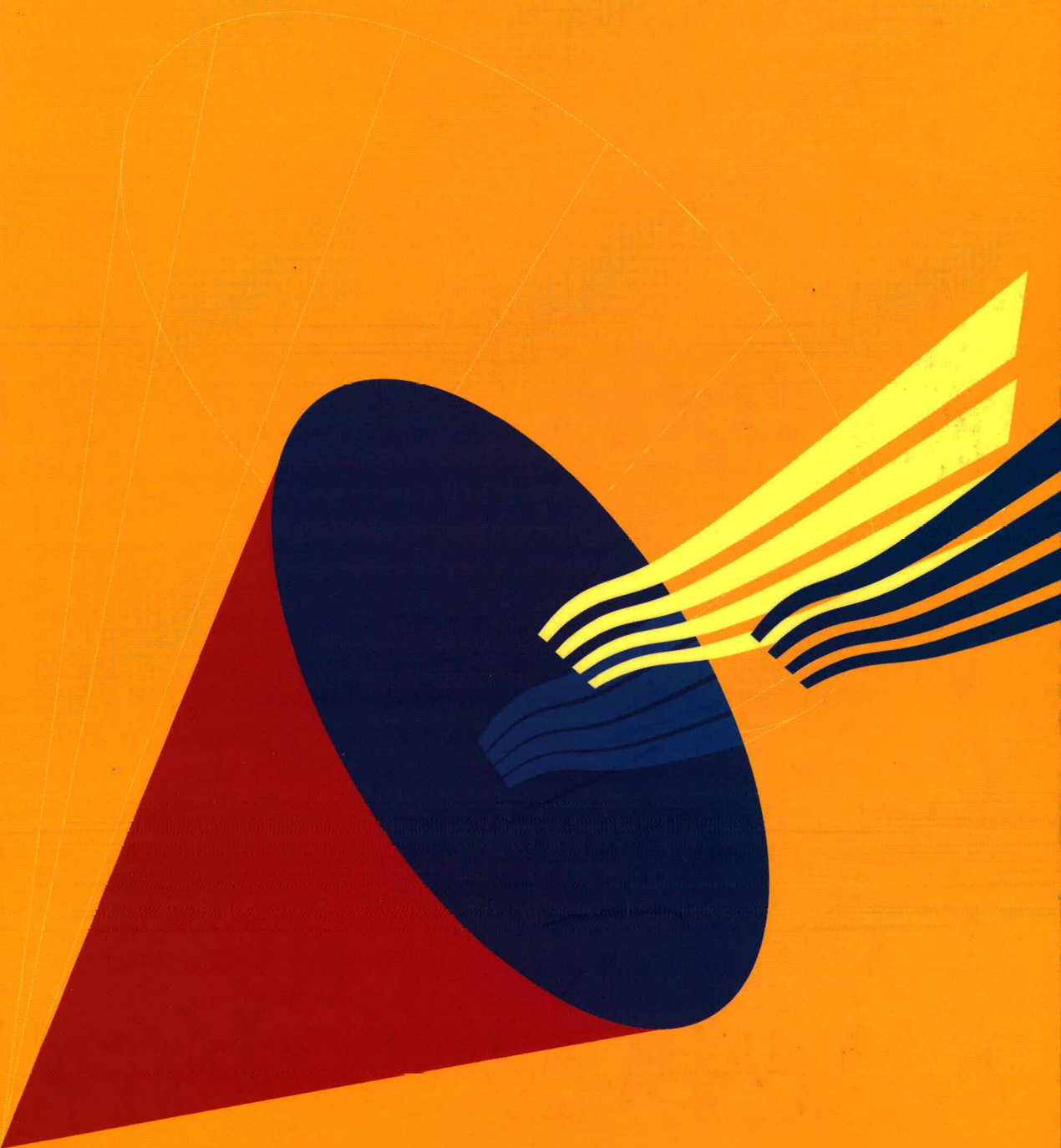


Joukkoviestimet

Finnish Mass Media
1998



Joukkoviestimet

Finnish Mass Media

1998

Tiedustelut:

Tuomo Sauri
Puh. (09) 1734 3449

Rauli Kohvakka
Puh. (09) 1734 3448

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

00022 Tilastokeskus

Inquiries:

Tuomo Sauri
Tel. +358-9-1734 3449

Rauli Kohvakka
Tel. +358-9-1734 3448

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

FIN-00022 Statistics Finland

SVT Suomen virallinen tilasto
Finlands officiella statistik
Official Statistics of Finland

Kansikuva – Cover design: Ilkka Kärkkäinen

© 1998 Tilastokeskus

Tietoja lainattaessa lähteenä on mainittava Tilastokeskus.

Quoting is encouraged provided Statistics Finland is acknowledged as the source.

ISSN 0784-8765

= Kulttuuri ja viestintä

ISSN 1455-9447

ISBN 951-727-422-x

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..... ..

Hakapaino Oy, Helsinki 1998

Esipuhe

Joukkoviestimet 1998 on järjestyksessä jo kuudes laajaan tilastoaineistoon perustuva katsaus joukkoviestinnästä ja sen kehityksestä Suomessa. Joukkoviestimet 1998 on yhteistyön tuote, kuten edeltäjänsäkin. Tilastokeskuksen ja liikenneministeriön yhteistyö joukkoviestinnän tilastollisessa kuvaamisessa alkoi vuonna 1985. Myös opetusministeriö tuli 1990-luvulla mukaan toiminnan rahoitukseen.

Kuuden 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 yhteenvetoartikkelit. Toimittajien työnjako ilmenee julkaisun sisällysluettelosta. Julkaisun valmistamiseen ovat osallistuneet myös Irma Ollila (taulukoiden ja kuvioiden toteutus) ja Seija Töyräänvuori (taitto). Englanninkielisen yhteenvetoartikkelin on kääntänyt David Kivinen.

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

Helsingissä maaliskuussa 1998

Risto Lehtonen

Artikkelien kirjoittajat

Jyrki Jyrkiäinen, lehtori, Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos

Rauli Kohvakka, yliaktuaari, Tilastokeskus

Elina Normo, ylitarkastaja, Liikenneministeriö, viestintähallinto-osasto

Tuomo Sauri, erikoistutkija, Tilastokeskus

Timo Siivonen, jaostopäällikkö, VTT Graafinen tekniikka

Ismo Silvo, tv-toimialan suunnittelupäällikkö, Yleisradio Oy

Pertti Tiihonen, apulaisprofessori, Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos

Sisällys – Contents

Esipuhe.	3
<i>Ismo Silvo:</i> Eurooppalaisen television eteneminen kohti digitaalikautta	7
<i>Pertti Tiihonen:</i> Television katselu 1990-luvulla	17
<i>Tuomo Sauri & Timo Siivonen:</i> Joukkoviestintä ja uusi viestintäteknologia .	23
<i>Elina Normo:</i> Sanomalehdistön tukeminen Pohjoismaissa	39
<i>Jyrki Jyrkiäinen:</i> Mediakeskittymisen sääntelykeinot	59

Tilastotietoja joukkoviestinnästä *Media statistics*

1 Joukkoviestinnän talous ja kulutus (<i>Tuomo Sauri</i>).	81
<i>Mass media economy and consumption</i>	
2 Televisio (<i>Tuomo Sauri</i>)	111
<i>Television</i>	
3 Radio (<i>Tuomo Sauri</i>).	147
<i>Radio</i>	
4 Äänitteet (<i>Tuomo Sauri</i>)	175
<i>Phonograms</i>	
5 Video (<i>Rauli Kohvakka</i>)	193
<i>Video</i>	
6 Elokuva (<i>Rauli Kohvakka</i>)	207
<i>Films</i>	
7 Kirjat ja kirjastot (<i>Rauli Kohvakka</i>)	227
<i>Books and libraries</i>	
8 Sanomalehdet (<i>Tuomo Sauri</i>)	251
<i>Newspapers</i>	
9 Aikakauslehdet (<i>Tuomo Sauri</i>)	275
<i>Magazines and periodicals</i>	
10 Joukkoviestinnän julkinen tuki (<i>Rauli Kohvakka</i>)	295
<i>Government subsidies for the mass media</i>	
11 Kansainvälisiä vertailutietoja (<i>Tuomo Sauri</i>)	311
<i>International comparisons</i>	
Development of the Mass Media in Finland (<i>Tuomo Sauri</i>)	327
Liitteet – <i>Appendices</i>	335
Osoitteita – <i>Addresses</i>	338

Eurooppalaisen television eteneminen kohti digitaalikautta

Sanan televisio otti käyttöön ranskalais-venäläinen Constantin Persky Pariisin maailmannäyttelyssä 1900. Sanana televisio täyttää siis kohta sata vuotta. Eurooppalainen televisio viestimenä on joitain kokeiluja lukuunottamatta noin viidenkymmenen vuoden ikäinen ja osa jokaisen eurooppalaisen arkipäivää. Ensimmäiset vuosikymmenet se on kehittynyt lähinnä ohjelmistollisesti luoden erilaisia ohjelmagenrejä ja -tyylejä. Teknisesti suurin katsojalle näkynyt uudistus on ollut värin tuleminen kaksikymmentäviisi vuotta sitten. Viisikymppisenä se kohtaa nyt elämänsä suurimman murroksen: digitalisoitumisen. Tämä teknologiaperusteinen muutos on järein sitten näköradion lanseerauksen, ja digitalisoituminen merkinnee teollis-kaupallisesti ehkä suurinta yksittäistä projektia maailmanlaajuisestikin seuraavien kahdenkymmenen vuoden aikana.

Eurooppalainen televisio on perinteisesti rakentunut julkisen palvelun yleisradiotoiminnan varaan. Aina vuoteen 1980 saakka voidaan julkisen palvelun yhtiöillä sanoa olleen käytännöllisesti katsoen monopoli Länsi-Euroopan maissa. Poikkeuksia olivat Britannia, Suomi ja Luxemburg. Viimemainituksa on ollut olemassa vain kaupallinen televisio. Itse asiassa harva muistaa, että Suomen televisiomarkkinat ovat Euroopassa eläneet toiseksi pisimpään julkisen ja kaupallisen television ”kilpailutilannetta”.

Taulukko 1.

Julkisten televisioyhtiöiden osuus markkinoista 1996 (% katseluajasta)

Belgia	BRTN	25	Ruotsi	SVT	49
	BRTF	23	Saksa	ARD	15
Britannia	BBC	45		ZDF	15
Espanja	TVE	37	Suomi	YLE	48
Hollanti	NED	36	Sveitsi	DRS	27
Irlanti	RTE	38		TSR	29
Islanti	RUV	43		TSI	28
Italia	RAI	48	Tanska	DR	27
Itävalta	ORF	62		TV2	42
Kreikka	ETR	8			
Norja	NRK	43			
Portugali	RTP	40			
Ranska	FT	43			

Lähde: Eurodata-TV

Nyt tilanne on luonnollisesti aivan toinen. Lähes jokaisessa Länsi-Euroopan maassa toimivat kotimainen kaupallinen ja julkinen televisio rinnakkain. Poikkeuksia tästä perusrakenteesta ovat Irlanti ja Itävalta, joissa kotimaista kaupallista maanpäällistä televisiota ei vielääkään ole. Satelliitti- ja kaapelitelevisiot luonnollisesti välittävät kansainvälisiä ohjelmistoja kaikkialla.

Keskimäärin julkisen palvelun yhtiöiden katsojaosuus Länsi-Euroopan maissa oli 40 prosenttia katseluajasta vuonna 1996. Osuus on laskenut viimeisten kymmenen vuoden aikana, vaikka nyt lasku näyttää monissa maissa pysähtyneen. Suomen Yleisradio sijoittuu hyvin eurooppalaisessa vertailussa. Sen televisio-ohjelmien katsomisosuus oli viime vuonna yksi korkeimpia Länsi-Euroopassa (taulukko 1). Julkisen palvelun yhtiöistä Itävallan (yhä edelleen lähes monopoliaseman maassaan säilyttänyt) ORF on selvästi markkinaosuudeltaan suurin. Ruotsin SVT ja Italian RAI ovat Yleisradion ohella heti seuraavina vuoden 1996 tilastoissa, kukin hiukan vajaan 50 prosentin markkinaosuudellaan. Julkisen palvelun yhtiöistä kotoinen Yleisradiomme on yksi niistä harvoista, jotka ovat pystyneet jonkin verran kasvattamaan markkinaosuuttaan viime vuosina. Muista julkisen palvelun tv-yhtiöistä ovat vuosina 1993 – 1996 katseluosuuttaan kasvattaneet vain Ranskan France Télévision, Ruotsin SVT, Italian RAI sekä Britannian BBC. Muissa maissa julkisen palvelun osuudet ovat laskeneet, jois-sain jopa kymmeniä prosentteja.

Kilpailutilanteen myötä kanavien määrä on viime vuosina Euroopassa tuntuvasti kasvanut. Vuoden 1997 puolessa välissä Itä- ja Länsi-Euroopassa yhteensä laskettiin olevan noin 400 televisiokanavaa, joista 110 oli ns. julkisia kanavia, 40 maksu-tv-kanavia ja 7 satelliittivälitteisiä digitaali-paketteja (European Audiovisual Observatory 1997). Kaksi vuotta sitten kanavien lukumäärä oli 305, joten kahdessa vuodessa kasvua kanavatarjonnan lukumäärässä on ollut 30 prosenttia.

Taulukko 2

Kaapeli- ja satelliittitaloudet Länsi-Euroopan maissa 1996 (% kotitalouksista)

Belgia	93	Portugali	16
Britannia	24	Ranska	12
Espanja	8	Ruotsi	63
Hollanti	99	Saksa	81
Irlanti	46	Suomi	44
Islanti	26	Sveitsi	77
Italia	2	Tanska	68
Itävalta	76		
Kreikka	1	EUR	40
Luxemburg	85		
Norja	56		

Lähde: TV Key Facts 97

Kanavien runsaudesta kaikki maat eivät kuitenkaan saa osakseen samaa osuutta. Useassa suuressakin maassa televisiotarjonta on lähes kokonaan maanpäällisten verkkojen varassa. Euroopan suurista maista Ranskassa 12 prosenttia kotitalouksista voi 1996 vastaanottaa joko kaapeli- tai satelliittilähetyksiä (taulukko 2). Espanjassa vastaava osuus on 8 prosenttia ja Italiassa vain 2 prosenttia. Keskimäärin Länsi-Euroopassa 40 prosenttia kotitalouksista oli varustettu joka kaapeliyhteydellä tai satelliittivastaanottimilla vuonna 1996. Aivan liian usein eurooppalaista televisio toimintaa tarkastellaankin yleisesti, ikään kuin rakenne olisi samanlainen eri maissa. Tosiasiallisesti Euroopan eri maiden televisiomarkkinat ovat historiallisista syistä muotoutuneet usein hyvinkin omintakeisiksi, eikä mitään ”eurooppalaista televisiosektoria” ole sinällään olemassa. Televisio on erittäin kansallinen viestin. Tämä tosiasia on vaikuttanut muun muassa siihen, että esimerkiksi Euroopan Unioni on aina vain vaikeiden ponnistusten jälkeen pystynyt synnyttämään televisiopoliittisia toimia. Yhtä lailla tämä monimuotoisuus vaikuttaa eri maiden lähtökohtiin siirryttäessä digitaaliseen televisioon.

Digitaalitelevision esiinmarssi

Digitaalitelevision on jo saapunut Eurooppaan ja Suomeen. Kaikissa Länsi-Euroopan maissa voidaan käytännössä vastaanottaa satelliittivälitteisesti digitaalitelevision lähetyksiä, vaikka digitaalisatelliittipalvelut ovatkin toistaiseksi keskittyneet lähinnä latinalaisen Euroopan maihin, erityisesti Ranskaan, Espanjaan ja Italiaan.

Euroopassa satelliittivälitteinen digitaalitelevision on toiminut jokseenkin vuoden. Huhtikuussa 1996 Ranskassa aloitti toimintansa Canal Plusin Canal Satellite. Se on nyt levinnein digitaalitelevision palvelu Euroopassa (taulukko 3). Lisäksi Canal Plus on enemmän tai vähemmän suoraan mukana Italian Telepiùn, Espanjan Canal Satellite Digitalin ja Alankomaiden Canal Plus Digital Nederlandin sekä Skandinaviaan suunnatun Canal Digitalin toiminnoissa. Näin ollen Canal Plusin digitaalista ohjelmistoa vastaanotti vuoden 1997 lopulla vajaa miljoona eurooppalaista kotitaloutta useassa eri maassa. Näistä talouksista runsas puoli miljoonaa on Ranskassa.

Runsasta huomiota Euroopassa sai saksalaisen televisioketjun Leo Kirchin DF1 -digitaalisatelliitin epäonnistunut aloitus vuonna 1996–97. Se ei alkuunkaan saavuttanut tavoittelemiaan tilaajamääriä ensimmäisen toimintavuoden aikana valtaisista ohjelmien esitysoikeuksien ostoista ja markkinointikampanjoista huolimatta. Muutama kuukausi sitten hanke

Taulukko 3
Digitaalisatelliittipalvelut Euroopassa lokakuussa 1997 (1 000 tilaajataloutta)

Ranska	AB Sat	12
	TPS	210
	CanalSatellite	500
	Yhteensä	722
Saksa	DF1	58
	Premiere	30
	Yhteensä	88
Espanja	Via Digital	75
	Canal Satellite	140
	Yhteensä	215
Italia	Telepiù	100
Alankomaat	Canal+ Digital	90
Eurooppa yhteensä		1 215

Lähde: Screen Digest

yhdistettiin kilpailijan Premiere-kanavan kanssa. Saksassa ollaankin suoranaisten konfrontaatioastelman sorruttua rakentamassa digitaalisen television aloitusta kokonaan uudelta kansallisen yhteistyön pohjalta. Hankkeeseen on liittynyt myös Deutsche Telekom, joka hallitsee maan kaapelitelevisiojakelua. Suurten yhteistyösopimusten myötä odotetaan, että digitaali-televisiolla on mahdollisuus toden teolla levitä myös Saksassa. Tosin jo vuosia saksalaisille kuluttajille on ollut tarjolla monikanavaisia kaapelitelevisiopalveluita, mikä vähentää ainakin ensi vaiheessa digitaali-televisioiden kiinnostavuutta.

Britanniassa ei vielä ole tarjolla omaa digitaalista televisiota. BSkyB:n digitaalisatelliittihankkeen aloitusta odotetaan. Näillä näkymin se tapahtuu kesällä 1998. Luvassa on 200 kanavan paketti sekä uusia vuorovaikutteisia palvelukanavia.

Pohjois-Euroopassa ja Britanniassa ollaan pisimmällä maanpäällisen digitaali-televisioiden suunnittelussa. Erityisesti Isossa-Britanniassa on valmisteluissa edetty määrätietoisimmin: lainsäädännöllinen perustyö on tehty ja toimitukset kuuden maanpäällisen digitaalikanavan käytölle myönnetty. Palvelut Isossa-Britanniassa on tarkoitus aloittaa syksyllä 1998. (Suunnittelusta kanavatarjonnasta ks. kuvio 1).

Kuvio 1. Britannian maanpäällisten multiplexien suunniteltu kanavatarjonta

Multiplexi 1 (Vapaasti katsottava) BBC1 & BBC2 (16:9) 24H uutispalvelu Programme Choice Information Choice Alueelliset palvelut Opetuspalvelut	Multiplexi 2 (Vapaasti katsottava) ITV Channel 4	Multiplexi 3 (Vapaasti katsottava) Channel 5 S4c (Wales)
Multiplexi 4 (Maksullinen) BDB-konsortion tuottama Carlton Select Granada Plus BBC Horizon Sky Movies Sky Sports	Multiplexi 5 (Maksullinen) BDB-konsortion tuottama Carlton Films Granada Good Life Sky 1 BBC Style / Showcase The Movie Channel	Multiplexi 6 (Maksullinen) BDB-konsortion tuottama Public Eye Granada TV Shopping Carlton Entertainment BBC One TV Granada Sports

Ruotsi ja Suomi ovat eurooppalaisittain myös pitkällä maanpäällisen digitaalitelevision suunnittelutyössään. Molemmissa maissa on jo aloitettu digitaaliset maanpäälliset koelähetykset (Suomessa lokakuussa 1997), ja digitaalisten televisioverkkojen varsinainen rakentaminen käynnistyy 1998. Vuoden loppuun mennessä Ruotsissa on tarkoitus kattaa kuudella alueellisella multiplexilla jo 50 prosenttia väestöstä. Suomessa tavoitteena on noin kolmanneksen peitto. Vuoden 1999 loppuun mennessä maanpäällinen digitaalitelevisionverkko peittänee noin puolet Suomen väestöstä. Suomessa perustettiin talvella 1997 liikenneministeriön johdolla digitaalisen television valmistelua edesauttava projektiryhmä, johon kuuluvat kaikki kotimaiset televisioyhtiöt, Nokia sekä Telehallintokeskus. Projektiryhmä valmistellee esitystä siitä, miten suomalainen digitaalitelevision palvelu kokonaisuudessaan järjestetään ja kuinka käytettävissä oleva lähetyskapasiteetti eri toimijoiden kesken jaetaan.

Aikanaan maanpäällinen digitaalitelevision tulee tietysti jokaiseen Euroopan maahan, ja noin viidentoista-kahdenkymmenen vuoden kuluttua analogisten verkkojen käyttö televisiolähetyksiin lopetetaan. Lähivuosina Euroopan maat näyttävät jakaantuvan kuitenkin yhtäältä satelliitti- ja toisaalta maanpäällisiin markkinoihin. Erityisesti vuonna 1998 aloittavan Britannian kokemukset ratkaisevat, kuinka nopeasti maanpäällinen digitaalitelevision saa kiinnostavuutta laitevalmistajien ja kuluttajien keskuudessa. Ruotsi toisena Euroopan maana on panostanut selkeästi maanpäällisen

digitaalitelevision kehittämiseen. Lokakuun lopulla Ruotsin hallitus muun muassa myönsi SVT:lle 500 miljoonaa kruunua digitaalisten palveluiden kehittämiseen seuraavien vuosien aikana. Tosin osa rahasta suunnataan teknisiin investointeihin.

Yhteistyötä Pohjoismaiden kesken digitaalisen television kehittämisessä on yleensäkin tiivistetty. Vuoden 1997 loppuyskysyllä Odensessa viiden Pohjoismaan julkiset ja kaupalliset televisioyhtiöt sekä jakeluyhtiöt päättivät perustaa yhteistyöorganisaation, Nordisk Digital Platformin, jonka tavoitteena on taata että Pohjoismaihin syntyy aikanaan yhtenäinen digitaalitelevision vastaanotin. Silloin kuluttajat voisivat vastaanottaa eri palveluiden tarjoajien ohjelmia riippumatta siitä, katsovatko he maanpäällisiä lähetyksiä vai ovatko he kaapeli- tai satelliittipalveluiden asiakkaita. Nykyisin eri jakelumuotojen vastaanotto vaatii eri laitteet, jotka toistaiseksi ovat keskenään yhteensopimattomia. Aloitettu yhteistyö on eurooppalaisestikin tarkasteltuna sangen harvinainen. Usein verinen kilpailuasetelma on estänyt vastaavanlaiset hankkeet muualla.

Suomalaisen digitaalitelevision kehitys lähivuosina

Yleisradio on esitellyt omat lähtökohtansa ja tulevaisuusnäkymänsä digitaalisen maanpäällisen television toteuttamiselle muistiossaan toukokuussa 1997. Yhtiön hallintoneuvosto hyväksyi suunnitelman ja se esiteltiin julkisuuteen kesäkuussa 1997.

Yleisradion suunnitelman perusjatuksena on, että yhtiö lähettää ensimmäisten vuosien (1998–1999) kehittelyjaksolla digitaaliverkossa pääasiassa nykyisten kahden kanavan ohjelmistoa ja tarjoaa näihin ohjelmistoihin liittyviä digitaalisia tukipalveluita ja lisäpalveluita. Tällaisia ovat ehdotuksen mukaan muun muassa mahdollisuus laajakuvalähetykseen (16:9) sekä ohjelmien erilaisiin ääniversioihin (suomen-, ruotsin- tai alkuperäiskielinen versio). Lisäksi ohjelmia tullaan tukemaan niihin liittyvällä ”ruututiedolla” (esim. liittämällä niihin Internet-sivuja tai muuta webbroadcasting -palvelua).

Seuraavassa vaiheessa Yleisradion suunnitelmissa on tarjota katsojille uusia ohjelmapalvelukokonaisuuksia, tai ”ohjelmaväyliä”. Tällaisiksi lisäpalveluiksi Yleisradio on esittänyt uutis-, urheilu-, elämys-, ruotsinkielistä sekä kulttuuri- ja opetuspalvelua. Nämä kokoaisivat yhteen kunkin ohjelma-alueen olemassaolevia ohjelmia sekä täydentäisivät niitä muun muassa ruututiedolla, arkisto-ohjelmistoin tai kevyin lisätuotannoin. Yleisradion tavoitteena on aloittaa tällaiset uudet digitaalipalvelut viimeistään vuoden 1999 alusta vastaanotinten tultua Suomen kuluttajamarkkinoille.

Suomalaiset kaupalliset televisioyhtiöt ovat julkisuudessa toistaiseksi olleet suhteellisen niukkasanaisia tulevaisuuden digitaalistrategioidensa yksityiskohdista. Niiden tulevaisuuden suunnitelmat perustuvat luonnollisesti digitaalijakelun tuomille uusille kaupallisille mahdollisuuksille. Kuten muualakin Euroopassa niin myös Suomessa kotitalouksien televisiopalveluista maksamat suorat maksut kasvavat aikanaan. Siksi sekä MTV3 että Nelon ovat ilmaisseet halukkuutensa tutkia muun muassa maksutelevisiokanavien perustamista Suomeen. Lisäksi digitaalitelevision vuorovaikutteisuus mahdollistaa erilaisten verkkopalveluiden tuomisen joka kodin ulottuville laajemmin ja edullisemmin kuin nykyisen verkkoperusteisen teknologian välityksellä. Siksi onkin oletettavaa, että kaupalliset televisioyhtiöt suunnittelevat toteuttavansa erilaisia verkkopalveluita television kautta.

Joka tapauksessa uusien televisiopalveluiden kustantaminen on sekä kallista että riskialtista. Ohjelmatuotantoa ei nopeasti voida olennaisesti kasvattaa. Digitaalivestaanottimien leviämistähti kotitalouksiin määrää myös uusien palveluiden kaupallista kannattavuutta. Samaan aikaan suomalaisille tarjotaan lisää kansainvälisiä digitaalitelevisiopalveluita. Siksi olisikin tärkeää, että suomalaiset televisioyhtiöt voisivat jatkossa harkita yhteisesti toteutettavia digitaali palveluita. Näin saataisiin suomalaisia katsojia palvelemaan paras suomalainen televisio-osaaminen. Useassa Euroopan maassa digitaalitelevision onkin jo synnyttänyt analogisessa tv-maailmassa keskenään kilpailevien yhtiöiden välille uusia liittoumia ja yhteisyrityksiä.

Suomalaisille kuluttajille olisikin pystyttävä antamaan ajoissa riittävän vahva signaali siitä, että koko suomalainen televisiosektori lähtee voimakkaasti kehittämään maanpäällisen digitaalitelevision palveluita. Suomalaisen kuluttajien on voitava uskoa siihen, että maanpäällinen digitaalitelevision tarjoaa kaikille suomalaisille yhtäläisin ehdoin kiinnostavammat tv-ohjelmisto- ja uudet vuorovaikutteiset palvelut kuin esimerkiksi kansainväliset digitaalisatelliittipalvelut.

Tätä tavoitetta silmälläpitäen suomalaiset televisiotoimijat ovatkin päättäneet toteuttaa yhdessä ns. kansallisen ruutuoppaan (EPG:n), joka suomalaisen katsojan kannalta antaa tasapuolisen kuvan kanava- ja lisäpalvelutarjonnasta.

Kuinka eurooppalainen televisio rahoitetaan?

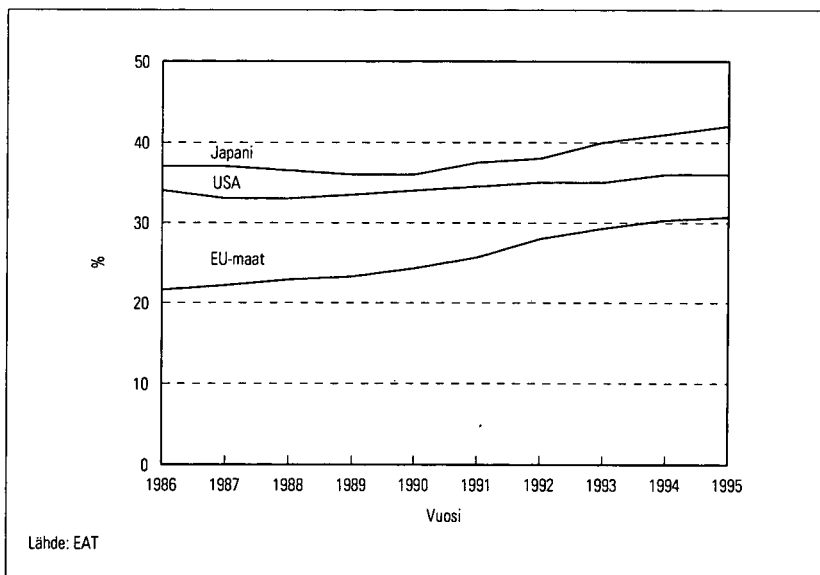
Jo vuosia pääasiallinen eurooppalaisen television rahoitustapa on ollut mainonta. Nyt mainostulot muodostavat jokseenkin tarkalleen puolet Länsi-Euroopan televisioalan tuloista. Toinen puolisko jakaantuu puolestaan var-

sin tasan lupamaksujen ja suorien tilausmaksujen (kaapelimaksut, maksu-tv jne.) kesken.

Näistä kolmesta lupamaksujen odotetaan kasvavan volyymiltään hitaasti. Suhteellisesti lupamaksujen osuus tulee edelleen laskemaan. Nopeimmin kasvava sektori ovat suorat tilausmaksut. Joillakin markkinoilla ne ovat viime vuosina kasvaneet jopa 25 prosentin vuosivauhtia. Esimerkiksi Britanniassa eräät analyttikot (esim. Gemini Consulting) ennustavat suorien tilausmaksujen olevan viiden vuoden kuluttua volyymiltään yhtä suuret kuin lupa- ja mainosmaksut yhteensä. Kaikki eivät näin hurjiin kasvulukuihin kuitenkaan usko. Joka tapauksessa tilausmaksujen volyymi koko Eurooppa yhteenlaskien ohittanee lupamaksujen volyymin jo vuonna 1988. Tilausmaksut myös luultavasti tulevat olemaan tärkein keino rahoittaa uudet digitaaliset televisiopalvelut.

Mainostuloille ennustetaan myös kasvua, mutta hitaampaa kuin suorille investoinneille. Kasvuennusteet perustuvat osin sille havainnolle, että Euroopassa tv-mainonta on selvästi alhaisemmalla tasolla kuin USA:ssa tai Japanissa. Euroopassa tv-mainonnan osuus kaikista mainonnan investoinneista on noin kolmannes, kun USA:ssa ne ovat 36 prosenttia ja Japanissa noin 43 prosenttia (kuviot 2).

Kuvio 2. TV-mainonnan osuus mainonnan investoinneista Euroopassa, USA:ssa ja Japanissa 1986 – 1995



Digitaalitelevision kulttuurinen lupaus

Jotta voisimme oikein ymmärtää tulevaisuuden digitaalitelevision luonteen, on television ydin tämän päivän eurooppalaisissa kulttuureissa ymmärrettävä oikein. Usein vuorovaikutteisuutta ja "videopankkeja" korostavista tulevaisuuskuvista saa sen vaikutelman, ettei television olennaisinta roolia tämän päivän kulttuureissa ole oivallettu. Itse uskon, että niin sanottu "kulturalistinen" televisiokäsitys, joka korostaa jatkuvuutta, yhteenkuuluvuutta ja kulttuuristen merkitysten rakentamista television katselun kautta, onnistuu ymmärtämään tulevaisuudenkin television kannalta olennaisimman. Kuten Giovanni Bechelloni sanoo: "Television for modern people is a resource for identity so that we can live in the present without getting lost in the emptiness and anomy" (Bechelloni & Buonanno 1997). Kulturalistisen näkemyksen mukaan television avulla ihmiset voivat tuoda monimutkaiseen arkielämäänsä identiteettiä jäsentäviä aineksia. Miten muuten on ymmärrettävissä, että keskimääräinen eurooppalainen kuluttaa yli kolme tuntia ajastaan television katseluun?

Ei ole mitään syytä olettaa, että "kulturalististen" ydinainesten merkitys vähenisi, saati häviäisi televisiosuhteesta digitaalikaudellakaan. Luultavaa on, että monimutkaistuvassa maailmanmenossa ihmisten tarve identiteettityölle vain voimistuu. Siksi jatkuvuudelle ja yhteenkuuluvuudelle rakentuville mediakokonaisuuksille kuten perinteisille televisiokanaville, elokuville ja urheilutapahtumille riittää tulevaisuudessakin vakaata peruskysyntää. Digitaalisen television lupaus vuorovaikutteisista palveluista sekä ajallisista ja paikallisista siteistä irtautuneesta palveluiden kulutuksesta on tietenkin kiehtova ja aidosti kiinnostava. Se vastaa moniin tulevaisuuden television katsojan odotuksiin ja vaatimuksiin.

Kuitenkaan monimuotoisuus, valinnaisuus ja vuorovaikutteisuus eivät ole digitaalitelevision järein lupaus. Parhaiten menestyyne tulevaisuudessa sellainen televisio, joka pystyy tuomaan katsojille, tavallisille kotitalouksille, valinnaisuuden ja vuorovaikutteisuuden mahdollisuuksia ympäristössä, jossa he eivät tunne kulttuurista orpoutta tai tuttuuden katoamista. Digitaalitelevio, joka yhdistää ohjelmoidut kanavakokonaisuudet uusiin valinnaisiin palveluihin vastannee parhaiten 2000-luvun katsojien viestintätarpeisiin.

Kirjallisuus

Bechelloni, Giovanni & Buonanno, Milly (ed.): Television fiction and identities. Ipermedium, Napoli & Los Angeles 1997.

European Audiovisual Observatory statistical yearbook 1997. Council of Europe, Strasbourg 1997.

Television katselu 1990-luvulla

Tässä katsauksessa tarkastellaan television katselua ja siinä tapahtuneita muutoksia 1990-luvulla. Katsaus perustuu aiemmin eri lähteissä julkaistuihin tietoihin. Lähteinä on käytetty Finnpanel Oy:n yhteenvetoraporttia ”Tv-katselun trendit Suomessa vuosina 1992–96” ja Yleisradion yleisötutkimusosastolta saatuja julkaisuja ja selvityksiä 1990-luvun eri vuosilta. Kaikki käytettävät tiedot perustuvat sähköisen tv-mittarin tuottamaan aineistoon. Kyseisissä selvityksissä on ollut mukana 10 vuotta täyttänyt väestö.

Aiemmat selvitykset ovat osoittaneet, että television katselu on lisääntynyt 1990-luvulla. Vuosikymmenen alkuvuosien kasvun eräänä syynä voitaneen pitää kolmannen valtakunnalliseksi kehkeytyneen lähetyksen leviämistä; kun 3-verkko kattoi keväällä 1991 jonkin verran yli 70 prosenttia väestöstä, sen näkyvyysalueella asui vuotta myöhemmin lähes 90 prosenttia väestöstä. Samanaikaisesti kasvoi myös television päivittäinen lähetyisaika, ja lähetyksen kasvu on jatkunut myös sen jälkeen. Kun ykkös-, kakkos- ja kolmosverkoissa lähetettiin ohjelmaa kaudella 1990–1991 keskimäärin 16.5 tuntia vuorokaudessa, oli vastaava luku vuonna 1996 jo 22 tuntia. Kasvua oli siis 5.5 tuntia ja tuo kasvu on ollut jatkuvaa. On oletettava, että myös lähetyksen kasvu on lisännyt katseluun käytettyä aikaa.

Ei ole kuitenkaan syytä ajatella, että vain tarjontaan liittyvillä tekijöillä olisi vaikutusta katselun lisääntymiseen, vaan myös eräät muut tekijät ovat saattaneet vaikuttaa. Näitä tekijöitä tarkastellaan hieman myöhemmin.

Television tavoittavuutta koskevat luvut puolestaan osoittavat, että televisio ei ole juurikaan lisännyt tavoittavuuttaan. Kun televisio esimerkiksi tavoitti päivittäin keskimäärin 71 prosenttia väestöstä vuonna 1993, oli vastaava prosenttiluku 72 vuonna 1996. Näyttää siis siltä, että katseluun käytetyn ajan kasvu ei johdu niinkään siitä, että televisio tavoittaisi yhä useampia ihmisiä, vaan siitä, että tavoitetut katselevat entistä enemmän. On kuitenkin huomattava, että tämä yleistys ei välttämättä päde, jos tarkastelu täsmennetään kanavakohtaiseksi. Tähän kysymykseen palataan myöhemmin. Sitä ennen tarkastellaan katseluun käytetyn ajan muutoksia eri väestöryhmissä. Taulukossa 1 on esitetty tietoja katseluun vuorokaudessa käytetyn ajan kehityksestä eri sukupuoli-, ikä- ja ammattiryhmissä.

Taulukko 1. Television katseluun käytetty aika vuorokaudessa eri vuosina eri väestöryhmissä (Tuntia ja minuuttia)

	Vuosi					
	1990–1991 ¹⁾	1991–1992 ²⁾	1993	1994	1995	1996
Sukupuoli						
Nainen	1.59	2.12	2.25	2.38	2.39	2.46
Mies	2.01	2.16	2.23	2.33	2.27	2.39
Ikä						
10–14	1.33	1.31	1.47	1.47	1.41	1.37
15–24	1.07	1.15	1.32	1.31	1.27	1.33
25–34	1.52	1.57	2.01	2.15	2.31	2.41
35–44	1.45	1.50	2.18	2.25	2.25	2.32
45–64	2.15	2.21	2.31	2.40	2.39	2.53
65–	3.10	3.17	3.36	3.40	3.32	3.40
Ammatti						
Maanviljelijä	2.10	2.19	2.27	2.35	2.36	2.45
Työväestö	2.17	2.28	2.48	3.01	2.59	3.10
Alempi toimih.	2.05	2.11	2.30	2.35	2.41	2.53
Ylempi toimih.	2.08	2.15	2.21	2.34	2.31	2.40
Koulul./opisk.	1.19	1.21	1.32	1.33	1.35	1.37

1) Luvut ovat kaudelta 28.5.1990–2.6.1991

2) Luvut ovat kaudelta 3.6.1991–31.5.1992.

Television katseluun käytetty aika on kasvanut tarkastelujakson aikana ainakin jonkin verran kaikissa väestöryhmissä (taulukko 1). Luvut antavat kuitenkin aihetta katseluajan kasvua koskeviin täsmennyksiin. Niinpä näyttää siltä, että kasvu ei ole ollut kaikissa ikäryhmissä jatkuvaa, vaan se on ollut joissakin ikäryhmissä hyppäksenomaista. Kahdessa nuorimmassa sekä vanhimmassa ikäryhmässä tuo hyppäys on tapahtunut kaudesta 1991–1992 kauteen 1993. Tämän jälkeen varsinaista kasvua ei ole ollut havaittavissa näissä ikäryhmissä. Sen sijaan muissa ikäryhmissä kasvu on jatkunut myös vuoden 1993 jälkeen.

Tulos herättää useita kysymyksiä. Onko niin, että television kanava-uudistuksessa, joka toteutui vuonna 1993, onnistuttiin vaikuttamaan väli-neen käytön lisääntymiseen tarjoamalla katselijoille useampia ohjelmistoon liittyviä vaihtoehtoja? Ja onko niin, että kun katselun lisääntyminen näkyy tuon vaiheen jälkeen vain työikäisen väestön keskuudessa, tuota kasvua selittääkin – lisääntyneeseen tarjontaan liittyen – myös se, että kasvanut työttömyys on lisännyt television katselua? Tätä olettamusta tukisi se taulukosta löytyvä tieto, jonka mukaan katselun lisääntyminen on ollut voimakkainta työväestön ja alempien toimihenkilöiden ryhmissä, joihin kuuluvat ovat joutuneet ensisijaisesti kärsimään laman seurauksista.

Kokonaisuudessaan voitaneen ajatella, että myös katselumahdollisuuksien muuttuminen arkielämän rakenteissa on ollut edellytyksenä katselun kasvulle. Kun näitä muutoksia tuskin on tapahtunut toistaiseksi työelämän ulkopuolella olevien tai työelämästä jo poistuneiden keskuudessa, heidän ryhmissään ei ole myöskään havaittavissa vastaavia katselun muutoksia.

Myös sukupuolen yhteys television katseluun on mielenkiintoisella tavalla muuttunut tarkastelujakson aikana. Kun vielä tarkastelujakson alkupuolella miehet katselivat televisiota lievästi enemmän kuin naiset, tilanne on myöhemmin muuttunut naisten ”eduksi”. Tähän voidaan ounastella vaikuttaneen nimenomaan sen, että televisiossa päiväsaikaan lähetettävien ohjelmien määrä on lisääntynyt, jolloin naisille, jotka eivät ole työssä kodin ulkopuolelle yhtä suuressa määrin kuin miehet, on syntynyt enemmän katselumahdollisuuksia. (Taulukko 1.)

Television katselun kehitystä voidaan tarkastella myös kanavittain ja kanavaryhmittäin. Tällöin pääkysymys on luonnollisesti, pätevätkö edellä esitetyt koko televisiota koskevat havainnot myös eri kanaviin ja kanavaryhmiin vai löytyykö sellaisia kanavia tai kanavaryhmiä, joiden käyttöä koskeva kuva poikkeaa yleiskuvasta.

Katselun määrää koskevat tiedot ja tavoittavuustiedot eri kanavien ja kanavaryhmien osalta eri vuosina esitetään taulukossa 2. Taulukkoon on otettu myöskin luvut, jotka kertovat kunkin kanavan ja kanavaryhmän katseluun käytetyn ajan niiden katselijoiden keskuudessa, jotka nuo kanavat tai kanavaryhmät olivat tavoittaneet. Saatavilla oleva sekundaariaineisto asettaa tulosten esittämiselle rajoituksensa; kanavakohtaisia tietoja ei aina ollut käytettävissä.

Näyttää siltä, että eri kanavien ja kanavaryhmien käyttö on lisääntynyt videota lukuunottamatta. TV1:n kohdalla on kanavauudistuksen vuonna 1993 havaittavissa notkahdus, mikä johtunee pääasiassa siitä, että MTV:n ohjelmat – usein hyvin suositut – jotka toivat katsojia kanavalle myös TV1:n ohjelmia seuraamaan, poistuivat kanavalta. Tämän jälkeen on myös TV1:n kohdalla havaittavissa jatkuvaa käytön kasvua. Toinen keskeinen havainto on se, että Ylen kanavien, MTV3:n ja kotimaisten kaapelikanavien käytön lisääntymistä selittävät sekä tavoittavuuden lievä kasvu että tavoitettujen kiinnostuksen lisääntyminen kyseisiä kanavia ja kanavaryhmiä kohtaan. Ulkomaisten satelliittikanavien katselun lisääntyminen, jota oli havaittavissa varsinaisesti vain tarkastelujakson alkupuolella, näyttäisi taas selittyvän vain tavoittavuuden lisääntymisellä; tavoitettujen kiinnostus näitä kanavia kohtaan ei näytä kasvaneen.

Taulukko 2. Televisiokanavien ja kanavaryhmien tavoitavuus ja katseluun käytetty aika (Koko väestö ja tavoitettu yleisö)

	Vuosi					
	1990–1991 ¹⁾	1991–1992 ²⁾	1993	1994	1995	1996
Katseluaika						
(Koko väestö)						
TV1	36	36	32	36	37	40
TV2	21	22	28	28	29	32
MTV/MTV3	27	24	61	64	65	67
Kolmostelevisio	16	22	–	–	–	–
Kotimaiset						
kaapelikanavat	0	1	2	2	4	4
Satelliittikanavat	3	3	6	6	6	7
Video	10	11	11	10	10	11
Tavoitavuus						
TV1	53	53	54	55	56	58
TV2	41	41	48	49	48	51
MTV/MTV3	49	49	60	60	60	62
Kolmostelevisio	26	34	–	–	–	–
Kotimaiset						
kaapelikanavat	3	4	5	6	8	9
Satelliittikanavat	8	8	10	11	11	11
Video	11	12	13	12	11	12
Katseluaika						
(Tavoitettu yleisö)						
Yle ja MTV	2.18	2.14	–	–	–	–
Yle	–	–	1.36	1.39	1.43	1.51
MTV3	–	–	1.42	1.45	1.49	1.49
Kolmostelevisio	1.00	1.04	–	–	–	–
Kotimaiset						
kaapelikanavat	.26	.31	.30	.38	.40	.44
Satelliittikanavat	.44	.41	.55	.53	.43	.44
Video	1.30	1.30	1.25	1.22	1.23	1.26

1) Luvut ovat kaudelta 28.5.1990–2.6.1991

2) Luvut ovat kaudelta 3.6.1991–31.5.1992

Taulukon 2 luvut kertovat myös sen, että eri kanavien käyttäjien näille kanaville uhraama aika voi nousta varsin korkeaksikin, vaikka se kokonaisväestöön kohdistuvassa tarkastelussa jääkin varsin vähäiseksi (vrt. Tiihonen 1989). Niinpä esim. videon käyttäjät käyttävät videon katseluun päivittäin aikaa lähes puolitoista tuntia, kun vastaava käyttöaika oli kokonaisuudessaan esimerkiksi vuonna 1996 vain 11 minuuttia. Samoin kotimaisille kaapelikanaville ja ulkomaisille satelliittikanaville, joiden käyttöosuudet ovat koko väestössä hyvin vähäiset, löytyy omat suhteellisen aktiiviset kuluttajansa. Vaikuttaa kuitenkin siltä, että edellä kuvatussa ilmiössä, jossa on kysymys televisioyleisön tietynasteisesta eriytymisestä ja pirstaloitumisesta eri kanavien käyttäjiksi, ei ole tapahtunut viime vuosina mitään suurempaa muutosta.

Entä täsmentyvätkö kanavaikohtaiset muutostrendejä koskevat tiedot, jos niitä tarkastellaan erikseen iän, sukupuolen ja ammatin perusteella muodostetuissa taustaryhmissä? Näin ei näytä olevan. Ne muutostyyppit, jotka aiemmin havaittiin näissä taustaryhmissä kokonaiskatselua tarkasteltaessa tulevat esiin myös kanava- ja kanavaryhmäkohtaisessa tarkastelussa, jos kanavien ja kanavaryhmien piirissä muutoksia yleensä havaittiin. Aineiston jakaminen kaapeliväestöön ja ei-kaapeliväestöön ei sekään aiheuta tulosten täsmentymistä tässä suhteessa. Kaapeliväestö näyttää toki käyttävän jonkin verran vähemmän aikaa valtakunnallisten kanavien katseluun kuin ei-kaapeliväestö, mutta mitään sellaista trendiä, jonka mukaan ero kyseisten ryhmien välillä olisi tässä käytössä esimerkiksi kasvamassa ei ollut havaittavissa. Tämäkin viittaa siihen edellä mainittuun ilmiöön, jonka mukaan uusien kanavien vuoksi jo jossain määrin eriytyneessä televisioyleisössä ei olisi tarkastelujaksolla havaittavissa varsinaista pirstaloitumisen lisääntymistä.

Kirjallisuus

Sarkkinen, Raija: TV-yleisö 1990–1991. Tv-mittaritutkimuksen vuosiyhteenveto. Oy Yleisradio Ab. Tutkimus- ja kehitysosasto. Tilastaselvitys 15/1992.

Sarkkinen, Raija: Tv-yleisö 1991–1992. Tv-mittaritutkimuksen vuosiyhteenveto. Oy Yleisradio Ab. Tutkimus- ja kehitysosasto. Helsinki 1992.

Television katselua koskevia julkaisemattomia tilastotietoja vuosilta 1993–1996. Oy Yleisradio Ab. Yleisötutkimus.

Tiihonen, Pertti: Televisionkatselun rakenteesta uudessa välineympäristössä. Tutkimus katselun eriytymisestä helsinkiläisessä kaapeliväestössä. Oy Yleisradio Ab. Suunnittelu- ja tutkimusosasto. Sarja B 3/1989.

Tv-katselun trendit Suomessa vuosina 1992–1996. Tv-mittaritutkimuspäivä 9.4.1997. Finnpanel Oy. (moniste)

Tuomo Sauri & Timo Siivonen

Joukkoviestintä ja uusi viestintäteknologia

Usein on todettu, että Suomi on maailman johtavia maita uuden viestintätekniikan käyttöönotossa. Esimerkiksi vuonna 1996 Suomessa oli arvioiden mukaan eniten internet-liittymiä asukasluvuun suhteutettuna. Samoin tietotekniikkamenojen osuudessa bruttokansantuotteesta sekä toisaalta kotien tietokoneistumisessa Suomi oli pari vuotta sitten (vuonna 1995) kymmenen kärkeen joukossa mutta ei aivan kärkisijoilla. (Ks. esim. Tiedolla tietoyhteiskuntaan 1996.

Tilastokeskuksen Tiedolla tietoyhteiskuntaan -raportissa sisältötuotannon todetaan edustavan informaatioyhteiskunnan merkittävintä ja nopeasti kasvavaa palvelutarjontaa. Tietotuotteet voivat olla painotuotteita, sähköisessä muodossa olevia tuotteita, multimediatuotteita, tietokoneohjelmistoja tai audiovisuaalisia tuotteita kuten tv- tai radio-ohjelmia, elokuvia tai videoita. Uusi viestintätekniikka vaikuttaa sisältöteollisuuden esitystavan, kuten monimedia, lisäksi tekniseen rakenteeseen: tuotteiden ja palvelujen tekemiseen tuottamiseen ja jakeluun.

Myös yritystasolla rakenteet muuttuvat. Perinteiset toimialarajat hämärtyvät kun viestintäteollisuus solmii ns. strategisia alliansseja kansallisella ja kansainvälisellä tasolla. Esimerkkinä tästä uudesta toimintamallista on kansallisella tasolla Alma Media, joka syntyi Aamulehti-yhtymän ja MTV:n yhteenliittymästä. Kansainvälisellä tasolla esimerkiksi ruotsalainen Marieberg ja saksalainen Bertelsmann ovat mukana sekä perinteisissä graafisessa ja sähköisessä viestinnässä että uusmediateollisuudessa.

Lisäksi uudella viestintätekniikalla on suoranaisia vaikutuksia viestinnälliseen muotoon ja epäilemättä myös sisältöön.

Laitekanta

Kokonaisuutena kotien uuden viestintäteknologian suuntana on ollut 1) ohjelmatarjonnan laajentuminen, 2) entistä yksilöllisempien käyttötapojen mahdollistaminen sekä 3) pyrkimys interaktiivisuuden lisäämiseen (Weibull 1997). Ainakin kahta ensimmäistä trendiä vahvistivat jo sellaiset ”perin-

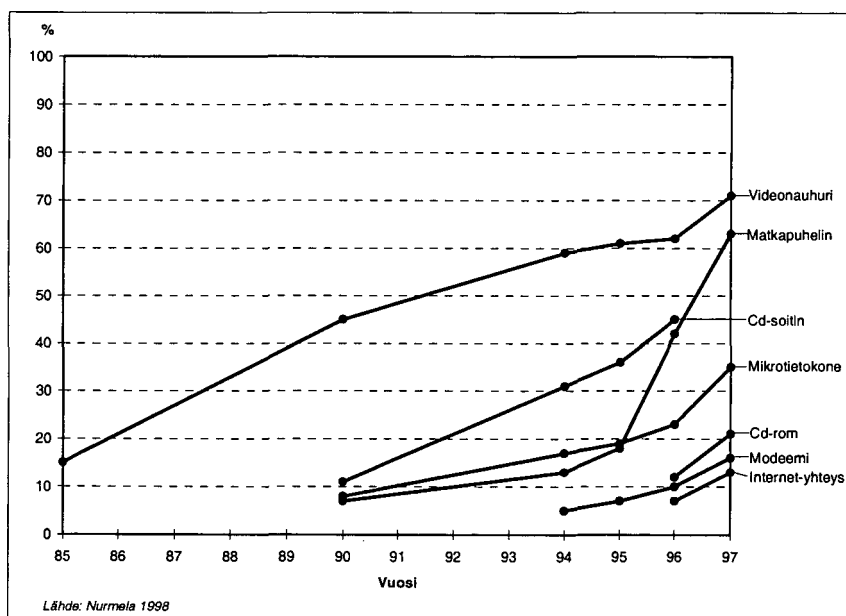
teiset” laitteet kuin video ja cd-soitin sekä toisaalta tietysti television satelliitti- ja kaapelikanavien tarjonnan nopea kasvu.

Kuviossa 1 esitetään eräiden uuteen viestintäteknikkaan kuuluvien laitteiden leviämisen kehitys suomalaisissa kotitalouksissa. Kuviossa on mukana myös joitakin uuden viestintäteknologian kannalta ”perinteisiä” laitteita leviämisenopeuksien vertailun mahdollistamiseksi. Suomessa niin viihde-elektroniikan kuin pc-laitteidenkin leviämismuhti kotitalouksiin on ollut muita Pohjoismaita hitaampi (vrt. esim. Carlsson & Harrie 1997). Vasta vuosikymmenen puolivälin jälkeen mikrotietokoneiden, samoin kuin videoiden ja cd-soittimienkin yleistymisen on selvästi nopeutunut. Myös cd-rom-asetat, modeemit ja internet-yhteydet ovat selvässä kasvussa, vaikka ne kuuluvat kuitenkin suhteellisen harvan kotitalouden laitekantaan. Cd-rom-asetat tosin on jo hieman yli viidenneksessä kotitalouksista.

Nurmela (1998) uuden viestintäteknologian käyttäjäryhmien valikoitumista erittelevän raportin mukaan kotitietokoneen käyttäjiksi näyttävät ennen kaikkea valikoituneen pientalouksien nuorten miesten lisäksi perhetalouksien lapset ja nuoret.

Leviämisenopeudessa mikään edellä mainituista laitteista ja varusteista ei yllä lähellekään matkapuhelinten yleistymisen hurjaa tahtia Suomen kotitalouksissa. Selvitysten mukaan matkapuhelinten penetraatio kotitalouksissa on kahdessa vuodessa noussut alle 20 prosentista yli 60 prosenttiin. (Kuvio 1.)

Kuvio 1. Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1985 – 1997



Taulukko 1. Uusien viestimien käyttö (Kevät 1997)

Onko teillä käytössänne tai mahdollisuus käyttää...		
	Suomi	EU15
Tietokonetta	44	32
CD-rom-lukijaa	22	17
Modeemia	22	9
Internetiä	25	8

Lähde: Eurobarometer, Report N.o. 47 (1997)

Tuoreen kansainvälisen vertailuaineiston mukaan Suomessa ollaan tietokoneen ja cd-rom-aseman käyttömahdollisuudessa (kotona, työssä tai opiskelun yhteydessä) vähintään hyvällä eurooppalaisella keskitasolla. Modeemien ja internet-yhteyksien käyttömahdollisuudessa Suomi puolestaan kuuluu selvästi kärkikastin maihin. (Taulukko 1. Vrt. myös tämän julkaisun luvun 11 taulukko 14.)

Uusmediateollisuus

Uusmediateollisuuden kokonaisliikevaihto vuonna 1997 on arvioitu lähes 500 miljoonan markan suuruiseksi. Uusmediateollisuudella tarkoitetaan tässä sisältötuotantoyrityksiä eli yrityksiä, jotka toimivat digitaalisen median (mm. multimedia ja cd-rom) ja/tai tietoverkkojen (mm. internet) sisältötuotannossa ja niihin kiinteästi liittyvissä tukitoimissa. Toimiala on nimensä mukaisesti uusi. Yritysten keski-ikä on vain pari vuotta. Silti alalla toimi vuonna 1996 jo kolmisensataa yritystä. Näistä yrityksistä 40 prosentilla liikevaihto kuitenkin oli korkeintaan 200 000 markkaa. Kasvu ja tulevaisuuden odotukset ovat silti huomattavan suuret. (Uusmediateollisuus Suomessa 1997.)

On ilmeistä, että usein harrastajapohjalta ponnistaneet, hajallaan olevat ja pienet (vrt. taulukko 2) yritykset organisoituvat, tai ne organisoidaan tehokkaiksi tuotannollisiksi yksiköiksi. Eräs malli on keskinäinen ja vapaaehtoisuuteen perustuva verkostoyhteistyö. Toinen mahdollisuus on kiinteä yhteenliittyminen omistuksellisten järjestelyjen kuten ristikkäisomistuksen kautta. Kolmas mahdollisuus on, että suuret mediayritykset ostavat pieniä uusmediateollisuuden yrityksiä. Kaikki nämä mallit ovat käytössä.

Perinteiselle mediayritykselle uusmediayrityksen ostaminen onkin vaivattomin tie laajentaa osaamisaluettaan ja julkaisutoimintaansa. Esimerkiksi aikakauslehtiä julkaiseva Talentum on laajentanut toimintaansa uusmedian

**Taulukko 2. Uusmediateollisuuden liikevaihto Suomessa 1995 – 1997
ja yritysten jakautuminen kokoluokkiin 1997**

Liikevaihto yhteensä	Mmk
1995	65
1996	245
1997*	487
Liikevaihto milj. mk	Yrityksiä
	%
Yli 4.0	4
2.0 – 4.0	5
1.0 – 2.0	13
0.5 – 1.0	13
0.2 – 0.5	25
alle 0.2	41
Yhteensä	100

* Arvio.

Lähde: Uusmediateollisuus Suomessa 1997

alueelle juuri yritysostojen kautta. Se omistaa kokonaan tai osittain kolme kymmenestä suurimmasta alan yrityksestä (To the Point, Sansibar, Interweb Design/Interaktiivinen Satama).

Tämä on rakennemuutosta, joka on meneillään viestinnän digitalisoidessa. Perinteiset toimialarajat murtuvat. Niinpä on luonnollista, että uusia yritysjärjestelyjä tapahtuu, ja luultavasti kiihtyvällä vauhdilla.

Suurimpienkin uusmediayritysten liikevaihto Suomessa vuonna 1996 oli vielä selvästi alle 10 miljoonaa markkaa (taulukko 3). – Ruotsissa suurimman alan yrityksen vuoden 1996 liikevaihto oli noin 50 miljoonaa Suo-

Taulukko 3. Suurimmat uusmediayritykset 1996

Yritys	Perustettu	Liikevaihto Milj. mk	Henkilöstö
To the Point	1991	7,0	30
Tietovalta	1988	6,8	28
Mediayhtiö Sansibar	1992	4,0	15
Digia	1997	3,0	9
Everscreen Mediateam	1994	2,5	10
Interweb Design (Interaktiivinen Satama)	1995	2,5	15
Terranova Visuals	1991	2,5	9
Yomi Media	1996	1,9	15
Nedecon	1995	1,6	0
Fantasma	1986	1,5	7
The Works Finland	1995	1,5	9
Marnet Services	1995	1,0	15
Netlife	1995	1,0	4
Absolutions	1993	0,5	6
Sarajärvi & Hellen	1995	0,5	7
Yhteensä – Total		37,8	179

Lähde: Talouselämä 19/97 & 34/97

Taulukko 4. Uusmediateollisuuden tuotannon käyttökohde 1996

	%
Yritys- tai organisaatioviestintä	81
Kulttuuri ja viihde	10
Oppimateriaalit	8
Lääketiede	1
Yhteensä - Total	100

Lähde: Uusmediateollisuus Suomessa 1997

men markkaa ja sijoilla 2–10 olevien yritysten liikevaihto vaihteli 25 ja 10 miljoonan markan välillä. Suomessa yksikään alan yritys ei vielä yltänyt tähän kokoluokkaan. 30 suurimman yrityksen yhteinen liikevaihto oli Ruotsissa yhteensä noin 310 miljoonaa Suomen markkaa. (Veckans affärer 11/1997)

On syytä korostaa, että niin kutsutusta uusmediateollisuudesta valtaosa on jotain muuta kuin joukkoviestintää sanan varsinaisessa mielessä. Suurin osa siitä lienee laskettavissa lähinnä organisaatio- tai markkinointiviestinnäksi, jolle vertailukohtana esimerkiksi graafisen viestinnän puolella olisivat lähinnä mainospainotuotteet. Varsinaisen joukkoviestinnän piiriin luetavaa tuotantoa uusmediateollisuudesta oli vuonna 1996 ilmeisesti alle viidennes. Näin ollen varsinaisen joukkoviestinnän (taulukon 4 luokat ”kulttuuri ja viihde” sekä ”oppimateriaalit”) liikevaihto uusmediasektorilla olisi ollut noin 45 miljoonaa vuonna 1996. (Taulukko 4; vrt. taulukko 2.)

Tietoverkot

Internetin käyttö on Suomessa yleistynyt nopeasti, vaikka yleistymisvauhti vuonna 1997 näyttikin jo olevan tasaantumassa. Kotona, työssä tai opiskelupaikalla vähintään kerran viikossa internetiä käyttäviä oli vuoden 1997 lopussa yhteensä hieman alle viidennes suomalaisista ja päivittäiskäyttäjää alle 10 prosenttia. Internetin käyttö työ- tai opiskelupaikalla on jonkin verran kotikäyttöä yleisempää. (Taulukko 5.)

Taulukko 5. Internetin käyttö 1995 – 1997

	1995	1996	1997				
	Marras- jouluk.	Loka- marrask.	Tammi- helmik.	Huhti- toukok.	Heinä- elok.	Loka- marrask.	Vuosi- muutos 1997/96 %
	%						
Joskus	10	20	22	27	28	29	+49
Vähintään kerran viikossa	5	11	13	16	16	18	+69
Päivittäin/lähes päivittäin	2	5	5	7	7	8	+80
Kotoa viikottain	2	5	5	6	5	6	+30
Opiskelupaikalta viikottain	2	5	5	6	6	7	+46
Työpaikalta viikottain	2	5	6	7	8	8	+55
Viimeksi kuluneen 3 kk:n aikana myös muuhun kuin sähköpostiin	..	18	19	24	22	25	+42

Lähde: Taloustutkimus Oy

Internetin käyttötavat herättävät helposti assosiaatioita niin perinteisten graafisten kuin sähköistenkin viestimien käyttömuotoihin. Joskus kyseessä näyttää olevan valikoiva ja määrätietoinen tiedonetsintä, kuin tietokirjoista tietoa etsittäessä. Mutta usein luonteva vertailukohde on sanoma- tai aikakauslehtien hajamielinen selailu tai television kanavapujottelu. Verkkosurfailusta on tullut television katseluun verrattavissa oleva arkinen ajanviete ja on olemassa viitteitä siitä, että internetin parissa käytetty aika verottaa nimenomaan television katseluaikaa.

Vaikka television kanavapujottelu ja verkkosurfailu ovatkin sukua toisilleen, on niiden käytön perusluonteissa myös eroja. Television kanavapujottelu on ainakin toistaiseksi valintaa valmiiden ohjelmakanavien välillä. Nykymuotoisesta internetistä tällaiset paketoitua kokonaisuuksia vielä puuttavat.

Internetille ominainen tiedon ja viihteen tulva ja materiaalin uusiutumisvauhti tekevät käytännössä mahdottomaksi kaiken tarjolla olevan informaation hallinnan. Ratkaisuksi tähän ongelmaan on kehitelty nk. webcastingia eli agenttitekniikan sovelluksia. Älykkäät agentit liikkuvat verkossa tilaajan toimeksiannosta etsien käyttäjänsä kaipaamia tietoja ja palveluja luoden siten kaaokseen järjestystä. Agentti oppii etsimään materiaalia tilaajan toiveiden mukaan. (Vrt. esim. Cortese 1997.) Kun yhtenäiskulttuuri on hajautumassa mosaiikkimaiseksi, osakulttuureista rakentuvaksi kokonaisuudeksi, ihmiset kuuluvat samanaikaisesti useaan eri yhteisöön. Tulevaisuudessa ihmisillä tuskin on aikaa ja kiinnostusta etsiä haluamaansa aineistoa tuntikausia internetistä. Agenttitekniikasta löytynevatkin ne apuvälineet, joiden avulla verkko voi tarjota räätälöityjä tietoja ja palveluja kodeissa ja työelämässä.

Taulukko 6. 10 käytetyintä Suomalaista www -palvelua 1997

(Aakkosjärjestyksessä)

Helsingin Sanomat
Ihmemaan haku
Iltasanomat
Iltalehti
iNET Keskuskatu (Tele)
Keltainen Pörssi
Kiss FM
Kolumbus (Finnet-yhtiöt)
MTV3
Yleisradio (ml. Radiomafia)

Kotisivututkimuksessa oli mukana kaikkiaan 41 yrityksen
kotisivut sekä 14 suomalaista hakupalvelua.

Lähde: Taloustutkimus Oy

Näin verkkoviestintäkin on jäsentymässä perinteisten viestinten tapaan erilaisiksi ohjelma- ja aineistopaketeiksi. Verkkoviestinnän piirissä onkin havaittavissa aktiivinen pyrkimys luoda linkkejä ja assosiaatioita traditionaaliseen mediaan päin. Toisaalta myös traditionaaliset mediat ovat hyvin aktiivisesti työntyneet internetiin ja viettävät siellä eräänlaista rinnakkaiselämää. Esimerkiksi Suomen suosituimmat www-sivustot ovat – hakupalvelu- ja lukuunottamatta – perinteisten joukkoviestimien ylläpitämiä (taulukko 6; vrt myös Ilkas 1996).

Vanhojen ja uusien viestimien rinnakkaiselon eräs paradoksaalinen puoli on, että kotisivujen olemassaolosta yleisesti joudutaan tiedottamaan perinteistä graafista viestintää käyttäen: esittein ja lehti-ilmoituksin. Ilman tällaista kampanjointia perinteisessä mediassa verkossa näkyville pääsy voi olla todella vaikeaa. Syksyllä 1997 verkossa oli erään arvion mukaan miljoona kotisivua ja joka päivä tuli 1500 uutta. (Ks. Nyström 1997.) Kilpailu käyttäjien huomiosta on todella ankaraa. Aggenttiteknologian käyttö ja web-casting helpottanevat osittain tätäkin ongelmaa.

Internetissä on tarjolla Suomessakin jo pitkälti toista sataa lehtien verkkoversiota. Ne sisältävät tavallisesti vain osan painetun lehden koko aineistosta. Toisaalta jotkut lehdet tarjoavat verkkoversioissaan myös sellaista täydentävää materiaalia, jota painetussa versiossa ei ole. Useimmat lehdet tarjoavat verkkolehdensä ilmaiseksi kaikille niille asiasta kiinnostuneille, jotka osuvat sivuille. Eräissä tapauksissa verkkolehden lukijaksi on kuitenkin rekisteröidyttävä. Rekisteröinnin yhteydessä käyttäjä antaa joitakin perustietoja itsestään. Näin julkaisijalle syntyy käsitys verkkolehdensä lukijoista. Jotkut lehdet puolestaan avaavat verkkolehdensä sivut vain tilaajilleen, jolloin verkkoversio on painettuihin liitteisiin verrattavissa oleva oheispalvelu.

Taulukko 7. Verkkolehdet 1997 (Lokakuu)

	Nimikkeitä
Sanomalehdet	33
– päivälehdet	22
– harvemmin ilmestyvät	11
Aikakauslehdet	91
– yleisölehdet	26
– ammatti- ja järjestölehdet	36
– mielipidelehdet	8
– opiskelijalehdet	14
– muut lehdet	7
Laskelmassa mukana vain ne lehtien kotisivut, jotka sisältävät ainakin jossain määrin toimituksellista aineistoa.	

Lähteet: <http://www.sanomalehdet.fi/linkit.html>

<http://www.wysiwyg.great.fi/jv/>

Perinteinen graafinen teollisuus kehittää aktiivisesti integroidun viestinnän tuotteita ja palveluja. Tämä on toimialan keskeinen kilpailustrategia. Kun sanomalehtien luokitellut ilmoitukset ovat vaarassa siirtyä tietoverkkoihin, lehdet tarjoavat painettuja ilmoituksia täydentäviä verkkoilmoituksia. Ilmoitusten linkkien kautta lukijat voivat olla suoraan yhteydessä ilmoittajaan, tehdä varauksia ja tehdä lopullisen ostoksensa verkon välityksellä.

Verkkolehden maksullisuus on keskeisimpiä talouteen liittyvistä kysymyksistä. Varsin yleinen käsitys on, että verkkolehden on hankittava myös lukijatuloja. Mainonta ei yksin pysty rahoittamaan toimintaa. USA:ssa eräät lehdet ovat siirtäneet ilmaisia verkkosivuja maksullisiksi, mutta lukijamäärät ovat tämän seurauksena romahtaneet. Vaikka maksu olisi pienikin ja ihmiset periaatteessa myöntyväisiä maksamaan palveluista (ks. esim Ilkas 1997; vrt. Puirava 1997), eivät maksulliset palvelut ainakaan toistaiseksi ole oikein lyöneet itseään läpi.

Mainonta verkkolehdessä on vähintään yhtä ongelmallista. Gallup Mainostiedon mukaan verkkomainontaan käytettiin vielä vuonna 1977 yhteensä vain noin 10 miljoonaa markkaa. Se on 0,2 % mediamainonnan kokonaisvolyyymista. Mainonnan kasvua rajoittaa osaltaan verkkolehden ”levikin” tai ”lukijan” käsitteiden epämääräisyys. Verkkolehden levikkiä ei ole vielä onnistuttu määrittelemään yksiselitteisesti ja levikin mittaustavat vaihtelevat.

Niinpä verkkolehtien talouden yhtälö on ratkaisematta. Tästä huolimatta kasvava joukko lehtiä on mukana kehittämässä omia verkkoversioitaan siltä varalta, että kannattavan toiminnan avaimet löytyisivät. Toinen syy on puolustuksellinen. Mahdolliset uudet haastajat halutaan torjua jo etukäteen.

Myös televisiovastaanottimien tekniikka on kehitymässä kohden integroituja laitteita ja järjestelmiä. Kotitietokoneeseen suunnitellaan liitettävän cd-romin ja internetin lisäksi faksi, radio, televisio, tavallinen puhelin ja kuva-puhelin. Toisaalta televisioon ollaan kytkemässä myös internet-yhteys nk. set-top laitteella. Kulutuselektroniikkateollisuuden kannalta keskeinen kysymys on, rakentuuko kodin tieto- ja viihdekeskus television, kotitietokoneen vaiko molempien ympärille.

Markkinoille on jo Suomessakin tuotu televisioon liitettäviä ns. set-top bokseja, joiden avulla televisiota voidaan käyttää kaukosäätimen avulla internet-yhteysvälineenä. Tarkoitus on, että periaatteessa kuka tahansa television kaukosäädintä käyttävä pystyisi liikkumaan internetissä. Set-top lisälaitteen hinta on 2–3000 markkaa. Tämä on vain osa pc-laitteen ja modeemin hinnasta, mutta toisaalta internet-televisio ei ole läheskään yhtä suorituskykyinen kuin varsinainen pc-pohjainen internet-yhteys. Lisäksi tulee noin 150 markan hintainen kuukausimaksu. Jos hinnat onnistuttaisiin pudottamaan vaikkapa kolmasosaansa, voisi internet-televisiolle avautua todelliset kuluttajamarkkinat.

Internet on siirtymässä osittain kaapelitelevisioverkkoon, osittain puhelinverkossa xDSL-siirtotekniikkaan, jolloin siirtonopeudet kasvavat lähes satakertaisiksi. Näin luodaan pohjaa uusille, laajaa siirtokaistaa vaativille sovelluksille, kuten korkealaatuisen videon ja äänen siirrolle ja siihen perustuvalla verkkokaupalla. Nämä realisoituvat laajamittaiseksi liiketoiminnaksi vasta joskus vuoden 2000 jälkeen.

Verkkokauppa on voimakkaassa kasvussa, mutta toistaiseksi itse hyödyke vielä yleensä lähetetään postitse kuluttajan kotiin. Audiovisuaalisissa esityksissä myös itse hyödyke voidaan siirtää kuluttajalle verkkoa pitkin bitteinä. Tällaista verkkokauppaa on luonnehdittu fraasilla ”from market place to market space”. Tämä voi vaikuttaa dramaattisesti eräiden erikoisliikkeiden, kuten musiikkikauppojen ja videovuokraamojen tulevaisuuteen. Ostettaessa musiikkia verkosta, voidaan esimerkiksi ostaa ne, ja vain ne musiikkikappaleet, jotka erityisesti halutaan.

Jo cd-soittimet tavallaan mahdollistivat yksilöllisyyden lisääntymisen myös äänitteiden kuuntelussa. Cd-tallenteen kuuntelija voi muokata äänitteen sisällön haluamaansa järjestykseen, eliminoida itseä vähemmän miellyttävät kappaleet pois soitettavien joukosta tai monilevysoitinta käyttäen perustaa itselleen kotijukeboxin. Kun äänitekauppa alkaa siirtyä bittimuotoon, yksilöllisen valinnan trendi vahvistuu.

Asia ei kuitenkaan ole aivan yksinkertainen. Verkosta imuroidut musiikkitalenteet ovat vain bittijonoja, jotka tallennetaan tietokoneen muis-

tiin. Ne eivät ole käsin kosketettavissa olevia esineitä. Nykymuotoinen musiikkitalenne on kuitenkin kirjan tavoin myös esine, jonka ulkoasu ja muoto ovat tärkeitä. Musiikkitalenteissa ”albumin” käsite muodostuu sisällön ja ulkoasun harkitusta kokonaisuudesta. Verkosta imuroiduilla musiikki- tai videoesityksillä ei ole näitä ominaisuuksia. Moni musiikinystävä on sitä mieltä, että jo siirtymä vinylilevyjen tyylikkäistä kansista cd-levyjen muovikuoriin oli merkittävä heikennys. Kalliissa cd-levyjen erikoispainoksissa on usein vinylilevyjen kansia jäljittelevät pahvikannet. – Ehkäpä tulevaisuudessa ”tallenne” virtaa kuluttajalle bitteinä heti ostohetkellä mutta tallenteen kuoret toimittaa jälkikäteen perinteinen posti?

Kaapelitelevisioyhtiöt testaavat tilausvideojärjestelmän (VOD, Video On Demand) toimivuutta. Kuluttaja voi kaksisuuntaisessa kaapelijärjestelmässä tilata haluamansa ohjelman ja maksaa vain siitä. Vastaavia järjestelmiä on ollut käytössä jo vuosia hotelleissa. Tilausvideojärjestelmä voi sisältää myös erilaisia ostoskanavia. Jos tilausvideo menestyy markkinoilla, heikkenee videovuokraamojen asema. Käsitykset tilausvideon menestymismahdollisuuksista menevät asiantuntijapiireissään vahvasti ristiin.

Kirjakauppojen tulevaisuuteen verkkokaupan vaikutukset ovat otaksuttavasti vähäisemmät kuin äänitekauppaan, mutta eivät merkityksettömät. Kirjojenkin postimyynti nykymuodossaan on jo osin siirtynyt verkkoon. Maailmalla tunnetuin verkkokirjakauppakauppa lienee amerikkalainen Amazon, joka oikeastaan on vain tilauksien välityspörssi ilman omia varastoja. Kirja tilataan verkon kautta ja kauppa välittää tiedon tilauksesta kustantajalle, joka toimittaa teoksen ostajalle postilähetyksenä.

Mutta jo nyt kirjan sisältöinformaatio voidaan periaatteessa siirtää kustantajalta verkkoa pitkin kirjakauppaan, jossa kirja tulostetaan digitaalisella painokoneella. Yksikään kirjakauppa ei vielä toimi tällä konseptilla.

Bostonissa sijaitsevassa MIT:n Media Labissa on jo muutaman vuoden ajan kehitetty ”digitaalista paperia”. Siinä on kerros hyvin pieniä palloja, joiden toinen puolisko on musta, toinen valkoinen. Sähkövarauksella saadaan näkyviin mustat puoliskot, jotka muodostavat painojälkeä muistuttavan kuvion, siis kuvia tai kirjaimia. Digitaalinen paperi voidaan ladata kerta toisensa jälkeen. Media Labissa on kehitetty myös ”sähköinen kirja”. Sillä on kirjan ulkoasu, mutta lehdet ovat sähköä johtavaa paperia. Selässä on osa, jonka avulla kirjaan voidaan ladata sisältö. Kun ”sähköinen kirja” on luettu, voidaan siihen ladata uusi sisältö.

