98
<i>Käännetty kaunokirjallisuus – Translated fiction</i>										
Proosa – Prose	504	520	563	635	598	607	608	544	603	553
Lastenkirjat Children's books	501	595	747	786	845	861	981	920	903	754
Nuortenkirjat Juvenile books	148	122	83	133	124	156	172	143	195	170
<i>Runous, näytelmät Poetry, plays</i>										
Tietokirjat – Non-fiction	1 844	1 960	1 981	2 057	2 366	2 382	2 588	2 602	2 540	2 508
<i>Suurteokset Encyclopedic, reference, etc.</i>										
Peruskoulukirjat Schoolbooks for primary school	941	1 014	1 165	1 055	1 016	993	1 017	1 137	1 001	1 179
Muut koulukirjat Other schoolbooks	931	1 170	1 206	1 214	1 188	1 182	1 280	1 091	1 162	1 049
Yhteensä – Total	5 811	6 344	6 696	6 746	6 931	6 985	7 581	7 367	7 437	7 309**
Uutuusien osuus nimiketuotannosta % Proportion of new titles as % of total production	53	54	54	55	55	56	57	57	53	53
%										
<i>Kotimainen kaunokirjallisuus – Finnish fiction</i>										
Proosa – Prose	7	7	6	6	5	6	6	5	7	7
Lastenkirjat Children's books	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4
Nuortenkirjat Juvenile books	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1
<i>Käännetty kaunokirjallisuus – Translated fiction</i>										
Proosa – Prose	9	8	8	9	9	9	8	7	8	8
Lastenkirjat Children's books	9	9	11	12	12	12	13	12	12	10
Nuortenkirjat Juvenile books	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2
<i>Runous, näytelmät Poetry, plays</i>										
Tietokirjat – Non-fiction	32	31	30	31	34	34	34	35	34	34
<i>Suurteokset Encyclopedic, reference, etc.</i>										
Peruskoulukirjat Schoolbooks for primary school	16	16	17	16	15	14	13	15	13	16
Muut koulukirjat Other schoolbooks	16	18	18	18	17	17	17	15	16	14
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien ilmoittama tuotanto. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. – 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.

** Näistä ensipainoksia 3 893 ja uusia painoksia 3 416 vuonna 2003. – Of which 3 893 titles were first editions and 3 416 were reprints.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys
Source: The Finnish Book Publishers Association

7.8 Kirjojen kappalemääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin 1994–2003*
*Book sales by type of literature 1994–2003**

Kirjallisuusryhmä <i>Type of literature</i>	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	1 000 kpl – '000 copies									
Kaunokirjallisuus – <i>Fiction</i>	3 861	3 987	4 342	4 384	4 601	4 502	4 997	4 402	4 442	4 456
Lasten- ja nuortenkirjat <i>Children's and juvenile books</i>	5 755	6 571	7 574	7 024	7 266	7 945	8 124	9 335	8 016	7 557
Suurteokset <i>Encyclopedic, reference, etc.</i>	639	670	890	653	503	393	402	486	366	338
Tietokirjat – <i>Non-fiction</i>	5 614	5 608	5 891	6 408	6 500	7 100	7 497	7 200	7 081	7 322
Peruskoulukirjat <i>Schoolbooks for primary school</i>	4 215	4 287	4 410	4 457	4 297	4 189	4 308	4 423	4 533	4 405
Muut koulu- ja kurssikirjat <i>Other schoolbooks and textbooks</i>	2 540	2 743	3 010	2 978	3 049	2 884	2 901	2 667	2 613	2 405
Muut – <i>Others</i>	–	–	168	3	–	–	–	–	–	–
Yhteensä – Total	22 627	23 866	26 285	25 907	26 216	27 013	28 229	28 513	27 051	26 483
	%									
Kaunokirjallisuus – <i>Fiction</i>	17	17	17	17	18	17	18	15	16	17
Lasten- ja nuortenkirjat <i>Children's and juvenile books</i>	25	28	29	27	28	29	29	33	30	29
Suurteokset <i>Encyclopedic, reference, etc.</i>	3	3	3	3	2	1	1	2	1	1
Tietokirjat – <i>Non-fiction</i>	25	23	22	25	25	26	27	25	26	28
Peruskoulukirjat <i>Schoolbooks for primary school</i>	19	18	17	17	16	16	15	16	17	17
Muut koulu- ja kurssikirjat <i>Other schoolbooks and textbooks</i>	11	11	11	11	12	11	10	9	10	9
Muut – <i>Others</i>	–	–	1	0	–	–	–	–	–	–
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys
 Source: The Finnish Book Publishers Association

7.9 Kirjamyynnin arvo kirjallisuusryhmittäin 1994–2003*
 Value of book sales by type of literature 1994–2003*

Kirjallisuusryhmä Type of literature	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	Milj. € – € million									
Kaunokirjallisuus – Fiction	31	37	38	34	32	33	36	37	38	37
Lasten- ja nuortenkirjat Children's and juvenile books	25	28	27	28	30	33	36	41	41	39
Suurteokset Encyclopedic, reference, etc.	25	25	23	21	20	17	16	15	18	19
Tietokirjat – Non-fiction	78	75	77	89	85	87	87	88	91	96
Peruskoulukirjat Schoolbooks for primary school	30	33	37	39	37	38	40	43	45	45
Muut koulu- ja kurssikirjat Other schoolbooks and textbooks	26	30	33	34	35	34	37	35	35	35
Muut – Others	–	–	3	–	1	0	1	2	1	0
Yhteensä – Total	216	228	238	244	239	243	253	260	269	270
	%									
Kaunokirjallisuus – Fiction	14	16	16	14	13	14	14	14	14	14
Lasten- ja nuortenkirjat Children's and juvenile books	12	12	11	11	12	14	14	16	15	14
Suurteokset Encyclopedic, reference, etc.	12	11	10	9	8	7	6	6	7	7
Tietokirjat – Non-fiction	36	33	32	37	36	36	35	34	34	36
Peruskoulukirjat Schoolbooks for primary school	14	14	15	16	15	16	16	16	17	17
Muut koulu- ja kurssikirjat Other schoolbooks and textbooks	12	13	14	14	15	14	14	13	13	13
Muut – Others	–	–	1	–	0	0	0	1	0	0
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien ilmoittama myynti. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. – 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.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys
 Source: The Finnish Book Publishers Association

7.10 Kirjakauppojen ja antikvariaattien määrä 1993–2002 Number of bookshops and second-hand bookshops 1993–2002

Vuosi – Year	Kirjakauppoja* – Bookshops*	Antikvariaatteja – Second-hand bookshops
1993	413	200
1994	406	192
1995	402	189
1996	393	195
1997	402	208
1998	387	197
1999	380	183
2000	380	178
2001	382	179
2002	375	176

* Lisäksi 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 department stores, hypermarkets and supermarkets. The number and scope of the book sections may vary considerably.

Lähde: Tilastokeskus, Yritysrekisteri
Source: Statistics Finland, Business Register

7.11 Suurimmat kirjakerhot 2004 (Helmikuu) Biggest book clubs 2004 (February)

Omistaja – Owner	Kerhot – Book clubs	Perustettu – Established	Jäseniä kerhoissa – Members, total
Otava-Kuvalehdet	Suuri Suomalainen Kirjakerho	1969	300 000
	Koufulaisen Kirjklubi	1995	
	Metsästys ja Kalastus Kirjklubi	1995	
	Book Avenue	1998	
	Leppäkerttu	2000	
WSOY	Johanna	1971	200 000
	Uudet Kirjat	1980	
	Uppo-Nallen kirjakerho	2001	
Sanoma Magazines Finland	Lasten Oma Kirjakerho	1975	98 000
	Merkurius	1995	
	Sisters Club	1999	
Tammi	Lasten Parhaat Kirjat	1987	57 000
Valitut Palat – Reader's Digest	Kirjavaliot	1976	..

Lähde: Yritysten toimintakertomukset ja omat ilmoitukset
Source: Company annual reports and other company data

7.12 Suurimmat kirjankustantajat 2003
Biggest book publishers 2003

Yhtiö Company	Liikevaihto: kirjojen kustantaminen Turnover from book publishing € milj.– € million	Pääomistaja Main owner
WSOY	143	SanomaWSOY Oyj
Kustannusosakeyhtiö Otava	47	Otava-Kuvalehdet Oy
Kustannusosakeyhtiö Tammi	29	Bonnier AB
Sanoma Magazines Finland	16–21	SanomaWSOY Oyj
Edita Publishing Oy	18	Edita Oy
Gummerus Kustannus Oy	12	Gummerus Oy
Talentum Media Oy	10	Talentum Oyj
Oy Valitut Palat - Reader's Digest Ab*	..	The Reader's Digest Assn.

* Suurimpiin kustantajiin kuuluva Oy Valitut Palat – Reader's Digest Ab ei ilmoita erikseen kirjankustantamisen liikevaihtoaan.
Oy Valitut Palat – Reader's Digest Ab, one of Finland's biggest book publishers, does not announce the company's turnover by sector.

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 laitost kirjastot sekä kirjastoautot 1994–2003
Main libraries, branch libraries, institutional libraries and mobile libraries 1994–2003

Vuosi Year	Pääkirjastoja Main libraries	Sivukirjastoja Branch libraries	Laitost kirjastot Institutional libraries	Yhteensä Total	Kirjastoautoja/veneitä Mobile libraries
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
2002	431	464	92	987	198
2003	429	458	81	978	192

Lähteet: Opetusministeriö
 Kirjastot, Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu
*Sources: Ministry of Education
 Kirjastot (Libraries), Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu*

7.14 Yleisten kirjastojen aineistot ja aineistohankinnat 1994–2003*
*Collections and acquisitions of public libraries 1994–2003**

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					
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
2002	36 677	4 097	40 774	1 638	297	1 934
2003	36 779	4 194	40 973	1 595	295	1 890

* Vuoden lopussa – At the end of the year

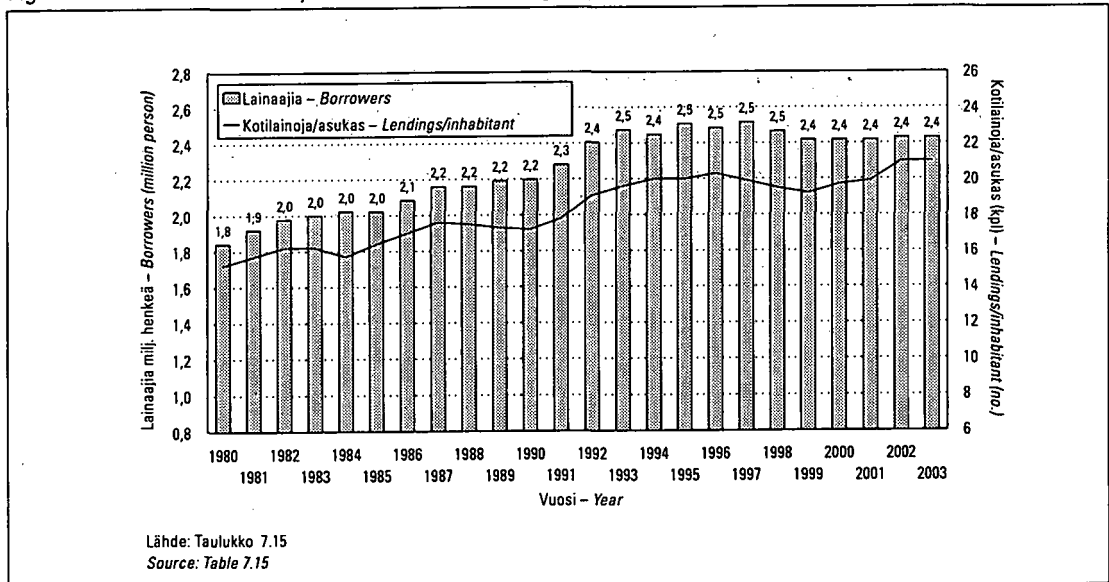
Lähteet: Opetusministeriö

Kirjastot, Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

Sources: Ministry of Education

Kirjastot (Libraries), Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

Kuvio 7.5 Kirjastojen lainaajat ja kotilainat asukasta kohden 1980–2003
 Figure 7.5 Number of library borrowers and lendings per inhabitant 1980–2003



7.15 Yleisten kirjastojen lainaajat ja lainat 1994–2003
Public library borrowers and lendings 1994–2003

Vuosi – Year	Lainaaaja – Borrowers		Lainoja – Lendings		Saadut kauko- lainat* Received inter library loans*	Yhteensä Total	Asukasta kohti Per inhabitant	Lainaajaa kohti Per borrower
	1 000 henk. '000 persons	% väestöstä % of the population	Kirjalainoja Book lendings	Muuta aineistoa Other material				
			1 000 kpl – '000				Kpl – No.	
1994	2 488	49	84 066	17 792	152	102 010	20	41
1995	2 507	49	81 634	20 264	166	102 064	20	41
1996	2 484	48	82 892	21 277	191	104 408	20	42
1997	2 516	49	81 011	21 128	188	102 327	20	41
1998	2 466	48	78 383	21 946	197	100 527	20	41
1999	2 417	47	75 895	23 158	215	99 268	19	41
2000	2 417	47	77 281	24 690	226	102 197	20	42
2001	2 417	47	76 352	26 793	258	103 403	20	43
2002	2 430	47	78 411	28 197	259	106 867	21	44
2003	2 430	47	79 152	28 999	254	108 406	21	45

* Sisältää kaukolainatut 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

7.16 Yleisten kirjastojen kirjahankinnat ja aineistomenot 1994–2003
Public libraries: book acquisitions and materials expenses 1994–2003

Vuosi – Year	Hankittuja kirjoja No. of books purchased	Kirjallisuuden hankintamenot Book acquisition costs	Kirjastojen aineistomenot yhteensä Materials acquisition costs total
	1 000 kpl – '000 copies	€ milj. – € million	
1994	1 596	23	..
1995	1 584	23	..
1996	1 593	23	33
1997	1 636	24	34
1998	1 569	23	34
1999	1 557	23	34
2000	1 607	23	35
2001	1 643	24	36
2002	1 638	23	35
2003	1 595	23	36

Lähteet: Opetusministeriö
 Kirjastot. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

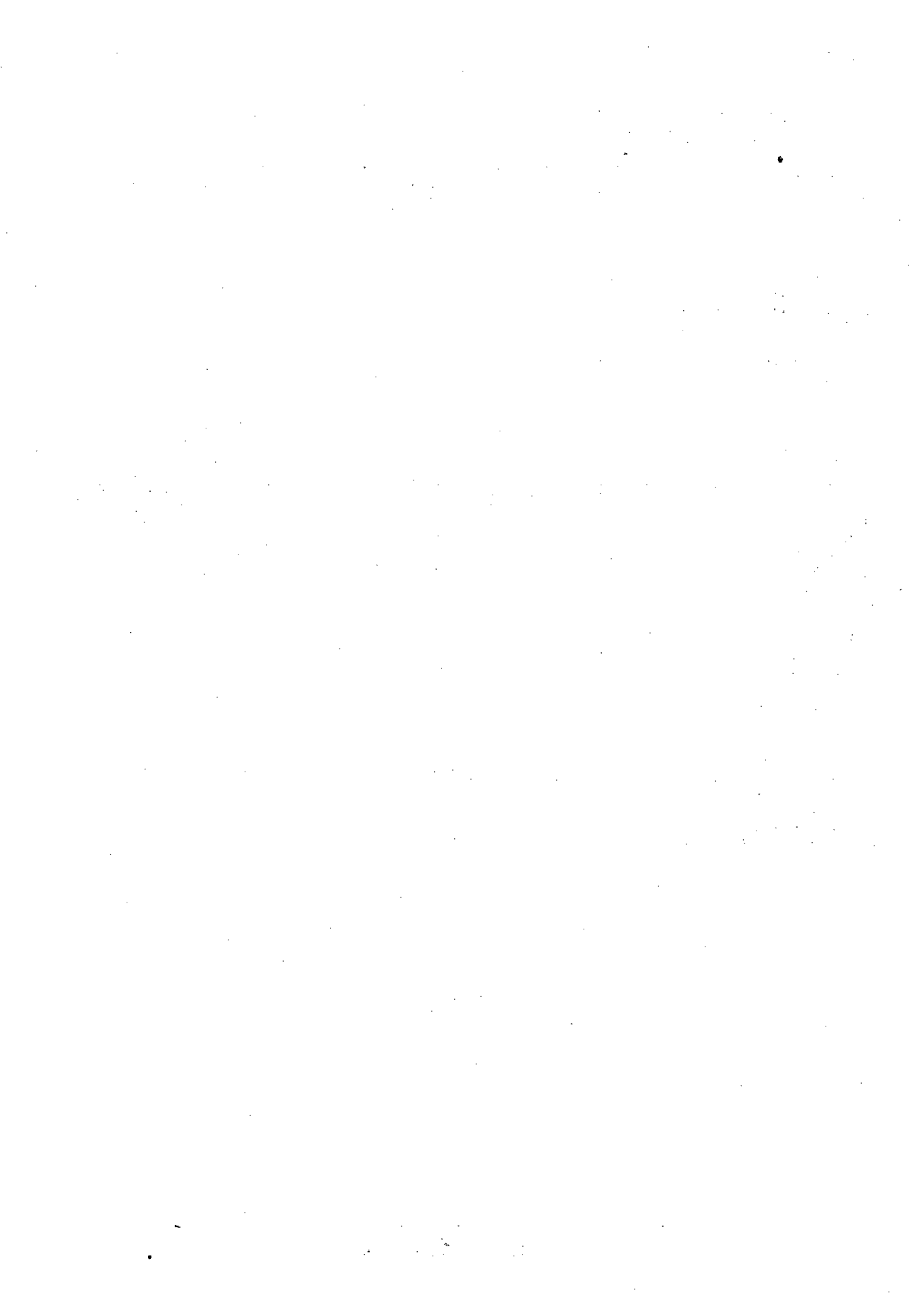
Sources: Ministry of Education
 Kirjastot (Libraries). Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

7.17 Kirjojen lukeminen 1994–2004*
Book readership 1994–2004*

		On lukenut kirjaa edellisenä päivänä – <i>Has read during the previous day</i>		
		Kirjaa – <i>Books</i>	Kaunokirjallisuutta – <i>Fiction</i>	Oppi- ja tietokirjallisuutta – <i>Non-fiction</i>
		%	%	%
1994	Kaikki – <i>All</i>	34	22	19
1996	Kaikki – <i>All</i>	32	20	16
1998	Kaikki – <i>All</i>	34	22	18
2000	Kaikki – <i>All</i>	36	20	21
2002	Kaikki – <i>All</i>	32	16	20
2004	Kaikki – <i>All</i>	32	19	17
2004				
	Naiset – <i>Women</i>	39	25	20
	Miehet – <i>Men</i>	24	13	14
ikä – <i>Age</i>	12–24	44	16	36
	25–44	29	18	15
	45–59	26	19	10
	60–	30	27	10
<hr/>				
		minuuttia/päivä – <i>minutes/day</i>		
1994	Kaikki – <i>All</i>	28	14	14
1996	Kaikki – <i>All</i>	23	13	10
1998	Kaikki – <i>All</i>	26	15	12
2000	Kaikki – <i>All</i>	25	13	12
2002	Kaikki – <i>All</i>	30	10	20
2004	Kaikki – <i>All</i>	29	14	15
2004				
	Naiset – <i>Women</i>	37	19	18
	Miehet – <i>Men</i>	21	9	12
ikä – <i>Age</i>	12–24	55	12	43
	25–44	20	11	8
	45–59	22	16	6
	60–	27	22	6

Huom. Tiedot vuoteen 2000 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.
Note. Figures for 2002 and onwards are not fully comparable with the figures until 2000.

Lähde: TNS Gallup Oy
Source: TNS Gallup Group



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 50 prosenttia. Osuus on selvästi korkeampi kuin Euroopassa keskimäärin (38 % vuonna 2002).

Vuonna 2003 Suomessa ilmestyi kaikkiaan 204 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 harvalukaiseen joukkoon kuuluvien lehtien keskimääräinen levikki on noin 42 000 kappaletta. Vuonna 2003 Suomessa ilmestyi 53 päivälehteä. Niistä viiden levikki ylitti 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.

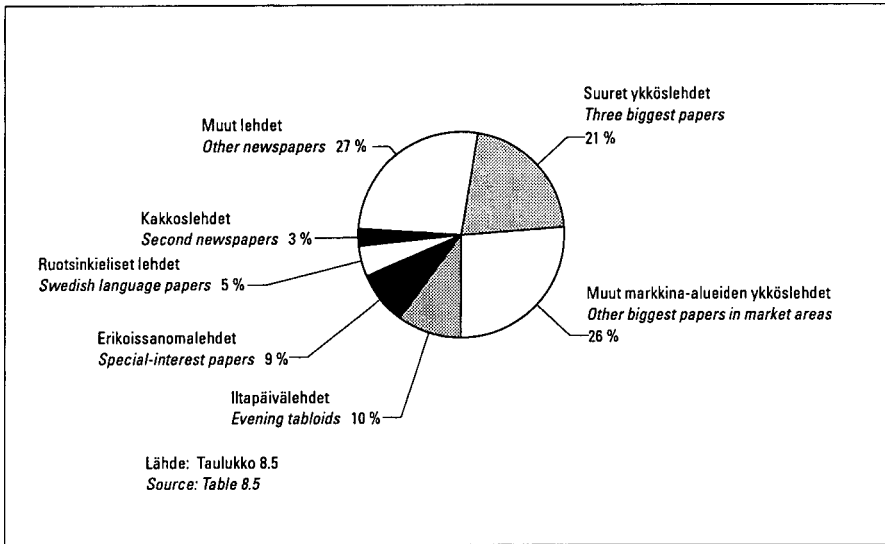
Muut sanomalehdet ilmestyvät 1–3 kertaa viikossa. Näiden lehtien joukko on suuri, mutta levikiltään ne ovat yleensä varsin pieniä. Vuonna 2003 ryhmään kuului 151 lehteä, joiden keskilevikki oli noin 6 500 kappaletta. Suppealla levikkialueella toimivat ja oman alueensa paikallisiin uutisiin keskittyvät 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 noin neljännes, mutta levikillä mitattuna ne hallitsevat sanomalehtikenttää. Niiden osuus sanomalehtien kokonaislevikistä oli 70 prosenttia vuonna 2003. Jo pelkästään seitsenpäiväisten lehtien osuus kokonaislevikistä oli 50 prosenttia. (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. Kakkoslehtien taantuva levikkikehitys on jatkunut myös viimeisten kymmenen vuoden aikana. Vuonna 1994 niiden levikkiosuus oli

Kuvio 8.1 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 2003
 Figure 8.1 Circulation of newspapers by type of paper 2003



noin 5 prosenttia mutta vuonna 2003 enää alle 3 prosenttia. Pari vuosikymmentä aiemmin osuus oli reilusti toistakymmentä prosenttia. Yksistään Uuden Suomen ilmestymisen lakkaaminen 1990-luvun alussa vei kakkoslehtien yhteislevikistä lähes neljänneksen.

Iltapäivälehtien tai irtonumerosanomalehtien levikkiosuuden kasvu oli toinen selvä muutos. Ilta-Sanomien ja Iltalehden keskinäinen kilpailu kasvatti pitkään molempien levikkejä. Niiden osuus sanomalehtien yhteislevikistä kasvoi yli kolminkertaiseksi verrattuna 1980-luvun alkuun. Toistaiseksi korkeimmillaan niiden levikkiosuus oli 11 prosenttia vuonna 2001 mutta on sen jälkeen hieman laskenut. (Kuvio 8.1 ja taulukko 8.5.)

Iltapäivälehdet myydään irtonumeroina. Noin 95 prosenttia kotimaisten sanomalehtien irtonumeromyynnistä on iltapäivälehtien myyntiä. (Taulukko 8.19.) Muiden – niin kotimaisten kuin ulkomaistenkin – sanomalehtien irtonumeromyynti on Suomessa vähäistä. Lehtikulttuurina Suomi on poikkeuksellisen tilaajavaltainen maa. Tämä koskee sekä sanoma- että aikakauslehtiä. Noin 90 prosenttia sanomalehtien levikistä on tilattuja ja kotiin kannettuja lehtiä. (Taulukko 8.18.)

Sanomalehtien verkkoversiot yleistyivät varsin nopeasti. Päivälehdistä lähes kaikilla oli internet-versio vuonna 2004. Muilla sanomalehdillä eli lähinnä paikallislehdillä verkkoversiot olivat selvästi harvinaisempia. Sellainen oli noin 40 prosentilla ryhmän lehdistä. (Taulukko 8.8.)

Sanomalehdistö on taloudelliselta volyymiltaan edelleen koko joukkoviestinnän merkittävin osa. Vuonna 2003 sanomalehtien tuotot olivat noin miljardi euroa. (Taulukko 8.1.) Sanomalehdistön osuus Suomen euromääräisistä joukkoviestintä-

markkinoista on edelleen hyvin suuri eli noin 30 prosenttia. Osuus on laskenut mutta aika vähän verrattuna sanomalehdistön tulonmuodostuksessa ja levikkikehityksessä tapahtuneisiin suuriin muutoksiin. Vuonna 1990 päivälehdet saivat tuloistaan jopa yli 70 prosenttia ilmoitusmyynnistä (kaikki luokiteltu ilmoittelu mukaan lukien), mutta vuosikymmenen alkupuolen lamavuosina osuus laski 50 prosentin tuntuun. Siltä tasolta osuus ei ole enää kovin paljon noussut (taulukko 8.11). Sanomalehtien yhteislevikki on supistunut vuoteen 1990 verrattuna noin 20 prosenttia eli noin 850 000 kappaleella 4,1 miljoonasta 3,2 miljoonaan. Viime vuosina levikin lasku on kuitenkin lähes pysähtynyt (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. Lehdet luopuivat keinotekoisista levikkialueidensa laajennuksista, jotka lisäsivät toimituksellisia kustannuksia, kun uutistyössä oli kattetavana entistä laajempi alue. Myös jakelukustannukset kasvoivat suhteettomasti. Tällaisista epätaloudellisista laajentumismalleista lehdet ovat luopuneet. Siten osalle lehtiä levikin pieneneminen merkitsi taloudellista tervehtymistä.

Mainonnassa Suomi on pysynyt varsin sanomalehtivaltaisena maana, vaikka sanomalehtimainonnan osuus mediamainonnasta on laskenut. Osuus oli 56 prosenttia vuonna 1994 mutta enää 50 prosenttia vuonna 2003. Sanomalehdistön osuus Suomen mediamainonnasta on kuitenkin edelleen selvästi korkeampi kuin EU-maiden keskiarvo, joka oli 38 prosenttia vuonna 2002. (Ks. luvun 1 taulukko 5 & luvun 12 taulukko 3.)

Päivälehtien suurin kuluerä Suomessa on tekninen valmistus (29 %). Valmistuksen osuus kustannuksista on kuitenkin ollut laskussa. Myös jakelun osuus kustannuksista on jonkin verran laskenut. Toimituksen sekä hallinnon ja markkinoinnin osuudet kustannuksista ovat vastaavasti kohonneet. (Taulukko 8.13.)

Lukuisten yritysostojen ja fuusioiden seurauksena suurimpien sanomalehtiyritysten levikillä mitatut markkinaosuudet ovat selvästi kasvaneet. (Kuvio 8.5; taulukot 8.14 & 8.15.) Esimerkiksi neljän suurimman yrityksen levikkiosuus on noin kahdessakymmenessä vuodessa 1980-luvun puolivälistä kasvanut 30 prosentista noin 55 prosenttiin ja kahdeksan suurimman osuus alle 45 prosentista yli 65 prosenttiin. 1980-luvun lopussa mm. osa merkittävistä valtakunnallisista päivälehdistä (Uusi Suomi, lop. v.-91; Iltalehti; Kauppalehti) siirtyi Aamulehteä julkaisevan Tampereen Kirjapainon eli nykyisen Alma Median omistukseen. Alma Media osti 1990-luvulla lisäksi useita alueellisia lehtiyrityksiä Länsi- ja Pohjois-Suomesta. – 1990-luvun muita merkittäviä omistusmuutoksia olivat alueellisen lehtiketjun (Kymen Lehtimedia) muotoutuminen Kaakkois-Suomeen ja siirtyminen kokonaan SanomaWSOY:n omistukseen vuonna 1999 sekä merkittävän alueellisen lehtiketjun muodostuminen Keski-Suomeen (Keskisuomalainen Oyj).