Innovaatioiden pääsy massamarkkinoille – ainakaan suunnittelijan tar koittamassa muodossa – ei kuitenkaan ole koskaan itsestäänselvyys. Kymmenkunta vuotta sitten Sony esitteli elektronisen Bookman -nimisen laitteen.

Tarkoitus oli, että kirja voitiin lukea pienen kannettavan päätteen litteältä näytöltä. Bookman vietiin jo kuluttajamarkkinoille, mutta kuluttajan kirjahyllyihin se ei koskaan oikein ehtinyt. Nyt Bookmania ei muista juuri kukaan.

Cd-rom

Cd-romien markkinat ovat olleet nopeassa kasvussa. Vuonna 1997 niiden myynnin arvo kolminkertaistui Suomessa. Liikevaihto, 150 miljoonaa, oli kuitenkin vain noin yksi prosentti joukkoviestinnän kokonaisliikevaihdosta. Cd-romien ja muiden tietotalenteiden voidaan silti arvioida kasvavan nopeasti todellisiksi massatuotteiksi, sillä multimediamikrot ovat nopeasti yleistymässä kotitalouksissa. Erään ennusteen mukaan 500 miljoonan markan raja ylittyy vuoteen 2000 mennessä (Antikainen ym. 1998). Kuitenkin vielä silloinkin cd-romien kauppa olisi suuruudeltaan korkeintaan neljäsosa kirjojen markkinoista.

Massamarkkinoille uuden hyödykkeen yleensä katsotaan päässeen, kun marketit ottavat ne myyntihyllyilleen. Suomessakin romppuja on ollut myynnissä marketeissa jo parina jouluna. Ja esimerkiksi Anttilan tavarataloketju – Suomen suurin äänitekauppias – on muuntanut entisiä levyosastojaan multimediamyymälöiksi.

Hyöty- ja peliromppujen kesken myynti jakautui vuonna 1996 siten että hyötyromppujen osuus oli noin neljännes ja kolme neljänneistä myydyistä tuotteista oli pelejä. Tämän arvion mukaan hyötyromppujen osuus olisi Suomessa hieman suurempi kuin Pohjoismaissa keskimäärin, joissa arviolta noin 1,1miljardin kruunun (n. 770 miljoonan markan) romppumarkkinoista hyötyromppujen osuus olisi eräiden arvioiden mukaan noin viidennes (ks. Österlund 1977). Hyötyromppujen osuuden arvioidaan jatkossa olevan selvässä kasvussa.

Esimerkiksi tietosanakirjat ja hakuteokset soveltuvat erinomaisesti juuri cd-rom-muotoon, jolloin niiden hakuominaisuudet ovat täysitehoisessa käytössä. Jo vuoden 1997 kevään kirja-alennusmyynnissä erään suuren kotimaisen kirjakauppaketjun hittituotteeksi nousikin eräs cd-rom -hakuteos. Kirjakaupoilla on suhteellisen vahva asema hyötyromppujen myynnissä, mikä tuntuukin luonnolliselta ajatellen kirjakauppojen perinteisesti keskeistä asemaa tiedon levittäjinä. Jatkossa kirjakauppojen voisi kuvitella entisestään vahvistavan asemiaan ainakin hyötyromppujen myynnissä. Ehkä myös äänitekaupat ryynnistävät voimallisemmin kakunjaolle.

Taulukko 8. CD-romien myynti 1994 – 1996

	Milj.mk	%
1994	20	
1995	50	
1996	150	100
Josta:		
– Hyötytuotteet	35–40	n. 25
– Pelit	110–115	n. 75
Kirjakauppojen osuus	35–40	n. 25
– josta hyötytuotteet	16–18	n. 45

Lähde: Yritysten omat ilmoitukset

Markkinoiden ja myyntikanavien kehitystä arvoitaessa on hyvä pitää mielessä, että näiden tuotteiden luonteeseen sisältyy ”pelin/leikin” ja ”hyödyn” rajan liukuvuus ja lopulta ehkä katoaminenkin.

Suurin osa cd-romien myynnistä on ulkomaista alkuperää olevaa materiaalia. Suomen Kustannusyhdistyksen tilastojen perusteella arvioituna alle viidennes on kotimaisten tuotteiden myyntiä. Kustannusyhdistyksen omien jäsenyritysten myynti vuonna 1996 oli tukkutasolla noin 16 miljoonaa markkaa (taulukko 9). Tarjonta painottuu selvästi tietopuoliseen materiaaliin. Viihteellisen tarjonnan osuus myynnistä on todella pieni.

Eräs ongelma cd-romien kaupassa on se, että erityisesti pelituotteet viriteään jatkuvasti saatavilla olevien uusimpien pc-laitteiden kapasiteetin ylärajoille. Näin kotien pc-laitteet ovat lähes määritelmän mukaan aina liian tehottomia pystyäkseen ottamaan kaiken irti pelien hienouksista. Pahimmillaan hienot cd-romit eivät tahdo toimia lainkaan kotikoneissa. Tämä on oravanpyörä, joka voi jopa aidosti vierottaa osan potentiaalisista käyttäjistä.

Taulukko 9. Kotimaisten cd-rom -julkaisujen ja levykkeiden nimikemäärä ja myynti 1995 – 1996

Nimikkeitä	1995		1996	
	Kpl	%	Kpl	%
Oppimateriaali	11	19	19	28
Muu asiatieto	10	17	39	57
Fiktio, viihde	38	64	11	16
Yhteensä	59	100	69	100
Myynti	1995		1996	
	Milj. mk	%	Milj. mk	%
Oppimateriaali	0,4	5	3,6	22
Muu asiatieto	5,1	64	11,4	70
Fiktio, viihde	2,5	31	1,2	7
Yhteensä	8,0	100	16,2	100

* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenyritysten tuotanto ja tukkuhintainen myynti

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys

DVD

Dvd (*digital versatile disc*) on uusi kuvalevyjärjestelmä, jonka tallennuskapasiteetti on moninkertainen cd-rom-järjestelmän kapasiteettiin verrattuna. Levyille voidaan tallentaa esimerkiksi kokonainen pitkä elokuva. Alkuvaiheessa uutta järjestelmää onkin markkinoitu nimenomaan videon syrjäyttäjänä. Dvd kuitenkin sopii kaikkeen digitaalitiedon tallennukseen. Sillä on siten periaatteessa huomattava käyttöpotentialiaali puhtaiden kuluttajamarkkinoiden lisäksi myös ammattikäytössä. Ja ennen pitkää cd-rom -asemat joutuvat ilmeisesti tekemään tilaa dvd-asemille, joilla pystytään lukemaan myös nykyisiä cd-rom-levyjä.

Dvd:n tulo kuluttajamarkkinoille kuitenkin viivästyi alkuperäisistä suunnitelmista muun muassa järjestelmäerimielisyyksien takia. Laitteet tuotiin toden teolla kuluttajamarkkinoille Japanissa ja USA:ssa vasta vuonna 1997. Niiden alhaiset myyntiluvut ovat olleet laitevalmistajille iso pettymys, sillä dvd:stä on odotettu viihde-elektroniikkateollisuudelle uutta ja kauan kaivattua lypsylehmää. Syy heikkoon menestykseen on selvä. Dvd:n tallentavia versioita ei ole vielä saatu myyntiin. Tallennusmahdollisuuden puuttumisen takia uusi järjestelmä ei kuluttajien mielissä ole muodostunut nykyisiä videolaitteita aidosti korvaavaksi vaihtoehdoksi, jona sitä on nimenomaan markkinoitu. Tallentavan dvd:n tuloa kuluttajamarkkinoille saataneen odottaa vielä pari vuotta, sillä kehityshankkeita varjostavat jälleen uudet järjestelmäkiistat.

Mikäli standardi dvd:n tallentavasta versiosta syntyy ja tallentava dvd-järjestelmä alkaa toden teolla yleistyä, niin nykyisten videotallenteiden, CD-levyjen ja cd-romien formaatit saattavat pitkälle yhdyntä. Se puolestaan saattaa merkitä usjakoja myös nykyisten erillisten jakelu kanavien (kirja- ja äänitekaupat, videoliikkeet ym.) välillä.

Mukana kannettavat kommunikointilaitteet

PDA (*Personal Digital Assistant*) -laitteet ovat pienikokoisia henkilökohallaisia tietotekniikkavälineitä, eräänlaisia taskutietokoneita. Kun niihin yhdistetään matkapuhelin, on koossa mukana kannettava kommunikointilaitte. Esimerkiksi Nokian muutama vuosi sitten esittelemä Communicator on tällainen matkapuhelimen ja tietokoneen yhdistelmä.

Suomessa on suhteellisesti eniten matkapuhelimia ja ne ovat yleistyneet poikkeuksellisen nopeasti (vrt. kuvio 1). Ne ovat osoittautuneet kansalaisille tärkeiksi hyötykäytön lisäksi vapaa-ajan käytössä. PDA toimii tavallisena mukana kannettavana pienikokoisena matkapuhelimenä ja inter-

net-yhteydenpitovälineenä, mutta samalla siinä on tietojenkäsittelyominaisuuksia.

Seuraavan sukupolven laitteet soveltuvat edeltäjiinsä monimuotoisempaan kommunikointiin. Saattaa olla, että purjeveneisiin ja golfkentille kehitetään ensimmäiset mobiilit joukkoviestintäpalvelut jo aivan lähivuosina. Tämä puolestaan voi johtaa tavallisille kuluttajille suunnattuihin uusiin palveluihin, mutta vasta ensi vuosituhaten puolella.

Lopuksi

Mielipiteet siitä, onko multimedian jakelukanava tulevaisuudessa tietoverkko, tietotalenne (cd-rom, dvd) vai tasavahvasti kumpikin, menevät ristiin. Osa asiantuntijoista uskoo tietoverkon tuhoavan tallennemarkkinat, osa taas uskoo tallenteiden jatkuvaan kasvuun.

Näkymät ja mahdollisuudet tietotekniikkavisioiden näyttävät lähes rajattomilta. Joka tapauksessa se, minkälaisiksi tuotepaketeiksi uusien viestintävälineiden sisällöt lopulta kiteytyvät ja mitkä muodostuvat välineiden keskeisiksi käyttömuodoiksi, on vielä pitkälle avoin kysymys. Mika Pantzar (1996) on todennut, että tietotekniikka- ja tietoyhteiskuntastrategioita laadittaessa informaatioteknologian tieto- ja hyötykäytön merkitys usein ylikorostuu ja tekniikoiden leikinomainen käyttö sekä sosiaaliset funktiot jäävät vähemmälle huomiolle. Kuitenkin historiasta löytyy osuvia esimerkkejä siitä, että uusien tekniikoiden vakavamielisimmät perustelut jälkikäteiskatsannossa usein vaikuttavat kaikkein koomisimmilta. Sen sijaan kehitysvisioiden hyljeksityt ”kevytmielisemmät” käyttömuodot ovat usein osoittautuneet niiksi, jotka jäävät elämään. Pantzar näyttääkin ehdottavan, että nyt uuden viestintäteknikan kehitysnäkymiä arvioitaessa kannattaa leikinomaiset ja viihteelliset käytöt ottaa tosissaan. Niistä saattavat löytyä tulevien tietoverkkoyhteiskuntien kulutustottumusten ennakoinnin avaimet.

Kirjallisuus

Antikainen, Nikulin, Lehtonen & Siivonen: Graafisen alan nykytila ja kehitystrendit 1998 – 1999. GT-lehti 1/1998.

Carlsson, Ulla & Harrie, Eva (ed.): Media trends 1997 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Nordicom Sverige, Göteborg 1995.

Cortese, Amy: A way out of the web maze. Business Week, February 24, 1997.

Ilkas, Hannu: Verkkolehden markkinatutkimus. Sanomalehtien Liitto/Taloustutkimus, Helsinki 1997.

Kuluttajat ja multimedialpalvelut. Digitaalisen median raportti 1/97. Tekes, Helsinki 1997.

Nurmela, Juha: Suomalaiset ja uusi tietotekniikka. Katsauksia 7/1997. Tilastokeskus, Helsinki.

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

Nysröm, Sirkku: Kotisivuilla yhä enemmän strategista merkitystä. Kauppa-lehti 4.9. 1997

Pantzar, Mika: Kuinka teknologia kesytetään. Tammi, Helsinki 1996.

Tiedolla tietoyhteiskuntaan. Tilastokeskus, Helsinki 1996.

Uusmediateollisuus Suomessa 1997. Helsingin kauppakorkeakoulu - Taideteollinen korkeakoulu, Helsinki 1997.

Österlund, Åke: Bara var 20:e går med vinst. Veckans Affärer 47/1997.

Weibull, Lennart: IT och det nya medialandskapet. Teoksessa Bucht & Carlsson (toim.): MedieSverige. Nordicom, Göteborgs universitet 1997.

Elina Normo

Sanomalehdistön tukeminen Pohjoismaissa

Pohjoismaissa sanomalehdillä on vahva asema sekä tiedonvälittäjinä että taloudellisina toimijoina. Muista Euroopan maista poiketen Pohjoismaissa sanomalehti yleensä tilataan kotiin. Suhteellisesti eniten tilauksia on Suomessa, jossa lehdistä vain kymmenisen prosenttia myydään irtonumeroina. Norjassa ja Ruotsissa joka neljäs ja Tanskassa joka kolmas myyty lehti on irtonumero. Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa sanomalehtien osuus koko mainonnasta on kuutisenkymmentä prosenttia. Sanomalehtien tulorakenne on hyvin samankaltainen kaikissa Pohjoismaissa. Aikaisemmin ilmoitustuottoja kertyi jonkin verran levikkituottoja enemmän. Nykyään sanomalehtien tuloista puolet tulee tilausmaksuista ja puolet ilmoitusmyynnistä. (Media Trends 1997, Humpreys 1995.)

Poliittiset puolueet ja lehdistö ovat Pohjoismaissa kytkeytyneet läheisesti yhteen. Monipuolista lehdistöä on perinteisesti pidetty demokraattisen keskustelun välineenä. Sananvapauden turvaaminen on ollut keskeisellä sijalla. Näiden kahden asian säilyttämistä muuttuvissa olosuhteissa on pidetty perusteluna lehdistötuelle. Monipuolinen lehdistö on nähty osana ”yhteistä hyvää”, eikä sen ylläpitämistä näin ollen ole haluttu antaa kokonaan markkinoiden tehtäväksi.

Tukijärjestelmät

Sanomalehdistön suoralla tuella tarkoitetaan valtion lehden julkaisijalle suoraan antamaa tukea. Suora tuki kohdistuu yleensä valikoiden vain osaan alalla toimijoista. Pohjoismaiden lisäksi Länsi-Euroopan maista suoraa tukea jossakin muodossa maksavat mm. Ranska, Italia, Itävalta, Belgia, Espanja ja Luxemburg (World Press Trends 1996). Eri maiden tukijärjestelmät poikkeavat toisistaan ja järjestelmien syntyyn ja kehitykseen vaikuttaneet kansalliset ja historialliset lähtökohdat ovat hyvinkin erilaisia (Humpreys 1995).

Epäsuoralla tuella tarkoitetaan toimenpiteitä, joilla välillisesti vähennetään lehden julkaisemisen kustannuksia. Tällaisia ovat mm. verohelpotukset, lehtien postimaksujen subventointi ja investointilainat. Epäsuoran tuen

tyypillisin muoto on yleistä arvonlisäverokantaa matalampi arvonlisäverotus, joka on käytössä kaikissa Länsi-Euroopan maissa. (World Press Trends 1996, Humpreys 1995.) Epäsuora tuki kohdistuu samalla tavalla kaikkiin toimijoihin. Epäsuoran tuen tavoitteena on luoda edullisemmat olosuhteet toimialalle kokonaisuutena.

Euroopan unioni ei ole ryhtynyt sanomalehdistön suhteen erityiseen sääntelyyn. Lehdistöä kuitenkin luonnollisesti koskee yleisempi verotuksen, valtion tukien, mainonnan, ym. sääntely. Viime aikoina keskustelun kohteeksi on erityisesti noussut viestinnän omistuksen keskittyminen. Euroopan unionin komissio on valmistellut asiaa pitkään, mutta virallista esitystä ei ole annettu. Verotuksen harmonisointi on parhaillaan käynnissä, millä saattaa olla vaikutuksia kansallisiin sanomalehtiin sovellettaviin arvonlisäverokantoihin. Valtion tukitoimenpiteet on ilmoitettava etukäteen komissiolle, joka tarkistaa niiden yhteisöoikeuden mukaisuuden. EU-jäsenyys ei ole vaikuttanut käytössä oleviin tukitoimenpiteisiin Pohjoismaissa. Lehdistön tukeminen ei ole myöskään herättänyt laajempaa keskustelua yhteisön piirissä. Yhtenä syynä tähän lienee se, että lehdistöä tarkastellaan alueelliselta ja paikalliselta tasolta. Tukitoimenpiteillä ei siten välttämättä ole yhteisötasosta vaikutusta.

Pohjoismaissa on käytössä tukimuodoista Tanskaa lukuunottamatta sekä suora että epäsuora tuki (taulukko 1). Tanskassa lehdistöä tuetaan vain välillisesti. Tässä artikkelissa tarkastellaan pääsääntöisesti suoran tukemisen muotoja eri Pohjoismaissa. Tukijärjestelmät ovat erilaisia, mutta tavoitteiltaan samankaltaisia eli pyrkimyksenä on moniarvoisen ja monipuolisen lehdistön säilyttäminen. Yhteisenä piirteenä on myös poliittisuus. Moniarvoisuus on yleensä mielletty poliittiseksi monipuolisuudeksi, ts. lukijoiden mahdollisuudeksi saada tietoa eri ideologisista näkökulmista. Suoranaisen poliittisin perustein maksettavan tuen osuus on pieni, mutta tukijärjestelmät ovat kuitenkin useimmiten poliittisia tahoja lähellä olevia lehtiä suosivia.

Taulukko 1.
Erilaiset tukimuodot Pohjoismaissa 1997

	Islanti	Norja	Ruotsi	Suomi	Tanska
Poliittinen tuki	+	+	-	+	-
Valikoiva tuki	-	+	+	+	-
Jakelun suora tukeminen	-	+	+	-	-
Jakelun välillinen tukeminen	-	-	-	-	+
Verohelpotukset	+	+	+	+	+
Muu tuki	+	+	-	-	+

Lähteet: Liikenneministeriö, Presstödsnämnden, Kulturdepartementet, Samferdselsdepartementet, Trafikministeriet, Fjärmålaråduneytid

Taulukko 2.

Suoran tuen yhteismäärät Pohjoismaissa 1990–1997 (milj. FIM, SEK, NOK, ISK)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997 (e)
Suomi (FIM)	135	158	141	123	111	101	79	79
Ruotsi (SEK)	546	545	524	517	487	480	475	522
Norja (NOK)	195	216	240	263	270	269	267	270
Islanti (ISK)	66	66	55	80	98	98	123	123
Tanska	–	–	–	–	–	–	–	–

Lähteet: Media Trends 1997, Liikenneministeriö, Presstödsnämnden, Kulturdepartementet, Samferdselsdepartementet, Trafikministeriet, Fjärmålaråduneytid

Poliittisella tuella tarkoitetaan tukea, jota maksetaan suoraan puolueille tai puolueille lehdistön tukemiseen. Islannissa ja Suomessa tukea maksetaan kansanedustajien määrän mukaan. Norjassa tuki määräytyy lehden levikin perusteella. Valikoivalla tuella tarkoitetaan tukea, jolla tiettyjen kriteerien mukaan jaetaan tukea valikoidulle joukolle sanomalehtiä. Valtaosa Suomen, Ruotsin ja Norjan maksamasta tuesta kuuluu tähän kategoriaan.

Jakelun suora tukeminen tarkoittaa määrärahaa, joka suunnataan lehden julkaisijalle jakelukustannusten alentamiseen. Norjassa tuetaan sanomalehtien jakelua maan pohjoisimmissa osissa ja Ruotsissa tuetaan yhteisjakelua. Jakelun välillisellä tukemisella tarkoitetaan valtion subventoimia postimaksuja postilaitoksen harjoittamassa lehtiliikenteessä. Tanskassa valtio on sitoutunut kattamaan postilaitoksen tappiot sanomalehtiin sovelletta- vasta kustannuksia alemmasta hinnoittelusta.

Verohelpotuksilla tarkoitetaan sanomalehtien tilausmaksuihin sovellet- tavaa alempaa arvonlisäverokantaa, joka on käytössä kaikissa Pohjoismais- sa. Lisäksi Ruotsissa on käytössä verohelpotus mainosverosta. Muita tuki- toimenpiteitä ovat julkinen ilmoittelu (Norja), lehtiostot (Islanti) sekä erilli- set tukiorganisaatiot (Tanska).

Suomi

Ajatus lehdistötuesta syntyi Suomessa 1960-luvulla olosuhteissa, joissa lehtikuolemat olivat karsineet puoluelehdistön määrää. Lisäksi lehdistössä oli vallalla yleinen pyrkimys kohti sitoutumattomuutta. Ensimmäiset aloit- teet tuesta tehtiin eduskunnassa vuonna 1967. Vilkkaan keskustelun jäl- keen vuoden 1971 budjettiin tuli 7,5 miljoonan markan määräraha lehtien kuljetus- ja jakeluavustuksiin. (Kivistö 1989.)

Lehdistölle suunnatun tuen kokonaismäärä laajeni vuosien mittaan hiljalleen aina 1990-luvulle saakka. Suurimmillaan se oli vuonna 1991, jolloin suoraa tukea maksettiin yhteensä noin 160 miljoonaa markkaa ja epäsuoraa jakelutukea 320 miljoonaa markkaa. Tuolloin tuen osuus sanomalehtien kokonaisliikevaihdosta oli kymmenisen prosenttia. Tällä vuosikymmenellä valtion budjetista on poistettu epäsuora jakelutuki (ns. yleinen kuljetustuki/maaseutujakelun korvaus), varhaisjakelutuki sekä uutistoimistotuki.

Vuonna 1997 tukea lehdistölle maksettiin enää 80 miljoonaa markkaa. Tuesta 40 miljoonaa oli osoitettu liikenneministeriön hallinnonalaan kuuluvaan ns. valikoivaan lehdistötukeen ja 35 miljoonaa markkaa ns. parlamentaariseen tukeen. Opetusministeriön myöntämä kulttuuri-, mielipide- ja uskonnollisille lehdille suunnattu tuki oli 4,5 miljoonaa markkaa. Vuonna 1996 tuen osuus sanomalehtien koko liikevaihdosta oli enää puolitoista prosenttia. Epäsuorasta tuesta käytössä on lehtitilauksiin sovellettava nollaverokanta (Arvonlisäverolaki 1501/93).

Valikoiva tuki eli avustusten maksaminen kuljetus-, jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseksi sekä sanomalehdistön kehittämishankkeiden avustamiseen on 1990-luvulla vähentynyt asteittain vuoden 1991 yhteensä 73 miljoonasta markasta nykyiseen 40 miljoonaan markkaan. Tuen jakajaksi valtioneuvosto asetti aikanaan erityisen lehdistötukilautakunnan. Lautakunta on koottu poliittiselta pohjalta puolueiden edustajista. Valmisteluja sihteerityö tehdään liikenneministeriössä. Tuen jakamisesta päättää valtioneuvosto lehdistötukilautakunnan valmisteluun perustuvan liikenneministeriön esityksen pohjalta.

Lehdistötukilautakunnan työskentelyn pohjana on valtioneuvoston päätös (153/88, muutettu 225/89) sanomalehdistön kuljetus-, jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseksi osoitetun määrärahan jakoperusteista ja avustusten hakemisesta. Päätöksen mukaan ”tukea voidaan jakaa sanomalehden kustantajalle varsinaisen sanomalehden kuljetus-, jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseksi”.

Päätöksessä sanomalehdeksi määritellään Suomessa julkaistu ja painettu lehti, jonka kuka tahansa voi tilata maksua vastaan ja joka ottaa ilmoituksia julkaistavaksi. Lehden sisällön tulee koostua pääosin uutisista ja yhteiskuntaelämää käsittelevästä toimituksellisesta aineistosta. Pääsääntönä on, että tukea voidaan myöntää heikossa taloudellisessa asemassa oleville sanomalehdille, jotka ilmestyvät vähintään kolmesti viikossa. Tyypillisiä tuen piirissä olevia lehtiä ovat alueensa kakkoslehdet. Myös harvemmin ilmestyvä sanomalehti voi saada tukea, mikäli lehti ilmestyy paikkakunnalla, jonka talouksien lukumäärä on vähäinen tai alueen taloudellinen kanto-

kyky on heikko. Lisäksi tuen piiriin luetaan eduskunnassa edustettuna olevan puolueen vähintään kerran viikossa ilmestyvät äänenkannattajat. Avustusta myönnettäessä on päätöksen mukaan otettava huomioon myös kielelliset näkökohdat.

Tukea saaneiden lehtien määrä on ollut vähenevä. Vuonna 1997 tukea sai 37 lehteä. Tuen myöntämisperusteet ovat sinänsä väljät jaon perustues- sa poliittiseen harkintaan. Lehistötukilautakunnan ehdotuksessa tuen myöntämiseksi vuodelle 1996 todetaan, että avustussummien suuruutta harkitessaan lautakunta on ottanut lähtökohdakseen kunkin hakijan edellisenä vuonna saaman vastaavan avustuksen sekä hakijan taloudellisessa asemassa vuoden aikana tapahtuneet muutokset.

Parlamentaarinen tuki on varattu puolueille niiden lehdistön ja sitä vastaavan sähköisen julkaisutoiminnan tukemiseen sekä Ahvenanmaan maakunnan tiedotustoiminnan tukemiseen. Tuki jaetaan vuosittain puolueille niiden eduskuntapaikkojen suhteessa eli samoin perustein kuin ns. puoluetuki (puoluelaki 9§).

Puolueet suuntaavat tuen harkintansa mukaan äänenkannattajilleen ja puolueita lähellä oleville sanomalehdille. Tukea on maksettu myös sellaisille puolueiden lehdille, jotka eivät ole edellä mainitun valtioneuvoston päätöksen tarkoittamia varsinaisia sanomalehtiä. Vuodesta 1996 lähtien määrärahaa on voitu käyttää lehden julkaisemiseen elektronisessa muodossa. Ahvenanmaan maakunta on jakanut osuutensa poliittisille ryhmille niiden poliittisen tiedotustoiminnan tukemiseen. Tukea ei ole varsinaisesti suunnattu sanomalehdille.

Parlamentarisen tuen saajista valtaosa saa myös edellä käsiteltyä valikoivaa tukea. Esimerkiksi vuonna 1996 yhteensä 29 parlamentaarista tukea saaneesta lehdestä 22 sai myös valikoivaa tukea (taulukko 3).

Taulukko 3.
Suoraa lehtitukea saaneiden lehtien lukumäärät 1991–1996

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Vain valikoivaa tukea	9	15	19	22	22	16
Vain parlamentaarista tukea	12	10	7	8	7	7
Sekä valikoivaa että parlamentaarista tukea	40	32	29	24	22	22
Lehtiä yhteensä	61	57	55	54	51	45

Lähde: Liikenneministeriö

Kulttuuri-, mielipide- ja uskonnollisten lehtien tukeminen kuuluu opetusministeriön toimialaan. Kyseessä ei ole varsinaisesti sanomalehtien tukeminen, mutta tukea saaneiden joukossa on sanomalehtityypisiä julkaisuja. Avustus on tarkoitettu lehdille, jotka ylläpitävät kulttuurista, tieteestä, taiteesta tai uskonnollisesta elämästä käytävää yhteiskunnallista keskustelua. Tuen jaon valmistelee vuonna 1992 asetettu kulttuurilehtilautakunta. Lautakunnan jäsenet edustavat viestintä- ja lehtialan asiantuntemusta ja kulttuurin tuntemusta. (Opetusministeriön päätös 28/011/95.) Vuosittain avustusta on saanut noin kuutisenkymmentä lehteä. Määräraha on 1990-luvulla ollut neljästä viiteen miljoonaa markkaa.

Määrällisesti suoraa tukea merkittävämpi on ollut postilaitoksen kautta kanavoitunut epäsuora tuki jakeluun. Postilaitos sai vuodesta 1951 alkaen budjettivaroista korvausta sanomalehtijakelunsa tappioista. Vuonna 1976 postilaitoksen kuljetustappiokorvaus muutettiin ns. yleiseksi kuljetustueksi. (Kivistö 1989.) Korkeimmillaan tuki oli yli 350 miljoonaa markkaa (1989). Tuen alasajo tapahtui 1990-luvun alussa. Vuoden 1992 tuki, 270 miljoonaa markkaa, aleni 98 miljoonaan markkaan vuonna 1993. Vuonna 1995 tuki edelleen puolitettiin 49 miljoonaan markkaan ja vuonna 1996 tukea ei enää maksettu.

Tuki merkitsi lehdistölle alennuksia postin normaalihinnoittelusta. Maksetusta tuesta sanomalehtien osuus oli noin kolme neljänestä. Kuljetustukea voitiin luonnehtia tueksi postilaitokselle maanlaajuisen lehtiliikenteen harjoittamisesta, haja-asutusalueiden lehtiliikenteen turvaamisesta ja lehtiliikenteen todellisia kustannuksia alemmasta maksutasosta. Tuella oli suurin merkitys taloudellisesti heikoimmassa asemassa oleville lehdille sekä levikkialueeltaan hajanaisille lehdille. Tuen poistumisen kustannusvaikutusta ei suoraan siirretty postimaksuihin. Suomen Posti Oy:n arvion mukaan noin kolmannes siirtyi hintoihin.

Toinen poistunut tukimuoto on lehtien yhteisjakelun tukeminen. Tätä sanomalehtien varhaisjakelutukea (ns. sava-tuki) jaettiin vuosina 1980–1995. Määrärahasta maksettiin avustuksia yhteisjakelun järjestämisestä ja yhteisjakeluun osallistumisesta aiheutuviin kustannuksiin sekä yhteisjakeluun liittyviin kehittämishankkeisiin. Tuen tarkoituksena oli päällekkäisten jakeluverkostojen karsiminen ja jakelun järjeistäminen yhteistyössä sanomalehtien ja postilaitoksen kanssa. Tukea maksettiin sekä yhteisjakeluihin osallistuville sanomalehdille että jakelua hoitaville organisaatioille (lehtiyhtiöiden jakeluorganisaatiot, postilaitos, muut jakeluorganisaatiot). Tuen suuruus määräytyi lähinnä lehden jakelualueen peiton perusteella.

Suomessa valtaosa sanomalehdistä tilataan kotiin (89 %), irtonumero-myynti on vähäistä (11 %). Sanomalehdistö käytti aikaisemmin kilpailukeinonaan jakelua, mikä johti osin päällekkäisten jakeluverkkojen synty-miseen. Yhteisjakelun tuen tavoitteena olikin päällekkäisyyksien karsiminen ja jakelun järjestäminen jakelupalveluita tarjoavien organisaatioiden kesken. Tavoitteessa onnistuttiin siinä määrin, että tukea ei enää katsottu välttämättömäksi toiminnalle. Nykyään varhaisjakelu ja yhteisjakelu ovat yleisimmät jakelutavat: Esimerkiksi vuonna 1996 tilatuista lehdistä 83 prosenttia toimitettiin aamulla varhaiskannossa ja loput 17 prosenttia normaalin postinjakelun yhteydessä. Varhaisjakelusta kuusi prosenttia oli lehtien omia jakeluita, 29 prosenttia jakelusta hoiti Suomen Posti Oy muiden yhteisjakeluiden osuuden ollessa 65 prosenttia.

Jakelutuen poistamisen jälkeen on ollut havaittavissa keskittymistä. Muutamat alueensa valtalehdet, Turun Sanomat, Keskisuomalainen, Lapin Kansa ja Iisalmen Sanomat ovat luopuneet omista yhteisjakeluja hoitaneista organisaatioistaan ja siirtyneet postilaitoksen asiakkaiksi. Suomen Posti Oy:n markkinaosuus lehtien varhaiskannosta on nykyisin noin 45 prosenttia.

Vuoteen 1993 saakka valtion budjetista tuettiin myös uutis- ja tietotoimistojen toimintaa. Tuen suurin saaja oli Oy Suomen Tietotoimisto – Finska Notisbyrån Ab. Tukea suunnattiin myös lähellä puolueita oleville pienille uutistoimistoille. Tuen loppuminen on johtanut kahden pienimmän uutistoimiston lakkauttamiseen.

Pääministeri Paavo Lipposen hallitusohjelmassa (1995) todetaan, että ”painetussa ja sähköisessä viestinnässä edistetään vapaata ja aitoa kilpailua. Hallitus tukee tiedonvälityksen moniarvoisuutta- ja muotoisuutta.” Lehdistön tukemisen tavoitteiksi onkin useassa yhteydessä mainittu sanan- ja ilmaisunvapauden sekä moniarvoisen ja monipuolisen tiedonvälityksen edistäminen. Lehdistötukilautakunta on kannanotoissaan tuen tasosta korostanut tuen merkitystä osalle sanomalehdistöä ja pyrkinyt tukitason säilyttämiseen. Eduskunnassa lehdistön tukemista pidetään tärkeänä, mikä on näkynyt mm. valtion tulo- ja menoarvioiden käsittelyssä.

Vaikkakin lehtinimikkeiden kokonaismäärä on laskenut, tuen voidaan katsoa hidastaneen vähenemistä. Lehdistötuki on pystynyt pitämään elossa alueellisen kakkoslehdistön. Tuki on mahdollistanut lehdistön moniarvoisuuden säilymisen tavalla, joka ei olisi onnistunut puhtaassa kilpailutilanteessa. Tuen myöntämisen katsotaan parantavan heikossa taloudellisessa asemassa olevan lehden kilpailuedellytyksiä jossakin määrin. Toisaalta lehdet eivät tuettuinaakaan pysty kilpailemaan tasavertaisesti maakunnallisten ykköslehtien kanssa. Tuki on kuitenkin muodostunut valtaosalle tukea saa-

neista lehdistä pysyväksi tuloeräksi, jonka osuus lehden tulorahoitukseen verrattuna on merkittävä. (Virmavirta 1992.) Muutamilla lehdillä tuen määrä on suurempi kuin liikevaihto. Enimmillään tuki on yli kaksinkertainen liikevaihtoon verrattuna. Tuki on saattanut muodostua pikemminkin kehitystä jarruttavaksi kuin edistäväksi tekijäksi (Virmavirta 1992). Viime vuosina kuitenkin lehdet ovat aktiivisesti pyrkineet löytämään uusia malleja toiminnan rahoituksen ja jatkuvuuden järjestämiseksi.

Tukitason lasku asettaa luonnollisesti haasteita tukea saaville yrityksille. Mikäli tuen vähenemistä ei pystytä kattamaan tulorahoitusta lisäämällä, avustusten väheneminen edellyttää kustannusrakenteen sopeuttamista alempaan tulotasoon. Tulorahoituksen kasvattaminen yhä kiristyneessä kilpailussa lukijoista ja mainostajista on monelle tukea saavalle yritykselle vaikeaa. Osa tukea saaneista sanomalehdistä on tilanteessa, jossa vaihtoehtoina jatkuvalla tuella ovat toimintatapojen radikaali muuttaminen, sitoutuminen laajempaan yhteistyöhön muiden lehtien kanssa tai toiminnan loputtaminen.

Lehdistötuen poistaminen nopealla aikataululla ei vaikuta tällä hetkellä todennäköiseltä. Tuen lopettaminen aiheuttaisi osalle lehdistä vaikeita sopeutumisongelmia ja saattaisi johtaa myös joidenkin osalla lehtikuolemiin. Ottaen huomioon lehdistön merkitys demokraattisen yhteiskunnan osana olisi järkevää pyrkiä antamaan vaikeuksissa oleville lehdille aikaa sopeutua muuttuviin oloihin ja löytää uusia toimintamalleja.

Viimeisin keskustelunavaus lehdistötuen kehittämiseksi on tullut kilpailuvirastolta syksyllä 1997. Kilpailuvirasto kiinnitti huomiota siihen, että lehdistötuella on kilpailua vääristäviä vaikutuksia. Virasto katsoo, että erityisesti alueelliset ilmoitus- ja levikkimarkkinat vääristyvät tuen vaikutuksesta. Erityisesti lehdistötuesta ovat kärsineet tukilehtien kanssa kilpailevat paikallis- ja ilmaisjakelulehdet. Kilpailuvirasto ehdottaa, että tuen tarve ja tukijärjestelmä tulisi harkita uudelleen. Tuki tulisi kohdistaa ensisijaisesti puolue- ja aatelehdille sekä kielivähemmistöjen tarvitsemille lehdille. Kilpailuviraston mukaan tuen pitäisi olla selvemmin tulokselliseen ja tehokkaaseen toimintaan kannustavaa sekä luonteeltaan tilapäisiä. (Kilpailuviraston aloite 1997.)

Lehdistötukilautakunta on kannanotossaan kilpailuviraston aloitteeseen korostanut erilaisten yhteiskunnallisten näkemysten julkitulon tärkeyttä. Lautakunta pitää sanomalehdistön tukemista jatkossakin tarpeellisena sananvapauden ja moniarvoisen tiedonvälityksen turvaamiseksi. Samassa yhteydessä lautakunta on tehnyt aloitteen lehdistötuen muuttamisesta. Tuen taso esitetään säilytettäväksi nykyisellään 75 miljoonassa markassa. Aloit-

teessa ehdotetaan määrärahan jakoperusteiden muuttamista. Valikoivaa lehdistötukea ei enää otettaisi vuoden 1999 valtion tulo- ja menoarvioon, vaan määräraha kokonaisuudessaan jaettaisiin parlamentaarisen kannatuksen mukaisessa suhteessa. (Lehdistötukilautakunnan kannanotto 1997.)

Ruotsi

Lehdistöä on Ruotsissa tuettu valtion toimesta vuodesta 1948 lähtien. Aluksi tukimuotona olivat verohelpotukset. Suora rahallinen tuki otettiin käyttöön vuonna 1965 osana puoluetukea. Lehtien puoluesidonnaisuus näkyy edelleenkin: Lähes kaikki sanomalehdet ilmoittavat muodollisesti sitoutuneensa johonkin puolueeseen. Ruotsin nykyinen tukijärjestelmä syntyi vuonna 1969. Tavoitteeksi asetettiin lehtikuolemien estäminen. (Weibull & Gustafsson 1997, Dagspressen i 1990-talets medielandskap 1994.) Vuosien kuluessa järjestelmässä on tapahtunut muutoksia ja eri tukimuodot ovat vaihdelleet eri yhdistelminä. Yhteisenä tavoitteena on ollut monipuolisen lehdistön säilyttäminen. Viimeisin merkittävä uudistus tapahtui vuonna 1990, jolloin tukimuotojen määrää karsittiin. Periaatteellinen muutos oli se, että sanomalehdistöä tarkastellaan nyt pikemminkin tukea tarvitsevana toimialana kuin poliittisen mielipiteenmuodostuksen välineenä. (Presstöders effekter – en utvärdering 1993.)

Ruotsissa suora lehtituki on selvästi muita Pohjoismaita suurempi. Tällä hetkellä lehdistölle suunnattu tuki Ruotsissa koostuu verohelpotuksista sekä suorasta lehtituesta. (Hadenius & Weibull 1997.) Ruotsin yleinen arvonlisäveroprosentti on 25, mutta sanomalehtien tilauksiin sovelletaan alempaa kuuden prosentin verokantaa. Painettuun viestintään kohdistuu erityinen 11 prosentin suuruinen mainosvero, joka päivälehdille on alempi eli neljä prosenttia. (World Press Trends 1996.) Arvonlisäverohelpotuksen tukivaikutuksen arvioidaan olevan noin 1,5 miljardia kruunua ja mainosverohelpotuksen puolestaan noin 550 miljoonaa kruunua. (Presstöders effekter – en utvärdering 1993.) Suora tuki on ollut vuosittain suuruudeltaan vajaa 500 miljoonaa kruunua. Tuen määrä on 1990-luvulla ollut laskeva, mutta vuonna 1997 tuen määrä kääntyi nousuun.

Budjetin perusteluissa lehdistön suoran tukemisen tavoitteeksi on mainittu vapaan mielipiteenmuodostuksen varmistaminen sekä monipuolinen tiedonvälitys lehdistössä ja tätä kautta toimivan demokratian ylläpitäminen (Proposition för tilläggsbudget 1997). Avainsanoja tuen oikeutusta arvioitaessa ovat olleet monipuolisuus, kilpailu ja valinnanvapaus. Näiden käsitteiden tulkinnat ovat ajan kuluessa vaihdelleet. Aikaisemmin monipuoli-

suuden kriteerinä käytettiin usein lehtien lukumäärää. Tavoitteena oli säilyttää tai saada aikaan paikallista kilpailua. Ajan myötä myös toimituksellisen sisällön korostaminen ja mediakentän muutokset ovat saaneet aikaan sen, että tavoitteena on vaihteleva ja monipuolinen sisältö ja keskustelu, ei lehtien lukumäärä sinänsä. (Presstödets effekter – en utvärdering 1993.)

Valtion budjetissa lehdistön tukemiseen suoraan osoitetut määrärahat jakaa erityinen organisaatio Presstödsnämnden. Hallituksen nimittämän lautakunnan jäsenet edustavat sekä poliittisia tahoja että toimialan asiantuntemusta. Lautakunnan 1990-luvulla myöntämän tuen muotoja ovat toimintatuki (driftsstöd), jakelun tukeminen (distributionsstöd) sekä vuoteen 1996 saakka myös kehitystuki (utvecklingsstöd).

Merkittävin tukimuoto on toimintatuki. Vuodelle 1997 tuen määräksi arvioidaan noin 445 miljoonaa kruunua, mikä on 85 prosenttia tuen kokonaismäärästä. Tuki on pääsääntöisesti suunnattu ns. kakkoslehdille (päivälehdillä peitto enintään 40 prosenttia, harvemmin ilmestyvillä peitto enintään 25 prosenttia), jotka alhaisen levikkinsä takia ovat epäedullisessa markkina-asemassa. Tuen suuruus määräytyy lehden viikkovolyymin perusteella. Lisäksi toimintatukea voivat saada tietyt erityisasemassa olevat lehdet. Tällaisia ovat mm. tietyillä alueilla ilmestyvät, suomenkielistä aineistoa sisältävät sekä Ruotsissa julkaistavat ruotsinkieliset ulkoruotsalaisille suunnatut lehdet. Vuodesta 1996 lähtien tukea on voitu myöntää myös elektronisesti jaeltaville sanomalehdille. (Presstödsförordning 1997, Gustafsson & Westergren 1997.)

Toimintatuesta noin 40 prosenttia on myönnetty ns. suurkaupunkilehdille eli Tukholman, Göteborgin ja Malmön kakkoslehdille. Saman osuuden ovat saaneet kymmenkunta maakuntalehteä. Loput 20 prosenttia on jakautunut harvemmin kuin kaksi kertaa viikossa ilmestyville lehdille, joita on nelisenkymmentä. (Gustafsson & Westergren 1997.)

Lautakunnan tekemän selvityksen mukaan sanomalehtien taloudellinen tilanne on tällä hetkellä heikko. Lehtien levikit ovat jatkuvasti laskeneet ja ilmoitustulot ovat pienentyneet. Alan kokonaistulos on positiivinen, mutta lehtikohtaiset erot ovat merkittäviä ja useiden lehtien taloudellinen tila on heikko. Syitä toimialan ongelmiin ovat sekä viime vuosien laskusuhdanne että kilpailutilanteen merkittävä muuttuminen, erityisesti sähköisten viestimien vahvistuminen. (Gustafsson & Westergren 1997.) Hallitus onkin päättänyt lisätä lehtien tukemista vuosina 1997 ja 1998 yhteensä 52 miljoonalla kruunulla (Proposition för tilläggsbudget 1997). Lisätuella pyritään saamaan helpotusta lehtien akuutteihin talousongelmiin. Tarkoituksena on maksaa ylimääräistä toimintatukea, joka ei ole levikkisidonnainen.

Jakelun tukemista on pidetty tärkeänä, koska toimivan jakeluinfrastruktuurin katsotaan olevan edellytys vapaalle mielipiteenmuodostukselle (Distributionsstödet till dagspressen 1996). Alustavien tietojen mukaan vuonna 1997 tuen yhteismäärä oli noin 77 miljoonaa kruunua. Tuen edellytyksenä on, että sanomalehti jaellaan yhteisjakeluna, johon osallistuu vähintään kaksi lehteä ja että lehti luopuu omasta jakelustaan ja siirtyy käyttämään koko jakelussaan yhteisjakeluorganisaatiota (jakeluyritys, postilaitos). Tukea maksetaan jokaisesta tilatusta yhteisjakeluun osallistuneesta kappaleesta. Tuki kanavoidaan lehdistöle jakeluorganisaatioiden kautta. (Presstödsförordning 1997).

Kolmas suoran tuen muoto on 1990-luvulla ollut investointien tukemiseen tarkoitettu kehitystuki. Vuosikymmenen alun yli 30 miljoonan kruunun määräraha on vähentynyt siten, että budjettivuonna 1995/1996 kehitystukea maksettiin enää 1,8 miljoonaa kruunua. (Gustafsson & Westergren 1997.) Vuoden 1997 alussa voimaan tulleessa muutetussa lehdistötukea koskevassa lainsäädännössä kehitystuki ei enää ole mukana (Presstödsförordning 1997).

Lehdistötuen merkitys koko toimialalle on pieni. Se on noin viisi prosenttia koko toimialan liikevaihdosta (Weibull & Gustafsson 1997). Yksittäisille lehdistöle tuen merkitys vaihtelee. Esimerkiksi suurkaupunkilehtien kuluista tuki kattaa viidestä prosentista 30 prosenttiin. Tukitoimista huolimatta monet sanomalehdistä ovat lopettaneet toimintansa, vaihtaneet omistajaa tai supistaneet toimintaansa. Erityisen vaikeassa asemassa ovat ns. kakkoslehdet, joiden ilmestymiselle tuki on elinehto. (Gustafsson & Westergren 1997.) Keskittyminen toimialalla on lisääntynyt, vuonna 1995 suurimman kustantajan osuus oli 22 prosenttia sanomalehtien kokonaislevikistä (Media Trends 1997).

Toimintatuki on ollut luonteeltaan lähinnä säilyttävää eli tuki on auttanut lehtiä jatkamaan toimintaansa, mutta olennaista parannusta tuettavien lehtien taloudelliseen tilanteeseen ei tuella ole saatu aikaan. Monessa tapauksessa on pikemminkin ilmennyt tarvetta tuen määrän nostamiseen. Konkreettisenä osoituksena ovat edellä mainitut lisäpanostukset vuosina 1997 ja 1998. Toisaalta tuki on kuitenkin auttanut pitämään yllä ulkoista monipuolisuutta eli lehtien lukumäärä on pysynyt kansainvälisestikin mitattuna korkeana. Samaan aikaan myös sanomalehtien sisäinen monipuolisuus eli toimituksellisen aineiston sisällön monipuolisuus näyttää lisääntyneen. (Presstödetts effekter – en utvärdering 1993.)

Jakelun tukemisen katsotaan hyödyttäneen koko toimialaa, niin suuria kuin pieniä lehtiä. Tuloksena on ollut toimiva jakelujärjestelmä kohtuulli-

sin kustannuksin. Tuen merkitys yhteisjakelujärjestelmän ylläpitämisessä on nykyisellään suhteellisen vähäinen. Tuen myöntämisen periaatteita uudistettiin vuoden 1997 alusta. Tavoitteena oli selvittää käytännössä ongelmiksi osoittautuneita seikkoja sekä lisätä järjestelmän joustavuutta muuttuvissa markkinatilanteissa. (Distributionsstödet till dagspressen 1996.)

Norja

Norjalaisen lehtitukijärjestelmän tavoitteena on edistää ja ylläpitää monipuolista lehdistöä. Lehdistön katsotaan olevan tärkeä demokraattisen yhteiskunnan keskustelufoorumi. Hallituksen yleinen viestintäpolitiikka korostaa ilmaisunvapautta, viestimien itsenäisyyttä ja laajan viestinvalikoiden säilyttämistä. Lehdistön osalta halutaan ylläpitää korkeaa lehtien kulu-tusta, edistää sekä paikallisen että valtakunnallisen lehdistön toimintaedellytyksiä sekä saada aikaan paikallista kilpailua. Norjalaisessa poliittisessa keskustelussa paikallisen kilpailun tärkeys korostuu. Lehtituki kuuluu kulttuuriministeriön toimialaan ja tukea hallinnoi ministeriön alainen viranomainen. Hallituksen avuksi on nimetty pysyvä neuvoa-antava komitea, joka osallistuu tukitoimenpiteiden seurantaan ja kehittämiseen. (St. Meld. Nr. 32 1992–1993.)

Myös norjalainen lehdistö on aikaisemmin ollut puoluesidonnaista, mikä on mahdollistanut lehtituen tason säilymisen vuosien saatossa. Ensimmäisen kerran tukea sanomalehdistölle osoitettiin valtion budjetissa vuonna 1969. Tarkoituksena oli jarruttaa sodanjälkeisen ajan nopeata lehtien lukumäärän vähenemistä. Järjestelmää on useaan kertaan tarkistettu, mutta perusperiaatteiltaan se on pysynyt ennallaan. Tuen tavoitteena on säilyttää olemassaoleva rakenne, joka perustuu paikallisesti kilpaileville eri puolueiden lehdille. (Østbye 1997.) Viimeksi lehtitukijärjestelmää tarkistettiin vuonna 1992, jolloin tavoitteena oli järjestelmän yksinkertaistaminen. Parhaillaan on käynnissä tukijärjestelmän tarkistus, mikä liittyy valtion uusiin budjettisääntöihin. Keskustelun kohteeksi tulee mm. sähköisessä muodossa julkaistavien lehtien ottaminen mukaan tuen piiriin. (Kulturdepartementet.)

Norjassa tuki on pyritty suuntaamaan lehdille, jotka ovat epäedullisessa markkina-asemassa. Tällaisia lehtiä ovat ns. kakkoslehdet sekä tietyt erityisalueiden tai -ryhmien julkaisut. Tuen määrä on 1990-alun 195 miljoonasta kruunusta noussut tasaisesti 270 miljoonaan kruunuun. (Kulturdepartementet, Skogerbø 1997.)

Merkittävin lehdistölle suunnattu tukimuoto on lehden levikin perusteella maksettava yleinen tuotantotuki (produksontilskuddet), joka vuonna 1996 oli 200 miljoonaa Norjan kruunua. Määrä on 75 prosenttia tuen kokonaissummasta. Tukea voivat hakea pienilevikkiset (6.000–8.000 kappaletta) päivälehdet sekä ns. kakkoslehdet eli epäedullisessa markkina-asemassa olevat sanomalehdet, joiden levikki on 2.000–80.000 kappaletta ja jotka ilmestyvät vähintään kahdesti viikossa. Näiden lisäksi tukea maksetaan valtakunnallisille uskonnollisille, poliittisille ja ammattiyhdistyslehdille. Tukeen ovat oikeutettuja myös paikalliset lehdet, jotka ilmestyvät ainakin kerran viikossa ja joiden levikki ylittää 1.000 kappaletta. (Kulturdepartementet, St. Meld. Nr. 32 1992–1993.) Edellä esitettyjen varsin yksityiskoh- taisten tukikriteerien voidaan sanoa suosivan poliittista lehdistöä ja paikallisia lehtiä.

Neljännes tukirahoista jakautuu usean tarkoin rajattuun toimintaan kohdistuvan tukimuodon kesken. Tukea maksetaan uutistoimistoille, jotka ovat yhtä poikkeusta lukuunottamatta puolueiden toimistoja. Lisäksi tuetaan puoluelehtiä, saamenkielistä lehdistöä, lehtien jakelua pohjoisimmassa Norjassa (Finnmark) sekä siirtolaisten julkaisuja. Näiden lisäksi suurkäräjät voi päätöksellään tukea valitsemiaan lehtiä. Lehtitukimäärärahoista maksetaan myös tukea viestintätutkimukseen ja koulutukseen. (Kulturdepartementet.)

Tuen osuus on kahdesta kolmeen prosenttiin koko lehdistön vuotuisesta liikevaihdosta (Kulturdepartementet). Tuen merkitys eri lehdille kuitenkin vaihtelee huomattavasti. Osalle lehdistä tuki on välttämätöntä toiminnan jatkumiselle. Norjassa kaikki lehdet on vapautettu arvonlisäverosta. Verohelpotuksen arvoksi arvioidaan 890 miljoonaa Norjan kruunua vuosittain. Lisäksi tueksi voidaan laskea valtion ilmoittelu sanomalehdissä, jolla on suuri merkitys erityisesti pienille lehdille. (Kulturdepartement, Skogerbø 1997.)

Skogerbø on artikkelissaan arvioinut tukijärjestelmän vaikutuksia lehtirakenteeseen ja lehtien kehitykseen. Tavoite kilpailun ylläpitämisestä paikallisesti on hänen mukaansa onnistunut vain osittain. Kakkoslehtien määrä on vähentynyt ja paikkakunnat, joilla ilmestyy vain yksi lehti, ovat lisääntyneet. Toisaalta tukitoimet näyttävät kuitenkin hidastaneen tätä paikallista monopolisoitumiskehitystä. (Skogerbø 1997.) Samalla puolueiden merkitys paikallisessa viestinnässä on pienentynyt. Osa paikallisista puoluelehdistä on lopettanut toimintansa, osa on julistautunut sitoutumattomaksi. (Østbye 1997.)

Järjestelmällä on luonnollisesti myös tarkoittamattomia vaikutuksia. On syntynyt merkittävä joukko uusia, sitoutumattomia paikallisia sanomalehtiä. Tukijärjestelmää on aikojen kuluessa muutettu pieniä lehtiä suosivaksi, mikä on synnyttänyt kokonaan uusia sanomalehtiä ja uudistanut lehtirakennetta. Kaiken kaikkiaan sanomalehtinimikkeiden lukumäärä on lisääntynyt. Vähemmistölehtien ottaminen mukaan järjestelmän piiriin on lisännyt kulttuurista monipuolisuutta. (Skogerbø 1997.)

Skogerbø arvioi lehtituen auttaneen erityisesti ideologisesti suuntautuneita valtakunnallisia sekä pienimpiä alueellisia lehtiä. Hän ei löydä perusteluja väitteille tuen lehtiä taannuttavasta vaikutuksesta. Tuetut sanomalehdet ovat teknisesti samalla tasolla kuin muutkin ja ne ovat toteuttaneet rationalisointitoimenpiteitä taloudellisen tilanteensa korjaamiseksi.

Tanska

Tanskassa ei lehdistölle makseta suoraa tukea. Tanskalaisen tuen muotoja ovat alennukset postimaksuista ja verohelpotukset arvonnalisäverosta. Lehdillä on lisäksi mahdollisuus saada avustuksia erityiseltä rahoitusinstituutilta. (Jauert & Prehn 1997.)

Tanskan postilaitos (Posten Danmark) myöntää alennuksia lehtien postimaksuista. Valtio on sitoutunut maksamaan Posten Danmarkille alijäämän, joka syntyy sanoma- ja aikakauslehtiliikenteestä. Tukea on maksettu 1960-luvulta alkaen. Tuesta vajaa puolet tulee sanomalehdille. Vuonna 1994 kaiken kaikkiaan 183 sanomalehteä sai tukea yhteensä 194 miljoonaa kruunua tuen kokonaismäärän ollessa 434 miljoonaa kruunua. (Budget-analyse om bladtilskuddet 1996.)

Tukea on vuosien saatossa uudistettu useasti. Viimeisin uudistus tapahtui vuonna 1994. Postilaitoksen aseman muuttuminen sekä lainsäädännöllisesti että kilpailullisesti on herättänyt keskustelun tuen muutostarpeista. Tanskan valtiovarainministeriön ja liikenneministeriön tekemästä selvityksestä käy ilmi, että tuki nykymuodossaan osaltaan estää kilpailun syntymisen jakelutoimintaan, koska tuki maksetaan Posten Danmarkille ja tuesta hyötyminen edellyttää sen jakeluverkon käyttämistä. Toisaalta tukea perustellaan sillä, että postilaitoksella on säädetty velvoite hoitaa maanlaajuinen lehtiliikenne. Toinen selvityksessä esille tullut seikka on se, että tuelle ei ole määritelty kattoa. Mikäli suurista valtalehdistä yksi tai useampi siirtyisi Posten Danmarkin asiakkaaksi, tuen tarve kohoaisi merkittävästi. Kolmas seikka, johon selvitys kiinnittää huomiota on se, että tuen määrä perustuu

Posten Danmarkin laskelmiin. Laskentajärjestelmän kontrollia haluttaisiin lisätä. (Budgetanalyse om bladtilskuddet 1996.)

Tukea tanskalaisille päivälehdille kanavoituu erityisen rahoitusyhteisön, Dagspressens Finansieringsinstitutin (DFI), kautta. Vuonna 1970 perustettu instituutti saa rahoituksensa valtion avustuksina sekä vuodesta 1990 lähtien myös instituutin jäsenenä olevien päivälehtien jäsenmaksuista. Vuonna 1995 valtion osuus instituutin rahoituksesta oli 39 prosenttia. Instituutti on antanut avustuksia 1990-luvulla parisenkymmentä miljoonaa kruunua vuosittain. Suoran tukemisen lisäksi valtio myöntää takauksia DFI:n jäsenilleen myöntämistä lainoista (esimerkiksi vuonna 1995 yhteensä 30 miljoonan kruunun arvosta). DFI myöntää avustuksia mm. tuottavuutta edistäviin hankkeisiin, tuotekehitykseen ja markkinointiin, uusien lehtien perustamiseen sekä taloudellisiin saneerauksiin. (Betænkning om medierne i demokratiet 1996.)

Islanti

Alunperin islantilainen lehdistö oli pääsääntöisesti puoluesidonnaista. 1980-luvulla poliittinen sidonnaisuus kuitenkin väheni. Syinä tähän olivat mm. puoluekentässä tapahtuneet muutokset sekä sähköisen viestinnän vapautuminen. 1990-luvulla päivälehtien määrä on myös vähentynyt. Tällä hetkellä Islannissa ilmestyy yksi vahva päivälehti, joka tavoittaa 70 prosenttia islantilaisista. Tämän lisäksi Islannissa ilmestyy päivittäin kolme muuta lehteä: yksi iltapäivälehti, vuonna 1996 kahdesta puoluelehdestä yhdistetty lehti sekä pienilevikkinen sosiaalidemokraattinen lehti. Päivälehtien kokonaislevikki Islannissa on runsaat 100 000 kappaletta. (Bjarnason & Broddason 1997.)

Vastapainona päivälehtien aseman heikkenemiselle harvemmin ilmestyvien lehtien määrä on lisääntynyt. Vuonna 1995 tällaisia lehtiä oli Islannissa kaiken kaikkiaan 20 kappaletta. Näistä seitsemän lehteä ovat tilattavia vähintään kerran viikossa ilmestyviä lehtiä. Muut ovat joko ilmaislehtiä tai harvemmin kuin kerran viikossa ilmestyviä sanomalehtiä. Päivälehtiä alhaisemmat julkaisukustannukset sekä tekniikan hyväksikäyttö ovat edesauttaneet näiden lehtien menestystä. Muiden kuin päivälehtien kokonaislevikki Islannissa on noin 65.000 kappaletta. (Bjarnason & Broddason 1997.)

Samalla kun päivälehtien asema on heikentynyt ja puoluesidonnaisuus löystynyt, valtion jakaman lehdistötuen määrä on viime vuosina ollut noussussa. Tuen määrä on kaksinkertaistunut vuodesta 1990 vuoteen 1996.

Tuen määrä vuonna 1996 oli 123 miljoonaa Islannin kruunua. Islannissa tuki lehdille kanavoidaan poliittisten puolueiden kautta. Tuki määräytyy puolueen parlamenttiedustajien määrän mukaan. Puolueet voivat tosin käyttää määrärahaa myös muuhun kuin julkaisutoimintaan. (Bjarnason & Broddason 1997, Fjármálaráðuneytid.)

Lisäksi valtio ostaa 100 kappaletta jokaista lehteä päivittäin. Valtio käytti em. lehtiostoihin vuonna 1996 yhteensä 11,8 miljoonaa Islannin kruunua. Sanomalehtiä tuetaan lisäksi välillisesti alemman arvonlisäverokannan muodossa. (Fjármálaráðuneytid.)

Pohjoismaisen lehdistön tukemisen vaikutukset ja tulevaisuus

Lehdistön tukemisen tavoitteet ovat kaikissa Pohjoismaissa samankaltaisia. Lehdistön toimintaedellytyksiä parantamalla pyritään pitämään yllä monipuolista ja moniarvoista tiedonvälitystä ja keskustelua. Kansallisia painotuseroja on olemassa ja järjestelmät poikkeavat toisistaan. Kaikissa maissa tukijärjestelmälle on vahva poliittinen kannatus ja tuen jakaminen on poliittisesti painottunutta. Tukemisen luonne on ollut pikemminkin säilyttävää kuin uudistuksiin kannustavaa.

Tuen tavoitteita ei yleensä ole kovinkaan tarkkaan yksilöity. Tuen yleisten tavoitteiden voidaan käytännön tasolla ymmärtää tarkoittavan lehtinimikkeiden määrän säilyttämistä sekä eri poliittisten ideologioiden esilletuloa lehdistössä. Julkilausumattomaksi tavoitteeksi voidaan myös nimetä kysynnän säilyttäminen eli laaja lukijakunta. Yleisesti ottaen tavoitteet on pystytty saavuttaman osittain.

Norjaa lukuunottamatta lehtinimikkeiden määrä eri Pohjoismaissa on vähentynyt, joskin viime vuosina väheneminen on hidastunut. Osalle tuista lehdistä tuki on säilymisen edellytys. Voidaan olettaa, että ilman tukitoimia lehtikuolemia olisi tapahtunut huomattavasti enemmän.

Nimikkeiden vähenemisestä ja sitoutumattomuuden lisääntymisestä huolimatta poliittinen kirjo lehdistökentässä on säilynyt. Kansanedustuslaitoksissa edustettuina olevat puolueet ovat hyvin edustettuina myös lehtikentässä. Toisaalta poliittiset sidokset ovat aikaisempaa löysempiä, eikä julkaisijan ideologinen suuntautuneisuus välttämättä näy kovinkaan paljon lehtien sisällössä.

Lehtien lukijakunta on viime vuosina levikeillä ja tavoitettavuudella mitaten jonkin verran vähentynyt. Tuen vaikutusta sanomalehtien kulutukseen sinänsä on vaikea arvioida. Tuen vaikutus on välillistä eli tuki on

auttanut ylläpitämään laajaa tarjontaa (nimikkeiden määrää). Laajan tarjonnan voidaan puolestaan ajatella edistävän lehtien kulutusta.

Tuella on luonnollisesti myös tarkoittamattomia vaikutuksia. Yhtenä esimerkkinä on edellä kuvattu Norjan tilanne, jossa tukijärjestelmä on synnyttänyt kokonaan uusia sanomalehtiä ja uudistanut lehtirakennetta. Tarkoittamattomaksi vaikutukseksi voidaan luonnehtia taloudellista riippuvuutta, jonka tuki on saanut aikaan osalle lehtiä. Tuen tilapäinen luonne ei toteudu, vaan tuki muodostuu lehden säilymisen kannalta välttämättömäksi tuloeräksi.

Keskustelua lehdistötuen tarpeesta ja perusteluista käydään jatkuvasti. Viime vuosina viestintämaisema, -markkinat ja -teknologia ovat muuttuneet nopeasti ja tuoneet uusia haasteita sanomalehdille. Tukijärjestelmät sen sijaan ovat muuttuneet vain vähän. Tukijärjestelmien syntyhistoria on poliittinen ja ne syntyivät aikanaan erilaiseen tilanteeseen kuin missä nykypäivän lehdet toimivat. Sanomalehti ei enää ole ainoa valtakunnallisen ja paikallisen keskustelun väline, joskin sillä edelleen on vahva asema.

Valtion tukitoimenpiteet merkitsevät puuttumista markkinoiden toimintaan. Entistä enemmän huomiota on alettu kiinnittää myös harjoitetun tukipolitiikan kilpailullisiin vaikutuksiin. Yksi kehityspiirre on myöskin lehdistön, kuten muidenkin viestimien, omistuksen keskittyminen. Monipuolista sanomalehdistöä ei voida nähdä ainoastaan demokraattisen yhteiskunnan keskustelufoorumina, vaan myös liiketoimintana, jolle on löydettävä luonnostaan elinkelpoinen ja ajanmukainen toimintamalli. Kun ajatellaan viestinnän kenttää kokonaisuudessaan, sanomalehdet ovat olleet muihin viestimiin verrattuna erityisasemassa tukipolitiikan ansiosta. Tulevaisuudessa pohdittavaksi tulee, miten moniarvoisuus ja monipuolisuus toteutuu koko viestinnän kentässä.

Eri maissa käydyn poliittisen keskustelun perusteella on todennäköistä, että nykyisen kaltaiset suoran tuen järjestelmät säilyvät vielä jonkin aikaa. Saamastaan kritiikistä huolimatta lehdistön tukemisella on edelleenkin vankka poliittinen kannatus. Tuen kattavuus sen sijaan saattaa laajeta. Esimerkkinä tästä on elektroninen sanomalehti. Ruotsissa ja Suomessa toiminta on osin otettu tuen piiriin. Norjassa tästä mahdollisuudesta keskustellaan.

Toisena kehityssuuntana on resurssien niukkuus. Kiristyvässä kilpailussa erot hyvin ja huonosti menestyvien lehtien välillä kasvavat entisestään. Tuettujen lehtien tuen tarve on pikemminkin lisääntyvä kuin vähenevä. Kuitenkin lehdistön tukemiseen käytetty rahamäärä on pääsääntöisesti ollut laskeva viime vuosina. On myös epätodennäköistä, että panostukset

olennaisesti lisääntyisivät tulevaisuudessa. Käytännössä tämä merkinnee tuen entistä tarkempaa kohdistamista. Oma lehdistön kehitykseen vaikuttava roolinsa on myös lehtien omistajilla: Mitkä ovat taustatahojen ideologiset tavoitteet toiminnan jatkamiselle ja/tai taloudelliset mahdollisuudet ylläpitää mahdollisesti tappiollista toimintaa.

Lähteet – Kirjallisuus

Arvonlisäverolaki 1501/93.

Betænkning om medierne i demokratiet. Betænkning nr 1320. Medie Udvalget, Copenhagen 1996.

Bjarnason, Hilmar Thor & Broddason, Thorbjörn: Mass Media in Iceland. Teoksessa Media Trends 1997 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Nordicom, Göteborg 1997.

Budgetanalyse om bladtillskuddet. Finansministeriet & Trafikministeriet, Copenhagen 1996.

Dagspressen i 1990-talets medielandskap. En expertrapport från Pressutredningen 1994. Kulturdepartementet, Stockholm 1994.

Distributionsstödet till dagspressen. Kulturdepartementet, Stockholm 1996.

Gustafsson, Karl Erik & Westergren, Håkan: Dagspressens ekonomi 1996. Presstödsnämnden, Stockholm 1997.

Hadenius, Stig & Weibull, Lennart: Massmedier. En bok om press, radio och tv. 5:e upplagan. Bonnier Alba, Falun 1994.

Hadenius, Stig & Weibull, Lennart: Massmedier. Press, radio och tv i förvandling. 6:e upplagan. Bonnier Alba, Falun 1997.

Humpreys, Peter J: Mass media and media policy in Western Europe. Manchester University Press, Manchester 1995.

Jauert, Per & Prehn, Ole: Danish Mass Media. Recent Developments. Teoksessa Media Trends 1997 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Nordicom, Göteborg 1997.

Kilpailuviraston aloite lehdistötuen kilpailua vääristävien vaikutusten poistamiseksi. 20.8.1997.

Kivistö, Martti: Valikoiva lehdistötuki. Oikeushistorian tutkielma. Helsinki 1989.

Lehdistötukilautakunnan kannanotto kilpailuviraston lehdistötuen kilpailua vääristävien vaikutusten poistamiseksi tekemän aloitteen johdosta sekä lehdistötukilautakunnan aloite lehdistötuen muuttamiseksi. 7.11.1997.

Media Trends 1997 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Nordicom, Göteborg 1997.

Opetusministeriön päätös nro 28/011/95. Kulttuurilehtien tukemiseen osoitetun määrärahan jakoperusteista ja avustusten hakeminen

Presstödetts effekter – en utvärdering. Finansdepartementet, Stockholm 1993.

Presstödsförordning 1990:524 samt förändringar. Svenska författningssamling 1996.

Proposition för tilläggsbudget 1997. Finansdepartementet, Stockholm 1997.

Pääministeri Paavo Lipposen hallituksen ohjelma

Skogerbø, Eli: The Press Subsidy System in Norway. European Journal of Communication 12 (1997): 1, 99–118.

St.meld. nr. 32. Media i tida. Kulturdepartementet, Oslo 1992–1993.

Valtion tulo- ja menoarvioesitykset 1990–1997

Valtioneuvoston päätös nro 153/88, muutettu 225/89 sanomalehdistön kuljetus-, jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseksi osoitetun määrärahan jakoperusteista ja avustusten hakemisesta.

Weibull, Lennart & Gustafsson, Karl Erik: The Swedish Media Landscape in Transition. Teoksessa Media Trends 1997 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Nordicom, Göteborg 1997.

Virmavirta, Jarmo: Julkinen sana ja tuki. Selvitys lehdistötuen kehittämisestä. Liikenneministeriö, Helsinki 1992.

World Press Trends 1996. FIEJ, Paris 1996.

Østbye, Helge: Norwegian Media in the 1990s. Internationalization, Concentration and Commercialization teoksessa Media Trends 1997 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Nordicom, Göteborg 1997.

Muut lähteet

Suomi	Liikenneministeriö Lehdistötukilautakunta Opetusministeriö Suomen Posti Oy
Ruotsi	Presstödsnämnden
Norja	Samferdselsdepartementet Kulturdepartementet
Tanska	Trafikministeriet
Islanti	Fjármálaráðuneytid

Jyrki Jyrkiäinen

Mediakeskittymisen sääntelykeinot

Joukkoviestinnän keskittymistä ja omistusrajoituksia koskevat määräykset vaihtelevat kunkin maan kansallisista ja mediahistoriallisista erityispiirteistä riippuen. Kansallinen markkinarakenne, lainsäädäntö, etniset, kielelliset ja kulttuuriset erityispiirteet ovat vaikuttaneet siihen, millaisin kriteerein keskittymistä säännellään ja millaista toimilupapolitiikkaa sähköisessä viestinnässä harjoitetaan.

Joukkoviestinnän keskittymisen sääntely ei ole pelkästään viestintäalouteen liittyvä kysymys. Yhä useammin siihen kytketään nykyajan demokratiaan sisällytettävät mielipiteenilmaisun ja sananvapauden oikeudet sekä alueellinen, kulttuurinen ja sosiaalinen näkökulma.

Euroopan unionin piirissä Euroopan parlamentti on viime vuosina korostanut keskittymistä koskevissa kannanotoissaan kulttuuripoliittisia tavoitteita, kuten joukkoviestinnän moninaisuutta eli pluralismia. Se on toistuvasti kiirehtinyt Euroopan unionin komissiota selvittämään keskittymisongelmaa ja aikaansaamaan yleiseurooppalaisen sääntelymekanismin. Monet Euroopan maat haluavat pitää kiinni kansallisista keskittymisrajoituksista. EU:n sisämarkkinoilla toimivat viestintäyhtiöt pitävät puolestaan kansallisia rajoituksia vapaan kilpailun ja toimintansa laajenemisen esteinä.

Myös Euroopan unionin tietoyhteiskuntahanke on tuonut esille sen, että tiukka kansallinen keskittymislainsäädäntö saattaa estää sisämarkkinoilla toimivien yritysten laajentumista. Uuden viestintäteknologian yleistymisen myötä on syntynyt mediayhtiöiden ja teleliikenneyritysten uusia yhteistyömuotoja ja liittymiä, jotka parhaillaan muuttavat markkinoiden rakennetta ja keskittymistilanteita.

Markkinamekanismiin perustuva toiminta ja vapaa kilpailu eivät sinänsä toteuta muita kokonaistaloudellisesti tai yhteiskunnallisesti tärkeäksi katsottuja tavoitteita, kuten pluralismia. Ydinkysymys on, miten saadaan sopusointuun joukkoviestinnän tuotteiden ja palveluiden vapaa kilpailu ja viestinnän monipuolisuus, jos sitä pidetään tärkeänä.

Sääntelyn puitteet

Vaikka nykyisin puhutaan varsin yleisesti mediasektorista, niin sekä viestintäteollisuus että hallitukset ovat viime vuosiin asti käsitelleet keskittymisen yhteydessä lehdistöä, radiota ja televisiota kolmena erillisenä alueena. On ollut suhteellisen yksinkertaista säännellä sellaista tilannetta, jossa pyritään estämään yhden toimijan tai yhtiön pääsy määräävään markkina-asemaan yhdellä medialohkolla. Viestimien integroituminen ja multimedialisoituminen ovat mutkistaneet markkinarakennetta.

Keskittymissääntelyn kohteita ovat sanomalehdistö, radio ja televisio, koska niitä pidetään sisältämänsä yleisen ajankohtaisen aineiston takia tärkeimpinä välineinä mielipiteenmuodostukselle. Aikakauslehdistö, elokuva, kirjat ja tallenteet ovat olleet sääntelytoiminnan ulkopuolella. Sääntelytoimet eivät kohdistu viestimien sisältöihin, vaan niiden ulkoisiin toimintaedellytyksiin.

Ylimmän tason keskittymisrajoituksia on joidenkin maiden perustuslaeissa ja niiden sananvapaussäädöksissä. Varsinaisia sääntelykeinoja on kolmentyyppisiä. Yleisin sääntelykeino on 1) kilpailulainsäädäntö, jolla valvotaan fuusioiden ja kartellien muodostumista sekä määräävän markkina-aseman väärinkäyttöä. Kilpailulakeihin liittyvät myös erilaiset julkisen tuen muodot, kuten valtionavut ja verotus, joiden yhtenä tavoitteena on ollut keskittymishaittojen ehkäisy. Julkisella viestintätuella on pyritty säilyttämään tietynlainen kansallinen viestintärakenne, kuten alueellisesti, kielellisesti tai poliittisesti monipuolinen lehtitarjonta. Tuki ei ole kohdistunut pluralismin turvaamiseen sinänsä, vaan ennen kaikkea tietyn viestintämuodon, erityisesti sanomalehdistön ja sen rakenteen säilyttämiseen. Lehdistötuki ei ole kuitenkaan estänyt lehtikuolemien jatkumista. Toinen keskittymisen sääntelykeino on 2) viestinnän erityislainsäädäntö, jollaista on useissa maissa. Kolmas sääntelykeino on 3) sähköisen joukkoviestinnän toimilupapolitiikka, jolla on mm. vaikutettu sanomalehtiyritysten pääsyyn radio- ja televisiotoimintaan. Joissakin maissa on käytössä nämä kaikki keinot.

Lainsäädännöllä pyritään yleensä rajoittamaan niiden omistajien osallistumista viestintäyhtiöiden omistukseen, joilla on jo omistusta samoilla tai eri markkinoilla toimivissa viestintäyhtiöissä. EU-maille tärkeimpiä säädöksiä ovat kilpailusäännöt ja tv-direktiivi (Neuvoston direktiivi, 1989), jota Euroopan parlamentti on viimeksi uudistanut 30.6.1997.

Euroopan unionin kartellinkielto­säännös (Rooman sopimuksen 85. artikla), määräävän markkina-aseman kielto­säännös (86. artikla) ja fuusioiden valvontaa koskeva asetus (Neuvoston asetus, 1989) pyrkivät varmistaa-

maan, että markkinoiden tietynlainen rakenne tai yritysten käyttäytyminen eivät uhkaisi kilpailua. Näiden säännösten soveltaminen viestintäyritysten toimintaan ei sinänsä takaa minkään muiden tavoitteiden tai arvojen, kuten pluralismin toteutumista (Iosifides, 1996).