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 kuului Norjan toiseksi suurimman sanomalehtiyhtiön, A-pressenin suurimpiin omistajiin, mutta luopui omistuksestaan vuonna 2003.

Sanomalehtiyhtiöt ovat tiivistäneet toimituksellista ja markkinointiyhteistyötään sekä lehtiketjujen sisällä että toisistaan omistuksellisesti riippumattomien lehtien ja lehtiyhtiöiden 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 noin 30 päivälehteen, joista suurin osa on markkina-alueidensa ykköslehtiä. Mukana on myös joitakin ruotsinkielistä sanomalehtiä. Myös paikallislehtien kesken on syntynyt ilmoitusmarkkinointiyhteistyötä. 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. Muutkin lehdet tuottavat yhteiseen käyttöön teemasivuja.

Lintuperspektiivistä tarkastellen toimituksellinen yhteistyö merkinnee lehtien sisällön samankaltaistumista. Mutta yksittäisen ja resursseiltaan rajallisen lehden lukijoiden kannalta kehityksen saldo lienee kuitenkin positiivinen: oman lehden sisällön monipuolistuminen. Näin ollen lehtien mahdollinen homogenisoituminen ei keskivertolukijaa häirinne, sillä alueellisten lehtien päällekkäisluukijoita on vähän.

Toimituksen aineiston osuus sanomalehtien palstatilasta on keskimäärin noin 70 prosenttia. Loput kolmisenkymmentä prosenttia täyttyvät ilmoituksista. Toimituksen aineiston kolme suurinta ryhmää vuonna 2002 olivat kotimaan aineisto (27 %), ajanvietta-aineisto (19 %) ja urheilu (13 %). (Taulukko 8.16.)

Ilmaislehtien määrä ja taloudellinen volyyymi ovat kasvaneet voimakkaasti. Kymmenessä vuodessa niiden tuotot ovat kaksinkertaistuneet. Tosin osa tuottojen kasvusta selittyy siirtymisestä entistä laajempaan ilmaisjakelulehden määritelmään vuonna 1999. Silloin mukaan laskelmiin otettiin myös ns. noutolehdet. Uutena lehtityyppinä Helsingin lehtimarkkinoille tuli 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. Toista (Uutislehti 100) julkaisee nykyisin SanomaWSOY.

Suurimpien kaupunkien ilmaislehdistö on viime vuosina ketjuuntunut. Suurimaksi toimijaksi Suomen ilmaislehtimarkkinoilla nousi Keski-Uusimaa Oy, kun se

osti Janton Oy:n koko ilmaisjakelulehtivalikoiman (City-lehteä lukuun ottamatta) vuonna 2004. – Toistaiseksi tuorein kattava selvitys ilmaisjakelulehdistä on vuodelta 1999. Sen mukaan Suomessa ilmestyi 136 ilmaislehteä, joiden kokonaispainos oli noin 5 miljoonaa kappaletta. (Taulukot 8.20 – 8.22.)

Tilastointi

Sanomalehdistön levikkitiedot sekä lukijamäärätiedot perustuvat Levikintarkastus 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 Viestintäviraston toimeksiannosta.

Tiedot koti- ja ulkomaisten lehtien irtonumeromyynnistä ovat peräisin Suomen sanoma- ja aikakauslehtien tukkujakelua hallitsevalta Rautakirja Oy:ltä.

Suomen Gallup-Median joka toinen vuosi toteuttamat Intermedia -tutkimukset sisältävät tietoja muun muassa sanomalehtien lukemisesta ja siinä tapahtuneista muutoksista.

Tuomo Sauri

Täydentävää kirjallisuutta

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

Jyrkiäinen, Jyrki & Savisaari, Eero: Sanomalehdistön nykytila. Teoksessa Nordenstren & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

Jyrkiäinen, Jyrki: Sanomalehdistön keskittyminen. Acta universitatis Tampereensis, 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: 1990-luvun talouslaman vaikutus Suomen sanomalehdistöön. Teoksessa Hietala, Oikarinen & Virta (toim.): Arvot, analyysi, tulkinta. Suomen historiallinen seura, Helsinki 1997.

Moring, Tom & Nordqvist, Andrea (toim.): Svenska medier i Finland. SSKH Skrifter Nr. 13. Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, Helsingfors 2002.

Posti- ja pienkuljetustoiminnan tilasto. *Viestintävirasto/Tilastokeskus*, Helsinki, eri vuosina (1997–)

Santonen, Pirjo: Kasvun vuosikymmenet. Teoksessa Tommila (toim.): Sanomalehdistön historia 4: Paikallislehdistön historia. Kustannuskiila, Kuopio 1985.

Sauri, Tuomo: Lukeminen. Teoksessa Liikkanen, Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Tommila, P. & Salokangas, R. : Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia. Edita, Helsinki 1998.

Taulukot – Tables

- 8.1 Sanomalehtien tuotot 1994–2003
Newspaper revenues 1994–2003
- 8.2 Sanomalehdet ilmestymistiheyden mukaan 1994–2003
Newspapers by frequency of issue 1994–2003
- 8.3 Sanomalehtien kokonaislevikin jakautuminen ilmestymistiheyden mukaan 1994–2003
Total circulation of newspapers by frequency of issue 1994–2003
- 8.4 Sanomalehtien kokonaislevikki 1 000 asukasta kohden 1994–2003
Circulation of newspapers per thousand persons 1994–2003
- 8.5 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 1994–2003
Total circulation of newspapers by type of paper 1994–2003
- 8.6 Päivälehtien ilmestymistiheys, levikki, volyymi ja lukijamäärä 2003
Dailies: frequency of publication, circulation, volume and readership 2003
- 8.9 Sanomalehtien verkkoversiot 1997–2004
Number of Internet newspapers 1997–2004
- 8.8 Eräiden sanomalehtien verkkojulkaisujen käyttö 2004 (Huhtikuu, viikko 17)
Use of selected Internet newspapers 2004 (April, week 17)
- 8.7 Suurimpien päivälehtien (2003) levikit 1994–2003
Top daily newspapers by circulation 2003: Circulation trends 1993–2003
- 8.10 7–3-päiväisten sanomalehtien lukumäärä ja levikkiosuudet puoluekannan mukaan 1994–2003
Newspapers (7–3 times/week) by political affiliation 1994–2003
- 8.11 Sanomalehtien tuottojakaumat 1994–2003
Newspaper revenues 1994–2003
- 8.12 Tilausten ja irtonumeromyyntin osuudet päivälehtien kappalemyyntistä 1994–2003
Type of daily newspaper sales (of copies) 1994–2003
- 8.13 Päivälehtien kustannusrakenne 1994–2002
Breakdown of daily newspaper costs 1994–2002
- 8.14 Suurimmat 10 sanomalehtiyhtiötä levikin mukaan 2003
Top 10 newspaper publishers according to circulation 2003
- 8.15 Suurimmat 10 päivälehtiyhtiötä levikin mukaan 2003
Top 10 daily newspaper publishers according to circulation 2003
- 8.16 Päivälehtien sisältö 1994–2002
Contents of dailies 1994–2002
- 8.17 Päivälehtien tekstiaineiston lähteet 1994–2002
Sources of text material in dailies 1994–2002
- 8.18 Sanomalehtien jakelukanavat 1997–2003
Newspaper delivery channels 1997–2003
- 8.19 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynti 1994–2003
Single-copy sales of Finnish and foreign newspapers 1994–2003

- 8.20 Ilmaisjakelulehtien tuotot 1994–2003
Revenues of free newspapers 1994–2003
- 8.21 Ilmaisjakelulehtien määrä, kokonaispainos/numero, volyymi ja ilmoitustulot
1994–2004
Free newspapers: number, total print, volume and revenue from advertising 1994–2004
- 8.22 Suurimmat ilmaisjakelulehdet 2003
Daily free papers and the largest non-daily free papers 2003
- 8.23 Sanomalehtien lukeminen 1994–2004
Newspaper readership 1994–2004
- 8.24 Ilmaisjakelulehtien lukeminen 1994–2004
Free sheets readership 1994–2004

Kuviot – Figures

- 8.1 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 2003
Circulation of newspapers by type of paper 2003
- 8.2 Päivälehdet ilmestymipaikkakunnittain
Dailies by place of publication
- 8.3 Päivälehtien tuottorakenne 1990 ja 2003
Dailies: Breakdown of revenues 1990 and 2003
- 8.4 Päivälehtien kustannusrakenne 2002
Dailies: breakdown of costs 2002
- 8.5 Suurimpien sanomalehtiyritysten osuus levikistä 1986–2003
Major newspaper publishers' share of total circulation 1986–2003
- 8.6 Iltapäivälehtien irtonumeromyynti 1980–2003
Single-copy sales of evening papers 1980–2003

8.1 Sanomalehtien tuotot 1994–2003 Newspaper revenues 1994–2003

	Käyvin hinnoin – <i>Current prices</i>			Kiintein (2003) hinnoin – <i>Fixed (2003) 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. – € million	€ milj. – € million	€ milj. – € million	€ milj. – € million	€ milj. – € million	€ milj. – € million
1994	735	103	838	842	119	961
1995	782	104	886	887	118	1 006
1996	795	107	901	896	120	1 017
1997	831	103	934	926	115	1 041
1998	886	108	992	974	119	1 091
1999	926	116	1 042	1 006	126	1 132
2000	965	114	1 078	1 014	119	1 133
2001	956	113	1 069	980	115	1 095
2002	936	115	1 051	945	116	1 061
2003	931	112	1 043	931	112	1 043

Lähteet: Sanomalehtien Liitto
Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot
Sources: Finnish Newspapers Association
Statistics Finland/Media statistics

8.2 Sanomalehdet ilmestymistiheyden mukaan 1994–2003 Newspapers by frequency of issue 1994–2003

Vuosi – <i>Year</i>	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	
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
2002	29	9	12	3	53	21	62	69	152	205
2003	29	8	12	4	53	20	61	70	151	204

Lähteet: Sanomalehtien Liitto
Levikintarkastus Oy
Sources: Finnish Newspapers Association
The Finnish Audit Bureau of Circulations

8.3 Sanomalehtien kokonaislevikin jakautuminen ilmestymistiheyden mukaan 1994–2003
Total circulation of newspapers by frequency of issue 1994–2003

		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			
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	
	%					69	31	100	
1997	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 647	452	196	41	2 336	1 026	3 362	
	%					69	31	100	
1998	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 649	454	197	43	2 343	984	3 327	
	%					70	30	100	
1999	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 627	455	206	40	2 328	986	3 314	
	%					71	29	100	
2000	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 601	458	212	33	2 304	951	3 255	
	%					71	29	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	
2002	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 596	435	205	31	2 268	993	3 261	
	%					69,5	30,5	100	
2003	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 607	400	205	31	2 243	983	3 227	
	%					70,1	29,9	100	
	Muutos 2003/2002, % <i>Change 2003/2002 %</i>					–1,1	–1,0	–1,1	

Lähteet: Sanomalehtien Liitto
 Levikintarkastus Oy

Sources: Finnish Newspapers Association
 The Finnish Audit Bureau of Circulations

8.4 Sanomalehtien kokonaislevikki 1 000 asukasta kohden 1994–2003 Circulation of newspapers per thousand persons 1994–2003

	Päivälehdet (7–4-päiväiset) Dailies (7–4 issues/week)	Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) Non-dailies (3–1 issues/week)	Yhteensä Total
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
2002	436	191	627
2003	430	188	618

Lähteet: Sanomalehtien Liitto

Levikintarkastus Oy

Sources: Finnish Newspapers Association

The Finnish Audit Bureau of Circulations

8.5 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 1994–2003 Total circulation of newspapers by type of paper 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Lehtiä No. of titles
	%										
Suuret ykköslehdet* Three biggest papers*	20,2	20,7	21,0	21,3	21,6	21,4	21,3	21,5	21,2	21,3	3
Muut markkina-alueiden ykköslehdet Other biggest papers in market areas	26,2	26,7	26,4	26,3	26,4	26,5	26,5	26,5	26,1	26,2	25
Kakkoslehdet** Second newspapers**	4,8	5,0	4,5	4,8	4,9	5,0	4,2	3,7	3,4	2,6	10
Ruotsinkieliset lehdet*** Swedish-language papers***	4,9	5,1	5,0	5,1	5,1	5,1	4,9	4,9	4,8	4,8	13
Iltapäivälehdet – Evening tabloids	8,9	9,2	9,5	9,8	10,1	10,3	10,5	10,9	10,2	9,9	2
Erikoissanomalehdet Special-interest papers	6,0	6,1	6,1	6,1	6,4	6,7	7,0	7,2	8,6	8,6	5
Muut lehdet – Other newspapers	28,7	27,3	27,7	26,6	25,5	25,1	25,6	25,3	25,8	26,5	145
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	204
Levikki (1000 kpl) Circulation (thousand copies)	3 541	3 445	3 391	3 362	3 327	3 314	3 255	3 246	3 261	3 227	

* 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 ilmestymipaikkakunnittain
 Figure 8.2 Dailies by place of publication

4-7-päiväiset Sanomalehtien Liiton jäsenlehdet 2004

4-7 ggr/vecka utkommande
 medlemstidningar
 i Tidningarnas Förbund

Daily member newspapers
 of Sanomalehtien Liitto



8.6 Päivälehtien ilmestymistiheys, levikki, volyymi ja lukijamäärä 2003
Dailies: frequency of publication, circulation, volume and readership 2003

Lehti <i>Newspaper</i>	Levikki <i>Circulation</i> 2003	Lukijamäärä <i>Readership</i> 2003	Lukijoita/levikkikappale <i>Readers/copy</i> 2003
7-päiväiset – 7 issues/week			
Aamulehti	136 331	330 000	2,4
Aamuposti	23 082
Etelä-Saimaa	33 614	82 000	2,4
Etelä-Suomen Sanomat	61 277	147 000	2,4
Helsingin Sanomat	439 618	1 103 000	2,5
Hufvudstadsbladet	50 094	122 000	2,4
Hämeen Sanomat	30 097	75 000	2,5
Jämsän Sanomat	14 624	41 000	2,8
Ilkka	55 375	146 000	2,6
Itä-Savo	19 412	48 000	2,5
Jakobstads Tidning	12 227	32 000	2,6
Kainuun Sanomat	22 750	64 000	2,8
Kaleva	81 689	226 000	2,8
Karjalainen	47 133	127 000	2,7
Keski-Uusimaa	21 402	97 000	4,5
Keskipohjanmaa	27 601	84 000	3,0
Keskisuomalainen	75 836	188 000	2,5
Kouvolan Sanomat	29 299	76 000	2,6
Kymen Sanomat	25 802	72 000	2,8
Lapin Kansa	34 818	95 000	2,7
Länsi-Savo	25 850	69 000	2,7
Länsi-Suomi	16 832	45 000	2,7
Pohjalainen	32 600	101 000	3,1
Pohjolan Sanomat	22 415	64 000	2,9
Salon Seudun Sanomat	21 800	57 000	2,6
Satakunnan Kansa	55 436	147 000	2,7
Savon Sanomat	65 308	175 000	2,7
Turun Sanomat	111 517	282 000	2,5
Uusimaa	13 268	41 000	3,1
Yhteensä – Total	1 607 107	4 136 000	2,6
6-päiväiset – 6 issues/week			
Forssan Lehti	14 195	..	0,0
Iltalehti	121 267	603 000	5,0
Ilta-Sanomat	198 693	956 000	4,8
Länsi-Uusimaa	13 172
Vasabladet	25 439	67 000	2,6
Västra Nyland	10 860
Warkauden Lehti	11 577
Österbotningen	4 730
Yhteensä – Total	399 933

8.6 Jatkuu
Continued

Lehti <i>Newspaper</i>	Leikki <i>Circulation</i> 2003	Lukijamäärä <i>Readership</i> 2003	Lukijoita/levikkikappale <i>Readers/copy</i> 2003
5-päiväiset – 5 issues/week			
Borgåbladet	8 498
Itä-Häme	12 226
Kalajokilaakso	7 945
Kauppalehti	80 894	270 000	3,3
Koillissanomat	8 039
Nya Åland	7 179
Suomenmaa (P-Pohjanmaa)	3 485
Taloussanomat	34 784	73 000	2,1
Uutispäivä Demari	17 265	38 000	2,2
Valkeakosken Sanomat	7 913
Åbo Underrättelser	6 824
Åland	10 489
Yhteensä – Total	205 541
4-päiväiset – 4 issues/week			
Kansan Uutiset	8 146	38 000	4,7
Koillis-Häme	7 024
Raahen Seutu	7 869
Suomenmaa (valtak.)	7 954
Yhteensä – Total	30 993
Kaikki yhteensä – All total	2 243 574

Lähteet: Levikintarkastus Oy
Sanomalehtien Liitto

Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations
Finnish Newspapers Association

8.7 Suurimpien päivälehtien (2003) levikit 1994–2003 Top daily newspapers by circulation 2003: Circulation trends 1993–2003

Lehti Newspaper	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos Change 1994–2003 %
Helsingin Sanomat	469 687	469 794	470 283	470 885	472 666	454 707	446 972	446 380	441 325	439 618	-6
Ilta-Sanomat	215 629	212 533	214 589	220 926	219 103	218 010	214 610	218 829	204 820	198 693	-8
Aamulehti	131 895	129 806	129 658	130 872	132 952	134 047	133 779	135 478	136 028	136 331	3
Iltalehti	101 921	102 653	106 003	113 059	118 460	119 907	126 368	134 777	126 321	121 267	19
Turun Sanomat	115 064	111 454	111 615	113 284	113 411	114 739	114 086	115 142	112 567	111 517	-3
Kaleva	87 615	85 222	84 337	83 867	83 883	84 292	82 842	83 151	82 566	81 689	-7
Kauppalähti	76 047	78 211	78 723	78 948	80 139	81 764	84 626	85 292	83 113	80 894	6
Keskisuomalainen	80 216	79 278	75 442	75 604	76 040	76 315	76 745	77 135	76 818	75 836	-5
Savon Sanomat	73 507	72 283	72 317	71 795	72 532	72 757	67 185	67 219	66 250	65 308	-11
Etelä-Suomen Sanomat	64 552	62 279	62 877	62 044	62 251	62 328	62 218	62 330	62 155	61 277	-5
Yhteensä	1 416 133	1 403 513	1 405 844	1 421 284	1 431 437	1 418 866	1 409 431	1 425 733	1 391 963	1 372 430	-3

Lähteet: Levikintarkastus Oy
Sanomalehtien Liitto

Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations
Finnish Newspapers Association

8.8 Sanomalehtien verkkoversiot 1997–2004 Number of Internet newspapers 1997–2004

	1997 Syksy – Autumn	1998 Syksy – Autumn	2000 Kevät – Spring	2001 Kevät – Spring	2002 Kevät – Spring	2004 Kevät – Spring
Yhteensä – Total	33	50	73	80	100	120
• päivälehdet – dailies	22	34	42	47	51	51
• harvemmin ilmestyvät non-dailies	11	16	31	33	49	69

Läskelmässä mukana vain ne lehtien kotisivut, jotka sisältävät ainakin jossain määrin toimituksellista aineistoa.
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>

8.9 Eräiden sanomalehtien verkkojulkaisujen käyttö 2004 (Huhtikuu, viikko 17) Use of selected Internet newspapers 2004 (April, week 17)

Lehti – Newspaper	Kävijöitä/viikko Visitors/week	Käyntejä/viikko Visits/week
Ilta-Sanomat	423 553	1 264 668
Helsingin Sanomat	312 570	898 956
Iltalehti	393 854	1 025 170
Kauppalähti	83 229	288 365
Taloussanomat	62 671	160 417

Lähde: <http://www.gallupweb.com/>
Source: <http://www.gallupweb.com/>

8.10 7–3-päiväisten sanomalehtien lukumäärä ja levikkiosuudet puoluekannan mukaan 1994–2003
Newspapers (7–3 times/week) by political affiliation 1994–2003

Puoluekanta – Political affiliation	Osuus levikistä – Share of circulation										Lehtiä Titles
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
	%										
SIT – Independent	90,6	95,3	94,9	94,6	94,7	95,4	97,0	98,1	98,1	98,0	69
KOK – National Coalition Party	2,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
KESK – Centre Party	5,2	3,3	3,2	3,5	3,4	2,7	1,2	0,4	0,4	0,5	2
RKP – Swedish People’s Party in Finland	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	–	–	–	–	–	–
SDP – Social Democratic Party	2,1	1,2	1,8	1,8	1,8	1,8	1,5	1,2	1,1	1,2	3
VAS – Left Alliance	–	–	–	–	–	–	0,4	0,3	0,3	0,3	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	73

Lähteet: Sanomalehtien Liitto
 Levikintarkastus Oy

Sources: Finnish Newspapers Association
 The Finnish Audit Bureau of Circulations.

8.11 Sanomalehtien tuottojakaumat 1994–2003 Newspaper revenues 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	%									
Päivälehdet – Dailies										
Ilmoittelu – Advertising	51	51	51	53	56	56	58	56	54	53
Tilaukset ja irtonumerot Subscriptions and single copy sales	49	49	49	47	44	44	42	44	46	47
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Muut sanomalehdet – Other newspapers										
Ilmoittelu – Advertising	60	60	60	63	64	62	59	57	54	53
Tilaukset ja irtonumerot Subscriptions and single copy sales	40	40	40	37	36	38	41	43	46	47
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

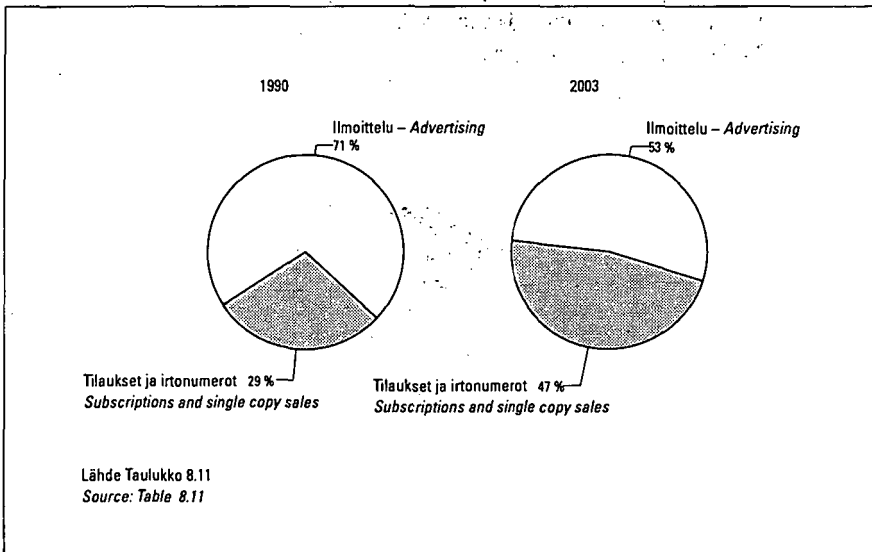
Huom: Ilmoittelu sisältää varsinaisen mainonnan lisäksi myös luokitellun ilmoittelun kokonaisuudessaan.

Note: In addition to advertising proper all classifieds including announcements, notices, column advertisements and public offices are also included.

Lähde: Sanomalehtien Liitto

Source: Finnish Newspapers Association

Kuvio 8.3 Päivälehtien tuottorakenne 1990 ja 2003
Figure 8.3 Dailies: Breakdown of revenues 1990 and 2003



8.12 Tilausten ja irtonumeromyynnin osuudet päivälehtien kappalemyyntistä 1994–2003
Type of daily newspaper sales (of copies) 1994–2003

	Tilaukset Subscriptions %	Irtonumeromyynti Single copy sales
1994	89	11
1995	89	11
1996	89	11
1997	89	11
1998	89	11
1999	88	12
2000	88	12
2001	88	12
2002	89	11
2003	89	11

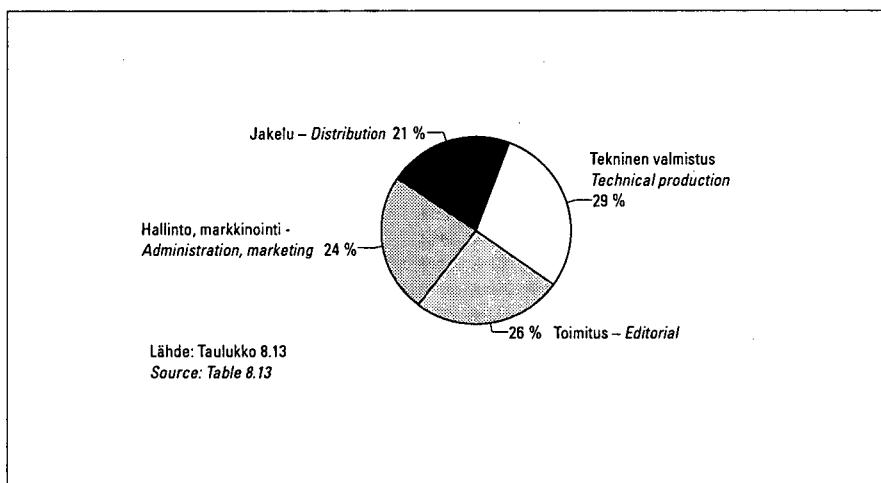
Lähteet: Sanomalehtien Liitto
 World Association of Newspapers
 Sources: The Finnish Newspapers Association
 World Association of Newspapers

8.13 Päivälehtien kustannusrakenne 1994–2002
Breakdown of daily newspaper costs 1994–2002

	1994 %	1996	1998	2000	2002
Toimitus – Editorial	25	24	26	26	26
Tekninen valmistus – Technical production	33	31	28	28	29
Jakelu – Distribution	24	23	23	21	21
Hallinto, markkinointi – Administration, marketing	19	21	24	26	24
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100

Tilastointiin osallistui 48 päivälehteä vuonna 2002. – In 2002 a total of 48 daily newspapers provided data for the statistics.

Kuvio 8.4 Päivälehtien kustannusrakenne 2002
 Figure 8.4 Dailies: breakdown of costs 2002

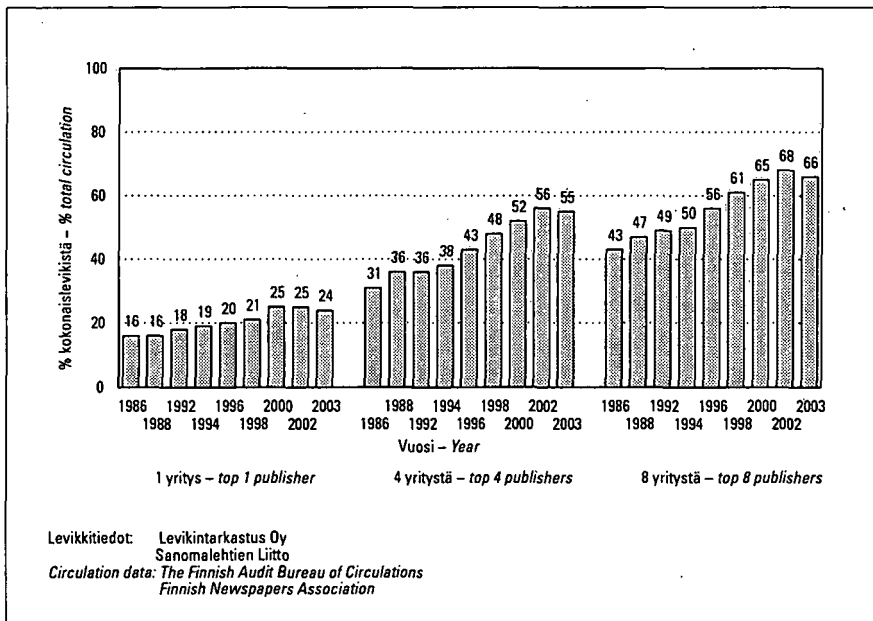


8.14 Suurimmat 10 sanomalehti-yhtiötä levikin mukaan 2003 Top 10 newspaper publishers according to circulation 2003

Kustantaja – Publisher	Kaikki 7–1 -päiväiset sanomalehdet – All newspapers, 7–1 issues/week			
	Lehtiä yhteensä Newspaper titles	(Niistä päivälehtiä) (Of which dailies)	Leikki, 1 000 kpl Circulation, '000 copies	Osuus kokonaislevikistä, % Share of total circulation, %
SanomaWSOY Oyj	11	(6)	787	24,4
Alma Media Oyj	22	(10)	573	17,8
Keskisuomalainen Oyj	22	(4)	272	8,4
TS-yhtymä Oy	5	(2)	150	4,6
Ilkka Oyj	7	(2)	113	3,5
Maataloustuottajain Palvelu Oy	1	(0)	84	2,6
Kirjapaino Kaleva Oy	1	(1)	82	2,5
Esan Kirjapaino Oy	4	(2)	81	2,5
Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	5	(1)	69	2,2
Konstsamfundet	4	(3)	67	2,1
10 suurinta – Top 10	82	(31)	2 278	70,6
Kaikki sanomalehdet All newspapers	204	(53)	3 227	100

Levikkiedot: Levikintarkastus Oy
Circulation data: The Finnish Audit Bureau of Circulations

Kuvio 8.5 Suurimpien sanomalehti-yritysten osuus levikistä 1986–2003
Figure 8.5 Major newspaper publishers' share of total circulation 1986–2003



8.15 Suurimmat 10 päivälehti-yhtiötä levikin mukaan 2003
 Top 10 daily newspaper publishers according to circulation 2003

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	762	34,0
Alma Media Oyj	10	497	22,1
Keskisuomalainen Oyj	4	167	7,5
TS-yhtymä Oy	2	133	5,9
Ilkka Oyj	2	88	3,9
Kirjapaino Kaleva Oy	1	82	3,6
Esan Kirjapaino Oy	2	74	3,3
Konstsamfundet	3	63	2,8
Keski-Uusimaa Oy	3	58	2,6
Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	1	47	2,1
10 suurinta – Top 10	34	1 970	87,8
Kaikki päivälehdet – All dailies	53	2 244	100

Levikkitiedot: Levikintarkastus Oy
 Circulation data: The Finnish Audit Bureau of Circulations

8.16 Päivälehtien sisältö 1994–2002*
 Contents of dailies 1994–2002*

Toimituksen aineisto – Editorial material	1994	1996	1998	2000	2002
	% palstatilasta – % of space				
Artikkeliaineisto – Articles	5	5	5	5	5
Kulttuuri – Culture	6	7	7	7	6
Kotimaan aineisto – Home news	33	32	32	30	27
Ulkomaan aineisto – International news	7	7	6	6	6
Talous – Economy	8	8	8	10	9
Urheilu – Sports	15	15	14	14	13
Ajanviettainaisto – Entertainment	11	14	14	14	19
Yleisön osasto – Letters to the Editor	3	3	3	3	2
Sarjakuvat, pilapiirroukset – Cartoons	3	3	3	2	2
Radio- ja tv sivut – Radio & TV pages	9	8	10	10	10
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100
Koko rekisteröidystä palstatilasta** – Breakdown of total registered space**					
Toimituksen aineistoa – Editorial material	71	69	71	69	71
Ilmoitusaineistoa – Advertisements	29	31	29	32	29
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100

* Jakauma perustuu 4–7 kertaa viikossa ilmestyvien päivälehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.)
 Based on one-week samples of dailies. (Week 47.)

** 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 (noin 2 % vuonna 2002) – 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 ca 2 %).

Lähde: Sanomalehtien Liitto. Toimitustilastot
 Source: Finnish Newspapers Association

8.17 Päivälehtien tekstiaineiston lähteet 1994–2002*

*Sources of text material in dailies 1994–2002**

	1994	1996	1998	2000	2002
	% palstatilasta – % of space				
Toimituksen tuottama <i>Produced by in-house staff</i>	45	45	45	43	41
Oman konsernin lehdistä <i>By other Group publications</i>	3
Avustajien tuottama <i>Produced by outside contributors</i>	11	12	12	11	10
Julkaisuoikeudet ostettu/Tietotoimistoilta <i>Material from news agencies/purchased materials</i>	31	32	33	36	37
Lähetetty aineisto** – <i>Material submitted**</i>	13	11	10	10	9
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100

* Jakauma perustuu 4–7 kertaa viikossa ilmestyvien päivälehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.)
Based on one-week samples of dailies. (Week 47.)

** 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.

8.18 Sanomalehtien jakelukanavat 1997–2003

Newspaper delivery channels 1997–2003

	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 – Home deliveries, total		Irttonumeromyynti <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	39	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
2001	269	31	341	39	154	18	764	88	104	12	868	100
2002	261	31	339	40	151	18	751	89	96	11	847	100
2003	222	27	346	41	172	21	740	89	94	11	834	100

Huom. Osa luvuista on likimääräisiä.
Note. Part of the figures are approximates.

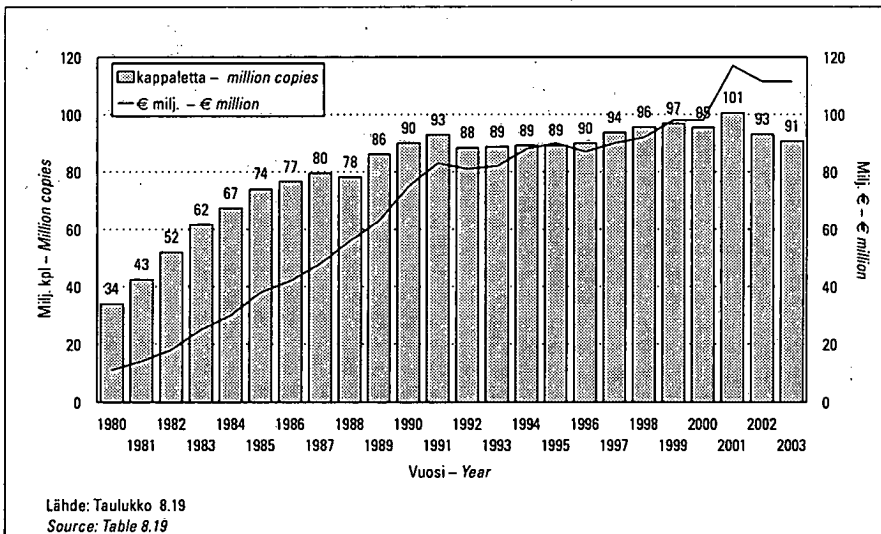
Lähteet: Viestintävirasto/Tilastokeskus
Rautakirja Oyj
*Sources: Finnish Communications Regulatory Authority/ Statistics Finland
Rautakirja Oyj*

8.19 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynti 1994–2003
 Single-copy sales of Finnish and foreign newspapers 1994–2003

	Kotimaiset sanomalehdet All Finnish newspapers		Siitä: iltapäivälehtien osuus Of which: 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
1994	93,2	93,0	89,1	95,6	88,0	94,6	0,7	1,3
1995	93,2	95,2	89,2	95,7	90,0	94,5	0,7	1,3
1996	93,6	91,7	89,9	96,0	86,6	94,4	0,7	1,3
1997	97,4	94,8	93,7	96,2	89,6	94,5	0,7	1,4
1998	99,2	98,0	95,6	96,3	92,2	94,1	0,7	1,4
1999	100,6	104,4	96,9	96,3	98,4	94,3	0,7	1,3
2000	99,2	104,2	95,4	96,2	97,9	93,9	0,6	1,3
2001	103,8	122,5	100,6	96,9	116,7	95,3	0,6	1,3
2002	96,0	116,8	93,1	97,0	111,5	95,4	0,6	1,4
2003	93,8	117,5	90,7	96,7	111,5	94,9	0,6	1,4

Lähde: Rautakirja Oyj
 Source: Rautakirja Oyj

Kuvio 8.6 Iltapäivälehtien irtonumeromyynti 1980–2003
 Figure 8.6 Single-copy sales of evening papers 1980–2003



Lähde: Taulukko 8.19
 Source: Table 8.19

8.20 Ilmaisjakelulehtien tuotot 1994–2003

Revenues of free newspapers 1994–2003

	Käyvin hinnoin Current prices € milj. – € million	Kiintein (2001) hinnoin Fixed (2001) prices
1994	45	52
1995	47	53
1996	50	57
1997	52	58
1998	59	65
1999	82	90
2000	91	95
2001	88	90
2002	94	95
2003	103	103

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 Ilmaisjakelulehtien määrä, kokonaispainos/numero, volyyymi ja ilmoitustulot 1994–2004

Free newspapers: number, total print, volume and revenue from advertising 1994–2004

	1994	1999	2004
Ilmaislehtiä – Number of titles	106	136	146
Kokonaispainos (milj.kpl) – Total print (million copies)	3,5	5,3	6,8
Volyyymi (milj.kpl) – Volume (million copies)	185	333	410
Ilmoitustulot (€ milj) – Advertising revenue (€ million)	270	490	..

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 2003

Daily free papers and the largest non-daily free papers 2003

	Nimi – Title	Julkaisija Company	Alue Distribution area	Ilm. kerrat/vko Issues/week	Painos Total print/issue 2003	Lukijamäärä Readers per issue 2003
Ilmaisjakelupäivälehdet* Daily* free papers	Uutislehti 100	SanomaWSOY (2004–)	Pääkaupunkiseutu Helsinki capital area	5	..	147 000
	Metro	Metro International S.A.	Pääkaupunkiseutu Helsinki capital area	5	..	196 000
Muut – Other	Alueuutiset	Keski-Uusimaa Oy (2004–)	Pääkaupunkiseutu Helsinki capital area	2	445 800	375 000
	Länsiväylä	Keski-Uusimaa Oy (2004–)	Pääkaupunkiseutu Helsinki capital area	2	123 000	142 000
	Tamperealainen	Keski-Uusimaa Oy (2004–)	Tampere	2	136 000	196 000
	Turkulainen	Keski-Uusimaa Oy (2004–)	Turku	2	129 000	173 000

* Ilmestyvät 4–7 krt/vko. – Published 4–7 days/week.

Lähteet: Levikintarkastus Oy
TNS Gallup Oy/AMT 2003
Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations.
TNS Gallup Oy/AMT 2003

8.23 Sanomalehtien lukeminen 1994–2004
Newspaper readership 1994–2004

		On lukenut edellisenä päivänä <i>Has read during the previous day</i>	
		%	Min/päivä <i>Min/day</i>
1994	Kaikki – <i>All</i>	87	36
1996	Kaikki – <i>All</i>	87	40
1998	Kaikki – <i>All</i>	91	42
<u>2000</u>	Kaikki – <i>All</i>	<u>86</u>	<u>38</u>
2002	Kaikki – <i>All</i>	87	48
2004	Kaikki – <i>All</i>	82	48
2002			
Sukupuoli – <i>Sex</i>	Naiset – <i>Women</i>	80	44
	Miehet – <i>Men</i>	83	53
Ikä – <i>Age</i>	12–24	62	25
	25–44	81	41
	45–59	91	61
	60–	95	79

HUOM. Vuosien 2002– tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

NOTE. Figures for 2002 and onwards are not fully comparable with the figures until 2000.

Lähde: TNS Gallup Oy

Source: TNS Gallup Group

8.24 Ilmaisjakelulehtien lukeminen 1994–2004
Free sheets readership 1994–2004

		On lukenut edellisenä päivänä <i>Has read during the previous day</i>	
		%	Min/päivä – <i>Min/day</i>
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
2004	Kaikki – <i>All</i>	39	10
2002			
Sukupuoli – <i>Sex</i>	Naiset – <i>Women</i>	38	10
	Miehet – <i>Men</i>	40	10
Ikä – <i>Age</i>	12–24	34	8
	25–44	39	9
	45–59	41	11
	60–	44	16

HUOM. Vuosien 2002– tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

NOTE. Figures for 2002 and onwards are not fully comparable with the figures until 2000.

Lähde: TNS Gallup Oy

Source: TNS Gallup Group

9 Aikakauslehdet

Talouden volyymilla mitaten aikakauslehdistö on Suomessa päivälehtien jälkeen toiseksi suurin joukkoviestinnän lohko. Aikakauslehdistön osuus on viimeisten kymmenen vuoden aikana ollut noin 18 prosenttia Suomen joukkoviestintämarkkinoiden volyymista eli 655 miljoonaa euroa vuonna 2003 (taulukko 9.1). Aikakauslehdistö on menestynyt varsin hyvin sekä levikki- että mainosmarkkinoilla.

Aikakauslehdet saavat valtaosan tuloistaan tilaus- ja irtonumeromyynnistä, mutta 1990-luvulla mainostulojen osuus kasvoi selvästi (taulukko 9.8.) Vuonna 2003 se oli 30 prosenttia. Samalla aikakauslehdistön osuus mediamainonnasta kasvoi. Viime vuosina se on ollut noin 17 prosenttia. Aikakauslehtimainonnan kehitystrendi on 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 2002). Vielä vuonna 1990 Suomessa osuus oli vain 11 prosenttia mutta EU-maissa keskimäärin 23 prosenttia.

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 lehtinimikkeiden erilaisilla sisar- tai tytärajulkaisuilla tai pyrkimys jopa kokonaisten "lehtiperheiden" synnyttämiseen vakiintuneiden nimikkeiden suojissa. Näin ovat toimineet erityisesti suurimmat aikakauslehtikustantajat.

Lähes yhdeksän kymmenestä myydystä yleisöaikakauslehden numerosta toimitetaan Suomessa tilattuna kotiin (taulukko 9.9). Suomi onkin yksi niistä harvoista Euroopan maista, joissa yleisöaikakauslehtien tilaustuottojen osuus ylittää irtonumeromyynnin tuotot. Suomen tilausmyynnin osuus, lähes 90 prosenttia, lienee Euroopan korkein. Esimerkiksi Ruotsissa tilausten osuus on noin 70 prosenttia, Britanniassa noin 10 prosenttia ja Irlannissa ja Espanjassa vain noin 5 prosenttia. Suomi on aivan poikkeuksellisen selvästi tilausmyyntimaa. Tämä koskee sekä aikakaus- että sanomalehtiä.

Aikakauslehtien valikoima on laaja. Suomessa ilmestyi vuonna 2003 kaikkiaan noin 2 600 aikakauslehteä (taulukko 9.2). Nämä lehdet sisältyvät Suomen Posti Oyj:n lehtipalveluyksikön jakelutilastoon ja täyttävät seuraavat kriteerit:

- Ne ilmestyvät säännöllisesti vähintään neljä kertaa kalenterivuodessa (= vanhan painovapausslain 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.

Aikakauslehtien verkkoversioiden ja muiden aikakauslehtityyppisten verkkojulkaisujen määrä näyttää toistaiseksi vakiintuneen noin pariin sataan lehtinimikkeeseen (taulukko 9.7).

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 9.3.)

Seuraavassa aikakauslehdistöellä tarkoitetaan pääsääntöisesti edellä mainittua Postin tilastoissa esiintyvää noin 2 600 lehden joukkoa. Yleisesti käytetyn luokituksen mukaan aikakauslehdistö ryhmitellään seuraavasti (taulukko 9.2):

- 1 Yleisölehdet, jonka alaryhmiä ovat esimerkiksi yleisaikakaus- ja perhelehdet, erikoislehdet ja harrastelehdet (284 lehtinimikettä vuonna 2003);
- 2 Ammatti- ja järjestölehdet, jotka jaetaan aihealan mukaan useisiin alaryhmiin (1 834 nimikettä);
- 3 Mielipidelehdet, joiden alaryhmiä ovat yhteiskunta ja politiikka, kulttuuri, uskonto sekä muut aatteelliset lehdet (139 nimikettä);
- 4 Asiakas- ja yrityslehdet (143 nimikettä).

Posti tilastoi jakamiensa aikakauslehtien vuosivolyymien lehtityypeittäin tämän luokituksen mukaisesti (taulukot 9.11 & 9.12). Kun myydyt irtonumerot (taulukko 9.13) lisätään yleisölehtien luokkaan, kotimaisten aikakauslehtien vuosivolyymiksi (= levikki kerrottuna ilmestymiskertojen määrällä) saadaan noin 400 miljoonaa kappaletta. Tasan jaettuna niistä riittäisi noin 165 aikakauslehden numeroa eli noin kolme viikkolehtivuosikertaa tai peräti noin 14 kerran kuussa ilmestyvän aikakauslehden vuosikertaa jokaiselle kotitaloudelle.

Aikakauslehtien vuosivolyymi jakautui lehtiryhmiin vuonna 2003 seuraavasti:

- Yleisölehdet	35 %
- Ammatti- ja järjestölehdet	40 %
- Mielipidelehdet	2 %
- Asiakaslehdet	14 %
- (Luokittelematta	8 %)

Posti on tilastoinut jakamansa lehdet lehtityypeittäin 1990-luvun alusta lähtien. Pidemmän aikavälin muutostrendejä voidaan seurata Suomen Mediatarkastuksen levikkitietojen avulla. Levikkinsä tarkastuttaa lähinnä lehdistön se osa, jolle mainonta on tärkeä tulonlähde. Niinpä levikkimittaukset kattavat aikakaushetnimikkeistä vain pienen mutta levikki- ja lukijaosuuksilla mitaten ehdottomasti keskeisimmän osan. Esimerkiksi vuonna 2003 noin 180 aikakausheteä tarkastutti levikkinsä.

Levikkien kehitystä lehtiryhmittäin voidaan tarkastella niiden lehtien osalta, joilla on ollut voimassa oleva levikintarkastus. Koska mukana ovat kunakin vuonna vain ne lehdet joilla oli voimassaoleva levikintarkastus, mukana olevien lehtien joukko ja niiden kokonaismäärä vaihtelevat vuodesta vuoteen. Erityisesti erikoisaikakaushetien ryhmässä trendi on ollut kasvava. Asiakaslehtien ja ammatti- ja järjestölehtien levikkeissä vuosittaiset vaihtelut ovat suuria, koska levikkinsä tarkastuttavien lehtien joukossa on vuosittain suuria vaihteluita. (Taulukko 9.4.)

Kotimaisten aikakaushetien kappalemääräinen irtonumeromyynti on säilynyt samalla tasolla eli noin 24–25 miljoonassa kappaleessa viimeisten kymmenen vuoden ajan (taulukko 9.13). Aikakaushetien kanssa irtonumeromyynnistä kilpailevia iltapäivälehtiä myydään nykyisin irtonumeroina lähes nelinkertainen määrä kaikkien aikakaushetien koko irtonumeromyynnin summaan verrattuna (vrt. Sanomalehdet -luvun taulukko 8.19). Tämäkin osaltaan osoittaa irtonumeromyynnin vähäistä osuutta ja tilausmyynnin keskeistä asemaa Suomen aikakaushettimarkkinoilla.

Myös ulkomaisten aikakaushetien irtonumeromyynti on säilynyt viimeiset kymmenen vuotta suurin piirtein ennallaan noin 3 miljoonassa kappaleessa (taulukko 9.13.) Vuonna 2003 ulkomaisia lehtiä myytiin 2,9 miljoonaa kappaletta eli 30 prosenttia vähemmän kuin huippuvuonna 1992, jolloin myynti oli 4,2 miljoonaa kappaletta. Myydyt ulkomaisten lehtien irtonumerot ovat valtaosin erikoisaikakaushetitiä ja harrastelehtiä (taulukko 9.15.).

Suomessa on kolme selvästi muita suurempaa aikakaushetien kustantajaa. 1980-luvun lopussa Yhtyneet Kuvalehdet kasvoi selvästi suurimmaksi aikakaushetityritykseksi ostamalla toisen merkittävän aikakaushetikustantajan, Lehtimiehet Oy:n. 2000-luvulla SanomaWSOY:n Sanoma Magazines Finland kuroi umpeen eroa Yhtyneisiin Kuvalehtiin. Viime vuosina nämä kaksi kustantajaa ovat kilpailleet tasaväkisesti suurimman aikakaushetikustannustalon asemasta. Kolmas volyymillään selvästi muista erottuva kustannustalo on perinteisesti ollut A-lehdet. Mutta myös tanskalaisomisteinen Aller Julkaisut, joka aloitti toimintansa Suomessa vasta 1992, on nopeasti noussut kokoluokaltaan suurimpien kustantajien joukkoon. Neljä suurinta kustantajaa julkaisivat vuonna 2003 yhteensä noin 75 yleisölehtinimikettä, joiden yhteinen vuosivolyyymi oli noin 120 miljoonaa kappaletta. Niiden yhteenlaskettu osuus yleisölehdistä oli vuosivolyyymilla mitaten 82 prosenttia. (Taulukko 9.10.)

Kolme suurinta yleisölehtikustantajaa kuuluvat nykyisin myös suurimpiin asiakaslehtien kustantajiin.

Kahdeksasta suurimmasta aikakauslehtiyhtiöstä neljä (Aller Julkaisut, Bonnier Alandia, Kustannus Oy Forma, Valitut Palat-Reader's Digest) ovat taustaltaan ulkomaisia lehtiyhtiöitä. Ruotsalaisen Bonnierin aiemmin Suomessa omistama toinen kustantamo (Semic, nykyiseltä nimeltään Egmont Kustannus) siirtyi 1997 tanskalaisen Egmontin (50%) ja Helsinki Media Companyn (50%) yhteiseen omistukseen. Puhtaasti ulkomaisessa omistuksessa olevien neljän kustantajan osuus yleisölehtien volyymista on kasvanut selvästi. Vuonna 2003 se oli 17 prosenttia. Kasvu johtuu lähes pelkästään vuonna 1992 Suomessa toimintansa aloittaneen Tanskan suurimman aikakauslehtikustantaja Allerin hyvästä menestyksestä myös Suomessa. (Taulukko 9.10.)

Euroopan mitassa SanomaWSOY:stä tuli viidenneksi suurin aikakauslehtikustantaja, kun se osti hollantilaisen VNU:n aikakauslehtiliiketoiminnot vuonna 2001. Se julkaisee noin 230 aikakauslehtinimikettä kahdessatoista 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.

Tilastointi

Levikintarkastus Oy tarkastaa vuosittain aikakauslehtien nettolevikkejä. Se on myös toimeksiantajana nk. Kansallisessa Mediatutkimuksessa, jossa mitataan suurimpien lehtinimikkeiden lukijamääriä.

Posti on tilastoinut jakamansa aikakauslehtinimikkeet ja niiden vuosivolyymin lehtityyppittäin vuodesta 1992 lähtien.

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. ilmoituslehtien (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.

Tuomo Sauri

Täydentävää kirjallisuutta

Aikakauslehti mediana. *Aikakauslehtien Liitto & Suomen Gallup-Media Oy*, Helsinki 1997.

Eerola, 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 (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

Sauri, Tuomo: Lukeminen. Teoksessa Liikkanen, Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

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 1994–2003
Magazine revenues 1994–2003
- 9.2 Postin jakamat aikakauslehtinimikkeet lehtityypeittäin 1994–2003
Magazine and periodical titles delivered by Finland Post by type of magazine 1994–2003
- 9.3 Aikakauslehtinimikkeet ilmestymistiheyden mukaan 1994–2003
Number of magazines and periodicals by frequency of publication 1994–2003
- 9.4 Eräiden aikakauslehtiryhmien yhteislevikit 1994–2003
Total circulations of magazine and periodical categories 1994–2003
- 9.5 Suurimpien aikakauslehtien levikit ja lukijamäärät 2003
Magazines: Top titles by circulation and readership 2003
- 9.6 Suurimpien yleisölehtien (2003) levikit 1994–2003
Consumer magazines: Top titles by circulation 2003, circulation trends 1994–2003
- 9.7 Verkkoaikakauslehdet 1997–2004
Number of Internet newspapers and magazines 1997–2004
- 9.8 Aikakauslehdistön tuottojakauma 1994–2003
Magazine revenues 1994–2003
- 9.9 Tilausten ja irtonumeromyyntin osuudet yleisölehtien kappalemyyntistä 1994–2003
Breakdown of consumer magazine copy sales 1994–2003
- 9.10 Suurimpien yleisölehtikustantajien vuosivolyymit ja keskinäiset volyymiosuudet 1994–2003
Biggest publishers of consumer magazines: yearly volumes and mutual shares of volume 1994–2003
- 9.11 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 1994–2003
Magazines and periodicals delivered by Finland Post by type of magazine 1994–2003
- 9.12 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 2003
Magazines and periodicals delivered by Finland Post by type of magazine 2003
- 9.13 Koti- ja ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti 1994–2003
Single-copy sales of Finnish and foreign magazines and periodicals 1994–2003
- 9.14 Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2003
Single-copy sales of Finnish magazines and periodicals by type of magazine 2003
- 9.15 Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2003
Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by type of magazine 2003
- 9.16 Aikakauslehtien lukeminen 1994–2004
Magazines & periodicals readership 1994–2004

Kuviot – Figures

- 9.1 Viiden suurimman yleisöaikakauslehden levikit 1985–2003
Top five consumer magazines by circulation 1985–2003
- 9.2 Aikakauslehtien irtonumeromyynti 1985–2003
Single-copy sales of magazines and periodicals 1985–2003
- 9.3 Ulkomaisten aikakauslehtien myynti alkuperämaittain 2003
Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by country of origin 2003

9.1 Aikakauslehtien tuotot 1994–2003 Magazine revenues 1994–2003

	Käyvin hinnoin – Current prices € milj. – € million	Kiintein (2003) hinnoin – Fixed (2003) prices € milj. – € million
1994	461	528
1995	494	561
1996	525	592
1997	558	622
1998	589	647
1999	614	667
2000	631	663
2001	622	638
2002	630	636
2003	655	655

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot
Source: Statistics Finland/Media statistics

9.2 Postin jakamat aikakauslehtinimikkeet lehtityypeittäin 1994–2003 Magazine and periodical titles delivered by Finland Post by type of magazine 1994–2003

	Yleisölehdet Consumer magazines Nimikkeitä – Titles	Ammatti- ja järjestölehdet Trade & business magazines	Mielipidelehdet Opinion journals	Asiakaslehdet Customer magazines	Ryhmittelemättä Unclassified	Yhteensä Total
1994	259	1 925	156	182		2 522
1995	271	2 019	168	198		2 656
1996	290	2 025	158	186		2 659
1997	293	2 098	159	194		2 744
1998	316	2 062	152	208		2 738
1999	329	2 131	157	199		2 816
2000	322	2 151	159	194		2 826
2001	318	2 146	166	189		2 819
2002	321	2 176	164	187		2 848
2003	284	1 834	139	143	228	2 628

Lähde: Posti- ja telelaitos/Suomen Posti Oyj, Lehtipalvelut
Source: Posts and Telecommunications/Finland Post Plc, Magazine delivery services

9.3 Aikakauslehtinimikkeet ilmestymistiheyden mukaan 1994–2003* Number of magazines and periodicals by frequency of publication 1994–2003*

	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
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
2002	56	415	3 034	1 512	4 546	5 017	3 887	264	233	633
2003	54	420	3 072	1 496	4 568	5 042	3 886	261	232	663

* Aikakauslehtien määrään sisältyy tässä vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvät lehdet. – Periodicals appearing at least twice a year.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto.
Source: Helsinki University Library, Bibliographical department.