Myös Euroopan neuvoston ihmisoikeussopimus antaa puitteita keskitymisilmiölle. Sen perusteella hallitukset voivat toimilupia myöntäessään mm. vaatia, että radio- ja tv-toiminnan harjoittajat ottavat ohjelmistossaan huomioon vähemmistöt, tarjoavat tiettyjä ohjelmatyyppejä (poliittiset, kulttuuri-, opetusohjelmat) ja toimivat tasapuolisesti. Näin toteutettu sananvapaus tarkoittaa, että tietyille toimijoille myönnettyä sananvapautta on rajoitettu sen vuoksi, että saadaan turvatuksi myös toisten sananvapaus.

Viime vuosina myös julkisuusperiaate on liitetty yhä useammin joukkoviestinnän omistusrajoituksia koskevaan keskusteluun. Euroopan neuvosto on antanut suosituksen omistustietojen julkisuuden eli transparenssin lisäämiseksi (Measures to promote media transparency, 1994). Omistustietojen läpinäkyvyyttä pidetään tärkeänä sekä viranomaisille että kansalaisille. Lupia myöntävä hallintoviranomainen ei pysty aina pelkän hakemuksen perusteella selvittämään, kuka tai mikä on toimiluvan hakijatahon todellinen omistaja. Varsinkin ulkomaisista yhtiöistä tarvitaan lisäselvityksiä muiden maiden viranomaisilta. Kansalaiset viestinnän kuluttajina voivat taas omistustietojen avulla päätellä, kuka omistaa lehden, radioaseman tai televisiokanavan. Näin yleisö tietäisi, kenellä on mahdollisuus vaikuttaa toimitussisältöön ja tehdä viestimen toimintaa ohjaavia päätöksiä, kuten palkata tai erottaa päätoimittaja ja toimittajat.

Rajoitusten luonne ja vaikutukset

Viestintäkeskittymisestä ei ole olemassa kansainvälisesti hyväksyttyjä sääntelyperiaatteita tai yleisiä malleja. Euroopan unionin jäsenmaat ovat 1980-luvun puolivälistä lähtien ottaneet käyttöön säännöksiä, joiden tarkoituksena on kilpailun turvaaminen ja pluralismin säilyttäminen. Säännökset voidaan jakaa neljään tyyppiin:

- *Monomediakeskittymisen rajoittaminen*, jolla pyritään estämään yksittäisiä henkilöitä tai juridisia yhteisöjä omistamasta samanaikaisesti useita saman toimialan viestimiä (esim. ei olisi mahdollista omistaa kuin "x kpl" televisiokanavia tai pitää hallussaan enempää kuin "x %" toisen kanavan osakepääomasta, jos toiminnan harjoittajalla on hallussaan jo jokin toinen tv-kanava).

- *Multimediakeskittymisen rajoittaminen*, joka estäisi yksittäisiä henkilöitä tai juridisia yhteisöjä omistamasta useita eri toimialojen viestimiä (esim. sanomalehden kustantaja ei saisi omistaa televisiokanavaa tai päinvastoin).
- *Osakkeiden omistusosuuden rajoittaminen* radio- tai televisioyhtiöissä riippumatta siitä, mitä omistusosuuksia henkilöllä tai juridisella yhteisöllä muissa välineissä on hallussaan (esim. joissakin jäsenmaissa ei saa, vaikka henkilöllä tai juridisella yhteisöllä ei olisikaan muita mediaomistuksia, omistaa enempää kuin 25 prosenttia tai 49 prosenttia televisiokanavan osakemäärästä).
- *Esteellisten omistajien rajoittaminen*, jolla estetään tietynlaisia toiminnanharjoittajia saamasta toimilupaa radio- tai televisiotoimintaan (esim. paikalliset viranomaiset, uskonnolliset, aatteelliset tai poliittiset järjestöt, mainostoimistot).

Esimerkkejä joukkoviestinnän keskittymisrajoituksista ja niiden muutoksista eräissä Länsi-Euroopan maissa *)

Italia

Sanomalehdet Vuoden 1981 laki, joka koskee vain päivälehtiä, estää keskittymisen joka ylittää 20 % valtakunnallisten päivälehtien kokonaislevikistä, 50 % sanomalehtien määrästä samalla alueella (jos ilmestyy useita lehtiä), 50 % päivälehdistä samalla maantieteellisellä alueella. Jos rajat ylittyvät levikin kasvun tai uusien lehtien perustamisen takia, yhtiö menettää koko vuoden ajaksi saamansa valtion lehdistötuen.

Ranska

Sanomalehdet Vuoden 1944 määräystä, joka kieltää omistamasta useita päivälehtiä, ei ole koskaan sovellettu. Myöskään vuoden 1984 lakia, joka kieltää omistamasta yli 15 % Pariisissa ilmestyvien tai muiden lehtien levikistä tai yli 10 % koko päivälehdistöstä, ei ole koskaan pantu käytäntöön. Vuoden 1986 lain perusteella sanomalehteä ei voi ostaa sellainen, joka suoraan tai välillisesti omistaa jo yli 30 % päivälehtien kokonaislevikistä. Jos ostajalla on omistuksia muissa viestimissä, raja putoaa 10 %:iin.

Televisio Vuodelta 1986 oleva Leotardin laki rajoittaa yhden valtakunnallisen tv-kanavan omistuksen 25 %:iin, alueellisen tv-kanavan omistuskatto on 50 % ja yhdestä satelliitti-tv-kanavasta saa omistaa enintään 50 %. Valtakunnallisen ja alueellisen tv-kanavan samanaikainen omistus on kielletty (ei koske radiota).

Muutos 1.2.1994: Henkilön tai yhteisön enimmäisomistus maanpäällisessä valtakunnallisessa tv-yhtiössä nostettiin 25 %:sta 49 %:iin. Syynä oli entisen rajoituksen aiheuttamat ongelmat yhtiön liikkeenjohdolle, jos eri omistajien osuudet olivat likimain samansuuruisia. Muutoksen jälkeen Bouygues Group lisäsi omistusosuuttaan yksityisessä tv-yhtiö TFI:ssä 37.5 %:iin. CLT lisäsi osuuttaan 39 %:iin ja Lyonaise des Eaux 36.3 %:iin yksityisessä tv-yhtiö M6:ssa.

Paikallisen radioasemaverkon omistajan kuuluvuusalueiden yleisömäärä nostettiin 30 miljoonasta 150 miljoonaan. Perusteluna oli yhtiöiden valitus, että vanha rajoitus esti kehittämästä uusia asemaverkkoja, mainosmyyntiä ja kuulijoiden palvelua.

Hollanti

Sanomalehdet Vapaaehtoinen itsesääntelyjärjestelmä vuodelta 1994 kieltää sellaisen lehtikaupan, joka johtaa 33 %:n hallintaan päivälehtien kokonaislevikistä.

Radio ja tv Kukaan ei saa omistaa yli 49 % paikallisesta radioasemasta eikä kaapelitse tai maanpäällitse lähettävästä tv-kanavasta.

Irlanti

Sanomalehdet Kilpailuvirasto tarkistaa sellaiset lehtikaupat, joiden hinta ylittää 30 % pääomasta.

Portugali

Sanomalehdet Vuoden 1988 laki kieltää yhden radioaseman haltijan omistamasta yli 30 % jostakin toisesta radioasemasta.

Televisio Vuoden 1990 laki kieltää ketään omistamasta yli 25 % yhdestä tv-kanavasta.

Saksa

Sanomalehdet Yleistä kilpailulainsäädäntöä valvovalle liittovaltion kartellivirastolle on ilmoitettava lehtikaupat, jotka ylittävät 25 % pääomasta, jos kokonaisliikevaihto on yli 25 miljoonaa DM.

Televisio Hallitseva omistus (50 %) saa olla korkeintaan yhdessä tv-kanavassa.

Muutos 10/1995: Yleisradiotoiminnan keskittymisrajoituksia (31.8.1991 ja 24.6.1994) uudistettiin lokakuussa 1995. Uusi yleisradiosopimus astui voimaan 1.1.1997. Yksittäinen omistaja, jolla on valtakunnallinen yleis- tai temaattinen kanava, voi hallita yleisradioyhtiön osakepääomaa aina 100 %:iin asti tähänastisen 50 %:n sijasta. TV-toiminnan harjoittaja, jolla on hallussaan useita valtakunnallisia kanavia, saa pitää hallussaan Saksan koko tv-markkinoista enintään 30 %:n osuutta. Kartellien tarkastusvirasto (KEK) valvoo uusien keskittymisrajoitusten ja valtakunnallisen yleisradiotoiminnan määräysten noudattamista. Paikallisen ja alueellisen yleisradiotoiminnan säännökset säilyivät ennallaan.

Britannia

Sanomalehdet Yleinen kilpailulainsäädäntö vaatii monopolikomission hyväksynnän kauppoille, joissa ylittyy 25 % äänimäärästä päivälehti-, sunnuntailehti- tai paikallislehtiyrityksessä (ilmiestymistiheydestä riippumatta), jos ostajalla on ennestään yli 500 000-levikkinen sanomalehti. Poikkeuksena on se, jos lehti pitäisi muussa tapauksessa lakkauttaa tai jos kauppa kohdistuu alle 25 000-levikkiseen lehteen.

Muutos 7/1995: Kilpailuvirasto kaksinkertaisti levikin vähimmäismäärän, jonka perusteella se tarkistaa lehtiyritysten fuusion.

Muutos 12/1995: Sanomalehtiyritykset, joilla on alle 20 %:n osuus valtakunnallisten lehtien kokonaislevikistä, saavat omistaa 15 % television kokonaismarkkinoista ja 15 % kaupallisen radion kokonaismarkkinoista ja päinvastoin. Alueelliset sanomalehdet, joilla on yli 50 %:n osuus alueensa kokonaismarkkinoista, eivät saa harjoittaa alueellaan radio- tai tv-toimintaa, ja niiden omistusosuutta ITV-yhtiöissä on rajoitettu.

Radio ja TV

Mainostoimisto ei saa omistaa radio- tai tv-kanavia. Yleisradiolaki Broadcasting Act on vuodelta 1990 sisältäen useita keskittymisrajoituksia. Vuoden 1995 asusehdotus Broadcasting Bill sisälsi useita keskittymisrajoitusten lievennyksiä.

Muutos 1994: ITV-yhtiöt saavat pitää kahta alueellista tv-lupaa entisen yhden asemasta, mikä johti moniin yrityskauppoihin: MAI Plc osti Anglia TV:n, Carlton Communications osti Central Televisionin ja Granada TV osti London Weekend Televisionin.

Muutos 7/1995: Yhden henkilön omistusosuus paikallisradioissa nostettiin 20:stä toimitiluvasta 35:een. Tämä johti keskittymistä lisäenneisiin ostoihin ja fuusioihin. Riippumattomien tv-ohjelmatuottajien ja yleisradioyhtiöiden keskinäisen omistuksen osuusraja nostettiin 15 %:sta 25 %:iin samalla kun itsenäisen tuottajan määritelmää liberalisoitiin. Kaupallisen tv-yhtiön osuus saa nousta 15 %:iin koko katsojakunnasta välitystiestä ja kanavamäärästä riippumatta. ITV-yhtiöt voivat siis omistaa kaapeli-tv ja satelliitti-tv-yhtiöitä.

Espanja

Televisio Vuoden 1988 laki rajoittaa yksityisen tv-aseman omistuksen 25 %:iin omistajaa kohden.

*) Tiedot on koottu Euroopan neuvoston viestintäkeskittämisen ja pluralismin asiantuntijatyöryhmän (Committee of Experts on Media Concentrations and Pluralism, MM-CM) kokoamista maakohtaisista kirjeenvaihtajaportteista. Kirjoittaja on liikenneministeriön valtuuttamana työryhmän jäsen. (Ks. Council of Europe, MM-CM (97)6, Report to the CDMM. Strasbourg, 20 January 1997.)

Sääntelytoimet ovat kohdistuneet kahteen asiaan. Ensinnäkin on rajoitettu sitä, kuinka paljon joku saa omistaa kullakin viestinnän sektorilla tai toimialalla. Toinen rajoitus on se, missä laajuudessa yksi omistaja saa toimia kahdella tai useammalla mediasektorilla. Seuraavassa on esimerkkejä sääntelykäytännöistä.

Jos edellä mainittuja esimerkkejä ja muiden Länsi- Euroopan maiden keskittymisen ja omistuksen rajoituksia (Council of Europe, MM-CM, 1997) tarkastellaan kokonaisuutena, niitä voidaan erotella toisistaan seuraavilla perusteilla:

1) Rajoituksen tyyppi tai luonne

- Yksi- tai monialaisen viestimen omistuskeskittymisen ylärajat (mono- tai multimediarajoitukset)
- Yhden omistajan omistuksen yläraja radiossa ja televisiossa
- Esteellisyys

2) Rajoituksen ala tai kattavuus

- Jotkut monomediarajoitukset koskevat vain lehdistöä
- Jotkut monomediarajoitukset koskevat vain televisiota
- Jotkut rajoitukset koskevat myös useiden eri aloilla toimivien viestimien omistusta

3) Rajoituksen määrä tai aste

- Samanaikaisesti hallussa olevien radion ja television toimilupien tai niiden yhdistelmien lukumäärän rajoitukset ja omistusosuuksien ylärajat vaihtelevat

4) Rajoituksen soveltamisalue ja -käytäntö

- Jotkut maat erottelevat satelliitti- ja maanpäällisen television
- Jotkut maat erottelevat televisiossa yleis- ja erikoiskanavat tai uutiskanavat
- Jotkut maat erottelevat televisiossa valtakunnallisen, alueellisen ja paikallisen tason

Ovatko keskittymistä rajoittavat tai keskittymishaittoja ehkäisevät sääntelykeinot olleet tehokkaita? Tähän ei voida vastata kyllä tai ei, vaan on otettava huomioon kunkin maan joukkoviestinnän markkinarakenteen historialliset erityispiirteet.

Keskittymistä rajoittavan lainsäädännön ja sääntelävien toimenpiteiden tehokkuudesta eri maissa voidaan tehdä seuraavia yhteenkokoavia havain-
toja.

- 1) Jos sääntelymekanismi puuttuu:
 - Keskittyminen lisääntyy hyvin todennäköisesti
 - Ulkomainen omistusosuus kasvaa mediamarkkinoilla
- 2) Kilpailulainsäädännön vaikutus:
 - Ei ole estänyt lehtikuolemia
 - Viranomaispääatöksillä estetty tietyt fuusiot tai kartellit
 - Ongelmana viranomaispääatösten suhde perustuslain sananvapaussääntönsiin
- 3) Viestinnän erityislainsäädännön vaikutus:
 - Jäädyyttää keskittymisasteen tietyille tasolle
 - Estää viestimien päällekkäisomistusta
 - Estää kotimaisten mediaryhmien vahvistumisen kansainvälisten suuryhtiöiden vastapainoksi

Monet seikat ovat vaikuttaneet siihen, että keskittymisrajoitusten käsittely on ollut useita vuosia lähes pysähdyksissä Euroopan unionin piirissä. Yksi hidastava tekijä on ollut eräiden suurten maiden (Iso-Britannia, Ranska, Saksa) vastahakoisuus yleiseurooppalaisen mekanismin kehittämiseen.

Eräiden suurten maiden hallitukset näkisivät mieluusti kotimaiset yritykset nykyistä vahvempina yhdysvaltalaisia ja japanilaisia vastaan. Perusteena on se, että jos maassa olisi tiukat kansalliset keskittymisrajoitukset, ne voisivat estää kansallisia yhtiöitä liittoutumasta yli mediarajojen. Esimerkiksi englantilaiset lehtikustantajat ovat pelänneet, että jos niiden pääsy tv-toimintaan jatkuvasti estetään, niin markkinoille tulevat ulkomaiset mediayhtiöt. Toisaalta kansallisten yritysten on vahvistettava itseään pystyäkseen kilpailemaan EU:n sisämarkkinoilla jatkuvasti vahvistuvien suurten yritysten kanssa. Kun yritykset vahvistuvat, ne voivat ylittää kansallisia rajoja helpommin. Joissakin maissa puolestaan sisämarkkinoilla helpottunut yritysten liikkuvuus voi lisätä yleisön valintamahdollisuuksia eli tarjonnan monipuolisuutta.

Pohjoismaisia aloitteita

Monet maat ovat uudistaneet viestintä- tai yleisradiolainsäädäntöään viime vuosina. Uusimpiin yleisradiolakeihin sisältyy usein keskittymistä koskevia rajoituksia. Eräissä maissa on asetettu viestintäpoliittisia toimikuntia pohtimaan keskittymisongelmia.

Ruotsin hallitus asetti vuonna 1995 neuvoston ”Rådet för mångfald inom massmedierna” selvittämään viestimien keskittymistä ja monipuoli-

suutta (Nordisk Medie Nyt 3/1996). Sen tehtävänä on mm. suojata sananvapautta edistämällä monipuolisuutta joukkoviestimissä; kartoittaa ja analysoida omistuksen ja muiden vaikuttamismuotojen keskittymisen seurauksia medioille; ehdottaa toimenpiteitä monipuolisuuden ja kilpailun vahvistamiseksi sekä haitallisten omistus- tai valtakeskittymien synnyn estämiseksi ja tutkia näitä varten mahdollisuuksia vapaaehtoiisiin sopimuksiin sekä selvittää lainsäädännön tarve. Neuvoston toimiaika on päättynyt ja tilalle on asetettu parlamentaarinen komitea laatimaan lakiesitystä monipuolisuuden tukemiseksi ja haitallisen omistuskeskittymisen ehkäisemiseksi.

Ruotsin ”monipuolisuusneuvosto” on julkaissut runsaat kymmenen työraporttia (<http://www.pluralism.pi.se>). Kulttuuriministeriön alaisuudessa toimiva seitsenjäseninen neuvosto koostui lainsäädännön, tutkimuksen, yritysten ja toimittajien edustajista. Ruotsissa on julkaistu aiemmin viestimien omistuskelytyksestä muitakin komiteaselvityksiä (SOU 1994: 94 ja SOU 1994: 145).

Norjassa laajapohjainen työryhmä on selvittänyt joukkoviestintien omistussuhteita, keskittymismuotojen vaikutuksia ja sääntelytoimien tarvetta (Nordisk Medie Nyt 1/1995). Työryhmän selvitys ”Mangfold i media” (NOU 1995:3), julkaistiin helmikuussa 1995 (<http://www.dep.no>). Lakiehdotus jätettiin vuoden 1996 lopulla Norjan suurkäräjille, mutta se ei ole vielä astunut voimaan. Työryhmä ehdotti erityistä viestintälakia, joka kattaa omistussuhteita koskevat toimilupasäännökset, päätoimittajan vastuun, toimituksen riippumattomuuden, mediakauppojen valvonnan sekä omistussuhteiden ilmoitusvelvollisuuden.

Norjaan on tarkoitus perustaa valvontaelin, jonka arvioi etukäteen omistusmuutosta koskevan liiketoimen. Valvontaelin voisi kieltää mediakaupan, omistusosuuden myymisen tai myöntää ehdollisen luvan. Arviointi tehtäisiin konkreettisten markkinoiden ja todellisten omistussuhteiden perusteella. (Nordisk Medie Nyt 1/1997.)

Valvontaelin voi puuttua asiaan, jos yksittäinen omistaja saa merkittävän omistajan aseman. Merkittävä omistajan asema tarkoittaa esimerkiksi sitä, että yksittäinen omistaja yksin tai muiden kanssa hallitsee yli 30 prosenttia sanomalehdistön kokonaislevikistä. Kokonaismarkkinoiden arvioinnissa otetaan huomioon sekä yhtiön omistama päivälehdistö että radio ja televisio. (Nordisk Medie Nyt 1/1997.)

Sanomalehdistön ja yleisradiotoiminnan omistussuhteista olisi ilmoitusvelvollisuus. Katsojat, kuuntelijat ja lukijat voisivat omistustietojen perusteella saada tietoja, kuka on lehden ja radio- tai tv-aseman ”todellinen omistaja”, kuka voi päättää toimittajavalinnoista ja viestimen taloudesta.

Toimituksen riippumattomuus suhteessa omistajaan ja yritysjohtoon turvataisiin tällä uudella lailla. Perusteena on, että ”norjalaiset viestimet ovat perinteisesti osoittaneet suurta kunnioitusta toimituksen itsenäisyydelle ja riippumattomuudelle, mutta ei ole mitään takuita siitä, että tulevaisuuden mediaomistajat haluavat tehdä samoin” (Nordisk Medie Nyt 1/1997). Toimituksen riippumattomuuden turvaaminen on hallituksen mielestä tärkeätä myös tulevan mediakehityksen kannalta. Suuryhtiöt pyrkivät hankkimaan ns. suurtuotannon etuja, mikä voi lisätä viestintäkonsernin eri toimitusten yhdenmukaisuutta ja heikentää näin pluralismia.

Tanskassa työryhmä jätti kesäkuussa 1996 mietinnön ”Medierna i demokratiet”, jonka yhdessä luvussa käsitellään keskittymistä, viestinten lähentymistä eli konvergenssia ja kansainvälistymistä. Työryhmä ei esitä viestimien omistuksen sääntelyä. Mietintö on samalla mediatyöryhmän neliosaisen mietintösarjan loppumietintö viestimien asemasta yhteiskunnassa (<http://www.imv.aau.dk/smu>).

Suomessa ei ole viestintäomistusta koskevaa erityislainsäädäntöä. Kilpailulainsäädäntöä voidaan soveltaa joukkoviestinnän alueelle. Radio-, televisio- ja kaapelilähetystoiminta on luvanvaraista, ja valtioneuvosto myöntää toimiluvat tapauskohtaisesti. Hallitus on pyrkinyt rajoittamaan sanomalehtiyhtiöiden ja teleyhtiöiden pääsyä paikallisradioihin ja lähitelevisioon.

Rajoitusten lieventäminen

Niissä maissa, joissa viime vuosina on tehty keskittymistä koskevia päätöksiä, on suuntana ollut rajoitusten lieventäminen eli deregulaatio, vaikka ei voida puhua rajoitusten täydellisestä purkamisesta. Yhdysvalloissa on hieman lievennetty omistusrajoituksia, kuten esim. yhden yhtiön omistamisen radioasemien enimmäismäärää. Helmikuussa 1996 hyväksytty uusi telelainsäädäntö on johtanut Yhdysvalloissa uusiin keskittymistä lisänneisiin liiketoimiin. Esimerkiksi Westinghouse osti radioasemaketju Infinityn, Jacor Communications Inc osti kaksi radioyhtiötä ja US West-teleliikenneyhtiö osti kaapelitelevisio-operaattori Continental Cablevisionin (Council of Europe, MM-CM 1997, 43).

Italiassa on käyty viime vuosina laajaa keskustelua viestintäkeskittymisen rajoittamisesta Silvio Berlusconiin tapauksen herättämänä. EU:n komissiossa italialainen komissaari Mario Monti ajaa keskittymistä rajoittavaa direktiiviä, koska se heikentäisi yhtäältä Silvio Berlusconiin ja toisaalta julkisen palvelun RAI:n muodostamaa vahvaa duopolia. Ranskassa lie-

venennettiin mediaomistusrajoituksia vuonna 1994. Isossa-Britanniassa rajoituksia on hieman höllennetty vuosina 1995–96 (Doyle, 1996).

Euroopan neuvoston viestintäkeskittymisen asiantuntijatyöryhmä arvioi, että ainakin seuraavanlaiset tekijät ovat vaikuttaneet rajoitusten lieventämiseen (Council of Europe, MM-CM 1997, 41):

- 1) Radio- ja televisio-ohjelmien tuotantoyhtiöt ovat saaneet lisätä omistustaan niissä yleisradioyhtiöissä, jotka käyttävät näiden tuottamia palveluja (omistussuoksien rajaa on nostettu).
- 2) Mediayhtiöiden tai omistusryhmien on sallittu laajentaa toimintaansa joko sillä viestintäalalla, jolla ne jo toimivat (monomediakeskittymisen rajoituksia lievennetty), tai muille viestintäaloille (multimediakeskittymisen rajoituksia lievennetty), jotta ne pystyisivät vastaamaan kansainväliseen kilpailuun.
- 3) Uusien viestimien ja viestintäpalveluiden kehityksen tukemiseksi on jollakin viestintäalalla jo toimivien yhtiöiden ja omistusryhmien pääsyä uusille alueille helpotettu, jotta niiden tarjoamia voimavaroja ja asiantuntemusta on saatu käyttöön uuden viestintätekniikan kehittämiseen.

Euroopan neuvoston asiantuntijatyöryhmän arvioi, että ”Länsi-Euroopan maissa ei viime vuosina ole ollut havaittavissa pyrkimystä keskittymisrajoitusten tiukentamiseen” (Council of Europe, MM-CM 1997, 43). Lisäksi on huomattava, että jotkut maat ovat avanneet kilpailua televisiotoiminnassa (Kypros 1992) ja satelliittitelevisiossa sekä teleliikenteessä (Espanja 1992) ottamatta keskittymisrajoituksia uuteen lainsäädäntöön. Tällainen lainsäädäntötason suhteellinen hiljaiselo ei muuta sitä tosiasiaa, että joidenkin maiden parlamenteissa on kannettu lisääntyvää huolta keskittymisen etenemisestä (Espanja, Turkki). Lisäksi on otettava huomioon, että eräät maat ovat viestintälakeja uudistaessaan ottaneet mukaan määräyksiä omistustietojen julkisuuden lisäämisestä ja ristiinomistuksesta (Norja, Ruotsi, Kypros).

Euroopan unioni

Euroopan unionin komissio on selvittänyt 1990-luvun alusta lähtien, pitäisikö yhteisön eli yleiseurooppalaisella tasolla ryhtyä toimenpiteisiin joukkoviestinnän omistuskeskittymisen rajoittamiseksi. Selvitystyö sai alkunsa EU:n parlamentin ilmaisemasta huolesta viestintäkeskittymisen seurauksista. EU:n parlamentti on ilmaissut huolensa keskittymisestä kahdessa pää-

töslauselmassaan (1990, 1992) ja kiirehtinyt komissiota esittämään toimenpiteitä keskittymishaittojen estämiseksi ja pluralismin turvaamiseksi.

Euroopan unionin komissio on tähän mennessä toteuttanut kolme toimenpidettä:

1) Komissio julkisti aiheesta ns. vihreän kirjan (*Pluralism and Media Concentration in the Internal Market*) joulukuussa 1992. Asiakirja määrittelee tiettyjä sisämarkkinoilla olevia esteitä, jotka johtuvat eroista jäsenmaiden kansallisessa lainsäädännössä, jolla säännellään perinteisiä joukkoviestimiä. Asiakirja koskee sanomalehdistön, radion ja television omistuskysymyksiä. Vihreä kirja ehdotti kolmea vaihtoehtoista toimintamallia eli optiota:

- Optio I: Yhteisön tasolla ei ryhdytä erityistoimiin.
- Optio II: Jäsenmaille suositellaan yhteistyön lisäämistä yritysten omistustietojen vaihdannassa ja julkisuuden lisäämisessä.
- Optio III: Jäsenmaiden keskittymistä rajoittavaa lainsäädäntöä yhdenmukaistetaan joko a) direktiivillä, b) suosituksella tai c) asiantuntijakomitealla.

Komissio ei ottanut itse kantaa esittämiinsä vaihtoehtoihin, vaan lähetti aloitteen lausuntokierrokselle.

- 2) Komissio antoi lokakuussa 1994 tiedonannon niistä neuvotteluista ja kuulemisista, joita se oli järjestänyt vihreän kirjan julkistamisen jälkeen (*Follow-up to the consultation process relating to the Green Paper Pluralism and Media Concentration in the Internal Market*). Palautteiden perusteella komissio piti yhteisön toimenpiteitä välttämättöminä mediaomistuksen rajoittamiseksi. Ennen lopullista päätöstä komissio toivoi toista valmistelu- ja konsultaatiokierrosta aloitteen sisältökysymyksistä.
- 3) Seurantatiedonannon jälkeen käytiin vuonna 1995 toinen konsultaatiokierros, ja se perustui lomakekyselyyn sekä kahteen tutkimukseen. Neuvottelutulokset, kyselyn vastaukset ja tutkimustulokset kallistuivat joko olemaan ottamatta kantaa tai suhtautumaan myönteisesti yhteisötason toimenpiteisiin.

Sisämarkkinoiden komissaari Mario Monti ilmoitti puheessaan Euroopan parlamentin kulttuuri-, nuoriso-, kasvatus- ja viestintäkomiteassa syyskuus-

sa 1995, että hän aikoo esittää luonnoksen direktiiviksi mediaomistuksesta Euroopan unionin komissiolle vuoden 1996 alussa. Näin ei tapahtunut.

Kesällä 1996 monien kuulemisten, keskustelujen ja käytäväpolitiikointikierrosten jälkeen julkisuuteen levisi luonnos EU:n direktiiviksi viestintä-keskittymisen rajoittamiseksi. Luonnos sisälsi ehdotuksen omistuksen rajoiksi valtakunnallisella tasolla niille omistajille, jotka aikovat hankkia uusia radio- tai tv-kanavia tai jos uudet omistajat hankkivat olemassaolevia toimilupia. Jos toimiluvan haltijalla olisi yli 30 prosenttia alueen katsoja- ja kuulijakunnasta, sille ei myönnettäisi uusia toimilupia samalle alueelle. Sellainen hakija, jolla on vähintään 10 prosenttia viestimien kokonaismarkkinoista laskettuna keskimääräisenä markkinaosuutena radiossa, televisiossa ja lehdistössä, ei saisi lisää toimilupia. Ehdotus ei sisällä sanomalehtien keskinäistä omistusta eikä uusia viestimiä koskevia rajoituksia.

Ehdotuksen mukaan vähintään viisi kertaa viikossa ilmestyvä sanomalehti, jonka levikkipeitto on yli 30 prosenttia, ei saisi toimilupaa radio- tai tv-toimintaan tai ostaa sellaista levikkialueella. Jos lehdellä olisi yleisradio-toiminnan toimilupa, sitä ei uudistettaisi, jos ilmaantuisi toinen toimiluvan hakija.

On huomattava, että luonnos EU:n direktiiviksi nojautuu rajoitusmäärittelyissä siihen, kuka hallitsee viestimien todellisia yleisösuuksia, eikä omistususuuksien, kanavien tai lehtinimikkeiden hallintaan sinänsä. Ehdotusta kritikoitiin siitä, miten tosiasiallinen markkinaosuuksien hallinta voidaan mitata tai näyttää toteen. Mitään yleistä yksimielisyyttä siitä, mikä olisi keskittymisen määrittelevä raja ei ole olemassa, mutta 30 prosentin raja on ollut useimmiten esillä.

EU:n muut komissaarit hylkäsivät Montin luonnoksen heinäkuussa 1996. Yksi ryhmä komissaareista piti parempana ei-sitovaa säännöstä eli jäsenmaille annettavaa suositusta. Toinen ryhmä tuki Montin aloitetta. Ison-Britannian EU-komissaari Leon Brittan oli yksin perusteluineen: kaikki media-alan ongelmat tulisi käsitellä yksittäistapauksina unionin kilpailusääntöjen ja Rooman sopimuksen pohjalta. Tällöin pluralismin toteuttaminen jäisi kunkin jäsenmaan oman lainsäädännön ja määräysten varaan.

EU:n komissio päätti syyskuussa 1996 hankkia direktiiviluonnoksesta lisäselvityksiä. Komissaari Mario Monti ilmoitti maaliskuussa 1997, että hän esittää komissiolle uuden ehdotuksen direktiiviksi. Siinä lisättiin direktiivin täytäntöönpanoaikaa. Jäsenmaat voisivat poiketa direktiivin määräyksistä korkeintaan kymmenen vuotta.

Huhtikuussa 1997 Monti ilmoitti, että hän ei tule tässä vaiheessa esittämään komissiolle joukkoviestinnän keskittymistä koskevaa direktiiviluon-

nosta. Komissiolla ei ole vuoden 1998 alussa mitään virallista luonnosta tai ehdotusta asiasta.

Varsinkin eurooppalaiset sanomalehden kustantajat katsovat, että sääntelykeinoksi riittävät kilpailulainsäädäntö yhdessä sähköisen viestinnän toimilupapolitiikan kanssa eikä omistuksen enimmäismäärää tarvitse rajoittaa. Myös Suomessa kustantajajärjestö on arvostellut direktiivihanketta ja pitänyt sitä tarpeettomana: "On vaikea ymmärtää, kuinka EU:n sisämarkkinoiden toteutumista edistetään media-alalla sulkemalla esimerkiksi maakuntalehdet paikallisradiotoiminnan ulkopuolelle." (Suomen Lehdistö 1/1997, 5.)

Britannian ehdotukset

Vaikka käynnissä onkin paljon uudistushankkeita mediaomistuksen keskittymishaittojen ehkäisemiseksi, moniin kysymyksiin ei ole vielä vastauksia. Britannian hallitus astui tietyssä mielessä keskustelun eturintamaan julkaisemalla toukokuussa 1995 selvityksen mediaomistuksesta (Media Ownership). Selvitys nostaa esille sen, että tarvitaan laajassa mielessä muutosta omistusrajoituksia koskevaan ajatteluun.

Britannian hallituksen ehdotukset on jaettu lyhyen ja pitkän aikavälin toimiin. Lyhyen aikavälin ehdotukset, jotka sallisivat mm. pienten ja keskisuuren lehtiryhmien vapaamman pääsyn maanpäälliseen televisio- ja radiotoimintaan, ovat herättäneet laajaa keskustelua brittiläisissä tiedotusvälineissä.

Pitkän aikavälin ehdotukset ovat ehkä mielenkiintoisempia ja niiden merkitystä olisi hyödyllistä pohtia muissakin maissa. Britannian hallituksen pitkän aikavälin ehdotuksiin kuuluvat:

- Määritellään joukkoviestinnän kokonaismarkkinat
- Mitataan eri viestimien erilaiset määrälliset vaikutustasot
- Säädetään viestintäyritysten ostoissa ja omistusosuuksissa rajat sille, milloin riippumattoman sääntelyelimen tulee puuttua omistusmuutoksiin yleisen edun nimissä
- Riippumaton sääntelyelin valtuutetaan estämään tai purkamaan viestintäyrityksen osto, jos asetetut rajat ylittyvät
- Sääntelyelimen toimintaa varten määritellään yleisen edun kriteerit

Britannian hallitus näkee joukkoviestimet yhtenä markkina-alueena tai kokonaismarkkinoina, pikemmin kuin joukkona erillisiä markkinasektoreita.

Se ei ehdota, että omistuksen pitäisi jakautua jotenkin tasaisesti tai samansuuruisiin osuuksiin eri yhtiöiden kesken. Sen sijaan se pyrkii mittaamaan ja arvioimaan omistuksen merkitystä yrittämällä määrittää medioiden kokonaisvaikutusta. Aikaisempaan verrattuna kyse on ratkaisevasti erilaisesta sääntelyn rakenteesta. Tällaisten laskelmien avulla pyritäisiin arvioimaan eri yhtiöiden omistamien kaikkien medioiden yhteenlaskettu kokonaisvaikutus kansalliseen yleisöön. Kyse on kuitenkin ennemminkin vaikutusmahdollisuudesta, kuin jostain mitattavissa olevasta todellisesta vaikutuksesta.

Vaikka joukkoviestintä nähtäisiin yhtenä markkina-alueena, se on silti tällä hetkellä rakentunut erilaisista tuotteista ja palveluista, joita säännellään eri tavoin. Medioiden kokonaisvaikutuksen arviointiin liittyy monia ongelmia: miten mitataan markkinat ja miten lasketaan ”vaihtoarvo” markkinoilta toisiin? Miten esim. sanomalehtien, radion ja television yhtiö- ja välinekohtaiset osayleisöt lasketaan yhteen, kun eri sektoreiden vaikutuksia pyritään vertaamaan yhteismitallisesti? On selvää, että yleisömittauksia joudutaan tekemään monikerroksisesti (esim. valtakunnallinen, alueellinen ja paikallinen taso), mikä edellyttää pitkälle kehitettyjä yleisömittareita.

Sanomalehdistön, radion ja television yleisömittausten yhteismitallisuutta on EU:n piirissä selvitetty ja siitä on olemassa suosituksia (Council of Europe, MM-CM, 1995). Kokonaisvaikutuksen mittausta ja arviointia on kuitenkin hankalaa, koska siinä on otettava huomioon olemassaolevien rajoitusten vaikutus: esim. kilpailulainsäädäntö estää määräävän markkina-aseman väärinkäytön (esim. mainosajan myyntihinnat) samalla kun toimilupaa edellyttää ”puolueettomuutta” tai ”tasapuolisuutta” ohjelmatoiminnassa (esim. vähemmistöjen huomiointi).

Pluralismin turvaaminen

Euroopan unionilla ei ole mitään valtaa suojella pluralismia sinänsä. Se voi kuitenkin toimia sisämarkkinoiden tavoitteiden saavuttamiseksi, toisin sanoen varmistaakseen rajoista vapaan alueen luomisen, missä vapaan liikkumisen peruseriaatteen on taattu. EU:n komission vihreässä kirjassa on kuitenkin dokumentoitu, miten jäsenmaiden lainsäädäntöjen erilaisuus pluralismissa ja mediaomistuksessa on synnyttänyt esteitä palvelujen vapaalle liikkumiselle ja oikeudelle perustaa niitä.

Sisämarkkinoiden esteet ovat sopusoinnussa yhteisön lainsäädännön kanssa niin kauan, kuin ne edesauttavat yhteisen edun saavuttamista. Yksi jäsenmaiden hyväksymä yhteinen etu on pluralismi, moniarvoisuus. Esteiden poistamiseksi lainsäädäntöä pitäisi harmonisoida, jotta saavutettaisiin

samantasoinen suoja pluralismille eri jäsenmaissa. Tämä puolestaan tarkoittaa sitä, että nykyistä lainsäädäntöä ei voida kaikissa maissa säilyttää, jos se häiritsee pluralismin toteutumista.

Vaikka EU:n komission vihreässä kirjassa todetaan selvästi, että kilpailulainsäädäntö voi myötävaikuttaa pluralismiin, kilpailulaki ei yksinään voi kattaa kaikkia mahdollisia tilanteita. Tämä johtuu siitä, että pluralismin ylläpito ja kilpailu muodostavat kaksi erilaista tavoitetta, jotka kumpikin vaativat erilaisen lähestymistavan. Siksi jäsenmaat ovat ottaneet käyttöön kansallisen kilpailulainsäädännön rinnalle viestinnän erityislainsäädäntöä, jolla säännellään mediaomistusta ja pluralismia. Joissakin tapauksissa erityislainsäädäntö on saattanut perustua protektionismiin, kuten ulkomaisen yrityksen markkinoillepääsyn estämiseen. Tällaiset diskriminoivat rajoitukset on jouduttu EU:n alueella poistamaan.

Niissä maissa, joissa on eniten kiinnitetty huomiota mediaomistusta koskevan lainsäädännön tulevaisuuteen (Saksa ja Iso-Britannia), on hyvin selvästi todettu, että kilpailulakien rinnalla tarvitaan välttämättä erityislainsäädäntöä.

Onko perusteita yhteisötason toimille?

Yhteisötason toimenpiteitä keskittymishaittojen ehkäisemiseksi on EU:n komission selvityksissä perusteltu mm. uuden viestintäteknologian nostamalla haasteilla. Miten sitten uuden viestintäteknologian yleistyminen vaikuttaa keskittymiseen ja pluralismiin? Ensinnäkin uusi viestintäteknologia lisää rajat ylittävää viestintää, mikä voi hankaloittaa tai tehdä tarpeettomaksi kansallisen lainsäädännön kehittämisen. Toiseksi nykyiset kansalliset rajoitukset on laajennettava kattamaan uudet viestimet sekä ottamaan huomioon esim. televisiokanavien lukumäärän moninkertaistumisen. Jos näitä seikkoja ei koordinoita EU:n tasolla, sääntelymekanismien erot kasvavat.

Voidaan kysyä, mitä hyötyä olisi yhteisötason toimenpiteistä pluralismin turvaamiseksi. Yhteisötason toimenpide takaisi yhtäläisen tason pluralismin suojelemiseksi yhteisössä. Tällainen suojeleminen muuttaisi nykyisen tilanteen, jossa tv-operaattori, joka ei saa toimia jossakin jäsenmaassa, voi kiertää ongelman lähettämällä kanavaansa satelliittiteitse jonkin toisen jäsenmaan sisäältä. Kesällä 1997 uudistettu EU:n tv-direktiivi tulee sääntelemään tätä aluetta. Lisäksi yleisradiotoimintaa voitaisiin valvoa yleisradiotoimintaa harjoittavan yhtiön omassa maassa, pikemmin kuin vastaanottavassa maassa, koska toimilupa myöntävät viranomaiset joutuisivat

ottamaan huomioon myös niiden kansalaisten edut, jotka ovat satelliitin vastaanottoalueella eikä vain oman maansa kansalaisia.

Jos yhteisötason sääntelyä olisi, niin rajat ylittävää viestintää – jonka osuus kasvaa uuden viestintäteknologian kasvun myötä – voitaisiin valvoa ja näin joidenkin maiden viestimiä voitaisiin estää haittaamasta tai uhkaamasta toisten maiden viestimiä.

Millainen yhteisön antama määräys (direktiivi, päätös, suositus) voisi luonteeltaan olla? EU:n komission tiedonannossa todetaan, että yhteisön lakitoimenpiteen tavoitteena on asettaa median omistukselle ehdot, joita kansallisten viranomaisten pitäisi soveltaa, kun he myöntävät toimilupia uusille radio- tai tv-asetuille tai kun olemassaoleva asema siirtyy uuteen omistukseen. Yhteisön tasolla määriteltäisiin kriteerit, joiden perusteella viranomaiset pystyvät arvioimaan mediaomistusta. Tällaisia kriteereitä olisi kaksi: 1) median todelliset yleisömäärät ja 2) median todellinen omistaja (controller). Toimilupaa myönnettäessä valvova viranomainen tarkistaisi, että yhden omistajan hallussa olevien medioiden yleisömäärä ei ylittäisi yhteisötasolla määriteltäviä enimmäisrajaa.

Miksi EU:n komissio on kiinnostunut käyttämään yleisömäärää mediaomistuksen rajoituksen perusteena? Tällä hetkellä kansalliset lait rajoittavat usein radio- tai tv-asetmien lukumäärää, joka yhdellä omistajalla saa olla. Nämä kriteerit ovat toimineet, kun kanavia oli rajallinen määrä. Uuden viestintäteknologian ja erityisesti digitaalitekniikan sekä television kanavamäärän kasvun myötä yleisöluvuista tulee yhä tärkeämpi kriteeri. Pluralismin kannalta yleisömäärä-kriteeri olisi kaikille operaattoreille yhtäläinen ja reilumpi kuin nykyinen tilanne. Eräät jäsenmaat soveltavat jo nyt tätä kriteeriä tarkistaessaan mediakauppojen hyväksyttävyyttä.

Voidaan myös kysyä, miksi EU on kiinnostunut käyttämään kriteerinä todellista mediaomistajaa. EU:n komission tiedonannossa todetaan, että koska tavoitteena on pyrkiä määrittelemään kuka valvoo mitä, niin laadullinen määritelmä siitä, kuka todellinen omistaja oikein on, auttaa määrittelemään todellista eikä vain muodollista vaikutusta, mikä yksittäisellä henkilöllä tai yhteisöllä kussakin mediayhtiössä on.

Euroopan mediainstituutti EIM (The European Institute for the Media, Düsseldorf) on EU:n komission toimeksiannosta esittänyt neljä kriteeriä todellisen mediaomistajan (controller) määrittämiseksi:

- 1) Sopimus pohjaiset kytkennät;
- 2) taloudelliset kytkennät;
- 3) henkilökytkennät (kuka nimittää johdon);
- 4) omistuskytkennot (osakemäärät).

On selvää, että medioiden yleisömäärällä mitatun ”todellisen kokonaisvaikutuksen” ja ”todellisen omistajan” selvittämiseen liittyy monia käsitteellisiä, oikeudellisia, mittauksellisia ja tiedon hankintaan liittyviä ongelmia. Monessa tutkimuslaitoksessa ja organisaatiossa ollaan kuitenkin jo tekevässä tähän suuntaan menevää tiedonkeruu- ja analyysityötä, kuten EIM:ssä, Euroopan neuvostossa, Euroopan Audiovisuaalisessa Observatoriossa (Strasbourg), IDATE:ssa (Montpellier). Tämänäköinen kansainvälinen, jäsenmaiden erilaisten tilastointi- ja rekisteröintikäytäntöjen yhteismitallistamiseen pyrkivä työ on hidasta. Tavoitteena ei kuitenkaan ole pikutarkkuus, sillä viranomaisten päätöksentekoa ja jäsenmaiden keskinäistä tiedonvaihtoa varten riittää usein suuruusluokaltaan riittävä tarkkuus.

Teknologian vaikutus

Uuden viestintäteknologian sovellutusten yleistyminen on muuttamassa joukkoviestinnän kokonaistilannetta siten, että lähinnä perinteisen painoviestinnän ja yleisradiotoiminnan malleihin perustuva keskittymisen sääntelymekanismi ei sovellu suoraan uusiin rakenteisiin.

Tilanne on muuttumassa monimutkaisemmaksi viestimien teknisen rakenteen lähentymisen ja yhtiöiden liittoutumien takia. Uusien ja vanhojen viestimien rajapinnat ovat hämärtyneet. Multimediatauottaminen ja verkkomediatoiminta kytkevät viestinnän arvoketjun peräkkäisiä tuotantovaiheita ja osapuolia uudella tavalla toisiinsa. Teleyritysten, sähköviestinnän harjoittajien ja tietokoneyhtiöiden liittojen seurauksena on syntynyt ongelmia siitä, miten viestintäsektori ylipäänsä määritellään ja erityisesti miten sektorit ylittävä omistus määritellään.

Digitaalitekniikan ja telematiikan laajentuva hyväksikäyttö sekä maailmanlaajuisten markkinoiden kasvu muuttavat erityisesti sähköisen joukkoviestinnän teknistä perusrakennetta ja kilpailuympäristöä. Markkinat ovat tulleet monilla aloilla avoimemmiksi, ja kovaa kilpailua käydään myös välitysteiden (kaapeli, satelliitti, radioaallot, verkot) hallinnasta.

Radio- ja televisioitoimintaa koskeva toimilupapolitiikka tulee olemaan digitaalitekniikan takia lähitulevaisuudessa uusien haasteiden ja tehtävien edessä, kun valtakunnalliselle, alueelliselle ja paikalliselle tasolle on pyrkimässä lisää toimijoita. Myös satelliittitelevision yleistyminen tuo ongelmia keskittymisen sääntelyä hoitaville viranomaisille: jäävätkö vain maanpäällitse lähettävät perinteiset yleisradioyhtiöt sääntelyn alaisuuteen, samalla kun satelliittikanavat voivat toimia rajoituksista välittämättä?

Uuden viestintäteknologian piirissä toimivien hyvinkin erilaisten yritysten yhteenliittymät eli allianssit ovat yleistyneet. Tällaisten maailmanlaajuisten yritysten liitot muuttavat markkinarakenteita. Samalla kun yhtiöt ylittävät yhä enemmän maiden rajoja päästäkseen kansainvälisille markkinoille, hallitukset kehittelevät edelleen omistusrajoituksia, jotka kuuluvat selvästi toisenlaiseen aikakauteen. Siihen on kuitenkin vielä matkaa, että maailma olisi yksi suuri globaali viestintäkylä.

On huomattava, että moniin suuriin markkina-alueisiin liittyy yleisiä ehtoja ja rajoituksia, jotka estävät suurtenkin yritysjohtajien liikkumavaraa ja pääsyä globaaleille markkinoille. Tällaisia rajoituksia ovat monopolistinen markkinarakenne, ulkomaisomistusta koskevat rajoitukset sekä kulttuuriset, kielelliset, uskonnolliset ym. erikoispiirteet. Monikielisuuden ylläpito on tärkeä lähtökohta keskittymisongelmien ja pluralismin käsittelyssä esimerkiksi Belgiassa ja Sveitsissä.

Suuryhtiöiden asemat vahvistuneet

Joukkoviestinnän omistuskeskittymistä koskevia rajoituksia on höllennetty viime vuosina useissa Euroopan maissa. Sääntelyn lievä purkaminen on vastannut suurten mediayritysten tavoitteita toimintamahdollisuuksiensa laajentamiseksi kansainvälistyvillä viestintämarkkinoilla. Samanaikaisen rajoitusten lievän purkamisen kanssa omistuskeskittymisen kasvu on herättänyt parlamenteissa keskustelua erityisesti monipuolisen joukkoviestinnän ja ilmaisunvapauden turvaamisen näkökulmasta.

Euroopan unionin jäsenmaissa keskittymisrajoitusten lieventäminen auttaa suuria mediayhtiöitä vastaamaan digitaalitekniikan mahdollistamaan sähköisten kanavien lukumäärän kasvuun ja valmistautumaan tietoyhteiskunnan vähitellen avaamiin uusiin mediamarkkinoihin. Lisävauhtia viestintärakenteiden kehitykselle antaa telemarkkinoiden vapautuminen sisämarkkinoilla vuoden 1998 alusta.

Euroopan unionin sisämarkkinoilla toimivat mediayhtiöt pystyvät liberalisoinnin ansiosta joustavasti mukautumaan uuteen teknologiaan ja hyödyntämään siinä esiinnousevia kaupallisia mahdollisuuksia. Viestinnän omistuskeskittymisen seurauksena tulevaisuuden viestintämarkkinoilla on vähemmän, mutta suurempia toimijoita.

Kirjallisuus

Council of Europe, MM-CM (97)6. Committee of Experts on Media Concentrations and Pluralism. Report to the CDMM. Strasbourg, 20 January 1997.

Council of Europe, MM-CM (95)8, Vol. I-II. Committee of Experts on Media Concentrations and Pluralism. Study prepared for the European Commission on the feasibility of using audience measures to assess pluralism. Strasbourg, 27 March 1995.

Dagspressen i 1990-talets medielandskap. En expertrapport från Pressutredningen 1994. SOU 1994:94.

Doyle, Gilliam: Deregulierung für den Multimediamarkt. Media Perspektiven, 3/1996, 164–170.

Follow-up to the consultation process relating to the Green Paper Pluralism and Media Concentration in the Internal Market: an assessment of the need for Community action. Communication from the Commission to the Council and the European Parliament. Commission of the European Communities, COM(94)353, Brussels, 5.10.1994.

<http://www.dep.no/>. Norjan uusi viestintälakiehdotus on osoitteessa: www.lovddata.no/all/nl-19970613-053.html.

<http://www.imv.aau.dk/smu/>

<http://www.pluralism.pi.se/>

Iosifides, Petros: Merger control and media pluralism in the European Union. Communications Law, Vol. 1, No. 6, 1996, 247–249.

Measures to promote media transparency. Recommendation No. R(94)13 adopted by the Committee of Ministers of the Council of Europe on 22 November 1994 and explanatory memorandum. Council of Europe. Council of Europe Press: Strasbourg 1995.

Media Ownership. The Government's Proposals, Cn 2872, HMSO, May 1995.

Neuvoston asetus (ETY) N:o 4064/89, annettu 21 päivänä joulukuuta 1989 yrityskeskittymien valvonnasta. [Council Regulation (EEC) No 4064/89 of 21 December on the Control of Concentrations Between Undertakings. Official Journal of the European Communities, 30 December 1989, L 395.]

Neuvoston direktiivi, annettu 3 päivänä lokakuuta 1989, televisiotoimintaa koskevien lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta (89/552/ETY) [Council Directive of 3 October 1989 on the Coordination of Certain Provisions Laid Down by Law, Regulation or Administrative Action in Member States concerning the Pursuit of Television Broadcasting Activities (89/552/EEC.) Muutettu 30.6.1997.

Nordisk Medie Nyt 10(1995)1, 2 ja 11.

Nordisk Medie Nyt 11(1996)3, 14.

Nordisk Medie Nyt 12(1997)1, 11–12.

Pluralism and Media Concentration in the Internal Market: an assessment of the need for Community action. Commission Green Paper. Commission of the European Communities, COM(92)480, Brussels, 23 December 1992.

Suomen Lehdistö 66(1997)1, 5: Omistusrajoituksista ei apua sisämarkkinoille.

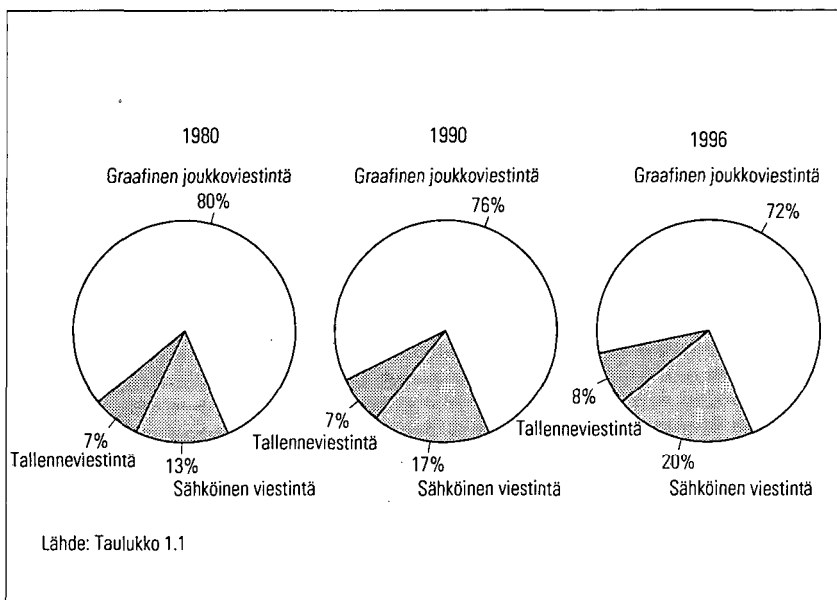
Ägarkoncentration i dagspress och radio/TV – fem promemorior och diskussionsinlägg. Rapport från Pressutredningen 1994. SOU 1994:145.

*Tilastotietoja
joukkoviestinnästä*

1 Joukkoviestinnän talous ja kulutus

Joukkoviestinnän kokonaisliikevaihto on kasvanut selvästi parin viime vuoden aikana. Vuonna 1996 se oli 17,6 miljardia eli 5 prosenttia edellisvuotista enemmän. Bruttokansantuotteesta joukkoviestinnän liikevaihdon osuus on kuitenkin viimeiset kymmenisen vuotta pysynyt ennallaan eli hieman yli 3 prosenttina. Koko kansantalouden perspektiivistä joukkoviestintä ei siten ole kuulunut ekspansiivisten kasvualojen joukkoon.

Kuvio 1.1 Joukkoviestinnän liikevaihto 1980, 1990 ja 1996
Figure 1.1 Mass media turnover in 1980, 1990 and 1996



Vuonna 1996 liikevaihdon kasvu oli suurinta CD-romeissa, kuvataallenteissa, online-tietopalveluissa sekä kaapelitelevisiotoinnassa (maksu-tv-kanavat). Tallenneviestintä kasvoi yli kolminkertaisella vauhdilla graafiseen ja sähköiseen viestintään verrattuna.

Graafinen viestintä

Graafisen viestinnän (lehdet, kirjat, mainospainotuotteet) liikevaihto oli 12,6 miljardia. Graafinen viestintä on edelleen joukkoviestintätalouden hallitseva ala yli 70 prosentin liikevaihto-osuudellaan, vaikka osuus on ollut laskussa 1980-luvun puolivälistä lähtien. Kymmenen vuoden aikana graafisen viestinnän osuus on pienentynyt noin 7 prosenttiyksikköä lähinnä sähköisen viestinnän eduksi. (Taulukko 1.)

Silti yksin sanomalehdistön osuus koko joukkoviestinnän liikevaihdosta on edelleen lähes kolmannes (31 %). Se oli noin 5,4 miljardia markkaa vuonna 1996. Osuus on laskenut 1990-luvulla vain 3 prosenttiyksikköä. Pudotus on aika pieni, kun se suhteutetaan sanomalehdistön tulonmuodostuksen ja levikkikehityksen suuriin muutoksiin. Sanomalehdet saavat enää vain puolet tuloistaan ilmoitusmyynnistä, kun osuus vuosikymmenen vaihteessa oli yli 70 prosenttia (luokiteltu ilmoittelu mukaanlukien). Samaan aikaan sanomalehtien yhteislevikki on supistunut 17 prosenttia eli 4,1 miljoonasta 3,4 miljoonaan. Kokonaislevikin lasku ei päättynyt myöskään vuonna 1996 mutta hidastui edelleen. Laskua oli enää 1,5 prosenttia.

Aikakauslehdistön liikevaihto oli noin 3,1 miljardia eli 18 prosenttia joukkoviestinnän liikevaihdosta. Jos sanomalehdistön 1990-lukua voidaan kutsua selviytymistarinaksi, niin aikakauslehdistölle sama aikajakso on ollut lähes menestystarina. Aikakauslehtien levikit ovat levikintarkastustietojen perusteella kehittyneet viime vuosina suotuisasti. Aikakauslehdet saavatkin suurimman osan tuotoistaan tilaus- ja irtolumeromyyntistä. Mutta aikakauslehdistö on 1990-luvulla myös kasvattanut osuuttaan mainosmarkoista. Tulonmuodostuksessa ilmoitustulojen osuus onkin kasvanut. Vuonna 1996 ilmoitustuottojen osuus oli arviolta noin viidennes.

Kirjojen kustannusalaan rasittanut säästökausi koulujen ja kirjastojen kirjahankinnoissa on ilmeisesti ohitettu. Suomen Kustannusyhdistyksen myyntitilastojen mukaan oppikirjojen myynti on parina viime vuonna kasvanut selvästi. Myös kirjastot ovat jälleen lisänneet kirjaostojaan. Kirjojen liikevaihto oli noin 2,1 miljardia vuonna 1996.

Ilmaislehdistön ripein kasvu taittui jo ennen taloudellista taantumaa. Mainospainotuotteiden liikevaihto laski lamavuosina keskimääräistä enemmän. Vuonna 1996 sekä ilmaislehtien että mainospainotuotteiden liikevaihto kasvoi viitisen prosenttia.

Sähköinen joukkoviestintä

Valtakunnallisen yleisradiotoiminnan, Yleisradion ja MTV:n liikevaihto oli 2,6 miljardia eli lähes kolme neljäsosaa sähköisen viestinnän kokonaisliikevaihdosta. Vuonna 1996 yleisradiotoiminnan talouden kasvu hidastui pariin edellisvuoteen verrattuna selvästi. Erityisesti tv-mainonnassa vuosi 1996 jäi kasvun kannalta väli vuodeksi. Sen jälkeen tv-mainonta on kuitenkin lähtenyt uudelleen kasvuun. Uuden valtakunnallisen kanavan (Nelonen) synty on myös lisännyt mainostajien kiinnostusta. Tv-mainososuus on kuitenkin vielä kaukana Euroopan keskiarvosta, joka vuonna 1995 oli 31 prosenttia. Suomessa tv-mainonnan osuus mediamainonnasta oli kymmenen prosenttiyksikköä pienempi eli 21 prosenttia vuonna 1996.

Maksu-tv-palvelut toivat noin kolmanneksen kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihdosta, joka oli noin 370 miljoonaa. Vuonna 1996 maksu-tv-palveluja tilattiin lähes 120 miljoonalla.

Paikallisradiokentän rakenteen uusiutuminen ja kaupallisten radioasemaketjujen mukaantulo markkinoille eivät parantaneet paikallisradioalan taloutta. Paikallisradioiden liikevaihto, 180 miljoonaa, jopa hivenen laski edellisvuoteen verrattuna. Vaikka vuosina 1990–96 kaikkiaan lähes 30 paikallisradioyhtiötä lopetti toimintansa tai sulautui toiseen radioasemaan, uusia yrittäjiä on löytynyt tilalle ja paikallisradioyritysten kokonaismäärä on säilynyt suurin piirtein ennallaan. Lisäksi mainosmarkkoja ovat tulleet jakamaan usealla paikkakunnilla toimivat formaattiradiot (Kiss FM & Classic FM) ja vuoden 1997 keväällä aloittanut valtakunnallinen mainosrahoitteinen Radio Nova. Kilpailutilanne on tiukin pääkaupunkiseudulla, jossa radiomainonnan kapeaa kakkua on jakamassa kymmenkunta mainosrahoitteista asemaa.

Online-tietopalvelujen kasvu hidastui mutta siitä huolimatta kasvua kertyi 12 prosenttia. Näissä palveluissa on jo todellista volyyymia, sillä liikevaihto alkaa lähestyä puolta miljardia. Tämä liikevaihtoarvio kattaa lähinnä yrityksille suunnatut tietopalvelut, joissa valtaosa rahoistakin liikkuu.

Ääni- ja kuvatallenteet

Tallenteiden osuus joukkoviestinnän liikevaihdosta on pitkään ollut 6–7 prosenttia mutta näyttää lähteneen kasvuun. Videoiden myynnin ja vuokrauksen liikevaihto kasvoi toistakymmentä prosenttia 360 miljoonaan vuonna 1996. Vuokra- ja myyntivideoiden keskinäiset markkinaosuudet ovat 1990-luvulla kääntyneet lähes päinvastaisiksi. Vuosikymmenen vaihteessa myyntivideoiden osuus oli vajaa neljännes alan kokonaismarkkinoista, mutta vuonna 1996 se oli jo noin 70 prosenttia. Kasvu kohdistui edelleen valtaosin myyntivideoihin, mutta myös videovuokrauksen liikevaihto kasvoi hieman, monen vuoden taantumavaiheen jälkeen.

Myös äänitemarkkinat ovat parina viime vuonna kasvaneet suhteellisen ripeästi. Äänitteitä myytiin 675 miljoonalla. Lähialueilla kukoistavasta piraattiäänitekaupasta on kuitenkin muodostunut alalle uusi uhka. Kansainvälisten menestysartistien äänitteiden piraattiversioiden rinnalle on ilmestynyt laittomia kopioita kotimaistenkin artistien myydyimmistä tuotteista.

CD-romien myynti kolminkertaistui vuonna 1996. Niiden liikevaihto, 150 miljoonaa, on kuitenkin vain noin yksi prosentti joukkoviestinnän kokonaisliikevaihdosta. CD-romien ja muiden tietotallenteiden voidaan silti arvioida kasvavan nopeasti todellisiksi massatuotteiksi, sillä multimedia-mikrot ovat nopeasti yleistymässä kotitalouksissa.

Suurin osa CD-romien myynnistä on ulkomaista alkuperää olevaa materiaalia. Suomen Kustannusyhdistyksen tilastojen perusteella arvioituna alle viidennes on kotimaisten tuotteiden myyntiä. Kirjakaupat ovat kasvattamassa osuuttaan romppumyynnistä. Vuonna 1996 arviolta neljännes rompuista ostettiin kirjakaupoista.

Elokuissa suomalaiset käyvät muuhun Eurooppaan verrattuna harvoin. Alan liikevaihtokin on viime vuosina pysynyt 200 miljoonan tuntumassa. Nykyisellään ala on volyymiltaan joukkoviestintätalouden pienimpiä. Parin vuoden kuluessa nähtäneen, innostavatko Finnkinon ja Sandrews-Metronomen käynnistämät uudet multiplex-teatteriprojektit ja vanhojen elokuvasalien laatutason nosto suomalaisia pysyvästi aktiivisemmiksi elokuissa kävijöiksi.

Mainonta

Mainonta kasvoi nopeasti 1980-luvun loppuvuosina. 1990-luvulle tultaessa tapahtui selvä käänne. Vuosina 1990–93 joukkoviestinmainonta supistui noin neljänneksellä (–24 %) ja vielä vuonna 1996 mainontaan käytettiin vähemmän markkoja (5,4 miljardia) kuin vuonna 1990 (5,7 miljardia).

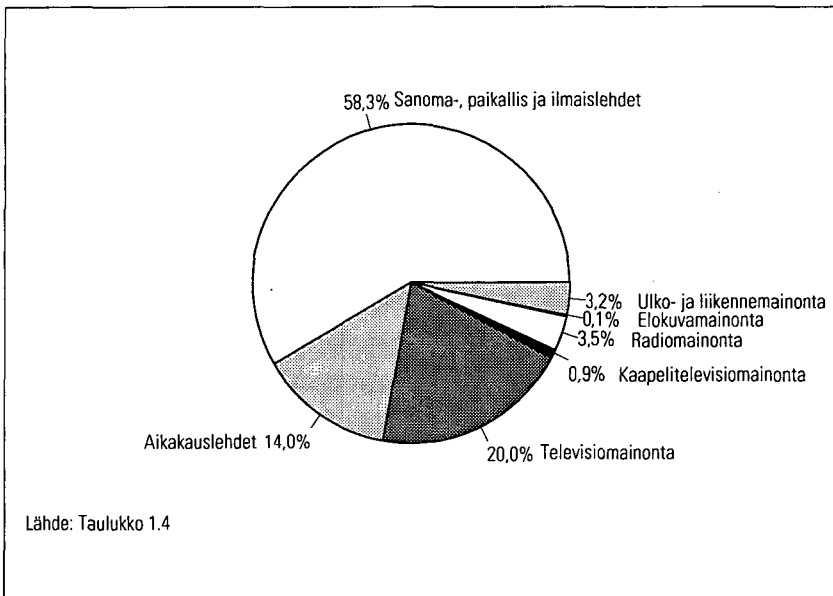
Joukkoviestinmainonnan osuus bruttokansantuotteesta onkin supistunut. Vuonna 1996 se oli noin yksi prosentti, kun suurimmillaan osuus oli noin 1,2 prosenttia vuonna 1989. (Taulukot 3 & 4.)

Mainonnassa Suomi on pysynyt varsin sanomalehtivaltaisena maana, vaikka sanomalehtimainonnan osuus mediamainonnasta onkin laskenut 1990-luvulla 10 prosenttiyksikköä. Silti sanomalehtimainontaan käytetään yli puolet (54 % vuonna 1996) mediamainontarahoista. Osuus on selvästi Euroopan keskiarvoa (40 % vuonna 1995) korkeampi.

Aikakauslehtien osuus mainosmarkoista on 1990-luvulla kasvanut. Vuonna 1996 se oli 14 prosenttia. Aikakauslehtimainonnan kehitystrendi onkin viime vuosina Suomessa ollut päinvastainen kuin monessa muussa Euroopan maassa. Monissa maissa aikakauslehtien mainososuus on ollut laskussa jo 1980-luvun keskivaiheilta lähtien. Suomen ero eurooppalaiseen keskitasoon (19 % vuonna 1995) on kaventunut viiteen prosenttiyksikköön, kun se vielä vuonna 1990 oli toistakymmentä prosenttiyksikköä.

Televisiomainonnan volyymi ja osuus mainosrahoista on aivan viime vuosina kasvanut nopeasti. Vuonna 1995 tv-mainonta kasvoi jopa 18 prosenttia, mutta vuosi 1996 jäi kasvun kannalta väli vuodeksi. Televisiomainontaan käytettiin vuonna 1996 lähes miljardi markkaa. Kaapelitelevisiomainonnan (lähinnä PTV) osuus tästä oli alle 5 prosenttia.

Kuvio 1.2 Mediamainonta 1996
Figure 1.2 Advertising in mass media in 1996



Television osuus mediamainonnasta oli 21 prosenttia vuonna 1996. Se on selvästi vähemmän kuin Euroopassa keskimäärin. Vuonna 1995 tv-mainontaan käytettiin Euroopassa keskimäärin 31 prosenttia mainosrahoista.

Paikallisradiomainnon suhteellinen osuus mediamainonnasta on edelleen vuosikymmenen vaihdetta alemmalla tasolla. Vuonna 1996 se oli 3,5 prosenttia. Radiomainnon osuuden keskiarvo Euroopassa oli 4,9 prosenttia vuonna 1995.

Suurimmat yritykset

Liikevaihdoltaan miljardiluokan joukkoviestintäyrityksiä on Suomessa vain viitisen kappaletta (taulukko 2). Yleisradio sai takaisin alan suurimman yhtiön aseman, kun Sanoma Yhtymä jakautui vuonna 1994 sanomalehtien julkaisemiseen keskittyväksi Sanoma Osakeyhtiöksi ja aikakauslehtiä, kirjoja, sähköistä viestintää ja multimediaa tuottavaksi Helsinki Media Companyksi. Sanoma Oy omistaa 40 prosenttia Helsinki Median osakkeista.

Suurimmista viestintäyhtiöistä Yleisradio on Suomen neljänneksi suurin liikelaitos ja Sanoma Oy löytyi sijalta 67 Talouselämä-lehden 500 suurimman yrityksen listalla vuonna 1996.

Aamulehti -yhtymä omistaa levikillä mitaten toiseksi suurimman ja nimikemäärältään suurimman sanomalehtiketjun: 8 päivälehteä ja 10 muuta sanomalehteä. Aamulehti -yhtymä ja tv-mainonnan voimakkaan kasvun myötä miljardiluokkaan noussut MTV Oy sulautuivat keväällä 1998 uudeksi joukkoviestinnän monialayritykseksi nimeltä Alma Media. Ruotsin suurin sanomalehtikonserni Marieberg on Alma Median suurin yksittäinen omistaja 23 prosentin osuudellaan.

Suurin kirjankustantamo WSOY siirtyi liikevaihdoltaan miljardiluokkaan ostamalla Weilin+Göösin Amer-yhtymältä vuonna 1995.

Kolmen suurimman aikakauslehtikustantajan – Yhtyneet Kuvalehdet, Helsinki Media ja A-lehdet – osuus yleisölehtien koko volyymista on noin 65 prosenttia ja kaikkien aikakauslehtien (yleisölehdet, ammatti- ja järjestölehdet, asiakaslehdet) volyymista noin 25 prosenttia.

Yhtyneet Kuvalehdet on suurimpien kirjankustantajien, WSOY:n ja Otavan puoliksi omistama yritys. Nämä kirjankustantamot sekä Sanoma Oy omistavat yhteensä noin 60 prosenttia myös Rautakirjan osakkeista. Rautakirja on hallitsevassa tai keskeisessä asemassa monilla joukkoviestinnän vähittäiskaupan sektoreilla (sanoma- ja aikakauslehdet, kirjat, elokuvat, videot).

Joukkoviestintä työllistäjänä

Joukkoviestinnän osuus työllisistä oli hieman yli 2 prosenttia vuonna 1995. Osuus ei ole oleellisesti muuttunut 1980-luvun alun jälkeen. – Lukuihin eivät sisälly viestintävälineiden tukku- ja vähittäiskaupan henkilöstö eivätkä free lance -toimittajat.

Edellä on todettu, että graafinen viestintä on taloudellisesti dominoiva joukkoviestinnän osa. Se on myös joukkoviestinnän selvästi suurin työllistäjä. Toisaalta se on myös sektori, josta työpaikkoja lamavuosina katosi selvästi eniten.

Tietoliikenne eli posti- ja teletoiminta on työllistäjänä joukkoviestintää jonkin verran pienempi mutta saattaa henkilöstömäärältään lähivuosina sivuuttaa joukkoviestinnän.

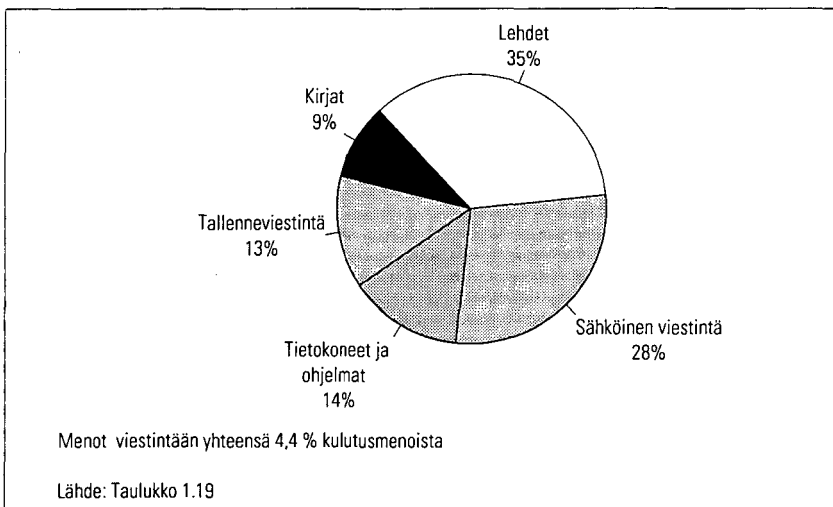
Kotitalouksien joukkoviestinmenot ja laitekauppa

Kotitaloudet käyttivät joukkoviestimiin 4,4 prosenttia kulutusmenoistaan vuonna 1996. Osuus on viime vuosien aikana hiukan kasvanut (Taulukko 19.) Suurimpia yksittäisiä menoeriä olivat sanoma- ja aikakauslehdet sekä tv-lupa ym. -maksut. Kotimikrojen, oheislaitteiden ja ohjelmien osuus on selvässä kasvussa.

Kulutuselektroniikan laitteiden vähittäismyynnin arvo oli 2,6 miljardia vuonna 1996. Viime vuosina myynti on ollut selvässä kasvussa. Vuonna 1996 prosentuaalisesti eniten kasvoi PC-laitteiden ja stereolaitteiden myynti.

Kuvio 1.3 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään 1996

Figure 1.3 Household consumption expenditure in mass media in 1996



Suurista kasvuluvuista huolimatta kulutuselektroniikan kokonaismyynnin arvo ylitti vasta vuonna 1996 lamaa edeltäneen tason. 1990-luvun alussa uusien massamarkkinatuotteiden puute ja talouslama kolhivat laitekauppaa erityisen pahasti. Alhaisimmillaan (vuonna 1993) nimellishintainen laitemyynnin arvo oli alle 60 prosenttia vuoden 1990 tasosta.

Erityisesti kotitietokoneiden markkinoiden kehitys on kauppiaiden kannalta ihanteellisessa vaiheessa. Myyntimäärät ovat kasvaneet ja lisäksi myynnin painottuminen multimediatekniikoihin on pitänyt myytyjen laitteiden keskihinnat ylhäällä. Tilastokeskuksen 1996 kulutustutkimuksen tietojen mukaan 10 prosentilla kotitalouksista oli käytössään multimediamikro.

Videonauhuri oli lähes kahdella kolmesta ja cd-soitin hieman alle puolella kotitalouksista vuonna 1996. Talouksista kolmanneksella oli jonkinlainen kotitietokone (pelikoneet mukaan lukien) ja noin 10 prosentilla modeemi. (Taulukko 20.)

Tilastointi

Tiedot joukkoviestinnän kokonaisliikevaihdosta toimialoittain perustuvat useisiin laadultaan eritasoisiiin tilastolähteisiin. Useiden alojen tiedot ovat karkeita arvioita. Liikevaihtolaskelmat on laadittu Tilastokeskuksen joukkoviestintätilastoyksikössä yhteistyössä ulkopuolisten asiantuntijoiden kanssa.

Mainontaan käytettyä nettomarkkamäärää ja sen jakautumista eri joukkoviestintävälineiden kesken seuraa Suomen Gallup-Media Oy. Taulukon 3 aikasarjan luvuissa mainonnan suunnittelu- ja tuotantokustannukset sisältyvät mediamainonnan lukuihin. Aikasarjan vuosia 1980 ja 1985 kuvaavat nettoluvut on estimoitu vuodesta 1988 lähtien sovelletun uuden laskentamenetelmän mukaisiksi. Taulukossa 4 esitetään tiedot mainonnan jakautumisesta tarkemmin ryhmiteltyinä ja siten, että nk. mediainvestoinnit (mediatilan ostot) on eriytetty mainonnan suunnitteluun ja tuotantoon menevistä rahoista. – Taulukoiden luvuissa on mukana vain joukkoviestinmainonta. Muut mainonnan lajit kuten suoramainonta, hakemistomainonta, messumainonta, sponsorointi ja liikelahjat eivät sisälly lukuihin.

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

Joukkoviestinnän kulutusmenoja ja viestintävälineiden omistusta koskevien tietojen keskeinen lähde on Tilastokeskuksen kotitaloustutkimus, jota on tehty vuodesta 1966 lähtien noin viiden vuoden välein ja vuodesta 1994 alkaen vuosittain.

Joukkoviestinnän parissa käytettyä aikaa koskevat tiedot ovat Gallup-Median Intermediatutkimuksesta. Osa väestöryhmittäisistä tiedoista on otoksen pienuuden vuoksi lähinnä suuntaa antavia. Joukkoviestintään käytetyn ajan suhteesta muuhun ajankäyttöön kertovat Tilastokeskuksen vuosien 1979 ja 1987/88 ajankäyttötutkimukset.