9.4 Eräiden aikauslehtiryhmien yhteislevikit 1994–2003
 Total circulations of magazine and periodical categories 1994–2003

	Yleisaikauslehdet General-interest magazines		Erikaislehdet Special interest magazines		Harrastelehdet Hobby magazines		Yleisölehdet yhteensä Consumer magazines total		Ammatti- ja järjestölehdet Trade & business magazines		Asiakaslehdet Customer magazines		Kaikki yhteensä All 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	%	1 000 kpl '000 copies	%
1994	2 692	20	1 967	14	490	4	5 148	38	3 485	26	5 029	37	13 662	
1995	2 747	19	2 174	15	507	4	5 428	38	3 802	27	4 947	35	14 177	
1996	2 850	20	2 294	16	553	4	5 697	39	3 909	27	4 995	34	14 601	
1997	2 867	20	2 500	17	469	3	5 837	41	3 752	26	4 803	33	14 392	
1998	2 821	19	2 861	19	540	4	6 221	42	3 800	25	4 943	33	14 963	
1999	2 921	19	2 883	19	529	4	6 332	42	3 852	26	4 885	32	15 069	
2000	2 916	19	2 929	19	506	3	6 350	41	3 497	22	5 826	37	15 673	
2001	2 800	20	2 906	21	494	4	6 200	45	3 430	25	4 179	30	13 808	
2002	2 852	21	2 886	21	464	3	6 201	45	3 048	22	4 400	32	13 649	
2003	2 874	19	3 006	20	383	3	6 263	41	2 896	19	6 003	40	15 162	

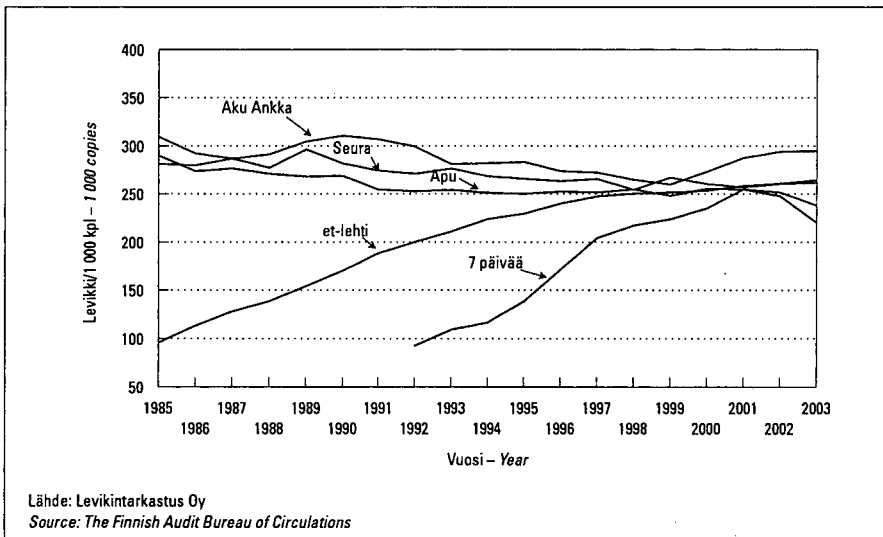
Aikauslehtien Liiton lehtiluokitus. Mukana kunakin vuonna vain lehdet, joilla voimassa oleva levikintarkastus.
 Classification by Association of Finnish Periodicals. Magazines and periodicals with officially audited circulation figures only.

Mukana olevien lehtien määrä vaihtelee eri vuosina.
 The number of magazines and periodicals varies from year to year.

Lähteet: Levikintarkastus Oy
 Aikauslehtien Liitto.

Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations
 Association of Finnish Periodicals

Kuvio 9.1 Viiden suurimman yleisöaikauslehden levikit 1985–2003
 Figure 9.1 Top five consumer magazines by circulation 1985–2003



9.5 Suurimpien aikakauslehtien levikit ja lukijamäärät 2003

Magazines: Top titles by circulation and readership 2003

Lehti Magazine	Numeroa/vuosi Issues/year	Levikki Circulation	Lukijamäärä Readership	Lukijoita/ levikkikappale Readers/copy	Julkaisija Publisher
Yleisölehdet – Consumer magazines					
Aku Anka	52	295 000	978 000	3,3	Sanoma Magazines Finland
ET-lehti	13	264 600	903 000	3,4	Sanoma Magazines Finland
7 päivää	50	261 900	946 000	3,6	Aller Julkaisut Oy
Apu	49	260 700	982 000	3,8	A-Lehdet Oy
Seura	49	238 100	962 000	4,0	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Valitut Palat	12	220 000	743 000	3,4	Oy Valitut Palat – Reader's Digest Ab
Kotivinkki	12	186 100	528 000	2,8	Kustannus Oy Forma
Kotiliesi	22	179 100	625 000	3,5	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Kodin Kuvalehti	22	174 500	682 000	3,9	Sanoma Magazines Finland
Tekniikan Maailma	20	143 100	751 000	5,2	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Ammatti- ja järjestölehdet – Trade and business magazines					
Kunta ja Me	16	213 225	KTV
Taloustaito	12	196 499	234 000	1,2	Verotieto Oy
PRO Toimihenkilöunioni	12	136 866	149 000	..	Unionimedia Oy
Koiramme	10	105 704	Suomen Kennelliitto
Tehy	9	105 633	Tehy
Tekniikka & Talous	45	104 720	187 000	1,8	Talentum Oyj
Opettaja	40	91 157	176 000	1,9	Opetusalan Ammattijärjestö OAJ
Futari	10	82 445	173 000	2,1	A-lehdet Oy
Talouselämä	43	76 381	254 000	3,3	Talentum Oyj
Lusto	4	73 314	Lalli Oy
Asiakaslehdet – Customer magazines					
Matkaviestit	4	1 848 191	Sonera Oyj
Pirkka	10	1 437 505	2 496 000	1,7	Kynämies Oy
Yhteishyvä	12	944 397	1 438 000	1,5	SOK
OP-lehti	4	918 121	670 000	0,7	A-lehdet Oy
Me	12	663 143	868 000	1,2	Ketjuetu Oy

Lähde: Levikintarkastus Oy

Source: The Finnish Audit Bureau of Circulations

9.6 Suurimpien yleisölehtien (2003) levikit 1994–2003

Consumer magazines: Top titles by circulation 2003, circulation trends 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos/ Change 1994– 2003 %
Yleisölehdet – Consumer magazines											
Aku Anka	281 997	283 337	273 887	272 363	265 001	260 104	273 434	287 685	294 125	295 033	5
ET-lehti	223 977	229 606	240 233	247 660	250 420	251 754	253 669	258 657	260 998	264 558	18
7 päivää	116 596	138 494	171 487	204 266	217 307	223 808	235 273	255 007	260 617	261 937	125
Apu	251 261	250 305	252 616	251 736	254 890	248 247	255 656	254 762	251 697	260 669	4
Seura	268 553	265 919	263 526	265 712	254 504	267 251	260 590	257 121	247 851	238 081	–11
Valitut Palat	321 875	346 434	354 341	331 937	297 478	241 381	230 707	228 255	226 297	219 963	–32
Kotivinkki	203 530	202 804	207 554	209 229	207 997	206 673	199 082	198 224	191 321	186 079	–9
Kotiliesi	200 474	202 516	204 229	198 023	190 180	195 425	190 361	179 209	183 577	179 059	–11
Kodin Kuvalehti	175 033	176 747	176 658	178 072	172 254	170 959	170 949	175 452	180 387	174 492	0
Tekniikan Maailma	115 179	114 434	119 043	123 442	124 184	129 343	137 310	140 838	142 653	143 104	24
Yhteensä – Total	2 158 475	2 210 596	2 263 574	2 282 440	2 234 215	2 194 945	2 207 031	2 235 210	2 239 523	2 222 975	3

Lähde: Levikintarkastus Oy

Source: The Finnish Audit Bureau of Circulations

9.7 Verkkoaikakauslehdet 1997–2004

Number of Internet newspapers and magazines 1997–2004

	1997	1998	2000	2002	2004
	Syky – Autumn	Syky – Autumn	Kevät – Spring	Kevät – Spring	Kevät – Spring
Yhteensä – Total	90	116	138	209	215
• tekniikka – technology magazines	6	..	11	17	18
• talous – business magazines	4	..	5	8	11
• urheilu – sports magazines	3	..	12	19	19
• kulttuuri- ja mielipidelehdet culture and opinion journals	7	..	13	27	25
• harrasteet – hobby magazines	16	..	9	15	18
• tiedelehdet – science magazines	3	..	7	12	12
• opiskelijalehdet – student magazines	15	..	15	21	24
• järjestölehdet – trade and organization magazines	20	..	28	35	36
• muut lehdet – other magazines	16	..	38	55	52

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>

9.8 Aikakauslehdistön tuottojakauma 1994–2003
 Magazine revenues 1994–2003

	Tilaukset Subscriptions %	Irttonumeromyynti Single copy sales	Mainonta Advertising	Yhteensä Total
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
2002	60	9	31	100
2003	61	9	30	100

Luvut ovat karkeita arvioita. – The figures are crude estimates.

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot
 Source: Statistics Finland/Media statistics

9.9 Tilausten ja irttonumeromyynnin osuudet yleisölehtien kappalemyyntistä 1994–2003
 Breakdown of consumer magazine copy sales 1994–2003

	Tilaukset – Subscriptions %	Irttonumeromyynti – Single copy sales	Yhteensä – Total
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
2002	87	13	100
2003	86	14	100

Lähteet: Suomen Posti Oy
 Rautakirja Oyj
 Sources: Suomen Posti Oy
 Rautakirja Oyj

9.10 Suurimpien yleisölehtikustantajien vuosivolyymit ja keskinäiset volyymiosuudet 1994–2003
Biggest publishers of consumer magazines: yearly volumes and mutual shares of volume 1994–2003

Yhtiö <i>Publisher</i>	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Yleisöleh- tinimikkeitä <i>Number of consumer titles</i>
	Milj.kpl – <i>Mill. copies</i>										
Sanoma Magazines Finland	33,3	33,9	33,8	33,4	33,3	35,4	36,1	37,2	37,6	38,0	30
Yhtyneet Kuvalehdet	41,5	39,9	41,0	40,9	40,8	44,3	41,9	40,1	38,6	37,4	25
A-lehdet	20,6	21,3	21,0	21,5	22,5	23,1	23,5	23,6	23,3	26,6	15
Aller Julkaisut	6,1	7,2	9,3	11,0	12,3	12,5	13,0	14,1	15,9	17,7	4
Kustannus Oy Forma	2,6	2,6	2,9	3,3	3,5	3,4	3,6	3,5	3,4	3,4	3
Valitut Palat-Reader's Digest	3,9	4,2	4,3	4,0	3,6	2,9	2,8	2,7	2,7	2,6	1
Egmont Kustannus	2,7	3,1	3,1	2,7	2,1	1,9	1,8	1,8	2,1	2,0	28
Bonnier Alandia	1,6	1,9	1,8	2,0	2,1	2,3	1,7	1,7	1,7	1,8	5
Muut – <i>Other</i>	22,7	23,8	23,8	21,6	19,0	16,7	20,2	19,4	20,1	16,2	
Yhteensä – <i>Total</i>	135,0	137,9	141,0	140,3	139,2	142,5	144,6	144,1	145,4	145,9	
	%										
Sanoma Magazines Finland	24,7	24,6	24,0	23,8	23,9	24,8	25,0	25,8	25,9	26,1	
Yhtyneet Kuvalehdet	30,7	28,9	29,1	29,2	29,3	31,1	29,0	27,8	26,5	25,7	
A-lehdet	15,3	15,4	14,9	15,3	16,2	16,2	16,3	16,4	16,0	18,3	
Aller Julkaisut	4,5	5,2	6,6	7,8	8,8	8,8	9,0	9,8	10,9	12,1	
Kustannus Oy Forma	1,9	1,9	2,1	2,3	2,5	2,4	2,5	2,4	2,3	2,4	
Valitut Palat-Reader's Digest	2,9	3,0	3,0	2,8	2,6	2,0	1,9	1,9	1,9	1,8	
Egmont Kustannus	2,0	2,2	2,2	1,9	1,5	1,3	1,2	1,2	1,4	1,4	
Bonnier Alandia	1,2	1,4	1,3	1,4	1,5	1,6	1,2	1,2	1,2	1,2	
Muut – <i>Other</i>	16,8	17,3	16,9	15,4	13,6	11,7	13,9	13,4	13,8	11,1	
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Lehtien, joilla ei ole virallista levikintarkastusta, volyymit laskettu painosmääristä, joista vähennetty irtonumeromyynnin 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

Leikki-, volyymi- ja ilmestymiskertatiedot: Levikintarkastus Oy, Suomen Posti Oy, Rautakirja Oy, Yritysten toimintakertomukset

Data on circulations, annual volume, no. of issues: The Finnish Audit Bureau of Circulations, Finland Post Inc., Rautakirja Oy, Company annual reports

9.11 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 1994–2003

Magazines and periodicals delivered by Finland Post by type of magazine 1994–2003

	1994		1995		1996		1997		1998	
	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>	118	34	120	33	124	35	123	35	122	35
Ammatti- ja järjestölehdet <i>Trade & organization magazines</i>	149	42	150	42	146	42	150	42	157	45
Mielipidelehdet – <i>Opinion journals</i>	11	3	14	4	14	4	13	4	13	4
Asiakaslehdet – <i>Customer magazines</i>	73	21	77	21	66	19	68	19	57	16
Aikakauslehdet yhteensä Magazines and periodicals total	350	100	362	100	350	100	354	100	349	100

	1999		2000		2001		2002		2003	
	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>	125	35	127	34	127	35	129	35	128	35
Ammatti- ja järjestölehdet <i>Trade & organization magazines</i>	164	46	168	45	165	45	165	45	147	40
Mielipidelehdet – <i>Opinion journals</i>	13	4	11	3	10	3	9	2	9	2
Asiakaslehdet – <i>Customer magazines</i>	58	16	59	16	53	14	50	14	51	14
Luokittelematta – <i>Unclassified</i>			7	2	9	2	13	4	30	8
Aikakauslehdet yhteensä Magazines and periodicals total	361	100	372	100	363	100	366	100	364	100

Lähde: Suomen Posti Oyj, Lehtipalvelut
Source: Finland Post Plc, Magazine delivery services

9.12 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 2003
Magazines and periodicals delivered by Finland Post by type of magazine 2003

	2003 Milj.kpl Million copies	%	Muutos 2003/2002 Change 2003/2002 %
Yleisölehdet – Consumer magazines			
Yleisaikakaus- ja perhelehdet – <i>General-interest and family</i>	50,5	13,9	-0,9
Naisten yleis- ja erikoislehdet – <i>Women's</i>	25,3	6,9	-0,4
Miesten yleis- ja erikoislehdet – <i>Men's</i>	–	–	–
Lasten ja nuorten lehdet – <i>Children's and juvenile</i>	22,2	6,1	-1,2
Erikoisaikakaus- ja harrastelehdet – <i>Special-interest and hobby</i>	29,9	8,2	0,0
Yhteensä – Total	127,9	35,1	-0,6
Ammatti- ja järjestölehdet – Trade & business magazines			
Maa, metsä, karja, kala, kotit. – <i>Forestry & agriculture</i>	7,9	2,2	-10,5
Teollisuus, tekniikka – <i>Industry, technology</i>	18,1	5,0	-1,8
Arkkitehtuuri, rakennustoiminta. – <i>Architecture, building</i>	9,2	2,5	-2,4
Kauppa, palvelut, suurtalous – <i>Trade, services</i>	6,1	1,7	-0,9
Tietoliikenne, tietojenkäsittely – <i>IT & telecom</i>	4,3	1,2	-17,5
Auto, liikenne, kulj., matkat – <i>Cars & transport</i>	7,5	2,1	1,3
Talouselämä, yritystoiminta – <i>Business economics</i>	11,2	3,1	-0,4
Rahoitus, vakuutus – <i>Financing & insurance</i>	1,4	0,4	-43,3
Markkinointi, viestintä – <i>Marketing & communication</i>	8,9	2,4	-11,5
Julkinen hallinto, yhteiskunta – <i>Public administration</i>	14,4	3,9	-0,9
Sosiaali- ja terveysala – <i>Social welfare & health care</i>	17,4	4,8	-9,9
Opetus, kasvat. – <i>Education</i>	5,0	1,4	-2,8
Uskonto, kirkko – <i>Church & religion</i>	16,5	4,5	-41,4
Virkistys, kulttuuri, harrast. – <i>Entertainment, culture</i>	9,1	2,5	-0,3
Urheilu – <i>Sports</i>	9,8	2,7	2,2
Yhteensä – Total	146,6	40,2	-11,0
Mielipidelehdet – Opinion journals			
Yhteiskunta ja politiikka – <i>Society and politics</i>	3,7	1,0	9,3
Kulttuuri – <i>Culture</i>	0,1	0,0	-55,1
Uskonto – <i>Religion</i>	3,5	1,0	-4,5
Muut aatteelliset lehdet – <i>Other</i>	1,6	0,4	-2,7
Yhteensä – Total	9,0	2,5	-0,4
Asiakaslehdet – Customer magazines			
Yhteensä – Total	50,7	13,9	0,6
Luokittelematta – Unclassified			
	30,1	8,3	..
Kaikki aikakauslehdet yhteensä			
All magazines and periodicals total	364,4	100	3,2

Lähde: Suomen Posti Oyj, Lehtipalvelut
 Source: Finland Post Plc, Magazine delivery services

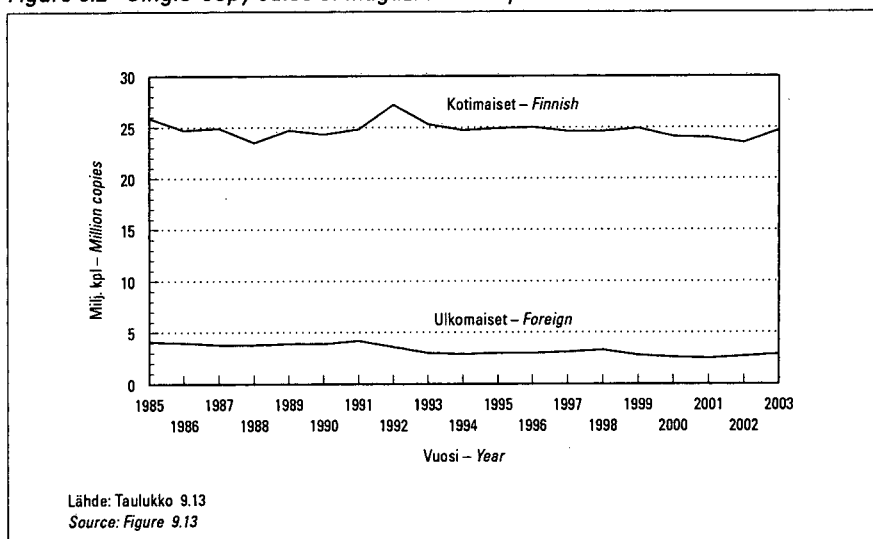
9.13 Koti- ja ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti 1994–2003
Single-copy sales of Finnish and foreign magazines and periodicals 1994–2003

	Kotimaiset – Finnish		Ulkomaiset – Foreign		Yhteensä – Total	
	Milj. kpl Million copies	Milj. € € million	Milj. kpl Million copies	Milj. € € million	Milj. kpl Million copies	Milj. € € million
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
2002	23,5	85,4	2,7	15,9	26,2	101,3
2003	24,7	90,6	2,9	16,9	27,6	107,5

Luvut sisältävät varsinaisten aikakauslehtien lisäksi ns. ilmoituslehdet, ks. taulukot jäljempänä. – Including mags for classified advertising; see tables below.

Lähde: Rautakirja Oyj
 Source: Rautakirja Oyj

Kuvio 9.2 Aikakauslehtien irtonumeromyynti 1985–2003
 Figure 9.2 Single-copy sales of magazines and periodicals 1985–2003



9.14 Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2003
Single-copy sales of Finnish magazines and periodicals by type of magazine 2003

Lehtityyppi <i>Type of magazine</i>	1 000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	Milj. € <i>€ million</i>	%
Perhelehdet – <i>Family</i>	6 362	25,7	17,1	18,9
Uutis-, talous- ja tiedelehdet – <i>News, finance, science</i>	156	0,6	0,9	1,0
TV- ja kulttuurilehdet – <i>TV-guides, culture</i>	202	0,8	0,6	0,7
Naistenlehdet – <i>Women's</i>	3 568	14,4	13,8	15,3
Käsityölehdet – <i>Handicrafts</i>	180	0,7	1,4	1,5
Terveys, kauneus, kuntoilu – <i>Beauty, health, fitness</i>	869	3,5	5,0	5,5
Asuminen – <i>Home</i>	817	3,3	5,2	5,8
Naisten lukemistot – <i>Women's readers</i>	142	0,6	0,6	0,6
Ruoka ja juhlat – <i>Food</i>	167	0,7	0,9	1,0
Miesten elämäntapalehdet – <i>Men's lifestyle</i>	104	0,4	0,5	0,5
Erotiikka – <i>Sex</i>	437	1,8	3,7	4,1
Autolehdet – <i>Cars</i>	641	2,6	3,9	4,3
Venelehdet – <i>Boats</i>	55	0,2	0,4	0,4
Moottorilehdet – <i>Motors</i>	144	0,6	1,0	1,1
Urheilu – <i>Sports & games</i>	203	0,8	1,2	1,3
Harrastukset – <i>Hobbies</i>	387	1,6	2,4	2,6
Miesten lukemistot – <i>Men's readers</i>	173	0,7	0,6	0,7
Nuorisolehdet – <i>Teenagers'</i>	962	3,9	3,5	3,8
Musiikki – <i>Music</i>	136	0,5	0,6	0,6
Infotekniikka – <i>IT</i>	379	1,5	2,2	2,4
Sarjakuvalehdet – <i>Comic books</i>	1 334	5,4	4,9	5,4
Rahapelit ja ravit – <i>Betting</i>	593	2,4	1,4	1,5
Ristikot – <i>Crossword puzzles</i>	3 033	12,3	8,4	9,3
Ilmoituslehdet – <i>Mags for classified advertising</i>	3 691	14,9	10,5	11,6
Yhteensä – Total	24 735	100	90,58	100

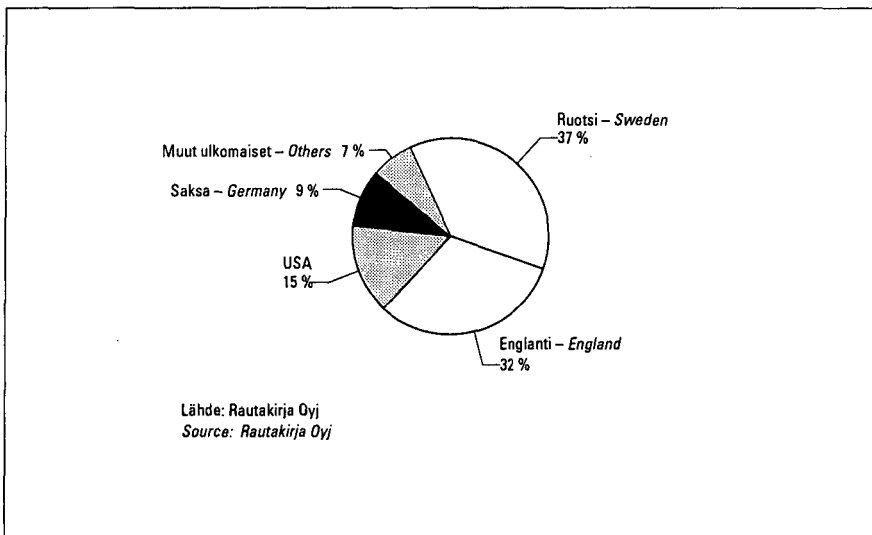
Lähde: Rautakirja Oyj
 Source: Rautakirja Oyj

9.15 Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2003
Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by type of magazine 2003

Lehtityyppi Type of magazine	1 000 kpl Thousand copies	%	Milj. € € million	%
Perhelehdet – Family	601	20,7	2,0	12,0
Utis-, talous- ja tiedelehdet – News, finance, science	117	4,0	0,6	3,5
TV-lehdet – TV-guides	35	1,2	0,2	1,3
Naisten yleislehdet – Women's	374	12,9	2,0	12,0
Käsityölehdet – Handicrafts	105	3,6	0,6	3,6
Terveys, kauneus, kuntoilu – Beauty, health, fitness	76	2,6	0,5	2,8
Asuminen – Home	284	9,8	1,7	10,1
Ruoka ja juhlat – Food	30	1,0	0,2	1,2
Miesten trendilehdet – Men's lifestyle	41	1,4	0,3	1,7
Eroitiikka – Sex	172	5,9	1,8	10,5
Autolehdet – Cars	225	7,7	1,5	9,1
Venelehdet – Boats	24	0,8	0,2	1,1
Moottorilehdet – Motors	60	2,1	0,5	2,8
Urheilu – Sports & games	72	2,5	0,5	3,1
Harrastukset – Hobbies	87	3,0	0,7	4,1
Nuorisolehdet – Teenagers'	109	3,7	0,5	3,2
Musiikki – Music	79	2,7	0,7	4,1
Infotekniikka – IT	115	3,9	1,3	7,6
Sarjakuvalehdet – Comic books	162	5,6	0,7	4,2
Ristikolehdet – Crossword puzzles	33	1,2	0,2	1,0
Ilmoituslehdet – Mags for classified advertising	105	3,6	0,2	1,2
Yhteensä – Total	2 906	100	16,9	100

Lähde: Rautakirja Oyj
 Source: Rautakirja Oyj

Kuvio 9.3 Ulkomaisten aikakauslehtien myynti alkuperämaittain 2003
 Figure 9.3 Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by country of origin 2003



9.16 Aikakauslehtien lukeminen 1994–2004
Magazines & periodicals readership 1994–2004

		On lukenut edellisenä päivänä – <i>Has read during the previous day</i>	
		%	Min/päivä – <i>Min/day</i>
1994	Kaikki – <i>All</i>	77	45
1996	Kaikki – <i>All</i>	76	39
1998	Kaikki – <i>All</i>	82	49
2000	Kaikki – <i>All</i>	80	42
2002	Kaikki – <i>All</i>	55	25
2004	Kaikki – <i>All</i>	59	33
2004			
Sukupuoli – <i>Sex</i>	Naiset – <i>Women</i>	60	32
	Miehet – <i>Men</i>	59	35
Ikä – <i>Age</i>	12–24	60	32
	25–44	59	35
	45–59	60	32
	60–	59	35

HUOM. Vuosien 2002– tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa.

NOTE. Figures for 2002 and onwards are not fully comparable with the figures until 2000.

Lähde: TNS Gallup Oy

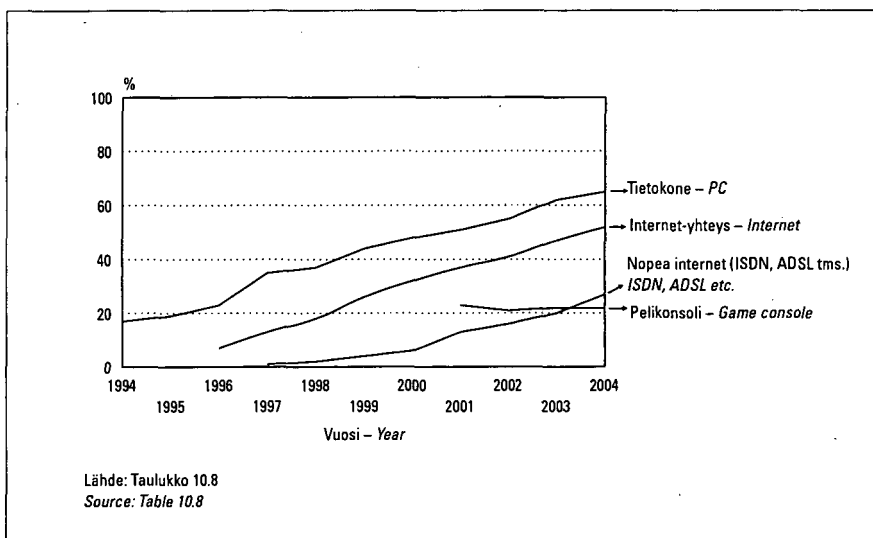
Source: TNS Gallup Group

10 Internet ja cd-rom

Suomessa niin viihde-elektroniikan kuin pc-laitteidenkin leviämismuutos kotitalouksiin on ollut muita Pohjoismaita hitaampi. Vasta 1990-luvun puolivälin jälkeen mikrotietokoneiden yleistymisen nopeutui selvästi. Syksyllä 2004 yli 60 prosentilla kotitalouksista oli PC ja noin puolella kotitalouksista oli internet-yhteys. Nopea internet-yhteys oli lähes joka kolmannella taloudella. Kuviossa 10.1 esitetään eräiden uuteen viestintäteknikkaan kuuluvien laitteiden leviämisen kehitys suomalaisissa kotitalouksissa.