(TS)

Täydentävää kirjallisuutta

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

Graafiset faktat. Graafisen Teollisuuden Liitto, Helsinki, eri vuosina.

Hansen, Aino-Maria, Lankinen, Pirkko & Siivonen, Timo: Graafisen teollisuuden riskit ja voimat 1992–2002. Suomen Kirjatyöntekijäin Liitto & Graafisen Teollisuuden Liitto, Helsinki 1994.

Jeskanen-Sundström, Heli: Joukkoviestintä kansantaloudessa. Teoksessa Joukkoviestintätilasto. Tilastollisia tiedonantoja nro 78. Tilastokeskus, Helsinki 1987.

Kotitalouksien kulutusmenot 1996. SVT, Tulot ja kulutus 1998: 1. Tilastokeskus, Helsinki 1998.

Lankinen, Pirkko: Toimialaraportti 1997 – Kustannustoiminta. KTM Toimiala – Infomedia, Helsinki 1997.

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

Okkonen, Kirsi-Marja & Soramäki, Martti: Taloudellisen yhdentymisen vaikutus. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Joukkoviestintä Suomessa. Weilin+Göös, Helsinki 1994.

Paikallisradioiden taloustilasto. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus, eri vuosina.

Sauri, Tuomo: Joukkoviestinnän talous ja rakenne 1986 – 1995/96. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1996: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1997.

Sauri, Tuomo: Joukkoviestinnän talous. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Joukkoviestintä Suomessa. Weilin+Göös, Helsinki 1994.

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

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

Taulukot – Tables

- 1.1 Joukkoviestinnän liikevaihto vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Mass media turnover in 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 1.2 Suurimpien joukkoviestintäyritysten konserniliikevaihto vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Turnover of the biggest companies in mass communication in 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 1.3 Mediamainonta 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Media advertising in 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 1.4 Mediamainonta 1990 – 1996
Media advertising in 1990 – 1996
- 1.5 Joukkoviestintä työllistäjänä 1980, 1985 ja 1990 – 1995
Mass communication as employer in 1980, 1985 and 1990 – 1995
- 1.6 Joukkoviestinnän eri sektoreiden kotimaisuusasteita.
Share of domestic production in different sectors of mass communication
- 1.7 Graafisen tuotannon ja kustannustoiminnan henkilökunta vuosina 1985 ja 1990 – 1995
Staff engaged in printing and publishing in 1985 and 1990 – 1995
- 1.8 Graafisen teollisuuden toimitusten arvo alatoimialoittain vuosina 1990 – 1995
Value of deliveries in different branches of the printing industry in 1990 – 1995
- 1.9 Graafisen teollisuuden eräiden tuoteryhmien toimitusten arvo vuosina 1990 – 1995
Value of deliveries of some product groups in the printing industry in 1990 – 1995
- 1.10 Graafisen teollisuuden vienti ja tuonti 1980 ja 1985 – 1996
Printing industry exports and imports in 1980 and 1985 – 1996
- 1.11 Graafisten tuotteiden vienti tuoteryhmittäin vuosina 1990 – 1996
Exports of print media by product groups in 1990 – 1996
- 1.12 Graafisen teollisuuden vienti maittain vuosina 1990 – 1996
Breakdown of printing industry exports by country in 1990 – 1996
- 1.13 Graafisten tuotteiden tuonti tuoteryhmittäin vuosina 1990 – 1996
Imports of print media by product groups in 1990 – 1996
- 1.14 Graafisen teollisuuden tuonti maittain vuosina 1990 – 1996
Breakdown of printing industry imports by country in 1990 – 1996
- 1.15 Elektronisten viihdelaitteiden ja muiden tietoliikennevälineiden valmistuksessa ollut henkilökunta vuosina 1985 – 1995
Staff engaged in the manufacture of entertainment electronics and other means of communication in 1985 – 1995

- 1.16 Viihde-elektroniikan tuotteiden valmistuksen arvo vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1995
Value of deliveries in entertainment electronics manufacture in 1980, 1985 and 1990 – 1995
- 1.17 Viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyynti vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Retail sales of entertainment electronics in 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 1.18 Viihde-elektroniikan laitteiden myynnin arvo vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Entertainment electronics: sales volume in 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 1.19 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään sekä viestintämenojen osuus kulutusmenoista vuosina 1990 – 1996
Household consumption expenditure in mass media and share of total consumption expenditure in 1990 – 1996
- 1.20 Kotitalouksien elektronisten viihdelaitteiden omistus 1994 – 1996
Household ownership of entertainment electronics in 1994 – 1996
- 1.21 Joukkoviestinteen tavoitavuus 1996
Daily reach of mass media in 1996
- 1.22 Joukkoviestimiin käytetty aika vuonna 1996
Time spent with mass media in 1996

Kuviot – Figures

- 1.1 Joukkoviestinnän liikevaihto 1980, 1990 ja 1996
Mass media turnover in 1980, 1990 and 1996
- 1.2 Mediamainonta 1996
Advertising in mass media in 1996
- 1.3 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään 1996
Household consumption expenditure in mass media in 1996
- 1.4 Eräiden viihdelaitteiden myynti 1980 – 1996
Sales of selected entertainment electronics in 1980 – 1996
- 1.5 Kotitalouksien viihdelaitteiden omistus 1996
Household ownership of entertainment electronics in 1996

1.1 Joukkoviestinnän liikevaihto vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Mass media turnover in 1980, 1985 and 1990 – 1996

	1980		1985		1990		1991		1992	
	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%
Päivälehdet (7–4-päiväiset)* <i>Dailies (7–4 times a week)*</i>	1 467	26,5	2 920	27,6	4 450	27,7	4 115	26,6	4 090	27,1
Muut sanomalehdet (3 – 1-päiväiset)* <i>Non-dailies (3 – 1 times a week)*</i>	225	4,1	460	4,4	680	4,2	690	4,5	630	4,2
Ilmaislehdet – <i>Free sheets</i>	85	1,5	230	2,2	325	2,0	285	1,8	245	1,6
Aikakauslehdet – <i>Magazines & periodicals</i>	1 205	21,8	2 125	20,1	2 900	18,0	2 800	18,1	2 670	17,7
Kirjat – <i>Books</i>	870	15,7	1 340	12,7	2 210	13,7	2 130	13,8	2 025	13,4
Mainospainotuotteet <i>Printed advertising material</i>	550	9,9	1 230	11,6	1 630	10,1	1 500	9,7	1 450	9,6
Graafinen joukkoviestintä yhteensä <i>Print media total</i>	4 402	79,6	8 305	78,6	12 195	75,8	11 520	74,4	11 110	73,5
Valtakunnallinen yleisradiotoiminta <i>Nationwide television & radio</i>	732	13,2	1 390	13,2	2 022	12,6	2 150	13,9	2 253	14,9
Paikallisradiot – <i>Local radio</i>	–	–	10	0,1	235	1,5	200	1,3	190	1,3
Kaapelitelevisio – <i>Cable television</i>	7	0,1	44	0,4	313	1,9	300	1,9	321	2,1
Online tietopalvelut** <i>Online information services**</i>	1	0,0	50	0,5	170	1,1	205	1,3	220	1,5
Sähköinen viestintä yhteensä <i>Electronic media total</i>	740	13,4	1 494	14,1	2 740	17,0	2 855	18,4	2 984	19,8
Äänitteet – <i>Phonograms</i>	252	4,6	404	3,8	666	4,1	650	4,2	580	3,8
Kuvatallenteet – <i>Videos</i>	3	0,1	190	1,8	305	1,9	265	1,7	255	1,7
Elokuvateatterit – <i>Cinemas</i>	136	2,5	173	1,6	186	1,2	188	1,2	178	1,2
CD-Rom ja muut tietotallenteet <i>CD-Rom & other digital offline media</i>										
Tallenneviestintä yhteensä <i>Recorded media total</i>	391	7,1	767	7,3	1 157	7,2	1 103	7,1	1 013	6,7
Koko joukkoviestintä <i>Mass media total</i>	5 533	100,0	10 566	100,0	16 092	100,0	15 478	100,0	15 107	100,0
Osuus BKT:sta % <i>Mass media as % of GNP</i>	2,9		3,2		3,1		3,2		3,2	

* Sanomalehtien tiedot vuoteen 1991 asti eivät ole vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.
Newspaper figures for 1992 and onwards are not wholly comparable with the figures until 1991.

** Sisältää vain yrityksille suunnatut tietopalvelut. – *Business information services only.*

Huom! Useita aloja kuvaavat luvut ovat arvioita. – *NB: This table includes several estimates.*

Lähde: Tilastokeskus, Joukkoviestintä- ja kulttuuriyksikkö & VTT, Tietotekniikka
Source: Statistics Finland, Unit of Culture and the Media & VTT Information Technology.

1.1 Jatkuu
Continued

	1993		1994		1995		1996		Muutos Change 1996/95 %
	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	
Päivälehdet (7–4-päiväiset)* Dailies (7–4 times a week)*	3 980	26,8	4 370	27,7	4 650	27,7	4 725	26,9	1,6
Muut sanomalehdet (3 – 1-päiväiset)* Non-dailies (3 – 1 times a week)*	610	4,1	615	3,9	620	3,7	635	3,6	2,4
Ilmallehdet – Free sheets	230	1,5	270	1,7	285	1,7	300	1,7	5,3
Aikakauslehdet – Magazines & periodicals	2 670	18,0	2 750	17,5	2 945	17,5	3 120	17,7	5,9
Kirjat – Books	1 930	13,0	1 930	12,2	2 030	12,1	2 110	12,0	3,9
Mainospainotuotteet Printed advertising material	1 470	9,9	1 580	10,0	1 650	9,8	1 730	9,8	4,8
Graafinen joukkoviestintä yhteensä Print media total	10 890	73,3	11 515	73,1	12 180	72,6	12 620	71,7	3,6
Valtakunnallinen yleisradiotoiminta Nationwide television & radio	2 264	15,2	2 367	15,0	2 513	15,0	2 615	14,9	4,1
Paikallisradiot – Local radio	170	1,1	170	1,1	185	1,1	180	1,0	–2,7
Kaapelitelevisio – Cable television	305	2,1	326	2,1	335	2,0	374	2,1	11,6
Online tietopalvelut** Online information services**	235	1,6	290	1,8	370	2,2	415	2,4	12,2
Sähköinen viestintä yhteensä Electronic media total	2 974	20,0	3 153	20,0	3 403	20,3	3 584	20,4	5,3
Äänitteet – Phonograms	530	3,6	585	3,7	630	3,8	675	3,8	7,1
Kuvatallenteet – Videos	255	1,7	280	1,8	315	1,9	360	2,0	14,3
Elokuvateatterit – Cinemas	199	1,3	205	1,3	200	1,2	203	1,2	1,5
CD-Rom ja muut tietotallenteet CD-Rom & other digital offline media			20	0,1	50	0,3	150	0,9	200,0
Tallenneviestintä yhteensä Recorded media total	984	6,6	1 090	6,9	1 195	7,1	1 388	7,9	16,2
Koko joukkoviestintä Mass media total	14 848	100,0	15 758	100,0	16 778	100,0	17 592	100,0	4,9
Osuus BKT:sta % Mass media as % of GNP	3,1		3,1		3,1		3,1		

1.2 Suurimpien joukkoviestintäyritysten konserniliikevaihto vuosina 1980,1985 ja 1990 – 1996
Turnover of the biggest companies in mass communication in 1980, 1985 and 1990 – 1996

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos Change 1996/95
	Mmk – FIM million									
Yleisradio – Finnish Broadcasting Company YLE	674	1 116	1 593	1 684	1 810	1 855	1 847	1 965	2037	4
Sanoma OY– Sanoma Corporation	611	1 351	2 203	2 001	1 934	1 939	1 647	1 743	1824	5
Aamulehti-yhtymä – Aamulehti Group	126	340	1 468	1 402	1 306	1 288	1 329	1 433	1623	13
WSOY	229	496	674	651	643	592	643	1 149	1136	–1
Helsinki Media Company	–	–	–	–	–	–	958	1 050	1131	8
MTV – MTV3 Finland	237	501	675	663	706	709	810	950	975	3
TS-yhtymä – TS Group	218	461	788	759	710	681	922 (15 kk)	832	840	1
A-lehdet	131	228	550	531	547	596	671	730	813	11
Yhtyneet Kuvalehdet – United Magazines	149	284	505	477	465	451	440	579	604	4
Kymen Lehtimedia	–	–	–	–	–	141	177	306	440	44

10 suurinta vuoden 1996 tilanteen mukaan. Suurimpien yritysten joukkoon voidaan lukea myös viestinnän jakelun ja vähittäiskaupan alalla toimiva Rautakirja-yhtymä, jonka kokonaisliikevaihdosta 3 237 milj. mk vuonna 1996 noin puolet muodostui lehtien ja kirjojen myynnistä, videotallenteiden vuokrauksesta ja myynnistä sekä elokuvien levityksestä. – *Based on the situation in 1996 Another company that could be counted among the country's biggest media companies is Rautakirja: approximately one half of group's total turnover of FIM 3 237 million (1996) comes from sales of newspapers and magazines, sales of books, video sales and rentals and the distribution of films.*

Vuoden 1994 alussa Sanoma Yhtymä jakautui kahdeksi itsenäiseksi viestintäyhtymäksi: Sanoma Oy (sanomalehdet ym.) ja Helsinki Media Company Oy (aikakauslehdet, kirjat, sähköinen viestintä). – *At the beginning of 1994 Sanoma Group was divided into two independent companies: Sanoma Corporation (newspapers) and Helsinki Media Company Oy (magazines, books, electronic media).*

Vuoden 1998 keväällä Aamulehti -yhtymä ja MTV yhdistyivät Alma Mediaksi. – *In spring 1998 Aamulehti Group and MTV3 Finland joined forces to form a new multimedia company called Alma Media.*

Lähde: Yritysten vuosikertomukset
 Source: Company annual reports.

1.3 Mediamainonta 1980, 1985 ja 1990 – 1996*
Media advertising in 1980, 1985 and 1990 – 1996*

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos Change 1996/95 %
	%									
Sanomalehdet** – Newspapers**	64,8	68,5	67,4	66,2	63,3	61,3	59,7	57,5	57,1	–0,7
Aikakauslehdet – Magazines & periodicals	16,8	13,4	11,4	10,7	10,7	12,5	13,2	13,9	14,5	4,3
Televisio*** – Television***	15,6	15,4	14,2	16,1	18,6	19,3	20,4	21,7	21,6	–0,5
Radio – Radio	–	0,2	4,2	4,0	4,3	3,9	3,6	3,5	3,3	–5,7
Elokuva – Cinema	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
Ulko- ja liikennemainonta – Outdoor & transport advertising	2,6	2,4	2,8	2,8	3,0	2,9	3,1	3,3	3,5	6,1
Yhteensä – Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0
Joukkoviestinmainonta yhteensä milj.mk – Advertising in mass media total FIM million	1 635	3 615	5 671	4 952	4 447	4 316	4 711	5 278	5 415	2,6
Osuus BKT:sta % – Advertising as % of GNP	0,95	1,09	1,10	1,01	0,93	0,90	0,92	0,97	0,95	–2,1

* Nettomarkkamäärät, luvut sisältävät tuotannon ja suunnittelun. Vuosien 1980–1987 nettoluvut estimoitu 1988 lähtien käytetyn uuden laskentamenetelmän mukaisiksi. – These data are net of discounts. Figures include planning and production costs. Net figures for 1980–87 have been adapted to comply with the new calculation method used since 1988.

** Sanoma-, paikallis- ja ilmaislehdet. – Dailies, non-dailies, and free sheets.

*** Kaapeli-tv mukana vuodesta 1984. – Cable television included since 1984.

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

1.4 Mediamainonta 1990 – 1996
Media advertising in 1990 – 1996

	1990		1991		1992		1993	
	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%
	FIM million		FIM million		FIM million		FIM million	
Päivälehdet (7–4 krt/vk)								
<i>Dailies (7–4 times a week)</i>	2 660	55,4	2 250	53,8	2 002	51,8	1 889	50,2
Muut sanomalehdet – <i>Non-dailies</i>	380	7,9	358	8,6	302	7,8	283	7,5
Sanoma- ja paikallislehdet yhteensä								
<i>Newspapers total</i>	3 040	63,4	2 608	62,4	2 304	59,6	2 172	57,7
Ilmaislehdet – <i>Free sheets</i>	230	4,8	203	4,9	174	4,5	181	4,8
Sanoma-, paikallis- ja ilmaislehdet yhteensä								
<i>Newspapers and free sheets total</i>	3 270	68,2	2 811	67,2	2 478	64	2 353	62,5
Yleisaikakaus-, naisten- ja harrastelehdet – <i>Consumer magazines</i>	270	5,6	225	5,4	203	5,2	216	5,7
Ammattilehdet – <i>Trade & business magazines</i>	205	4,3	171	4,1	162	4,2	196	5,2
Asiakaslehdet – <i>Customer magazines</i>	56	1,2	35	0,8	39	1,0	31	0,8
Aikakauslehdet yhteensä**								
<i>Magazines & periodicals total**</i>	531	11,1	431	10,3	404	10,4	443	11,8
Lehtimainonta yhteensä***								
<i>Press media advertising total***</i>	3 801	79,2	3 242	77,5	2 882	74,5	2 796	74,2
Televisiomainonta – <i>Television</i>	638	13,3	628	15,0	677	17,5	683	18,1
Kaapelitelevisiomainonta – <i>Cable television</i>	17	0,4	18	0,4	19	0,5	24	0,6
Radiomainonta – <i>Radio</i>	215	4,5	180	4,3	175	4,5	151	4,0
Sähköinen mainonta yhteensä –								
<i>Electronic media advertising total</i>	870	18,1	826	19,8	871	22,5	858	22,8
Elokuvamainonta – <i>Cinema</i>	3,7	0,1	3,2	0,1	4	0,1	3	0,1
Ulko- ja liikennemainonta – <i>Outdoor/Transport</i>	123	2,6	110	2,6	110	2,8	109	2,9
Joukkoviestinnän mediamainonta yhteensä –								
<i>Mass media advertising total</i>	4 798	100,0	4 181	100,0	3 867	100,0	3 766	100,0
Tuotanto ja suunnittelu – <i>Planning and production</i>	873	15,4	771	15,6	580	13,0	550	12,7
Joukkoviestinmainonta yhteensä – Total	5 671	100,0	4 952	100,0	4 447	100,0	4 316	100,0

* 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.*

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

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

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

1.4 Jatkuu
Continued

	1994		1995		1996		Muutos Change 1996/95 %
	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	
Päivälehdet (7–4 krt/vk) Dailies (7–4 times a week)	2 012	49,0	2 188	47,8	2 226	47,4	1,7
Muut sanomalehdet – Non-dailies	284	6,9	299	6,5	295	6,3	–1,3
Sanoma- ja paikallislehdet yhteensä Newspapers total	2 296	55,9	2 487	54,3	2 521	53,7	1,4
Ilmaislehdet – Free sheets	188	4,6	200	4,4	214	4,6	7,0
Sanoma-, paikallis- ja ilmaislehdet yhteensä Newspapers and free sheets total	2 482	60,4	2 687	58,7	2 735	58,3	1,8
Yleisaikakaus-, naisten- ja harrastelehdet – Consumer magazines	264	6,4	298	6,5	313	6,7	5,0
Ammattilehdet – Trade & business magazines	233	5,7	275	6,0	291	6,2	5,8
Asiakaslehdet – Customer magazines	37	0,9	44	1,0	55	1,2	25,0
Aikakauslehdet yhteensä** Magazines & periodicals total**	534	13,0	617	13,5	659	14,0	6,8
Lehtimainonta yhteensä*** Press media advertising total***	3 016	73,4	3 304	72,2	3 394	72,3	2,7
Televisiomainonta – Television	785	19,1	924	20,2	939	20,0	1,6
Kaapelitelevisiomainonta – Cable television	28	0,7	37	0,8	44	0,9	18,9
Radiomainonta – Radio	152	3,7	166	3,6	163	3,5	–1,8
Sähköinen mainonta yhteensä – Electronic media advertising total	965	23,5	1 127	24,6	1 146	24,4	1,7
Elokuvamainonta – Cinema	4	0,1	5	0,1	6	0,1	15,1
Ulko- ja liikennemainonta – Outdoor/Transport	122	3,0	141	3,1	149	3,2	5,7
Joukkoviestinnän mediamainonta yhteensä – Mass media advertising total	4 107	100,0	4 578	100,0	4 695	100,0	2,6
Tuotanto ja suunnittelu – Planning and production	617	13,1	700	13,3	720	13,3	2,9
Joukkoviestinmainonta yhteensä – Total	4 724	100,0	5 278	100,0	5 415	100,0	2,6

1.5 Joukkoviestintä työllistäjänä 1980, 1985 ja 1990 – 1995
Mass communication as employer in 1980, 1985 and 1990 – 1995

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995
	1 000 henkeä 1 000 persons							
Kustannustoiminta – <i>Publishing</i>	14,6	16,9	16,0	15,6	14,6	15,6	15,0	14,7
Painaminen – <i>Printing</i>	23,1	24,2	23,4	21,0	19,3	16,6	15,3	15,0
Radio- ja televisiotoiminta – <i>Radio and television</i>	4,7	5,3	6,9	6,0	5,9	5,9	6,3	6,5
Elokuvien ja videoiden tuotanto, jakelu ja esitys; äänitetuotanto – <i>Films, videos & phonograms</i>	1,5	1,8	1,9	1,5	1,5	1,6	1,5	1,6
Elektronisten viihdelaitteiden valmistus – <i>Manufacture of entertainment electronics</i>	2,9	2,5	2,0	1,5	1,1	1,1	1,2	1,3
Mainonta, uutisvälitys, tietopankit – <i>Advertising, news agencies, data banks</i>	2,8	3,2	5,1	4,7	4,1	3,8	4,7	5,2
Joukkoviestintä yhteensä – <i>Mass communication total</i>	49,6	53,9	55,3	50,3	46,5	44,6	44,0	44,3
Koko kansantalous – <i>National economy</i>	2 328	2 437	2 467	2 340	2 174	2 041	2 024	2 068
Joukkoviestinnän osuus kansantaloudesta, % <i>Contribution of mass communication to national economy, %</i>	2,1	2,2	2,2	2,1	2,1	2,2	2,2	2,1
Tietoliikenne, 1 000 henkeä – <i>Postal services and telecommunications total</i>	41,3	43,3	48,8	44,0	40,6	38,6	39,7	43,5

Luvut eivät sisällä joukkoviestinnän tuotteiden tukku- ja vähittäiskauppaa. – *Figures do not include personnel in wholesale and retail trade.*

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

Muokattu – *Processed*

1.6 Joukkoviestinnän eri sektoreiden kotimaisuusasteita.
Share of domestic production in different sectors of mass communication

Ala Sector	Kotimaisuus- aste (%) <i>Share of domestic production (%)</i>	Laskentaperuste <i>Basis for calculation</i>
Kirjallisuus – Literature	68	Kotimaisen kirjallisuuden osuus julkaistuista nimikkeistä 1996 <i>Finnish literature as proportion of all titles published in 1996</i>
Äänitteet – Phonograms	50	Suomessa valmistettujen äänitteiden osuus ÄKT ry:n jäsenten tukkumyynnistä 1996 <i>Phonograms produced in Finland as proportion of wholesale sales of Finnish Group of IFPI in 1996</i>
Elokuva – Film	4	Kotimaisten elokuvien katsojaosuus 1996 <i>Finnish film audience as proportion of total cinema-going audience 1996</i>
Video – Video	2	Kotimaisten video-ohjelmien osuus tukkumyynnistä (vuokraus+myynti) 1994 <i>Finnish video programmes as proportion of wholesale (rentals+self-trough) in 1994</i>
Televisio – Television		
– Yleisradio– YLE	52	Ohjelma-ajasta 1996 <i>As proportion of programming time in 1996</i>
– MTV3 – MTV3 Finland	58	Ohjelma-ajasta 1996 <i>As proportion of programming time in 1996</i>

Lähteet: Helsingin yliopiston kirjasto
 ÄKT ry
 Suomen Elokuvasäätiö
 Suomen Elokuvaomistajien Liitto
 Yleisradio Oy
 MTV Oy

Sources: Helsinki University Library
 Finnish Group of IFPI
 Finnish Film Foundation
 Finnish Film Distributors' Association
 YLE
 MTV3 Finland

1.7 Graafisen tuotannon ja kustannustoiminnan henkilökunta vuosina 1985, 1990 – 1995*
*Staff engaged in printing and publishing in 1985, 1990 – 1995**

	Lehtien kustantaminen ja painaminen <i>Publishing and printing of newspapers and periodicals</i>	Kirjojen kustantaminen ja painaminen <i>Publishing and printing of books</i>	Erillinen painaminen <i>Separate printing</i>	Painamista palveleva toiminta <i>Printing-related services</i>	Yhteensä <i>Total</i>
1985					
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	8 652	1 665	3 617	298	14 232
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	7 772	767	14 355	1 602	24 496
Yhteensä lkm – Total	16 424	2 432	17 972	1 900	38 728
1990					
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	9 503	1 397	3 427	314	14 641
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	8 782	172	12 206	1 552	22 712
Yhteensä lkm – Total	18 285	1 569	15 633	1 866	37 353
1991					
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	9 474	1 502	3 094	279	14 349
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	8 684	160	11 121	1 445	21 410
Yhteensä lkm – Total	18 158	1 662	14 215	1 724	35 759
1992					
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	9 160	1 377	2 596	246	13 379
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	8 285	163	9 825	1 235	19 508
Yhteensä lkm – Total	17 445	1 540	12 421	1 481	32 887
1993					
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	8 646	1 349	2 378	219	12 592
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	7 574	180	8 791	1 089	17 634
Yhteensä lkm – Total	16 220	1 529	11 169	1 308	30 226
1994					
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	8 455	1 458	2 311	210	12 434
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	6 680	293	8 385	991	16 349
Yhteensä lkm – Total	15 135	1 751	10 696	1 201	28 783
	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					
Toimihenkilöitä – <i>Salaried employees</i>	1 384	6 721	1 776	3 424	13 305
Työntekijöitä – <i>Wage-earners</i>	138	5 036	102	10 679	15 955
Yhteensä lkm – Total	1 522	11 757	1 878	14 103	29 260

* 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, Teollisuuden vuosikirjat.
Source: Yearbooks of industrial statistics, Statistics Finland.

1.8 Graafisen teollisuuden toimitusten arvo alatoimialoittain vuosina 1990 – 1995
Value of deliveries in different branches of the printing industry in 1990 – 1995

	1990	1991	1992	1993	1994
	Mmk FIM million	Mmk FIM million	Mmk FIM million	Mmk FIM million	Mmk FIM million
Yhdistetty kustantaminen ja painaminen – <i>Publishing and printing</i>	10 262	10 045	9 300	8 967	9 294
– lehtien kustantaminen ja painaminen – <i>publishing and printing of newspapers and periodicals</i>	8 668	8 273	7 615	7 327	7 589
– kirjojen kustantaminen ja painaminen – <i>book publishing and printing</i>	1 594	1 772	1 684	1 640	1 704
Erillinen painaminen – <i>Separate printing</i>	7 375	6 662	5 808	5 754	6 237
Painamista palveleva toiminta – <i>Printing related services</i>	570	510	464	408	415
Kustantaminen ja painaminen yhteensä – <i>Publishing and printing total</i>	18 207	17 217	15 573	15 129	15 948
	1995				
	Mmk FIM million				
Kirjojen kustantaminen – <i>Book publishing</i>	1 836				
Sanomalehtien kustantaminen – <i>Newspapers publishing</i>	6 183				
Aikakauslehtien kustantaminen – <i>Magazines publishing</i>	2 250				
Yhteensä – Total	10 269				
Painaminen ja sitä palveleva toiminta – <i>Separate printing and printing related services</i>	8 879				
Yhteensä – Total	19 148				

Lähde: Teollisuustilasto, Teollisuuden vuosikirjat
 Source: Yearbooks of industrial statistics, Statistics Finland

1.9 Graafisen teollisuuden eräiden tuoteryhmien toimitusten arvo vuosina 1990 – 1995
Value of deliveries of some product groups in the printing industry in 1990 – 1995

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Muutos Change 1995/94 %
	Mmk FIM million	Mmk FIM million	Mmk FIM million	Mmk FIM million	Mmk FIM million	Mmk FIM million	
Kirjat, esittelylehtiset – <i>Books, leaflets</i>	2 211	2 180	1 673	1 928	2 063	2 250	9,1
Sanomalehdet, aikakauslehdet* <i>Newspapers, periodicals*</i>	10 582	9 963	9 247	8 879	9 462	10 176	7,5
Lasten kuvakirjat <i>Children's illustrated books</i>	136	132	99	97	105	119	13,3
Arvopaperit – <i>Bonds and securities</i>	90	82	67	75	71	56	-21,1
Kalenterit – <i>Calendars</i>	200	199	193	210	151	129	-14,6
Kuvapostikortit – <i>Postcards</i>	94	91	85	92	103	102	-1,0
Mainospainotuotteet <i>Printed matter for advertising purposes</i>	1 424	1 263	1 260	1 248	1 352	1 460	8,0

* Sisältää ilmoitustulot – *Includes advertising revenue.*

Lähde: Teollisuustilasto, Teollisuuden vuosikirjat

Source: *Yearbooks of industrial statistics, Statistics Finland*

1.10 Graafisen teollisuuden vienti ja tuonti 1980 ja 1985 – 1996
Printing industry exports and imports in 1980 and 1985 – 1996

	Vienti Exports	Tuonti Imports
	Mmk FIM million	Mmk FIM million
1980	363,4	253,0
1985	571,4	459,1
1986	672,5	506,1
1987	717,7	583,0
1988*	631,3	508,9
1989	693,3	618,5
1990	774,7	638,3
1991	766,9	633,2
1992	883,8	668,9
1993	1 095,9	663,6
1994	1 301,4	679,9
1995	1 614,6	543,7
1996	1 779,8	653,9
Muutos 1996/95 % Change 1996/95 %	10,2	20,3

* Vuonna 1988 tuli voimaan uusi tullitariffilaki. Muutoksesta johtuen ovat mainitun vuoden luvut todellisia lukuja jonkin verran alhaisemmat. Vertailu aikaisempien vuosien vastaaviin lukuihin vaikeutui eräiden tuoteryhmien osalta. Vertailuja tehtäessä on muistettava, että osa tuotannosta tapahtuu nykyään ulkomailla (lähinnä Ruotsissa ja Englannissa) suomalaisten omistamissa painolaitoksissa. – *A new customs tariff law entered into force in 1988. As a consequence of this change in legislation, the figures for that year are somewhat below the true values. In certain product groups comparison with the corresponding figures for previous years became more difficult. It is important to bear in mind that production has to some extent been relocated to printing shops run by Finnish companies in foreign countries (mainly Sweden and England).*

Lähde: Ulkomaankauppatilasto

Graafisen Teollisuuden Liitto

Source: *Foreign trade statistics*

Federation of the Printing Industry in Finland.

1.11 Graafisten tuotteiden vienti tuoteryhmittäin vuosina 1990 – 1996 Exports of print media by product groups in 1990 – 1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	%	%	%	%	%	%	%
Kaupallinen aineisto <i>Printed matter for advertising purposes</i>	37,0	38,0	40,1	41,4	38,1	31,1	30,1
Sanomalehdet, aikakauslehdet <i>Newspapers & periodicals</i>	25,0	28,0	30,0	29,1	33,3	41,1	44,6
Kirjat, esittelylehtiset <i>Books & leaflets</i>	22,0	21,0	16,6	16,9	16,9	16,5	14,9
Lomakkeet, etiketit <i>Forms & labels</i>	9,0	8,0	8,2	7,6	7,4	7,6	6,6
Muut – Other	7,0	5,0	5,1	4,9	4,2	3,8	3,7
Yhteensä – Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Yhteensä mmk Total FIM million	774,7	766,9	883,8	1 095,9	1 301,4	1 614,6	1 779,8

Lähde: Ulkomaankauppatilasto
Graafisen Teollisuuden Liitto

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

1.12 Graafisen teollisuuden vienti maittain vuosina 1990 – 1996 Breakdown of printing industry exports by country in 1990 – 1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	%	%	%	%	%	%	%
Venäjä – Russia	20,0	15,0	5,1	6,2	7,8	33,1	40,6
Ruotsi – Sweden	43,0	45,0	47,2	39,1	34,5	28,7	26,1
Norja – Norway	9,0	10,0	10,4	11,8	10,6	9,2	8,6
Tanska – Denmark	9,0	9,0	11,4	14,5	11,4	9,0	7,5
Britannia – United Kingdom	8,0	8,0	7,6	7,7	7,1	5,3	4,9
Saksa – Germany	3,0	4,0	2,6	3,7	3,3	3,2	2,7
Viro – Estonia	..	..	..	1,1	1,8	2,5	2,6
Puola – Poland	..	..	..	5,2	4,6	3,0	0,8
Alankomaat – Netherlands	..	..	2,5	2,4	2,0	0,7	0,6
Ranska – France	..	..	..	..	..	0,3	0,5
Muut maat – Other countries	8,0	9,0	13,2	8,3	6,9	5,0	5,0
Yhteensä – Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Yhteensä mmk – Total FIM million	774,7	766,9	883,8	1 095,9	1 301,4	1 614,6	1 779,8

Lähde: Ulkomaankauppatilasto
Graafisen Teollisuuden Liitto

Source: Foreign trade statistics
Federation of the Printing Industry in Finland

1.13 Graafisten tuotteiden tuonti tuoteryhmittäin vuosina 1990 – 1996
Imports of print media by product groups in 1990 – 1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	%	%	%	%	%	%	%
Kaupallinen aineisto <i>Printed matter for advertising purposes</i>	37,0	37,0	36,6	39,2	41,7	30,4	26,4
Sanomalehdet, aikakauslehdet <i>Newspapers & periodicals</i>	14,0	16,0	16,0	16,1	14,4	16,7	21,2
Kirjat, esittelylehtiset <i>Books & leaflets</i>	33,0	34,0	35,4	32,7	30,7	36,3	34,1
Lomakkeet, etiketit <i>Forms & labels</i>	3,0	3,0	8,4	3,8	4,0	5,9	7,4
Muut – <i>Other</i>	13,0	10,0	3,6	8,3	9,3	10,7	11,0
Yhteensä – Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Yhteensä mmk – Total FIM million	638,3	633,2	668,9	663,6	679,9	543,7	653,9

Lähde: Ulkomaankauppatilasto
Graafisen Teollisuuden Liitto
Source: Foreign trade statistics
Federation of the Printing Industry in Finland

1.14 Graafisen teollisuuden tuonti maittain vuosina 1990 – 1996
Breakdown of printing industry imports by country in 1990 – 1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	%	%	%	%	%	%	%
Ruotsi – <i>Sweden</i>	22,0	22,0	22,9	20,4	21,0	19,2	21,1
Britannia – <i>United Kingdom</i>	16,0	16,0	14,9	15,6	15,7	18,2	18,2
Saksa – <i>Germany</i>	14,0	15,0	14,8	15,4	13,7	15,4	14,2
USA	10,0	9,0	9,6	11,7	13,7	12,5	9,5
Tanska – <i>Denmark</i>	10,0	10,0	10,5	8,6	7,2	4,9	9,1
Italia – <i>Italy</i>	..	5,0	4,8	4,9	5,6	5,8	5,3
Alankomaat – <i>Netherlands</i>	4,0	..	4,0	4,0	4,4	3,3	3,8
Ranska – <i>France</i>	..	..	3,3	3,4	3,3	3,6	3,1
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	..	..	..	..	..	2,3	2,5
Viro – <i>Estonia</i>	..	..	..	..	..	1,0	1,4
Norja – <i>Norway</i>	..	..	..	..	..	1,6	1,4
Muut maat – <i>Other countries</i>	24,0	23,0	15,1	16,0	15,4	12,2	10,5
Yhteensä – Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Yhteensä mmk – Total FIM million	638,3	633,2	668,9	663,6	679,9	543,7	653,9

Lähde: Ulkomaankauppatilasto
Graafisen Teollisuuden Liitto
Source: Foreign trade statistics
Federation of the Printing Industry in Finland

1.15 Elektronisten viihdelaitteiden ja muiden tietoliikennevälineiden valmistuksessa ollut henkilökunta vuosina 1985 – 1995
Staff engaged in the manufacture of entertainment electronics and other means of communication in 1985 – 1995

	Henkilökunta – Staff					
	Toimihenkilöitä Salaried employees		Työntekijöitä Wage-earners		Yhteensä Total	
	Lkm Persons	%	Lkm Persons	%	Lkm Persons	%
Tietoliikennevälineiden valmistus* Manufacture of communication technology*						
1985	3 177	48,7	3 343	51,3	6 520	100,0
1986	3 229	49,4	3 304	50,6	6 533	100,0
1987	3 433	50,5	3 364	49,5	6 797	100,0
1988	4 117	52,7	3 697	47,3	7 814	100,0
1989	4 617	55,6	3 681	44,4	8 298	100,0
1990	4 718	55,3	3 808	44,7	8 526	100,0
1991	4 597	57,2	3 435	42,8	8 032	100,0
1992	4 960	59,9	3 320	40,1	8 280	100,0
1993	5 688	59,8	3 825	40,2	9 513	100,0
1994	7 200	59,0	4 999	41,0	12 199	100,0
1995	9 310	57,0	7 018	43,0	16 328	100,0

Elektronisten viihdelaitteiden ja tallenteiden valmistus**
Manufacture of entertainment electronics and recordings**

1985	666	29,5	1 595	70,5	2 261	100
1986	702	29,7	1 666	70,4	2 368	100
1987	764	27,1	2 057	72,9	2 821	100
1988	844	27,2	2 265	72,9	3 109	100
1989	805	28,9	1 983	71,1	2 788	100
1990	541	25,6	1 569	74,4	2 110	100
1991	527	30,9	1 176	69,1	1 703	100
1992	445	38,2	720	61,8	1 165	100
1993	245	29,7	579	70,3	824	100
1994	296	32,8	607	67,2	903	100
1995	484	33,3	968	66,7	1 452	100

* Luokkaan kuuluu radio- ja TV-lähetyslaitteiden, tutkalaitteiden, mikrofoniin, 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.

Huom: Vuoden 1995 tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien tietojen kanssa – Note: Figures for 1995 are not wholly comparable with the figures until 1994.

Lähde: Teollisuustilasto, Teollisuuden vuosikirjat
 Source: Yearbooks of industrial statistics, Statistics Finland

1.16 Viihde-elektroniikan tuotteiden valmistuksen arvo vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1995
Value of deliveries in entertainment electronics manufacture in 1980, 1985 and 1990 – 1995

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Muutos 1995/94 % Change 1995/94 %
	Mmk FIM million								
Väritelevisiot – Colour television sets	572,6	909,0	924,5	688,5	642,1	770,5	844,7	812,4	-3,8
Muut televisiot – Other television sets	3,9	–	–	–	–	–	–	–	–
Radiot, viritin, viritin-, vahvistimet, yhdistelmät jne. Radios, tuners, receivers, stack systems etc.	85,5	1,2	6,0	7,2	6,9	8,2	–	–	–
Mikrofonit – Microphones	0,1	–	0,2	0,8	0,5	0,7	0,5	0,3	-46,8
Vahvistimet – Amplifiers	8,2	14,6	33,4	14,0	12,7	15,0	18,2	34,0	86,7
Kaiuttimet – Loudspeakers	7,2	27,5	34,3	30,8	26,9	36,2	40,2	44,5	10,7
Nauhurit – Tape recorders	–	2,8	19,3	19,1	25,3	20,0	18,0	26,1	45,0
Äänilevyt, CD-levyt* – Records, CD-records*	3,5	2,6	5,0	19,4	9,9	1,5	12,7	19,0	49,9
Äänikasetit* – Audio cassettes*	4,5	2,3	2,9	8,7	11,2	8,4	8,9	1,7	-80,9
Videotallenteet – Video cassettes	..	0,6	4,7	7,3	5,8	2,2	–	21,2	–
Tallentamattomat videokasetit Blank video cassettes	..	..	4,5	–	–	–	–	–	–
Kustannetut tallenteet – Other recorded media	..	23,1	30,3	36,4	54,1	53,2	45,7	62,8	37,4
Yhteensä – Total	685,5	983,7	1 065,1	832,2	795,4	915,9	988,9	1 022,0	3,3

* Ei sisällä kielilevyjä ja -kasetteja – Does not include language records and cassettes.

Lähde: Teollisuustilasto, Teollisuuden vuosikirjat
Source: Yearbooks of industrial statistics, Statistics Finland

1.17 Viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyynti vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Retail sales of entertainment electronics in 1980, 1985 and 1990 – 1996

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos 1996/95 Change 1996/95 %
	1 000 kpl – 1 000 units									
Televisiot – TVsets	227	228	285	285	230	169	189	228	255	11,8
Videonauhurit ja -kamerat – VCRs and camcorders	6	135	225	218	148	111	113	149	176	18,1
Satelliittipaketit – Satellite dishes					8	14	17	11	12	9,1
Stereolaitteet ja kaiuttimet – Hi-fi equipment and loudspeakers	208	295	205	162	123	90	104	145	174	20,0
Soittimet – Players	104	343	305	265	225	187	176	169	173	2,4
Kuulokkeet – Headphones								108	147	36,1
Radionauhurit ja radiot – Radios and portable sets	260	370	415	357	267	221	253	256	269	5,1
Autolaitteet – Car radios & stereos	130	170	200	136	105	86	94	125	160	28,0
TV-pelikonsolit Tv game consoles					45	45	25	20	15	-25,0
Kotitietokoneet – PCs	–	50	55	30	25	20	20	60	80	33,3

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

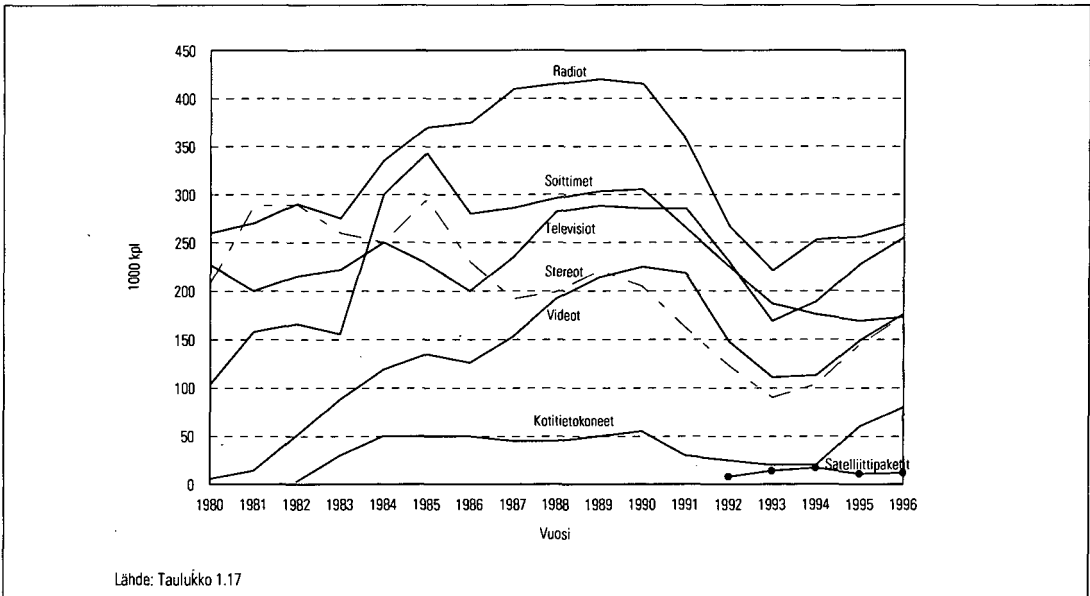
1.18 Viihde-elektroniikan laitteiden myynnin arvo vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Entertainment electronics: sales volume in 1980, 1985 and 1990 – 1996

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos 1996/95 Change 1996/95
	Milj.mk – FIM million									
Televisiot – TVsets	515	570	784	770	621	549	614	707	740	4,7
Videonauhurit ja -kamerat – VCRs and camcorders	31	536	636	542	335	315	315	380	403	6,1
Satelliittipaketit – Satellite dishes					40	54	46	25	25	0,0
Stereolaitteet ja kaiuttimet – Hi-fi equipment and loudspeakers	225	249	269	227	203	190	213	250	298	19,2
Soittimet – Players	96	184	201	160	138	97	86	81	74	-8,6
Kuulokkeet – Headphones								16	22	37,5
Radionauhurit ja radiot – Radios and portable sets	136	227	168	139	94	89	112	123	127	3,3
Autolaitteet – Car radios & stereos	117	217	280	190	158	129	146	182	221	21,4
TV-pelit- ja konsolit TV games and consoles					45	41	65	58	46	-20,7
Kotitietokoneet – PCs	–	125	275	150	113	98	120	600	720	20,0
Yhteensä – Total	1 120	2 108	2 613	2 178	1 747	1 562	1 717	2 422	2 676	10,5

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 ry
 Source: Domestic Appliances Association

Kuvio 1.4 Eräiden viihdelaitteiden myynti 1980 – 1996
 Figure 1.4 Sales of selected entertainment electronics in 1980 – 1996



1.19 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään sekä viestintämenojen osuus kulutusmenoista vuosina 1990 – 1996
Household consumption expenditure in mass media and share of total consumption expenditure in 1990 – 1996

	Kaikki kotitaloudet <i>All households</i>							
	1990		1994		1995		1996	
	Mk <i>FIM</i>	%	Mk <i>FIM</i>	%	Mk <i>FIM</i>	%	Mk <i>FIM</i>	%
Radiot ja yhdistelmälaitteet – <i>Radio equipment</i>	246	5,2	157	3,3	188	3,8	191	3,6
TV-vastaanottimet ja oheislaitteet – <i>TV equipment</i>	425	8,9	319	6,7	354	7,2	422	8,0
TV-luvat, kaapeli-TV ym. maksut – <i>TV licence fees, cable TV payments</i>	742	15,6	822	17,3	875	17,8	875	16,7
CD-soittimet, kasettisoittimet ym. – <i>CD-players, cassette decs etc.</i>	63	1,3	81	1,7	83	1,7	91	1,7
Äänitteet ja kasetit – <i>Records, audio cassettes</i>	180	3,8	194	4,1	215	4,4	208	4,0
Videonauhurit ja -kamerat – <i>VCRs, camcorders</i>	277	5,8	133	2,8	132	2,7	172	3,3
Videokasetit – <i>Video cassettes</i>	162	3,4	116	2,4	127	2,6	146	2,8
Elokuvat – <i>Cinema</i>	71	1,5	84	1,8	78	1,6	78	1,5
Kirjat – <i>Books</i>	579	12,1	651	13,7	548	11,2	487	9,3
Sanomalehdet – <i>Newspapers</i>	960	20,1	1 014	21,3	1 007	20,5	1051	20,0
Aikakauslehdet – <i>Magazines & periodicals</i>	757	15,9	749	15,8	770	15,7	812	15,5
PC – laitteet, pelitietokoneet, ohjelmat – <i>PC equipment, game consoles, programs</i>	307	6,4	441	9,3	537	10,9	719	13,7
Kulutusmenot viestintään yhteensä – <i>Consumption expenditure in mass media total</i>	4 769	100,0	4 761	100,0	4 914	100,0	5252	100,0
Kokonaiskulutusmenot – <i>Total consumption expenditure</i>	115 117		115 497		118 043		120 733	
Menot viestintään % kulutuksesta – <i>Mass media expenditure as % of total consumption</i>	4,1		4,1		4,2		4,4	
Kotitalouksien määrä – <i>No of households</i>	2 154 281		2 261 684		2 291 300		2 310 000	
Kotitalouden keskekoko henkeä – <i>Mean number of household members</i>	2,3		2,2		2,2			

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

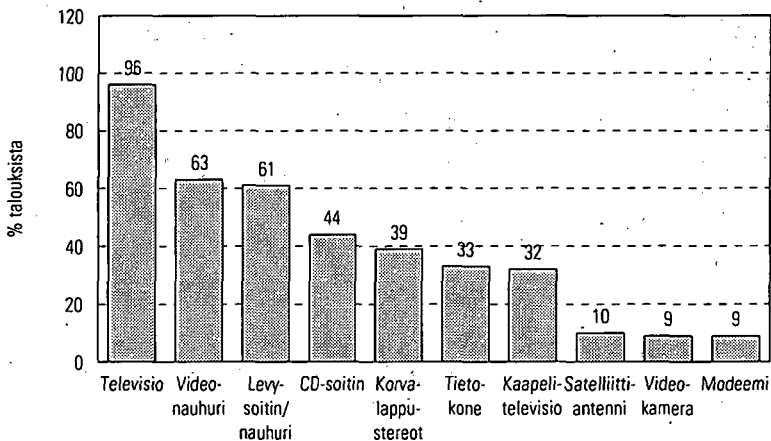
Muokattu – *Processed*

1.20 Kotitalouksien elektronisten viihdelaitteiden omistus 1994 – 1996
Household ownership of entertainment electronics in 1994 – 1996

	Elektronisten viihdelaitteiden omistus Ownership of entertainment electronics									
	Televisio TVset	Kaapeli- televisio Cable television	Satelliitti- antenni Satellite antenna	Video- nauhuri VCR	Videokame- ra Camcorder	CD-soitin CD-player	Levy- soitin/ nauhuri Turntable/ Head- tape recorder	Korva- lappu- stereot phone stereos	Tieto- kone Home computer	Modeemi Modem
	%									
1994Kaikki kotitaloudet – All households	97	..	..	59	9	31	59	..	25	5
1995Kaikki kotitaloudet – All households	96	29	11	61	9	36	59	..	28	7
1996Kaikki kotitaloudet – All households	96	32	10	63	9	44	61	39	33	9
Maatalousyrittäjät – Farmers	97	2	4	69	7	37	48	45	29	12
Muut yrittäjät – Other self-employed	97	40	15	84	25	65	86	54	52	21
Ylemmät toimihenkilöt – Upper white-collar	97	39	15	83	17	73	88	61	66	25
Alemmat toimihenkilöt – Lower white-collar	97	35	9	76	10	59	74	58	41	11
Työntekijät – Blue-collar	98	32	13	81	9	54	78	44	42	6
Eläkeläiset – Pensioners	97	28	5	31	4	12	24	12	4	1
Työttömät – Unemployed	88	30	14	65	8	45	70	44	32	8
Muut – Others	91	33	11	61	10	72	76	52	42	12

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

Kuvio 1.5 Kotitalouksien viihdelaitteiden omistus 1996
Figure 1.5 Household ownership of entertainment electronics in 1996



Lähde: Taulukko 1.20

1.21 Joukkoviestinten tavoitavuus 1996
Daily reach of mass media in 1996

	Kaikki – All	Sukupuoli – Sex		Ikä – Age			
	Ikä 12 + Age 12 +	Nainen Female	Mies Male	15 – 24	25 – 44	45 – 59	60 +
	%						
Aikakauslehdet – <i>Magazines</i>	76	74	77	79	72	74	80
Sanomalehdet – <i>Newspapers</i>	87	87	88	80	87	89	95
Ilmaisjakelulehdet – <i>Free sheets</i>	22	21	22	19	19	26	29
Suoramainonta – <i>Direct advertising</i>	31	34	28	20	32	31	41
Kirjat – <i>Books</i>	32	39	26	43	30	30	28
Lukeminen yhteensä – <i>Reading total</i>	97	97	99	95	97	98	98
TV	85	87	83	75	82	90	90
Video	19	19	18	24	19	18	10
Radio	76	74	78	70	77	79	75
Kuuntelu ja katselu yhteensä – <i>Listening and viewing total</i>	95	96	93	92	95	96	94

Tiedot on kerätty Suomen Gallup Oy:n tietokoneavusteiselta telepaneeliilta (nk. Gallup Kanava), johon kuuluu noin 800 taloutta. Kysymyksiin vastaaminen tapahtuu talouksiin jaettujen mikrotietokoneiden välityksellä. Tutkimukseen osallistui 1 450 12 – 69 -vuotiasta henkilöä. – *The data come from a computer-assisted telepanel involving some 800 households and a total of 1 450 participants aged 12-69 years. MDC Helsinki Group collects the data through PCs that it has provided to these households.*

Television ja videoiden katselua sekä radion kuuntelua kuvaavat luvut poikkeavat erilaisesta tutkimusmenetelmästä johtuen tämän julkaisun luvuissa 2, 3 ja 5 esitetyistä. – *The figures on TV, video and radio differ from data presented in chapters 2, 3 and 5.*

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy, Intermedia 1996
 Source: MDC Helsinki Group, Intermedia 1996

1.22 Joukkoviestimiin käytetty aika vuonna 1996
Time spent with mass media in 1996

	Kaikki – All	Sukupuoli – Sex		Ikä – Age			
	Ikä 12 + Age 12 +	Nainen Female	Mies Male	15 – 24	25 – 44	45 – 59	60 +
	min/vrk – min/day						
Aikakauslehdet – <i>Magazines</i>	39	37	42	36	29	43	57
Sanomalehdet – <i>Newspapers</i>	40	36	45	20	32	50	69
Ilmaisjakelulehdet – <i>Free sheets</i>	3	3	3	2	2	4	6
Suoramainonta – <i>Direct advertising</i>	3	3	3	1	2	3	5
Kirjat – <i>Books</i>	23	28	18	52	17	19	20
Lukeminen yhteensä – <i>Reading total</i>	108	106	110	112	83	119	158
TV	163	161	164	123	144	167	236
Video	11	12	10	12	12	10	6
Radio	155	150	159	101	149	189	182
Kuuntelu ja katselu yhteensä – <i>Listening and viewing total</i>	328	323	334	237	305	366	424
Joukkoviestintä yhteensä – <i>Mass media total</i>	436	429	444	349	388	485	581

Tiedot on kerätty Suomen Gallup Oy:n tietokoneavusteiselta telepaneeliilta (nk. Gallup Kanava), johon kuuluu noin 800 taloutta. Kysymyksiin vastaaminen tapahtuu talouksiin jaettujen mikrotietokoneiden välityksellä. Tutkimukseen osallistui 1 450 12 – 69 -vuotiasta henkilöä. – *The data come from a computer-assisted telepanel involving some 800 households and a total of 1 450 participants aged 12-69 years. MDC Helsinki Group collects the data through PCs that it has provided to these households.*

Television ja videoiden katselua sekä radion kuuntelua kuvaavat luvut poikkeavat erilaisesta tutkimusmenetelmästä johtuen tämän julkaisun luvuissa 2, 3 ja 5 esitetyistä. – *The figures on TV, video and radio differ from data presented in chapters 2, 3 and 5.*

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy, Intermedia 1996
 Source: MDC Helsinki Group, Intermedia 1996

2 Televisio

Televisiotoimialan rakenne on 1990 luvulla kokenut perusteellisen muutoksen. Perinteinen suomalainen televisiomalli murtui lopullisesti vuonna 1993, kun Yleisradion julkisen palvelun ja MTV:n kaupallinen televisiotoiminta eriytyivät omille kanavilleen ja myös MTV sai oman toimiluvan.

Yleisradiota ja MTV:tä yhdistivät aiemmin monet siteet. Perinteisessä televisiotoiminnan mallissa MTV vuokrasi ohjelma-aikaa (noin 20 viikkotuntia) Ylen kahdelta televisiokanavalta. MTV:llä ei ollut omaa toimilupaa vaan se toimi Ylen toimiluvan alaisuudessa. Yleisradio oli myös MTV:n sekä Kolmostelevisio-omistaja. Kolmostelevisio oli Ylen ja MTV:n yhdessä Nokian kanssa vuonna 1985 perustama yhteisyritys – sittemmin MTV:n tytäryhtiö – joka harjoitti tv-toimintaa omalla kanavallaan vuosina 1987–92.

Kaikki nämä siteet ovat nyt katkenneet. MTV:llä on oma kanava ja toimilupa ja Yleisradio on luopunut MTV- ja Kolmostelevisio-omistuksistaan. Ainoa jäljelle jäänyt yhtiöiden välinen merkittävä side on MTV:n Yleisradiolle lähetysverkon vuokran lisäksi tilittämä julkisen palvelun maksu. Lähitulevaisuudessa MTV on saamassa rinnalleen muita maksajia, sillä koko sähköistä viestintää koskevassa lakiesityksessä ehdotetaan lakisääteistä toimilupamaksua kaikille televisio- ja radioyhtiöille, joiden liikevaihto ylittää 20 miljoonaa markkaa.

Kanavauudistuksen jälkeen ei enää oikein ollut perusteita toimiluvan epäämiselle neljänneltä, mainosrahoista MTV:n kanssa kilpailevalta kaupalliselta kanavalta, koska jakeluteknisiäkään esteitä vielä yhden valtakunnallisen kanavan perustamiselle ei ollut. Neljannen valtakunnallisen tv-kanavan toimilupa myönnettiin syksyllä 1996 yhtiölle, jossa Helsinki Media Company on suurin omistaja (50,2 prosentin osuudella) ja muina omistajina ovat tanskalainen Egmont, TS-Yhtymä ja eräiden itsenäisten tv-tuottajien omistama VBH Television. Helsinki Media oli noin vuotta aiemmin sysännyt hakuprosessin oma-aloitteisesti liikkeelle. Uusi televisiokanava, Nelonen aloitti lähetykset kesällä 1997. Samalla päättyi pelkästään kaapeli-verkoissa toimineen PTV:n lähetystoiminta. PTV:stä jäi jäljelle nimellä Suomen Medianelonen toimiva uuden tv-kanavan mainosajan myynnistä vastaava yhtiö.

Uudessa tilanteessa kilpailu ohjelmatarjonnalla ja katsojaosuuksien merkitys ovat korostuneet. Yleisradion kannalta tilanne muodostui tavallaan risiititaiseksi. Yhtiön toiminnan legitimitietin ajatellaan usein edellyttävän isoja katsojaosuuksia Yleisradion kanaville; yhtiön talouden rakenne puolestaan edellyttää suuria yleisöjä MTV3 -kanavalle ja tulevaisuudessa muillekin toimilupamaksun maksajille.

Nykyisin Yleisradio on liikevaihdoltaan maamme suurin joukkoviestintäyrittäjä. Yleisradion tuotot olivat noin 2 miljardia tilikaudella 1996. Tuotoista yli kolme neljäsosaa tuli lupamaksuista. MTV3:n tulouttamien korvausten osuus on viime vuosina jälleen kasvanut (20 % vuonna 1996, josta 14 %-yksikköä nk. julkisen palvelun maksua ja 6 %-yksikköä lähetysverkon vuokraa). Suurimmillaan MTV:n korvausten osuus Yleisradion tuotoista oli kuitenkin 1980-luvun puolivälissä. Silloin ne olivat noin neljännes yhtiön tuloista. Tv-toiminnan osuus Yleisradion kokonaiskustannuksista oli 64 prosenttia eli noin 1,2 miljardia. (Taulukot 2 & 3.)

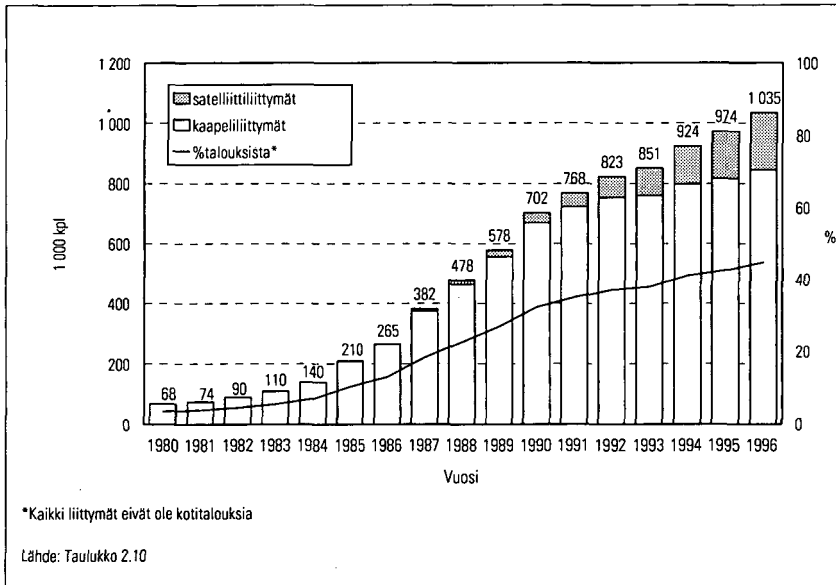
Kanavaudistuksen jälkeisinä vuosina MTV on nopeassa tahdissa noussut miljardiluokan yritykseksi. Yhtiön liikevaihto vuonna 1996 oli 975 miljoonaa, josta 96 prosenttia tuli mainonnasta (taulukko 4). Tv-mainonnan osuus mediamainonnasta on viime vuosina kasvanut. Osuus on kuitenkin vielä kaukana Euroopan keskiarvosta, joka vuonna 1995 oli 31 prosenttia. Suomessa tv-mainonnan mediamainontaosuus oli kymmenen prosenttiyksikköä pienempi eli 21 prosenttia vuonna 1996.

Yleisradion palveluksessa oli radiotoiminta mukaan lukien noin 4 500 henkeä, joista suoranaisesti televisiotoimialan tehtävissä noin 2 100 henkeä vuonna 1996. MTV-konsernin palveluksessa oli samana vuonna kaikkiaan noin 650 henkeä ja kaapelitelevisioyhtiöiden palveluksessa (PTV mukaan laskien) hieman alle 400 henkeä. (Taulukot 6 – 8.)

Vuonna 1996 lunastettiin kaikkiaan 1,9 miljoonaa televisiolupaa. 1990-luvun alun lamavuosien pienen notkahduksen jälkeen tv-lupien määrä on jälleen tasaisesti kasvanut. Silti television luvatta katsominen on edelleen yleistä. Esimerkiksi vuosikymmenen puolivälissä arvioitiin, että luvatta televisiota katsovia kotitalouksia oli alun toistakymmentä prosenttia.

Kaapeli-tv-verkot levisivät Suomessa nopeasti koko 1980-luvun ajan. Vuonna 1980 kaapelitalouksia oli alle 70 000, vuosikymmenen puolivälissä runsaat 200 000 ja vuonna 1990 jo noin 670 000. Viime vuosina kaapeliverkkojen kasvu on selvästi hidastunut. Vuoden 1996 lopussa liittymiä oli 845 000 eli 37 prosentissa talouksista. Koska yksittäisten asunto- ja kiinteistöyhtiöiden ja alle 200 liittymän verkot eivät tarvitse toimilupaa, eivät tiedot liittymien kokonaismääristä ole aivan tarkkoja. (Kuvio 1 & taulukko 10.)

Kuvio 2.1 Kaapelitelevisioliittymät 1980 –1996
 Figure 2.1 Cable television subscribers in 1980 – 1996



Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto oli 374 miljoonaa vuonna 1996. Vuosimaksut olivat edelleen suurin tuloerä (40 %). Maksu-tv-palvelut toivat kuitenkin lähes kolmanneksen liikevaihdesta. Vuonna 1996 maksu-tv-palveluja tilattiin lähes 120 miljoonalla. Kesällä 1997 ohjelmakanavana toimintansa lopettaneen PTV:n mainostulot olivat 41 miljoonaa vuonna 1996. (Taulukko 5.)

Kaapeliverkkojen ohjelmisto koostuu lähinnä satelliittikanavien tarjonnasta. Vuonna 1996 kaapeliverkot välittivät yleisimmin Eurosportin (833 000 liittymää), NBC Super Channelin (882 000 liittymää), TV5:n (806 000 liittymää) ja MTV European (786 000 liittymää) ohjelmistoa (taulukko 11). Liittymämäärältään suurimmat kaapeliverkot ovat Helsinki Televisio Oy (Helsinki Media), Telecom Finland Oy Kaapeli-TV ja Tampereen Tietoverkko Oy (Aamulehti-yhtymä ym.). (Kuvio 7.)

Satelliittivastaanotto on puolestaan yleistynyt suhteellisen nopeasti 1990-luvulla. Satelliittiyhteisantenni- suoravastaanotto- ja yksityisantenni-järjestelmien liittymiä oli kaikkiaan noin 230 000 eli 10 prosentissa talouksista vuonna 1996. Kaikkiaan kaapeli- ja satelliittijärjestelmien piirissä oli – tilastointiin sisältyvät päällekkäisyydet poistaen – noin miljoona kotitaloutta eli 45 prosenttia kaikista talouksista. (Kuvio 1 & taulukko 10.)

Paikallinen televisiotoiminta on Suomessa ollut vähäistä. "Lähtelevio" käynnistyi vuonna 1993, kun Krs-tv Kristiinankaupungista ja När-tv Närpiöstä aloittivat yhteistyössä lähetykset. Myöhemmin on aloittanut TV-Tampere, jonka omistajiin kuului hetkisen aikaa (vuonna 1995) myös ruotsalainen sähköisen viestinnän suuryritys Modern Times Group (MTG). Liikenneministeriössä on ratkaisua odottamassa useita suurimpia kaupunkeja koskevia toimilupahakemuksia. Suurin osa niistä koskee pääkaupunkiseutua.

Yleisradio lähetti kahdella valtakunnallisella tv-kanavallaan yhteensä 156 viikkotuntia ohjelmaa toimintavuonna 1996. Lähety aika on kasvanut puolitoistakertaiseksi vuoden 1993 kanavajakoa edeltäneeseen tilanteeseen verrattuna. MTV3:n viikoittainen lähety aika oli 106 tuntia vuonna 1996. Se on 25 tuntia enemmän kuin MTV/Kolmostelevisio n lähetystunnit ennen kanavajakoa kolmella kanavalla yhteensä. (Taulukko 12.)

Kanavauudistuksen yhteydessä sekä Yleisradio että MTV muuttivat jonkin verran ohjelmistonsa rakennetta. Tämä oli odotettua, sillä kummankin yhtiön oli rakennettava täyden palvelun ohjelmistot kokonaisille kanaville, Yleisradion kahdelle ja MTV:n yhdelle.

TV1 painottaa ohjelmistossaan uutis- ja ajankohtaisohjelmia, urheilua, sarjoja ja pitkiä elokuvia. TV2:n painopisteitä ovat asiaohjelmat sekä fiktio (draama, elokuvat, sarjafilmit). Fiktion osuus on kanavan tarjonnassa jopa suurempi kuin MTV:llä. MTV:n ohjelmisto on Yleisradion kanaviin verraten edelleen viihteellisempi, mutta tarjonta on monipuolistunut verrattuna kanavajakoa edeltävään aikaan. Lastenohjelmat löytävät sijansa kaikilla kanavilla, mutta opetusohjelmat keskittyvät TV1:n kanavalle. (Taulukko 13.)

Yleisradion ja MTV:n ohjelmiston kotimaisuusaste on korkea. Yleisradion ohjelmista vuonna 1996 oli kotimaista tuotantoa 52 prosenttia ja MTV:n ohjelmista peräti 58 prosenttia. MTV:n ohjelmistosta noin viidenes oli hankittu kotimaisilta itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. Ylen vastaava osuus oli vain 8 prosenttia. (Taulukko 14.) – Kaikki kolme suurinta nk. itsenäistä tai riippumatonta tv-tuotantoyhtiötä ovat nykyisin suurempien mediatalojen hallinnassa. Creavideon omistavat Varesvuo Partners (52 %) ja Talentum (48 %). Broadcasters on osa ruotsalaista MTG-konsernia ja Nordisk Film & TV (entinen VipVision) on tanskalaisen Egmont-media-konsernin omistuksessa.

Yleisradion ja MTV:n ulkomaiset ohjelmistot poikkeavat toisistaan selvästi. Vuonna 1996 Yleisradion ulkomainen ohjelmisto jakautui lähes puoliksi eurooppalaisten ja pohjoisamerikkalaisten tuotantojen kesken. MTV:n ulkomaisesta ohjelmatarjonnasta sen sijaan valtaosa on lähtöisin

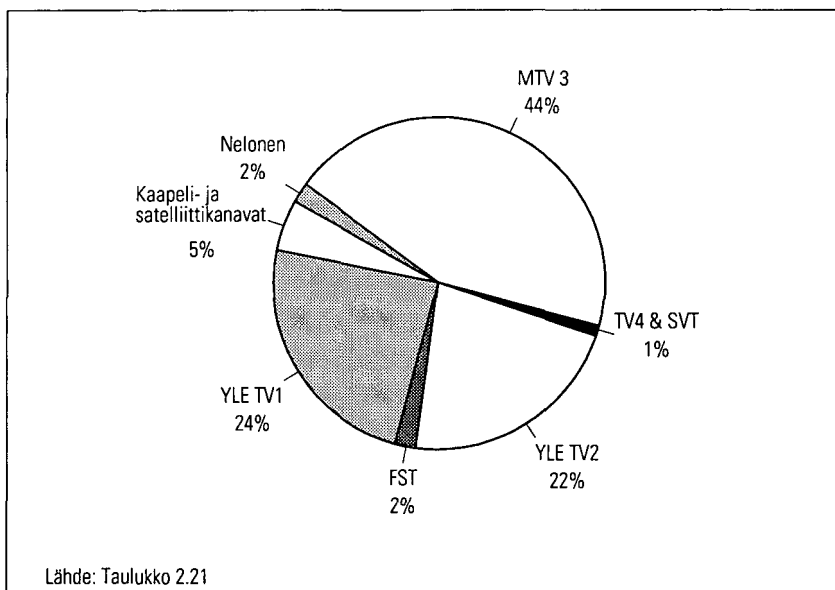
Pohjois-Amerikasta. Muiden maanosien ohjelmiston osuus oli vähäinen sekä Ylen että MTV:n tarjonnassa. (Taulukko 15.)

Kesällä 1997 aloittaneen Nelosen lähtöalustana oli kaapelikanava PTV:n suhteellisen vaatimaton ohjelmatarjonta. Vuoden 1998 alkuun mennessä Nelosesta oli jo rakentunut valtakunnallinen täyden palvelun kanava. Toistaiseksi kanavan ohjelmatarjonnan rakenteesta ei kuitenkaan ole tilastotietoja saatavilla.

Vuonna 1997 Yleisradion TV1 ja TV2 tavoittivat keskimääräisenä päivänä yhteensä lähes kaksi kolmesta (64 %) kymmenen vuotta täyttäneestä suomalaisesta (TV1 55 %, TV2 48 %). MTV3:n tavoittavuus (60 %) oli samaa tasoa kuin Ylen kahdella kanavalla yhteensä. PTV4/Nelonen tavoittivat 10 prosenttia ja satelliittikanavat 12 prosenttia. Kaapeliverkkojen piirissä olevasta väestöstä keskimäärin runsas viidennes seurasi PTV4/Nelosen lähetyksiä ja noin neljännes satelliittikanavia. (Taulukot 17 & 18.)

Televisiota katsottiin keskimäärin 2 tuntia 37 minuuttia päivässä (sisältää videon katselun). Keskimääräiset katseluajat ovat 1990-luvulla kasvaneet vuosittain, mutta vuonna 1997 kasvu pysähtyi. Television katselusta

Kuvio 2.2 Television katselun jakaantuminen eri kanaville 1997
Figure 2.2 Breakdown of television viewing by channel in 1997



(video poislukien) Ylen kaksi kanavaa lohkaisevat 48 prosenttia ja MTV 44 prosenttia. Nelosen katseluosuus yli koko aikajakson laskettuna jäi kahdeksan prosenttiin. Vuoden 1997 lopun kuukausina sen katseluosuus oli viiden prosentin tuntumassa. (Kuvio 2; taulukot 19 – 22.)

Lapset ja nuoret (ikäryhmät 3 – 24 vuotta) vuotiaat katselevat televisiota selvästi keskimääräistä vähemmän. Lapsuus- ja nuoruusvuosien jälkeen katselu lisääntyy systemaattisesti iän myötä. (Taulukot 18 & 20.)

Teksti-tv-lähetykset tavoittavat tavallisena päivänä runsaat 10 prosenttia väestöstä. Miehet ja nuoret ovat keskimääräistä aktiivisempia palvelun käyttäjiä. (Taulukot 25 & 26.)

Kotitalouksista 40 prosentilla oli käytössään vähintään kaksi televisiota vuonna 1996. Kaikkiaan kodeissa oli arviolta noin 3,1 miljoonaa vastaanotinta eli 1,4 vastaanotinta taloutta kohden. Aamutelevision suosion kasvusta huolimatta vain kolmella prosentilla kotitalouksista oli keittiössään tv-vastaanotin. (Taulukot 29 & 30.)

Tilastointi

Yleisradion ja MTV:n taloutta, lähetystoiminnan volyymia ja henkilöstöä kuvaavien tietojen päälähteitä ovat Ylen vuosikertomukset ja vuosikirjat sekä MTV:n vuosi- ja toimintakertomukset.

Valtaosa Ylen ja MTV:n ohjelmarakennetta koskevista tiedoista perustuu Yleisradion tutkimus- ja kehitysosastolla laadittaviin ohjelmatarjonnan rakenneselvityksiin (ks. esim. Pihanurmi 1994).

Kaapelitelevisiotoimintaa eritellään vuosittain liikenneministeriön julkaisemissa Kaapelitelevisiotoiminta Suomessa -katsauksissa (esim. Nupponen 1996).

Satelliitti- ja Antenniliitto tilastoi satelliittitalouksien määrän kehitystä.

Television katselua koskevat tiedot perustuvat nykyisin Finnpanel Oy:n ympärivuotisen tv-mittaritutkimusten yhteenvetoraportteihin. Mittaritutkimuksen otoskoko on 530 taloutta, joihin kuuluu yhteensä noin 1 200 henkeä. Mittaritutkimuksen tilaajina ovat Yleisradio, MTV ja Mainostointojen Liitto. Mittaritutkimuksen otoksesta, talouksien valinnasta ja luotettavuudesta ks. tarkemmin Kasari (1993).

Televisioiden määrää ja sijaintia kotitalouksissa koskevat tiedot ovat peräisin Finnpanelin tv-mittaritutkimuksen otoksen kontrolloimiseksi suoritettavista laajoista nk. perustutkimuksista vuosilta 1995 ja 1996.

(TS)

Täydentävää kirjallisuutta

Eriksson, Bengt: Selvitys audiovisuaalisen liiketoiminnan kehittämisestä. Kauppa- ja teollisuusministeriön tutkimuksia ja raportteja 51/1994. Helsinki 1994.

Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo: Kanavauudistus ja ohjelmatarjonnan rakenne. Radio- ja TV-tutkimuksen vuosikirja 1996. Yleisradio, Helsinki 1996.

Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo: Hybridikanavien nousukausi. Tiedotus-tutkimus 20 (1997): 2.

Jääsaari, Johanna: Television katsotuimmat ohjelmat suomalaisuuden kuvina. Radio- ja TV-tutkimuksen vuosikirja 1996. Yleisradio, Helsinki 1996.

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

Kasari, Heikki: Eurooppalaiset standardit on jo laadittu TV-yleisötutkimukselle. Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1994. Yleisradio, Helsinki 1994.

Kohvakka, Rauli: Audiovisuaalinen elokuva- ja ohjelmatuotanto Suomessa. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1995:1. Tilastokeskus, Helsinki 1995.

Liikkanen, Mirja: Televisio, video, kotitietokoneet ja radio & Televisio- ja radio-ohjelmien valinnat. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.): Arjen kulttuuria. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Miettinen, Jorma & Wiio, Juhani: Televisio. Teoksessa Nordenstreng & Wiio. Joukkoviestintä Suomessa. Weilin+Göös, Helsinki 1994.

Nupponen, Jouni: Kaapelitelevisiotoiminta Suomessa 1996. Liikenneministeriö, Julkaisuja 30/97. Helsinki 1997.

Nurmi, Seija: Tv-yleisön segmentoituminen. Teoksessa Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1994. Yleisradio, Helsinki 1994.

Pihanurmi, Vesa: Televisioyleisö 1988 – 1995. Radio- ja TV-tutkimuksen vuosikirja 1996. Yleisradio, Helsinki 1996.

Pihanurmi, Vesa: Television ulkomaisten ohjelmien tarjonta ja katselu. Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1994. Yleisradio, Helsinki 1994.

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

Vilhunen, Jukka: Lisääntyvä tv-tarjonta ja riippumattomat tuotantoyhtiöt. Liikenneministeriön julkaisuja 26/96. Helsinki 1996.

Wessman, Christina: TV-taloudet Suomessa. Teoksessa Radio- ja TV-tutkimuksen vuosikirja 1996. Yleisradio, Helsinki 1996.