Uuden viestintäteknologian käyttäjäryhmien valikoitumista kuvaavien tietojen mukaan 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 ovat niiden aktiivisimpia käyttäjiä. Nykyisin naisista ja miehistä yhtä suuri osa (noin 70 %) kuuluu tietotekniikan käyttäjiin. Kokonaisuutena katsoen suomalaisten enemmistö on siirtynyt tieto- ja viestintäteknikan käyttäjiksi suhteellisen nopeasti viimeisten viiden vuoden kuluessa. Uuden tekniikan käyttö on omaksuttu osaksi enemmistön arkipäivää ikääntyneimpiä väestöryhmiä lukuun ottamatta.

Kuvio 10.1 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1994–2003
Figure 10.1 Penetration of selected household equipment 1994–2003



Internet

1990-luvun loppupuolella yksittäisistä mediasektoreista nopeimmin kasvoi ns. uusi media eli online- ja internetin sisältöpalvelut. Mutta internetin sisältöpalveluiden markkinoiden kasvu pysähtyi vuoden 2000 nk. teknokuplan puhkeamisen jälkeen ja pysyi noin 60 miljoonassa eurossa. Internet-yhteysmaksujen liikevaihto puolestaan on lähes kaksinkertaistunut vuodesta 2000 erityisesti laajakaistaliittymien nopean yleistymisen myötä. Sisältöpalveluiden myynti- ja mainostuotot olivat yhteensä noin neljännes yhteysmaksuihin käytetyistä menoista vuonna 2003. (Taulukko 10.1.)

Internetin käyttö on Suomessa yleistynyt nopeasti. Kotona, työssä tai opiskelupaikalla vähintään kerran viikossa internetiä käyttäviä oli keväällä 2004 yhteensä lähes 60 prosenttia suomalaisista. Päivittäiskäyttäjiä oli neljä kymmenestä. Internetin leviämisen alkuvuosina käyttö kotoa ja työpaikalla oli jokseenkin yhtä yleistä mutta 2000-luvulla kotikäyttö on yleistynyt nopeammin. (Taulukko 10.2.)

Internetin yleisimmät käyttömuodot ovat edelleen sähköposti, asiantiedon haku ja pankkipalvelut. (Taulukko 10.3.)

Perinteiset joukkoviestintäyritykset ovat aktiivisesti kehittäneet integroidun viestinnän tuotteita ja palveluja. Esimerkiksi Suomen suosituimmat www-sivustot ovat – mikäli ns. portaaleja ei lasketa mukaan - perinteisten joukkoviestimien ylläpitämiä (taulukko 10.4). Lehdistö oli aktiivinen myös, kun luokitellut ilmoitukset alkoivat siirtyä tietoverkkoihin. Erityisesti sanomalehdet alkoivat tarjota painettuja ilmoituksia täydentäviä verkkosivustoja luokitelluille ilmoituksille. Ainakin osa luokiteltujen ilmoitusten verkkopalveluista on menestynyt myös taloudellisesti.

Internetissä on tarjolla hieman yli 300 lehdeksi luokiteltavaa julkaisua (taulukko 10.5). Suurin osa näistä on perinteisten lehtien verkkoversioita. Usein ne sisältävät vain osan painetun lehden koko aineistosta. Toisaalta monet sanoma- ja aikakauslehdet tarjoavat verkkoversioissaan myös sellaista täydentävää materiaalia, jota painetussa versiossa ei ole. Joillakin sanomalehdillä on internetissä saatavilla täydellinen paperilehden näköislehti. Useimmat lehdet tarjosivat aluksi verkkolehtensä ilmaiseksi kaikille verkkosivuilla kävijöille. Mutta viime vuosina erityisesti sanomalehdillä on yleistynyt malli, jossa suppeaa peruspalvelua lukuun ottamatta verkkosivuille pääsy edellyttää lehden tilaamista, jolloin verkkoversio on painettuihin liitteisiin verrattavissa oleva oheispalvelu. Verkkosivujen käyttö saattaa myös olla erikseen maksullista. Puhtaasti maksullisia palveluita tarjosivat aluksi lähinnä talouslehdet.

Myös televisio- ja radiokanavat tarjoavat aktiivisesti palveluita verkkosivustoiltaan. Ohjelmajärjestelmien tarjonnan kasvua rajoittavaksi esteeksi ovat kuitenkin muodostuneet tekijänoikeuskorvaukset.

Verkkojulkaisujen maksullisuus on vieläkin yksi vaikeimpia mediatalouteen liittyvistä kysymyksistä. Mainonnalla yksin on vaikea rahoittaa toimintaa, mutta maksullisuus on ongelmallista. Vaikka maksu olisi pienikin ja ihmiset periaatteessa myöntyväisiä maksamaan palveluista, eivät kuluttajille suunnatut maksulliset palvelut ainakaan toistaiseksi ole lyöneet itseään laajamittaisesti läpi. Siispä verkkojulkaisujen saaminen itsenäisesti kannattaviksi on edelleen vaikeaa.

Mainonta verkkolehdistä tai muilla verkkosivuilla on kuitenkin kasvussa. TNS Gallup Oy:n mukaan verkkomainontaan käytettiin yhteensä 17 miljoonaa euroa vuonna 2003. Tämä oli kuitenkin vasta noin puolitoista prosenttia mediamainonnan kokonaisvolyymista.

Suuri osa esimerkiksi joukkoviestintävälineiden keskinäisistä yhteistyömuodoista, joita voidaan kuvata muotisanalla verkottuminen, on tullut mahdolliseksi vasta uuden digitaalisen viestintäteknologian leviämisen ja internetin hyödyntämisen myötä. Voidaankin hyvin sanoa, että internetin kuten digitaalitekniikan yleensäkin merkittävimmät vaikutukset mediataloissa ovat näkyneet toimituksellisen tuotannon ja markkinoinnin organisoinnin puolella. Sen sijaan uuden teknologian taloudelliset vaikutukset joukkoviestinnän kuluttajamarkkinoilla ovat toistaiseksi jääneet suhteellisen vähäisiksi.

Cd-rom

Cd-romit tulivat markkinoille uutena tallennemuotona vuonna 1994 ja niiden markkinat kasvoivat aluksi erittäin nopeasti. Mutta saturaatiopiste saavutettiin pian, ja 2000-luvun alkuvuosina cd-romien markkinat ovat supistuneet selvästi. Cd-romien myynti oli arviolta enää 23 miljoonaa euroa vuonna 2003, kun huippuvuosina 1998-2000 markkinoiden volyymi oli 35 – 37 miljoonaa euroa. (Taulukko 10.6.)

Cd-romien kokonaismarkkinoista multimediatuotteiden osuus oli noin 30 prosenttia ja pelien osuus noin 70 prosenttia vuonna 2003. (Peleihin eivät tässä sisälly peliasemien ohjelmatuotteet.) Esimerkiksi tietosanakirjat ja hakuteokset soveltuvat sinänsä erinomaisesti juuri Cd-rom-muotoon, jolloin niiden hakuominaisuudet ovat täysitehoisessa käytössä. Mutta kilpailutilannetta on heikentänyt oleellisesti internetissä ilmaiseksi saatavilla olevan tietoaineiston runsaus. Niinpä cd-romien markkinoiden yleisen supistumisen myötä multimediatuotteiden osuus cd-romien markkinoista on viime vuosina vieläpä laskenut.

Myydyistä multimediarompuista ylivoimainen enemmistö on joko Suomessa alusta loppuun tuotettuja, suomalaisiksi versioiksi muokattuja tai ainakin suomeksi käännettyjä. Multimediaromppujen vähittäismyynnistä arviolta 80-85 prosenttia on Suomen Kustannusyhdistykseen kuuluvien perinteisten kirjankustantajien tuotteita. SKY:n jäsenten myynti vuonna 2003 oli tukkutasolla hieman alle 4 miljoonaa euroa. Luku on pudonnut alle puoleen huippuvuoden 2001 myynnistä (taulukko 10.7).

Tilastointi

Internetin sisältöpalveluiden markkinoita koskeva karkea arvio perustuu yritysten toimintakertomuksiin ja tilinpäätöksiin sekä TNS Gallup Oy:n tietoihin mainonnan nettomarkkamääristä. Internet-liittymien markkinoiden kehitystä seuraa liikenne- ja viestintäministeriö.

Taloustutkimus Oy seuraa internetin käyttöä (Internet tracking) ja TNS Gallup Oy yksittäisten verkkosivustojen käyttäjämääriä (RedSheriff).

Internetin käyttötarkoituksia koskevat tiedot ovat Tilastokeskuksen Verkko-kauppatutkimuksesta ja laitepenetraatiota koskevat tiedot Tilastokeskuksen Kuluttajabarometrissa.

Arvio cd-romien myynnistä ja myynnin jakautumisesta multimediaromppujen ja peliromppujen kesken perustuu cd-romien maahantuojia edustavan Figman ja Suomen Kustannusyhdistyksen tilastointiin.

Tuomo Sauri

Täydentävää kirjallisuutta

Internet suomalaisten arjessa. Digitaalisen median raportti 3/99. Tekes, Helsinki 1999.

Internet-markkinat Suomessa 2004. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 60/2004, Helsinki.

Internet Tracking (Taloustutkimus Oy): <http://www.toy.fi/>

Kiviranta, Laura: Sanomalehtien verkkojulkaisut 2001. Sanomalehtien Liitto, Helsinki.

Melkas, Tuula: Tieto- ja viestintätekniikan harrastuskäyttö 15–34-vuotiailla. Teoksessa Liikkanen, Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Nurmela, Juha: Valikoiko uusi tieto- ja viestintätekniikka käyttäjänsä? Katsauksia 1/1998. Tilastokeskus, Helsinki.

Nurmela ym.: Matkapuhelin ja tietokone suomalaisten arjessa. Katsauksia 1/2000. Tilastokeskus, Helsinki.

Nurmela, Juha: Kolme vuotta tietoyhteiskunnassa. Katsauksia 2/2001. Tilastokeskus, Helsinki.

Nurmela ym.: Suomalaisten viestintävalmiudet 2000-luvun vuorovaikutusyhteiskunnassa. Katsauksia 4/2004. Tilastokeskus, Helsinki.

RedSHerif (TNS Gallup Oy): <http://www.tns-gallup.fi/>

Tiedolla tietoyhteiskuntaan IV. Tilastokeskus, Helsinki 2003.

Taulukot – Tables

- 10.1 Online- ja internetpalveluiden myynti 1994–2003
Sales of online and internet services 1994–2003
- 10.2 Internetin käyttö 1995–2004
Changes in Internet use 1995–2004
- 10.3 Internetin käyttötarkoitukset (Kevät 2004)
Use of the Internet for certain purposes (Spring 2004)
- 10.4 12 käytetyintä Suomalaista WWW -mediasivustoa (Maaliskuu 2004)
Top twelve Finnish media WWW media pages (March 2004)
- 10.5 Verkkolehdet 1997–2004
Number of Internet newspapers and magazines 1997–2004
- 10.6 CD-romien myynti 1994–2003
Sales of CD-roms 1994–2003
- 10.7 Kotimaisten CD-rom -julkaisujen ja levykkeiden nimikemäärä ja myynti 1995–2003
CD-roms and other off-line multimedia products: number and sales of domestic titles 1995–2003
- 10.8 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1994–2004
Penetration of selected household equipment 1994–2004
- 10.9 Kotitietokoneiden ja TV-pelikonsolien vähittäismyynti 1994–2003
Retail sales of PCs and TV-game consoles 1994–2003

Kuviot – Figures

- 10.1 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1994–2003
Penetration of selected household equipment 1994–2003

10.1 Online- ja internetpalveluiden myynti 1994–2003
Sales of online and internet services 1994–2003

	Sisältöpalvelut – Content services		Yhteysmaksut – Connection fees	
	Käyvin hinnoin Current prices	Kiintein (2003) hinnoin Fixed (2003) prices	Käyvin hinnoin Current prices	Kiintein (2003) hinnoin Fixed (2003) prices
	Milj. € – € million	Milj. € – € million	Milj. € – € million	Milj. € – € million
1994	29	33
1995	34	39
1996	37	42
1997	42	47
1998	46	51
1999	52	57
2000	60	63	123	129
2001	60	61	160	164
2002	56	57	180	181
2003	60	60	232	232

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot
 Liikenne- ja viestintäministeriö
 Source: Statistics Finland/Media statistics
 Ministry of traffic and communications

10.2 Internetin käyttö 1995–2004
Changes in Internet use 1995–2004

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
	%									
Käyttänyt ainakin joskus – At least sometimes	10	20	29	38	51	59	67	70	72	70
Vähintään kerran viikossa – At least once a week	5	11	18	28	38	47	54	58	60	57
Päivittäin/lähes päivittäin – On a daily/nearly daily basis	2	5	8	14	21	27	35	36	40	..
Kotoa viikottain – Weekly from home	2	5	8	14	21	30	37	41	45	42
Työpaikalta viikottain – Weekly from workplace	2	5	8	13	17	23	27	29	30	29
Opiskelupaikalta viikottain – Weekly from place of study	3	5	7	9	9	9	9	11	11	11

1995–2003: 15–74-vuotias väestö. – Population aged 15–74 years.
 2004: 15–79-vuotias väestö. – Population aged 15–79 years.

1995–2003: Loka/marraskuu – October/November
 2004: Maalis/huhtikuu – March/April

Lähde: Taloustutkimus, Internet Tracking
 Source: Taloustutkimus, Internet Tracking

10.3 Internetin käyttötarkoitukset (Kevät 2004) Use of the Internet for certain purposes (Spring 2004)

Internetin käyttötarkoitukset – Use of Internet by purpose	%
Sähköpostien lähettämiseen tai vastaanottamiseen – Sending and receiving email	88
Tavaroita ja palveluita koskevaan tiedonetsintään – Information search on goods and services	84
Pankkiasioihin (esim. verkkopankki) – Electronic banking	71
Kunnan tai valtion viranomaisten verkkosivujen selailuun tai tiedonetsintään niiltä Browsing or searching information from websites of local and central government authorities	62
Matka- ja majoituspalvelujen selailuun – Browsing travel and accommodation services	60
Verkkolehkien lukemiseen – Reading web versions of papers and periodicals	52
Tuotteiden ja palvelujen ostamiseen tai tilaamiseen (pois lukien osakkeet/rahoituspalvelut) Purchasing and ordering goods or services (excl. shares/financial services)	37
Työn etsimiseen tai työpaikkahakemusten lähettämiseen – Looking for a job or sending job applications	31
Opiskeluun koulussa, yliopistossa tai muussa oppilaitoksessa – Studying at school, university or other educational institution	29
Chattailuun tai keskustelupalstoille kirjoittamiseen – Chatting or writing to noticeboards	25
Pelien pelaamiseen verkossa – Playing online games	23
Radion kuunteluun tai television katseluun – Listening to radio or watching television	17
Muihin rahoitus- ja vakuutuspalveluihin (esim. osakkeiden ostaminen tai arvopaperikauppa) Other financial and insurance services (e.g. purchasing of shares or dealing in securities)	16
Internet-puheluihin – Internet phone calls	5
Videoneuvotteluun – Video conferencing	4

Internetiä kyselyä edeltäneen kolmen kuukauden aikana käyttäneet. – Of people having used the Internet in the three months prior to the inquiry.

Lähde: Tilastokeskus, Verkkokauppatutkimus
Source: Statistics Finland, Netcommerce Survey

10.4 12 käytetyintä Suomalaista WWW -mediasivustoa (Maaliskuu 2004) Top twelve Finnish media WWW media pages (March 2004)

	Käyttäjät – Users	Käynnit – Sessions	Käyntejä/Käyttäjä – Sessions/User
MTV3 Internet	2 658 786	13 887 790	5,2
YLE	1 601 544	5 795 095	3,6
Ilta-Sanomat	1 264 652	6 009 446	4,8
Iltalehti	1 117 272	4 448 335	4,0
Helsingin Sanomat	996 783	4 072 911	4,1
Mikrobitti	715 792	2 245 284	3,1
Nelonen	360 877	710 705	2,0
Kauppalehti Online	289 289	1 470 494	5,1
KissFM	244 436	615 996	2,5
Aamulehti	127 510	251 339	2,0
Pelit	126 646	443 117	3,5
Tietokone	119 444	266 678	2,2

Lähde/Source: <http://www.gallupweb.com>

10.5 Verkkolehdet 1997–2004

Number of Internet newspapers and magazines 1997–2004

	1997	1998	2000	2001	2002	2004
	Syksy	Syksy	Kevät	Kevät	Kevät	Kevät
	Autumn	Autumn	Spring	Spring	Spring	Spring
Sanomalehdet yhteensä – Newspapers total	33	50	73	80	100	120
• päivälehdet – <i>dailies</i>	22	34	42	47	51	51
• harvemmin ilmestyvät – <i>non-dailies</i>	11	16	31	33	49	69
Aikakauslehdet yhteensä – Magazines total	90	116	138	..	209	215
• tekniikka – <i>technology</i>	6	..	11	..	17	18
• talous – <i>business magazines</i>	4	..	5	..	8	11
• urheilu – <i>sports</i>	3	..	12	..	19	19
• kulttuuri- ja mielipidelehdet – <i>culture and opinion journals</i>	7	..	13	..	27	25
• harrasteet – <i>hobbies</i>	16	..	9	..	15	18
• tiedelehdet – <i>scientific journals</i>	3	..	7	..	12	12
• opiskelijalehdet – <i>student magazines</i>	15	..	15	..	21	24
• järjestölehdet – <i>trade and organization magazines</i>	20	..	28	..	35	36
• muut lehdet – <i>other magazines</i>	16	..	38	..	55	52

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>

10.6 CD-romien myynti 1994–2003

Sales of CD-roms 1994–2003

	Käyvin hinnoin Current prices	Kiintein (2003) hinnoin Fixed (2003) prices	Siitä – Of which	
	Milj. € – € million	Milj. € – € million	Pelit – Games	Multimediatuotteet Multimedia products
			%	%
1994	3	4
1995	8	10
1996	25	28	75	25
1997	34	37	65	35
1998	37	41	65	35
1999	34	37	60	40
2000	36	38	55	45
2001	33	34	60	40
2002	26	26	65	35
2003	23	23	70	30
2003: Konsolipelit – Console games	41			
2003: Cd-rom ja konsolipelit yht. Cd-roms & console games, total	65			

Lähteet: Figma
 Suomen Kustannusyhdistys
 Tilastokeskus
 Sources: Figma
 The Finnish Book Publishers' Association
 Statistics Finland

10.7 Kotimaisten CD-rom -julkaisujen ja levykkeiden nimikemäärä ja myynti 1995–2003
CD-roms and other off-line multimedia products: number and sales of domestic titles 1995–2003

Nimikkeitä Titles	1995		1996		1997		1998		1999		2000		2001		2002		2003	
	Kpl Titles	%	Kpl Titles	%	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	15	3	10	3	38	10
Muu asiatieto Non-fiction	10	17	39	57	52	40	92	54	83	45	78	38	244	45	262	74	302	77
Fiktio, viihde Fiction, entertainment	38	64	11	16	8	6	36	21	58	32	66	32	279	52	81	23	54	14
Yhteensä – Total	59	100	69	100	130	100	170	100	184	100	207	100	538	100	353	100	394	100
Myynti Sales	Milj. € € million	%	Milj. € € million	%	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	0,0	1	0,1	1
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	3,5	90	3,4	89
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	0,4	11	0,4	10
Yhteensä – Total	1,3	100	2,7	100	5,2	100	5,5	100	5,5	100	6,4	100	8,3	100	3,9	100	3,8	100

Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenyritysten tuotanto ja myynti.
Production and sales at distribution level by members of the Finnish Book Publishers' Association.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys
Source: The Finnish Book Publishers' Association

10.8 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1994–2004
Petration of selected household equipment 1994–2004

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
	%										
Tietokone – PC	17	19	23	35	37	44	48	51	55	62	65
Internet-yhteys – Internet			7	13	18	26	32	37	41	47	52
Nopea internet (ISDN, ADSL tms.) ISDN, ADSL etc.				1	2	4	6	13	16	20	27
Pelikonsoli – Game console								23	21	22	22

Lähde: Tilastokeskus, Kulutustutkimukset ja Kuluttajabarometrit
 Source: Statistics Finland, Household surveys and Consumer barometers

10.9 Kotitietokoneiden ja TV-pelikonsolien vähittäismyynti 1994–2003
Retail sales of PCs and TV-game consoles 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Muutos % Change, % 2003/2002
	1 000 kpl – 1 000 units										
Kotitietokoneet – PCs	20	60	80	120	110	120	130	120	110	160	45,5
Pelikonsolit – Game consoles	25	20	31	84	120	160	178	195

* Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatalastoja.
 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.

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 aikakauslehdille jaetaan kolmea eri tukea: valikoivaa lehdistötukea, puoluelehtitukea ja kulttuurilehtitukea. Yhteensä lehtitukeen käytettiin 14,5 miljoonaa euroa vuonna 2004. (Taulukko 11.1.)

Valtioneuvosto myöntää valikoivaa lehdistötukea sanomalehtien kuljetus-, jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseen, lehtien kehittämishankkeisiin sekä uutis- ja tietotoimistojen toimintaan. Vuonna 2004 valikoivaa tukea jaettiin yhteensä 5,9 miljoonaa euroa 19 lehdelle. Puoluelehtitukea valtioneuvosto myöntää eduskunta-puolueiden lehdille ja puolueiden sähköiseen julkaisutoimintaan sekä Ahvenanmaan maakunnalle tiedotustoimintaan. Tuki, 7,8 miljoonaa euroa vuonna 2004, annetaan puolueiden käytettäväksi niiden edustajapaikkojen lukumäärän suhteessa. Kulttuurilehtituki on pienin lehdistötuista. Se on tarkoitettu aikakauslehdille, jotka pitävät yllä kulttuurista, tieteestä, taiteesta tai uskonnosta käytävää keskustelua. Avustuksen myöntää opetusministeriö kuultuaan kulttuurilehtilautakuntaa. Vuonna 2004 kulttuurilehtitukea jaettiin yhteensä 137 lehdelle sekä 14 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 likimain 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 oli tuolloin yleinen kuljetustuki. Se oli 55 miljoonaa euroa eli 71 prosenttia koko lehtituesta. Kuljetustuki oli luonteeltaan epäsuoraa taloudellista tukea. Posti (nyk. Suomen Posti Oyj) myönsi lehdille alennusta jakelumaksuista, jonka valtio vuorostaan korvasi Postille. Kaksi kolmasosaa yleisestä kuljetustuesta kohdistui sanoma- ja paikallislehdille ja yksi kolmasosa aikakauslehdille. Ensin yleistä kuljetustukea supistettiin asteittain ja se rajattiin koskemaan taloudellisesti kannattamatonta jakelua. Tukimuoto lakkautettiin vuonna 1996. Myös muuta lehdistötukea supistettiin yhdeksänkymmentäluvulla. Esimerkiksi sanomalehtien yhteisjakelun tukeminen lopetettiin vuonna 1996. (Taulukko 11.1.)

Valtion kirjallisuustuki on pääasiassa erilaisina apurahoina jaettavaa kirjailijatu-kea. Kirjailijoiden lisäksi tuetaan jonkin verran kustantajia, kirjallisuuden yleistä edistämistä ja alan järjestöjä. Vuonna 2004 varsinaisen kirjallisuustuen kokonais-

määrä oli 6,7 miljoonaa euroa (taulukko 11.2). Lisäksi vuosittain pienehkö osa muusta kulttuurituesta ja -palkinnoista myönnetään erilaisille kirjahankkeille.

Kirjailijatukea jaettiin vuonna 2004 yhteensä 4,5 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 määrään kirjastojen kokoelmissa tai niiden lainaukseen. Kirjastokorvausapurahoihin osoitetaan vuosittain valtion tulo- ja menoarviossa kymmenen prosenttia yleisten kirjastojen kirjahankintamäärärahoista. (Taulukko 11.2.)

Muut kirjallisuustuen muodot ovat kirjailijatukea pienempiä. Esimerkiksi kirjojen julkaisemista ja levitystä tuettiin 1,3 miljoonalla eurolla vuonna 2004. (Taulukko 11.2.)

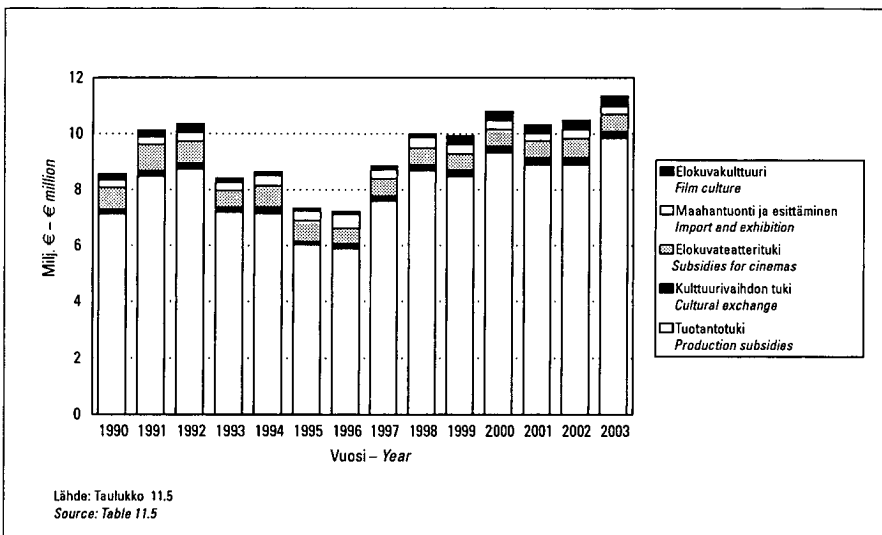
Valtion osallistumista yleisten kirjastojen kustannuksiin voidaan pitää kirjojen sekä kirjastojen muun aineiston (esim. av-aineisto) jakelun ja lukemisen tukemisenä. Vuonna 2003 kirjastoja tuettiin yhteensä 102 miljoonalla eurolla, josta 96 miljoonaa käytettiin kirjastojen käyttömenoihin ja kuusi miljoonaa uusien kirjastojen perustamiskustannuksiin. (Taulukko 11.3.)

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 tuotannon, levityksen ja esittämisen tuki kanavoidaan Suomen elokuvasäätiön kautta. Elokuväsäätiön tukimäärärahat olivat yhteensä 11,3 miljoonaa euroa vuonna 2003, josta 10 miljoonaa käytettiin tuotantotukeen. Elokuväsäätiötä rahoitetaan valtion budjettivaroin. Lisäksi Yleisradio osallistui tuotantotuen rahoituk-

Kuvio 11.1 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta 1990–2003

Figure 11.1 Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation 1990–2003



seen 1,5 miljoonalla eurolla vuonna 2003. Elokuvasäätiön määrärahat ovat kasvaneet hieman viime vuosina. 1990-luvun alkupuolella määrärahoja leikattiin voimakkaasti, mutta leikkauksia edeltävä taso on jo saavutettu. (Taulukko 11.5 ja kuvio 11.1.)