Taulukot – Tables

- 2.1 Valtakunnalliset televisiokanavat 1997
Nationwide television channels 1997
- 2.2 Yleisradion tulot 1980/81, 1985/86 – 1996
YLE revenues 1980/81, 1985/86 – 1996
- 2.3 Yleisradion kustannukset 1994 – 1996
Yle costs 1994 – 1996
- 2.4 MTV:n ja Kolmostelevision liikevaihto 1980, 1985 – 1997
MTV and Channel Three turnover 1980, 1985 – 1997
- 2.5 Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto vuosina 1985, 1990 – 1996
Cable television turnover 1985, 1990 – 1996
- 2.6 Yleisradion henkilöstö tilikausina 1989/90 – 1996 ja henkilöstön jakautuminen toimialoittain 1996
YLE personnel during financial years 1989/90 – 1996 and staff breakdown by units in 1996
- 2.7 MTV:n ja PTV:n henkilöstö vuosina 1980, 1985 – 1996
MTV and PTV personnel 1980, 1985 – 1996
- 2.8 Kaapelitelevisioyhtiöiden henkilöstö vuosina 1990 – 1996
Cable operators' personnel in 1990 – 1996
- 2.9 Televisioluvat vuosina 1980, 1985 – 1996
Television licences 1980, 1985 – 1996
- 2.10 Kaapeli- ja satelliittitelevisioliittymät vuosina 1980, 1985 – 1996
Cable and direct broadcast satellite (DBS) television connections 1980, 1985 – 1996
- 2.11 Yleisimmät kaapeliverkoissa välitetyt kanavat 1990 – 1996
Major channels retransmitted via cable networks 1990 – 1996
- 2.12 Yleisradion, MTV:n ja Kolmostelevision televisiolähetysten viikkotuntimäärät kanavittain vuosina 1980/81, 1985/86 – 1996
YLE, MTV and Channel Three/MTV3: weekly broadcasting hours by channels 1980/81, 1985/86 – 1996
- 2.13 Yleisradion ja MTV3:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 1993 – 1996
Television programming by the Finnish Broadcasting Company YLE and MTV3 1993 – 1996
- 2.14 Oman ja muun ohjelmatuotannon osuudet YLE:n ja MTV/MTV3:n ohjelmistosta
TV-programming: own vs bought production in YLE & MTV/MTV3 channels 1990 – 1995.

- 2.15 Yleisradion ja MTV/MTV3:n ohjelmisto alkuperämaittain 1991 – 1996
YLE and MTV/MTV3 television programming by origin 1991 – 1996
- 2.16 Yleisradion ja MTV:n lähettämien ulkomaisten televisio-ohjelmien jakautuminen alkuperämaittain vuosina 1993 – 1996
Breakdown of foreign television programming broadcast by YLE and MTV by country of origin 1993 – 1996
- 2.17 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä vuosina 1989/90 – 1997
Daily reach of television channels 1989/90 – 1997
- 2.18 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä eri väestöryhmissä 1997
Daily reach of television channels in different population groups 1997
- 2.19 Television katseluun keskimäärin käytetty aika vuosina 1990 – 1997
Daily average television viewing time 1990 – 1997
- 2.20 Televisiolähetysten katseluun käytetty aika eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 1997
Daily average television viewing time in different population groups 1997
- 2.21 Televisiokanavien katseluosuudet vuosina 1990 – 1997
Television: channel shares 1990 – 1997
- 2.22 Televisiokanavien katseluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 1997
Television: channel shares in different population groups 1997
- 2.23 Eri ohjelmatyyppejen osuus television katseluun käytetystä kokonaisajasta keskimääräisenä päivänä vuosina 1993 – 1996
Breakdown of total viewing time by types of programme on an average day 1993 – 1996
- 2.24 Katsotuimmat televisio-ohjelmat 1996
Top ten television programmes 1996
- 2.25 Teksti-TV:n käyttö: tavoitavuus ja katseluaika keskimääräisenä päivänä 1996
Use of teletext services: Daily reach and average viewing time 1996
- 2.26 Ylen ja MTV:n teksti-TV:n suosituimpien sivujen katselu 1997
Most popular YLE and MTV teletext pages 1997
- 2.27 Televisioiden vähittäismyynti vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Retail sales of TV sets 1980, 1985 and 1990 – 1996

- 2.28 Televisioiden keskihinnat ja myynnin arvo vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
TV sets: average prices and sales volume 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 2.29 Kotitalouksien TV-vastaanottimet
Household TV-equipment
- 2.30 TV-vastaanottimien sijainti kotitalouksissa
Locations of TV-sets in households

Kuviot – Figures

- 2.1 Kaapelitelevisioliittymät 1980 –1996
Cable television subscribers 1980 –1996
- 2.2 Television katselun jakaantuminen eri kanaville 1997
Breakdown of television viewing by channel in 1997
- 2.3 Yleisradion kokonaiskustannukset kanavittain 1997
YLE allocation costs by channel 1997
- 2.4 Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto 1996
Cable television turnover 1996
- 2.5 Yleisradion valtakunnallisten tv-kanavien näkyvyysalueet
Coverage area of YLE nationwide television channels
- 2.6 Nelosen näkyvyysalue
Coverage area of Channel Four Finland
- 2.7 Suurimmat kaapeliverkot 1996
Biggest cable networks in 1996
- 2.8 TV-vastaanottimien määrä kotitalouksissa 1996
Household ownership of tv-sets in 1996

2.1 Valtakunnalliset televisiokanavat 1997 Nationwide television channels 1997

Toimintaperiaate Status	Kanava Channel	Omistaja Owner	Rahoitus Financing	Peitto Penetration	Välitystapa Distribut- ion	Aloitus- vuosi Year of establish- ment
Julkinen – Public	YLE TV1	Valtio/State	lupamaksut & MTV3:n maksut licence fees & fee from MTV3	100	T	1958
	YLE TV2	Valtio/State		100	T	1956/1965
	FST1&2 *	Valtio/State		100	T	
	TV4 **	Valtio/State		32	T	1988
Yksityinen – Private	MTV3	Alma Media	mainonta/commercials	100	T	1957
	Nelonen	Helsinki Media et al.	mainonta/commercials	74	T/C/S	1997
	Canal+/Canal+ Kulta	Canal+/Canal Digital	maksu-Tv/pay-TV	4	C/S	1986
	TV1000/Cinema	Modern Times Group	maksu-Tv/pay-TV	..	C/S	1996

Välitystapa/
Distribution:

T = maanpäällinen verkko/terrestrial

C = kaapelivälitteinen/cable

S = satelliittivälitteinen/satellite

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

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

Lähteet: YLE, MTV3, Nelonen
Sources: YLE, MTV3, Channel Four Finland

2.2 Yleisradion tulot 1980/81, 1985/86 – 1996
YLE revenues 1980/81, 1985/86 – 1996

Vuosi Year	Lupamaksut Licence fees		Tulot MTV:ltä yhteensä MTV payments total		Siitä – Of which:				Valtion avustukset Government grants		Muut* tulot Other* income		Yhteensä Total	
	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Julkisen palvelun maksu Public service fee	%	Verkkovuokra Network rent	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%
1980/81	511,7	76,0	149,8	22,2					1,2	0,2	11,0	1,6	673,7	100,0
1985/86	928,3	74,8	291,8	23,5					6,5	0,5	14,8	1,2	1 241,4	100,0
1986/87	1 010,2	74,7	312,0	23,1					12,5	0,9	16,9	1,2	1 351,6	100,0
1987/88	1 054,2	76,9	275,7	20,1					16,3	1,2	24,9	1,8	1 371,1	100,0
1988/89	1 127,4	77,2	293,4	19,0					11,4	0,8	27,5	1,9	1 459,8	100,0
1989/90	1 234,4	77,5	321,6	18,5					7,5	0,5	29,8	1,9	1 593,3	100,0
1990/91	1 364,8	81,1	272,6	14,3					7,8	0,5	38,5	2,3	1 683,7	100,0
1991/92	1 488,8	82,3	268,8	12,3					8,5	0,5	43,4	2,4	1 809,5	100,0
1993	1 481,2	79,8	300,0	16,2					9,2	0,5	66,3	3,5	1 856,7	100,0
1994	1 464,4	77,2	343,6	18,1	230,5	12,1	113,1	6,0	11,3	0,6	77,4	4,1	1 896,7	100,0
1995	1 491,5	75,9	403,1	20,5	290,6	14,8	112,5	5,7	3,6	0,2	67,5	3,4	1 965,4	100,0
1996	1 551,5	76,2	397,4	19,5	281,4	13,8	116,0	5,7	2,3	0,1	85,7	4,2	2 036,9	100,0

* Lähinnä ohjelmatoiminnan ja teknisten palvelujen tuotot – *Mainly income from programming and technical services.*

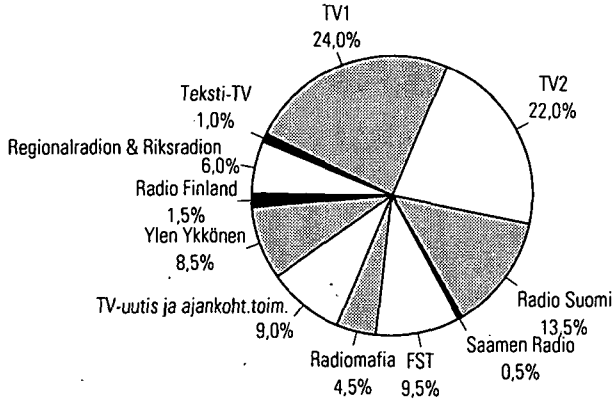
Lähde: Yleisradion toimintakertomukset, Yleisradio Oy
 Source: YLE annual reports

2.3 Yleisradion kustannukset 1994 – 1996
Yle costs 1994 – 1996

	1994	1995	1996
	Milj.mk – FIM million		
Radiotoimiala – <i>Radio services</i>	615	644	648
TV-toimiala – <i>TV services</i>	1 098	1 186	1 236
Keskitettyt ja muut – <i>Joint costs</i>	207	108	40
Yhteensä – Total	1 919	1 937	1 924

Lähde: Yleisradio Oy, Taloushallinto
 Source: YLE Finance

Kuvio 2.3 Yleisradion kokonaiskustannukset kanavittain 1997
 Figure 2.3 YLE allocation costs by channel 1997



Lähde: YLE/Tiedotus

2.4 MTV:n* ja Kolmostelevisioin liikevaihto 1980, 1985 – 1997 MTV* and Channel Three turnover 1980, 1985 – 1997

Vuosi Year	MTV/MTV3 Milj. mk FIM million	Kolmostelevisio Channel Three	Siitä – Of which Mainostulot Advertising %
1980	236,5		..
1985	500,8		94
1986	507,1		93
1987	517,4	..	92
1988	498,4	96,0	..
1989	536,1	127,0	..
1990**	674,9	(151,3)	..
1991	663,3	(177,0)	..
1992	706,4	(259,0)	..
1993	708,9	(121,0)	96
1994	810,1	(194,0)	97
1995	949,9	(244,0)	97
1996	975,4	(253,0)	96

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

** Vuoden 1990 alusta Oy Kolmostelevisio Ab muuttui MTV-konsernin tytäryhtiöksi. Sen liikevaihto sisältyy konsernin liikevaihtoon. – As from the beginning of 1990 Channel Three has been a subsidiary of the MTV Group. Its turnover is included in the figures for the whole Group.

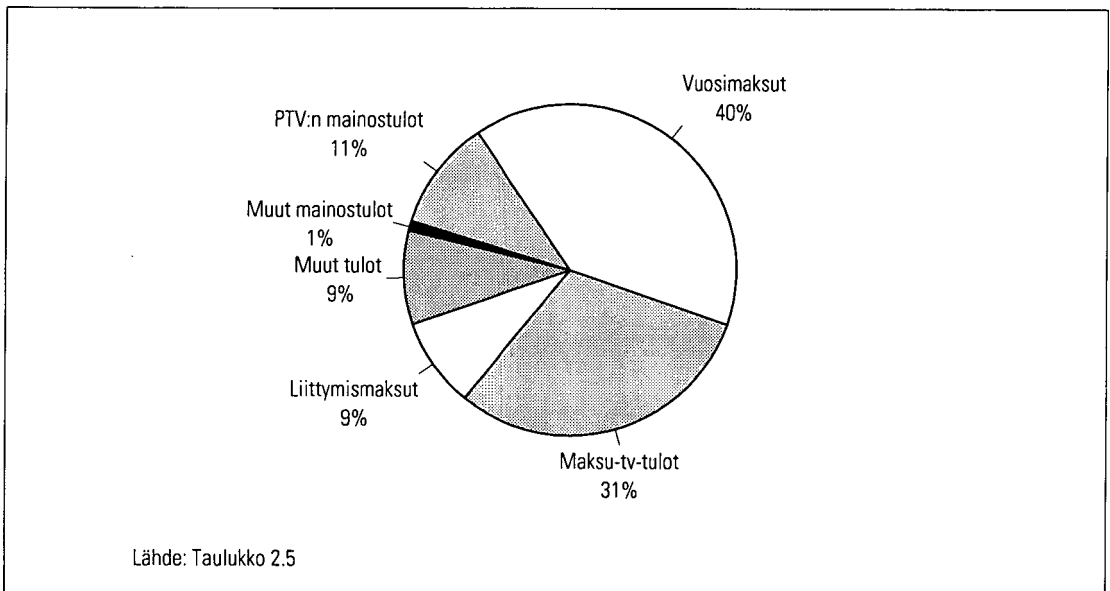
Lähde: MTV:n vuosikertomukset
 Source: MTV annual reports

2.5 Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto vuosina 1985, 1990 – 1996
Cable television turnover 1985, 1990 – 1996

	- 1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	Milj.mrk FIM million							
Liittymismaksut – Connection charges	..	136	92	55	45	42	31	32
Vuosimaksut – Subscription fees	..	89	114	127	124	131	145	148
Maksu-tv-tulot – Pay-tv revenue	..	55	70	102	98	98	101	117
PTV:n mainostulot – Advertising on PTV channel	..	13	15	16	22	26	35	41
Muut mainostulot – Other advertising	..	4	3	4	3	3	3	4
Muut tulot – Other income	..	17	7	17	13	22	21	32
Yhteensä – Total	44	314	301	321	305	322	336	374
	%							
Liittymismaksut – Connection charges	..	43	31	17	15	13	9	9
Vuosimaksut – Subscription fees	..	28	38	39	41	41	43	40
Maksu-tv-tulot – Pay-tv revenue	..	18	23	31	32	31	30	31
PTV:n mainostulot – Advertising on PTV channel	..	4	5	5	7	8	10	11
Muut mainostulot – Other advertising	..	1	1	1	1	1	1	1
Muut tulot – Other income	..	5	2	5	4	7	6	9
Yhteensä – Total	..	100	100	100	100	100	100	100

Lähde: Liikennemisteriö, Viestintähallinto-osasto
Source: Ministry of Traffic and Communications

Kuvio 2.4 Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto 1996
Figure 2.4 Cable television turnover 1996



2.6 Yleisradion henkilöstö tilikausina* 1989/90 – 1996 ja henkilöstön jakautuminen toimialoittain 1996
YLE personnel during financial years 1989/90 – 1996 and staff breakdown by units in 1996

Palkansaajia keskimäärin/tilikausi <i>Employees on average/financial year</i>				
	Radio <i>Radio only</i>	Televisio <i>Television only</i>	Yhteiset tehtävät <i>Not separately attributable</i>	Yhteensä <i>Total</i>
	Lukum. <i>Number</i>	Lukum. <i>Number</i>	Lukum. <i>Number</i>	Lukum. <i>Number</i>
1989/90	1 260	2 031	1 442	4 733
1990/91	1 270	2 134	1 392	4 796
1991/92	1 294	2 118	1 363	4 775
1993	1 322	2 086	1 176	4 584
1994	1 349	2 111	1 089	4 549
1995	1 327	2 113	1 095	4 535
1996	1 351	2 085	1 100	4 536

Henkilöstö toimialoittain 1996 <i>Personnel by sector in 1996</i>		
	Lukum. <i>Number</i>	%
Radiotoimiala – <i>Radio</i>	1 098	24
Tv-toimiala – <i>TV</i>	1 838	41
Ruotsinkielinen toimiala – <i>Swedish radio & tv</i>	379	8
Keskusjohto – <i>Central office</i>	137	3
Sisäiset tulosyksiköt – <i>Transmission technology personnel administration etc.</i>	1 084	24
Yhteensä – <i>Total</i>	4 536	100

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

Lähde: Yleisradio Oy, Henkilöstöhallintoryhmä
 Source: YLE Personnel Administration

2.7 MTV:n ja PTV:n henkilöstö vuosina 1980, 1985 – 1996
MTV and PTV personnel 1980, 1985 – 1996

Vuosi Year	MTV:n henkilöstö MTV personnel	PTV:n henkilöstö PTV personnel
1980	567	
1985	702	
1986	696	
1987	667	
1988	586	
1989*	625	
1990	621	15
1991	626	15
1992	606	20
1993	599	20
1994	617	21
1995	639	21
1996	648	23

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

Lähde: MTV:n vuosikertomukset
 Source: MTV annual reports

2.8 Kaapelitelevisioyhtiöiden henkilöstö vuosina 1990 – 1996
Cable operators' personnel in 1990 – 1996

	Henkeä Number of employees						
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Kokopäiväinen henkilöstö *							
Full-time personnel*							
Toimitustyö – Programming	27	29	23	30	34	27	34
Tekniikka – Technical	119	169	142	145	154	151	167
Hallinto & markkinointi – Administration & marketing	139	159	151	148	127	123	139
Yhteensä – Total	285	398	316	323	315	301	340

* Telen kaapeliverkkojen henkilöstö ei sisälly lukuihin. Näiden verkkojen kiinteän henkilöstön yhteismäärä oli 33 henkeä vuonna 1996. – Personnel under Telecom's cable networks are not included in the figures; in 1996 their permanent staff numbered 33.

Lähde: Liikenneministeriö, Viestintähallinto-osasto
 Source: Ministry of Communications, Communications Administration Department

2.9 Televisioluvat vuosina 1980, 1985 – 1996

Television licences 1980, 1985 – 1996

Vuosi Year	Mustav.tv-luvat B&W TV licences		Väri tv-luvat Colour TV licences		Tv-luvat yhteensä TV licences total	
	1 000 kpl '000	1 000 as. kohti per 1 000 population	1 000 kpl '000	1 000 as. kohti per 1 000 population	1 000 kpl '000	1 000 as. kohti per 1 000 population
1980	752,2	157	786,0	164	1 538,2	321
1985	344,6	70	1 439,7	293	1 784,3	363
1986	287,5	58	1 534,9	312	1 822,4	370
1987	236,7	48	1 606,2	326	1 842,9	374
1988	185,3	37	1 677,2	339	1 862,5	376
1989	147,3	30	1 731,9	349	1 879,2	379
1990	118,3	24	1 775,2	355	1 893,5	379
1991	96,3	19	1 801,0	358	1 897,3	377
1992	78,8	16	1 808,9	358	1 887,6	373
1993	64,4	13	1 801,7	355	1 866,1	368
1994	57,4	11	1 824,3	358	1 881,8	369
1995	50,6	10	1 864,8	364	1 915,4	374
1996	–	–	–	–	1 929,0	376

Kunkin vuoden lopussa – At year-end

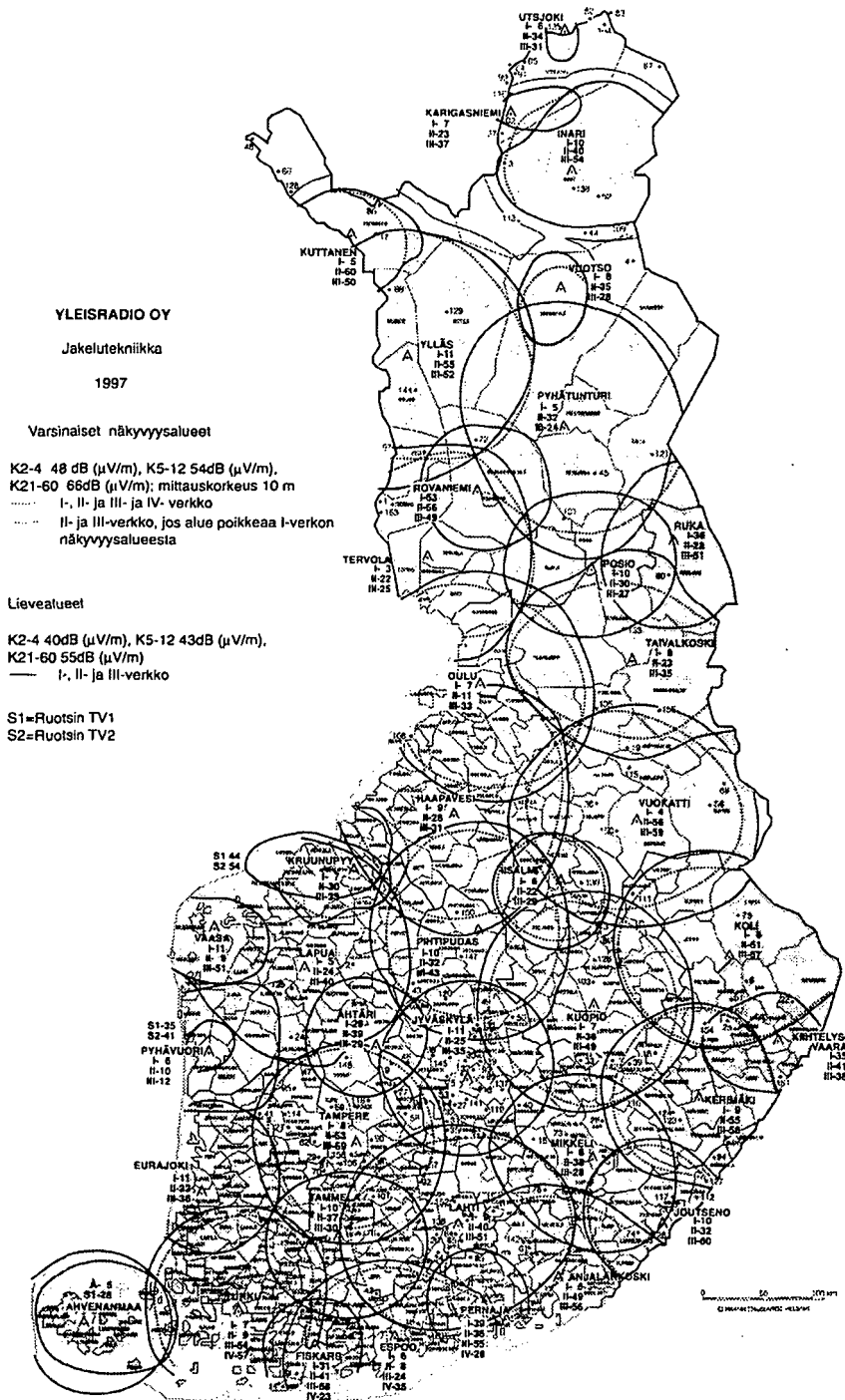
Mustavalkoluvat poistuiivat v.1996 alussa.

From January 1996 the colour and black-and-white licences were combined into one single TV-licence.

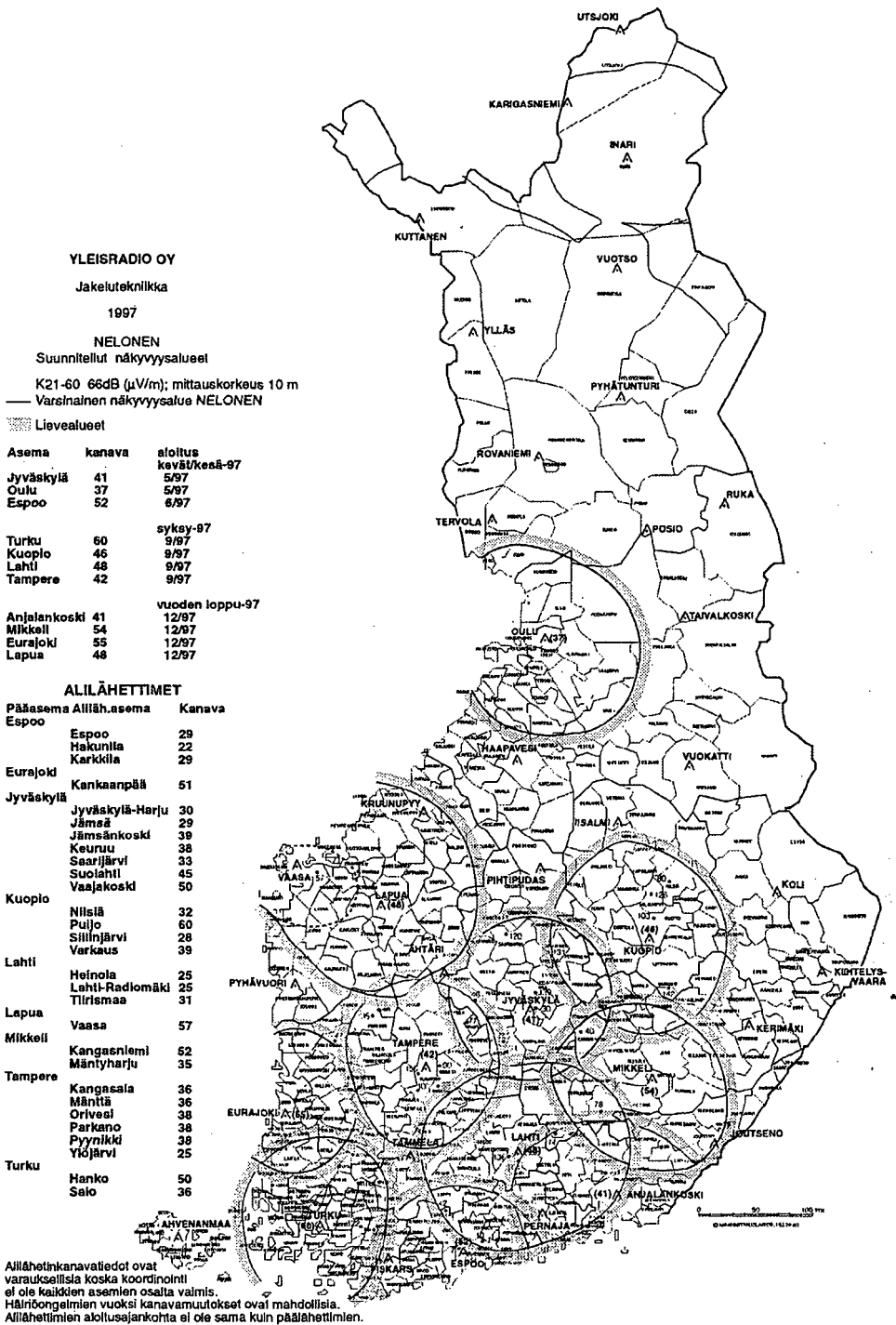
Lähde: Yleisradio Oy

Source: YLE

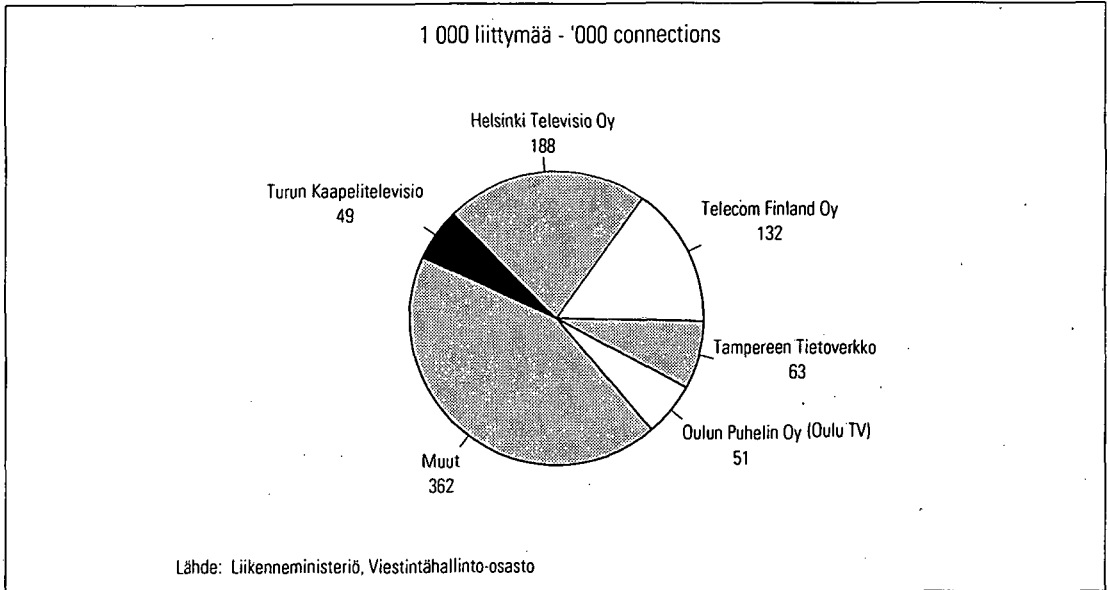
Kuvio 2.5 Yleisradion valtakunnallisten tv-kanavien näkyvyysalueet
Figure 2.5 Coverage area of YLE nationwide television channels



Kuvio 2.6 Nelosen näkyvyysalue
Figure 2.5 Coverage area of Channel Four Finland



Kuvio 2.7 Suurimmat kaapeliverkot 1996
Figure 2.7 Biggest cable networks in 1996



2.10 Kaapeli- ja satelliittitelevisioliittymät vuosina 1980, 1985 – 1996
Cable and direct broadcast satellite (DBS) television connections 1980, 1985 – 1996

	Kaapeli – Cable		Satelliitti – DBS*		Kaapeli- ja satelliittiliittymät yhteensä – Cable and DBS connections, total**	
	1 000 liittymää '000 connections	% talouksista % of households	1 000 liittymää '000 connections	% talouksista % of households	Yhteensä Total	% talouksista % of households
1980	68,0	3,6	..	..	68,0	3,6
1985	210,0	10,4	..	..	210,0	10,4
1986	265,0	13,0	..	..	265,0	13,0
1987	375,0	18,0	10,0	0,5	382,0	18,3
1988	464,0	22,1	20,0	1,0	478,0	22,7
1989	556,0	25,9	30,0	1,4	578,0	26,9
1990	669,0	30,8	45,0	2,1	702,0	32,3
1991	722,1	32,9	60,0	2,7	767,7	34,9
1992	753,1	34,0	96,2	4,3	823,1	37,1
1993	759,6	33,9	126,2	5,6	850,6	37,9
1994	797,5	35,1	163,8	7,2	923,5	40,7
1995	817,1	36,7	196,8	8,6	973,9	42,5
1996	845,1	36,6	231,1	10,0	1 035,2	44,8

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

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

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

Lähteet: Suomen Kaapelitelevisioliitto
Liikenneministeriö, Viestintähallinto-osasto.
Satelliitti- ja antenniliitto SANT

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

2.11 Yleisimmät kaapeliverkoissa välitetyt kanavat 1990 – 1996

Major channels retransmitted via cable networks 1990 – 1996

	Liittymien lukumäärä, 1 000 liittymää <i>Number of connections, 000 connections</i>							Osuus koti- talouksista <i>Share of households</i>	Osuus: kaapeli- talouksista* <i>Share of households with access to cable*</i>	Rahoitusmuoto <i>Funding</i>
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1996 %	1996 %	
Satelliittikanavat – <i>Satellite channels:</i>										
Eurosport	616	698	716	746	780	806	833	36,0	98,5	mainonta – advertising
NBC Super Channel	605	678	704	737	770	794	822	36,0	97,2	mainonta – advertising
TV 5 Europe	566	647	685	710	750	779	806	35,0	95,3	julk.rahoitus – public funding
MTV-Europe	498	588	634	693	733	789	786	34,0	93,0	mainonta – advertising
Deutsche Welle TV				173	204	439	463	20,0	54,8	julk.rahoitus – public funding
Euronews				1	212	224	231	10,0	27,3	julk.rahoitus – public funding
FilmNet Plus		50	44	43	39	44	42	2,0	4,9	tilaajamaksut – subscription fees
FilmNet Movies				39	38	40	38	2,0	4,5	tilaajamaksut – subscription fees
Worldnet		477	327	391	407	316	18	1,0	2,1	julk.rahoitus – public funding
Naapurimaiden kanavat – <i>Neighbouring countries:</i>										
Kanal 1 (Ruotsi – Sweden)	248	213	213	209	164	168	216	9,0	25,6	julk.rahoitus – public funding
TV 2 (Ruotsi – Sweden)	246	206	205	202	128	122	165	7,0	19,5	julk.rahoitus – public funding
TV 4 (Ruotsi – Sweden)				53	76	90	89	4,0	10,5	julk.rahoitus & mainonta – public funding & advertising
ORTV (Venäjä – Russia)	402	..	188	189	29	29	27	1,0	3,2	julk.rahoitus – public funding
ETV (Viro – Estonia)	165	..	..	14	12	14	12	0,5	1,4	julk.rahoitus & mainonta – public funding & advertising
Femman (Ruotsi – Sweden)					15	15	10	0,4	1,2	julk.rahoitus & mainonta – public funding & advertising
Kaapelikanavat – <i>Cable channels:</i>										
PTV		534	510	571	598	642	676	29,0	80,0	mainonta – advertising
Paikalliset kanavat – <i>Local channels</i>				158	145	148	247	10,7	29,2	mainonta – advertising

* Kaikki liittymät eivät ole kotitalouksia. Kaapeliliittymiä oli 845 139 vuoden 1996 lopussa. – *Not all connections are households. At year-end 1996 the total number of connections with access to cable television was 845 139.*

** FilmNet Plusin ja FilmNet Moviesin tilaajakunnat ovat pääosin päällekkäisiä. – *The subscribers of Film Net Plus and FilmNet Movies largely overlap.*

Lähteet: Liikennemisteriö, Viestintähallinto-osasto
Suomen Kaapelitelevioliitto ry

Sources: Ministry of Communications, Communications Administration Department
Finnish Cable Television Association

Muokattu – *Processed*

2.12 Yleisradion, MTV:n ja Kolmostelevisio television televisiölähetysten viikotuntimäärät kanavittain vuosina 1980/81, 1985/86 – 1996
YLE, MTV and Channel Three/MTV3: weekly broadcasting hours by channels 1980/81, 1985/86 – 1996

Vuosi Year	Yleisradio YLE		MTV		Kolmostelevisio/MTV3* Channel Three/MTV3*
	YLE TV 1	YLE TV 2	MTV 1	MTV 2	
	Tuntia/viikko Hours/week				
1980/81	40	29	13	4	
1985/86	42	36	13	7	
1986/87	44	38	14	6	
1987/88	48	42	13	7	
1988/89	48	41	12	7	38
1989/90	52	43	12	8	50
1990/91	56	44	11	10	48
1991/92	58	45	11	10	61
1992	59	45	10	10	61
1993	76	60	–	–	70
1994	82	57	–	–	82
1995	86	63	–	–	94
1996	88	68	–	–	106

* Vuodesta 1993 MTV3. – From the beginning of 1993: MTV3 Finland.

Lähteet: Yleisradion vuosikertomukset ja vuosikirjat
MTV:n ja MTV3:n toimintakertomukset

Sources: YLE annual reports and yearbooks
MTV and MTV3 annual reports

2.13 Yleisradion ja MTV3:n ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 1993 – 1996

Television programming by the Finnish Broadcasting Company YLE and MTV3 1993 – 1996

YLE TV1	%			
Ohjelmatyyppi – Content:	1993	1994	1995	1996
Uutiset – News	10	8	12	11
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs	8	7	9	11
Asiaohjelmat – Non-fiction/information	26	23	20	17
Draama/TV-elok. – Drama/TV film	2	4	..	3
Pitkät elokuvat – Feature film	10	8	12	11
Sarjafilmit – Serial drama	11	11	11	10
Viihde ja musiikki – Entertainment and music	12	9	11	8
Urheilu – Sports	6	11	8	13
Lastenohjelmat – Children	6	4	6	7
Opetusohjelmat – Education	9	13	10	9
Muut – Other	0	1	1	0
Yhteensä – Total	100	100	100	100
Ohjelmatunnit yhteensä – Total programming hours	3 960	4 625	4 493	4 590

YLE TV2				
Ohjelmatyyppi – Content:	1993	1994	1995	1996
Uutiset – News	4	3	3	3
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs	5	5	7	7
Asiaohjelmat – Non-fiction/information	23	25	28	27
Draama/TV-elok. – Drama/TV film	4	7	..	3
Pitkät elokuvat – Feature film	13	9	13	12
Sarjafilmit – Serial drama	16	17	18	20
Viihde ja musiikki – Entertainment and music	12	12	13	9
Urheilu – Sports	12	12	10	11
Lastenohjelmat – Children	9	9	7	7
Opetusohjelmat – Education	0	0	0	0
Muut – Other	3	2	1	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100
Ohjelmatunnit yhteensä – Total programming hours	3 124	2 962	3 275	3 517

MTV3				
Ohjelmatyyppi – Content:	1993	1994	1995	1996
Uutiset – News	8	7	6	6
Ajankohtais- ja asiaohjelmat – Current affairs and non-fiction/information	22	25	26	24
Draama/TV-elok., sarjafilmit ja pitkät elokuvat – Drama/TV film, serial drama and feature film	37	35	36	33
Viihde ja musiikki – Entertainment and music	19	17	18	20
Urheilu – Sports	8	11	9	12
Lastenohjelmat – Children	5	3	4	5
Opetusohjelmat – Education	0	1	1	1
Muut – Other	1	2	0	0
Yhteensä – Total	100	100	100	100
Ohjelmatunnit yhteensä – Total programming hours	3 133	3 418	3 928	4 487

Lähteet: YLE, MTV3
Sources: YLE, MTV3

2.14 Oman ja muun ohjelmatuotannon osuudet YLE:n ja MTV/MTV3:n ohjelmistosta
TV-programming: own vs bought production in YLE & MTV/MTV3 channels 1990 – 1995.

	%					
YLE TV1 & TV2	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Oma tuotanto – <i>Inhouse</i>	48	47	50	51	47	44
Muu kotimainen – <i>Bought domestic</i>	6	7	7	8	7	8
Ulkomainen – <i>Foreign</i>	46	46	43	41	46	48
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100
MTV/MTV3	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Oma tuotanto – <i>Inhouse</i>	..	28	35	36	37	37
Muu kotimainen – <i>Bought domestic</i>	..	18	18	19	18	21
Ulkomainen – <i>Foreign</i>	56	54	47	44	44	42
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100

Lähteet: YLE, MTV3
 Sources: YLE, MTV3

2.15 Yleisradion ja MTV/MTV3:n ohjelmisto alkuperämaittain 1991 – 1996
YLE and MTV/MTV3 television programming by origin 1991 – 1996

YLE TV1 & TV2	%					
Alkuperämaa – <i>Country of origin</i>	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Suomi – <i>Finland</i>	54	54	57	59	54	52
Muut Pohjoismaat – <i>Other Nordic countries</i>	6	5	4	6	7	8
Muu Eurooppa – <i>Other Europe</i>	26	27	22	17	18	19
Pohjois-Amerikka – <i>North America</i>	10	9	12	14	17	19
Muut – <i>Other</i>	4	5	4	4	5	2
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100
Ohjelmatunnit yhteensä – Total programming hours	5 195	5 359	7 084	7 228	7 768	8 108
MTV/MTV3	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Alkuperämaa – <i>Country of origin</i>						
Suomi – <i>Finland</i>	44	46	53	56	56	58
Muu Eurooppa * – <i>Other Europe *</i>	..	..	5	7	6	8
Pohjois-Amerikka – <i>North America</i>	..	..	37	30	34	32
Muut – <i>Other</i>	..	..	0	0	1	1
Tieto puuttuu ** – <i>No information available **</i>	56	54	4	7	3	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100
Ohjelmatunnit yhteensä – Total programming hours	..	3 146	3 133	3 418	3 928	4 487

* Mukaan lukien muut Pohjoismaat. – *Including other Nordic countries.*

** Lähinnä kansainvälistä urheiluohjelmistoa. – *Consisting mostly of international sports programming.*

Lähteet: YLE, MTV3
 Sources: YLE, MTV3.

2.16 Yleisradion ja MTV:n lähettämien ulkomaisten televisio-ohjelmien jakautuminen alkuperämaittain vuosina 1993 – 1996
Breakdown of foreign television programming broadcast by YLE and MTV by country of origin 1993 – 1996

Alkuperämaa Country of origin	1993		1994		1995		1996	
	YLE TV1&TV2	MTV3	YLE TV1&TV2	MTV3	YLE TV1&TV2	MTV3	YLE TV1&TV2	MTV3
Pohjoismaat – Scandinavia								
Ruotsi – Sweden	5,0	0,3	5,7	0,4	7,0	0,0	5,4	1,2
Muut ja yhteistuotanto – Others and co-production	3,6	1,0	9,0	0,0	4,0	0,0	6,0	0,0
Eurooppa – Other Europe								
Iso-Britannia – Great Britain,	22,8	5,5	16,7	4,6	18,0	6,0	18,3	7,5
Ranska – France	8,2	1,1	7,0	1,8	7,0	0,0	6,3	1,3
Saksa – Germany	8,9	1,0	6,3	7,6	6,0	4,0	6,1	4,1
Venäjä – Russia	0,4	0,1	1,5	3,2	0,0	0,0	0,7	0,0
Muut ja yhteistuotanto – Others and co-production	7,9	2,8	12,9	4,2	12,0	1,0	11,0	3,2
Pohjois-Amerikka – North America								
Yhdysvallat – United States	29,1	85,4	30,6	74,9	38,0	85,0	37,2	75,4
Kanada – Canada	2,6	1,9	3,2	1,1	4,0	3,0	3,8	3,7
Väli- ja Etelä-Amerikka – Central America and South America	0,2	0,1	0,2	0,6	1,0	0,0	0,3	0,5
Aasia ja Australia – Asia and Australia	5,7	1,0	4,2	1,6	3,0	1,0	4,7	2,8
Afrikka – Africa	0,2	–	0,2	–	0,0	0,0	–	–
Muut ja yhteistuotanto – Others and co-production	–	–	2,3	0,2	0,0	0,0	–	–
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Tuntia – Hours	2 697	1 436	2 914	1 665	3 057	1 788	3 771	2 026
Ulkomaisen ohjelmiston osuus % Foreign programmes as % of total programming	43	47	41	44	46	44	48	42

Lähde: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston ohjelmarakennetutkimukset.
Source: YLE Research and Development.

2.17 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä vuosina 1989/90 – 1997
Daily reach of television channels 1989/90 – 1997

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
YLE TV1	51	53	54	53	55	55	56	55
YLE TV2	38	41	42	46	47	47	48	48
YLE yhteensä – YLE total*	59	60	62	62	64	63	65	64
MTV1 & MTV2	48	49	49	–	–	–	–	–
Kolmostelevisio/Channel Three	19	26	41	–	–	–	–	–
MTV3/MTV3 Finland	–	–	–	59	61	60	61	60
PTV4/Nelonen** – PTV/Channel Four Finland**	–	–	–	–	–	–	–	10
Kotim. kaapelikanavat (sis. PTV4:n) – Domestic cable (PTV4 included)	2	3	4	5	6	9	9	..
TV4	1	2	2	2	3	3	3	3
SVT 1&2	2	3	3	3	3	2	2	2
Satelliittikanavat – Satellite	6	8	9	10	11	12	12	12
Muut – Other	0	0	1	1	1	0	1	1
TV yhteensä – TV total	..	..	69	71	72	71	72	72

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 475 taloutta eli noin 1 200 henkilöä. Tutkimus perustuu katselun ympärivuotiseen seurantaan. – The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peplemeter study consists of 475 households or a total of some 1 200 people.

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

** PTV4 31.5.1997 asti. Nelonen 1.6.1997 alkaen. – PTV4 until end of May 1997. Channel Four from June 1997 onwards.

Lähteet: Finnpanel Oy
Yleisradio Oy. Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvedot.
Sources: Finnpanel Oy
YLE Research and Development

2.18 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä eri väestöryhmissä 1997
Daily reach of television channels in different population groups 1997

	1997								
	YLE TV1	YLE TV2	YLE TV1&TV2	MTV3	PTV4/ Nelonen** PTV/ Channel 4 Finland**	TV4	SVT 1&2	Satelliitti- kanavat Satellite	Muut Others
Kaikki – All	55	48	64	60	10	3	2	12	1
Sukupuoli – Sex									
Naiset – Women	55	49	65	62	10	3	2	9	1
Miehet – Men	54	47	63	58	11	3	3	14	1
Ikä – Age									
3 – 9 vuotta – years*	32	33	49	39	4	1	1	7	1
10 – 14 vuotta – years	41	37	52	52	8	1	2	10	1
15 – 24 vuotta – years	33	33	44	46	9	2	1	12	1
25 – 34 vuotta – years	47	41	57	55	12	2	3	15	2
35 – 44 vuotta – years	54	49	65	59	11	3	3	12	1
45 – 64 vuotta – years	63	54	71	64	10	3	2	11	2
65 – vuotta – years	73	62	79	74	12	6	3	10	1
Kaapeli-tv on – Has access to cable	55	48	64	60	22	4	4	26	1

* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 9 – vuotiaiden katselu. – All other data in the table describe viewing for age groups over 9.

** PTV4 31.5.1997 asti. Nelonen 1.6.1997 alkaen. – PTV until end of May 1997. Channel four from June 1997 onwards.

Lähteet: Finnpanel Oy
Yleisradio OY. Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvetot.
Sources: Finnpanel Oy
YLE Research and Development.

2.19 Television katseluun keskimäärin käytetty aika vuosina 1990 – 1997
Daily average television viewing time 1990 – 1997

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
	Minuuttia/päivä Minutes/day							
YLE TV1	34	37	35	31	34	35	38	36
YLE TV2	22	22	22	27	27	28	31	33
FST*	3	3	2	2	2	2	3	3
YLE yhteensä – YLE total	59	62	60	60	63	66	72	72
MTV1 & MTV2	27	26	24	–	–	–	–	–
Kolmostelevisio/Channel Three	13	18	29	–	–	–	–	–
MTV3 – MTV3 Finland	–	–	–	61	64	65	66	65
Nelonen – Channel Four Finland (1.6.1997–)	–	–	–	–	–	–	–	4
Kotim. kaapelikanavat** – Domestic cable**	1	1	1	2	2	3	4	2
TV4 & SVT 1 & 2	1	2	2	2	2	2	2	2
Satelliittikanavat – Satellite	3	3	4	6	6	5	5	5
Muut – Other	0	0	0	0	0	0	0	1
Kaikki kanavat yhteensä – All Channels total	104	112	119	130	138	140	149	149
Video	10	11	11	10	10	10	11	8
Kaikki yhteensä – Total	109	118	126	139	149	150	160	157

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 475 taloutta eli noin 1 200 henkilöä. Tutkimus perustuu katselun ympärivuotiseen seurantaan. – The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peoplemeter study consists of 475 households or a total of some 1 200 people.

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

** Mukana PTV4 31.5.1997 asti. – PTV4 included until end of May 1997.

Lähteet: Finnpanel Oy
Yleisradio Oy. Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvedot.
Sources: Finnpanel Oy
YLE Research and Development.

2.20 Televisiolähetysten katseluun käytetty aika eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 1997
Daily average television viewing time in different population groups 1997

Väestöryhmä Population group	1997											Yhteensä minuuttia Total minutes
	YLE TV1	YLE TV2	FST	YLE yht. YLE total	MTV3	Nelonen Channel 4 Finland (1.6.1997–)	Kotim. kaapeli- kanavat** Domestic cable**	TV4	SVT 1 & 2	Satelliitti- kanavat Satellite	Muut Others	
	Minuuttia/päivä Minutes/day											
Kaikki – All	36	33	3	72	65	4	2	1	1	5	1	149
Sukupuoli – Sex												
Naiset – Women	36	34	3	73	72	3	2	1	1	3	1	156
Miehet – Men	36	33	3	72	57	4	1	1	1	6	1	142
Ikä – Age												
3 – 9 vuotta – years*	15	17	1	33	25	1	1	0	0	2	0	63
10 – 14 vuotta – years	18	18	1	37	50	2	1	0	1	4	0	95
15 – 24 vuotta – years	12	16	1	29	41	4	1	0	0	6	0	81
25 – 34 vuotta – years	26	27	2	55	57	5	2	0	1	6	1	128
35 – 44 vuotta – years	30	32	2	64	59	4	2	1	1	5	1	136
45 – 64 vuotta – years	47	41	3	90	70	3	1	0	1	4	1	171
65 – vuotta – years	62	50	5	117	96	3	2	1	2	3	0	226
Kaapeli – tv on – Has access to cable	35	32	3	70	61	6	4	1	2	10	1	154

* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 9 – vuotiaiden katselu. – All other data in the table describe viewing for age groups over 9.

** Mukana PTV4 31.5.1997 asti. – PTV4 included until end of May 1997.

Lähteet: Finnpanel Oy
Yleisradio Oy. Tutkimus- ja kehitysosaston mittaritutkimusyhteenvetot.
Sources: Finnpanel Oy
YLE Research and Development.

2.21 Televisiokanavien katseluosuudet vuosina 1990 – 1997
Television: channel shares 1990 – 1997

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
	%							
YLE TV1	33	33	30	24	25	25	25	24
YLE TV2	21	19	19	21	19	20	21	22
FST*	3	3	2	1	2	2	2	2
YLE yhteensä – YLE total	57	55	50	46	46	47	48	48
MTV1 & MTV2	26	23	20	–	–	–	–	–
Kolmostelevisio/Channel Three	13	16	24	–	–	–	–	–
MTV3 – MTV3 Finland	–	–	–	47	46	46	44	44
Nelonen – Channel Four Finland (1.6.1997–)	–	–	–	–	–	–	–	2
Kotim. kaapelikanavat** – Domestic cable**	1	1	1	1	2	2	3	1
TV4 & SVT 1 & 2	1	2	2	2	2	1	1	1
Satelliittikanavat – Satellite	3	3	3	4	4	4	3	3
Kaikki kanavat yhteensä – All Channels total	100	100	100	100	100	100	100	100
Video	5	5	6	7	8	7	7	6
Kaikki yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Keskim. katseluaika, min/päivä								
<i>Average viewing time, min/day</i>	109	118	126	139	149	150	160	157

TV-mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 475 taloutta eli noin 1 200 henkilöä. Tutkimus perustuu katselun ympärivuotiseen seurantaan. – *The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peplemeter study consists of 475 households or a total of some 1 200 people.*

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

** Mukana PTV4 31.5.1997 asti. – *PTV4 included until end of May 1997.*

Lähteet: Finnpanel Oy

Yleisradio Oy. Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvetot.

Sources: Finnpanel Oy

YLE Research and Development

2.22 Televisiokanavien katseluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 1997
Television: channel shares in different population groups 1997

Väestöryhmä Population group	1997										Yhteensä Total
	YLE TV1	YLE TV2	FST	YLE yht. YLE total	MTV3	Nelonen Channel 4 Finland (1.6.1997-)	Kotim. kaapeli- kanavat** Domestic cable**	TV4	SVT 1 & 2	Satelliitti- kanavat Satellite	
	%										
Kaikki – All	24	22	2	48	44	2	1	1	1	3	100
Sukupuoli – Sex											
Naiset – Women	23	22	2	47	46	2	1	0	1	2	100
Miehet – Men	25	23	2	51	40	3	1	1	1	4	100
Ikä – Age											
3 – 9 vuotta – years*	24	26	2	52	39	2	1	0	1	4	100
10 – 14 vuotta – years	19	19	1	39	53	2	1	0	1	4	100
15 – 24 vuotta – years	15	19	1	35	51	4	1	1	0	7	100
25 – 34 vuotta – years	20	21	2	43	45	4	1	0	1	5	100
35 – 44 vuotta – years	22	23	2	47	43	3	2	1	0	4	100
45 – 64 vuotta – years	28	24	2	53	41	2	1	0	1	3	100
65 – vuotta – years	27	22	2	52	43	2	1	1	1	1	100
Kaapeli – tv on – Has access to cable	23	21	2	45	39	4	3	1	1	6	100

* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 9 – vuotiaiden katselu. – All other data in the table describe viewing for age groups over 9.

** Mukana PTV4 31.5.1997 asti. – PTV4 included until end of May 1997.

Lähteet: Finnpanel Oy
Yleisradio Oy. Tutkimus- ja kehitysosaston mittaritutkimusyhteenvedot.

Sources: Finnpanel Oy
YLE Research and Development.

2.23 Eri ohjelmatyypin osuus television katseluun käytetystä kokonaisajasta keskimääräisenä päivänä vuosina 1993 – 1996*

*Breakdown of total viewing time by types of programme on an average day 1993 – 1996**

	1993	1994	1995	1996		
YLE TV	YLE TV1 & 2	YLE TV1 & 2	YLE TV1 & 2	YLE TV1	YLE TV2	YLE yhteensä Total
Uutiset – News	10	10	10	15	4	10
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs	8	9	8	10	7	8
Asiaohjelmat – Factual/information	17	16	16	14	19	16
Opetusohjelmat – Education	1	1	1	2	0	1
Teatteri ja tv-elokuvat – Theatre and TV films	4	4	2	2	4	2
Pitkät elokuvat – Feature films	11	10	12	11	13	12
Sarjafilmit – Serials	15	13	16	11	19	14
Viihdeohjelmat – Entertainment	11	9	9	5	14	9
Musiikki – Music	2	2	3	3	1	2
Urheilu – Sports	16	21	18	23	18	20
Lastenohjelmat – Children's programmes	3	2	2	3	2	3
Muut – Other	1	2	1	1	2	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100

	1993	1994	1995	1996
MTV3	MTV3	MTV3	MTV3	MTV3
Uutiset – News	12	12	12	12
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs	8	8	8	9
Asiaohjelmat – Factual/information	6	7	7	7
Opetusohjelmat – Education	0	0	0	0
Teatteri ja tv-elokuvat – Theatre and TV films	0	1	0	0
Pitkät elokuvat – Feature films	15	11	12	12
Sarjafilmit – Serials	27	29	31	28
Viihdeohjelmat – Entertainment	23	20	17	18
Musiikki – Music	3	2	4	2
Urheilu – Sports	5	7	7	8
Lastenohjelmat – Children's programmes	1	1	1	1
Muut – Other	–	1	1	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100

* Aineistoon ei sisälly päiväsaikaan lähetettyjen koulu-tv- yms. ohjelmien seuraaminen. – *Daytime school-tv viewing not included.*

Lähde: Yleisradio Oy, Tutkimus- ja kehitysosaston katsojatutkimusraportit ja mittaritutkimusyhteenvedot.

Source: YLE Research and Development.

2.24 Katsotuimmat televisio-ohjelmat 1996

Top ten television programmes 1996

Ohjelma Programme	Päivämäärä Date	Yleisö 1 000 henkeä Audience '000	Peitto* Rating*
YLE TV1			%
TV-uutiset ja sää – <i>Newscast</i>	06.12	1 920	43
Itsenäisyyspäivän vastaanotto – <i>Independence Day celebration</i>	06.12	1 870	42
MM jääkiekkoa 96 – <i>Ice hockey world championship</i>	28.04	1 830	41
Urheiluruutu – <i>Sports news</i>	28.04	1 380	31
Iltalety-Remix – <i>Domestic entertainment</i>	30.12	1 340	30
Euroviisut -96 – <i>Song contest</i>	05.02	1 290	29
Emma – <i>Gala</i>	03.02	1 290	29
Vaalit -96 – <i>Elections -96</i>	20.10	1 250	28
Salpausselän kisat – <i>Ski contest</i>	02.03	1 200	27
Eurovision laulukilpailu – <i>Song contest</i>	18.05	1 160	26
YLE TV2			
MM jääkiekkoa 96 – <i>Ice hockey world championship</i>	30.04	1 470	33
Tuttu Juttu show – <i>Domestic entertainment</i>	18.01	1 380	31
Naurun paikka – <i>Domestic entertainment</i>	29.03	1 340	30
Poliisi-TV – <i>Police-TV</i>	21.11	1 200	27
Metsolat – <i>Domestic series</i>	24.12	1 160	26
TV-uutiset – <i>Newscast</i>	05.05	1 160	26
Mäkihyppyä – <i>Ski jump contest</i>	11.02	1 110	25
Kamera piilossa – <i>Hidden camera</i>	18.10	1 020	23
Salpausselän kisat – <i>Ski contest</i>	01.03	980	22
Väpeli Körmä – <i>Domestic movie</i>	27.10	980	22
MTV3 – <i>MTV3 Finland</i>			
Miss Suomi 1996 – <i>Beauty contest</i>	17.02	1 677	38
Puhtaat valkeat lakanat – <i>Domestic series</i>	08.04	1 571	35
Tulosruutu – <i>Sport news</i>	17.02	1 510	34
Sunnuntai-ilta – <i>Current affairs</i>	27.10	1 482	33
Karpon joulupaketti – <i>Current affairs</i>	29.12	1 427	32
Viikon sää – <i>Weather</i>	13.10	1 408	32
Kymmenen Uutiset – <i>Newscast</i>	17.02	1 394	31
Yhdeksän Uutiset – <i>Newscast</i>	08.04	1 322	30
Miss Skandinavia 1997 – <i>Beauty contest</i>	04.10	1 268	28
Seitsemän Uutiset – <i>Newscast</i>	30.12	1 258	28

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

Lähteet: Yleisradio Oy, MTV Oy
Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimus 1996
Sources: Finnish Broadcasting Company, MTV Oy
Finnpanel Oy, tv-meter study 1996

2.25 Teksti-TV:n käyttö: tavoitavuus ja katseluaika keskimääräisenä päivänä 1996
Use of teletext services: Daily reach and average viewing time 1996

	%	min.
Kaikki – All	12	5
Sukupuoli/Sex:		
Miehet – Men	15	6
Naiset – Women	8	3
Ikä/Age:		
15–24	15	8
25–44	12	4
45–59	11	6
60–	9	4

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy
Source: MDC Helsinki Group – Media Research Ltd.

2.26 Ylen ja MTV:n teksti-TV:n suosituimpien sivujen katselu 1997
Most popular YLE and MTV teletext pages 1997

YLE	
5 seuratuinta – Top 5	%
Kotimaan uutiset – Domestic news	40
Urheilutulokset – Sports results	38
TV-ohjelmatiedot – TV program schedules	38
Säätiiedot – Weather	37
Veikkaus/lottotulokset – Lottery results	28
MTV	
5 seuratuinta – Top 5	%
TV-ohjelmatiedot – TV program schedules	28
Kotimaan uutiset – Domestic news	21
Etusivu – Front page	17
Säätiiedot – Weather	16
Formula1 – Formula 1 race	15
Lähteet: Taloustutkimus Oy	
Yleisradio Oy	
MTV3	
Sources: Taloustutkimus Oy	
YLE	
MTV3	

2.27 Televisioiden vähittäismyynti vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Retail sales of TV sets 1980, 1985 and 1990 – 1996

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos 1996/95 Change 1996/95 %
	1 000 kpl 1 000 units									
Väritelevisiot – Colour television sets	155	200	285	285	230	169	189	228	255	11,8
Mustavalkoiset televisiot – B & W television sets	72	28	..	..	..	..	..	..	..	
Satelliittipaketit – Satellite dishes					8	14	17	11	12	9,1
TV-pelikonsolit – TV game consoles					45	45	25	20	15	–25,0

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

2.28 Televisioiden keskihinnat ja myynnin arvo vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
TV sets: average prices and sales volume 1980, 1985 and 1990 – 1996

		1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos 1996/95 1996/95
Väritelevisiot – Colour television sets	Keskihinta, mk – Average price FIM	2 950	2 750	2 750	2 700	2 700	3 250	3 250	3 100	2 900	–6,5
	Arvo, milj. mk – Sales volume FIM million	457	550	784	770	621	549	614	707	740	4,7
Mustavalkoiset televisiot B & W television sets	Keskihinta, mk – Average price FIM	800	700	..	..	..	..	..	..	..	
	Arvo, milj. mk – Sales volume FIM million	58	20	..	..	..	..	..	..	..	
Satelliittipaketit – Satellite dishes	Keskihinta, mk – Average price FIM					5 000	3 850	2 700	2 250	2 100	–6,7
	Arvo, milj. mk – Sales volume FIM million					40	54	46	25	25	0,0
TV-pelikonsolit – TV game consoles	Keskihinta, mk – Average price FIM					1 000	900	1 400	1 400	1 400	0,0
	Arvo, milj. mk – Sales volume FIM million					45	41	35	28	21	–25,0

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.*

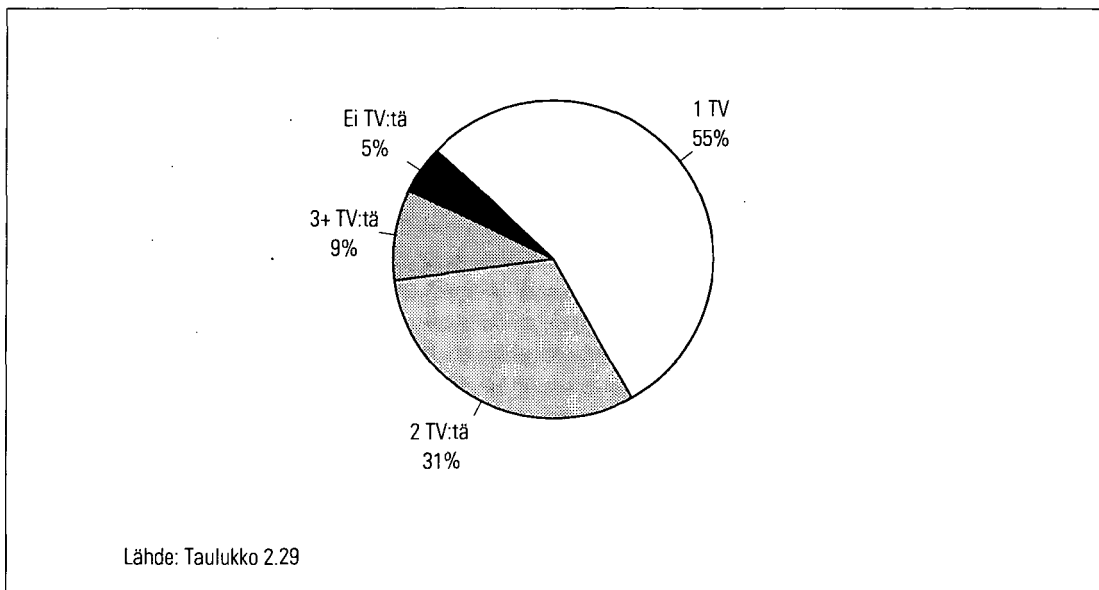
Lähde: Kodintekniikkaliitto ry
 Source: Domestic Appliances Association

2.29 Kotitalouksien TV-vastaanottimet
Household TV-equipment

	Kaikki taloudet All households		Kaapeli- ja satelliittitaloudet Cable & satellite households	
	1995	1996	1995	1996
	%			
Ei TV:tä – No TV	4	5	0	0
1 TV – 1 TV set	58	55	59	58
2 TV:tä – 2 TV sets	30	31	32	33
3+ TV:tä – 3+ TV sets	8	9	9	9
Väri-TV – Colour TV	92	93	97	98
Mustavalko-TV – B&W TV	8	6	7	5
Matka-TV – Portable TV	19	19	21	19
Stereoääni – Stereo TV	31	40	39	47
Kaukosäädin – Remote control	69	76	78	86
Teksti-TV – Teletext	44	52	51	59
Maksu-TV kotipääte – Pay TV decoder	3	4	7	9
Satelliittiviritin – Satellite receiver	3	2	7	6
Mikrossa TV-kortti tai -näyttö – PC with TV reception possibility	1	0	1	1

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

Kuvio 2.8 TV-vastaanottimien määrä kotitalouksissa 1996
 Figure 2.8 Household ownership of tv-sets in 1996



2.30 TV-vastaanottimien sijainti kotitalouksissa Locations of TV-sets in households

	1995	1996
	%	
Olohuone – Living room	88	87
Erillinen TV-huone – TV-room	4	4
Keittiö – Kitchen	3	3
Makuuhuone – Bedroom	19	20
Lasten huone – Childrens rooms	12	13
Muu huone – Other room	12	12

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

3 Radio

Suomen radiojärjestelmä on television tapaan perusteellisesti uusiutunut 1980-luvun puolivälistä lähtien. Ensimmäiset yksityiset paikallisradioasemat aloittivat lähetyksensä vuonna 1985. Yksityiset paikallisradioasemat lisääntyivät alun kokeiluvaiheen jälkeen nopeasti. Asemia oli enimmillään (vuonna 1990) lähes 70, jonka jälkeen määrä on hieman laskenut. Paikallisradioiden kattavuudeksi, joka tarkoittaa mahdollisuutta kuunnella jotain yksityistä paikallisradioasemaa, arvioidaan noin 4 miljoonaa suomalaista.

Uusi vaihe kaupallisessa radiotoiminnassa alkoi vuonna 1994, kun radioiden toimiluvat uusittiin. Toimilupapolitiikka liberalisoitui ja paikallisuussäädökset väljenivät. Uusissa toimilupaehdoissa sallitaan rajoitetusti asemien yhteislähetykset prime time -aikana klo 6–18 ja rajoituksetta muina aikoina. Lisäksi kahdelle usealla paikkakunnalla toimivalle radioasemaketjulle (Classic FM & Kiss FM) myönnettiin toimilupa.

Valtakunnalliselle mainosrahoitteiselle radiokanavalle myönnettiin toimilupa syksyllä 1996 ja Radio Nova aloitti lähetykset keväällä 1997. Radio Nova on nopeasti noussut varteenotettavaksi haastajaksi sekä Yleisradion valtakunnallisille kanaville että paikallisradioille. Novan suurin omistaja on Aamulehti-yhtymän ja MTV:n fuusion tuloksena syntynyt Alma Media (48 % osakkeista).

1980-luvun puolivälissä syntyneessä kilpailutilanteessa Yleisradio kasvatti lähetyisaikojaan ja profiloi radiokanavansa. Yleisradio mm. laajensi kolmannen lähetysverkkonsa valtakunnalliseksi. Samalla alueohjelmien volyymi kasvoi huikeasti.

Yleisradio profiloi tarjontansa vielä toisenkin kerran. Vuoden 1990 kanavajaossa Ylen ykkösverkosta muodostettiin ”klassisen musiikin ja kulttuuriohjelmien kanava” (Ylen ykkönen), kakkosverkosta ”populaarikulttuurin kanava nuorille aikuisille” (Radiomafia) ja kolmosverkosta ”uutis-, ajankohtais- ja aluelähetysten kanava” (Radio Suomi). Lisäksi ruotsinkielinen ohjelmatoiminta jaettiin syksyllä 1997 kahdelle kanavalle. Varttuneemmalle kuulijakunnalle suunnattu Radio Vega muistuttaa ohjelmasisällöltään perinteistä täyden palvelun kanavaa. Radio Extrem tavoittelee nuorempaa kuulijakuntaa.

Yksityisille paikallisradioasemille 1990-luku on ollut taloudellisesti vaikeaa aikaa. Paikallisradiokentän rakenteen uusiutuminen ja kaupallisten radioasemaketjujen mukaantulo markkinoille eivät ole nostaneet alaa aallonpohjasta. Vuonna 1996 paikallisradioiden liikevaihto laski edelliseen vuoteen verrattuna (kuvio 3). Liikevaihto oli 180 miljoonaa eli vain yksi prosentti joukkoviestinnän kokonaisliikevaihdesta.

Yleisradion radiotoiminnan taloudellinen volyymi on koko paikallisradioalaan verrattuna yli 3,5-kertainen (kustannukset noin 650 miljoonaa vuonna 1996). (Taulukko 2.) Resurssien kokoluokan ero näkyy myös henkilöstömäärissä. Ylen radiotoimialan henkilöstö on viime vuosina jonkin verran kasvanut. Vuonna 1996 vakinaista henkilöstöä oli kaikkiaan noin 1 350 henkeä. Paikallisradioiden vakinaisen henkilöstön yhteismäärä oli noin 500 ja free lance henkilöstöä oli enää noin 350. Henkilöstön väheneminen paikallisradioissa on jatkunut koko 1990-luvun. (Taulukot 8 & 9.)

Paikallisradioiden tuloista yli 90 prosenttia tulee mainonnasta (taulukko 3). Koko mediamainonnasta paikallisradioiden osuus vuonna 1996 oli 3,5 prosenttia. Se on yhtä prosenttiyksikköä vähemmän kuin vuosikymmenen alussa. Länsi-Euroopan maissa radion keskimääräinen mainososuus on noin 5 prosenttia (vrt. luvun 11 taulukko 2).

Vaikka vuosina 1990–97 kaikkiaan 30 paikallisradioyhtiötä lopetti toimintansa tai sulautui toiseen radioasemaan, uusia yrittäjiä on löytynyt tilalle ja paikallisradioyhtysten kokonaismäärä on säilynyt suurin piirtein ennallaan. Paikallisradiotoiminnan alkuvuosina toimintansa lopettaneet asemat olivat tyypillisesti pienten paikkakuntien osittain harrastuspohjaisia asemia. 1990-luvulla kato on korjannut niin pienten paikkakuntien asemia kuin suurten kaupunkien kahden tai useamman paikallisradion kilpailutilanteessa toimivia asemiakin.

Lisäksi mainosmarkkoja ovat tulleet jakamaan useilla paikkakunnilla toimivat formaattiradiot (Kiss FM & Classic FM) sekä vuoden 1997 keväällä aloittanut valtakunnallinen mainosrahoitteinen Radio Nova. Kilpailutilanne on tiukin pääkaupunkiseudulla, jossa radiomainonnan kapeaa kakkua on jakamassa kymmenkunta mainosrahoitteista asemaa.

Radio Novan startti on ollut menestys. Pääkohderyhmissään (20–44-vuotiaat) se oli puolessa vuodessa vallannut jo neljänneksen kuunteluosuuden. Menettäjinä ovat olleet tasapuolisesti niin Ylen Radio Suomi ja Radiomafia kuin paikallisradiotkin. (Taulukko 20.)

Klassiseen musiikkiin keskittyvällä Classic FM:llä on toimilupa parilekymmenelle paikkakunnalle. Niistä se on ottanut käyttöön kymmenkunta. Yhtiön omistaa brittiläinen radioyhtiö GWR (Great Western Radio).

Yhtiöllä on vastaavanlaista radiotoimintaa Britannian ja Suomen lisäksi ainakin Hollannissa ja USA:ssa. Yhtiön omistajiin kuuluu mm. viestintäjätti Time Warner.

”Nuorisoradio” Kiss FM:n toimilupa kattaa neljä suurinta kaupunkia. Radioyhtiön omistaa Luxemburgissa toimiva Scandinavian Broadcasting System. SBS:llä on sähköisen viestinnän omistuksia kaikissa Pohjoismaissa. Sen suurin yksittäinen omistaja on ABC/ Walt Disney. Sekä Kiss FM että SBS:n muut radioasemat sijoittuvat liikevaihdoltaan yksityisten radioiden kärkeen (taulukko 6).

Nimenomaan paikallisradiot toivat Suomeenkin nk. ohjelmavirtamallin, jota myös Yleisradio ryhtyi kanavauudistuksensa yhteydessä soveltamaan parilla kanavallaan (Radiomafia, Radio Suomi). Ohjelmavirtaperiaatteella toimivien radiokanavien tarjonta ei muodostu perinteiseen tapaan toisistaan selkeästi erottuvista yksittäisistä ohjelmista. Äärimmilleen vietyinä ohjelmavirtamallin mukainen lähetys on aamusta iltaan ulottuva tai ympärivuorokautinen jatkumo, joka kokonaisuutena muodostaa yhden ainoan rytmitetyn ”ohjelman”. Ohjelmiston sävy muokataan tavoiteltavan yleisöryhmän oletettujen mieltymysten mukaiseksi ennen kaikkea musiikin avulla. – Musiikista onkin muodostunut lukuisilla radioasemilla keskeisin elementti ohjelmiston profiiliin ja tyylin luoja. Myös Ylen kanavilla musiikilla on aivan keskeinen sija (vrt. taulukko 13). Radio Suomi ja Radiomafia ovatkin monien kaupallisten asemiaan tapaan jopa ottaneet käyttöön selector-järjestelmän eli soittolistat, joilla viikottain rajataan ”salitut” äänitteet.

Kanavauudistuksen jälkeen ohjelmatarjonnan rakennetta ei ole entiseen tapaan mitattu, ja kanavaprofiloinnin vuoksi perinteiset ohjelmistoluokitukset ovat ainakin osaksi menettäneet merkityksensä myös Yleisradion kanavilla.

Radiolähetysten volyymi on nykyisin mittava. Yleisradio lähetti vuonna 1996 neljällä valtakunnallisella kanavallaan ohjelmaa yhteensä noin 600 tuntia viikossa. Eniten Yleisradio on kasvattanut alueellisten lähetysten tuntimääriä. Ne ovat lähes viisinkertaistuneet 1980-luvun puolivälin alle 200 viikkotunnista (toimintavuonna 1985/86) noin 870 viikkotuntiin vuonna 1996. Yksityisistä radioasemista valtaosa toimii ympärivuorokautisesti, joten yhteenlaskettuina ne lähettänevät viikoittain ohjelmaa yhteensä lähes 10 000 tuntia. (Taulukot 10–12.)

Radion kokonaistavoittavuus (= ainakin jotain radioasemaa keskimääräisenä päivänä seuranneiden osuus väestöstä) laski selvästi 80-luvun alkupuolella mutta alkoi nousta paikallisradioiden leviämisen myötä.

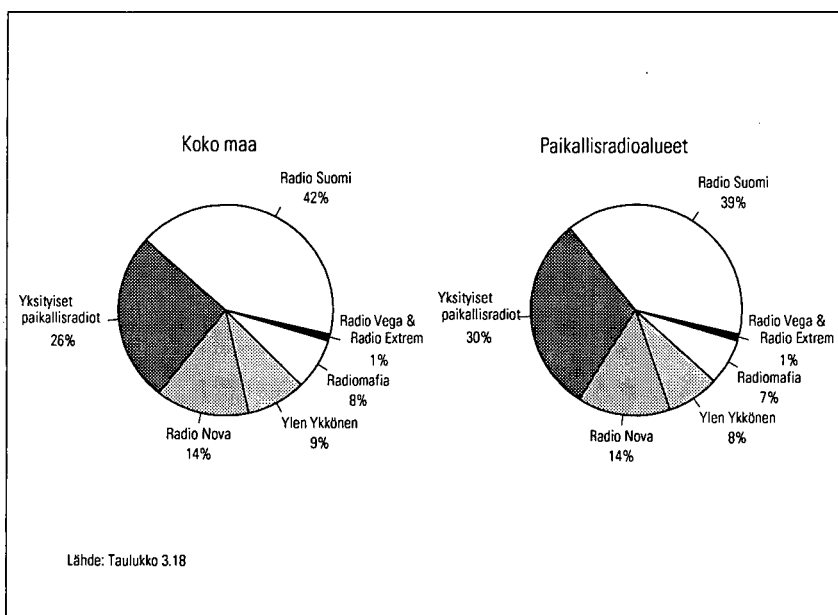
Kokonaistavoittavuus nousi selvästi vuoden 1990 radiouudistuksen yhteydessä. Viime vuosina radio on tavoittanut päivittäin yli 80 prosenttia väestöstä. Parin viime vuoden aikana tavoittavuus on kuitenkin hivenen laskenut. (Taulukko 14.)

Paikallisradiotoiminnan aloittaminen lisäsi selvästi myös keskimääräisiä kuunteluaikoja. 1980-luvun lopulla radion keskimääräinen päivittäinen kuunteluaika kasvoi runsaasta kahdesta tunnista noin kolmeen tuntiin. Ylen kanavaudistuksen jälkeen kuunteluajat kasvoivat edelleen ja olivat huipussaan lähes neljä tuntia päivässä. Sittemmin keskimääräinen radion kuunteluaika on laskenut. Se on nykyisin hieman alle 3,5 tuntia päivässä. (Taulukko 16.)

Vuoden 1997 syksyllä radion keskimääräisestä päivittäisestä kuuntelujaksosta kului Ylen taajuuksilla noin 2 tuntia, Radio Novan parissa noin puoli tuntia ja muiden yksityisten radioasemien taajuuksilla hieman alle tunti. (Taulukko 16.)

Kodeissa riittää radioita kuunneltavaksi. Kotitalouksilla oli vuonna 1996 käytössään keskimäärin 3,3 radiota eli kaikkiaan kodeissa oli arviolta noin 7,1 miljoonaa radiovastaanotinta. Taulukosta 24 ilmenee, mistä huoneista kotien radiovastaanottimet useimmin löytyvät.

Kuvio 3.1 Radion kuuntelun jakaantuminen eri kanaville 1997 (Marraskuu)
Figure 3.1 Channel shares in radio listening in 1997 (November)



Radion kuuntelua parhaiten selittävä muuttuja on ikä. Vanhemmat ikäryhmät kuuntelevat radiota selvästi nuorempia enemmän. (Taulukot 15 & 17.)

Tilastointi

Valtakunnallisen radiotoiminnan volyymia kuvaavat tiedot ovat Yleisradion vuosikertomuksista ja vuosikirjoista.

Yksityisen radiotoiminnan volyymia, taloutta ja henkilöstöä koskevat tiedot on saatu osittain liikenneministeriöltä, jolle yksityiset radioasemat ovat velvollisia raportoimaan toiminnastaan, ja osittain Suomen Radioiden Liitolta.

Vuodesta 1990 lähtien Turun kauppakorkeakoulun yritystoiminnan tutkimuskeskus on vuosittain laatinut paikallisradioiden taloudellista tilaa kartoittavia kyselytutkimuksiin perustuvia selvityksiä. Selvitysten toimeksiantaja on liikenneministeriö.

Aiemmin Yleisradio selvitti muutaman kerran vuodessa radion kuuntelua päiväkirjatutkimuksilla, joiden otos 9 vuotta täyttäneestä väestöstä oli runsas tuhat henkeä (ks. esim. Sarkkinen 1992). Vuodesta 1991 lähtien keskeisimmäksi kuuntelututkimukseksi on muodostunut Finnpanelin ja Gallup-Median toteuttama nk. kansallinen radiotutkimus, josta Yleisradio ja Suomen Radioiden Liitto tekevät omat yhteenvetoraporttinsa. Radion kuuntelututkimuksen otoksesta ja menetelmistä ks. tarkemmin Ruohomaa (1993) ja Kasari (1996).

Radioiden määrää ja sijaintia kotitalouksissa kuvaavat tiedot ovat peräisin Finnpanelin tv-mittaritutkimuksensa otoksen kontrolloimiseksi suorittamista laajoista nk. perustutkimuksista.

(TS)

Täydentävää kirjallisuutta

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

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

Hujanen, Taisto & Moring, Tom: Ääniradio. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Joukkoviestintä Suomessa. Weilin+Göös, Helsinki 1994.

Kansalliset radiotutkimukset 1991-. Suomen Paikallisradioliitto/Suomen Radioiden Liitto. Helsinki, eri vuosina.

Kasari, Heikki: Radio audience measurement in Europe. Teoksessa Audience research review 1995. Yle, Helsinki 1995.

Kasari, Heikki: Yleisömittauksien harmonisointi laajenee myös radioon. Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1996. Yleisradio, Helsinki 1996.

Liikkanen, Mirja: Televisio, video, kotitietokoneet ja radio. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.): Arjen kulttuuria. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Liikkanen, Mirja: Televisio- ja radio-ohjelmien valinnat. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.), emt.

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

Nukari, Matti & Ruohomaa, Erja: Ohjelmien summasta lähetysvirtaan. Yleisradio, Tutkimus- ja kehitysosasto, Tutkimusraportti 8/1992. Helsinki 1992.

Paikallisradioiden taloustilastot. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus 1990- (eri vuosina).

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

Ruohomaa, Erja: Miksi ja miten radionkuuntelua tutkitaan? Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1993. Yleisradio, Helsinki 1993.

Ruohomaa, Erja: Uskollisen kuuntelijan myytti. Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1996. Yleisradio, Helsinki 1996.

Sarkkinen, Raija: Radionkuuntelu vuodesta 1980 kevääseen 1996. Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1996. Yleisradio, Helsinki 1996.

Taulukot – Tables

- 3.1 Radiokanavat ja -asemat 1997 (Marraskuu)
Radio channels and stations 1997 (November)
- 3.2 Yleisradion ohjelmaresurssit 1996
YLE radio programming costs 1996
- 3.3 Paikallisradioiden tuotot ja kulut lajeittain 1992 – 1996
Breakdown of local radio stations' revenues and expenses 1992 – 1996
- 3.4 Yksityisten radioasemien määrän kehitys vuosina 1985 – 1997
Number of private radio stations 1985 – 1997
- 3.5 Toiminnassa olleet yksityiset radioasemat (marraskuu 1997)
Private radio stations (November, 1997)
- 3.6 10 suurinta paikallisradioasemaa liikevaihdon mukaan 1996
Top ten local radio stations by turnover 1996
- 3.7 Paikallisradioketjut 1997
Local radio chains 1997
- 3.8 Yleisradion radiotoimialan henkilöstö 1989/90 – 1996
YLE radio personnel 1989/90 – 1996
- 3.9 Paikallisradioasemien henkilöstö vuosina 1985 – 1996
Local radio stations personnel 1985 – 1996
- 3.10 Yleisradion radiolähetysten ohjelma-aika vuosina 1980/81, 1984/85 – 1996
YLE weekly radio programming hours 1980/81, 1984/85 – 1996
- 3.11 Yleisradion maakuntaradioiden ja regionalradionin lähetykset 1996
YLE regional broadcasting
- 3.12 Yksityisten paikallisradioasemien keskimääräiset viikkotuntimäärät 1985 – 1996
Average weekly broadcasting by private local radio stations 1985 – 1996
- 3.13 Yleisradion valtakunnallisten radiokanavien ohjelmatarjonta 1996
YLE radio nationwide programming 1996
- 3.14 Radion tavoittavuus keskimääräisenä päivänä vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1997
Daily reach of radio 1980, 1985 and 1990 – 1997
- 3.15 Radion tavoittavuus väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 1996
Daily reach of radio by population groups 1996
- 3.16 Radion kuuntelu-aika keskimääräisenä päivänä vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1997
Average daily radio listening time 1980, 1985 and 1990 – 1997

- 3.17 Radion kuuntelu-aika väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 1996
Average daily radio listening time by population groups 1996
- 3.18 Radiokanavien kuunteluosuudet keskimääräisenä päivänä vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1997
Radio channel shares 1980, 1985 and 1990 – 1997
- 3.19 Radiokanavien kuunteluosuudet väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 1996
Radiochannel shares by age 1996
- 3.20 Radiokanavien kuunteluosuudet iän mukaan keskimääräisenä päivänä 1997 (Marraskuu)
Radio channel shares by age 1997 (November)
- 3.21 Radioasemien tavoitavuus, kuuntelu-aika ja kanavaosuudet pääkaupunkiseudulla 1997 (Marraskuu)
Reach, listening time, and share of radio stations: Greater Helsinki area 1997 (November)
- 3.22 Radioiden vähittäismyynti vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Retail sales of radio sets 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 3.23 Radioiden myynnin arvo vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Radio sets: sales volume 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 3.24 Radiovastaanottimien määrä ja sijainti kotitalouksissa
Number and location of radio sets in households

Kuviot – Figures

- 3.1 Radion kuuntelun jakaantuminen eri kanaville 1997 (Marraskuu)
Channel shares in radio listening in 1997 (November)
- 3.2 Yleisradion radiokanavien kuuluvuusalueet
Coverage areas of YLE radio channels
- 3.3 Yksityisten paikallisradioiden liikevaihto 1985 – 1996
Turnover of private local radio stations in 1985 – 1996
- 3.4 Paikallisradioiden tuotot ja kulut 1996
Breakdown of local radio stations' revenues and expenses in 1996
- 3.5 Radio Novan kuuluvuusalueet
Coverage areas of Radio Nova
- 3.6 Paikallisradioiden lähetinpaikat
Transmitter sites of local radio stations
- 3.7 Radion kuuntelu paikan mukaan 1996
Breakdown of local radio listening by place of listening in 1996

3.1 Radiokanavat ja -asemat 1997 (Marraskuu) Radio channels and stations 1997 (November)

Peitto <i>Coverage</i>	Toimintaperiaate <i>Status</i>	Kanava/asema <i>Channel/station</i>	Yhtiö <i>Organisation</i>	Rahoitus <i>Financing</i>	Aloitusvuosi <i>Year of establishment</i>
Kansallinen <i>National</i>	Julkinen <i>Public</i>	Ylen Ykkönen	YLE	lupamaksut/ <i>licence fees</i>	1926/1990
		Radiomafia	YLE	lupamaksut/ <i>licence fees</i>	1990
		Radio Suomi	YLE	lupamaksut/ <i>licence fees</i>	1965/1990
		Radio Vega	YLE	lupamaksut/ <i>licence fees</i>	1961/1997
		Radio Extrem	YLE	lupamaksut/ <i>licence fees</i>	1997
Alueellinen <i>Regional</i>	Julkinen <i>Public</i>	26 alueradiota/26 regional windows –20 suomeksi/ <i>in Finnish</i> – 5 ruotsiksi/ <i>in Swedish</i> – 1 saameksi/ <i>in Sami</i>	YLE	lupamaksut/ <i>licence fees</i>	1975– 1973– 1987
Paikallinen <i>Local</i>	Yksityinen <i>Private</i>	60 local stations	*	mainonta/ <i>mainly commercials</i>	1985–

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

3.2 Yleisradion ohjelmaresurssit 1996 YLE radio programming costs 1996

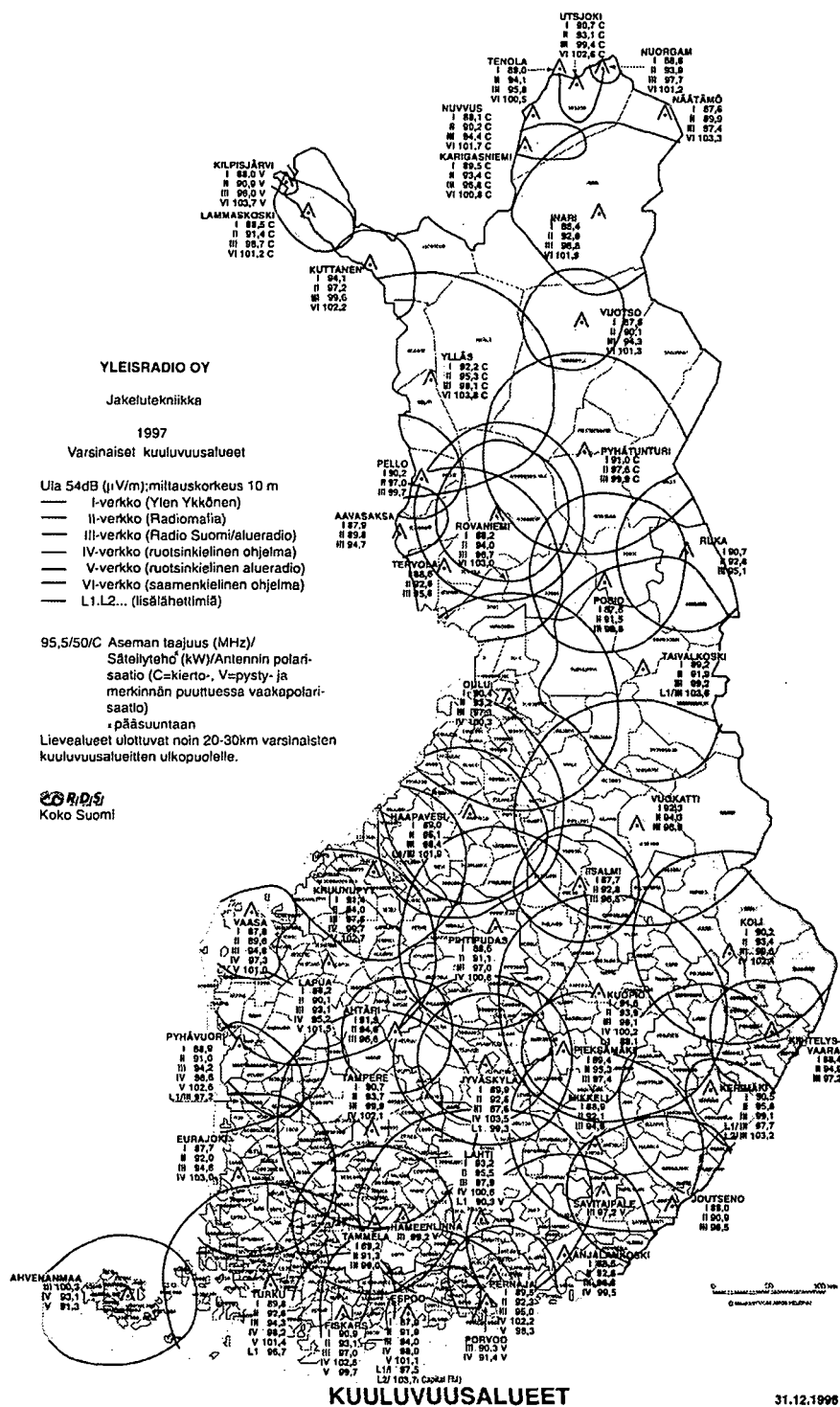
	Kokonaiskustannukset* <i>Total costs</i>	Lähetystunnin hinta* <i>Costs per hour</i>
	Mmk – FIM million	MK – FIM
Radio Ykkönen – YLE Radio 1	158,4	18 000
Radio Mafía – YLE Radio 2	85,5	9 700
Radio Suomi – YLE Radio 3**	255,2	5 500
Riksradiön – YLE Radio 4	80,2	11 300
Regionalradion – Regional services in Swedish	33,6	3 200
Yhteensä – Total	612,9	7 500
Saamen Radio – Sami Radio	8,4	4 100
Ulkomaanlähetykset – Foreign service broadcasts	30,4	900
Opintoradiot – Science and education radio	1,0	1 000
Yhteensä – Total	652,7	

* Sisältää kanavien välisiä palveluita. – *Mutual services between channels included.*

** Sisältää alueelliset palvelut. – *Including regional services in Finnish.*

Lähde: Yleisradion vuosikertomus 1996
Source: Yle annual report 1996

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



3.3 Paikallisradioiden tuotot ja kulut lajeittain 1992 – 1996

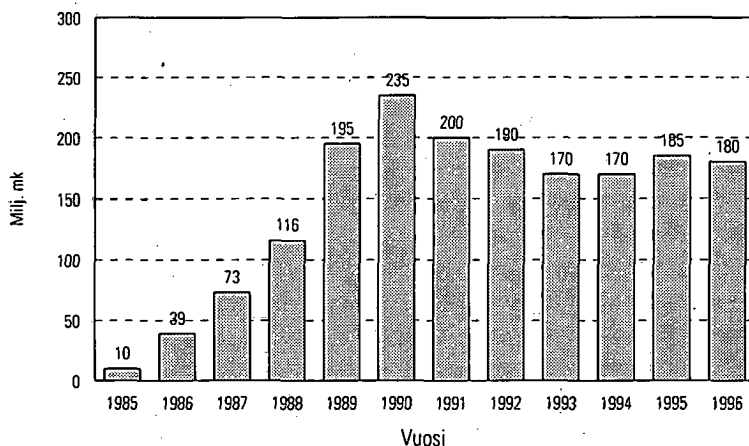
Breakdown of local radio stations' revenues and expenses 1992 – 1996

	1992	1993	1994	1995	1996
Tuotot – Revenues	%				
Mainonta – Advertising					
– paikallinen – local	83	82	86	79	85
– valtakunnallinen – national	8	6	5	11	7
Ohjelma-ajan myynti – Sales of programming time	2	2	2	2	3
Muu myynti – Other sales	7	10	7	8	5
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100
Kulut – Expenses	%				
Henkilöstö – Personnel	51	51	46	50	44
Tekijänoikeusmaksut ja ohjelmaostot – Royalties and purchases of programming	14	20	21	18	16
Muut kulut – Other expenses	35	29	32	33	40
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100

Lähde: Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus

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

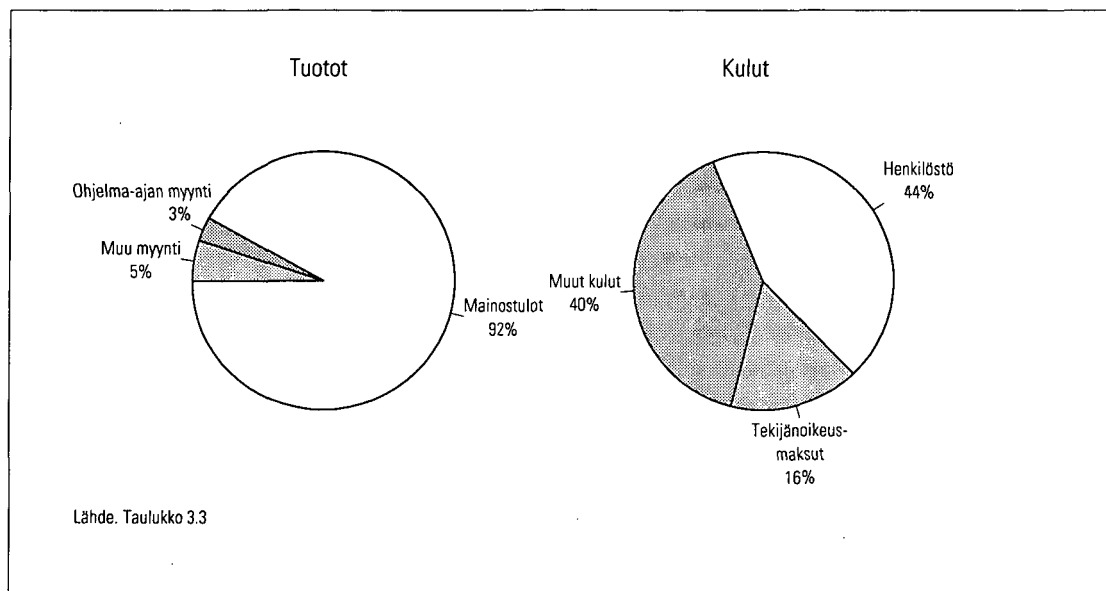
Kuvio 3.3 Yksityisten paikallisradioiden liikevaihto 1985 – 1996
 Figure 3.3 Turnover of private local radio stations in 1985 – 1996



Lähde: Suomen Radioiden Liitto SRL ry.

Kuvio 3.4 Paikallisradioiden tuotot ja kulut 1996

Figure 3.4 Breakdown of local radio stations' revenues and expenses in 1996



3.4 Yksityisten radioasemien määrän kehitys vuosina 1985 – 1997*

Number of private radio stations 1985 – 1997*

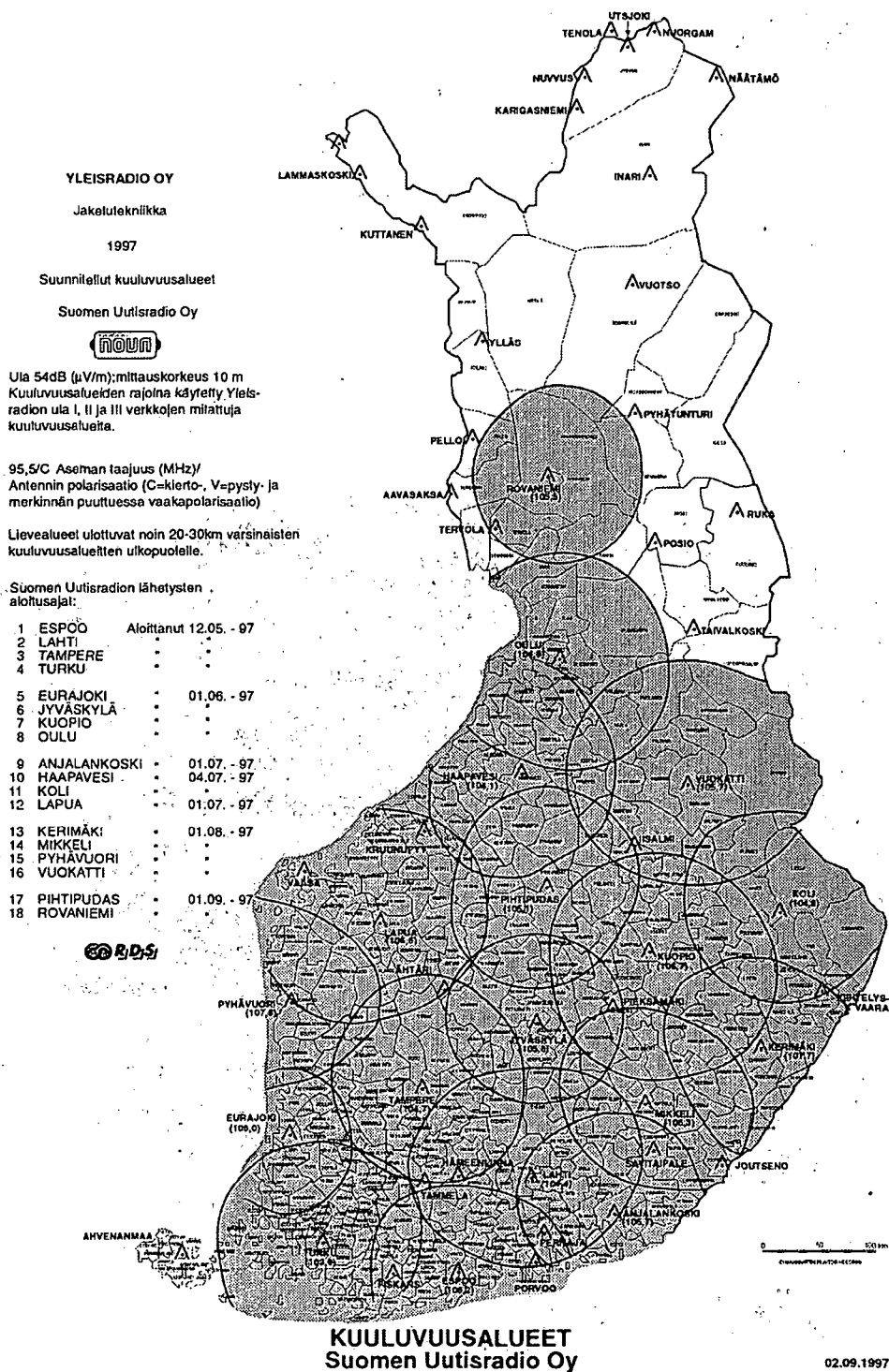
	Paikalliset <i>Local</i>	Puolivaltakunnalliset <i>Seminal</i>	Valtakunnalliset <i>National</i>	Yhteensä <i>Total</i>	Toiminnan lopettaneet** radioyrietykset <i>Stations closed down**</i>
1985	18	—	—	18	0
1986	18	—	—	18	3
1987	28	—	—	28	1
1988	40	—	—	40	0
1989	55	—	—	55	2
1990	66	—	—	66	1
1991	60	—	—	60	7
1992	57	—	—	57	5
1993	56	—	—	56	6
1994	57	2	—	59	3
1995	58	2	—	60	3
1996	57	2	—	59	3
1997	58	2	1	61	2

* Asemien määrät kunkin vuoden lopussa – At year-end

** 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: Liikenneministeriö
Suomen Radioiden Liitto SRL ry.
Sources: Ministry of Communications
Association of Finnish Broadcasters

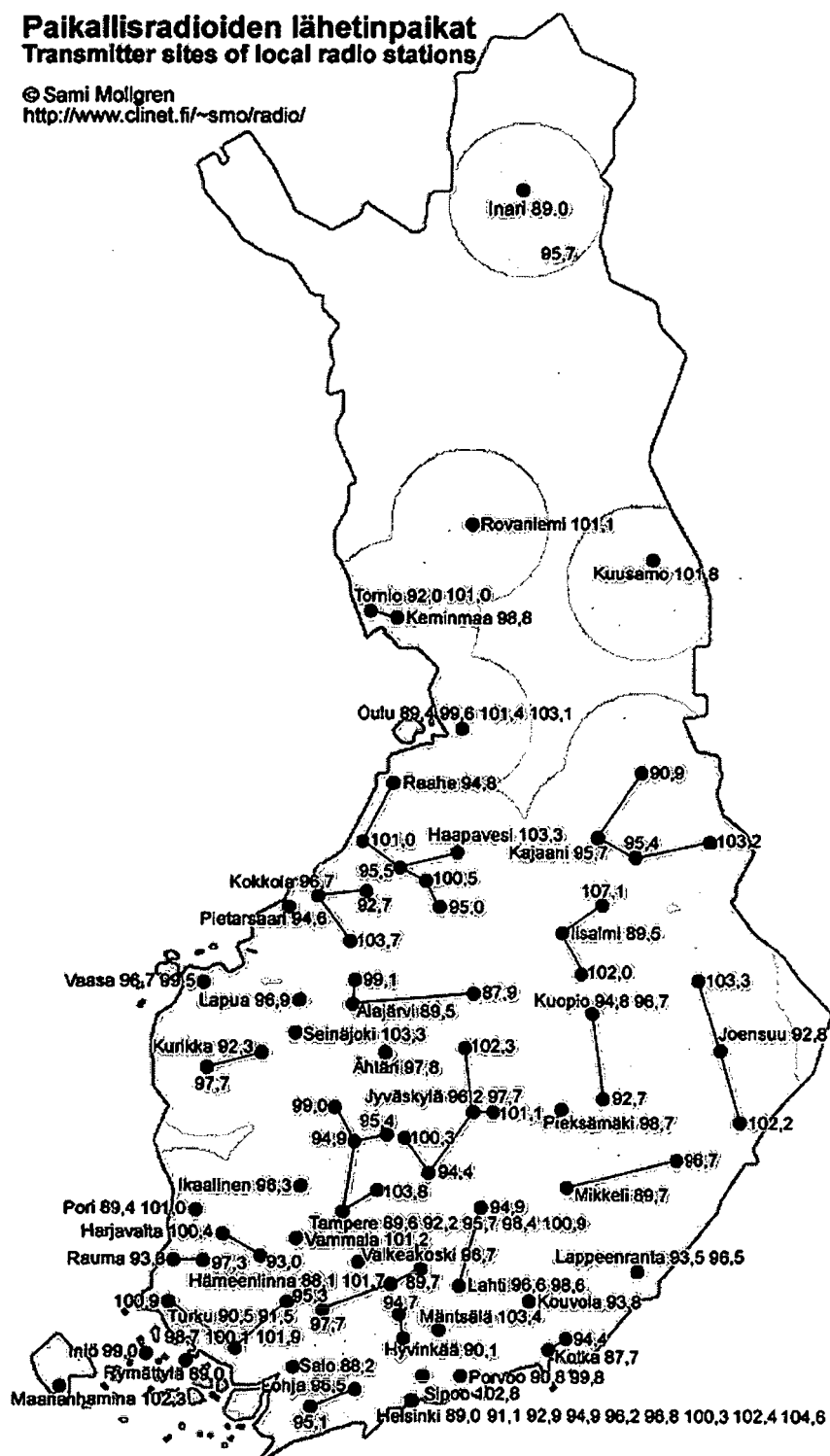
Kuvio 3.5 Radio Novan kuuluvuusalueet
Figure 3.5 Coverage areas of Radio Nova



Kuvio 3.6 Paikallisradioiden lähetinpaikat
Figure 3.6 Transmitter sites of local radio stations

Paikallisradioiden lähetinpaikat Transmitter sites of local radio stations

© Sami Mollgren
<http://www.clinet.fi/~smo/radio/>



3.5 Toiminnassa olleet yksityiset radioasemat (marraskuu 1997) Private radio stations (November, 1997)

Radioasema Station	Aloituvuosi Started in	Toimiluvan haltija Licence holder	Paikkakunta Community
Radio Nova	1997	Oy Suomen Uutisradio Ab	Koko maa – Whole country
Classic FM	1992	Classic Radio Oy	10 kaupunkia/ 10 cities
Kiss FM	1995	Helsingin Radioviestintä Oy	4 kaupunkia/4 cities
Järviradio	1987	Järviseudun paikallisradio Oy	Alajärvi
Radio Pikku Pariisi	1989	Haapaveden opiston kannatusyhdistys ry.	Haapavesi
Radiotupla	1995	Satakunnan Kaapelitelevio Oy	Harjavalta
Radio Alex	1996	Radio Kolme Oy	Helsinki
NRJ Helsinki/Energy	1995	Capitec Oy	Helsinki
Lähiradio	1988	Helsingin Lähiradio	Helsinki
Radio City	1985	Helsingin Paikallinen Radio Oy	Helsinki
Radio Dei	1997	Kristillinen Media Oy	Helsinki
Radio Stadi	1996	Helsingin Suomalainen Radioasema Oy	Helsinki
Voima Asema	1988	Arolammin Radio Oy	Hyvinkää, Riihimäki
Radio Janne	1989	Hämeenlinnan Paikallisradio Oy	Hämeenlinna
Radio Salminen	1988	Ylä-Savon Radio Oy	Iisalmi
Radio Inari	1987	Inarin Paikallisradioyhdistys ry	Inari
Radio Iniö	1986	Iniö Kommun	Iniö
Radio Satahäme	1985	Pohjois-Satakunnan Viestintä Oy	Ikaalinen
Radio Rex	1993	Oy Najaras Ab	Joensuu
Radio Jyväskylä	1985	Jyväskylän Seudun Paikallisradio Oy	Jyväskylä
Radio Kaja	1989	Kainuun Paikallisradio Oy	Kajaani
Radioankkuri	1990	Radio Meri-Lappi Oy	Kemi
Radio U103 Golden	1997	Lovena Oy	Kerava
Radio Kokkola	1988	Kokkolan Paikallisradio Oy	Kokkola
Radio Albatrossi	1993	Kymenlaakson Sähköiset Viestimet Oy	Kotka
SBC Radio	1985	SBC Radio Oy	Kouvola
Oikea Asema	1985	Kuopion Seudun Paikallisradio Oy	Kuopio
Radio Ruka	1995	ML - Infoconsulting Oy	Kuusamo
Radio Paitapiiska	1985	Radio Paitapiiska Oy	Kurikka
Rytmiradio Lahti	1987	Radioaktiivit Oy	Lahti
Radio Ysi Ysi	1993	Monday's Special Oy	Lahti
Radio Norppa	1997	Kymenlaakson Sähköiset Viestimet Oy	Lappeenranta
Simpsio 969	1985	Lapuan Paikallisradio Oy	Lapua
Radio Lännentie	1993	Turun Ensitorppa Oy	Lohja
Radio RPM	1987	Järvi-Savon Viestintä Oy	Mikkeli
Radio 103.4	1990	Timo T.A. Mikkonen Today Oy	Mäntsälä
Meriradio	1990	NaviMedia Oy	Naantali
Radio Alex	1996	Alexpress Oy	Oulu
Radio Mega	1988	Oulun Horisontti Oy	Oulu
Radio Keski-Savo	1997	Grammari - Ari Oy	Pieksämäki
Radio Botnia	1993	Oy Ostrobotnia Mediaproducts Ab	Pietarsaari
Radio Pori	1985	Porin Paikallisradio Oy	Pori
Radio Foni	1994	Radio Foni Oy	Porvoo
Radio Pooki	1989	Radio Pooki Oy	Raahe
Radio Ramona	1988	Paikallisradio Ramona Oy	Rauma
Radio Roy	1989	Rovaniemen Paikallisradio Oy	Rovaniemi
Radio 88.2	1989	Salon Alueradio Oy	Salo
Radio Seinäjoki	1990	Etelä-Pohjanmaan Viestintä Oy	Seinäjoki
Radio Moreeni	1989	Tampereen Yliopisto	Tampere
Radio 957	1985	Tampereen Ääni Oy	Tampere
Radio Moro	1989	Tampereen Seudun Paikallisradio Oy	Tampere
Radio Provinssi	1989	Tornion Paikallisradioyhdistys ry.	Tornio
Radio Auran Aallot	1985	Turun Paikallisradio Oy	Turku
Radio Robin Hood	1990	Turun Lähiradioyhdistys	Turku
Radio Sata	1989	Pro Radio Oy	Turku
Radio Vaasa	1985	Vaasan Seudun Paikallisradio Oy, Vasanejdens Lokalradio Ab	Vaasa
Radio Pop	1994	Pirkanmaan Viestintäpalvelu	Valkeakoski
Radio Manta	1989	Kustannusliike Aluelehdet Oy	Vammala
Oikea Asema	1990	Kuopion Seudun Paikallisradio Oy	Varkaus
Radio Toiska	1990	Radio Ostola Oy	Ahtäri
Radio Väst	1997	Ab Bilabe	Maarianhamina

Lähde: Suomen Radioiden Liitto SRL ry.

Source: Association of Finnish Broadcasters

3.6 10 suurinta paikallisradioasemaa liikevaihdon mukaan 1996
Top ten local radio stations by turnover 1996

	Liikevaihto Turnover Milj. mk FIM million	Yhtiö Company	Paikkakunta Community
Radio City	12,5	Helsingin Paikallinen Radio/SBS	Helsinki
Radio 957	11,3	Tampereen Ääni/SBS	Tampere
Radio Sata	10,4	Pro Radio/SBS	Turku
Kiss FM	9,9	Helsingin Radioviestintä/SBS	Helsinki ym.
Radio Oikea Asema	8,4	Kuopion Suomalainen Radioasema	Kuopio
Radio Jyväskylä	7,4	Jyväskylän Seudun Paikallisradio	Jyväskylä
Rytmiradio	6,5	Radioaktiivit	Lahti
Radio Pori	6,2	Porin Paikallisradio	Pori
Radio Mega	6,0	Oulun Horisontti/SBS	Oulu
Radio Moro	5,3	Tampereen Seudun Paikallisradio/Alma Media	Tampere
Yhteensä – Total	83,9		

Lähteet: Markkinointi & Mainonta 15 & 16/1997
 Sources: Markkinointi & Mainonta 15 & 16/1997

3.7 Paikallisradioketjut 1997
Local radio chains 1997

	Asemia Stations	Yhtiö Media group	Kansallisuus Nationality
Classic FM	10	Classic FM/Great Western Radio (GWR)	Britannia – Britain
Kiss FM & muita/other stations	4+ 5	Scandinavian Broadcasting System (SBS)	Luxemburg – Luxembourg
Radio Alex & Radio Moro	3	Alma Media	Suomi – Finland

Lähteet: Yhtiöiden toimintakertomukset ym.
 Tilastokeskus, Joukkoviestintätalastot
 Sources: Company reports
 Statistics Finland, Media statistics

3.8 Yleisradion radiotoimialan henkilöstö 1989/90 – 1996
YLE radio personnel 1989/90 – 1996

	Henkilöstö Employees
1989/90	1 260
1990/91	1 270
1991/92	1 294
1993	1 322
1994	1 349
1995	1 327
1996	1 351

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

Lähde: Yleisradio OY, henkilöstöhallinto
 Source: YLE Personnel administration

3.9 Paikallisradioasemien henkilöstö vuosina 1985 – 1996 Local radio stations personnel 1985 – 1996

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	Henkilöstö Employees											
Vakinainen henkilöstö yhteensä – Permanent staff total	155	167	..	401	560	630	521	513	455	496	494	490
Vakinaisia /asema – Permanent staff average/station	9	10	..	10	11	11	10	10	8	8	8	8
Free lance henkilöstö – Free lance	187	190	..	416	735	800	550	550	443	482	380	360
Free lance henkilöstöä/asema – Free lance average/station	11	11	..	11	14	14	11	11	8	8	6	6

Lähteet: Liikenneministeriö (– 1988)

Suomen Radioiden Liitto SRL ry. (1989 –)

Sources: Ministry of Communications (– 1988)

Association of Finnish Broadcasters (1989 –)

3.10 Yleisradion radiolähetysten ohjelma-aika vuosina 1980/81, 1984/85 – 1996 YLE weekly radio programming hours 1980/81, 1984/85 – 1996

Vuosi Year	Valtakunnalliset verkot Nationwide networks				Aluelähetysket Regional broadcasts				Ulkomaan lähetysket Foreign service broadcasts
	1-verkko Channel 1	2-verkko Channel 2	3-verkko Channel 3	4-verkko Channel 4	Suomenk. In Finnish	Ruotsink. In Swedish	Saamenk. In Sami	Capital FM* Helsinki	
	Tuntia/viikko Hours/week								
1980/81	121	109	—	99	52	17	2		40
1984/85	133	137	—	131	109	26	3		187
1985/86	130	136	—	130	142	42	3		187
1986/87	129	135	—	129	176	50	4		187
1987/88	130	165	—	124	210	58	6		222
1988/89	124	151	—	121	354	57	10		235
1989/90	133	168	—	127	547	58	10		232
1990/91	132	168	130	128	549	76	11		229
1991/92	134	168	137	131	497	137	16	155	219
1993	134	168	136	130	585	132	26	168	248
1994	154	168	136	130	639	130	33	168	247
1995	168	168	135	133	659	132	34	168	372
1996	168	168	135	137	684	143	39	168	639

* Välttää 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 ja toimintakertomukset

Source: YLE annual reports and yearbooks

3.11 Yleisradion maakuntaradioiden ja regionalradionin lähetykset 1996

YLE regional broadcasting

Toimipisteen nimi <i>Name</i>	Sijainti <i>Location</i>	Aloituvuosi <i>Established</i>	Tuntia/viikko <i>Hours/week</i>	Musiikki % <i>Music %</i>
Suomeksi/ <i>In Finnish</i>				
Ylen Aikainen	Helsinki	1975	33	48
Radio Länsi-Uusimaa	Tammisaari	1991	10	48
Radio Itä-Uusimaa	Porvoo	1991	10	48
Etelä-Karjalan Radio	Lappeenranta	1989	32	49
Kymenlaakson Radio	Kouvola	1989	33	50
Turun Radio	Turku	1982	32	53
Satakunnan Radio	Pori	1988	35	50
Tampereen Radio	Tampere	1982	32	49
Lahden Radio	Lahti	1984	34	50
Radio Häme	Hämeenlinna	1989	33	46
Radio Keski-Suomi	Jyväskylä	1986	103	52
Radio Savo	Kuopio	1984	34	49
Etelä-Savon Radio	Mikkeli	1985	33	49
Pohjois-Karjalan Radio	Joensuu	1988	34	46
Pohjanmaan Radio	Vaasa	1988	34	50
Radio Keski-Pohjanmaa	Kokkola	1991	34	54
Oulu Radio	Oulu	1983	34	54
Kainuun Radio	Kajaani	1988	34	53
Lapin Radio	Rovaniemi	1988	32	44
Radio Perämeri	Kemi	1991	31	50
Yhteensä – Total			685	
Ruotsiksi/ <i>In Swedish</i>				
Radio Österbotten	Vasa	1973	22	27
Radio Åboland	Åbo	1973	23	30
Radio Västnyland	Ekenäs	1973	20	32
Radio Mellannyländ	Helsingfors	1976	22	27
Radio Östnyland	Borgå	1973	19	23
Radio X		29	65	
Radio Åland*	Mariehamn	1973	8	..
Yhteensä – Total			143	
Saameksi/ <i>In Sami</i>				
Saamen Radio	Inari	1987	39	

* Toiminta loppui 30.4.1996

Lähde: Yleisradion vuosikertomus 1996
Source: YLE annual report 1996

3.12 Yksityisten paikallisradioasemien keskimääräiset viikkotuntimäärät 1985 – 1996 Average weekly broadcasting by private local radio stations 1985 – 1996

	Lähetystunteja/vko Hours/week
1985	30
1986	39
1987	62
1988	70
1989	94
1990	98
1991	107
1992	123
1993	168
1994	163
1995	168
1996	168

Lähde: Liikenneministeriö/ Suomen Radioiden Liitto SRL ry.
Source: Ministry of Communications/ Association of Finnish Broadcasters

3.13 Yleisradion valtakunnallisten radiokanavien ohjelmatarjonta 1996 YLE radio nationwide programming 1996

	Lähetysaika Time	Uutiset News	Puhe Talk	Musiikki Music	Yhteensä Total
	Tuntia/vrk Hours/day	%			
Radio Ylen Ykkönen – YLE Radio 1	24	5	33	63	100
Radio Mafia – YLE Radio 2	24	2	26	73	100
Radio Suomi – YLE Radio 3*	128	11	44	46	100
Riksradiön – YLE Radio 4	19	8	55	37	100

* Sisältää alueelliset palvelut – Including regional services.

Lähde: Yleisradion toimintakertomus 1996
Source: Yle annual report 1996

3.14 Radion tavoitavuus keskimääräisenä päivänä vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1997

Daily reach of radio 1980, 1985 and 1990 – 1997

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	1980	1985	1990	1991		1992		1993	
				Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>
	%								
YLE1	52	33	20	18	16	19	14	15	14
YLE2	55	52	20	23	21	22	21	22	21
YLE3	..	..	37	39	43	41	37	44	43
YLE4	1	1	2	3	2	3	3	2	2
YLE yhteensä – <i>YLE total</i>	76	68	63	68	65	68	..	67	..
Yksityiset paikallis- radioasemat – <i>Private</i> <i>local radio stations</i>	–	..	41	35	45	33	44	40	42
Kaikki yhteensä – <i>All total</i>	76	..	83	82	..	83	..	85	..

3.14 Jatkuu

Continued

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	1994		1995		1996		1997 Marraskuu – <i>November</i>	
	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>
	%							
YLE1	14	13	13	13	13	14	13	13
YLE2	22	22	22	22	18	18	13	12
YLE3	44	43	44	43	42	41	38	37
YLE4	3	2	2	2	2	2	1	1
YLE yhteensä – <i>YLE total</i>	68	..	67	..	62	..	55	53
Radio Nova							19	19
Yksityiset paikallis- radioasemat – <i>Private</i> <i>local radio stations</i>	38	42	39	42	39	44	33	36
Kaikki yhteensä – <i>All total</i>	85	..	85	..	82	..	82	82

YLE1: 1990- Ylen Ykkönen. – *As from 1990 Yle Radio 1.*

YLE2: 1990– Radiomafia. – *As from 1990 Radiomafia*

YLE3: 1990– Radio Suomi. – *As from 1990 Radio Suomi.*

YLE4: Ruotsinkielinen täyden palvelun ohjelmakanava. – *Full-service network for the Swedish-speaking audience.*

Tiedot loppusyksyltä. Vuodesta 1992 lähtien tiedot talvikaudelta. 1997 tiedot marraskuulta.

Data for late autumn. Since 1992 data for winter season. 1997 data for November.

Lähteet: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston valtakunnalliset radion kuuntelututkimukset

Finnpanel Oy, Oy Yleisradio Ab, Suomen Radioiden Liitto SRL ry.

Kansalliset radiotutkimukset 1991–

Sources: *Finnpanel Oy, YLE, Research and Development, Association of Finnish Broadcasters National radio surveys 1991–.*

3.15 Radion tavoitavuus väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 1996

Daily reach of radio by population groups 1996

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	Ylen Ykkönen <i>YLE Radio 1</i>	Radiomafia <i>YLE Radio 2</i>	RadioSuomi <i>YLE Radio 3</i>	Riksradiön <i>YLE Radio 4</i>	Yle yhteensä <i>YLE total</i>	Yksit. paikallis- radiot <i>Private local radio</i>	Kaikki yhteensä <i>All radio</i>
	%						
Kaikki – <i>All</i>	13	18	42	2	62	39	82
Sukupuoli – <i>Sex</i>							
Nainen – <i>Women</i>	15	16	42	2	61	38	82
Mies – <i>Men</i>	10	22	43	2	64	40	82
Ikä – <i>Age</i>							
9 – 14	4	24	13	1	37	39	63
15 – 24	3	38	11	1	47	45	74
25 – 34	6	28	24	2	49	49	78
35 – 44	9	20	43	2	61	47	84
45 – 54	14	10	59	3	73	39	88
55 – 64	21	5	69	3	81	29	90
65 –	30	4	68	3	82	23	89
Koulutus – <i>Education</i>							
Kansak./kansalaisk. – <i>Primary</i>	18	9	59	2	72	31	85
Perusk./keskik. – <i>Comprehensive</i>	8	26	30	1	55	42	78
Ammattik. – <i>Vocational</i>	11	22	46	2	66	45	87
Yo./opisto – <i>College or more</i>	10	21	34	3	56	43	81
Yliopisto/korkeakoulu – <i>Academic</i>	19	14	41	4	62	32	77
Ammatti – <i>Occupation</i>							
Työväestö – <i>Industrial blue-collar</i>	8	22	44	1	63	50	87
Toimihenkilö – <i>White collar</i>	12	19	43	3	62	41	82
Joht.as.oleva – <i>Managerial</i>	18	14	44	4	66	40	82
Maatalous/muu yritt. – <i>Farmer/Other self-employed</i>	13	19	54	3	73	39	88
Eläkeläinen – <i>Pensioner</i>	27	4	68	3	81	25	90
Koululainen – <i>Schoolboy/girl</i>	4	27	13	1	39	40	66
Opiskelija – <i>Student</i>	4	34	12	1	45	45	73

Lähde: Finnpanel Oy
Yleisradio Oy
Source: Finnpanel Oy
YLE

3.16 Radion kuuntelu-aika keskimääräisenä päivänä vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1997
Average daily radio listening time 1980, 1985 and 1990 – 1997

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	1980	1985	1990	1991		1992		1993	
				Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>
	Min./päivä – <i>Min/day</i>								
YLE1	64	29	23	23	19	27	17	19	18
YLE2	64	83	24	31	29	31	28	29	28
YLE3	..	6	80	87	96	105	84	102	97
YLE4	1	1	2	3	2	4	3	3	2
YLE yhteensä – YLE total	128	119	129	144	145	167	132	152	145
Yksityiset paikallis- radioasemat – <i>Private local radio stations</i>	–	..	69	62	86	62	81	71	76
Kaikki yhteensä – <i>All total</i>	128	..	199	206	232	230	214	223	221

3.16 Jatkuu
Continued

	1994		1995		1996		1997 Marraskuu – <i>November</i>	
	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>	Koko maa <i>Whole country</i>	Paikallis- radioalueet <i>Local radio areas</i>
	Min./päivä – <i>Min/day</i>							
YLE1	18	16	16	15	16	18	18	17
YLE2	31	30	29	29	24	25	16	14
YLE3	103	98	103	100	95	87	86	79
YLE4	4	3	3	2	3	2	2	2
YLE yhteensä – YLE total	155	147	152	146	137	132	122	112
Radio Nova							29	29
Yksityiset paikallis- radioasemat – <i>Private local radio stations</i>	68	74	68	73	68	73	54	61
Kaikki yhteensä – <i>All total</i>	223	221	219	219	205	205	205	202

YLE1: 1990– Ylen Ykkönen. – *As from 1990 Yle Radio 1.*

YLE2: 1990– Radiomafia. – *As from 1990 Radiomafia*

YLE3: 1990– Radio Suomi. – *As from 1990 Radio Suomi.*

YLE4: Ruotsinkielinen täyden palvelun ohjelmakanava. – *Full-service network for the Swedish-speaking audience.*

Tiedot loppusyksyltä. Vuodesta 1992 lähtien tiedot talvikaudelta. 1997 tiedot marraskuulta.
Data for late autumn. Since 1992 data for winter season. 1997 data for November.

Lähteet: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston valtakunnalliset radion kuuntelututkimukset.
 Finnpanel Oy, Oy Yleisradio Ab, Suomen Radioiden Liitto SRL ry.
 Kansalliset radiotutkimukset 1991–.

Sources: Finnpanel Oy, YLE, Research and Development, Association of Finnish Broadcasters.
 National radio surveys 1991 –.

3.17 Radion kuuntelu-aika väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 1996
Average daily radio listening time by population groups 1996

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	Ylen Ykkönen YLE Radio 1	Radio- mafia YLE Radio 2	Radio Suomi YLE Radio 3	Riksradiön YLE Radio 4	Yle yhteensä YLE total	Yksityiset paikallissradiot Private local radio	Kaikki yhteensä All radio
	Min/päivä – Min/day						
Kaikki – All	16	24	95	3	137	68	205
Sukupuoli – Sex							
Nainen – Women	20	19	99	3	141	70	210
Mies – Men	12	30	90	3	134	67	200
Ikä – Age							
9 – 14	3	19	9	0	31	36	66
15 – 24	3	49	12	1	64	63	128
25 – 34	5	44	36	2	87	92	179
35 – 44	9	29	84	2	123	95	219
45 – 54	18	14	141	4	177	79	256
55 – 64	28	5	180	5	219	52	271
65 –	42	4	178	5	228	35	264
Koulutus – Education							
Kansak./kansalaisk. – Primary	23	9	160	3	195	56	251
Perusk./keskik. – Comprehensive	10	31	61	2	103	66	169
Ammattik. – Vocational	15	37	103	2	157	94	250
Yo./opisto – College or more	12	27	62	3	104	71	175
Yliopisto/korkeakoulu – Academic	22	14	63	3	103	40	142
Ammatti – Occupation							
Työväestö – Industrial blue-collar	9	36	97	2	144	110	254
Toimihenkilö – White collar	12	24	78	3	117	71	188
Joht.as.oleva – Managerial	22	17	74	4	117	59	177
Maatalous/muu yrity. – Farmer/Other self-employed	17	34	139	5	195	84	279
Eläkeläinen – Pensioner	38	5	184	4	231	42	273
Koululainen – Schoolboy/girl	3	24	9	0	36	40	77
Opiskelija – Student	3	0	12	1	57	58	114

Lähde: Finnpanel Oy
Yleisradio Oy

Source: Finnpanel Oy
YLE

3.18 Radiokanavien kuunteluosuudet keskimääräisenä päivänä vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1997
Radio channel shares 1980, 1985 and 1990 – 1997

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	1980	1985	1990	1991		1992		1993	
				Kokomaa Whole country	Paikallis- radioalueet Local radio areas	Koko maa Whole country	Paikallis- radioalueet Local radio areas	Koko maa Whole country	Paikallis- radioalueet Local radio areas
	%								
YLE1	50	24	12	11	8	12	8	9	8
YLE2	50	70	12	15	13	13	13	13	13
YLE3	..	5	40	42	41	46	39	46	44
YLE4	1	1	1	1	1	2	1	1	1
YLE yhteensä – YLE total	100	100	65	70	63	73	62	68	66
Yksityiset paikallis- radioasemat – Private local radio stations	–	..	35	30	37	27	38	32	34
Kaikki yhteensä – All total	100	..	100	100	100	100	100	100	100
Kuuntelu-aika min/päivä Average listening time, min/day	128	..	199	206	232	230	214	223	221

3.18 Jatkuu
Continued

	1994		1995		1996		1997 Marraskuu – November	
	Koko maa Whole country	Paikallis- radioalueet Local radio areas	Koko maa Whole country	Paikallis- radioalueet Local radio areas	Koko maa Whole country	Paikallis- radioalueet Local radio areas	Koko maa Whole country	Paikallis- radioalueet Local radio areas
	%							
YLE1	8	7	7	7	8	9	9	8
YLE2	14	14	13	13	12	13	8	7
YLE3	46	44	47	46	46	42	42	39
YLE4	2	1	1	1	1	1	1	1
YLE yhteensä – YLE total	70	67	69	67	67	65	60	55
Radio Nova							14	14
Yksityiset paikallisradioasemat – Private local radio stations	30	33	31	33	33	36	26	30
Kaikki yhteensä – All total	100	100	100	100	100	100	100	100
Kuuntelu-aika min/päivä Average listening time, min/day	223	221	219	219	205	205	205	202

YLE1: 1990– Ylen Ykkönen. – As from 1990 Yle Radio 1.

YLE2: 1990– Radiomafia. – As from 1990 Radiomafia

YLE3: 1990– Radio Suomi. – As from 1990 Radio Suomi.

YLE4: Ruotsinkielinen täyden palvelun ohjelmakanava. – Full-service network for the Swedish-speaking audience.

Tiedot loppusyksyltä. Vuodesta 1992 lähtien tiedot talvikaudelta. 1997 tiedot marraskuulta.

Data for late autumn. Since 1992 data for winter season. 1997 data for November.

Lähteet: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston valtakunnalliset radion kuuntelututkimukset.
 Finnpanel Oy, Oy Yleisradio Ab, Suomen Radioiden Liitto SRL ry.

Kansalliset radiotutkimukset 1991–

Sources: Finnpanel Oy, YLE, Research and Development.

Association of Finnish Broadcasters

National radio surveys 1991–.

3.19 Radiokanavien kuunteluosuudet väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 1996

Radiochannel shares by age 1996

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	Ylen Ykkönen <i>YLE Radio 1</i>	Radio- mafia <i>YLE Radio 2</i>	Radio Suomi <i>YLE Radio 3</i>	Riksradiön <i>YLE Radio 4</i>	Yksit. paikallisradiot <i>Private local radio</i>	Kaikki yhteensä <i>All radio</i>
	%					
Kaikki – <i>All</i>	8	12	46	1	33	100
Sukupuoli – <i>Sex</i>						
Nainen – <i>Women</i>	10	9	47	1	33	100
Mies – <i>Men</i>	6	15	45	2	34	100
Ikä – <i>Age</i>						
9 – 14	5	29	14	0	55	100
15 – 24	2	38	9	1	49	100
25 – 34	3	25	20	1	51	100
35 – 44	4	13	38	1	43	100
45 – 54	7	5	55	2	31	100
55 – 64	10	2	66	2	19	100
65 –	16	2	67	2	13	100
Koulutus – <i>Education</i>						
Kansak./kansalaisk. – <i>Primary</i>	9	4	64	1	22	100
Perusk./keskik. – <i>Comprehensive</i>	6	18	36	1	39	100
Ammattik. – <i>Vocational</i>	6	15	41	1	38	100
Yo./opisto – <i>College or more</i>	7	15	35	2	41	100
Yliopisto/korkeakoulu – <i>Academic</i>	15	10	44	2	28	100
Ammatti – <i>Occupation</i>						
Työväestö – <i>Industrial blue-collar</i>	4	14	38	1	43	100
Toimihenkilö – <i>White collar</i>	6	13	41	2	38	100
Joht.as.oleva – <i>Managerial</i>	12	10	42	2	33	100
Maatalous/muu yrittäjä – <i>Farmer/Other self-employed</i>	6	12	50	2	30	100
Eläkeläinen – <i>Pensioner</i>	14	2	67	1	15	100
Koululainen – <i>Schoolboy/girl</i>	4	31	12	0	52	100
Opiskelija – <i>Student</i>	3	35	11	1	51	100

Lähde: Finnpanel Oy
Source: Finnpanel Oy

3.20 Radiokanavien kuunteluosuudet iän mukaan keskimääräisenä päivänä 1997 (Marraskuu)
Radio channel shares by age 1997 (November)

Prime time 06.00 – 18.00	Ylen Ykkönen YLE Radio 1	Radiomafia YLE Radio 2	Radio Suomi YLE Radio 3	Radio Vega & Extrem YLE Radio 4 & 5	Radio Nova	Paikallisradiot Private local radio	Kaikki yhteensä All radio
9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	%						
Kaikki – All	9	8	43	1	13	26	100
Ikä – Age+							
9 – 14	5	20	10	0	18	46	100
15 – 24	1	27	7	1	26	38	100
25 – 34	2	20	18	1	28	31	100
35 – 44	6	9	26	0	23	36	100
45 – 54	6	3	48	1	10	32	100
55 – 64	10	2	70	2	3	13	100
65 –	22	1	67	1	1	8	100

Lähde: Finnpanel Oy
 Source: Finnpanel Oy

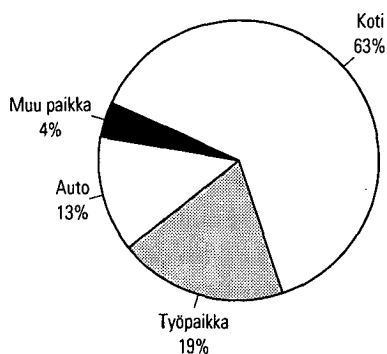
3.21 Radioasemien tavoitavuus, kuuntelu aika ja kanavaosuudet pääkaupunkiseudulla 1997 (Marraskuu)
Reach, listening time, and share of radio stations: Greater Helsinki area 1997 (November)

	Tavoitavuus/päivä Daily reach	Kuuntelu aika Listening time	Kanavaosuus/ prime time Channel share/ prime time
	%	Min/pv – Min/day	%
YLE 1 – Ylen Ykkönen	10	19	12
YLE 2 – Radiomafia	6	7	5
YLE 3 – Radio Suomi	29	57	37
YLE 4 & 5 – Vega & Extrem	2	4	3
Radio Nova	10	14	9
Valtakunnalliset yhteensä <i>National radio total</i>	..	101	66
Energy/NRJ	12	14	9
Classic FM	5	9	5
Kiss FM	8	9	5
Radio Alex	6	8	5
Radio City	7	9	6
Radio Stadi	4	5	3
Muut – Other	..	2	1
Paikallisradioasemat yht. <i>Local radios total</i>	36	56	34
Kaikki yhteensä – All total	72	158	100

Lähde: Finnpanel Oy
 Source: Finnpanel Oy

Kuvio 3.7 Radion kuuntelu paikan mukaan 1996

Figure 3.7 Breakdown of local radio listening by place of listening in 1996



Lähde: Kansallinen radiotutkimus 1996

3.22 Radioiden vähittäismyynti vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996

Retail sales of radio sets 1980, 1985 and 1990 – 1996

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos 1996/95 Change 1996/95 %
	1 000 kpl – 1 000 units									
Stereolaitteet yhteensä – Hi-fi equipment total	108	155	125	102	83	65	79	104	120	15,4
Radiot yhteensä – Radios total	260	370	415	357	267	221	253	256	269	5,1
Autolaitteet yhteensä – Car radios & stereos total	130	170	200	136	105	86	94	125	160	28,0

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.

3.23 Radioiden myynnin arvo vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Radio sets: sales volume 1980, 1985 and 1990 – 1996

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos 1996/95 Change 1996/95
	Arvo, milj. mk – Sales volume FIM million									
Stereolaitteet yhteensä – Hi-fi equipment total	185	199	227	194	184	177	200	233	266	14,2
Radiot yhteensä – Radios total	136	227	168	139	94	89	112	123	127	3,3
Autolaitteet yhteensä – Car radios & stereos total	117	217	280	190	158	129	146	182	221	21,4

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 of wholesale dealers and foreign trade
 statistics.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry.
 Source: Domestic Appliances Association.

3.24 Radiovastaanottimien määrä ja sijainti kotitalouksissa
Number and location of radio sets in households

	1995	1996
Määrä/No. of radio sets	%	
Ei radiota – No radio sets	2	3
1	19	18
2	20	19
3	18	18
4	15	15
5	10	12
6+	15	16

Sisältää kaikki vastaanottimet, myös auto- ja kelloradiot sekä korvalappustereot. –
 All radio sets including car radios, clock radios and headphone stereos

Sijainti – Location	%	
Olohuone – Living room	64	63
Keittiö – Kitchen	54	50
Makuuhuone – Bedroom	56	52
Lasten huone – Children's rooms	22	23
Työhuone – Study	13	12
Muu huone – Other room	21	18
Autoradio – Car radio	..	52

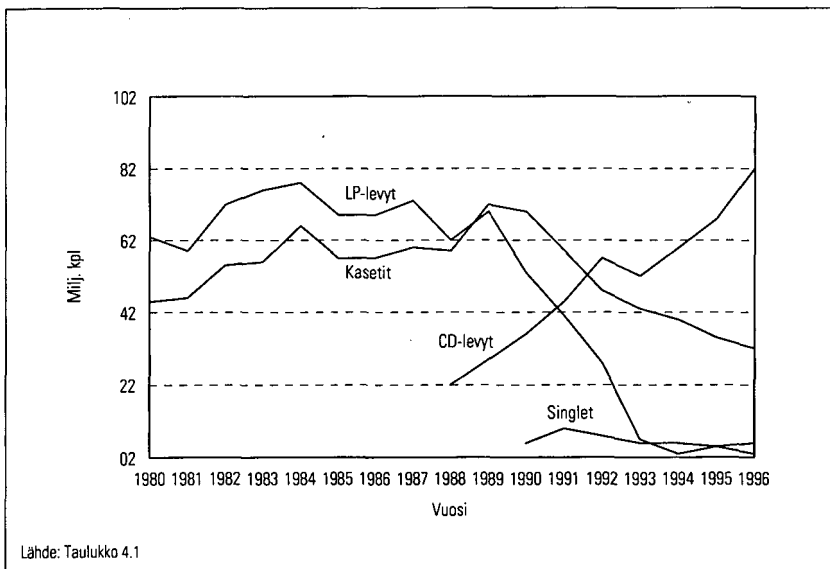
Lähde: Finnpanel Oy
 Source: Finnpanel Oy

4 Äänitteet

Suomen äänitemarkkinat ovat parin viime vuoden aikana piristyneet. Myynnin arvolla mitaten äänitemarkkinat vuonna 1996 vihdoinkin ylittivät lamavuosia edeltäneen tason. Kappalemääräisessä myynissä ollaan kuitenkin edelleen selvästi vuosikymmenen vaihteen tason alapuolella.

1990-luvulle tultaessa Suomen äänitemarkkinoiden pitkään suhteellisen tasaisena jatkunut kasvu taittui. 1980-luvulla äänitteiden vuosimyynti oli kasvanut noin 10 miljoonasta äänitteestä 16,5 miljoonaan äänitteeseen, kun kappalemääräisen myynnin arviona käytetään tuonnin ja kotimaisen valmistuksen yhteismäärää. Sen jälkeen myynti laski selvästi. Se oli alimmillaan vuosina 1993–94, jolloin myynti jäi noin 10 miljoonaan äänitteeseen. (Taulukko 1.) Vuonna 1996 äänitteitä myytiin noin 11,5 miljoonaa kappaletta. Asukasta kohden äänitteitä myytiin 2,3 kappaletta. Luku on selvästi alempi kuin Norjassa ja Tanskassa (noin 3,5 äänitettä/asukas) ja jonkin verran alempi kuin Ruotsissa (2,7 äänitettä/asukas). (Luvun 11 taulukko 13.)

Kuvio 4.1 Äänitteiden myynti 1980 – 1996
Figure 4.1 Phonogram sales in 1980 – 1996



Nykyisin cd-levyt ovat Suomessakin selvästi hallitseva tallenneformaatti. Niitä myytiin 8 miljoonaa kappaletta. Kasetteja myytiin enää 3 miljoonaa ja vinyylilevyjen myynti jäi alle sadan tuhannen kappaleen vuonna 1996. Ensimmäiset cd-soittimet tulivat Suomen markkinoille vuonna 1983. Muihin Pohjoismaihin verrattuna ne ovat kuitenkin yleistyneet hitaasti. Tilastokeskuksen kotitalouksien kulutustutkimuksen mukaan vuonna 1996 cd-soitin oli 44 prosentilla kotitalouksista. Penetraatioaste on selvästi alhaisempi kuin muissa Pohjoismaissa, joissa 60–70 prosenttia talouksista omisti cd-soittimen vuonna 1995. Suomessa oikeastaan vasta cd-soittimen halpaver-sion eli cd-radionauhurin tulo markkinoille on selvästi kiihdyttänyt penetraatioasteen kasvua. Cd-soittimella varustetut radionauhurit ovatkin Suomessa selvästi yleisempiä kuin erilliset cd-soittimet. (Taulukot 10 – 12.)

Suomen äänitemarkkinat ovat pitkään jakautuneet suhteellisen tasan kotimaisten ja ulkomaisten äänitteiden myynnin kesken, mikäli tarkastellaan kappalemääräistä myyntiä. Markkoissa mitaten ulkomaisia äänitteitä kuitenkin myydään kotimaisia enemmän. Tämä johtuu cd-levyjen hallitsevasta markkinaosuudesta nimenomaan ulkomaisten äänitteiden myynnissä. Kotimaisista äänitteistä myydään kasetteina edelleen huomattava osa. (Taulukot 3 – 5.)

Kotimaisten äänitteiden keskeistä asemaa äänitemarkkinoilla osoittaa sekin, että kaikkien aikojen myydyimpien pitkäsoittoäänitteiden kotimaisen listan kaikkia 20 äänitettä on myyty yli 100 000 kappaletta. Ulkomaisista äänitteistä saman rajapyykin on ylittänyt vain neljä äänitettä. (Taulukko 9.)

Vinyylilevyt ovat lähes tyystin kadonneet äänitteiden massamarkkinoilta. C-kasetti on onnistunut paremmin säilyttämään asemansa, varsinkin kotimaisten äänitteiden myynnissä. Vuosikymmenen puolivälin tienoil-la tuli kaupalliseen levitykseen kaksi kilpailevaa erityisesti c-kasetin korvaamiseksi suunniteltua digitaalitallennejärjestelmää. Uusista tallenneformaateista Philipsin dcc-kasetti ei löytänyt paikkaansa tal-lenemarkkinoilla ja yhtiö on lopettanut järjestelmän kehittämisen. Sonyn Mini Disc ei myöskään ole oikein menestynyt tallennemarkkinoilla mutta se on nousemassa varteenotettavaksi kasetin kilpailijaksi kotiaäänittäjien käytössä. Formaattilla saattaa pidemmällä aikavälillä olla mahdollisuudet syrjäyttää c-kasetti joka kodin tallennusvälineenä.

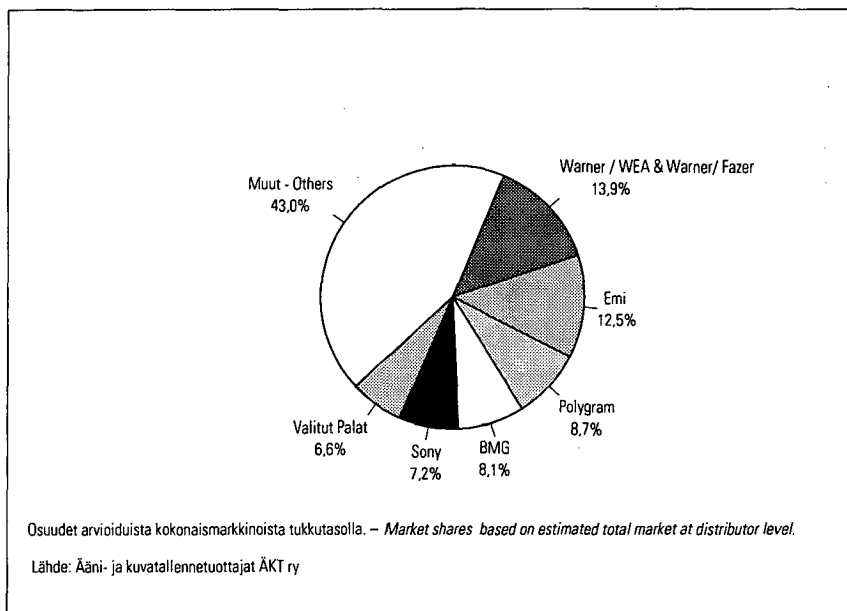
Suomessa julkaistiin noin 3 300 kotimaista äänitenimikettä vuonna 1996. Kasettien osuus kotimaisesta nimiketuotannosta on edelleen suurin. On kuitenkin huomattava, että niistä suurin osa sisältää muuta kuin musiikkiaineistoa. Muuhun aineistoon sisältyvät suurimpana ryhmänä hengellistä materiaalia sisältävät kasetit. Toisen suuren ryhmän muodostavat kieli-

kasetit. Äänitenimikkeiden vuosittaisia kokonaismääriä kasvattavat vanhempien äänitteiden uusintajulkaisut sekä saman äänitteen eri julkaisuversiot. (Taulukko 2.)

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. Suurista ylikansallisista CBS (sittemmin Sony) ja EMI ovat perustaneet tytäryhtiöt Suomeen jo 1970-luvulla. Toisin sanoen kaikki viisi äänitealan suurinta ylikansallista yritystä ovat läsnä myös Suomessa. Niiden yhteenlaskettu osuus äänitteiden kokonaismyynnistä Suomessa oli 50 prosenttia (kuvio 2). Osuus on viime vuosina hieman laskenut.

Vuonna 1993 Warner Music Finland hankki omistukseensa myös perinteikkään kotimaisen Fazer Musiikki Oy:n, jolla on laaja kotimaisen musiikin luettelo ja kattava tukkumyynti- ja jakeluorganisaatio. Seuraavana vuonna Fazer Musiikki fuusioitiin Warneriin.

Kuvio 4.2 Äänitemyynnin markkinaosuudet 1996
Figure 4.2 Market shares of phonogram sales in 1996



Suuret ääniteyhtiöt hallitsevat äänitteiden maahantuontia ja merkittävää osaa kotimaisesta tuotannosta. Toisaalta suurten yritysten oheen syntyi jo 1970- ja 80-lukujen taitteessa kymmenien pienten itsenäisten tuottajien kirjo. Niiden määrä lieene vain kasvanut. Vuonna 1984 Tilastokeskuksen yritysrekisterin mukaan levy-yhtiöitä ja äänitysstudioita oli 129 kappaletta. Vuonna 1995 äänitallenteiden kustannusyriyksillä oli 233 toimipaikkaa.

Äänitteiden kuuntelu on vähentynyt viime vuosina. Vuonna 1996 enää alle viidesosa suomalaisista kuunteli tavallisena päivänä omia tai lainaamiin äänitteitä. Vielä vuonna 1990 äänitteitä kuuntelevia oli neljännes suomalaisista. Aikaa kuunteluun kuluu keskimäärin parikymmentä minuuttia. Nuoret ja nuoret aikuiset ovat aktiivisin äänitteiden kuuntelijaryhmä, mutta juuri näissä ikäryhmissä äänitteitä kuuntelevien osuudet ovat laskeneet selvimmin. (Taulukot 6 & 7.) Osaselitys äänitteiden käytön vähenemiselle lieene radioasemien runsas musiikkitarjonta.

Kokonaistiedot kirjastojen äänitemateriaalista ja sen käytöstä ovat saatavissa vain vuodesta 1987 vuoteen 1992. Tiedot osoittivat ääniteaineiston ja äänitelainojen varsin nopeaa kasvua. Vuonna 1992 yleisillä kirjastoilla oli kokoelmissaan 1,2 miljoonaa musiikkiäänitettä ja 0,6 miljoonaa muuta äänitettä. Musiikkiäänitteitä lainattiin samana vuonna 4,2 miljoonaa kertaa ja muita äänitteitä 2,1 miljoonaa kertaa.

Tilastointi

Äänitealan keskeiset tilastolähteet ovat Säveltäjain Tekijänoikeustoimisto Teosto ry, Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry, tullihallituksen ulkomaankauppatilasto, sekä Helsingin ja Jyväskylän yliopistojen kirjastot, jotka luetteloiivat vapaakappaleoikeuden perusteella saamansa kotimaisen äänitemateriaalin.

Teosto saa tekijänoikeuslain perusteella tiedot kaikista Suomessa valmistetuista ja maahan tuoduista musiikkiäänitteistä ja niiden kappalemääristä. Maahan tuotujen äänitteiden tuontiluvut löytyvät myös ulkomaankauppatilastosta.

ÄKT tilastoi jäsenyritystensä kappale- ja markkamääräisen myynnin. ÄKT myös laatii vuosittain omiin myyntitilastoihinsa sekä Teoston ja ulkomaankauppatilaston tietoihin perustuvan arvion äänitteiden kokonaismyynnistä. Viime vuosina ÄKT:n jäsentuottajien osuus on ollut 60–70 prosenttia arvioidusta äänitteiden kokonaismyynnistä.

Teoston tilastoissa ja ulkomaankauppatilastossa äänitteiden alkupe-
rämaa tarkoittaa maata, jossa ne on teknisesti valmistettu (monistettu).

Näin ollen esimerkiksi huomattava osa kotimaista tuotantoa olevista cd-levyistä esiintyy ulkomaankauppatilastoissa ja Teoston tilastoissa ulkomaisina äänitteinä, koska levyt on prässätty ulkomaisissa levyvalmistamoissa. Tässä julkaisussa käytetyissä ÄKT:n tilastoissa alkuperämaa puolestaan tarkoittaa äänitteiden alkuperäistä tuotantomaata ja näin ollen kotimaisten ja ulkomaisten cd-levyjen myyntijakauma vastaa todellista tilannetta.

Finnpanelin tuottamiin Kansallisiin radiotutkimuksiin sisältyvät myös tiedot äänitteiden kuuntelun yleisyydestä ja kuunteluaajoista.

Opetusministeriön vuosittain julkaisemat tilastotiedot yleisistä kirjastoista sisälsivät vuodesta 1987 vuoteen 1992 tiedot kirjastojen äänitekoelmista ja niiden käytöstä. Vuodesta 1993 lähtien kirjastotilastointia on oleellisesti supistettu.

(TS)

Täydentävää kirjallisuutta

Alaspää, Arto ym.: Musiikki digitaaliajassa. Katsaus digitaalitekniikan vaikutuksista musiikkiin. Tekijänoikeusinstituutti, Julkaisuja Nro 6/1994. Helsinki 1994.

Gronow, Pekka: Äänitteet. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Joukkoviestintä Suomessa. Weilin+Göös, Helsinki 1994.

Km 1991: 24, Viestintäkulttuuritoimikunnan VI mietintö: Radio ja äänitteet. Helsinki 1991.

Lassila, Juha: Kultalevyn alkemia. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 6. Jyväskylä 1987.

Lassila, Juha: Mitä Suomi soittaa? Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 20. Jyväskylä 1990.

Muikku, Jari: Laulujen lunnaat. Raportti suomalaisesta äänitetuotantopoliitikasta. Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja n:o 7. Helsinki 1989.

Seppänen, Susanna: Musiikin kuuntelu ja musiikkivalinnat. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.): Arjen kulttuuria. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Tilastotietoja yleisistä kirjastoista. Kouluhallitus/Opetusministeriö, eri vuosina.

Taulukot – Tables

- 4.1 Äänitteiden myynti 1980, 1985 – 1996
Phonogram sales 1980, 1985 – 1996
- 4.2 Äänitteiden nimiketuotanto Suomessa vuosina 1985 – 1996
Production of phonogram titles in Finland 1985 – 1996
- 4.3 Äänitemyynti musiikkityypin mukaan 1994 – 1996
Phonogram sales by genre 1994 – 1996
- 4.4 Äänitteiden kappalemyynnin jakautuminen äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1980, 1985 – 1996
Phonogram sales by type of recording and by origin 1980, 1985 – 1996
- 4.5 Äänitteiden myynnin arvo äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1990 – 1996
Value of phonogram sales by type of recording and by origin 1990 – 1996
- 4.6 Äänitteitä kuunnelleiden osuus keskimääräisenä päivänä 1990 – 1996
Average daily reach of phonograms 1990 – 1996
- 4.7 Äänitteiden kuunteluun keskimäärin käytetty aika 1990 – 1996
Average listening time of phonograms 1990 – 1996
- 4.8 Myydyimmät pitkäsoittoäänitteet (LP-levyt, kasetit, CD-levyt) vuonna 1996
Top 20 domestic and imported records in 1996
- 4.9 Kautta aikojen myydyimmät pitkäsoittotuotteet
All time top 20 domestic and imported records
- 4.10 Audiolaitteiden vähittäismyynti 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Retail sales of audio equipment 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 4.11 Audiolaitteiden keskihinnat ja myynnin arvo vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Audio equipment: average prices and sales volume 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 4.12 Audiolaitteet kotitalouksissa
Audio equipment in households

Kuviot – Figures

- 4.1 Äänitteiden myynti 1980 – 1996
Phonogram sales 1980 – 1996
- 4.2 Äänitemyynti markkinaosuudet 1996
Market shares of phonogram sales in 1996
- 4.3 CD-levyn hinnan muodostuminen
CD-record: breakdown of retail price

4.1 Äänitteiden myynti 1980, 1985 –1996 Phonogram sales 1980, 1985 – 1996

	Single	LP	Kasetti MC	CD	Yhteensä Total	Myyntin arvo yhteensä Total sales at retail level Milj. mk – FIM million
	Milj.kpl – Million copies					
1980	..	6,1	4,3	..	10,4	252
1985	..	6,7	5,5	..	12,2	404
1986	..	6,7	5,5	..	12,2	368
1987	..	7,1	5,8	..	12,9	417
1988	..	6,0	5,7	2,0	13,7	462
1989	..	6,8	7,0	2,7	16,5	558
1990	0,4	5,1	6,8	3,4	15,7	666
1991	0,8	3,9	5,7	4,3	14,7	650
1992	0,6	2,6	4,6	5,5	13,3	580
1993	0,4	0,5	4,1	5,0	10,0	530
1994	0,4	0,1	3,8	5,8	10,1	585
1995	0,3	0,3	3,3	6,6	10,5	630
1996	0,4	0,1	3,0	8,0	11,5	675

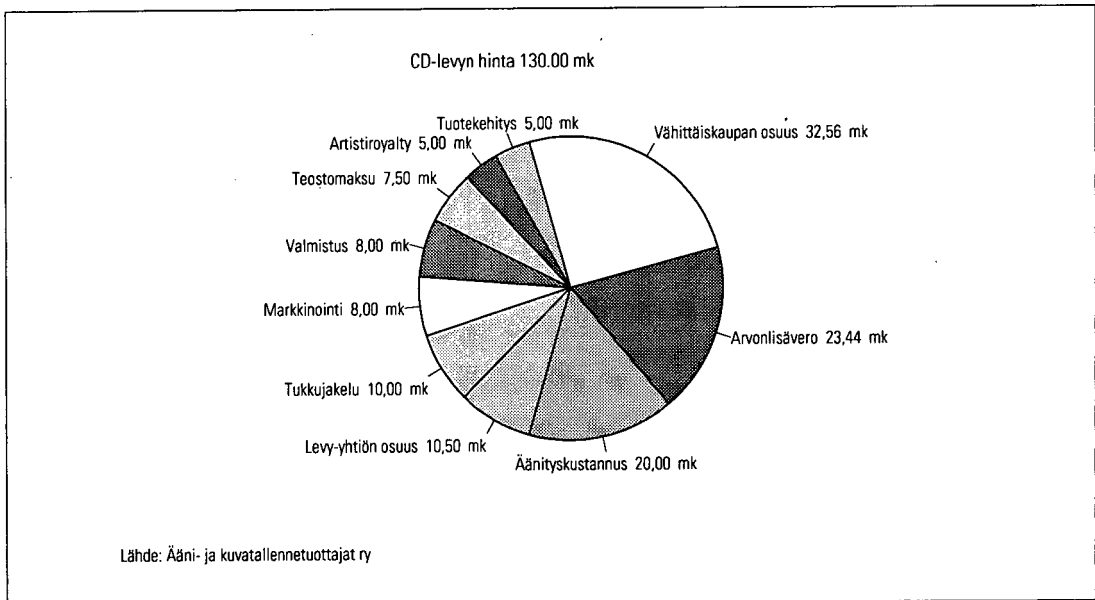
Luvut ovat arvoja. – The figures are estimates.