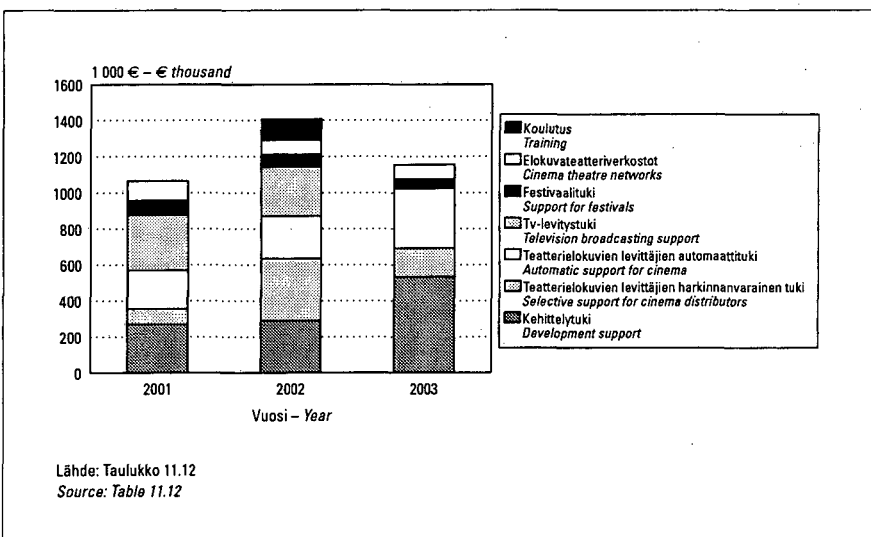
Elokvataidetoimikunta jakaa vuosittain tuotantoyrityksille kotimaisten elokuvien laatutukea, 350 000 euroa vuonna 2004 (taulukko 11.4).

Elokuva-alan taiteilijatuki on huomattavasti pienempää kuin elokuvasäätiön kautta kanavoitu tuki. Toki valtaosa säätiönkin tuesta kohdistuu viime kädessä elokuvantekijöille työtilaisuuksina. Elokuvan taiteilijatuen muodot ovat pitkälti samat kuin muillakin taiteenaloilla eli lähinnä taiteilija-apurahoja, kohdeapurahoja ja palkintoja. Taiteilijatukena elokuvantekijöille jaetaan vuosittain yli puoli miljoonaa euroa. (Taulukko 11.4.)

Suomalainen elokuva-ala saa tukea myös kansainvälisistä rahastoista. Tärkeimmät tällaiset rahastot ovat Pohjoismainen elokuva- ja televisiorahasto, 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 2003 (taulukko 11.13). Samana vuonna EurImages-rahastosta myönnettiin tukea kahdelle suomalaiselle elokuvalle yhteensä 0,6 miljoonaa euroa. Kyseessä on elokuvien kokonaistuki, josta osa kohdentuu niissä osatuottajina olevien ulkomaisten yritysten rahoitusosuuteen. Media Plus -ohjelmasta myönnettiin suomalaisten elokuvien kehittelyyn, levitykseen ja markkinointiin yhteensä hieman 1,2 miljoonaa euroa vuonna 2003 (taulukko 11.12).

Kuvio 11.2 Suomalaisen hakijoiden EU:n Media Plus ohjelmasta saama tuki 2001–2003

Figure 11.2 Support from the Media Plus programme of the EU 2001–2003



Kollektiivisesti jaettavat tekijänoikeuskorvaukset

Eräiden joukkoviestintään liittyvien tekijänoikeuksien valvonnasta ja korvauksista on solmittu kollektiivisia sopimuksia. Eräin osin näiden korvausten hallinnoinnilla ja jakamisella on julkista tukea muistuttavia piirteitä. Perusluonteeltaan tekijänoikeuskorvaukset ovat kuitenkin yksityisoikeudellisia korvauksia teosten käytöstä tekijöille.

Yksi keskeinen tällaisten kollektiivisesti jaettavien tekijänoikeusrahojen lähde on yksityisen kopioinnin hyvitysmaksu, joka aiemmin tunnettiin kasettimaksuna. Se on tyhjien ääni- ja videokasettien sekä -levykkeiden ja digitaalisten tallentimien hintaan sisältyvä tekijänoikeudellinen korvausosuus. Vuonna 2003 yksityisen kopioinnin hyvitysmaksun nettotuotto oli 10 miljoonaa euroa (taulukko 11.6). Tuotto laski 1990-luvun alkuvuosina minuuttihinnan alentamisen, maksuvelvollisuuden kiertämisen yleistymisen ja taloudellisen taantumän seurauksena, mutta viime vuosina se on jälleen kasvanut.

Opetusministeriö vahvistaa vuosittain yksityisen kopioinnin hyvitysmaksun tuoton käyttösuunnitelman. 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 -levytykselle tärkeä tuen lähde on Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus AVEK, jonka toiminta rahoitetaan pitkälti yksityisen kopioinnin hyvitysmaksuilla. Niin ikään äänitetuotantoa tukevan ESEK:in rahoituksesta osa tulee kasettimaksuista. (Taulukot 11.8 ja 11.9.)

Valokopiointikorvaus on toinen joukkoviestintään liittyvä tekijänoikeudellinen korvaus, jonka tuotto jaetaan kollektiivisesti. Sen tuotto jaetaan Kopioston tekijöitä ja teosten kustantajia edustavien jäsenjärjestöjen kautta. Vuonna 2003 valokopiointikorvauksia kerättiin hallinnolta, kouluilta, yrityksiltä ja muilta organisaatioilta yhteensä noin 8,3 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 ministeriöistä, taiteen keskustoimikunnasta tai niiden kotisivuilta.

Opetusministeriön hallinnonalan kulttuuri- ja viestintämäärärahojen käytöstä julkaistaan tietoja myös taiteen keskustoimikunnan vuosikertomuksissa ja sen julkaisemassa Arsis-lehdessä.

Suomen elokuvaääitiö tilastoi ja erittelee vuosikertomuksissaan hallinnoimansa elokuvatuen jakautumisen eri tukikohteisiin.

Tiedot yksityisen kopioinnin hyvitysmaksun ja valokopioinnin korvausten tuotosta ja käytöstä löytyvät opetusministeriön vuosittaisista kasettimaksun käyttöpäättöksistä sekä tekijänoikeusjärjestöjen vuosikertomuksista.

Rauli Kohvakka

Täydentävää kirjallisuutta

Elokuvan rahoitustyöryhmän raportti. Opetusministeriön muistioita 25:1996. Helsinki.

Jokinen, Elina: Kirjastoapurahat ja -avustukset kaunokirjallisuuden tukimuotona. Työpapereita 40. Taiteen keskustoimikunta, tutkimusyksikkö. Helsinki 2002.

Karhunen, Paula: Valtion tuki taiteelliseen toimintaan 2003. Tilastotiedote 2/2004. Taiteen keskustoimikunta, tutkimusyksikkö. Helsinki.

Kulttuuritilasto 2003. Luku 9. Rahavirtoja. Kulttuuri ja viestintä 2004:1. *Tilastokeskus.* Helsinki.

Oesch, Pekka: Kulttuuriyhteisöjen harkinnanvarainen tuki. Valtionavustusjärjestelmän muutokset ja yhteisöjen toimintamahdollisuudet. Tilastotietoa taiteesta 32. Taiteen keskustoimikunta. Helsinki 2004.

Stockmann, Bengtson & Repo: 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 23/1999. Helsinki.

Taulukot – Tables

- 11.1 Valtion tuki lehdistölle 1995–2004
Government subsidies to the printed press 1995–2004
- 11.2 Kirjallisuuden tuki 2002–2004
*Government subsidies to literature 2002–2004**
- 11.3 Valtion tuki kirjastoille 1994–2003
Government subsidies to public libraries 1994–2003
- 11.4 Elokvataiteen tuki 2002–2004
Government subsidies to film and cinema 2002–2004
- 11.5 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta 1990–2003
Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation 1990–2003
- 11.6 Yksityisen kopioinnin hyvitysmaksun nettotuotto 1994–2003
Net returns from compensation for private copying 1994–2003
- 11.7 Vuosien 1994–2003 yksityisen kopioinnin hyvitysmaksun käyttö
Allocation of compensation for private copying 1994–2003
- 11.8 AVEKin tukitoiminta 2000/01 – 2003/04
Grants and subsidies from the Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland (AVEK) 2000/01 – 2003/04
- 11.9 Esittävän säveltaiteen edistämiskeskus ESEKin tuki 2003
Grants and subsidies from the Finnish Performing Music Promotion Centre (ESEK) 2003
- 11.10 Kopioston perimät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1994–2003
Royalties collected by Copyright Office Kopiosto for photocopying 1994–2003
- 11.11 Kopioston tilittämät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1997–2003
Photocopying royalties disbursed by Kopiosto 1997–2003
- 11.12 Suomalaisten hakijoiden EU:n Media Plus ohjelmasta saama tuki 2001–2003
Support from the Media Plus programme of the EU in 2001–2003
- 11.13 Pohjoismaisen elokuva- ja televisiorahaston tuki suomalaisille elokuville ja televisiosarjoille 2001–2003
Subsidies granted by the Nordisk Film & TV Fund to Finnish films and series in 2001–2003

Kuviot – Figures

- 11.1 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta 1990–2003
Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation 1990–2003
- 11.2 Suomalaisten hakijoiden EU:n Media Plus ohjelmasta saama tuki 2001–2003
Support from the Media Plus programme of the EU 2001–2003

11.1 Valtion tuki lehdistölle 1995–2004

Government subsidies to the printed press 1995–2004

Tukimuoto Type of subsidy	1995		1996		1997		1998		1999	
	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%
Valikoiva lehdistötuki* <i>Selective press subsidies*</i>										
• valtioneuvoston jakama <i>From Council of State</i>	7,6	30,0	7,6	53,9	6,7	50,3	6,7	50,3	5,0	37,7
• puolueiden kautta – <i>through political parties</i>	5,9	23,3	5,9	41,9	5,9	44,0	5,9	44,0	7,6	56,6
Sanomalehtien yhteisjakelutuki <i>Subsidies for joint newspaper delivery systems</i>	2,9	11,3	–	–	–	–	–	–	–	–
Kulttuurilehtituki <i>Subsidies for cultural periodicals</i>	0,7	2,7	0,6	4,2	0,8	5,7	0,8	5,7	0,8	5,7
Suora lehtituki yhteensä <i>Direct press subsidies total</i>	17,0	67,3	14,0	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0
Yleinen kuljetustuki** <i>Transport subsidies**</i>	8,2	32,7	–	–	–	–	–	–	–	–
Tuki yhteensä <i>Subsidies total</i>	25,2	100,0	14,0	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0
Tukimuoto Type of subsidy	2000		2001		2002		2003		2004	
	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%	€ milj. € million	%
Valikoiva lehdistötuki* <i>Selective press subsidies*</i>										
• valtioneuvoston jakama <i>From Council of State</i>	5,0	37,7	5,0	37,7	5,0	37,3	5,0	37,3	5,9	40,7
• puolueiden kautta <i>through political parties</i>	7,6	56,6	7,6	56,6	7,6	56,7	7,6	56,7	7,8	53,8
Sanomalehtien yhteisjakelutuki <i>Subsidies for joint newspaper delivery systems</i>	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Kulttuurilehtituki <i>Subsidies for cultural periodicals</i>	0,8	5,7	0,8	5,7	0,8	5,7	0,8	5,7	0,8	5,5
Suora lehtituki yhteensä <i>Direct press subsidies total</i>	13,4	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0	14,5	100,0
Yleinen kuljetustuki** <i>Transport subsidies**</i>	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Tuki yhteensä <i>Subsidies total</i>	13,4	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0	13,4	100,0	14,5	100,0

* Tuki sanomalehdistön kuljetus- jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseen – *Money to subsidize transport, delivery and other costs.*

** Tuki maksettiin Posti- ja telelaitokselle/Suomen Posti Oy:lle lehtien kuljetusmaksujen alentamiseksi. Momentin nimi 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 2002–2004*
Government subsidies to literature 2002–2004*

	2002		2003		2004	
	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%
Tuotanto/levitys Production/distribution	1 049	16,1	1 048	15,4	1 306	19,4
Kirjallisuuden edistäminen – Promotion of literature	176	2,7	176	2,6	203	3,0
Suomalaisen kirjallisuuden kääntäminen & julkaiseminen Translation and publication of Finnish literature	230	3,5	230	3,4	253	3,8
Julkaisutuki – Publication subsidies	96	1,5	-	-	-	-
Ostotuki – Purchasing subsidies	505	7,8	600	8,8	800	11,9
Selkokiellisen kirjallisuuden tuki Publication of easy to-read books	42	0,6	42	0,6	50	0,7
Harrastus/tiedotus Promotion/Information	508	7,8	611	9,0	612	9,1
Lukemisen ja luovan kirjoittamisen edistäminen Promotion of reading and writing	131	2,0	131	1,9	185	2,7
Alueellisten taidetoimikuntien valtionavustukset State subsidies by regional arts councils	61	0,9	56	0,8
Suomen kirjallisuuden tiedotuskeskuksen toiminta – The Finnish Literature Information Centre	139	2,1	139	2,0	180	2,7
Suomen Nuorisokirjallisuuden instituutti Finnish Institute for Children's Literature	84	1,3	84	1,2	90	1,3
Valtakunnalliset kulttuuritapahtumat National cultural events	93	1,4	201	2,9	157	2,3
Kirjallisuuden alan järjestöt Writers' associations	234	3,6	234	3,4	275	4,1
Taiteilijat – Artists	4 715	72,5	4 922	72,2	4 536	67,4
Palkinnot – Prizes	73	1,1	88	1,3	43	0,6
Kirjastoapurahat – Authors' library fees	2 412	37,1	2 553	37,5	2 558	38,0
Kohdeapurahat** – Project grants**	103	1,6	120	1,8	115	1,7
Taiteilija-apurahat/taiteilijaprofessorit Government arts grants	1 746	26,8	1 799	26,4	1 820	27,0
Alueellisten taidetoimikuntien apurahat Grants from the regional arts councils	382	5,9	362	5,3
Yhteensä – Total	6 506	100,0	6 815	100,0	6 729	100,0

* Kauno- ja tietokirjallisuuden tuki. Vuonna 2004 ei sisällä alueellisten taidetoimikuntien tukea. – Subsidies to fiction and non-fiction. In 2004 does not include subsidies from regional arts councils.

** Sisältää kohde-, matka- ja lastenkulttuurin apurahat – Incl. project, grants, travel grants and grants for children's culture.

Lähteet: Taiteen keskuustoimikunta, 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 1994–2003
Government subsidies to public libraries 1994–2003

Tukimuoto <i>Type of subsidy</i>	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	€ milj. – € million									
Valtionosuus yleisten kirjastojen käyttökustannuksiin <i>State subsidies to cover overheads</i>	97	84	86	83	78	80	80	83	83	96
Valtionosuus kirjastojen perustamis- kustannuksiin <i>State subsidies to cover establishment expenses</i>	6	5	7	6	7	6	6	6	6	6
Yhteensä – Total	103	88	93	89	85	86	86	89	89	102

Lähde: Valtion tilinpäätökset; Valtion tulo- ja menoarviot
 Source: *State Budgets and Final accounts*

11.4 Elokuvataiteen tuki 2002–2004
Government subsidies to film and cinema 2002–2004

	2002		2003		2004	
	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%
Tuotanto – Production	9 488	60,7	9 745	58,4	11 430	61,1
Kotimaisen elokuva- televisio- ja videotuotannon tuki <i>Finnish film and programme production</i>	7 948	50,8	8 095	48,6	9 650	51,6
Elokuvan laatutuki – <i>Quality support</i>	340	2,2	350	2,1	350	1,9
Suomen elokuvasäätiö – <i>Finnish Film Foundation</i>	1 200	7,7	1 300	7,8	1 430	7,6
Jakelu – Distribution	2 405	15,4	2 478	14,9	2 863	15,3
Jakelun ja elokuvateatterien tuki <i>Distribution and cinema subsidies</i>	1 075	6,9	1 100	6,6	1 230	6,6
Alueelliset elokuvakeskukset <i>Regional cinema centres</i>	340	2,2	350	2,1	360	1,9
Elokuvakulttuurin tuki – <i>Promotion of film culture</i>	170	1,1	178	1,1	163	0,9
Elokuvataiteen kv. edistäminen ja valtakunnalliset festi- vaalit – <i>Film festivals and international promotion of films</i>	320	2,0	350	2,1	360	1,9
Lasten elokuvien edistäminen <i>Promotion of children's films</i>	500	3,2	500	3,0	750	4,0
Alueellisten taidetoimikuntien valtion avustukset <i>State subsidies from regional arts councils</i>	50	0,3	34	0,2
Järjestöt – Organizations	320	2,0	340	2,0	370	2,0
Suomen elokuva-arkisto – Finnish Film Archive	2 833	18,1	3 516	21,1	3 493	18,7
Taiteilijat – Artists	545	3,5	560	3,4	548	2,9
Palkinnot – <i>Prizes</i>	30	0,2	33	0,2	51	0,3
Kohdeapurahat ** – <i>Project grants **</i>	55	0,4	59	0,4	51	0,3
Taiteilija-apurahat/taiteilijaprofessuurit <i>Government arts grants</i>	410	2,6	435	2,6	446	2,4
Alueellisten taidetoimikuntien apurahat*** <i>Grants from the regional arts councils***</i>	36	0,2	65	0,4
Yhteensä – Total	15 641	100	16 672	100	18 704	100

* Vuonna 2004 ei sisällä alueellisten taidetoimikuntien tukea. – *In 2004 does not include subsidies from regional arts councils.*

** Sisältää kohde-, matka- ja lastenkulttuurin apurahat – *Incl. project grants travel grants and grants for children's culture.*

*** Sisältää apurahat ja läänintaiteilijat – *Includes grants and regional artists.*

Lähteet: Taiteen keskus, 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 1990–2003

Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation 1990–2003

	1994		1995		1996		1997		1998	
	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%
Tuotantotuki <i>Production subsidies</i>	7 158	83	6 038	82	5 902	82	7 605	86	8 697	87
Kulttuurivaihdon tuki <i>Subsidies for cultural exchange</i>	237	3	110	1	172	2	185	2	210	2
Elokuvateatterituki <i>Subsidies for cinemas</i>	757	9	753	10	546	8	612	7	591	6
Maahantuonti ja esittäminen <i>Import and presentation</i>	364	4	343	5	497	7	323	4	374	4
Elokuvakulttuuri <i>Film culture</i>	121	1	98	1	106	1	135	2	128	1
Yhteensä – Total	8 637	100	7 342	100	7 224	100	8 860	100	10 001	100

	1999		2000		2001		2002		2003	
	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%	1 000 € € thousand	%
Tuotantotuki <i>Production subsidies</i>	8 486	85	9 322	86	8 907	86	8 907	85	9 856	87
Kulttuurivaihdon tuki <i>Subsidies for cultural exchange</i>	226	2	247	2	251	2	250	2	251	2
Elokuvateatterituki <i>Subsidies for cinemas</i>	568	6	595	6	588	6	668	6	587	5
Maahantuonti ja esittäminen <i>Import and presentation</i>	348	4	319	3	278	3	331	3	296	3
Elokuvakulttuuri <i>Film culture</i>	310	3	308	3	303	3	322	3	350	3
Yhteensä – Total	9 938	100	10 791	100	10 327	100	10 477	100	11 340	100

Lähde: Suomen elokuvasäätiön toimintakertomukset
Source: Finnish Film Foundation annual reports

11.6 Yksityisen kopioinnin hyvitysmaksun nettotuotto 1994–2003*

Net returns from compensation for private copying 1994–2003*

	€ milj. – € million	Audiotuotteista – Audio products		Videotuotteista – Video products	
			%		%
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
2002	10		40		60
2003	10		46		54

* 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 1994–2003 yksityisen kopioinnin hyvitysmaksun käyttö
Allocation of compensation for private copying 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	1 000 € – € thousand									
Väillisinä korvauksina <i>Indirect compensations</i>										
AVEK <i>Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland</i>	2 186	2 271	2 758	2 573	2 220	2 186	2 464	2 200	2 126	1 855
Suomen elokuväsäätiö <i>Finnish Film Foundation</i>	336	269	235	151	61	–	–	–	–	–
ESEK – Finnish Performing Music <i>Promotion Centre</i>	849	593	905	871	162	179	336	427	602	676
Av-musiikki tuotanto (ESEK/LUSES) – <i>Audiovisual music productions</i>					555	530	597	533	516	450
LUSES – <i>Foundation for the Promotion of Finnish Music</i>	451	209	234	202	156	168	316	402	567	636
Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus <i>Copyright Information Centre</i>	43	60	68	93	93	93	98	103	103	105
Kirjallisuuden edistämiskeskus <i>Centre for the Promotion of Finnish Literature</i>	82	67	86	67	71	70	88	89	101	101
Kuvasto/VISEK <i>Kuvasto: photo copyright</i>	39	39	42	42	35	34	38	34	33	29
Kuurojen liitto <i>Association for the Deaf</i>	7	7	8	8	7	6	7	7	6	6
Suomen Tekijänoikeudellinen Yhdistys & Tekijänoikeusinstituutti – <i>Finnish Copyright Association</i>	87	87	106	106	89	86	99	90	107	129
Siirretty erikseen jaettavaksi <i>Allocated for separate uses</i>	281	184	245	207	195	195	250	248	280	286
Yhteensä – Total	4 361	3 784	4 688	4 321	3 642	3 546	4 293	4 133	4 441	4 273
Suorina korvauksina oikeudenhaltijoille <i>Direct compensations to copyright holders</i>	3 245	2 929	4 426	4 765	3 985	3 923	4 968	4 993	5 654	5 634

Lähde: Opetusministeriö
 Source: Ministry of Education

11.8 AVEKin tukitoiminta 2000/01 – 2003/04*

*Grants and subsidies from the Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland (AVEK) 2000/01 – 2003/04**

	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04
	1 000 € – € thousand			
Tuotantotuki				
Production subsidies	1 935	1 954	1 915	1 922
• lyhyt- ja dokumenttielokuvat <i>short films and documentaries</i>	1 603	1 519	1 485	1 455
• mediataide ja multimedia <i>video art and multimedia</i>	224	301	316	352
• kansainvälistymistuki <i>support for festivals and audiovisual culture</i>	108	134	114	115
Koulutustuki				
Educational subsidies	153	166		164
• henkilökohtaiset apurahat – <i>personal grants</i>	115	118	100	120
• muu koulutustuki <i>other educational grants</i>	38	48	31	44
Festivaali- ja muu av-kulttuurin tuki				
Support for festivals and audiovisual culture	151	172	129	125
Yhteensä – Total	2 239	2 292	2 044	2 211

* Toiminta rahoitetaan yksityisen kopioinnin hyvitysmaksun tuotoilla. – *Funded through compensation for private copying.*

Lähde: AVEKin toimintakertomus

Source: *Annual report of AVEK*

11.9 Esittävän säveltaiteen edistämiskeskus ESEKin tuki 2003*

*Grants and subsidies from the Finnish Performing Music Promotion Centre (ESEK) 2003**

	1 000 € € thousand	Kevyt musiikki <i>Light music</i>	Vakava musiikki <i>Serious music</i>	Yhteensä <i>Total</i>
		%	%	%
Äänitetuotanto – <i>Phonogram production</i>	487	78	22	100
Audiovisuaaliset musiikkiohjelmat** <i>Audiovisual music programmes**</i>	518	87	13	100
Esiintymistilaisuudet – <i>Public appearance</i>	439	48	52	100
Koulutustoiminta – <i>Training and education</i>	34	19	81	100
Yhteensä – Total	1 478			

* Toiminta rahoitetaan pääosin ulkomaisen musiikin esittämisestä Suomessa perityillä korvauksilla ja yksityisen kopioinnin hyvitysmaksun tuotoilla. *Funded mainly through fees collected from the performing of foreign music in Finland and compensation for private copying.*

** AV-tuki on ESEKin ja LUSESin yhteisen AV-jaoston jakamaa tukea. – *Subsidies from the audiovisual section of ESEK and LUSES.*

Lähde: Esittävän säveltaiteen edistämiskeskus ESEK

Source: *Finnish Performing Music Promotion Centre*

11.10 Kopioston perimät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1994–2003
Royalties collected by Copyright Office Kopiosto for photocopying 1994–2003

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	1 000 € – € thousand									
Valtio/koulukopiointi* – <i>State/schools*</i>	1 892	2 144	2 176	2 241	2 286	2 332	2 378	2 681	3 833	4 453
Muu oppilaitoskopiointi – <i>Other educational establishments</i>	–	40	241	564	634	593	602	837	796	827
Valtionhallinnon kopiointi – <i>Public administration</i>	296	296	300	309	381	462	513	494	555	643
Kunnallishallinnon kopiointi – <i>Municipal administration</i>	216	241	268	288	309	359	418	467	527	648
Kirkkohallitus/Ev.lut. ja ortod.kirkon kopiointi <i>National Ecclesiastical Board</i>	85	99	113	148	158	165	174	182	194	217
Yritysten/ elinkeinoelämän kopiointi – <i>Business companies</i>	314	459	476	629	785	872	942	987	1 291	1 430
Muut** – <i>Others**</i>	34	41	47	52	20	28	–	–	59	68
Yhteensä – Total	2 836	3 320	3 622	4 231	4 574	4 811	5 027	5 648	7 255	8 286

* Koulussa, 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

Lähde: Kopiosto

Source: Joint Copyright Organisation In Finland Kopiosto

11.11 Kopioston tilittämät valokopiointin tekijänoikeuskorvaukset 1997–2003 Photocopying royalties disbursed by Kopiosto 1997–2003

	1997	%	1998	%	1999	%			
	1 000 € – € thousand								
Kaunokirjallisuus	60	1,9	66	1,9	69	1,8	Literature		
Tekijäjärjestöt	39	1,2	43	1,2	45	1,2	Author organizations		
Kustantajajärjestöt	21	0,7	23	0,7	24	0,6	Publisher organizations		
Kuva	659	20,9	725	20,9	811	20,8	Photography		
Tekijäjärjestöt	338	10,7	362	10,5	406	10,4	Photographer organizations		
Kustantajajärjestöt	321	10,2	362	10,5	406	10,4	Publisher organizations		
Lehdistö	764	24,2	872	25,2	993	25,5	Print press		
Tekijäjärjestöt	363	11,5	414	12,0	472	12,1	Journalist organizations		
Kustantajajärjestöt	363	11,5	414	12,0	477	12,2	Publisher organizations		
Päätoimittajajärjestöt	38	1,2	44	1,3	44	1,1	Editor organizations		
Nuotit	239	7,6	271	7,8	269	6,9	Music		
Tekijäjärjestöt	119	3,8	136	3,9	134	3,4	Composer organizations		
Kustantajajärjestöt	119	3,8	136	3,9	134	3,4	Publisher organizations		
Tietokirjallisuus	1 433	45,4	1 531	44,2	1 755	45,0	Non-fiction		
Tekijäjärjestöt	573	18,2	613	17,7	702	18,0	Author organizations		
Kustantajajärjestöt	860	27,3	919	26,5	1 053	27,0	Publisher organizations		
Yhteensä	3 154	100	3 465	100	3 897	100	Total		
	1 000 € – € thousand								
	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%	
Kaunokirjallisuus	68	1,8	68	1,8	165	3,2	212	3,3	Literature
Tekijäjärjestöt	44	1,2	44	1,1	107	2,1	138	2,2	Author organizations
Kustantajajärjestöt	24	0,6	24	0,6	58	1,1	74	1,2	Publisher organizations
Kuva	796	20,7	750	19,4	980	19,1	1 243	19,5	Photography
Tekijäjärjestöt	398	10,4	375	9,7	490	9,5	622	9,8	Photographer organizations
Kustantajajärjestöt	398	10,4	375	9,7	490	9,5	622	9,8	Publisher organizations
Lehdistö	1 009	26,3	977	25,2	1 132	22,0	1 444	22,7	Print press
Tekijäjärjestöt	480	12,5	464	12,0	538	10,5	686	10,8	Journalist organizations
Kustantajajärjestöt	485	12,6	464	12,0	538	10,5	686	10,8	Publisher organizations
Päätoimittajajärjestöt	45	1,2	49	1,3	57	1,1	72	1,1	Editor organizations
Nuotit	271	7,1	393	10,2	378	7,4	434	6,8	Music
Tekijäjärjestöt	136	3,5	197	5,1	189	3,7	203	3,2	Composer organizations
Kustantajajärjestöt	136	3,5	197	5,1	189	3,7	231	3,6	Publisher organizations
Tietokirjallisuus	1 701	44,2	1 684	43,5	2 481	48,3	3 038	47,7	Non-fiction
Tekijäjärjestöt	1 020	26,5	674	17,4	1 017	19,8	1 276	20,0	Author organizations
Kustantajajärjestöt	680	17,7	1 010	26,1	1 464	28,5	1 762	27,7	Publisher organizations
Yhteensä	3 846	100	3 873	100	5 136	100	6 372	100	Total

Lähde: Kopiosta

Source: Joint Copyright Organisation in Finland

11.12 Suomalaisen hakijoiden EU:n Media Plus ohjelmasta saama tuki 2001–20032
Support from the Media Plus programme of the EU in 2001–20032

	2001	2002	2003
	1 000 € – € thousand		
Kehittelytuki – <i>Development support</i>	270	290	535
Teatterielokuvien levittäjien harkinnanvarainen tuki <i>Selective support for cinema distributors</i>	87	346	159
Teatterielokuvien levittäjien automaattituki <i>Automatic support for cinema</i>	215	236	331
Tv-levitystuki – <i>Television broadcasting support</i>	306	271	–
Festivaalituki – <i>Support for festivals</i>	80	70	53
Elokuvateatteriverkostot – <i>Cinema theatre networks</i>	107	78	78
Koulutus* – <i>Training*</i>	–	117	–
Yhteensä – Total	1 065	1 408	1 155

* Osarahoitusta koulutuksen järjestäjille. – *Co-financing for organising training.*
 Lisäksi suomalaiset osallistuivat Media Plus ohjelman koulutukseen.
In addition, Finnish professionals participated in training programmes of Media Plus.