Vuoteen 1990 asti singlet on sijoitettu LP, kasetti- tai CD-luokkiin äänitetyypin mukaan. – Until 1990 singles are included in the LP, MC or CD category according to type of recording.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT

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 vuosina 1985 – 1996 Production of phonogram titles in Finland 1985 – 1996

Vuosi Year	Singlet Singles		LP-levyt LPs		CD-levyt CDs		Kasetit MCs		Josta musiikkikasetteja Of which MCs containing music		Äänikirjat Audio books		Yhteensä Total	
	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%
1985	380	20,3	489	26,1	—	—	981	52,4	..	..	22	1,2	1 872	100,0
1986	390	18,3	571	26,8	9	0,4	1 123	52,7	..	..	36	1,7	2 129	100,0
1987	405	20,8	516	26,5	23	1,2	924	47,5	..	..	78	4,0	1 946	100,0
1988	406	21,6	457	24,3	123	6,5	706	37,5	..	..	190	10,1	1 882	100,0
1989	579	24,6	502	21,3	279	11,9	922	39,2	..	..	70	3,0	2 352	100,0
1990	710	23,7	514	17,2	281	9,4	1 349	45,1	..	..	140	4,7	2 994	100,0
1991	782	25,4	521	16,9	240	7,8	1 400	45,5	..	..	136	4,4	3 079	100,0
1992	801	23,1	377	10,9	501	14,4	1 651	47,5	..	..	143	4,1	3 473	100,0
1993	466	17,5	152	5,7	818	30,7	1 102	41,4	666	60,4	126	4,7	2 664	100,0
1994	205	8,7	55	2,3	744	31,7	1 233	52,6	699	56,7	109	4,6	2 346	100,0
1995	90	3,3	16	0,6	1 311	47,5	1 253	45,4	729	58,2	89	3,2	2 759	100,0
1996	18	0,5	2	0,1	1 418	43,0	1 747	53,0	715	40,9	110	3,3	3 295	100,0

EP-levyt on sijoitettu eri luokkiin koon mukaan: Singlen kokoiset EP-levyt singlelevyihin. LP:n kokoiset LP-levyihin. Maxi-singlet on sijoitettu LP-levyihin. –
EP records are slotted in different classes by size: single-size EPs under singles, LP-size EPs under LPs. Maxi singles are classified under LPs.

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

4.3 Äänitemyynti musiikkityypin mukaan 1994 – 1996 Phonogram sales by genre 1994 – 1996

	Milj. kappaletta – Million copies *							
	Kotimainen pop Domestic pop	%	Kansainvälinen pop International pop	%	Klassinen Classical	%	Yhteensä Total	%
1994	4,8	50	4,2	44	0,6	6	9,6	100
1995	4,5	45	4,9	48	0,7	7	10,2	100
1996	4,8	42	5,6	49	1,0	9	11,4	100

	Milj. mk – FIM million *							
	Kotimainen pop Domestic pop	%	Kansainvälinen pop International pop	%	Klassinen Classical	%	Yhteensä Total	%
1994	136	39	183	52	34	10	353	100
1995	145	37	209	54	35	9	389	100
1996	170	41	207	49	42	10	419	100

* Arvioitu kokonaisymyynti tukkutasolla ilman singlejä. – Estimated total sales at distributor level. Singles are not included.

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

4.4 Äänitteiden kappalemyyntin jakautuminen äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1980, 1985 – 1996 Phonogram sales by type of recording and by origin 1980, 1985 – 1996

Vuosi Year	Äänilevyt LPs & singles			Kasetit MCs			CD-levyt CDs			Kaikki äänitteet All phonograms		
	Kotimaiset Finnish	Ulkomaiset Foreign	Yhteensä Total	Kotimaiset Finnish	Ulkomaiset Foreign	Yhteensä Total	Kotimaiset Finnish	Ulkomaiset Foreign	Yhteensä Total	Yhteensä Total	Joista – Of which	
											Kotimaiset Finnish	Ulkomaiset Foreign
	1 000 kpl '000 copies											
1980	1 158	1 647	2 805	1 424	627	2 051	–	–	–	4 856	2 582	2 274
1985	1 430	2 144	3 574	2 365	694	3 059	–	–	–	6 633	3 795	2 838
1986	1 177	2 300	3 477	1 764	799	2 563	–	–	–	6 040	2 941	3 099
1987	1 220	2 072	3 292	1 767	822	2 589	34	215	249	6 130	3 021	3 102
1988	1 333	2 002	3 335	1 631	832	2 463	125	555	680	6 478	3 089	3 389
1989	1 066	2 090	3 156	1 825	1 113	2 938	248	901	1 149	7 243	3 139	4 104
1990	1 206	1 846	3 052	2 267	1 341	3 608	525	1 273	1 798	8 458	3 998	4 460
1991	1 001	1 351	2 352	2 046	1 285	3 331	796	1 842	2 638	8 321	3 843	4 478
1992	789	743	1 532	1 801	878	2 680	970	1 974	2 945	7 156	3 560	3 596
1993	264	288	552	1 846	814	2 660	1 080	2 127	3 207	6 420	3 191	3 229
1994	121	192	312	1 687	707	2 394	1 389	2 271	3 661	6 367	3 196	3 170
1995	79	142	221	1 684	749	2 433	1 920	2 921	4 841	7 495	3 682	3 813
1996	73	174	247	1 539	403	1 942	2 429	3 156	5 585	7 773	4 040	3 732
%												
1980	23,9	33,9	57,8	29,3	12,9	42,2	–	–	0,0	100,0	53,2	46,8
1985	21,6	32,3	53,9	35,7	10,5	46,1	–	–	0,0	100,0	57,2	42,8
1986	19,5	38,1	57,6	29,2	13,2	42,4	–	–	0,0	100,0	48,7	51,3
1987	19,9	33,8	53,7	28,8	13,4	42,2	0,6	3,5	4,1	100,0	49,3	50,6
1988	20,6	30,9	51,5	25,2	12,8	38,0	1,9	8,6	10,5	100,0	47,7	52,3
1989	14,7	28,9	43,6	25,2	15,4	40,6	3,4	12,4	15,9	100,0	43,3	56,7
1990	14,3	21,8	36,1	26,8	15,9	42,7	6,2	15,1	21,3	100,0	47,3	52,7
1991	12,0	16,2	28,3	24,6	15,4	40,0	9,6	22,1	31,7	100,0	46,2	53,8
1992	9,9	9,1	21,4	25,2	12,3	37,5	13,6	27,6	41,2	100,0	49,7	50,3
1993	4,1	4,5	8,6	28,8	12,7	41,4	16,8	33,1	50,0	100,0	49,7	50,3
1994	1,9	3,0	4,9	26,5	11,1	37,6	21,8	35,7	57,5	100,0	50,2	49,8
1995	1,1	1,9	2,9	22,5	10,0	32,5	25,6	39,0	64,6	100,0	49,1	50,9
1996	0,9	2,2	3,2	19,8	5,2	25,0	31,2	40,6	71,9	100,0	52,0	48,0

Tukku myynti. Taulukon tiedot kattavat vain ÄKT ry:n jäsenten myyntin. Vuonna 1996 ÄKT:n osuus kappalemääräisestä äänitemyyntistä tukkutasolla oli 68 %. – Sales at distributor level. Data cover the sales Finnish Group of IFPI members only. In 1996 the share of unit sales by Finnish IFPI was 68 % at distributor level.

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

4.5 Äänitteiden myynnin arvo äänitetyypin ja alkuperän mukaan 1990 – 1996

Value of phonogram sales by type of recording and by origin 1990 – 1996

Vuosi Year	Äänilevyt LPs & singles			Kasetit MCs			CD-levyt CDs			Kaikki äänitteet All phonograms		
	Kotimaiset Finnish	Ulkomaiset Foreign	Yhteensä Total	Kotimaiset Finnish	Ulkomaiset Foreign	Yhteensä Total	Kotimaiset Finnish	Ulkomaiset Foreign	Yhteensä Total	Yhteensä Total	Joista – Of which Kotimaiset Finnish	Ulkomaiset Foreign
	Milj. mk – FIM million											
1990	31,0	48,5	79,5	54,3	36,4	90,7	21,9	59,4	81,2	251,5	107,2	144,3
1991	25,7	34,6	60,4	53,9	35,2	89,1	33,8	83,0	116,8	266,2	113,5	152,7
1992	19,5	18,7	38,1	46,2	28,2	74,4	41,3	92,8	134,1	246,6	106,9	139,7
1993	4,6	6,9	11,5	44,3	28,7	73,0	46,2	108,2	154,4	238,9	95,1	143,7
1994	1,9	4,3	6,2	42,4	25,0	67,4	60,9	117,3	178,2	251,9	105,3	146,6
1995	1,3	3,2	4,5	42,9	27,2	70,1	80,5	152,1	232,6	307,3	124,7	182,5
1996	1,2	3,8	5,0	41,2	13,6	54,8	107,2	160,8	268,0	327,8	149,6	178,2
%												
1990	12,3	19,3	31,6	21,6	14,5	36,1	8,7	23,6	32,3	100,0	42,6	57,4
1991	9,7	13,0	22,7	20,2	13,2	33,5	12,7	31,2	43,9	100,0	42,6	57,4
1992	7,9	7,6	15,5	18,7	11,4	30,2	16,7	37,6	54,4	100,0	43,3	56,7
1993	1,9	2,9	4,8	18,5	12,0	30,6	19,3	45,3	64,6	100,0	39,8	60,2
1994	0,8	1,7	2,5	16,8	9,9	26,8	24,2	46,6	70,7	100,0	41,8	58,2
1995	0,4	1,0	1,5	14,0	8,9	22,8	26,2	49,5	75,7	100,0	40,6	59,4
1996	0,4	1,2	1,5	12,6	4,1	16,7	32,7	49,1	81,8	100,0	45,6	54,4

Tukkumyynti. Taulukon tiedot kattavat vain ÄKT ry:n jäsentuottajien myynnin. Vuonna 1996 ÄKT:n osuus markkamääräisestä äänitemyyinnistä tukkutasolla oli 78 %. – Sales at distributor level. Wholesale value of sales by Finnish Group of IFPI members only. In 1996 the share of sales volume by Finnish IFPI was 78 % at distributor level.

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

4.6 Äänitteitä kuunnelleiden osuus keskimääräisenä päivänä 1990 – 1996

Average daily reach of phonograms 1990 – 1996

	Kuunnelleiden osuus – <i>Average daily reach</i>						
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	%						
Kaikki – <i>All</i>	24	24	23	19	19	18	17
Sukupuoli – <i>Sex</i>							
Naiset – <i>Women</i>	24	23	24	19	18	18	18
Miehet – <i>Men</i>	23	26	23	19	20	18	17
Ikä – <i>Age</i>							
9 – 14	44	52	39	36	37	38	34
15 – 24	58	54	57	46	47	46	41
25 – 34	29	30	27	23	21	20	19
35 – 44	13	18	17	14	14	15	14
45 – 54	..	13	14	9	9	9	9
55 – 64	..	9	10	7	6	7	7
65 –	..	4	3	5	5	4	5
Koulutus – <i>Education</i>							
Kansa/kansalaiskoulu – <i>Primary</i>	7	13	13	10	11	10	10
Perus/keskikoulu – <i>Secondary</i>	28	35	29	33	34	31	29
Ammattik. – <i>Vocational</i>	..	..	..	17	16	15	14
Yo./opisto – <i>College or more</i>	31	27	26	20	16	19	19
Yliopisto/korkeakoulu – <i>Academic</i>	..	..	..	..	..	..	16
Ammatti – <i>Occupation</i>							
Työväestö – <i>Industrial blue-collar</i>	..	..	21	17	15	15	14
Toimihenkilö – <i>White-collar</i>	..	..	22	14	15	15	15
Joht.as.oleva – <i>Managerial</i>	..	..	16	14	15	11	14
Maatalous/muu yrittäjä – <i>Farmer/Other self-employed</i>	..	..	14	13	11	12	9
Kotirouva – <i>Housewife</i>	..	..	27	18	15	..	..
Eläkeläinen – <i>Pensioner</i>	..	..	7	6	5	5	5
Koululainen – <i>Schoolboy/girl</i>	..	..	47	40	42	34	38
Opiskelija – <i>Student</i>	..	..	56	41	46	42	37

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

Lähteet: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosasto.
Finnpanel Oy

Sources: YLE Research and Development.
Finnpanel Oy

4.7 Äänitteiden kuunteluun keskimäärin käytetty aika 1990 – 1996
Average listening time of phonograms 1990 – 1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	min. – min.						
Kaikki – All	23	28	28	22	21	20	19
Sukupuoli – Sex							
Naiset – Women	24	27	27	22	20	20	19
Miehet – Men	23	28	28	22	22	20	18
Ikä – Age							
9 – 14	35	63	39	40	35	35	30
15 – 24	70	72	81	68	63	63	54
25 – 34	26	32	24	23	23	20	20
35 – 44	10	16	22	13	14	14	14
45 – 54	..	11	17	9	8	8	9
55 – 64	..	10	10	6	5	6	6
65 –	..	3	4	5	4	3	4
Koulutus – Education							
Kansa/kansalaiskoulu – Primary	5	12	11	9	10	9	9
Perus/keskikoulu – Secondary	31	44	37	44	41	40	34
Ammattik. – Vocational	..	..	..	20	17	16	15
Yo./opisto – College or more	29	29	30	21	21	20	21
Yliopisto/korkeakoulu – Academic	..	..	..	..	..	..	15
Ammatti – Occupation							
Työväestö – Industrial blue-collar	..	..	26	19	17	16	15
Toimihenkilö – White-collar	..	..	24	13	14	14	15
Joht.as.oleva – Managerial	..	..	17	13	14	11	13
Maatalous/muu yrittäjä – Farmer/Other self-employed	..	..	17	15	12	13	9
Kotirouva – Housewife	..	..	25	17	13	..	..
Eläkeläinen – Pensioner	..	..	8	5	4	5	5
Koululainen – Schoolboy/girl	..	..	51	46	44	37	38
Opiskelija – Student	..	..	78	59	59	56	49

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

Lähteet: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosasto.

Finnpanel Oy

Sources: YLE Research and Development.

Finnpanel Oy

4.8 Myydyimmät pitkäsoittoäänitteet (LP-levyt, kasetit, CD-levyt) vuonna 1996 Top 20 domestic and imported records in 1996

Yhtye/Solisti Performer	Äänitteen nimi Name	Myynti Sales 1 000 kpl '000 copies	Yhtiö Publisher
<i>Kotimaiset – Domestic</i>			
Jari Sillanpää	Jari Sillanpää	151	MTV
Eppu Normaali	Repullinen hittejä	99	Poko
Smurffit	Tanssihitit Vol.1	97	EMI
Aikakone	Toiseen maailmaan	84	BMG
J.Karjalainen	Electric Sauna	62	Poko
Kari Tapio	Myrskyn jälkeen	59	Audiovox
Jari Sillanpää	Hyvää Joulua	53	MTV
Janne Hurme	Kirje	43	Unirecord
Movetron	Soittorasias	41	PolyGram
Laura Voutilainen	Kaksi karttaa	41	Fazer
Eri esittäjiä/Various artists	Notre Dame LMC	32	Kirjalito
Tommi Läntinen	Maalla, merellä ja ilmassa	31	Sony
Leningrad Cowboys	Go Space	30	Johanna
XL5	Pedon merkki	29	Zoo
Kirka	Tie huomiseen	28	BMG
Jope Ruonansuu	Kiikun Kaakun	28	Audiovox
Nylonbeat	Nylonbeat	27	MTV
Fröbelin Palikat	Hippulat Vinkumaan	25	Fröbelin
Leevi and the Leavings	Käärmenäyttely	23	Johanna
Arja Havakka	Lokki	23	Audiovox
<i>Ulkomaiset – Imported</i>			
Mr. President	We See The Same Sun	71	WEA
Alanis Morissette	Jagged Little Pill	58	WEA
Adiemus	Songs Of Sanctuary	56	EMI
Metallica	Load	53	PolyGram
Eri esittäjiä/Various artists	Kiss FM Hits 2	53	PolyGram
Eri esittäjiä/Various artists	Mega Tracks vol 1	51	BMG
Captain Jack	The Mission	51	EMI
Elton John	Love Songs	46	PolyGram
E-Rotic	Power of Sex	44	EMI
Vanessa Mae	Violin Player	41	EMI
Mr. President	Up'n Away – The Special	41	WEA
Eri esittäjiä/Various artists	Jyrki Cool Dance Vol 1	35	Fazer/WEA
Eri esittäjiä/Various artists	Jyrki Cool Dance Vol 2	35	Fazer/WEA
Eri esittäjiä/Various artists	Hittibuumi 8	34	BMG
Solid Base	Finally	34	K-tel
Eri esittäjiä/Various artists	Dance Mania 3	33	EMI
Tina Turner	Wildest Dreams	33	EMI
Eri esittäjiä/Various artists	Kiss FM Hits 3	32	EMI
Eri esittäjiä/Various artists	Hittibuumi 7	31	EMI
Eros Ramazotti	Dove C' é Musica	29	BMG

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

4.9 Kautta aikojen myydyimmät pitkäsoittotuotteet All time top 20 domestic and imported records

Yhtye/Solisti Performer	Äänitteen nimi Name	Myynti, 1 000 kpl Sales, '000 copies	Julkaisuvuosi Year of publication	Yhtiö Publisher
Kotimaiset – Domestic				
Kirka	Surun pyyhkit silmistäni	201	1988	Flamingo
Dingo	Kerjäläisten valtakunta	186	1985	Finnlevy
Joel Hallikainen	Joel Hallikainen	179	1992	Finnlevy
Kaija Koo	Tuulten viemää	166	1993	WEA
Jari Sillanpää	Jari Sillanpää	151	1996	MTV Musiikki
Tapio Rautavaara	Reissumiehen taival	150	1979	Finnlevy
Eri esittäjiä/Various artists	Finnhits 2	149	1983	Finnlevy
Topi Sorsakoski & Agents	Besame Mucho	143	1987	EMI
Aikakone	Tähtikaaren taa	129	1995	BMG
Irwin	Rentun ruusu	125	1988	Levytuottajat
Matti ja Teppo	Et voi tulla rajan taa	122	1980	M & T Tuotanto
Anna Hanski	Jos et sä soita	120	1992	Ensio Music
Erkki Junkkarinen	Ruusuja hopeamaljassa	115	1974	PSO
Matti ja Teppo	Pidä itsestäsi huolta	115	1982	M & T Tuotanto
Kim Lönnholm	Minä olen muistanut	112	1989	Flamingo
Vesa-Matti Loiri	Eino Leino	112	1978	Levytuottajat
Topi Sorsakoski & Agents	In Beat	110	1986	EMI
Laura Voutilainen	Laura Voutilainen	110	1994	Unirecords
Kirka	Anna käsi	109	1989	Flamingo
Joel Hallikainen	Anna vierellesi tulla	108	1993	Finnlevy
Ulkomaiset – Imported				
Queen	Greatest Hits 2	123	1991	EMI
Baccara	Baccara	115	1977	Discophon
Bon Jovi	Cross Road – The Best Of	108	1994	PolyGram
Bruce Springsteen	Born in the USA	100	1984	Sony
Roxette	Joyride	99	1991	EMI
Dire Straits	Brothers in Arms	97	1985	PolyGram
Madonna	Something To Remember	86	1995	Warner
Dire Straits	On Every Street	84	1991	PolyGram
Tina Turner	Foreign Affair	84	1989	EMI
Michael Jackson	Thriller	84	1983	Sony
Abba	Arrival	82	1976	PolyGram
Bryan Adams	Waking up the Neighbours	81	1991	PolyGram
Elokuvamusiikkia/Soundtrack	Flashdance	80	1983	PolyGram
Abba	Voulez Vous	77	1979	PolyGram
Dire Straits	Money For Nothing	75	1988	PolyGram
Eri esittäjiä/Various artists	Great Love Songs 2	73	1989	Sony
Bryan Adams	So Far So Good	72	1993	PolyGram
Julio Iglesias	14 favourites	71	1981	Sony
Mr. President	We See The Same Sun	71	1996	WEA
Bon Jovi	Slippery When Wet	71	1986	PolyGram

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

4.10 Audiolaitteiden vähittäismyynti 1980, 1985 ja 1990 – 1996 Retail sales of audio equipment 1980, 1985 and 1990 – 1996

	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos 1996/95 Change 1996/95 %
	1 000 kpl – 1 000 units									
Soittimet – Players										
– levysoittimet – <i>turntables</i>	41	65	22	13	7	6	9	4	4	0,0
– CD-soittimet – <i>CD players</i>	–	8	85	85	70	40	29	32	33	3,1
– CD-radionauhurit – <i>radio cassette recorders with CD-player</i>						36	70	96	115	19,8
– muut radionauhurit – <i>other radio cassette recorders</i>	155	280	260	212	147	95	96	76	71	–6,6
– kelanauhurit – <i>open-reel tape recorders</i>	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–
– stereodekit – <i>tape decks</i>	47	70	28	22	13	8	6	8	7	–12,5
– kasettinauhurit, korvalappustereot <i>cassette recorders, Walkmans etc</i>	15	200	170	145	135	115	132	125	130	4,0
Soittimet yhteensä – <i>Players total</i>	259	623	565	477	372	300	342	341	360	5,6
Stereolaitteet – <i>Hi-fi equipment</i>										
– virittimet – <i>tuners</i>	14	40	15	8	5	3	1	1	1	0,0
– vahvistimet – <i>amplifiers</i>	15	42	20	13	10	6	3	3	4	33,3
– viritinvahvistimet – <i>receivers</i>	31	23	16	16	11	8	10	16	18	12,5
– kaiuttimet – <i>loudspeakers</i>	–	–	–	–	–	–	–	41	54	31,7
– kuulokkeet – <i>headphones</i>	–	–	–	–	–	–	–	108	147	36,1
– stereoyhdistelmät – <i>stereo sets</i>	48	50	74	65	57	50	65	84	97	15,5
Stereolaitteet yhteensä – <i>Hi-fi equipment total</i>	108	155	125	102	83	67	79	253	321	26,9

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.

Muokattu – *Processed*

4.11 Audiolaitteiden keskihinnat ja myynnin arvo vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Audio equipment: average prices and sales volume 1980, 1985 and 1990 – 1996

		1980	1985	1990	1991	1992
Soittimet – Players						
– levysoittimet – <i>turntables</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	850	700	800	850	650
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	35	46	18	11	5
– CD-soittimet – <i>CD players</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	–	2 200	1 200	1 000	1 100
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	–	18	102	85	77
– CD-radionauhurit – <i>radiocassette recorders with CD-player</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	–	–	–	–	–
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	–	–	–	–	–
– muut radionauhurit – <i>other radio cassette recorders</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	670	730	530	530	480
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	104	204	138	112	71
– kelanauhurit – <i>open reel tape recorders</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	3 500	–	–	–	–
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	4	–	–	–	–
– stereodekit – <i>tape decks</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	1 100	950	1 300	1 200	1 150
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	52	66	36	26	15
– kasettinauhurit, korvalappustereot ym. <i>cassette recorders, Walkmans etc.</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	350	270	265	260	300
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	5	54	45	38	41
Soittimet yhteensä – <i>Players total</i>	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	200	388	339	272	209
Stereolaitteet – <i>Hi-fi equipment</i>						
– virittimet – <i>tuners</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	950	700	825	950	950
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	13	28	12	8	5
– vahvistimet – <i>amplifiers</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	1 100	850	1 300	1 300	1 350
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	17	36	26	17	14
– viritinvahvistimet – <i>receivers</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	1 300	1 100	1 600	1 650	1 550
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	40	25	26	26	17
– kaiuttimet – <i>loudspeakers</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	–	–	–	–	–
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	–	–	–	–	–
– kuulokeet – <i>headphones</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	–	–	–	–	–
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	–	–	–	–	–
– stereoyhdistelmät kaiuttimineen - <i>stereo sets</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	2 400	2 200	2 200	2 200	2 600
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	115	110	163	143	148
Stereolaitteet yhteensä – <i>Hi-fi equipment total</i>	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	185	199	227	194	184

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

Muokattu – *Processed*

4.11 Jatkuu
Continued

		1993	1994	1995	1996	Muutos 1996/95 Change 1996/95
Soittimet – Players						
– levysoittimet – <i>turntables</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	750	650	700	750	7,1
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	5	6	3	3	0,0
– CD-soittimet – <i>CD players</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	1 250	1 200	1 100	1 000	–9,1
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	50	35	35	33	–5,7
– CD-radionauhurit – <i>radiocassette recorders with CD-player</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	1 100	950	900	800	–11,1
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	40	66	86	92	7,0
– muut radionauhurit – <i>other radio cassette recorders</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	350	325	530	490	–7,5
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	32	30	22	20	–9,1
– kelanauhurit – <i>open reel tape recorders</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	–	–	–	–	–
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	–	–	–	–	–
– stereodekit – <i>tape decks</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	1 300	1 400	1 250	1 200	–4,0
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	10	8	10	8	–20,0
– kasettinauhurit, korvalappustereot ym. <i>cassette recorders, Walkmans etc.</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	280	280	265	230	–13,2
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	32	37	33	30	–9,1
Soittimet yhteensä – <i>Players total</i>	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	169	182	189	186	–1,6
Stereolaitteet – Hi-fi equipment						
– virittimet – <i>tuners</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	900	900	900	900	0,0
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	3	1	1	1	0,0
– vahvistimet – <i>amplifiers</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	1 600	1 700	1 500	1 650	10,0
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	10	5	5	7	40,0
– viritinvahvistimet – <i>receivers</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	2 050	2 050	1 900	2 000	5,3
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	16	20	30	35	16,7
– kaiuttimet – <i>loudspeakers</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	–	–	425	600	41,2
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	–	–	17	32	88,2
– kuulokeet – <i>headphones</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	–	–	150	150	0,0
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	–	–	16	22	37,5
– stereoyhdistelmät kaiuttimineen - <i>stereo sets</i>	Keskihinta, mk – <i>Average price FIM</i>	2 900	2 700	2 350	2 300	–2,1
	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	148	174	197	223	13,2
Stereolaitteet yhteensä – <i>Hi-fi equipment total</i>	Arvo, milj. mk – <i>Sales volume FIM million</i>	177	200	266	320	20,3

4.12 Audiolaitteet kotitalouksissa
Audio equipment in households

	1995	1996
	%	
Radionauhuri – <i>Radiocassette recorder</i>	74,8	..
CD-soitin – <i>CD player</i>	35,4	..
Radionauhuri/CD-soitin -yhdistelmä – <i>Radiocassette recorder with CD player</i>	..	34,5
Radionauhuri ilman CD-soitinta – <i>Other radiocassette recorder</i>	..	57,8
Erillinen CD-soitin – <i>Separate CD-player</i>	..	16,8
Levysoitin – <i>Turntable</i>	52,6	44,2

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

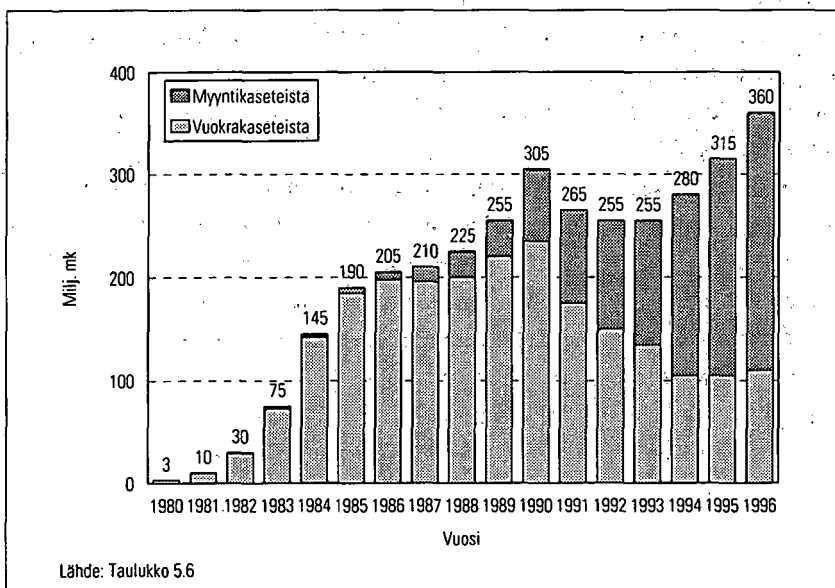
5 Video

Suomen videomarkkinoiden kasvu oli 1980-luvulla aluksi hyvin nopeaa. Vuodesta 1981 vuoteen 1986 liikevaihto kasvoi 10 miljoonasta 198 miljoonaan markkaan. Markkinat muodostuivat tuolloin lähes pelkästään vuokra-videoista. Myyntivideoiden osuus markkinoista ylitti 10 prosenttia vasta vuonna 1988. Aivan vuosikymmenen lopussa vuokramarkkinoiden kasvu hidastui ja kääntyi laskuksi, samaan aikaan kun videotallenteiden myynnin kasvu kiihtyi. Meneillään oli markkinoiden rakennemuutos. (Taulukko 6.)

Videotallenteiden myynnin kasvu on jatkunut edelleen, mikä on pitänyt yllä myös koko videomarkkinoiden kasvua. Vuonna 1996 kokonaisliikevaihto oli 360 miljoonaa markkaa, josta kaksi kolmannesta tuli tallenteiden myynnistä (taulukko 6). Vuonna 1996 ensimmäistä kertaa tällä vuosikymmenellä myös videoiden vuokraamisen liikevaihto kasvoi: ilmeisesti hintojen selvä lasku kasvatti vuokraamisen suosiota. Vuonna 1996 vuokrakerran keskihinnaksi arvioitiin 16 markkaa, seitsemän markkaa vähemmän kuin vuonna 1993 (taulukko 7).

Kuvio 5.1 Videotallennemarkkinoiden liikevaihto vuosina 1980 – 1996

Figure 5.1 Video distribution turnover in 1980 – 1996



Vuokramarkkinoiden taantuminen on näkynyt selvästi myös videovuokraamoiden vähenemisenä. Alkuinnostuksen myötä perustetut pienet erikoisliikkeet katosivat välillä lähes kokonaan. Vuokraamisen elpyessä niitä on jälleen perustettu. Suomen Elokuvatoimistojen Liiton arvion mukaan vuonna 1996 videovuokrauksen erikoisliikkeitä oli 150 kappaletta (taulukko 9).

Myyntivideomarkkinoiden kasvun myötä myyntipisteet ovat lisääntyneet nopeasti. Videotallenteita arvioidaan myytävän jo yhteensä 1 500 pisteessä (taulukko 9). Niitä myyvät hyvin monenlaiset liikkeet, joista osa vain satunnaisesti, mikä vaikeuttaa pisteiden määrän arviointia. Tavaratalot, kirjakaupat ja marketit ovat yhä yleisemmin ottaneet videot valikoimiinsa. Erikoisliikkeiden osuus myyntipisteistä on pienempi kuin vuokrapisteistä.

Myyntivideoiden tarjonta ei ole täysin päällekkäistä vuokramarkkinoiden, tai elokuvateatterien, tarjonnan kanssa. Vuokravideot ovat käytännössä pelkästään elokuvia, mutta myytävänä on sen sijaan myös muunlaista materiaalia: esimerkiksi harrastuksiin ja kuntoiluun liittyviä ohjelmia, musiikkivideoita ja lapsille tarkoitettuja ohjelmia.

Videotarjonta on suurimmaksi osaksi yhdysvaltalaista. Vuonna 1996 tarkastetuista tallenteista niitä oli puolet (taulukko 4). Suurelle yleisölle tarkoitetuissa myynti- ja vuokrapisteissä yhdysvaltalaisen tuotannon osuus on tätäkin korkeampi. Kaikki tarkastetut tallenteet eivät nimittäin mene jakeluun näiden pisteiden kautta vaan esim. postimyyntiin ja erikoisliikkeisiin. Näissä pienen yleisön tallenteissa on muun kuin yhdysvaltalaisen tuotannon osuus korkeampi. Kotimaisten elokuvien osuus sekä vuokra- että myyntimarkkinoista on hyvin pieni.

Videotallenteita on tuonut maahan 30–40 yritystä. Alan taloudellisen volyymin kannalta merkittäviä ovat kuitenkin olleet vain muutamat suurimmat yritykset, joilla on ollut yhdysvaltaisten elokuvastudioiden edustukset.

Selvä videolevityksen markkinajohtaja on Rautakirja -konserniin kuuluva Finnkino. Rautakirja osti Finnkinon vuonna 1994 ja yhdisti sen videolevitysyhtiönsä Europa Visioniin, senaikaiseen markkinajohtajaan. Finnkinon osuus markkinoista oli 40 prosenttia vuonna 1996 (kuvio 3).

Finnkinon asema videomarkkinoilla on kuitenkin muuttumassa. Se menetti vuonna 1996 Disneyn myyntivideoiden edustuksen. Disneyn oma levitysyhtiö Buena Vista hoitaa niiden levitystä, kuten myös Disneyn elokuvien teatterilevitystä. Finnkino on myös luopunut Kotikatsomo videovuokraamoketjusta.

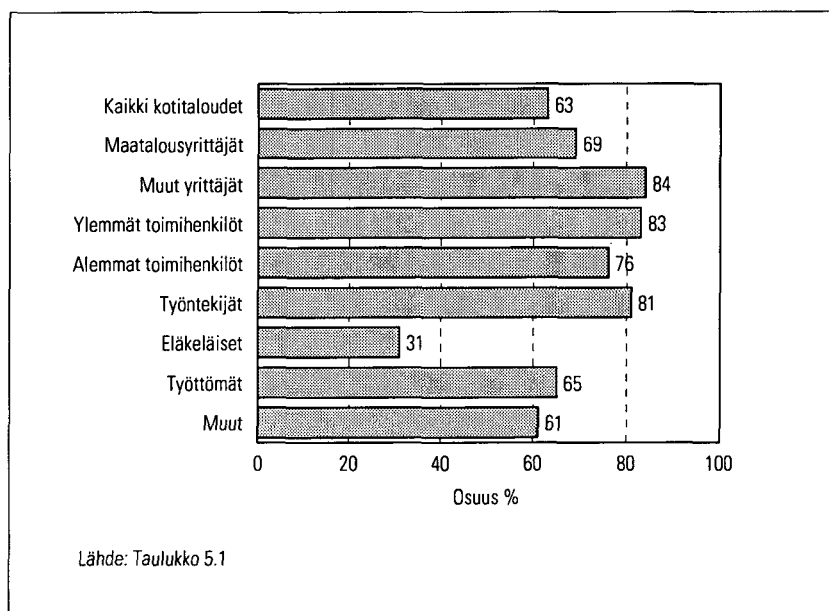
Videonauhuri yleistyy edelleen pikku hiljaa suomalaisissa kotitalouksissa. Vuonna 1996 jo 63 prosentissa suomalaisista kotitalouksista oli videonauhuri, mikä on kaksi prosenttiyksikköä enemmän kuin edellisellä vuonna (taulukko 1). Eräissä sosioekonomisissa ryhmissä videonauhuri on tätäkin yleisempi. Työntekijätalouksissa peitto oli 81 prosenttia ja ylempien toimihenkilöiden talouksissa 83 prosenttia. Vastaavasti eläkeläistalouksista vain 31 prosenttia omistaa nauhurin.

Videonauhureiden kauppa on pirstunut viime vuosina selvästi. Se ei ole kuitenkaan vielä saavuttanut lamaa edeltänyttä tasoa. Uusia nauhureita myytiin vuonna 1996 yhteensä 160 000 kappaletta, 35 000 vähemmän kuin vuonna 1990 (taulukko 2).

Videonauhurin käytössä ei ole tapahtunut viime vuosina muutoksia suuntaan tai toiseen. Yleisradion televisionkatselututkimusten mukaan videonauhuria keskimääräisenä päivänä käyttäneiden osuus henkilöistä, joilla sellainen oli käytössään, on jo useita vuosia ollut 16–18 prosenttia (taulukko 10). Myös videon katseluun keskimäärin käytetty aika on pysynyt suurin piirtein samana eli 23–24 minuutissa päivässä (taulukko 11).

Kuvio 5.2 Kotitalouksien videonauhurin omistus sosioekonomisen aseman mukaan vuonna 1996

Figure 5.2 Household ownership of VCRs by socio-economic status in 1996



Itse nauhoitettujen televisio-ohjelmien katsominen on selvästi yleisempi videon käyttötapa kuin ostettujen ja vuokrattujen tallenteiden katselu. Vuonna 1996 itse nauhoitettujen ohjelmien katseluun käytettiin 75 prosenttia videon katselu-ajasta. (Kuvio 6.)

Videonauhuraloudet ostivat vuonna 1996 keskimäärin 2 tallennetta ja vuokrasivat videon 4,8 kertaa. Luvut perustuvat Suomen Elokuvatoimistojen liiton tilastoihin, joiden mukaan Suomessa myytiin viime vuonna yhteensä kolme miljoonaa videotallennetta. Vuokrauskertoja kertyi yhteensä seitsemän miljoonaa. (Taulukko 7.)

Vuokratuin yksittäinen elokuva oli The Rock, paluu helvettiin. Myyntivideoiden top ten -listaa hallitsevat Disneyn animaatiot ja muut yhdysvaltalaiset lastenelokuvat. Eniten myytiin Disneyn Pocahontas-elokuvaa, yhteensä 106 000 kappaletta. (Taulukko 8.)

Tilastointi

Suomen Elokuvatoimistojen Liitto ry tilastoi jäsenyritystensä markka- ja kappalemääräisen videotallenteiden myynnin. Se laatii vuosittain myös arvion videotallennemarkkinoiden kokonaisliikevaihdosta ja sen jakautumisesta vuokra- ja myyntivideoiden kesken. Tietoja julkaistaan vuosittain Suomen Elokuväsäätiön Elokuvatilastot-kirjassa.

Tv-mittaritutkimus sisältää tietoja videon käytöstä (Mittaritutkimuksista ks. tarkemmin esim. Kasari 1993). Videon käytöstä on aikaisemmilta vuosilta yksityiskohtaista tietoa myös opetusministeriön vuosina 1984, 1986 ja 1989 tekemissä videotutkimuksissa (Komiteamietintö 1989) ja Tilastokeskuksen vuoden 1991 vapaa-aikatutkimuksessa (Liikkanen 1993).

Videonauhureiden ja -kameroiden kauppaa tilastoi Kodintekniikkaliitto ry. Tilastot perustuvat mm. tietoihin tukkukauppojen toimituksista vähittäiskaupalle ja ulkomaankauppatilastoihin.

Videotallenteita koskevaa tilastointia on supistettu eri tahoilla viime vuosina. Yleisten kirjastojen videotallennevalikoimia ja niiden lainausta koskevien tietojen kerääminen lopetettiin, kun kirjastoilta kerättävien tilastojen sisältöä supistettiin vuonna 1993. Teosto ry on luopunut videotallenteiden kotimaisen valmistuksen tilastoinnista tietojen kattavuutta koskeneiden ongelmien vuoksi. Teosto sai tiedot vain niiden monistamoiden valmistuksesta, joiden kanssa sillä oli monistussopimus.

Aikaisemmista Joukkoviestintätilastoista poiketen videotallenteiden ja tyhjiä kasettien maahantuontia koskevia tullihallituksen tilastoja ei käytetä tässä julkaisussa. Jo aiemmin niiden käyttöön liittyi ongelmia.

Alkuperämaa ei kuvannut tallenteiden sisällön tuotantomaa vaan maata, jossa tallenne oli teknisesti valmistettu/monistettu. Lisäksi kasettien ja tallenteiden edelleenvienti vaikeutti sen arvioimista, kuinka paljon niitä tuotiin Suomen markkinoille.

Suomen liittyttyä Euroopan unioniin ja sen sisämarkkina-alueeseen poistui tulliselvitysvastuu Suomen ja muiden EU-maiden välisestä tuonnista/viennistä. Vuoden 1995 alusta niiden välisen ulkomaankaupan tilastointi perustuu Intrastat-tilastoilmoituksiin. Suomen ja muiden kuin EU-maiden välisen kaupan tilastointi perustuu edelleen tulli-ilmoituksiin. Videotallenteiden tilastoinnin kannalta muutoksessa oli ongelmallisinta se, että Intrastat-ilmoituksessa käytetään yksikkönä tavaroiden painoa, ei niiden määrää.

(RK)

Täydentävää kirjallisuutta

Hellman, Heikki & Soramäki, Martti: Kilpailu ja erikoistuminen video-markkinoilla. Lähikuva 1991:4.

Karttunen, Sari: Suomessa liikkuvat liikkuvat kuvat 1996. Kulttuuri ja viestintä 1996:1. Tilastokeskus, Helsinki 1996.

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

Km 1989: 60. Videotoimikunnan V mietintö. Opetusministeriö, Helsinki 1989.

Kotanen, Ellen: Hiljaiset Siljat – Kirjastot videopalvelujen tuottajina. BTJ Kirjastopalvelu. Helsinki. 1997.

Liikkanen, Mirja: Televisio, video, kotitietokoneet ja radio – sähköisen kuvan ja uusien ilmaisutapojen läpimurtoja. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.) Arjen kulttuuria. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Nyman, Lars-Erik: Videon virrat. Selvitys videon tallennemarkkinoiden tarjonnasta, jakelusta ja tuotannosta. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1991:3. Tilastokeskus, Helsinki 1992.

Samola, Juha: Elokuva ja video. Teoksessa Joukkoviestintä Suomessa. Nordenstreng & Wiio (toim.). Weilin+Göös. Helsinki 1994.

Vapaa-aika numeroina 3: Televisio, video, tietokoneet, radio, musiikki. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:5. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Taulukot – Tables

- 5.1 Kotitalouksien videonahurin ja -kameran omistus sosioekonomisen aseman mukaan vuonna 1996
Household ownership of VCRs and camcorders by socio-economic status in 1996
- 5.2 Videonauhureiden ja videokameroiden vähittäismyynti vuosina 1980, 1985 – 1996
Retail sales of VCRs and camcorders in 1980, 1985 – 1996
- 5.3 Videonauhureiden ja videokameroiden keskihinnat ja myynnin arvo vuosina 1980, 1985 – 1996
Average prices and sales volumes of VCRs and camcorder in 1980, 1985 – 1996
- 5.4 Tarkastetut videotallenteet alkuperämaan mukaan vuosina 1990 – 1996
Inspected video programmes by country of origin in 1990 – 1996
- 5.5 Tarkastetut videotallenteet ohjelmatyypeittäin vuosina 1990 – 1996
Inspected video programmes by type of programme in 1990 – 1996
- 5.6 Videotallenteiden liikevaihto vuosina 1980 – 1996
Turnover of video recording markets in 1980 – 1996
- 5.7 Myytyjen videotallenteiden ja videovuokrauksien määrät ja keskihinnat 1990 – 1996
Number of videos sold and rental transactions and average prices in 1990 – 1996
- 5.8 Vuokratuimmat ja myydyimmät vuonna 1996 julkaistut video-ohjelmat
Top ten rental and sell-through video releases in 1996
- 5.9 Videotallenteiden vähittäisvuokraus- ja myyntipisteet vuosina 1990 – 1996
Video rental and sales outlets in 1990 – 1996
- 5.10 Videon tavoitavuus keskimääräisenä päivänä vuosina 1989/90 – 1997
Daily reach of video in 1989/90 – 1997
- 5.11 Videon katseluun käytetty aika keskimääräisenä päivänä vuosina 1989/90 – 1997
Average viewing time of video in 1989/90 – 1997

Kuviot – Figures

- 5.1 Videotallennemarkkinoiden liikevaihto vuosina 1980 – 1996
Video distribution turnover in 1980 – 1996
- 5.2 Kotitalouksien videonahurin omistus sosioekonomisen aseman mukaan vuonna 1996
Household ownership of VCRs by socio-economic status in 1996
- 5.3 Maahantuojien markkinaosuudet videotallennemarkkinoista vuonna 1996
Market shares of videocassette distributors in 1996
- 5.4 Tarkastetut videotallenteet alkuperämaan mukaan vuonna 1996
Videos examined by country of origin in 1996
- 5.5 Videoita katselleiden osuus ikäryhmittäin keskimääräisenä päivänä vuosina 1987/88 – 1996
Daily reach of video by age group on average day in 1987/88 – 1996

5.1 Kotitalouksien videonauhurin ja -kameran omistus sosioekonomisen aseman mukaan vuonna 1996 Household ownership of VCRs and camcorders by socio-economic status in 1996

	Videonauhuri VCR	Videokamera Camcorder
	%	%
Kaikki kotitaloudet – All households	63	9
Maatalousyrittäjät – Farmers	69	7
Muut yrittäjät – Other self-employed	84	25
Ylemmät toimihenkilöt – Upper white-collar	83	17
Alemmat toimihenkilöt – Lower white-collar	76	10
Työntekijät – Blue-collar	81	9
Eläkeläiset – Pensioners	31	4
Työttömät – Unemployed	65	8
Muut – Others	61	10

Lähde: Tilastokeskus: Kotitaloustiedustelu
Source: Statistics Finland: Household survey

5.2 Videonauhureiden ja videokameroiden vähittäismyynti vuosina 1980, 1985 – 1996* Retail sales of VCRs and camcorders in 1980, 1985 – 1996*

	1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos 1996/95 Change 1996/95 %
	1 000 kpl – 1 000 units													
Videonauhurit – VCRs	6	130	120	145	180	190	195	190	130	102	105	139	160	15,1
Videokamerat – Camcorders	0	5	6	8	12	24	30	28	18	9	8	10	16	60,0

* 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

5.3 Videonauhureiden ja videokameroiden keskihinnat ja myynnin arvo vuosina 1980, 1985 – 1996*

Average prices and sales volumes of VCRs and camcorder in 1980, 1985 – 1996

	1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Muutos 1996/95 Change 1996/95
Videonauhurit – VCRs														
Keskihinta, mk – Average price FIM	5 100	3 800	3 500	3 100	2 875	2 675	2 400	2 100	1 900	2 600	2 600	2 400	2 100	-12,5
Arvo, milj. mk – Sales volume FIM million	31	494	420	450	518	508	468	399	247	265	273	334	336	0,6
Videokamerat – Camcorders														
Keskihinta, mk – Average price FIM	–	16 000	16 000	8 500	8 000	7 200	5 600	5 100	4 900	5 600	5 300	4 600	4 200	-8,7
Arvo, milj. mk – Sales volume FIM million	–	42	56	68	96	173	168	143	88	50	42	46	67	9,5

* 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

Muokattu – Processed

5.4 Tarkastetut videotallenteet alkuperämaan mukaan vuosina 1990 – 1996*

*Inspected video programmes by country of origin in 1990 – 1996**

Alkuperämaa – Country of origin	1990		1991		1992		1993		1994		1995		1996	
	Kpl Number	%	Kpl Number	%	Kpl Number	%	Kpl Number	%	Kpl Number	%	Kpl Number	%	Kpl Number	%
Kotimaiset – National	419	15,2	277	14,4	351	23,5	316	26,5	310	29,3	411	33,4	235	22,7
Muut EU-maat – Other EU countries	925	33,5	501	26,1	341	22,8	194	16,3	148	14,0	150	12,2	116	11,2
Muu Eurooppa – Other European countries	19	0,7	45	2,3	6	0,4	13	1,1	13	1,2	1	0,1	8	0,8
Eurooppa yhteensä – Europe total	1 363	49,4	823	42,9	698	46,7	523	43,9	471	44,5	562	45,7	359	34,7
Josta muut Pohjoismaat – Of which other Nordic countries	91	3,3	35	1,8	36	2,4	61	5,1	24	2,3	10	0,8	9	0,9
Yhdysvallat – USA	1 265	45,8	1 030	53,7	718	48,0	581	48,8	490	46,3	562	45,7	521	50,3
Muut maat – Other countries	133	4,8	65	3,4	80	5,3	39	3,3	55	5,2	55	4,5	67	6,5
Yhteistuotannot** – Co-productions**	–	–	–	–	–	–	48	4,0	43	4,1	51	4,1	75	7,2
Valmistusmaa ei tiedossa** – Unknown**	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	13	1,3
Yhteensä*** – Total***	2 761	100,0	1 918	100,0	1 496	100,0	1 191	100,0	1 059	100,0	1 230	100,0	1 035	100,0

* Suomen elokuvataarkastamon tarkastamat ja sinne ilmoitetut videolevitykseen tarkoitettujen ohjelmien ja elokuvien. – Feature films and programmes intended for video distribution inspected by the National Board of Film Censorship or reported to it.

** Vuosina 1990–1992 yhteistuotannot sijoittuvat jokaisen tuotannossa mukana olleen maan lukuun, eli ne ovat luvuissa mukana useaan kertaan. In 1990–1992 co-productions are included in the figures for each participating country, so the figures include co-productions more than once.

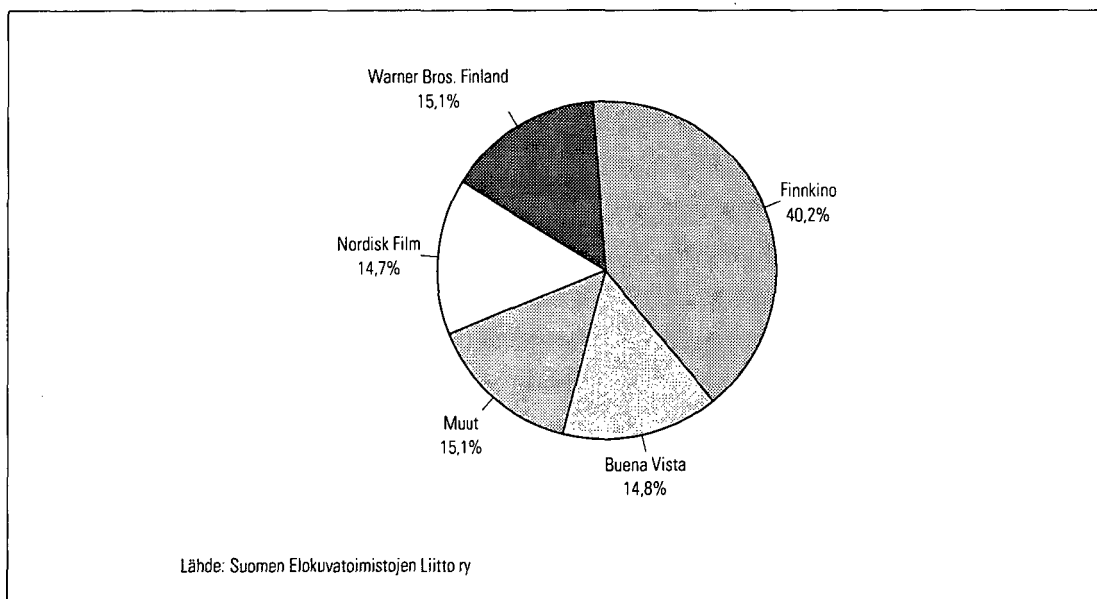
*** Osalta tarkastetuista videotallenteista puuttuu tieto alkuperämaasta. Näistä syistä yhteensä -sarakeen luvut poikkeavat taulukon 5 tarkastettujen tallenteiden kokonaismäärästä. – Information about country of production was not available for all inspected video programmes. The figures for the total number of videos and video programmes thus differ from the number of inspected figures in Table 5.

Lähde: Valtion elokuvataarkastamo

Source: The National Board of Film Censorship

Muokattu – Processed

Kuvio 5.3 Maahantuojien markkinaosuudet videotallennemarkkinoista vuonna 1996
 Figure 5.3 Market shares of videocassette distributors in 1996



5.5 Tarkastetut videotallenteet ohjelmatyypeittäin vuosina 1990 – 1996* Inspected video programmes by type of programme in 1990 – 1996*

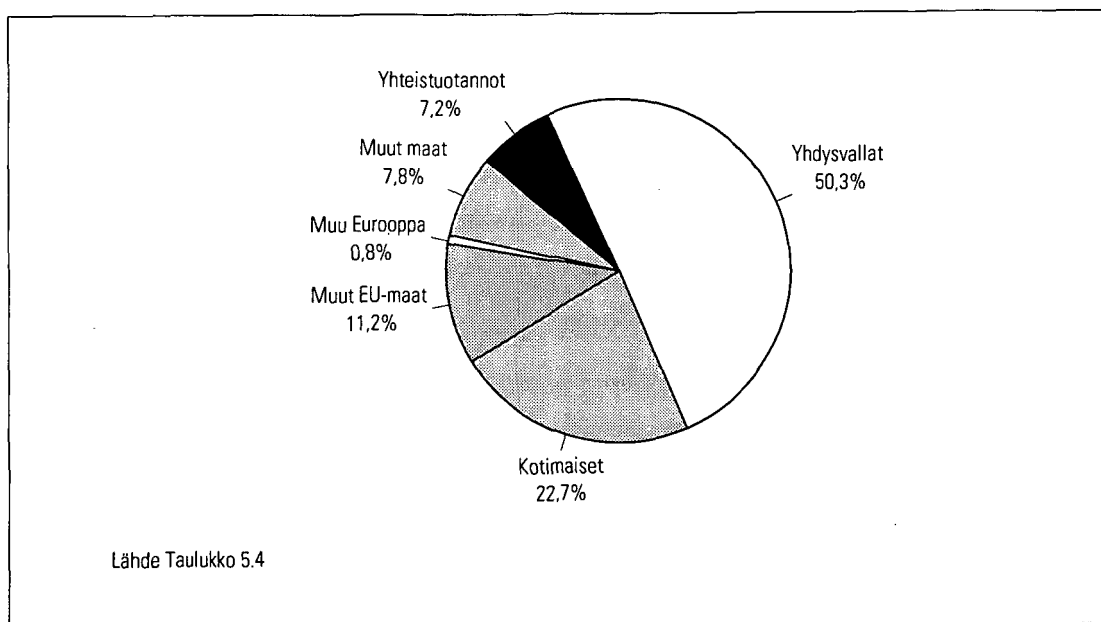
Ohjelmatyypit – Type of programme										
Fiktio Fiction		Animaatio Animation		Dokumentti Documentary		Muut** Others**		Yhteensä Total	Yhteensä Total	
Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	
1990	1 891	67,3	305	10,9	222	7,9	392	14,0	2 810	100,0
1991	1 314	68,7	237	12,4	85	4,4	276	14,4	1 912	100,0
1992	765	52,3	158	10,8	361	24,7	179	12,2	1 463	100,0
1993	630	52,7	211	17,7	274	22,9	80	6,7	1 195	100,0
1994	508	47,3	198	18,4	298	27,7	70	6,5	1 074	100,0
1995	539	43,5	202	16,3	455	36,7	44	3,5	1 240	100,0
1996	554	53,5	186	18,0	251	24,3	44	4,3	1 035	100,0

* Suomen elokuvatarkastamon tarkastamat ja sinne ilmoitetut videolevitykseen tarkoitetut ohjelmat ja elokuvat. – Feature films and programmes intended for video distribution inspected by the National Board of Film Censorship or reported to it.

** Vuosina 1990 ja 1991 luokka sisältää valtaosin aineistoa, jonka ohjelmatyypitiedot puuttuvat.
 In 1990 and 1991 most of the material in this class consists of videos for which data on type of programme are missing.

Lähde: Valtion elokuvatarkastamo
 Source: The National Board of Film Censorship

Kuvio 5.4 Tarkastetut videotallenteet alkuperämaan mukaan vuonna 1996
Figure 5.4 Videos examined by country of origin in 1996



5.6 Videotallenteiden liikevaihto vuosina 1980 – 1996* Turnover of video recording markets in 1980 – 1996*

	Liikevaihto Turnover	Vuokraseteista Video rentals		Myyntikaseteista Sell-through	
	Milj.mk FIM million	Milj.mk FIM million	%	Milj.mk FIM million	%
1980	3	3	100	–	–
1981	10	10	100	–	–
1982	30	29	97	1	3
1983	75	73,5	98	1,5	2
1984	145	142	98	3	2
1985	190	185	97	5	3
1986	205	198	97	7	3
1987	210	196	93	14	7
1988	225	200	89	25	11
1989	255	220	86	35	14
1990	305	235	77	70	23
1991	265	175	66	90	34
1992	255	150	59	105	41
1993	255	135	53	120	47
1994	280	105	38	175	62
1995	315	105	33	210	67
1996	360	110	31	250	69

Lähteet: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry
Suomen Elokuvatoimistojen Liitto ry

Sources: Finnish Group of IFPI
Finnish Film Distributor's Association

Muokattu – Processed

5.7 Myytyjen videotallenteiden ja videovuokrauksien määrät ja keskihinnat vuosina 1990 – 1996 Number of videos sold and rental transactions and average prices in 1990 – 1996

	Vuokravideot – Video rentals		Myyntivideot – Sell-through video	
	Vuokrauskerrat <i>Rental transactions</i>	Keskihinta <i>Average price</i>	Myödyt videot <i>Videos sold</i>	Keskihinta <i>Average price</i>
	Milj. <i>Million</i>	MK <i>FIM</i>	Milj. <i>Million</i>	MK <i>FIM</i>
1990	13	18	0,7	115
1991	12	18	1,1	74
1992	10	17	1,4	87
1993	6	23	1,8	67
1994	5	20	2,0	89
1995	6	16	1,9	109
1996	7	16	3,0	83

Lähteet: Suomen Elokuvatöimistöjen Liitto ry
European Video Directory

Sources: Finnish Film Distributor's Association
European Video Directory

5.8 Vuokratuimmat ja myydyimmät vuonna 1996 julkaistut video-ohjelmat Top ten rental and sell-through video releases in 1996

Vuokravideot

Rental

Nimike <i>Name</i>	Levittäjä <i>Distributor</i>	Vuokratulot <i>Rental-revenues</i> MK – FIM
The Rock, paluu helvettiin – <i>The Rock</i>	Buena Vista	874 970
Waterworld – <i>Waterworld</i>	Finnkino	803 565
Apollo 13 – <i>Apollo 13</i>	Finnkino	768 885
007 ja kultainen silmä – <i>007 – Goldeneye</i>	Warner	726 000
Casino – <i>Casino</i>	Finnkino	654 282
Batman Forever – <i>Batman Forever</i>	Warner	645 000
12 apinaa – <i>12 Monkeys</i>	Finnkino	644 938
Babe – Urhea Possu – <i>Babe</i>	Finnkino	641 239
Seitsemän – <i>Seven</i>	Warner	612 000
Judge Dredd – Tuomari – <i>Judge Dredd</i>	Finnkino	610 693

Myyntivideot

Sell-through

Nimike <i>Name</i>	Levittäjä <i>Distributor</i>	kpl <i>No.</i>
Pocahontas – <i>Pocahontas</i>	Buena Vista	106 000
Babe – Urhea Possu – <i>Babe</i>	Finnkino	103 142
Prinsessa Ruusunen – <i>Sleeping Beauty</i>	Buena Vista	101 000
Ace Ventura – Luonto kutsuu – <i>When nature calls</i>	Transw./Nord	82 531
Ace Ventura – <i>Nature calls</i>		
101 Dalmatialaista – <i>101 Dalmatians</i>	Buena Vista	81 000
Toy Story – <i>Toy Story</i>	Buena Vista	71 500
007 ja kultainen silmä – <i>007 – Goldeneye</i>	Warner	63 186
Topi ja Tessu – <i>The Fox and the Hound</i>	Buena Vista	62 000
Batman Forever – <i>Batman Forever</i>	Warner	51 158
Joutsen Prinsessa – <i>Swan Princess</i>	Transw./Nord	38 886

Lähde: Suomen Elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
Source: Finnish Film Foundation statistics

5.9 Videotallenteiden vähittäisvuokraus- ja myyntipisteet vuosina 1990 – 1996*
Video rental and sales outlets in 1990 – 1996*

	Vuokrauspisteet <i>Rental shops</i>					Myyntipisteet <i>Sales outlets</i>				
	1990	1991	1994	1995	1996	1990	1991	1994	1995	1996
	Kpl No.					Kpl No.				
Erikoisliikkeet – <i>Specialist dealers</i>	120	80	100	150	150	50	80	30	50	50
Tavaratalot/marketit – <i>Department stores/supermarkets</i>	150	400	–	–	–	400	550	550	650	650
Muut** – <i>Others</i>	1 700	645	1 000	900	850	250	905	750	750	800
Yhteensä – <i>Total</i>	1 970	1 125	1 100	1 050	100	700	1 535	1 330	1 450	1 500

* Luvut ovat arvioita. – *Estimates*

** Mm. kirja- ja levykaupat, kioskit, huoltoasemat. – *Includes gas stations, kiosks, bookshops, etc.*

Lähde: Suomen Elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
 Source: Finnish Film Foundation statistics

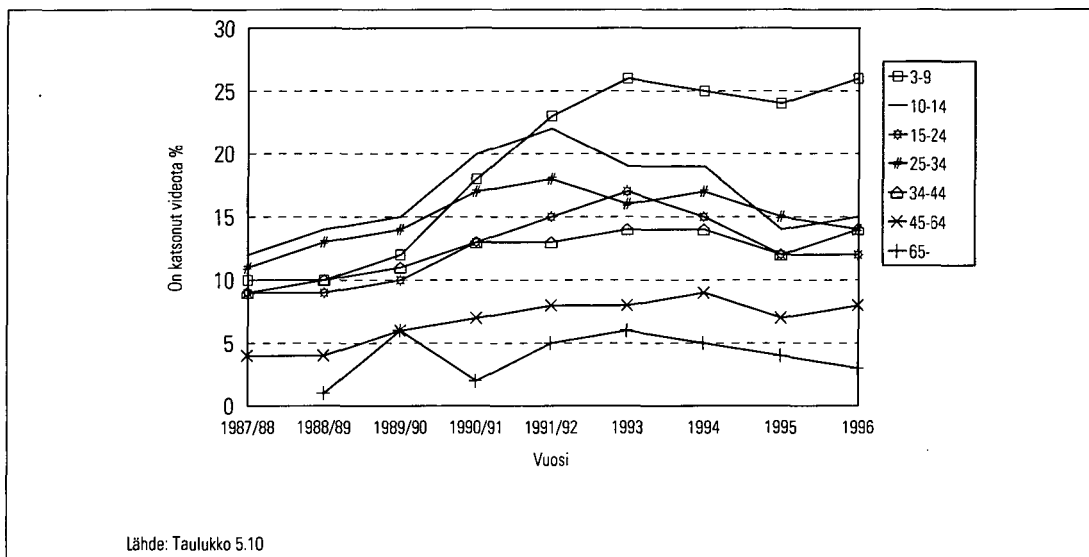
5.10 Videon tavoitavuus keskimääräisenä päivänä vuosina 1989/90 – 1997
Daily reach of video in 1989/90 – 1997

	1989/90	1990/91	1991/92	1993	1994	1995	1996	1997
	%							
Kaikki – <i>All</i>	9	11	12	12	12	12	12	11
Videon omistus – <i>Access to video</i> On video – <i>Has access</i>	17	19	18	17	17	16	16	..
Sukupuoli – <i>Sex</i> Naiset – <i>Women</i> Miehet – <i>Men</i>	8 10	10 13	11 14	11 14	12 13	11 12	12 13	10 11
Ikä- <i>Age</i> 3 – 9 vuotta* – <i>years*</i> 10 – 14 vuotta – <i>years</i> 15 – 24 vuotta – <i>years</i> 25 – 34 vuotta – <i>years</i> 35 – 44 vuotta – <i>years</i> 45 – 64 vuotta – <i>years</i> 65 – vuotta – <i>years</i>	12 15 10 14 11 6 6	18 20 13 17 13 7 2	23 22 15 18 13 8 5	26 19 17 16 14 8 6	25 19 15 17 14 9 5	25 19 14 16 14 8 5	26 17 14 16 16 10 4	25 15 12 14 14 9 4
Ammatti – <i>Occupation</i> Maanviljelijät – <i>Farmers</i> Työväestö – <i>Blue-collar</i> Alemmat toimihenkilöt – <i>Lower white-collar</i> Ylemmät toimihenkilöt – <i>Upper white-collar</i> Koululaiset ja opiskelijat – <i>Schoolchildren & students</i>	5 9 8 8 12	6 11 10 10 15	7 12 11 10 17	6 12 12 11 16	7 12 12 11 16	5 11 11 10 16	7 11 12 11 15	6 11 10 10 13

* Taulukon muissa videon katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 9-vuotiaiden katselu. – *All other data in the table describe age groups over 9.*

Lähteet: Finnpanel Oy; Oy Yleisradio Ab. Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvetot
 Sources: Finnpanel Oy; YLE Research and Development

Kuvio 5.5 Videoita katselleiden osuus ikäryhmittäin keskimääräisenä päivänä vuosina 1987/88 – 1996
 Figure 5.5 Daily reach of video by age group on average day in 1987/88 – 1996



5.11 Videon katseluun käytetty aika keskimääräisenä päivänä vuosina 1989/90 – 1997
 Average viewing time of video in 1989/90 – 1997

	1989/90	1990/91	1991/92	1993	1994	1995	1996	1997
	Minuuttia/vrk Minutes/day							
Kaikki – All	7	10	11	10	10	10	11	8
Videon omistus – Access to video								
On video – Has access	13	16	16	14	14	13	14	..
Sukupuoli – Sex								
Naiset – Women	7	9	10	9	10	9	10	9
Miehet – Men	8	11	12	11	11	10	11	9
Ikä – Age								
3 – 9 vuotta* – years*	8	15	22	25	25	24	26	24
10 – 14 vuotta – years	12	17	17	16	15	14	15	11
15 – 24 vuotta – years	7	11	14	15	14	12	12	10
25 – 34 vuotta – years	12	17	19	14	15	15	14	13
35 – 44 vuotta – years	8	10	10	10	11	12	14	10
45 – 64 vuotta – years	4	6	6	6	7	7	8	7
65 – vuotta – years	1	2	4	5	5	4	3	2
Ammatti – Occupation								
Maanviljelijät – Farmers	4	5	6	4	5	4	6	7
Työväestö – Blue-collar	7	10	11	11	11	10	10	8
Alemmat toimihenkilöt – Lower white-collar	6	8	9	9	10	9	11	8
Ylemmät toimihenkilöt – Upper white-collar	6	7	8	9	8	8	10	7
Koululaiset ja opiskelijat – Schoolchildren & students	10	15	16	14	13	13	13	11

* Taulukon muissa videon katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 9-vuotiaiden katselu. – All other data in the table describe age groups over 9.

Lähteet: Finnpanel Oy; Oy Yleisradio Ab. Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvedot
 Sources: Finnpanel Oy; YLE Research and Development

6 Elokuva

Pitkien näytelmäelokuvien tuotanto on Suomessa pysynyt jo usean vuoden ajan määrällisesti samalla tasolla, 10–13 elokuvassa vuosittain (taulukko 1). Vuonna 1995 kotimaisia ensi-iltoja oli ainoastaan kahdeksan, mikä on vähiten sitten 1970-luvun lopun¹.

Elokvien esittämisessä jo 1980-luvulla alkaneet muutokset ovat jatkuneet osittain myös tällä vuosikymmenellä. Viime vuosikymmenellä elokuvateatterit ja elokvien maahantuoajat joutuivat reagoimaan kiristyneeseen kilpailuun ja kasvaneeseen tarjontaan: elokvua oli alettu vuokraamaan ja myymään videotallenteina ja lisäksi valtakunnalliset televisiokanavat kasvattivat elokvatarjontaansa vuosi vuodelta. Teattereiden ja elokvatoimistojen kannalta oli huolestuttavaa, että elokvateattereissa kävijöiden määrä oli laskenut useita vuosia.

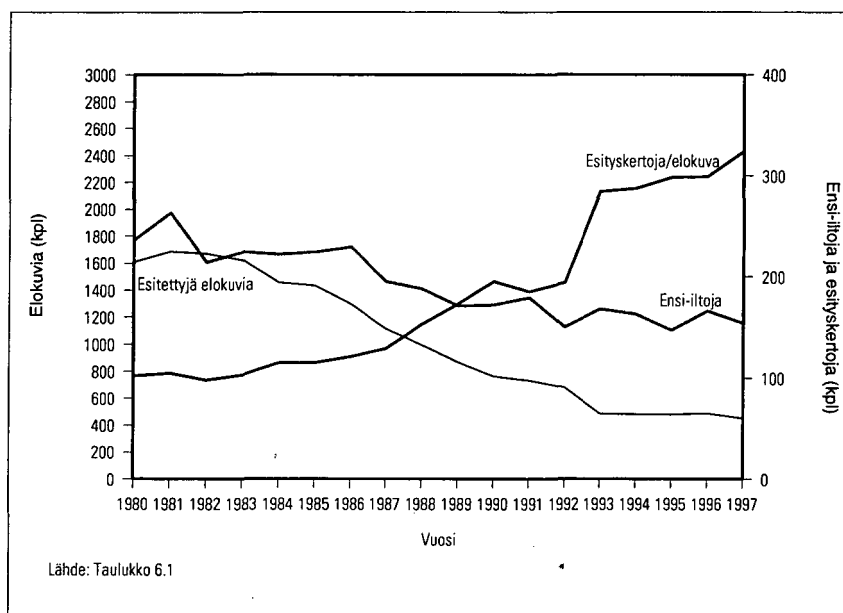
Uuteen tilanteeseen reagoitiin samanaikaisesti usealla tavalla. Ensinnäkin elokvateatteriverkkoa supistettiin, 1980-luvulla noin 50 teatterilla ja tällä vuosikymmenellä edelleen noin 30:lla. Vuoden 1997 lopussa Suomessa oli 234 elokvateatteria kun niitä 1980-luvun alkupuolella oli selvästi yli 300. Myös elokvateattereiden luonnetta muutettiin. Vanhoja yhden ja kahden suuren salin teattereita pilkottiin useamman pienen salin teattereiksi, ja myös rakennetut uudet teatterit olivat ns. rypäleteattereita. Tästä johtuen teattereiden määrän supistuessa elokvasalit eivät juurikaan vähentyneet. (Taulukko 2.)

Elokvateatterien luonteen muutoksessa on alkamassa toinen aalto, ainakin jossain määrin. Suomeenkin ollaan nimittäin rakentamassa ensimmäisiä kymmenen tai useamman salin suurteattereita. Muissa Länsi-Euroopan maissa näiden ns. multiplexien rakentaminen on jo pidemmällä.

¹ Kotimaisten ensi-iltojen määrä on kuitenkin melko karkea elokvatuotannon volyymin mittari, sillä se ei ota huomioon elokvien ”kokoa” esimerkiksi niiden tekemiseen kuluneita taloudellisia ja henkilöresursseja.

Kuvio 6.1 Esitetyt elokuvat, ensi-illat ja keskimääräiset esityskerrat /elokuva vuosina 1980 – 1997

Figure 6.1 Films shown, premieres and average number of showings per film in 1980 – 1997



Samanaikaisesti teattereiden rakenteen uudistuessa myös niiden ohjelmisto muuttui. Elokuvatarjontaa supistettiin 1980-luvulla voimakkaasti, ja hie- man myös 1990-luvun alkuvuosina. Vuonna 1997 valkokankaita kiersi yh- teensä 452 elokuvaa, mikä on yli 300 vähemmän kuin vuonna 1990 ja yli tuhat vähemmän kuin vuonna 1980. Elokuvatoimistot ja -teatterit muuttivat strategiaansa: ne pyrkivät tekemään aiempaa paremman tuloksen vähem- millä elokuvilla. (Taulukko 1 ja kuvio 1.)

Myös ensi-illoja vähennettiin 1980-luvulla jonkin verran. Tällä vuosi- kymmenellä niiden määrä on pysynyt suurin piirtein ennallaan, ja koska ohjelmisto on samaan aikaan supistunut voimakkaasti, on se muuttunut jonkin verran uutuusvoittoisemmaksi. Ensi-iltojen osuus esitetyistä eloku- vista on kasvanut kymmenessä vuodessa 18 prosentista 34 prosenttiin. (Taulukko 1 ja kuvio 1.)

Elokuvateattereiden ohjelmiston supistumiseen on liittynyt myös se, että elokuvia esitetään aiempaa useammin. Kun ohjelmistossa olleita elo- kuvia esitettiin 1980-luvun puolivälissä keskimäärin hieman yli 100 kertaa vuodessa, on keskiarvo ollut viime vuosina noin 300 kertaa (taulukko 1 ja kuvio 1).

Vuonna 1994 tehtiin elokuva-alalla merkittävä yrityskauppa kun Rautakirja-konserni osti Finnkinon, yhden alan keskeisistä yrityksistä. Pahasti velkaantuneelle Finnkinolle oli etsitty ostajaa jo aiemmin.

Finnkino on ollut suurin elokuvien maahantuoja noin 50 prosentin osuudella teatteriansi-illoista (taulukko 4). Seuraavaksi suurimpien toimistojen markkina-osuus on ollut hieman yli kymmenen prosenttia. Jatkossa Finnkinon markkinaosuus tulee laskemaan, sillä yhtiö aikoo oman ilmoituksensa mukaan vähentää levittämiensä elokuvien määrää ja keskittyä elokuvateatteritoimintaan.

Elokuvien maahantuonnissa ja levityksessä on muutoinkin tapahtumassa muutoksia: yhdysvaltalaisen studioiden elokuvien levitystä järjestetään uudestaan ja siihen liittyen Suomeen on perustettu uusia elokuvatoimistoja. Disneyn elokuvien maahantuontia on alkanut hoitaa studio oma levitysyhtiö Buena Vista. Myös Columbia TriStar on perustanut tanskalaisen Egmontin kanssa elokuvatoimiston, joka tulee levittämään myös Fox-studion elokuvia. Kotimaisten elokuvatuottajien kannalta on olennaista, että nämä uudet elokuvatoimistot alkavat levittämään myös kotimaisia elokuvia. Aiemmin kotimaisia elokuvia levitti käytännössä vain Finnkino.