Lähde: Suomen Elokuvasäätiö, Media Desk
 Source: *Finnish Film Foundation, Media Desk*

11.13 Pohjoismaisen elokuva- ja televisiorahaston tuki suomalaisille elokuville ja televisiosarjoille
2001–2003
Subsidies granted by the Nordisk Film & TV Fund to Finnish films and series in 2001–2003

Tukimuoto	2001	2002	2003
<i>Type of support</i>	1 000 € – thousand €		
Tuotantotuki – <i>Production subsidies:</i>			
Näytelmäelokuvat – <i>Feature films</i>	547	336	490
Televisiofiktio/-sarjat – <i>TV fiction/series</i>	180	121	120
Dokumenttielokuva – <i>Documentaries</i>	184	114	71
Hankkeiden kehittäminen – <i>Project development</i>	37	53	63
Muiden Pohjoismaiden elokuvien levittäminen Suomessa <i>Distribution of films from other Nordic countries in Finland</i>	43	136	66
Muu tuki – <i>Other</i>	9	20	42
Yhteensä – Total	999	780	852

Lähde: Pohjoismainen elokuva- ja televisiorahasto
 Source: *Nordic 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. Graafisen viestinnän markkinoista tuorein EU:n alueen kattava kokonaisertittely on Euroopan Komission toimeksiantona valmisteltu Publishing Market Watch -raportti.

Harmonisointipyrkimyksistä huolimatta esimerkiksi tiedot satelliittiliittymien määristä, 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 ollut yleisesti käytetty vaikka joukkoviestinnän osalta sisällöllisesti suppea kansainvälisiä vertailutietoja sisältävä lähdeos. European Audiovisual Observatoryn vuositilastot sisältävät paljon tietoja audiovisuaalisen joukkoviestinnän taloudesta, rakenteesta, tavoitavuudesta, 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 Optimedian yhteistyönä tuotettu World Magazine Trends.

Nordicomin julkaisemassa Media Trends -sarjassa (ilm. 1995–) on ilmestynyt erittäin käyttökelpoisia tilastojulkaisuja joukkoviestinnästä Pohjoismaissa. Julkaisusarjan tuorein nide (The Nordic Media Market) ilmestyi vuoden 2003 lopulla.

Tuomo Sauri

Täydentävää kirjallisuutta

Euromedia research group: The media in Western Europe. The euromedia handbook. Sage, London 1997.

The European advertising & media yearbook. *NTC Publications*, Henley-on-Thames (eri vuosina).

European cinema yearbook: <http://www.mediasalles.it/>

The European marketing pocket book. *World Advertising Research Center*, Henley-on-Thames (eri vuosina).

Humphreys, Peter J.: Mass media and media policy in Western Europe. Manchester University Press. Manchester & New York 1996.

Internet. European key facts. *IP & CLT-Ufa* (eri vuosina).

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 2003.

Publishing market watch. *European Commission & Turku school of economics and business administration & Rightscom*:

<http://www.publishing-watch.org/documents.aspx>

Radio 2000. European key facts. *IP & CLT-Ufa* 2000.

Sánchez-Tabernero, Alfonso et al.: Media concentration in Europe. The European institute for the Media. Media Monograph No. 16, Düsseldorf 1993.

Sánchez-Tabernero, Alfonso & Carvajal, Miguel: Media concentration in the European market. New trends and challenges. Universidad de Navarra, Facultad de Communication, Navarra 2002.

Soramäki, Martti: Informaatioyhteiskunnan teorian, politiikka ja sähköisen viestinnän todellisuus. Tampere university press, Tampere 2004.

Statistical yearbook. Cinema, television, video and new media in Europe vol. 1–5. *European Audiovisual Observatory*, Strasbourg (eri vuosina).

Statistics on audiovisual services. Data 1980–2002. *Eurostat*, Luxembourg 2003.

Suomen tilastollinen vuosikirja. *Tilastokeskus*, Helsinki (eri vuosina).

Television. European key facts. *IP & CLT-Ufa* (eri vuosina).

UNESCO statistical yearbook: <http://www.unesco.org/>

Valtiot ja maat. Käsikirjoja 12. *Tilastokeskus*, Helsinki (eri vuosina).

World magazine trends. *FIPP-Royal Mail-Zenith Media*, Henley-on-Thames (eri vuosina).

World press trends. *World Association of Newspapers-Zenith Media*, Paris (eri vuosina).

Taulukot – Tables

- 12.1 Joukkoviestintämarkkinat Suomessa ja EU-maissa 2001
Media market volume in Finland and in the EU 2001
- 12.2 Maailman suurimmat mediayritykset medialiikevaihdon mukaan ja niiden mediatoimialat 2002
The largest media companies in the world by media turnover and their media activities 2002
- 12.3 Mediamanonnan mainososuuksien kehitys eri välineissä Euroopassa (EU15) 1993–2002
Breakdown of advertising by media in Europe (EU15) 1993–2002
- 12.4 Mediamainonnan mainososuudet ja mainonnan osuudet BKT:sta eri maissa 2002
Distribution of adspend and advertising as a percentage of GDP 2002
- 12.5 Päivälehtien levikki 1 000 henkeä kohden 1991–2002
Dailies: circulation per 1 000 persons in 1991–2002
- 12.6 Yleisöaikakauslehtien lukijapeitto 2002 (Aikuisväestö)
Consumer magazines: Average issue readership 2002 (Adult population)
- 12.7 Kirjatuotanto 1990–1999
Book production 1990–1999
- 12.8 Julkisen palvelun television osuus katseluajasta 1991–2002
Audience shares of domestic public TV broadcasting 1991–2002
- 12.9 Kaapelitelevisioliittymät 1991–2002
Cable television connections in 1991–2002
- 12.10 Satelliittilähetyksen suoravastaanotto 1990–2002
Satellite TV reception 1990–2002
- 12.11 Digitelevisiotaloudet 2002 (terrestiaali, kaapeli ja satelliittivastaanotto yhteensä)
Digital TV penetration 2002 (terrestrial, cable and satellite reception total)
- 12.12 Julkisen palvelun radion markkinaosuus kokonaiskuunteluajasta 1990 ja 1999
Public service radio: share of total listening time 1990 and 1999
- 12.13 VHS- ja DVD-tallenteiden osto- ja vuokraustapahtumat VHS/DVD-taloutta kohden 2002
Average number of video and DVD transactions per VCR/DVD home 2002
- 12.14 Elokuvisakäynnit per asukas 1991–2002
Cinema admissions per person 1991–2002
- 12.15 Kappalemääräinen äänitemyynti 2002
Phonogram sales in 2002
- 12.16 Uusien viestimien käyttö 2001
Access to information technology 2001

Kuviot – Figures

- 12.1 Mediamainonnan mainososuudet Suomessa, EU:ssa ja USA:ssa 2002
Distribution of ad shares in Finland, EU and USA 2002

12.1 Joukkoviestintämarkkinat Suomessa ja EU-maissa 2001
Media market volume in Finland and in the EU 2001

	Suomi – Finland € Milj. – € Million	EU-15	Suomi – Finland %	EU-15
Sanomalehdet – Newspapers	1 157	42 200	37	22
Aikakauslehdet – Magazines	622	37 000	20	19
Kirjat – Books	453	26 600	14	14
Televisio – TV*	591	58 703	19	30
Kaupallinen radio – Commercial radio	43	3 990	1	2
Elokuva – Cinema	48	5 290	2	3
Video (VHS & DVD)	94	8 457	3	4
CD-rom & DVD-rom	33	2 080	1	1
Äänitteet – Phonograms	128	10 850	4	6
Yhteensä – Total	3 169	195 170	100	100

* Sisältää myös julkisen palvelun radiotoiminnan. – Including national public service radio.

Lähteet – Sources:

Suomi: Tilastokeskus, Joukkoviestintätilatot

Finland: Statistics Finland, Media Statistics

EU15: European Commission (Publishing market watch), European Audiovisual Observatory,

International Federation of the Phonographic Industry IFPI, World Advertising Research Center WARC

12.2 Maailman suurimmat mediayritykset medialiikevaihdon mukaan ja niiden mediatoimialat 2002

The largest media companies in the world by media turnover and their media activities 2002

Yhtiö Company	Kotimaa Domicile	Media- liike- vaihto ¹ Media turn- over ¹	Koko- naisliike- vaihto Total turnover	Median osuus Media share of turnover	Sanoma- lehdet News- papers	Aikakaus- lehdet Maga- zines & periodi- cals	Kirjat Books	Radio	TV	Elo- kuva Film	Ääni- teet Music
		Milj. \$ – \$ million	%								
1 AOL Time Warner	USA	40 961	40 961	100		X	X	X	X	X	X
2 Viacom Inc.	USA	24 606	24 606	100		X	X	X	X	X	X
3 Vivendi Universal	France	18 428	26 497	70		X	X	X	X	X	X
4 News Corporation ²	Australia	17 093	17 093	100	X	X	X	X	X	X	
5 The Walt Disney Company ²	USA	16 824	25 329	66		X	X	X	X	X	
6 Bertelsmann AG ³	Germany	13 767	17 254	80	X	X	X	X	X	X	X
7 Sony Corporation ²	Japan	9 203	56 979	16					X	X	X
8 Reed Elsevier	The Netherlands/ Great Britain	7 521	7 521	100		X	X				
9 NBC	USA	7 149	7 149	100				X	X		
10 Pearson	Great Britain	6 477	6 477	100	X		X				
11 Gannett Co. Inc.	USA	6 422	6 422	100	X				X		
12 ARD ⁴	Germany	5 747	5 747	100				X	X		
13 Tribune	USA	5 384	5 384	100	X			X	X		
14 BBC ²	Great Britain	5 072	5 072	100		X		X	X		
15 NHK ²	Japan	5 042	5 042	100				X	X		
16 Clear Channel ⁵	USA	4 246	8 553	50				X	X		
17 Condé Nast	USA	4 200	4 200		X	X					
18 RTL Group ⁶	Germany	4 091	4 091	100				X	X		
19 Wolters Kluwer	The Netherlands	3 670	3 670	100		X	X				
20 EMI Group ²	Great Britain	3 667	3 667	100							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 Tilivuosi 2001/02. – *Fiscal year 2001/2002.*

3 Sisältää RTL:n. Ks. Myös viite 6. – *Includes RTL Group. See also note 6.*

4 Vuoden 2002 budjetin mukaan. – *2002 budget, estimated on the basis of data on the company website.*

5 Vuoden 2001 tiedot. – *Fiscal year 2001.*

6 Pro forma. Yhtiön enemmistöomistaja on Bertelsmann. Ks. viite 3. – *Pro forma figures. Bertelsmann is the major shareholder, see note 3.*

Lähteet – Sources:

Yritysten toimintakertomukset/Company annual reports

Nordicom

Hoover's Online (www.hoovers.com/uk)

Variety

EAO Yearbook

12.3 Mediamaanonnan mainososuuksien kehitys eri välineissä Euroopassa (EU15) 1993–2002
Breakdown of advertising by media in Europe (EU15) 1993–2002

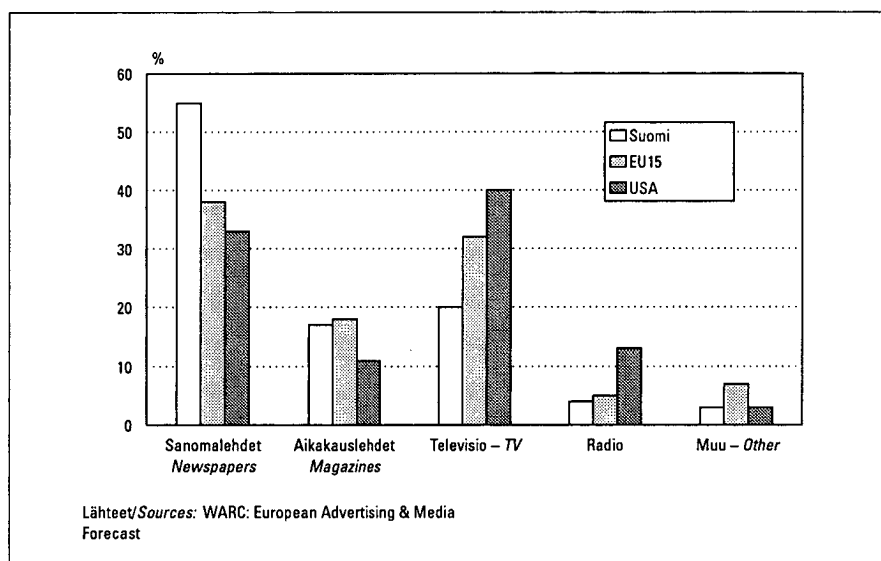
Vuosi – Year	Sanomalehdet Newspapers %	Aikakauslehdet Magazines	Televisio Television	Radio	Elokuva Cinema	Ulkomainonta Outdoor	Yhteensä Total
1993	40,8	19,6	29,2	4,7	0,7	5,0	100
1994	40,6	18,8	30,3	4,7	0,7	5,0	100
1995	40,1	18,8	30,7	4,8	0,7	5,0	100
1996	39,5	18,6	31,1	5,0	0,7	5,1	100
1997	39,0	18,8	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
2001	38,1	18,2	32,0	5,0	0,9	5,9	100
2002	37,6	18,1	32,4	5,1	0,9	5,9	100

Lähde – Source:

TNS Gallup Oy: Mainonnan määrä Suomessa

WARC: European Advertising & Media Forecast

Kuvio 12.1 Mediamaailman mainososuudet Suomessa, EU:ssa ja USA:ssa 2002
Figure 12.1 Distribution of ad shares in Finland, EU and USA 2002



12.4 Mediamainonnan mainososuudet ja mainonnan osuudet BKT:sta eri maissa 2002
Distribution of adspend and advertising as a percentage of GDP 2002

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	28,2	14,3	40,1	9,6	1,1	6,8	100	0,83
Britannia – UK	41,2	16,0	31,4	4,2	1,3	5,9	100	1,12
Espanja – Spain	31,5	11,3	41,2	8,3	0,9	6,7	100	0,75
Hollanti – The Netherlands	44,3	24,8	20,5	6,3	0,2	3,9	100	0,80
Irlanti – Ireland	65,6	1,9	18,2	5,9	0,8	7,6	100	0,83
Italia – Italy	23,4	17,2	52,3	3,8	1,0	2,4	100	0,60
Itävalta – Austria	43,1	20,1	22,3	7,2	0,5	6,7	100	0,90
Kreikka – Greece	19,3	34,3	42,5	3,9	100	0,95
Portugali – Portugal	14,1	16,8	55,6	5,6	0,5	7,4	100	1,08
Ranska – France	26,0	23,5	30,7	7,5	0,8	11,4	100	0,62
Ruotsi – Sweden	55,4	14,1	21,9	3,1	0,5	5,0	100	0,67
Saksa – Germany	45,0	18,9	26,4	3,9	1,1	4,7	100	0,79
Suomi* – Finland*	55,3	17,2	19,9	4,3	0,2	3,1	100	0,81
Tanska – Denmark	58,9	14,5	19,3	2,6	0,8	4,0	100	0,63
Norja – Norway	62,9	10,3	19,9	3,4	0,8	2,7	100	0,74
Sveitsi – Switzerland	48,9	17,9	13,9	3,4	0,9	15,0	100	0,91
Japani – Japan	26,9	10,2	45,8	4,5	..	12,6	100	0,74
USA	32,7	10,9	39,8	13,4	..	3,2	100	1,22

* WARC on harmonisoitunut Suomen lukuja.

Lähde – Source:

TNS Gallup Oy: Mainonnan määrä Suomessa

WARC: European Advertising & Media Forecast

12.5 Päivälehtien levikki 1 000 henkeä kohden 1991–2002
Dailies: circulation per 1 000 persons in 1991–2002

	1991	2000	2002
	Koko väestö <i>Total population</i>	Koko väestö <i>Total population</i>	Aikuisväestö <i>Adult population</i>
EU			
Belgia – <i>Belgium</i>	173	153	204
Britannia – <i>United Kingdom</i>	367	319	402
Espanja – <i>Spain</i>	81	108	127
Hollanti – <i>The Netherlands</i>	317	279	329
Irlanti – <i>Ireland</i>	183	152	196
Italia – <i>Italy</i>	113	105	118
Itävalta – <i>Austria</i>	337	309	365
Kreikka – <i>Greece</i>	92	65	71
Kypros – <i>Cyprus</i>	..	69 (1999)	94
Latvia – <i>Latvia</i>	..	136	202
Liettua – <i>Lithuania</i>	..	74 (1999)	..
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	320	273	327
Portugali – <i>Portugal</i>	39	73 (1999)	83
Puola – <i>Poland</i>	116
Ranska – <i>France</i>	157	149 (1999)	164
Ruotsi – <i>Sweden</i>	517	417	509
Saksa – <i>Germany</i>	311	291	333
Slovakia – <i>Slovakia</i>	187	100	120
Slovenia – <i>Slovenia</i>	..	173 (1999)	211
Suomi – <i>Finland</i>	533	445	532
Tanska – <i>Denmark</i>	355	277	334
Tseki – <i>Czech Republic</i>	..	166	196
Unkari – <i>Hungary</i>	..	162	192
Viro – <i>Estonia</i>	409	191	228
Islanti – <i>Iceland</i>	..	331	339
Norja – <i>Norway</i>	590	574	705
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	416	371	433
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	..	163 (1999)	203
Kroatia – <i>Croatia</i>	..	133	162
Makedonia – <i>Macedonia</i>	83
Moldova – <i>Moldova</i>	21
Romania – <i>Romania</i>	70
Serbia-Montenegro	163
Turkki – <i>Turkey</i>	132
Ukraina – <i>Ukraine</i>	272
Japani – <i>Japan</i>	591	567	654
Yhdysvallat – <i>United States</i>	251	198	269

Huom. Vuoden 2002 tiedot (aikuisväestö) eivät ole vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen (koko väestö) kanssa.

Note. The figures for 2002 (adult population) are not comparable with the figures until 2000 (whole population).

Lähde – *Source: World Press Trends*

12.6 Yleisöaikakauslehtien lukijapeitto 2002 (Aikuisväestö)
Consumer magazines: Average issue readership 2002 (Adult population)

	Vuosi – Year	Kaikki yleisölehdet Any consumer titles	Naisten lehdet Women's titles	TV-lehdet TV-guides	Yleisöaikakauslehdet General Interest	Erikoisai- kauslehdet Special interest
EU						
Britannia – <i>United Kingdom</i>	2000	81	54	38	70	..
Espanja – <i>Spain</i>	2002	50	24	4	10	41
Irlanti – <i>Ireland</i>	2002	78	18	59
Italia – <i>Italy</i>	2001	64
Latvia – <i>Latvia</i>	2000	61	43	41	16	41
Liettua – <i>Lithuania</i>	2000	48	28	19	20	22
Puola – <i>Poland</i>	2002	76	49	38	32	30
Ranska – <i>France</i>	2002	..	46	84	57	64
Ruotsi – <i>Sweden</i>	2002	55
Suomi – Finland	2002	97	59	29	62	72
Tanska – <i>Denmark</i>	2002	..	19	39	33	..
Tšekki – <i>Czech republic</i>	2002	91	32	77	31	39
Unkari – <i>Hungary</i>	1999	75	38	52	21	2
Viro – <i>Estonia</i>	2000	79	26	58	49	39
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	2002	94	27	57	74	56
Venäjä – <i>Russia</i>	2002	29	20	8	6	..
Yhdysvallat – <i>USA</i>	2002	90	48	21	49	77

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 – The Netherlands	9,2	0,0	
Italia – Italy	4,4	5,6	
Itävalta – Austria	8,1	10,0	(1996)
Kreikka – Greece	3,2	4,3	(1997)
Latvia – Latvia	5,8	9,0	
Liettua – Lithuania	..	11,1	
Luxemburg – Luxembourg	10,0	16,4	(1994)
Portugali – Portugal	5,8	7,8	(1998)
Puola – Poland	2,7	5,0	
Ranska – France	7,4	6,6	
Ruotsi – Sweden	14,1	14,2	(1998)
Saksa – Germany	..	9,5	(1998)
Slovakia – Slovakia	..	5,8	
Slovenia – Slovenia	9,3	17,3	
Suomi – Finland	20,4	25,5	
Tanska – Denmark	21,6	27,1	
Tseki – Czech Republic	..	12,2	
Unkari – Hungary	7,9	10,3	
Viro – Estonia	11,1	23,1	
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	
Makedonia – Macedonia	..	3,6	
Moldova – Moldova	..	2,7	
Romania – Romania	0,9	3,5	
Ukraina – Ukraine	1,4	1,2	
Valko-Venäjä – Belarus	2,7	5,2	(1998)
Venäjä – Russian Federation	2,3	..	
Yhdysvallat – USA	1,9	..	

Koulukirjat eivät sisälly Itävallan lukuihin. Hollannin, Japanin ja Kreikan lukuun eivät sisälly pienpainatteet. Norjan lukuun ei sisälly koulukirjat ja julkishallinnon nimikkeistö. USA:n lukuun eivät sisälly koulukirjat, julkishallinnon nimikkeistö eivätkä pienpainatteet. – Data do not include school textbooks (Austria, Norway, USA), pamphlets (Greece, Netherlands, USA), and government publications (Norway, USA).

Lähde – Source: Unesco Statistical Yearbook

12.8 Julkisen palvelun television osuus katselujasta 1991–2002
Audience shares of domestic public TV broadcasting 1991–2002

	1991	2000	2002
	%		
EU			
Belgia (Fl.) – <i>Belgium (Fl.)</i>	34	23	22
Belgia (Vall.) – <i>Belgium (Fr.)</i>	23	32	36
Britannia – <i>United Kingdom</i>	44	49	48
Espanja – <i>Spain</i>	57	49	50
Hollanti – <i>The Netherlands</i>	47	36	36
Irlanti – <i>Ireland</i>	65	47	41
Italia – <i>Italy</i>	49	47	47
Itävalta – <i>Austria</i>	77	57	54
Kreikka – <i>Greece</i>	22	11	11
Kypros – <i>Cyprus</i>	..	20	17
Latvia – <i>Latvia</i>	..	18	17
Liettua – <i>Lithuania</i>	..	10	12
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	..	13	..
Portugali – <i>Portugal</i>	93	30	26
Puola – <i>Poland</i>	..	46	46
Ranska – <i>France</i>	33	42	45
Ruotsi – <i>Sweden</i>	78	44	43
Saksa – <i>Germany</i>	61	43	44
Slovakia – <i>Slovakia</i>	..	18	21
Slovenia – <i>Slovenia</i>	..	33	35
Suomi – <i>Finland</i>	57	42	45
Tanska – <i>Denmark</i>	84	68	70
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	97	31	29
Unkari – <i>Hungary</i>	..	14	15
Viro – <i>Estonia</i>	..	17	18
Islanti – <i>Iceland</i>	..	45	41
Norja – <i>Norway</i>	..	41	42
Sveitsi – <i>Switzerland (Al)</i>	..	34	36
Sveitsi – <i>Switzerland (It.)</i>	..	34	32
Sveitsi – <i>Switzerland (Ro.)</i>	..	36	34
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	..	67	30
Romania – <i>Romania</i>	..	40	33
Turkki – <i>Turkey</i>	..	6	8
Venäjä – <i>Russia</i>	..	46	47
Japani – <i>Japan</i>	30	21	..
Yhdysvallat – <i>USA</i>	4	3 *	..

* Prime time -katsojaosuus. – *Prime-time audience share.*

Lähteet – *Sources:*

Screen Digest
 EAO Yearbook

12.9 Kaapelitelevisioliittymät 1991–2002*
Cable television connections in 1991–2002*

Maa – Country	Osuus tv-talouksista – Share of TV households		
	1991 %	2000	2002
EU			
Belgia – Belgium	93	91	93
Britannia – United Kingdom	2	15	14
Espanja – Spain	1	3	6
Hollanti – The Netherlands	90	91	96
Irlanti – Ireland	43	52	48
Italia – Italy	..	0,3	0,5
Itävalta – Austria	23	32	39
Kreikka – Greece	..	0,5	0,5
Latvia – Latvia	..	46	47
Liettua – Lithuania
Luxemburg – Luxembourg	76	75	74
Portugali – Portugal	..	26	35
Puola – Poland	2	28	31
Ranska – France	3	13	15
Ruotsi – Sweden	41	56	58
Saksa – Germany	33	60	60
Slovakia – Slovakia	..	32	37
Slovenia – Slovenia	..	37	45
Suomi – Finland	35	40	44
Tanska – Denmark	52	58	60
Tšekki – Czech Republic	..	24	24
Unkari – Hungary	17	48	56
Viro – Estonia	..	34	37
Islanti – Iceland	..	5	..
Norja – Norway	27	44	46
Sveitsi – Switzerland	65	88	90
Bulgaria – Bulgaria	0	..	46
Romania – Romania	..	42	48
Japani – Japan	19
Yhdysvallat – USA	56	67	68

* Useiden maiden luvut sisältävät satelliitti-yhteisäntennijärjestelmiä (SMATV). – In many cases the figures also include satellite master antenna systems (SMATV).

Lähteet – Sources:
 Screen Digest
 EAO Yearbook

12.10 Satelliittilähetysten suoravastaanotto 1990–2002

Satellite TV reception 1990–2002

	Osuus kotitalouksista – Share of households		
	1990 %	2000	2002
EU			
Belgia – Belgium	0	3	4
Britannia – United Kingdom	5	22	26
Espanja – Spain	0	11	15
Hollanti – The Netherlands	1	5	4
Irlanti – Ireland	2	4	10
Italia – Italy	0	11	27
Itävalta – Austria	1	37	43
Kreikka – Greece	0	6	11
Latvia – Latvia	..	13	..
Liettua – Lithuania	..	4	..
Luxemburg – Luxembourg	..	11	17
Portugali – Portugal	1	7	8
Puola – Poland	..	20	23
Ranska – France	0	18	26
Ruotsi – Sweden	..	20	26
Saksa – Germany	3	29	36
Slovakia – Slovakia	..	25	31
Slovenia – Slovenia	..	15	18
Suomi – Finland	2	15	16
Tanska – Denmark	2	26	30
Tšekki – Czech Republic	..	16	13
Unkari – Hungary	0	19	13
Viro – Estonia	..	17	..
Norja – Norway	..	20	24
Sveitsi – Switzerland	0	8	16
Bulgaria – Bulgaria	0	6	6
Kroatia – Croatia	..	31	34
Romania – Romania	..	3	3
Turkki – Turkey	..	22	24
Venäjä – Russia	..	1	3

Arvioita. – Estimates.

Lähteet – Sources:
Screen Digest
EAO Yearbook

12.11 Digitelevisiotaloudet 2002 (terrestiaali, kaapeli ja satelliittivastaanotto yhteensä)
Digital TV penetration 2002 (terrestrial, cable and satellite reception total)

Osuus tv-talouksista – *Share of TV-households*

%

EU	
Belgia – <i>Belgium</i>	3
Britannia – <i>United Kingdom</i>	39
Espanja – <i>Spain</i>	17
Hollanti – <i>The Netherlands</i>	2
Irlanti – <i>Ireland</i>	28
Italia – <i>Italy</i>	23
Itävalta – <i>Austria</i>	11
Kreikka – <i>Greece</i>	4
Kypros – <i>Cyprus</i>	25
Portugali – <i>Portugal</i>	11
Puola – <i>Poland</i>	11
Ranska – <i>France</i>	20
Ruotsi – <i>Sweden</i>	18
Saksa – <i>Germany</i>	6
Slovakia – <i>Slovakia</i>	0,5
Slovenia – <i>Slovenia</i>	18
Suomi – <i>Finland</i>	10
Tanska – <i>Denmark</i>	14
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	3
Unkari – <i>Hungary</i>	5
Viro – <i>Estonia</i>	3
Norja – <i>Norway</i>	35
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	6
Turkki – <i>Turkey</i>	6
Venäjä – <i>Russia</i>	0,6

Lähteet – EAO Yearbook

12.12 Julkisen palvelun radion markkinaosuus kokonaiskuuntelujasta 1990 ja 1999
Public service radio: share of total listening time 1990 and 1999

	1990	1999
	%	
EU		
Alankomaat – <i>The Netherlands</i>	87	50
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
Irlanti – <i>Ireland</i>	62	49
Italia – <i>Italy</i>	46	35
Itävalta – <i>Austria</i>	92	81
Kreikka – <i>Greece</i>	25	..
Latvia – <i>Latvia</i>	..	37
Liettua – <i>Lithuania</i>	..	36
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	..	56
Portugali – <i>Portugal</i>	32	10
Puola – <i>Poland</i>	..	38
Ranska – <i>France</i>	22	25
Ruotsi – <i>Sweden</i>	97	66
Saksa – <i>Germany</i>	72	55
Slovakia – <i>Slovakia</i>	..	52
Suomi – <i>Finland</i>	65	60
Tanska – <i>Denmark</i>	68	67
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	..	26
Unkari – <i>Hungary</i>	..	31
Viro – <i>Estonia</i>	..	34
Islanti – <i>Iceland</i>	73	59
Norja – <i>Norway</i>	75	59
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	64	..
Romania – <i>Romania</i>	..	41
Japani – <i>Japan</i>	43	..
Yhdysvallat – <i>USA</i>	2	..

Lähteet – *Sources:*

1990: Media Concentration in Europe
 1999: Radio 2000. European key facts
 Nordicom

12.13 VHS- ja DVD-tallenteiden osto- ja vuokraustapahtumat VHS/DVD-taloutta kohden 2002
Average number of video and DVD transactions per VCR/DVD home 2002

	VHS		DVD	
	Vuokrauskertoja/VHS-talous <i>Rental turns/VHS household</i>	Myyntejä/VHS-talous <i>Units sold/ VHS household</i>	Vuokrauskertoja/DVD-talous <i>Rental turns/DVD household</i>	Myyntejä/DVD-talous <i>Units sold/ DVD household</i>
EU				
Alankomaat – <i>The Netherlands</i>	5	2	18	12
Belgia – <i>Belgium</i>	5	2	16	13
Britannia – <i>United Kingdom</i>	5	3	8	13
Espanja – <i>Spain</i>	7	1	14	7
Irlanti – <i>Ireland</i>	17	3	23	8
Italia – <i>Italy</i>	3	1	18	7
Itävalta – <i>Austria</i>	3	1	6	6
Kreikka – <i>Greece</i>	6	0	19	1
Portugali – <i>Portugal</i>	2	2	17	9
Ranska – <i>France</i>	2	2	5	9
Ruotsi – <i>Sweden</i>	5	3	15	7
Saksa – <i>Germany</i>	3	1	7	5
Suomi – <i>Finland</i>	5	2	12	11
Tanska – <i>Denmark</i>	7	4	12	9
Puola – <i>Poland</i>	0	1	3	6
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	0	0	16	4
Unkari – <i>Hungary</i>	9	1	7	5
Islanti – <i>Iceland</i>	30	2	7	6
Norja – <i>Norway</i>	10	3	20	7
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	2	1	10	12

Lähde – *Source: Screen Digest*

12.14 Elokuviakkäynnit per asukas 1991–2002
Cinema admissions per person 1991–2002

Maa – Country	1991	1999	2002
EU			
Belgia – Belgium	1,7	2,1	2,2
Britannia – United Kingdom	1,6	2,4	3,0
Espanja – Spain	2,0	3,3	3,6
Hollanti – The Netherlands	1,0	1,2	1,5
Irlanti – Ireland	2,3	3,3	4,7
Italia – Italy	1,5	1,7	1,6
Itävalta – Austria	1,4	1,9	2,4
Kreikka – Greece	1,0	1,2	1,3
Kypros – Cyprus	1,5
Latvia – Latvia	4,4	..	0,4
Liettua – Lithuania	3,8	..	0,7
Luxemburg – Luxembourg	1,6	3,1	3,3
Malta – Malta	2,8
Portugali – Portugal	0,8	1,5	2,0
Puola – Poland	0,5	..	0,7
Ranska – France	2,1	2,6	3,1
Ruotsi – Sweden	1,8	1,8	2,1
Saksa – Germany	1,5	1,8	2,0
Slovakia – Slovakia	1,6	..	0,6
Slovenia – Slovenia	0,9	..	1,4
Suomi – Finland	1,2	1,4	1,5
Tanska – Denmark	1,8	2,1	2,4
Tseki – Czech Republic	1,0
Unkari – Hungary	2,1	..	1,6
Viro – Estonia	4,7	..	1,1
Islanti – Iceland	9,0	8,2	5,7
Norja – Norway	2,6	2,6	2,7
Sveitsi – Switzerland	2,3	2,2	2,7
Bulgaria – Bulgaria	2,9	..	0,2
Kroatia – Croatia	0,7	..	0,6
Romania – Romania	2,5	..	0,2
Serbia–Montenegro	0,5
Turkki – Turkey	0,4
Venäjä – Russian Federation	9,2	..	0,4
Japani – Japan	1,1	..	1,3
USA	4,5	5,3 (1997)	6,1

Lähteet – Sources:
 Screen Digest
www.mediasalles.it

12.15 Kappalemääräinen äänitemyynti 2002
Phonogram sales in 20012

	Singlet <i>Singles</i>	LP-levyt <i>LPs</i>	Kasetit <i>MCs</i>	CD-levyt <i>CDs</i>	Yhteensä <i>Total</i>	Kpl/asukas <i>Copies/person</i>
	Miljoonaa kpl – <i>Million copies</i>					
EU						
Belgia – <i>Belgium</i>	6	0	0	18	24	2,3
Britannia – <i>United Kingdom</i>	53	2	2	222	278	4,6
Espanja – <i>Spain</i>	2	0	2	62	66	1,6
Hollanti – <i>The Netherlands</i>	4	0	0	28	32	2,0
Irlanti – <i>Ireland</i>	2	0	0	8	10	2,7
Italia – <i>Italy</i>	4	0	4	45	52	0,9
Itävalta – <i>Austria</i>	2	0	0	15	17	2,1
Kreikka – <i>Greece</i>	1	0	0	7	8	0,8
Latvia – <i>Latvia</i>	–	–	0	0	1	0,3
Liettua – <i>Lithuania</i>	0	–	0	1	1	0,4
Portugali – <i>Portugal</i>	0	–	2	13	15	1,5
Puola – <i>Poland</i>	0	0	4	10	14	0,4
Ranska – <i>France</i>	41	1	5	130	176	3,0
Ruotsi – <i>Sweden</i>	4	0	0	26	31	3,5
Saksa – <i>Germany</i>	39	1	22	178	240	2,9
Slovakia – <i>Slovakia</i>	0	–	0	1	1	0,2
Slovenia – <i>Slovenia</i>	–	–	0	1	1	0,7
Suomi – <i>Finland</i>	1	0	0	10	11	2,0
Tanska – <i>Denmark</i>	1	0	0	12	12	2,3
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	0	–	1	4	5	0,5
Unkari – <i>Hungary</i>	0	0	2	3	5	0,5
Viro – <i>Estonia</i>	–	–	1	1	1	1,0
Norja – <i>Norway</i>	1	–	0	15	16	3,6
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	3	0	1	21	25	3,5
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	–	–	1	0	2	0,2
Kroatia – <i>Croatia</i>	–	–	–	–	0	0,0
Romania – <i>Romania</i>	–	–	12	4	16	0,7
Turkki – <i>Turkey</i>	–	–	23	5	28	0,4
Ukraina – <i>Ukraine</i>	0	–	14	3	17	0,3
Venäjä – <i>Russia</i>	0	0	95	18	114	0,8
Japani – <i>Japan</i>	77	2	5	229	313	2,5
Yhdysvallat – <i>USA</i>	8	2	32	803	846	3,0

Lähde – *Source: IFPI World Sales*

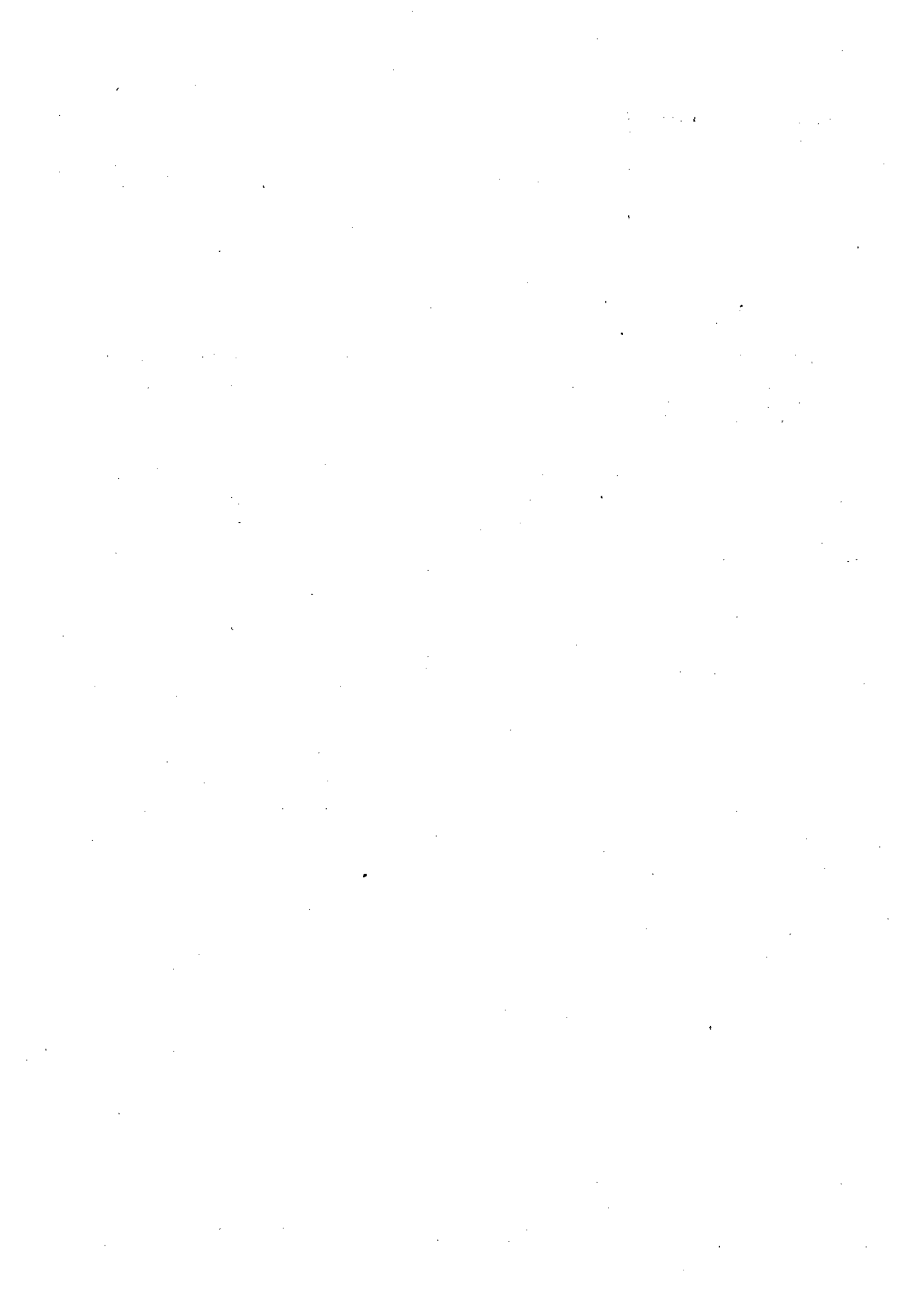
12.16 Uusien viestimien käyttö 2001

Access to information technology 2001

Onko teillä käytössänne tai mahdollisuus käyttää... – Do you have access to, or do you use...	Belgia Belgium	Britannia United Kingdom	Espanja Spain	Hollanti Netherlands	Irlanti Ireland	Italia Italy	Itävalta Austria	Kreikka Greece
	%							
Videoita – A video recorder	80	89	81	77	78	76	70	40
Faxia – A fax	20	22	11	27	15	20	22	10
Lautasantennia – A satellite dish	5	33	16	6	20	14	56	5
Maksu-tv-dekooderia – A pay-TV decoder	9	16	17	7	16	12	7	8
Teksti-TV:tä – A TV fitted with teletext	76	74	72	90	64	78	75	16
Tietokonetta – A computer	42	52	44	73	39	42	47	23
CD-rom-lukijaa – A CD-ROM	29	33	27	54	23	33	32	12
Modeemia – A modem	22	33	20	47	21	26	23	8
Internetiä – The Internet or the WWW	26	40	22	59	28	29	30	16
Ei mitään edellisistä – None of these	6	4	10	2	11	8	7	47
	Luxemburg Luxembourg	Portugali Portugal	Ranska France	Ruotsi Sweden	Saksa Germany	Suomi Finland	Tanska Denmark	EU15
Videoita – A video recorder	80	48	80	81	70	73	84	76
Faxia – A fax	34	8	19	37	23	22	32	20
Lautasantennia – A satellite dish	20	11	16	30	41	15	34	24
Maksu-tv-dekooderia – A pay-TV decoder	7	12	20	17	6	8	12	13
Teksti-TV:tä – A TV fitted with teletext	64	38	25	90	79	70	92	67
Tietokonetta – A computer	52	27	41	69	40	56	72	45
CD-rom-lukijaa – A CD-ROM	41	15	28	55	30	34	57	31
Modeemia – A modem	33	11	20	54	20	28	56	25
Internetiä – The Internet or the WWW	35	15	23	63	25	47	62	30
Ei mitään edellisistä – None of these	8	35	12	2	7	9	1	9

Lähde/

Source: Eurobarometer, Report N.o.55 (2001)



Liite 1. – Appendix 1.

Euron ja dollarin kurssit (vuosikeskiarvoja)
Rates of exchange, yearly averages

Vuosi – Year	1 EURO in FIM	1 US\$ in FIM	1 US\$ in EURO
1993	6,68	5,71	1,17
1994	6,17	5,22	1,18
1995	5,64	4,37	1,29
1996	5,75	4,59	1,25
1997	5,86	5,19	1,13
1998	5,99	5,34	1,12
1999	5,95	5,58	1,07
2000	5,95	6,44	0,92
2001	5,95	6,64	0,90
2002			0,95
2003			1,13

Lähde: Suomen Pankki

Source: Bank of Finland

Liite 2. – Appendix 2.

Rahan arvon muunnoskertoimet vuosien 2000–2003 rahaksi
Transformation coefficients into 2000–2003 money, FIM

Vuosi – Year	2000 rahaksi Into 2000 money Kerroin Coefficient	2001 rahaksi Into 2001 money Kerroin Coefficient	2002 rahaksi Into 2002 money Kerroin Coefficient	2003 rahaksi Into 2003 money Kerroin Coefficient
1993	1,103	1,131	1,148	1,159
1994	1,091	1,118	1,136	1,146
1995	1,080	1,107	1,124	1,135
1996	1,074	1,101	1,118	1,128
1997	1,061	1,088	1,105	1,114
1998	1,046	1,072	1,089	1,099
1999	1,034	1,060	1,076	1,086
2000	1,000	1,025	1,041	1,051
2001		1,000	1,016	1,025
2002			1,000	1,009
2003				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 1993–2004**
Gross domestic product 1993–2004

Vuosi – Year	Milj. € – € million
1993	83 083
1994	87 890
1995	95 262
1996	98 634
1997	107 030
1998	116 311
1999	119 985
2000	130 145
2001	135 468
2002	139 803
2003	143 422

Lähde: Tilastokeskus – Taloudelliset olot: kansantalouden tilinpito
Source: Statistics Finland – Economic Statistics: national accounts

Liite 4. – Appendix 4.

Keskiväkiluku 1993–2003 Mean population 1993–2003

Vuosi – Year

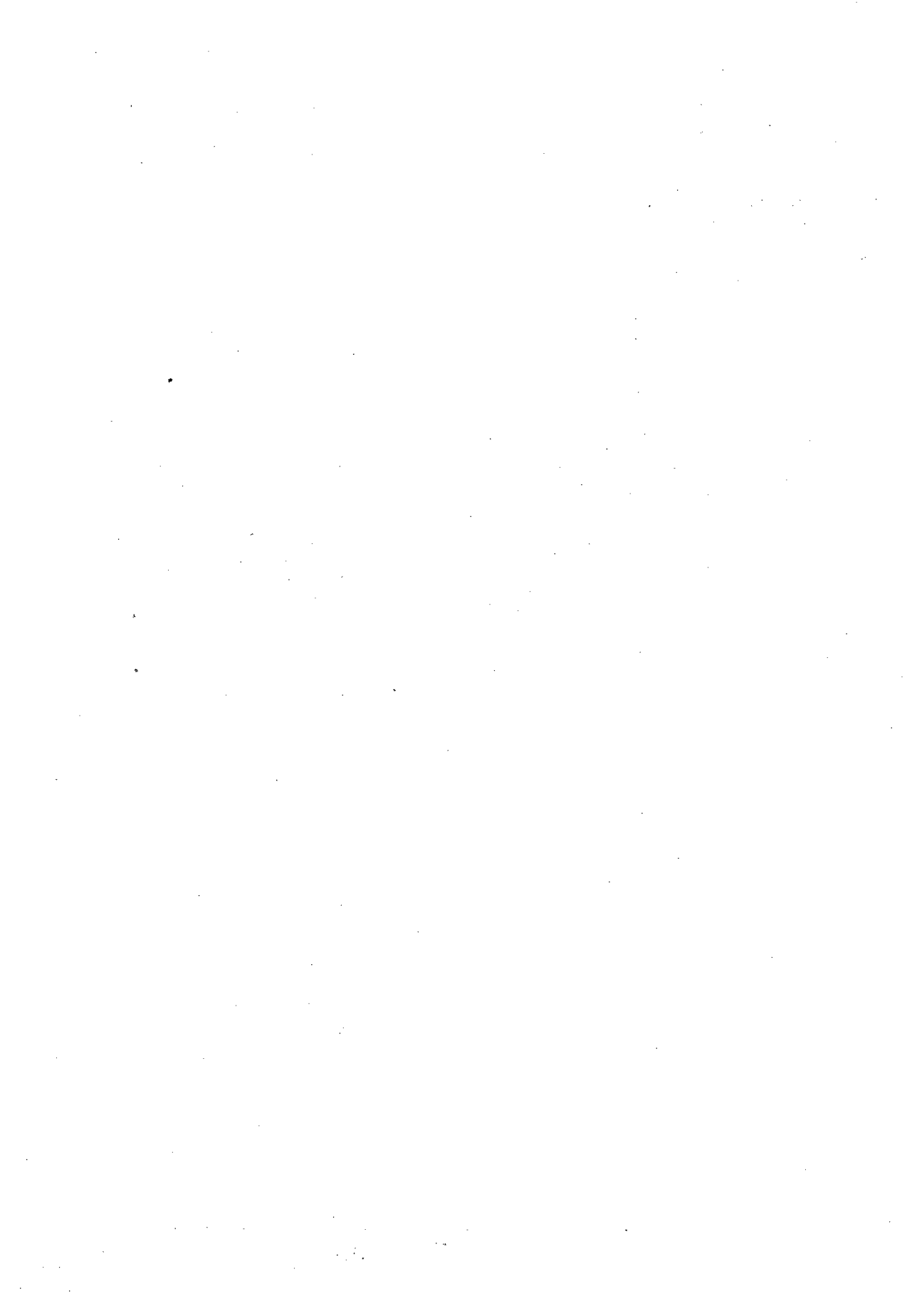
1993	5 066 500
1994	5 088 300
1995	5 107 800
1996	5 124 600
1997	5 139 800
1998	5 153 500
1999	5 165 500
2000	5 176 200
2001	5 188 008
2002	5 200 598
2003	5 213 014

Lähde: Tilastokeskus – Väestötilastot
Source: Statistics Finland – Population Statistics

Liite 5. – Appendix 5.**Kotitalouksien määrä 1993–2002**
Number of households 1993–2002

Vuosi – Year	
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
2001	2 381 500
2002	2 397 500

Lähteet: Tilastokeskus – Kotitalouksien kulutustutkimukset ja toimeentulo
Sources: Statistics Finland – Household surveys and Economic Welfare



Osoitteita – Adresses

Aikakauslehtien Liitto

Finnish Periodicals Publishers' Association

puh. (09) 2287 7280

fax (09) 603 478

PL 267

00120 Helsinki

e-mail toimisto@aikakaus.fi

website <http://www.aikakauslehdet.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

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

website <http://www.finnpanel.fi/>

Graafinen Teollisuus ry

Federation of the Printing Industry in Finland

puh. (09) 2287 7200

fax (09) 603 527

PL 348

00121 Helsinki

e-mail Pertti.Lindroos@gtl.tliitot.fi

website <http://www.graafinenteollisuus.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 24849

Unioninkatu 37

00014 University of Helsinki

e-mail 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) 191 23191

PL 26

00014 Helsingin yliopisto

e-mail HYK-palvelu@helsinki.fi

website <http://www.lib.helsinki.fi/>

Jyväskylän yliopisto

Viestintätieteiden laitos

University of Jyväskylä

Department of Communication

puh. (014) 260 1510

fax (014) 260 1511

PL 35

40014 Jyväskylän yliopisto

e-mail arajala@hermes.jyu.fi

website <http://viesti.jyu.fi>

Jyväskylän yliopiston kirjasto

Jyväskylä University Library

puh. (014) 260 1211

fax (014) 260 3371

PL 35

40014 Jyväskylän yliopisto

e-mail 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

website <http://www.kopiosto.fi/>

Levikintarkastus Oy

Finnish Audit Bureau of Circulations

puh. (09) 2287 7330

fax (09) 645 040

Lönnrotinkatu 11 A

00120 Helsinki

website <http://www.mediataarkastus.fi/>

Liikenne- ja viestintäministeriö

Ministry of Transport and Communications Finland

puh. (09) 16 002

Fax 09 1602 8596

Eteläesplanadi 16-18

00130 Helsinki

00023 VALTIONEUVOSTO

e-mail 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

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

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

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

website <http://www.ses.fi/>

Suomen elokuvatoimistojen liitto SEL ry

The Finnish Film Distributors' Association

puh. (09) 6877 2312

fax (09) 6877 2320

Kaisaniemenkatu 3 B

00100 Helsinki

e-mail filmikamari@filmikamari.fi

website www.filmikamari.fi/sel.htm

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

website <http://www.journalistiliitto.fi/>

Suomen Kaapelitelevisioliitto ry

Finnish Cable Television Association

puh. (09) 2287 7450

fax (09) 612 1910

Lönnotinkatu 11 A

00120 Helsinki

Suomen Kustannusyhdistys ry

The Finnish Book Publishers' Association

puh. (09) 2287 7250

fax (09) 612 1226

Lönrotinkatu 11 A

00120 Helsinki

e-mail finnpubl@skyry.pp.fi

website <http://www.sky.cultnet.fi/>

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

website <http://www.posti.fi/>

Suomen Radioiden Liitto SRL ry

Association of Finnish Broadcasters

puh. (09) 2287 7340

fax (09) 648 221

Lönrotinkatu 11 A

PL 312

00121 Helsinki

e-mail 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

website <http://www.ifpi.fi>

Taloustutkimus Oy

puh. (09) 758 511

fax (09) 7585 1200

Lemuntie 9

00510 Helsinki

e-mail 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
website <http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/>

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus
Anti-Piracy Center in Finland
puh. (09) 6803 4049
fax (09) 6803 4033
Pieni Roobertinkatu 16
00120 Helsinki

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
website <http://www.stat.fi/>
<http://tilastokeskus.fi/tk/el/kva.html>

TNS Gallup Oy
TNS Gallup Group
puh. (09) 613 500
fax (09) 6135 0610
Itätuulenkujat 10
02100 Espoo
e-mail gallup.media@mdc.fi
website <http://www.mdc.fi/>

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) 481 481

fax (02) 481 4640

Rehtorinpellonkatu 3

20500 Turku

website <http://www.tukkk.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

website <http://www.vet.fi/>

Viestintävirasto

Finnish Communications Regulatory Authority

puh. (09) 69 661

fax (09) 696 6410

Itämerenkatu 3A

00181 Helsinki

website <http://www.ficora.fi>

VTT Tietotekniikka

VTT Information Technology

puh. (09) 4 561

fax (09) 456 7001

PL 1000

02044 VTT

website <http://www.vtt.fi/tte/>

Yleisradio Oy

Finnish Broadcasting Company YLE

puh. (09) 14 801

fax (09) 1480 3215

Radiokatu 5

00024 Yleisradio

e-mail fbc@yle.fi

website <http://www.yle.fi/>

Joukkoviestimet 2004 on artikkeleihin 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, internet sekä joukkoviestinnän julkinen tuki. Julkaisussa on myös kansainvälistä vertailutietoja sisältävä luku. Jokaisesta joukkoviestinnän sektorista on lisäksi tilastokatsausten yhteydessä tiiviit yhteenvetoartikkelit.

Tilastokeskus, myyntipalvelu
PL4C
00022 TILASTOKESKUS
puh. (09) 17342011
faksi (09) 17342500
myynti@tilastokeskus.fi
www.tilastokeskus.fi

Statistikcentralen, försäljning
PB 4C
00022 STATISTIKCENTRALEN
fn (09) 17342011
fax (09) 17342500
myynti@stat.fi
www.stat.fi

Statistics Finland, Sales Services
P.O.Box 4C
FI-00022 STATISTICS FINLAND
Tel. +358 9 17342011
Fax +358 9 17342500
myynti@stat.fi
www.stat.fi

ISSN 0784-8765
= Kulttuuri ja viestintä
ISSN 1455-9447
ISBN 952-467-389-4
Tuotenumero 9850
DD