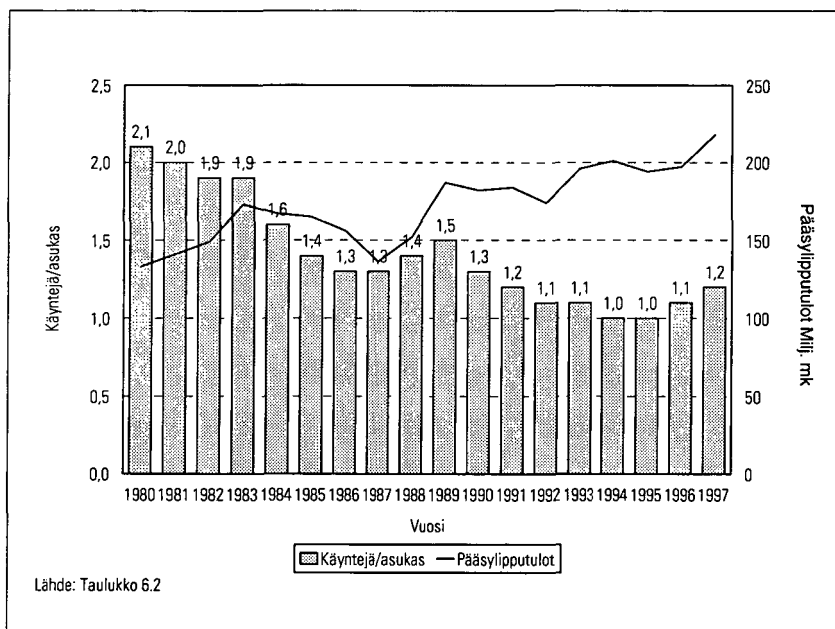
Finnkino on ollut myös keskeinen elokuvien esittäjä. Kun yhtiö perustettiin 1980-luvun alkupuolella jatkamaan kolmen suuren elokuvateatteriketjun, Kinoston, Adams Filmin ja Savoy Filmin, toimintaa, siirtyi sille 135 elokuvateatteria. Suurin osa niistä myytiin tai lakkautettiin melko pian toiminnan uudelleenjärjestelyissä.

Vuoden 1994 omistajanvaihdoksen jälkeen Finnkinon teatteriverkkoa alettiin jälleen uudistaa. Finnkino on myynyt pienimpiä ns. laatu- tai taide-elokuviin erikoistuneita teattereitaan ainakin Turussa ja Helsingissä. Osana Rautakirja-konsernia Finnkinolla on aiempaa paremmat edellytykset investoida teattereihin: se rakentaakin Helsinkiin uutta 14 salin teatteria ja myös Turkuun on suunnitteilla vastaava uusi teatteri.

Vuoden 1997 lopussa Finnkinolla oli yhteensä yhdeksässä kaupungissa kaiken kaikkiaan 26 teatteria, joissa oli yhteensä 74 elokuvasalia. Finnkinon osuus kaikista Suomen elokuvasaleista on siten hieman alle neljännes. Finnkino toimii myös elokuvien videolevittäjänä (ks. luku 5. Video).

Radio- ja televisiotoiminnan tavoin myös elokuvateatteri-alalle on viime vuosina tullut ulkomaalaisia yrittäjiä. Ruotsalais-tanskalais-norjalainen Sandrews-Metronome yhtiö rakentaa Helsinkiin kymmenen salin teatteria yhdessä muutaman alan kotimaisen yrittäjän kanssa. Perustettu yhtiö on jo hankkinut Helsingistä omistukseensa jo yhden teatterin.

Kuvio 6.2 Elokuviissakäynnit asukasta kohden ja pääsylipputulot vuosina 1980 – 1997
 Figure 6.2 Cinema admissions per inhabitant and Box Office receipts in 1980 – 1997



Television elokuvatarjonnan kasvu on jatkunut myös aivan viime vuosina. Yleisradio ja MTV ovat lähes kolminkertaistaneet esittämiensä elokuvien määrän kymmenessä vuodessa. Kun ne vuonna 1986 ne esittivät yhteensä 329 elokuvaa, oli vuoden 1996 ohjelmistossa peräti 931 elokuvaa. Lisäksi vuonna 1996 kaapeliverkoissa näkyvän PTV:n ohjelmistossa oli 234 elokuvaa. Vuonna 1997 PTV:n elokuvatarjonta muuttui valtakunnalliseksi kun PTV:stä tuli neljäs valtakunnallinen kanava Nelonen. (Taulukko 8.)

Filmnet esitti vuonna 1996 molemmilla maksu-tv -kanavistaan noin tuhat elokuvaa (taulukko 8). Filmnetin emoyhtiö Nethold fuusioitui ranskalaisen televisioyhtiön Canal+ kanssa vuonna 1997, minkä jälkeen Filmnet-kanavat muuttuivat Canal+ -kanaviksi.

Elokuviissa käyminen on tällä vuosikymmenellä pysytellyt sillä alhaisella tasolla, jolle se viime vuosikymmenellä putosi. Asukasta kohden laskettu elokuviissakäyntien keskiarvo on nykyisin yksi kerta vuodessa. Viime vuosikymmenen alussa se oli vielä kaksi käyntiä vuodessa. Vuonna 1997 oli kuitenkin nähtävissä piristymisen merkkejä. Yhteensä elokuvissa-

käyntejä kertyi 5,9 miljoonaa ja elokuvateattereiden kokonaispääsylippu-
tuotot olivat 218 miljoonaa markkaa. (Taulukko 2 ja kuvio 2.)

Kotimaisten elokuvien suosio elokuvateattereissa on pienentynyt.
Vuonna 1996 suomalaisia elokuvia kävi katsomassa yhteensä vain 202 815
henkilöä, kun vielä viime vuosikymmenen alussa katsojamäärä liikkui 1,5
miljoonan molemmin puolin. Myös kotimaisten elokuvien osuus elokuvis-
sakävijoista on laskenut. Vuonna 1997 se oli 5,6 %. 1980-luvulla osuus
vaihteli vuosittain, mutta pysyi kuitenkin yli kymmenenena prosentina
(taulukko 1).

Tilastointi

Suomen elokuvasäätiön vuosittain julkaisema Elokuvatilastot on keskeinen
elokuva-alan tilastolähde. Se sisältää tilastoja elokuvissa käymisestä, elo-
kuvateattereiden toiminnasta, elokuvatarjonnasta ja kotimaisesta elokuva-
tuotannosta. Elokuvatilastot sisältää tilastoja myös elokuvasta televisiossa
ja videolla.

Valtion elokuvatarkastamo tarkastaa kaikki Suomessa elokuva-
teattereissa tai muuten julkisesti esitettävät elokuvat televisiossa esitettäviä
lukuun ottamatta. Elokuvatarkastamo tilastoi tarkastamansa elokuvat.

Televisiossa esitettyjä elokuvia koskevat tiedot on saatu tele-
visioyhtiöistä. Tiedot kotimaisten elokuvien televisioesitysten katsojamää-
ristä löytyvät Elokuvatilasto-julkaisuista.

(RK)

Täydentävää kirjallisuutta

Erikson, Bengt: Selvitys audiovisuaalisen liiketoiminnan kehittämisestä.
Tutkimuksia ja raportteja 51/1994. Kauppa- ja teollisuusministeriö, Helsin-
ki 1994.

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

Karttunen, Sari: Suomessa liikkuvat liikkuvat kuvat 1996. Kulttuuri ja
viestintä 1996:1. Tilastokeskus, Helsinki 1996.

Kohvakka, Rauli: Audiovisuaalinen elokuva- ja ohjelmatuotanto Suomessa.
Kulttuuri ja viestintä 1995:1. Tilastokeskus, Helsinki 1995.

Oesch, Pekka: Elokuvantekijöiden toimeentulo. Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja 18. Taiteen keskustoimikunta. Painatuskeskus. Helsinki 1995.

Pääkkönen, Hannu: Kulttuuritilaisuudet ja osallistuminen. SVT. Kulttuuri ja viestintä 1993:2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Samola, Juha: Elokuva ja video. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Joukkoviestintä Suomessa. 3. uud. pain. WSOY, Porvoo 1994.

Vapaa-aika numeroina 1: luova toiminta, kulttuuritilaisuuksissa ja museoissa käyminen. SVT. Kulttuuri ja viestintä 1993:3. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Taulukot – Tables

- 6.1 Esitetyt elokuvat ja elokuvanäytännöt vuosina 1980, 1985 – 1997
Film showings in 1980, 1985 – 1997
- 6.2 Elokuvateattereiden lukumäärä, kaupunkiteattereiden osuus, istumapaikat, elokuvissakäynnit sekä pääsylipputuotto ja elokuvalipun keskihinta vuosina 1980, 1985 – 1997
Number of cinemas, auditoria, number of seats, cinema admissions, Box Office and average price of cinema ticket in 1980, 1985 – 1997
- 6.3 Pitkien elokuvien ensi-illat alkuperämaittain vuosina 1985 – 1997
New feature film releases by country of origin in 1985 – 1997
- 6.4 Pitkien elokuvien ensi-illat elokuvatoimistoittain vuosina 1987 – 1996
Feature film premieres by distributor in 1987 – 1996
- 6.5 Elokuvatuotantoyritykset tuotettujen pitkien näytelmäelokuvien määrän mukaan vuosina 1987 – 1996
Film production companies by number of produced feature films in 1987 – 1996
- 6.6 Vuosina 1980, 1985 – 1996 tarkastetut pitkät elokuvat
Feature films reviewed and graded during in 1980, 1985 – 1996
- 6.7 Vuosina 1980, 1985 – 1997 tarkastetut kotimaiset elokuvat ja MTV:ssä esitetyt televisiomainokset
Finnish films reviewed and graded and tv-commercials shown on MTV-Finland in 1980, 1985 – 1997
- 6.8 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat vuosina 1985 – 1996
Feature films shown on television in 1985 – 1996
- 6.9 Suurimmat elokuvateatteripaikkakunnat vuonna 1997
Biggest cinema towns in Finland in 1997
- 6.10 Kymmenen suosituimman kotimaisen ja ulkomaisen elokuvan osuudet kokonaiskatsojamääristä ja pääsylipputuotoista vuosina 1982 – 1997
Top ten Finnish and foreign films: share of total admissions and Box Office in 1982 – 1997
- 6.11 Elokuvateatteriyhteisö elokuvien alkuperämaittain vuonna 1996
Cinema admissions by originating country of films in 1996
- 6.12 Vuoden 1997 suosituimmat elokuvat
Top ten films in 1997
- 6.13 Elokuvissakäynnit kuukausittain vuonna 1997
Cinema admissions by month in 1997

- 6.14 Elokuvissakäyminen viimeisen 6 kk aikana vuosina 1992, 1994 ja 1996
Cinema-going during past 6 months in 1992, 1994 and 1996

Kuviot – Figures

- 6.1 Esitetyt elokuvat, ensi-illat ja keskimääräiset esityskerrat /elokuva vuosina 1980 – 1997
Films shown, premieres and average number of showings per film in 1980 – 1997
- 6.2 Elokuvissakäynnit asukasta kohden ja pääsylipputulot vuosina 1980 – 1997
Cinema admissions per inhabitant and Box Office receipts in 1980 – 1997
- 6.3 Elokuvien ensi-illat alkuperämaittain vuonna 1997
Film premieres by country of origin in 1997
- 6.4 Elokuvissakäynnit kuukausittain vuonna 1997
Cinema admissions by month in 1997

6.1 Esitetyt elokuvat ja elokuvanäytännöt vuosina 1980, 1985 – 1997 Film showings in 1980, 1985 – 1997

Vuosi Year	Esitettyjä elokuvia yhteensä Films shown total	Ensi-iltoja Premieres	Kotim. pitkiä näytelmä- elokuvia Finnish feature films	Näytännöt Showings	Esitykset/ elokuva Showings/ film	Esitykset/sali Showings/ auditorium	Katsojia/ näytännöt Viewers/ showings	Kotimaisten katsojaosuus Finnish film's share of viewers
	Kpl No.	Kpl No.	Kpl No.	1 000 kpl '000	Kpl No.	Kpl No.	Kpl No.	%
1980	1 608	236	10	163,8	102	465	60,6	15,4
1985	1 433	224	13	164,6	115	435	40,7	21,6
1986	1 297	229	21	156,4	121	411	40,4	22,7
1987	1 115	195	13	144,1	129	405	45,2	14,7
1988	995	188	10	152,6	153	431	43,8	11,3
1989	868	171	10	150,3	173	437	48,2	7,4
1990	762	172	13	148,5	195	437	41,7	13,8
1991	733	179	12	135,3	185	406	44,6	13,0
1992	680	150	10	132,0	194	400	40,9	10,9
1993	487	168	13	138,0	284	412	41,7	6,3
1994	483	163	11	138,6	287	425	40,5	4,1
1995	479	147	8	143,1	298	433	37,0	10,5
1996	488	166	10	146,0	299	449	37,6	3,7
1997	452	154	10	146,6	324	456	40,5	5,6

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
Source: Finnish Film Foundation statistics

6.2 Elokuvateattereiden lukumäärä, kaupunkiteattereiden osuus, istumapaikat, elokuvissakäynnit sekä pääsylipputuotto ja elokuvalipun keskihinta vuosina 1980, 1985 – 1997 Number of cinemas, auditoria, number of seats, cinema admissions, Box Office and average price of cinema ticket in 1980, 1985 – 1997

Vuosi Year	Elokuva- teattereita Cinemas	Elokuva- saleja Auditoria	Elokuva- saleista kaupungeissa Auditoria in urban areas	Kuntia, joissa on elokuvioteatteri Municipalities with cinema		Istuma- paikkoja Seats	Elokuviissa käyntejä Cinema admissions	Käyntejä asukasta kohti Admissions per inhabitant	Pääsylippu- tuotot Box Office receipts	Elokuvalipun keskihinta Average price of ticket
	Kpl No.	Kpl No.	%	Kpl No.	%	1 000 kpl '000	Milj. kpl Million	Kpl No.	Milj. mk FIM million	Mk FIM
1980	317	352	70,7	177	38,1	93,7	9,9	2,1	133	13,4
1985	305	378	69,0	184	39,9	88,2	6,7	1,4	165	24,6
1986	271	344	71,2	187	40,6	87,1	6,3	1,3	156	24,7
1987	256	328	69,8	182	39,5	74,3	6,5	1,3	136	20,9
1988	261	344	73,5	183	39,7	69,8	6,7	1,4	152	22,7
1989	262	344	75,6	177	38,7	66,6	7,2	1,5	187	25,9
1990	264	340	70,6	188	40,9	66,3	6,2	1,2	182	29,4
1991	252	333	73,3	187	40,7	63,0	6,0	1,2	184	30,6
1992	246	330	73,9	178	38,7	60,7	5,4	1,1	174	32,3
1993	242	335	74,0	181	39,3	60,8	5,8	1,1	196	34,0
1994	240	326	73,9	179	38,9	58,6	5,6	1,0	201	35,8
1995	241	330	74,2	180	39,6	58,4	5,3	1,0	194	36,5
1996	236	325	74,2	178	39,1	57,2	5,5	1,1	197	35,9
1997	234	321	75,7	174	38,5	55,5	5,9	1,2	218	36,7

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
Source: Finnish Film Foundation statistics

6.3 Pitkien elokuvien ensi-illat alkuperämaittain vuosina 1985 – 1997
New feature film releases by country of origin in 1985 – 1997

Alkuperämaa Country of origin	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
	Elokuvia Number of films												
Kotimaiset – National	13	21	13	10	10	14	12	10	13	11	8	10	10
Muut EU-maat* – Other EU countries*	38	43	42	38	24	31	19	24	27	29	25	35	27
Muu Eurooppa – Other European countries	13	18	18	10	8	9	3	3	2	–	–	–	4
Eurooppalaiset yhteistuotannot – European co-productions	14	11	–	4	1	2	6	8	1	2	4	15	6
Eurooppa yhteensä – Europe total	78	93	73	62	43	56	40	45	43	42	37	60	47
Josta muut Pohjoismaat – Of which other Nordic countries	5	9	8	9	4	9	7	9	8	4	5	9	5
Yhdysvallat – USA	125	115	112	110	110	110	119	91	97	97	86	87	88
Muut maat – Other	10	6	6	5	7	4	14	5	12	10	11	12	7
Muut yhteistuotannot** – Other co-productions**	5	7	2	6	5	2	1	3	3	3	5	3	3
Yhteensä – Total	218	221	193	183	165	172	174	144	155	152	139	162	145

Alkuperämaa Country of origin	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
	%												
Kotimaiset – National	6,0	9,5	6,7	5,5	6,1	8,1	6,9	6,9	8,4	7,2	5,8	6,2	6,9
Muut EU-maat* – Other EU countries*	17,4	19,5	21,8	20,8	14,5	18,0	10,9	16,7	17,4	19,1	18,0	21,6	18,6
Muu Eurooppa – Other European countries	6,0	8,1	9,3	5,5	4,8	5,2	1,7	2,1	1,3	–	–	–	2,8
Eurooppalaiset yhteistuotannot – European co-productions	6,4	5,0	–	2,2	0,6	1,2	3,4	5,6	0,6	1,3	2,9	9,3	4,1
Eurooppa yhteensä – Europe total	35,8	42,1	37,8	33,9	26,1	32,6	23,0	31,3	27,7	27,6	26,6	37,0	32,4
Josta muut Pohjoismaat – Of which other Nordic countries	2,3	4,1	4,1	4,9	2,4	5,2	4,0	6,3	5,2	2,6	3,6	5,6	3,4
Yhdysvallat – USA	57,3	52,0	58,0	60,1	66,7	64,0	68,4	63,2	62,6	63,8	61,9	53,7	60,7
Muut maat – Other	4,6	2,7	3,1	2,7	4,2	2,3	8,0	3,5	7,7	6,6	7,9	7,4	4,8
Muut yhteistuotannot** – Other co-productions**	2,3	3,2	1,0	3,3	3,0	1,2	0,6	2,1	1,9	2,0	3,6	1,9	2,1
Yhteensä – Total	100	100	100	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.

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
 Source: Finnish Film Foundation statistics

Muokattu – Processed

6.4 Pitkien elokuvien ensi-illat elokuvatoimistoittain vuosina 1987 – 1996 Feature film premieres by distributor in 1987 – 1996

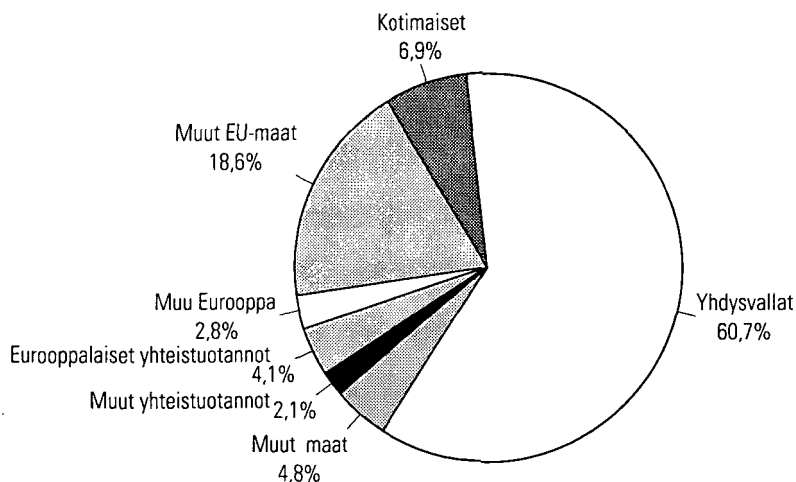
Toimisto Distributor	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Yhteensä Total
	Elokuvien lukumäärä Number of films										1987 – 1996
Finnkino Oy	71	60	67	78	100	85	92	90	69	81	793
Warner Bros. Oy	26	30	39	38	24	20	21	24	20	23	265
United Pictures Oy	15	22	26	24	20	17	20	19	23	18	204
Europa Vision Oy	22	18	9	5	–	–	–	–	–	–	54
Cinema Mondo Oy	–	–	–	–	1	3	7	5	12	11	39
Kosmos-Filmi Oy	18	7	5	6	1	–	–	–	–	–	37
Walhallä Ry	2	3	2	4	5	4	4	4	3	5	36
Alfapanora Film	–	–	–	–	1	–	–	2	11	18	32
Kinoscreen	–	–	–	5	8	5	5	4	2	2	31
Muut ei kaupalliset	2	5	–	1	3	4	1	3	5	5	29
Suomen elokuvakont.	1	1	6	–	–	–	8	6	1	1	24
Oulun elok.	2	2	1	4	3	1	2	3	–	1	19
EL-KO Films Ky	4	–	5	1	3	1	1	3	–	–	18
Mio-Filmi	3	2	1	2	3	1	3	–	–	–	15
VCM Suomi Oy	6	8	–	–	–	–	–	–	–	–	14
Muut toimistot*	23	36	10	4	7	9	4	–	1	1	95
Yhteensä – Total	195	194	171	172	179	150	168	163	147	166	1 705

* Muita elokuvan maahantuojia on vuosina 1987 – 1996 ollut yhteensä noin 20 kpl.
During 1987 – 1996 there were a total of approximately 20 other film distributors in the country.

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
Source: Finnish Film Foundation statistics

Muokattu – Processed

Kuvio 6.3 Elokuvien ensi-illat alkuperämaittain vuonna 1997
Figure 6.3 Film premieres by country of origin in 1997



Lähde: Taulukko 6.3

6.5 Elokuvatuotantoyritykset tuotettujen pitkien näytelmäelokuvien määrän mukaan vuosina 1987 – 1996

Film production companies by number of produced feature films in 1987 – 1996

Yhtiö Company	Tuotetut elokuvat* – Number of produced films*										Yhteensä Total
	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1987 – 1996
Villealfa Filmprod. Oy**	4	1	3	3	1	3	3	2	2	3	25
Spede-Tuotanto Oy***	2	2	–	2	1	1	2	2	–	–	12
Filminor Oy	1	1	1	2	1	–	1	–	–	1	8
FantasiaFilmi Oy	–	–	1	–	1	1	1	1	–	1	6
National-Filmi Oy	–	3	1	2	–	–	–	–	–	–	6
Ere Kokkonen Oy	–	–	–	–	1	1	1	1	–	1	5
Kinotuotanto Oy	1	–	–	–	1	–	1	1	1	–	5
Reppufilmi Oy	–	–	1	–	2	1	1	–	–	–	5
Jörn Donner Productions Oy	2	–	–	1	–	–	–	–	1	–	4
Artista – Filmi Oy	–	–	–	–	–	–	–	1	1	1	3
Produktion Visa Mäkinen	–	–	1	–	–	1	–	–	–	–	2
Filmitakomo Oy	–	–	–	–	–	1	1	–	–	–	2
LR-Film Productions Oy	–	–	–	–	1	–	1	–	–	–	2
Filmizolfo Oy	–	–	1	–	–	–	–	1	–	–	2
R-Filmi Production Oy	–	–	–	–	–	–	1	1	–	–	2
Filmi-Molle	–	–	–	1	–	–	–	1	–	–	2
Skandia Filmi	2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	2
Muut yritykset – Other companies	1	3	2	2	1	3	3	3	2	3	23
Ulkomaiset yhtiöt – Foreign companies	6	3	3	2	–	1	5	5	2	3	30

* 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 yritysryhmään kuuluvat Sputnik Oy, Last Border Productions Oy ja Marianna Filmi Oy -yhtiöt. – The figure comprises also following companies belonging to the same group: Sputnik Oy, Last Border Productions Oy and Marianna Filmi Oy.

*** Sisältää myös samaan yritysryhmään kuuluvat Spede team Oy, Filmituotanto Spede Pasanen ja Spede Studio Oy -yhtiöt. – The figure comprises also following companies belonging to the same group: Spede Team Oy, Filmituotanto Spede Pasanen and Spede Studio Oy.

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
Source: Finnish Film Foundation statistics

Muokattu – Processed

6.6 Vuosina 1980, 1985 – 1996 tarkastetut pitkät elokuvat Feature films reviewed and graded during in 1980, 1985 – 1996

Vuosi Year	Ulkomaiset Foreign			Kotimaiset Finnish			Yhteensä** Total**			Leikatut*** Kielletyt*** Edited*** Banned***	
	Verotetut Taxed	Verovapaat Tax-free*	Yhteensä Total	Verotetut Taxed	Verovapaat Tax-free*	Yhteensä Total	Verotetut Taxed	Verovapaat Tax-free*	Yhteensä Total		
1980	344	8	352	8	5	13	352	13	365	46	14
1985	411	22	433	36	20	56	447	42	489	24	17
1986	417	24	441	22	2	24	439	26	465	18	6
1987	449	15	464	17	2	19	466	17	483	6	7
1988	354	8	362	8	4	12	362	12	374	28	2
1989	280	7	287	8	4	12	288	11	299	11	3
1990	296	5	301	16	2	18	312	7	319	9	2
1991	269	6	275	14	6	20	283	12	295	10	1
1992	237	11	248	17	5	22	254	16	270	8	3
1993	224	2	226	20	12	32	244	14	258	6	5
1994****	–	–	205	–	–	19	–	–	224	2	4
1995	–	–	163	–	–	15	–	–	178	1	3
1996	–	–	174	–	–	11	–	–	185	–	–

* Opetuselokuvia. – Educational films

** Pl. kielletyt pitkät elokuvat. – Excl. banned feature films

*** Yhteensä pitkät ja lyhyet elokuvat. – Short and long feature films total

**** Elokuvavero poistettu. – Film tax abolished.

Lähteet: Valtion elokuvatarkastamo: Suomen tilastollinen vuosikirja
Sources: The National Board of Film Censorship

6.7 Vuosina 1980, 1985 – 1997 tarkastetut kotimaiset elokuvat ja MTV:ssä esitetyt televisiomainokset
Finnish films reviewed and graded and tv-commercials shown on MTV-Finland in 1980, 1985 – 1997

Vuosi Year	35 mm:n elokuvia 35 mm films				16 mm:n elok. 16 mm films	8 mm:n elok. 8 mm films	Videoelok. Video films	Kuvalevyt Video disks	Yhteensä Total	MTV:n Mainokset Commercials on MTV-Finland	Kolmostv:n mainokset Commercials on Channel Three
	Pitkiä elok. * Feature films*	Lyhyt-elok. Short films	Mainos-elok. ** Advertising films**	Elok. mainoksia Cinema adverticements							
1980	10	18	162	12	104	9	–	–	315	1 448	–
1985	32	20	60	19	101	5	95	–	332	1 832	–
1986	32	12	48	26	64	10	149	–	341	1 788	–
1987	21	19	61	13	58	24	203	–	399	2 086	110
1988	11	16	62	7	43	17	62	–	218	1 545	1 157
1989	13	21	51	15	59	4	77	5	245	1 621	2 115
1990	16	13	67	12	44	1	84	–	237	1 622	2 346
1991	14	25	34	5	40	–	54	–	172	1 666	3 043
1992	26	15	24	13	20	–	59	4	161	3 868	..
1993	28	22	28	14	13	–	52	5	162	4 699	–
1994	25	16	28	12	19	–	37	–	137	5 475	–
1995	20	11	41	8	14	–	24	–	118	6 305	–
1996	15	19	40	9	6	–	38	–	127	..	–
1997	24	14	35	12	2	–	38	–	125	..	–

* Sisältää pitkien näytelmäelokuvien lisäksi pitkät dokumenttielokuvat. – Includes long documentary films

** Elokuvateatterissa esitetyt – Shown at cinemas

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
Mainoselokuva tuottajien Liitto

Source: Finnish Film Foundation statistics

6.8 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat vuosina 1985 – 1996

Feature films shown on television in 1985 – 1996

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Kotimaisten % osuus vuonna 1996 Share of Finnish films in 1996 (%)
Kpl No													
TV1*	109	109	143	166	133	174	196	176	242	221	319	334	17
TV2*	104	95	118	97	83	153	146	122	223	174	259	267	22
MTV	70	95	79	88	86	92	70	65	261	256	239	330	8
Kolmostelevisio** Channel Three	–	30	260	190	219	254	258	255					
Yhteensä – Total	283	329	600	541	521	673	670	618	726	651	817	931	
PTV	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	110	234	..
FILMNET 1	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	930	1 054	..
FILMNET 2	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	878	948	..

* TV1:n ja TV2:n tiedot 1985 – 1991 ovat 1.6 alkavilta tilikausilta. Vuodesta 1992 tilastokausi on kalenterivuosi. –
Data for TV1 and TV2 in 1985 – 1991 are for operating years starting 1 June; as from 1992 calendar year.

** Kolmostelevisio aloitti lähetykset vuoden 1986 lopulla. Vuoden 1986 luku sisältää joulukuussa esitetyt elokuvat. – Channel Three started broadcasting operations in late 1986. The figure for 1986 includes films shown in December that year.

Lähteet: Oy Yleisradio Ab; MTV Oy; Oy Kolmostelevisio Ab; PTV; Filmnet
Sources: YLE; MTV Oy; Oy Kolmostelevisio Ab; PTV; Filmnet

6.9 Suurimmat elokuvateatteripaikkakunnat 1997

Biggest cinema towns in Finland in 1997

Elokuvateatteri- paikkakunta Town	Elokuvasaleja No. of cinema auditoria	Elokuissa käyntejä No. of visits to cinema	Osuus kaikista elokuviissa käynneistä Proportion of all visits	Käyntejä asukasta kohti Visits per inhabitant	Osuus liikevaihdosta Proportion of turnover
	Kpl No	1 000 kpl '000	%	Kpl No.	%
Helsinki	42	2 031	34,2	3,8	34,9
Tampere	13	475	8,0	2,5	8,0
Turku	12	417	7,0	2,5	7,2
Jyväskylä	9	267	4,5	3,5	4,6
Oulu	10	243	4,1	2,1	4,3
Lahti	6	155	2,6	1,6	2,6
Kuopio	6	138	2,3	1,6	2,4
Vaasa	6	104	1,7	1,8	1,7
Pori	5	99	1,7	1,3	1,7
Joensuu	3	94	1,6	1,8	1,6
Yhteensä – Total	112	4 023	67,7		69,1
Koko maa – Whole country	321	5 942	100,0	1,2	100,0

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
Source: Finnish Film Foundation statistics

Muokattu – Processed

6.10 Kymmenen suosituimman kotimaisen ja ulkomaisen elokuvan osuudet kokonaiskatsojamääristä ja pääsylipputuotoista vuosina 1982 – 1997
Top ten Finnish and foreign films: share of total admissions and Box Office in 1982 – 1997

	Osuus kokonaiskatsojamääristä Share of admissions	Osuus pääsylipputuotoista Share of Box Office	
	%	%	
1982			
10 suosituinta kotimaista	14,5	..	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	15,7	..	top ten foreign films
1984			
10 suosituinta kotimaista	17,9	..	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	22,0	..	top ten foreign films
1986			
10 suosituinta kotimaista	21,4	..	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	29,4	..	top ten foreign films
1987			
10 suosituinta kotimaista	12,6	13,1	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	31,9	34,1	top ten foreign films
1988			
10 suosituinta kotimaista	10,8	11,5	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	31,2	34,1	top ten foreign films
1989			
10 suosituinta kotimaista	7,0	9,2	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	39,8	40,7	top ten foreign films
1990			
10 suosituinta kotimaista	13,1	14,3	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	29,7	31,0	top ten foreign films
1991			
10 suosituinta kotimaista	12,0	10,6	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	31,8	33,7	top ten foreign films
1992			
10 suosituinta kotimaista	10,5	10,0	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	31,0	32,1	top ten foreign films
1993			
10 suosituinta kotimaista	5,8	5,5	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	36,1	37,3	top ten foreign films
1994			
10 suosituinta kotimaista	3,8	3,7	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	38,3	39,1	top ten foreign films
1995			
10 suosituinta kotimaista	9,8	10,1	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	33,1	34,7	top ten foreign films
1996			
10 suosituinta kotimaista	3,5	3,2	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	40,8	42,5	top ten foreign films
1997			
10 suosituinta kotimaista	5,3	5,2	top ten Finnish films
10 suosituinta ulkomaista	36,6	33,9	top ten foreign films

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
 Source: Finnish Film Foundation statistics

6.11 Elokuvateatteriyleisö elokuvien alkuperämaittain 1996

Cinema admissions by originating country of films in 1996

Alkuperämaa <i>Country of origin</i>	Katsojia <i>Viewers</i>	%
Kotimaiset – <i>National</i>	202 815	3,7
Muut EU-maat* – <i>Other EU countries*</i>	724 270	13,2
Muu Eurooppa – <i>Other European countries</i>	6 654	0,1
Eurooppalaiset yhteistuotannot – <i>European co-productions</i>	128 127	2,3
Eurooppa yhteensä – <i>Europe total</i>	1 061 866	19,4
Josta muut Pohjoismaat – <i>Of which other Nordic countries</i>	50 989	0,9
Yhdysvallat – <i>USA</i>	3 960 990	72,4
Muut maat – <i>Other countries</i>	439 139	8,0
Muut yhteistuotannot** – <i>Other co-productions**</i>	8 809	0,2
Yhteensä – <i>Total</i>	5 470 804	100,0

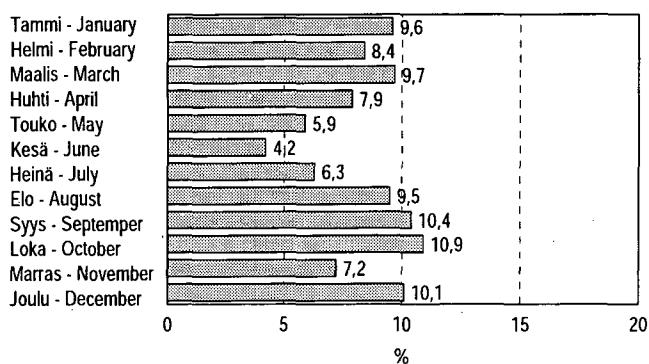
* Nykyiset Euroopan Unionin jäsenmaat. – *Current member countries of the European Union*

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

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
Source: Finnish Film Foundation statistics

Muokattu – *Processed*

Kuvio 6.4 Elokuvissakäynnit kuukausittain vuonna 1997
Figure 6.4 Cinema admissions by month in 1997



Kävijöitä yhteensä 5 942 788

Lähde: Taulukko 6.13

6.12 Vuoden 1997 suosituimmat elokuvat
Top ten films in 1997

	Ensi- ilta <i>Premiere</i>	Katsojia <i>Viewers</i>	Pääsylipputuotto <i>Box office receipts</i>
		Kpl <i>No.</i>	1 000 mk <i>1 000 FIM</i>
Kotimaiset elokuvat – Finnish films			
Kummeli Kultakuume	1997	100 051	3 830
Pekko ja Unissakävelijä	1997	79 856	2 726
Sairaan kaunis maailma	1997	67 815	2 336
Vääpeli Körmy ja kahdesti laukeava	1997	31 403	1 152
Neitoperho	1997	11 537	433
Vaiennut kylä	1997	10 545	387
Kauas pilvet karkaavat	1996	5 324	158
Lunastus	1997	3 365	122
Elämä lyhyt Rytkönen pitkä	1996	3 299	108
Sagojonan ministeri	1997	1 947	59
Yhteensä – Total		315 142	11 312
Osuus kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista vuonna 1997 (%) –			
<i>Share of viewers and Box office receipts in 1997 (%)</i>			
		5,3	5,2
Ulkomaiset elokuvat – Foreign films			
Mr. Bean – Äärimmäinen katastrofielokuva – <i>Bean – The Ultimate Disaster Movie</i>	1997	386 976	14 863
Men in Black – <i>Men in Black</i>	1997	288 902	10 651
Kadonnut Maailma – Jurassic Park – <i>The Lost World – Jurassic Park</i>	1997	258 983	10 041
101 dalmatialaista – <i>101 Dalmatians</i>	1997	211 304	7 580
Valehtelija, valehtelija – <i>Liar Liar</i>	1997	206 181	7 498
Englantilainen potilas – <i>The English Patient</i>	1997	197 997	8 014
Huominen ei koskaan kuole – <i>Tomorrow Never Dies</i>	1997	182 285	6 997
William Shakespeare: Rome ja Julia – <i>Romeo & Juliet</i>	1997	157 746	5 650
Hylättyjen vaimojen kerho – <i>The First Wives Club</i>	1997	150 461	5 653
Fifth Element – Puuttuva elementti – <i>The Fifth Element</i>	1997	135 839	4 508
Yhteensä – Total		2 176 674	81 455
Osuus kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista vuonna 1997 (%) –			
<i>Share of viewers and Box office receipts in 1997 (%)</i>			
		36,6	37,3

Lähde: Suomen elokuvastäätö: Elokuvatilastot
Source: Finnish Film Foundation statistics

Muokattu – Processed

6.13 Elokuviskäynnit kuukausittain vuonna 1997 *Cinema admissions by month in 1997*

	Kävijät Admissions	%
Tammi – January	567 721	9,6
Helmi – February	498 390	8,4
Maalis – March	576 740	9,7
Huhti – April	468 859	7,9
Touko – May	351 106	5,9
Kesä – June	247 927	4,2
Heinä – July	373 078	6,3
Elo – August	566 411	9,5
Syys – September	617 370	10,4
Loka – October	646 371	10,9
Marras – November	429 153	7,2
Joulu – December	599 662	10,1
Yhteensä – Total	5 942 788	100,0

Lähde: Suomen Elokuvasäätiö: Elokuvatilastot
Source: Finnish Film Foundation statistics

6.14 Elokuviskäyminen viimeisen 6 kk aikana vuosina 1992, 1994 ja 1996 *Cinema-going during past 6 months in 1992, 1994 and 1996*

	On käynyt Has been to the cinema	Ei ole käynyt Has not been to the cinema	Yhteensä Total
	%	%	%
Kaikki – All			
1992	31	69	100
1994	31	69	100
1996	30	69	100
1996			
Naiset – Women	36	64	100
Miehet – Men	25	75	100
Ikä – Age			
15–24	50	50	100
25–44	35	64	100
45–59	21	78	100
60 –	9	91	100

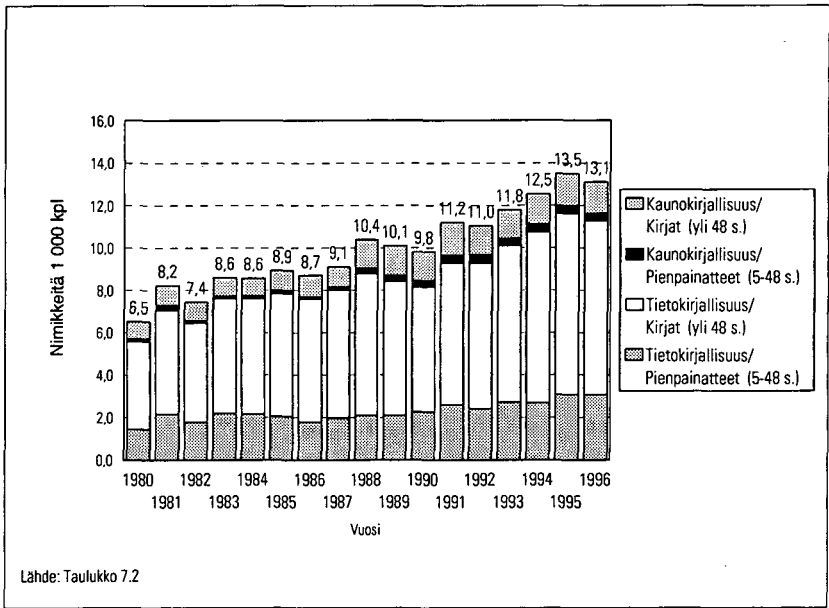
Lähde: Suomen Gallup-Media Oy:n Intermedia-tutkimukset
Source: MDC Helsinki Group-Media Research Ltd

7 Kirjat ja kirjastot

Kirjojen julkaiseminen on laajentunut voimakkaasti 1980- ja 1990-luvuilla. Vuonna 1996 julkaistiin yhteensä 13 103 kirjanimikettä, mikä on 29 prosenttia enemmän kuin vuonna 1990 ja peräti kaksi kertaa niin paljon kuin vuonna 1980 (taulukko 1 ja kuvio 1). Luku sisältää kaiken kirjallisuuden: varsinaisten kustannusyritysten julkaiseman lisäksi myös muiden tahojen kuten esimerkiksi hallinnon, järjestöjen ja yliopistojen julkaisut. Varsinaisten kirjojen lisäksi mukana ovat myös ns. pienpainatteet (5–48 sivua). Vuonna 1996 niitä oli kaikista nimikkeistä hieman yli neljännes.

Sekä tieto- että kaunokirjallisuutta julkaistaan aiempaa enemmän. Tällä vuosikymmenellä on tietokirjojen määrä (33 % vuosina 1990–1996) kasvanut kaunokirjoja (11 %) nopeammin. Suurin osa julkaistusta kirjallisuudesta on tietokirjallisuutta (86 % vuonna 1996), ja osuus on tällä vuosikymmenellä hieman kasvanut. (Taulukko 2.)

Kuvio 7.1 Julkaistu kauno- ja tietokirjallisuus vuosina 1980 – 1996
Figure 7.1 Published fiction and non-fiction books in 1980 – 1996



Tavallaan on mielenkiintoista, että kirjojen julkaiseminen on kasvanut näin voimakkaasti aikana, jonka yhtenä keskeisenä piirteenä on pidetty sähköisen joukkoviestinnän laajenemista ja sen merkityksen kasvua. Television ja radion ohjelmatarjonnan, niiden kulutuksen ja yhteiskunnallisen merkityksen kasvu ei näytä kuitenkaan supistaneen kirjojen tuotantoa.

Toisaalta miksi näin olisi käynytkään, sillä eihän yhden joukkoviestinnän sektorin laajeneminen välttämättä aiheuta toisten supistumista. Tällainen korvaavuus edellyttää, että kyseiset joukkoviestimet toimivat sisällön tuotannossa ja kulutuksessa samalla tavoin ja samoilla yhteiskunnan alueilla. Radion/television ja kirjallisuuden, tai ainakaan useiden tietokirjallisuuden osa-alueiden, kohdalla ei näin ole. Esimerkiksi tutkimuslaitoksilla ja julkisella hallinnolla julkaisut liittyvät niiden toiminnan kokonaisuuteen tavalla, jonka on vaikea kuvitella sopivan nykyisille televisio- ja radio-ohjelmille. Sama koskee tietokirjallisuuden asemaa lukijoiden toiminnassa.

Sen sijaan kaikkein uusimmat joukkoviestimet, multimedia eri muodoissaan ja World Wide Web, sopivat todennäköisesti yleisemmin tietokirjallisuuden julkaisijoiden toimintaan ja tarpeisiin. Multimedia on havainnollinen ja monipuolinen esitysmuoto. World Wide Web taas on nopea, suhteellisen halpa ja tehokas julkaisukanava. Se sopii etenkin sellaisille julkaisijoille, joille on tärkeää, että niiden julkaisuja on helposti saatavissa ja että ne leviävät laajalle. Lisäksi jo nyt ennen verkkokaupan yleistymistä verkkojulkaisemista voivat käyttää tahot, jotka levittävät julkaisujaan myös ilmaiseksi: esimerkiksi useat hallinnon raportit on saatavissa verkosta. Ammattitietokirjallisuuden julkaisemisen kohdalla näiden ns. uusien medioiden yleistymisen edellytyksiä parantaa lisäksi se, että työpaikoilla tietokoneet ja internet-yhteydet ovat yleisiä.

Uudet mediat eivät kuitenkaan ole vielä ehtineet vaikuttaa julkaistujen kirjojen määrään. Kirjanimikkeissä oli tosin vuonna 1996 pieni lasku, mutta vasta lähivuodet näyttävät, oliko kyseessä vain lyhyt notkahdus vai alku pidemmälle laskevalle trendille. Mikäli rinnakkaisjulkaiseminen (sama julkaisu paperilla ja bitteinä) yleistyy, ei kirjojen määrä tule todennäköisesti kovin paljoa laskemaan.

Kirjojen julkaisemisen kasvulle on useita erilaisia syitä. Osa niistä liittyy julkaisijoiden toimintaympäristössä ja toimintatavassa tapahtuneisiin muutoksiin. Näkyminen oman alan julkisuudessa on tullut aiempaa tärkeämmäksi. Myös tulosjohtamiseen siirtyminen voi kasvattaa organisaatioiden paineita julkaisemiseen, sillä ovathan kirjat yksi helposti laskettava tulos. Lisäksi on voinut syntyä yhä useampia osaamisen erityisaloja ja lukijayleisöjä, joilla kullakin on oma kirjallisuutensa.

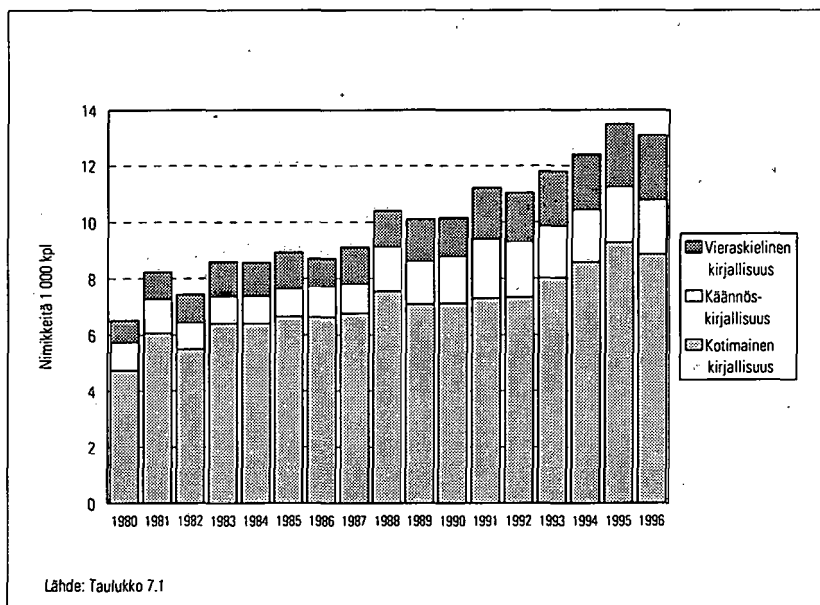
Yksi merkittävä kaikille julkaisijatahoille yhteinen syy on se, että tekstin- ja kuvankäsittelyohjelmien kehittyminen ja yleistyminen on tehnyt kirjojen tekemisestä teknisesti helpompaa ja halvempaa, mikä on madaltanut julkaisukynnystä huomattavasti.

Noin kaksi kolmasosaa Suomessa julkaistuista kirjoista on suomen- tai ruotsinkielistä kotimaista kirjallisuutta, vuonna 1996 yhteensä 8 854 nimikettä. Määrä on 25 prosenttia enemmän kuin vuonna 1990 ja 87 prosenttia enemmän kuin vuonna 1980. (Taulukko 1 ja kuvio 2.)

Käännöskirjallisuuden julkaiseminen laajeni voimakkaasti 1980-luvulla, mutta vuonna 1991 kasvu pysähtyi. Käännettyjä kirjoja ilmestyi vuonna 1996 yhteensä lähes kaksi tuhatta nimikettä, mikä on 89 prosenttia enemmän kuin vuonna 1980, mutta vain 15 prosenttia enemmän kuin vuonna 1990. Käännöksiä kaikista nimikkeistä oli noin 15 prosenttia vuonna 1996. (Taulukko 1 ja kuvio 1.)

Kuvio 7.2 Julkaistu kotimainen, käännös- ja vieraskielinen kirjallisuus vuosina 1980 – 1996

Figure 7.2 Published Finnish, translated and foreign language books in 1980 – 1996



Kirjojen julkaiseminen muilla kuin kotimaisilla kielillä on yleistynyt hyvin voimakkaasti. Vieraskielisen kirjallisuuden nimikkeiden määrä on kasvanut huomattavasti nopeammin kuin kotimaisilla kielillä julkaistun tai kään-
nöskirjallisuuden määrä. Vuonna 1996 julkaistiin 2 333 vieraskielistä kir-
janimikettä, mikä on 75 prosenttia enemmän kuin vuonna 1990 ja peräti
kolme kertaa niin paljon kuin vuonna 1980. Kirjojen tekijöiden ja jul-
kaisijoiden toiminta ja toimintaympäristö, tai ainakin heidän orientaationsa,
on selvästi kansainvälistynyt. (Taulukko 1 ja kuvio 2.)

Käännöskirjallisuuden alkuperäkielissä ei ole tapahtunut suurempia
muutoksia viime vuosina. Edelleen valtaosa käännoksistä tehdään englan-
nista, 60–65 prosenttia viime vuosina (taulukko 4). Seuraavaksi yleisintä
on ruotsinkielisen kirjallisuuden kääntäminen (12 % käännoksistä). Sak-
san- ja ranskankielestä molemmista käännetään noin kuusi prosenttia kää-
nös-nimikkeistä. Suomen liittyminen Euroopan Unioniin ei ainakaan näiden
tilastojen valossa ole vaikuttanut kulttuuriseen suuntautumiseen, esimer-
kiksi kasvattamalla ranskan- tai saksankielisen kirjallisuuden osuutta. To-
sin muutoksien havaitsemista vaikeuttaa se, että alkuperäkieli ei kerro kir-
jan alkuperämaata.

Kuten edellä todettiin vain osa kirjoista on niitä varsinaisena liiketoi-
mintanaan kustantavien yritysten julkaisemia. Näiden varsinaisten kustan-
nusyritysten toiminnasta saa kuvan niiden toimialajärjestön Suomen Kus-
tannusyhdistyksen (SKY:n) tilastoista (taulukot 5–8). Vuoden 1996 tilastot
koskevat vaihtelevasti lähes 70 SKY:n jäsenyrityksen toimintaa. Niiden
osuus kaikista Suomessa julkaistuista nimikkeistä oli noin 54 prosenttia.
Markka- ja kappalemääräisestä kirjamyynnistä SKY:n jäsenyritysten osuus
on noin 90 prosenttia.

SKY:n jäsenyritysten kustantamat kirjanimikkeet jakaantuvat melko
tasan kaunokirjallisuuteen, tietokirjallisuuteen/suurteoksiin ja koulukirjoi-
hin. Kaunokirjallisuuden osuus on siten suurempi kustannusyritysten tuo-
tannosta kuin kaikista julkaistuista kirjoista. Kaunokirjallisuudesta yksi
kolmasosa on kotimaista ja kaksi kolmasosaa käännoskirjallisuutta. Yli
puolet kaunokirjallisuudesta on lasten ja nuorten kirjoja. (Taulukko 5.)

Kappalemääräisestä myynnistä kaunokirjallisuuden osuus on 45 pro-
senttia, tietokirjojen 26 prosenttia ja koulukirjojen 29 prosenttia. Myynnin
arvosta taas 42 prosenttia kertyy tietokirjoista ja suurteoksista, 27 prosent-
tia kaunokirjallisuudesta ja 29 prosenttia koulukirjoista. (Taulukot 6 ja 7.)

Kustannusyritysten myynti jakautuu useaan kanavaan. Suoraan kirja-
kaupoille ne myivät vuonna 1996 nettomyynnistä 29 prosenttia. Tukku-

liikkeiden osuus oli 23 prosenttia ja muiden myyntikanavien 38 prosenttia, mikä sisältää muun muassa tärkeänä kanavana kirjakerhot. (Taulukko 8.)

Kirjojen myyntikanavissa on 1980-luvun lopun jälkeen tapahtunut jonkin verran muutoksia. Kirjakauppojen määrä on laskenut noin 480 kaupasta 402 kauppaan vuonna 1995. Myös antikvariaatit ovat vähentyneet hie-
man. (Taulukko 9.)

Kirjastot

Suomen kirjastoverkko on hyvin laaja. Yleisillä kirjastoilla on kaikkiaan noin 1 200 toimipistettä: pää- ja sivukirjastoja, laitospirjastoja sekä kirjastoautoja ja -veneitä. Toimipisteet ovat vähentyneet viime vuosikymmenen alusta noin kolmanneksella, vuonna 1980 niitä oli vielä noin 1 800. (Taulukko 12.)

Kirjastojen käyttö on lisääntynyt jatkuvasti. Vuonna 1996 yleisistä kirjastoista otettiin 104 miljoonaa kotilainaa, mikä on lähes 20 miljoonaa enemmän kuin vuosikymmenen alussa. Kirjastojen profiiliin laajentuminen näkyy hyvin lainaustilastoissa. Muun materiaalin kuin kirjojen (lähinnä äänitteiden ja videoiden) lainaus on kaksinkertaistunut 10,6 miljoonasta 21,3 miljoonaan lainaan vuosina 1990–1996. Muun materiaalin osuus kaikista lainoista kasvoi ko. vuosina 12 prosentista 20:een. (Taulukko 14.)

Kirjastojen merkityksestä kirjojen jakelukanavana saa jonkinlaisen käsityksen suhteuttamalla niiden lainaustoiminnan kustannusyristysten kirjamyyn-
tiin. Vuonna 1996 yleisistä kirjastoista otettiin yhteensä lähes 83 miljoonaa kirjalainaa, ja Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat myivät noin 26 miljoonaa kirjaa. Toki myydyillä kirjoilla on useampia lukijoita kuin yksi kirjaa kohden. (Taulukot 6 ja 14.)

Kirjastojen käytön kasvu on osittain ollut seurausta käyttäjäkunnan laajenemisesta. Vuonna 1996 lainaajia oli 2,5 miljoonaa, kun heitä vuonna 1990 oli 2,2 miljoonaa. Lainaa-
jien osuus väestöstä nousi ko. vuosina 44,1 prosentista 48,4 prosenttiin. Käyttäjäkunnan kasvu ei kuitenkaan selitä täysin kotilainojen määrän kasvua, sillä vuosina 1990–1996 kotilainat lainaajaa kohden nousivat 39 lainasta 42 lainaan. (Taulukko 15.)

Kirjastojen kirjavarat ovat kasvaneet, tosin 1990-luvun alkupuolella aiempaa hitaammin. Vuonna 1996 kirjaston koko aineisto oli kooltaan 40 miljoonaa kappaletta. Kirjastojen profiiliin laajentuminen näkyy myös aineistohankinnoissa siten, että kirjahankintojen supistuessa muuta aineistoa hankitaan aiempaa jonkin verran enemmän. Määrällisesti hankinnoista on kuitenkin suurin osa edelleen kirjoja. Vuonna 1996 niitä hankittiin 1,6 miljoonaa kappaletta ja muuta aineistoa 0,2 miljoonaa kappaletta. (Taulukko 12.)

Tilastointi

Suomessa julkaistujen kirjanimikkeiden tilastoinnista on vuodesta 1954 lähtien vastannut Helsingin yliopiston kirjasto, jolle kirjapainot ja julkaisijat toimittavat vapaakappaleet julkaisemistaan kirjoista. Tilastojen luotettavuutta haitsi aiemmin (erityisesti 1970-luvulla) se, ettei vuosittaista luettelointia aina ehditty suorittaa kokonaisuudessaan. Luokituksessa noudatetaan Unescon suosituksia kirjojen tilastoinnista.

Varsinaisia kirjankustannusyriä edustava Suomen Kustannusyhdistys laatii vuosittain tilastot jäsenkustantajien toiminnasta. Tiedot kattavat mm. nimiketuotannon sekä kappale- ja markkamääräisen myynnin kirjallisuusryhmittäin. Aiemmin tilastoissa käytetystä jaottelusta pää- ja pienkustantajiin on sen vanhentumisen vuoksi luovuttu.

Kirjojen kustantamista ja myyntiä koskevia toimialakohtaisia tietoja on myös Tilastokeskuksen teollisuustilastossa, tukku- ja vähittäiskaupan myyntitilastoissa ja Suomen yritykset -vuosikirjassa.

Yleisten kirjastojen toimintaa koskevia tilastoja julkaistaan vuosittain Kirjastot-raportissa. Vuonna 1989 sen tekeminen siirtyi kouluhallituksesta opetusministeriön kulttuuriosastolle. Vuodesta 1993 alkaen kirjastoilta kerättävän tilastotiedon määrää supistettiin. Tällä hetkellä kirjassa on tietoja kirjastojen ja kirjavarojen määrästä, lainaajista ja kotilainoista sekä kirjastojen taloudesta. Kirjastot -raportissa julkaistaan tietoja myös tieteellisistä kirjastoista.

(RK)

Täydentävää kirjallisuutta

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

Eskola, Katarina: Kirjojen lukeminen. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.) Arjen kulttuuria. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Halttunen, Kai: Pienkustantajan arkipäivä. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikkö. Jyväskylä 1995.

Niemi, Juhani: Kirjallisuus instituutiona. SKS, Helsinki 1991.

Niemi, Juhani: Kirjallisuus. Teoksessa Joukkoviestintä Suomessa. Nordenstren & Wiio (toim.). Weilin+Göös. Helsinki 1994.

Sauri, Tuomo: Joukkoviestinnän rakenne ja talous. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1996:2. Tilastokeskus. Helsinki 1997.

Vakkari, Pertti: Kirjastot. Teoksessa Joukkoviestintä Suomessa. Nordenstren & Wiio (toim.). Weilin+Göös. Helsinki 1994.

Taulukot – Tables

- 7.1 Julkaistu kotimainen, käännös- ja muunkielinen kirjallisuus vuosina 1980, 1985 – 1996
Finnish, translated and books in other languages published in 1980, 1985 – 1996
- 7.2 Tieto- ja kaunokirjallisuuden sekä koulu- ja lastenkirjojen nimikemäärät vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Non-fiction, fiction, schoolbooks and children's books: total number of titles in 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 7.3 Suomessa julkaistu kirjallisuus aihealueittain vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Total number of books published in Finland under different categories in 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 7.4 Suomessa julkaistu käännöskirjallisuus alkuperäkielen mukaan vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Translated books published in Finland in 1980, 1985 and 1990 – 1996 by source language
- 7.5 Kirjojen nimiketuotanto kirjallisuuslajeittain vuosina 1985, 1990 – 1996
Titles produced in Finland in 1985, 1990 – 1996 by type of literature
- 7.6 Kirjojen kappalemääräinen myynti kirjallisuuslajeittain vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Book sales by type of literature in 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 7.7 Kirjojen markkamääräinen myynti kirjallisuuslajeittain vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996
Value of book sales by type of literature in 1980, 1985 and 1990 – 1996
- 7.8 Suomessa kustannetun kirjallisuuden myynti kanavittain 1995 – 1996
Marketing channels of books published in Finland 1995 – 1996
- 7.9 Kirjakauppojen, Rautakirjan kioskien ja antikvariaattien määrä vuosina 1980 – 1995
Number of bookshops, Rautakirja kiosks and second-hand bookshops in 1980 – 1995
- 7.10 Kirjakerhot vuonna 1997
Book clubs in 1997
- 7.11 Suurimpien kirjankustantajien nettomyynti vuonna 1995
Biggest book publishers: net sales in 1995

- 7.12 Yleisten kirjastojen pää-, sivu- ja laitoskirjastot sekä kirjastoautot vuosina 1980, 1985 – 1996
Main libraries, branch libraries, institutional libraries and mobile libraries in 1980, 1985 – 1996
- 7.13 Yleisten kirjastojen aineistot ja aineistohankinta vuosina 1985 – 1996
Collections and acquisitions of public libraries in 1985 – 1996
- 7.14 Yleisten kirjastojen lainaajat ja lainat vuosina 1985 – 1996
Public library borrowers and lendings in 1985 – 1996
- 7.15 Yleisten kirjastojen aineistomenot vuosina 1980 ja 1985 – 1996
Public libraries: materials expenses in 1980 and 1985 – 1996
- 7.16 Kirjojen lukeminen vuosina 1992, 1994 ja 1996
Book readership in 1992, 1994 and 1996

Kuviot – Figures

- 7.1 Julkaistu kauno- ja tietokirjallisuus 1980 – 1996
Published fiction and non-fiction books in 1980 – 1996
- 7.2 Julkaistu kotimainen, käännös- ja vieraskielinen kirjallisuus 1980 – 1996
Published Finnish, translated and foreign language books in 1980 – 1996
- 7.3 Kappalemääräinen kirjamyynä kirjallisuuslajeittain vuosina 1985 – 1996
Book sales by type of literature in 1985 – 1996
- 7.4 Kirjastojen kokoelmat ja hankinnat vuosina 1985 – 1996
Collections and acquisitions of public libraries in 1985 – 1996
- 7.5 Kirjastojen lainaajat ja kotilainat asukasta kohden vuosina 1980–1996
Number of library borrowers and lendings per inhabitant in 1980 – 1996

7.1 Julkaistu kotimainen, käännös- ja muunkielinen kirjallisuus vuosina 1980, 1985 – 1996*
*Finnish, translated and books in other languages published in 1980, 1985 – 1996**

Vuosi Year	Kotimainen kirjallisuus Finnish books				Käännöskirjallisuus Translated books				Muunkieliset teokset Other languages		Yhteensä Total		Näistä ensi- painoksia First editions
	Suomen kielinen** Finnish language*	Ruotsin- kielinen Swedish language*	Yhteensä Total	% kaikista % of all titles	Suomen- noksia Into Finnish	Ruotsin- noksia Into Swedish	Yhteensä Total	% kaikista % of all titles	Yhteensä Total	% kaikista % of all titles	Kpl No.	%	
	Nimikkeitä No. of titles				Nimikkeitä No. of titles				Nimikkeitä No. of titles				
1980	4 387	342	4 729	72,6	959	56	1 015	15,6	767	11,8	6 511	100,0	6 294
1985	6 181	474	6 655	74,5	906	89	995	11,1	1 280	14,3	8 930	100,0	8 358
1986	6 183	446	6 629	76,2	996	97	1 093	12,6	972	11,2	8 694	100,0	7 978
1987	6 320	450	6 770	74,3	971	78	1 049	11,5	1 287	14,1	9 106	100,0	8 397
1988	7 016	523	7 539	72,6	1 458	134	1 592	15,3	1 255	12,1	10 386	100,0	9 585
1989	6 615	463	7 078	70,1	1 420	107	1 527	15,1	1 492	14,8	10 097	100,0	9 365
1990	6 512	598	7 110	70,0	1 562	111	1 673	16,5	1 370	13,5	10 153	100,0	9 482
1991	6 784	525	7 309	65,2	1 976	112	2 088	18,6	1 811	16,2	11 208	100,0	10 439
1992	6 838	494	7 332	66,5	1 872	94	1 966	17,8	1 735	15,7	11 033	100,0	10 189
1993	7 538	479	8 017	68,0	1 725	116	1 841	15,6	1 927	16,4	11 785	100,0	10 980
1994	8 041	534	8 575	69,2	1 743	112	1 855	15,0	1 962	15,8	12 392	100,0	11 705
1995	8 669	605	9 274	68,7	1 857	109	1 966	14,6	2 254	16,7	13 494	100,0	12 723
1996	8 300	555	8 854	67,6	1 805	111	1 916	14,6	2 333	17,8	13 103	100,0	12 326

* Tilastointi perustuu kansallisbibliografian Suomen kirjallisuusalanimukaisen osaston aineistoon. Tilastoinnissa on noudatettu Unescon suositusta ks. Unescon tilastollinen vuosikirja. Myös pienpainatteen (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, bibliographical department

7.2 Tieto- ja kaunokirjallisuuden sekä koulu- ja lastenkirjojen nimikemäärät vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996*
*Non-fiction, fiction, schoolbooks and children's books: total number of titles in 1980, 1985 and 1990 – 1996**

Vuosi Year	Tietokirjallisuus Non-fiction		Kaunokirjallisuus** Fiction**		Yhteensä Total		Tästä – Out of which		Lasten kirjoja Children's books	
	Kpl No	%	Kpl No	%	Kpl No	%	Koulukirjoja Schoolbooks		Kpl No	%
<i>Pienpainatteet (5–48 sivua) – Small publications (5–48 pages)</i>										
1980	1 446	92,3	120	7,7	1 566	100,0	75	4,8	115	7,3
1985	2 051	93,7	137	6,3	2 188	100,0	57	2,6	108	4,9
1990 ***	2 241	87,7	314	12,3	2 659	100,0	57	2,1	379	14,3
1991	2 581	87,6	366	12,4	2 947	100,0	49	1,7	497	16,9
1992	2 405	85,7	400	14,3	2 805	100,0	36	1,3	496	17,7
1993	2 713	88,5	352	11,5	3 065	100,0	34	1,1	439	14,3
1994	2 671	87,3	390	12,7	3 061	100,0	33	1,1	429	14,0
1995	3 083	88,5	400	11,5	3 483	100,0	44	1,3	456	13,1
1996	3 062	89,2	371	10,8	3 433	100,0	62	1,8	502	14,6
<i>Kirjat (yli 48 sivua) – Books (more than 48 pages)</i>										
1980	4 144	83,8	801	16,2	4 945	100,0	456	9,2	113	2,3
1985	5 796	86,0	946	14,0	6 742	100,0	635	9,4	182	2,7
1990 ***	5 910	81,6	1 334	18,4	7 494	100,0	558	7,4	280	3,7
1991	6 704	81,2	1 557	18,8	8 261	100,0	541	6,5	396	4,8
1992	6 867	83,5	1 361	16,5	8 228	100,0	462	5,6	367	4,5
1993	7 395	84,8	1 325	15,2	8 720	100,0	365	4,2	344	3,9
1994	8 064	85,1	1 414	14,9	9 478	100,0	461	4,9	364	3,8
1995	8 529	85,2	1 482	14,8	10 011	100,0	508	5,1	381	3,8
1996	8 208	84,9	1 463	15,1	9 671	100,0	450	4,7	341	3,5
<i>Yhteensä – Total</i>										
1980	5 590	85,9	921	14,1	6 511	100,0	531	8,2	228	3,5
1985	7 847	87,9	1 083	12,1	8 930	100,0	692	7,7	290	3,2
1990 ***	8 505	83,8	1 648	16,2	10 153	100,0	615	6,1	659	6,5
1991	9 285	82,8	1 923	17,2	11 208	100,0	590	5,3	893	8,0
1992	9 272	84,0	1 761	16,0	11 033	100,0	498	4,5	863	7,8
1993	10 108	85,8	1 677	14,2	11 785	100,0	399	3,4	783	6,6
1994	10 735	85,6	1 804	14,4	12 539	100,0	494	3,9	793	6,3
1995	11 612	86,0	1 884	14,0	13 496	100,0	552	4,1	837	6,2
1996	11 270	86,0	1 834	14,0	13 104	100,0	512	3,9	843	6,4

* Tilastointi perustuu kansallisbibliografian Suomen kirjallisuusalanmukaisen osaston aineistoon. Tilastoinnissa on noudatettu Unescon suositusta, 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, ja lasten- ja nuortenkirjallisuuden sekä runouden.
Fiction includes prose, children's books, juvenile books and poetry.

*** Vuonna 1990 tieto kirjallisuuslajista puuttuu 250 kirjalta ja 104 pienpainatteelta. Nämä luvut sisältyvät kuitenkin kirjojen ja pienpainatteiden kokonaismääriin. Prosenttiosuuden on laskettu kirjoista ja pienpainatteista, joiden kirjallisuuslaji tiedetään.

Lähteet: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto.
Sources: Helsinki University Library, bibliographical department.

7.3 Suomessa julkaistu kirjallisuus aihealueittain vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996*
*Total number of books published in Finland under different categories in 1980, 1985 and 1990 – 1996**

Aihealue Category	1980	1985	1990	1991	1992	1993
	Nimikkeitä No. of titles					
Yleisteokset – General interest	297	329	307	335	291	319
Filosofia, psykologia – Philosophy, psychology	165	191	165	189	181	245
Uskonto – Religion	365	360	286	339	456	319
Sosiologia, tilasto – Sociology, statistics	212	233	176	219	208	230
Politiikka, kansantalous – Politics, national economy	564	795	776	943	888	874
Oikeus, julkinen hallinto – Law, public administration	447	625	735	813	816	895
Sotataito ja -tiede – Warfare, military science	69	61	68	94	61	92
Kasvatus – Education	381	533	539	617	551	656
Kansatiede, kansanrunous – Ethnology, folklore	76	98	65	80	79	115
Kielitiede – Linguistics	264	347	219	394	403	346
Matematiikka – Mathematics	180	257	840	241	184	207
Luonnontieteet – Natural sciences	507	683	422	905	896	901
Lääketiede – Medicine	351	415	1 041	524	558	615
Insinööritieteet, tekniikka, teollisuus Engineering, technology, industry	614	1 053	297	1 113	1 204	1 398
Maa- ja metsätalous – Agriculture and forestry	204	433	117	374	351	389
Kotitalous – Household management	83	121	453	111	135	155
Liiketalous, liikenne – Business economics, transport	217	403	544	538	526	639
Arkkitehtuuri, taide – Architecture, art	198	330	115	625	628	664
Pelit, urheilu – Games, sport	54	98	368	129	133	130
Kirjallisuuden historia – History of literature	35	46	59	56	55	61
Kaunokirjallisuus – Literature	921	1 083	1 648	1 923	1 761	1 677
Maantiede, matkailu – Geography, travel	79	111	87	110	130	105
Historia, elämäkerrat – History, biographies	228	325	472	536	538	753
Luokittelematta** – Unclassified**	–	–	354	–	–	–
Yhteensä – Total	6 511	8 930	10 153	11 208	11 033	11 785

* Sisältää myös nk. pienpainatteet. – Includes small publications

** Vuodesta 1990 tiedot tuotettu Fennica CD-ROM levyllä. Vuoden 1990 levyllä 354 nimikettä, joiden luokitus puuttuu.
 As from 1990 the data have provided on CD-ROM. The disk for 1990 contains 354 titles for which no classification data are given.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto
 Source: Helsinki University Library, bibliographical department

Jatkuu – Continued

7.3 Jatkuu
Continued

Aihealue Category	1994	1995	1996			Tästä – Of which		
			Pien- painatteen (5–48 sivua) Small publications (5–48 pages)	Kirjat (yli 48 sivua) Books (over 48 pages)	Yhteensä Total	Suomen- kielisiä Finnish- language	Ruotsin- kielisiä Swedish- language	Muun kielisiä Other language
	Nimikkeitä No. of titles							
Yleistökset – General interest	320	315	94	231	325	253	33	39
Filosofia, psykologia – Philosophy, psychology	230	266	22	218	240	214	3	23
Uskonto – Religion	341	390	57	298	355	309	19	27
Sosiologia, tilasto – Sociology, statistics	236	234	40	205	245	184	12	49
Politiikka, kansantalous – Politics, national economy	996	1 026	326	645	971	697	45	229
Oikeus, julkinen hallinto – Law, public administration	956	952	274	664	938	813	49	76
Sotataito ja -tiede – Warfare, military science	111	108	19	90	109	99	3	7
Kasvatus – Education	660	975	350	478	828	638	100	90
Kansatiede, kansanrunous – Ethnology, folklore	107	90	17	81	98	78	4	16
Kielitiede – Linguistics	405	438	23	388	411	210	55	146
Matematiikka – Mathematics	221	239	141	147	288	148	12	128
Luonnontieteet – Natural sciences	988	973	272	655	927	493	26	408
Lääketiede – Medicine	588	669	189	557	746	493	20	233
Insinööritieteet, tekniikka, teollisuus Engineering, technology, industry	1 306	1 477	449	927	1 376	981	23	372
Maa- ja metsätalous – Agriculture and forestry	399	460	149	316	465	383	15	67
Kotitalous – Household management	145	137	33	124	157	136	16	5
Liiketalous, liikenne – Business economics, transport	729	794	183	550	733	580	27	126
Arkkitehtuuri, taide – Architecture, art	665	719	225	456	681	590	30	61
Pelit, urheilu – Games, sport	163	151	103	23	126	111	8	7
Kirjallisuuden historia – History of literature	57	65	62	2	64	51	4	9
Kaunokirjallisuus – Literature	1 804	1 882	1 463	371	1 834	1 757	65	12
Maantiede, matkailu – Geography, travel	109	91	91	14	105	78	9	18
Historia, elämäkerrat – History, biographies	1 003	1 043	922	160	1 082	809	88	185
Luokittelematta** – Unclassified**	–	–	–	–	–	–	–	–
Yhteensä – Total	12 539	13 494	5 504	7 600	13 104	10 105	666	2 333

7.4 Suomessa julkaistu käännöskirjallisuus alkuperäkielen mukaan vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996 Translated books published in Finland in 1980, 1985 and 1990 – 1996 by source language

Alkuperäiskieli Source language	1980		1985		1990		1991		1992	
	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%
Käännökset suomen kielelle – Translations into Finnish										
Englanti – English	447	46,6	520	57,4	940	60,1	1 277	64,6	1 138	60,8
Ruotsi – Swedish	167	17,4	124	13,7	184	11,8	198	10,0	222	11,9
Saksa – German	84	8,8	96	10,6	128	8,2	161	8,1	146	7,8
Ranska – French	48	5,0	43	4,7	92	5,9	104	5,3	119	6,4
Tanska – Danish	21	2,2	10	1,1	30	1,9	18	0,9	26	1,4
Venäjä – Russian	47	4,9	26	2,9	40	2,6	36	1,8	24	1,3
Norja – Norwegian	26	2,7	22	2,4	34	2,2	35	1,8	18	1,0
Italia – Italian	16	1,7	11	1,2	28	1,8	35	1,8	62	3,3
Espanja – Spanish	3	0,3	6	0,7	20	1,3	26	1,3	21	1,1
Muut* – Others*	100	10,4	48	5,3	67	4,3	86	4,4	96	5,1
Yhteensä – Total	959	100,0	906	100,0	1 563	100,0	1 976	100,0	1 872	100,0
Käännökset ruotsin kielelle – Translations into Swedish										
Suomi – Finnish	51	91,1	86	96,6	103	92,8	101	90,2	82	87,2
Englanti – English	1	1,8	2	2,2	2	1,8	4	3,6	8	8,5
Muut* – Others*	4	7,1	1	1,1	6	5,4	7	6,3	4	4,3
Yhteensä – Total	56	100,0	89	100,0	111	100,0	112	100,0	94	100,0

7.4 Jatkuu Continued

Alkuperäiskieli Source language	1993		1994		1995		1996	
	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%
Käännökset suomen kielelle – Translation into Finnish								
Englanti – English	1 057	61,3	1 041	59,7	1 196	64,4	1 178	65,3
Ruotsi – Swedish	189	11,0	234	13,4	213	11,5	222	12,3
Saksa – German	136	7,9	131	7,5	135	7,3	108	6,0
Ranska – French	123	7,1	127	7,3	105	5,7	105	5,8
Tanska – Danish	19	1,1	29	1,7	29	1,6	25	1,4
Venäjä – Russian	18	1,0	22	1,3	20	1,1	24	1,3
Norja – Norwegian	14	0,8	16	0,9	22	1,2	15	0,8
Italia – Italian	46	2,7	39	2,2	40	2,2	35	1,9
Espanja – Spanish	16	0,9	13	0,7	16	0,9	17	0,9
Muut* – Others*	107	6,2	91	5,2	81	4,4	76	4,2
Yhteensä – Total	1 725	100,0	1 743	100,0	1 857	100,0	1 805	100,0
Käännökset ruotsin kielelle – Translations into Swedish								
Suomi – Finnish	104	89,7	95	84,8	105	96,3	104	93,7
Englanti – English	5	4,3	4	3,6	1	0,9	2	1,8
Muut* – Others*	7	6,0	13	11,6	3	2,8	5	4,5
Yhteensä – Total	116	100,0	112	100,0	109	100,0	111	100,0

* Sisältää myös käännökset useasta eri kielestä. – Includes translations from several languages.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto
Source: Helsinki University Library, bibliographical department

7.5 Kirjojen nimiketuotanto kirjallisuuslajeittain vuosina 1985, 1990 – 1996*
Titles produced in Finland in 1985, 1990 – 1996 by type of literature*

Kirjallisuuden laji Type of literature	1985		1990		1991		1992	
	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%
Kotimainen kaunokirjallisuus – Finnish fiction								
Proosa – Prose	392	7,9	365	6,0	383	6,8	319	6,1
Lasten kirjat – Children's books	141	2,8	164	2,7	157	2,8	168	3,2
Nuorten kirjat – Juvenile books	83	1,7	118	2,0	134	2,4	97	1,8
Käännetty kaunokirjallisuus – Translated fiction								
Proosa – Prose	471	9,4	621	10,3	480	8,5	525	10,0
Lasten kirjat – Children's books	362	7,3	415	6,9	449	7,9	389	7,4
Nuorten kirjat – Juvenile books	125	2,5	140	2,3	140	2,5	120	2,3
Runous, näytelmät – Poetry, plays	95	1,9	148	2,5	114	2,0	103	2,0
Tietokirjat – Non-fiction	1371	27,5	1 832	30,4	1 653	29,2	1 655	31,4
Suurteokset – Encyclopedic, reference	52	1,0	138	2,3	160	2,8	140	2,7
Peruskoulukirjat – Schoolbooks for primary school	1063	21,3	1 049	17,4	1 102	19,4	795	15,1
Muut koulukirjat – Other schoolbooks	834	16,7	1 044	17,3	897	15,8	954	18,1
Yhteensä – Total	4 989	100,0	6 034	100,0	5 669	100,0	5 265	100,0
Uutuuskien osuus nimiketuotannosta % Proportion of new titles as % of total production	53,2		51,6		52,2		54,6	

7.5 Jatkuu
Continued

Kirjallisuuden laji Type of literature	1993		1994		1995		1996	
	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%	Kpl No.	%
Kotimainen kaunokirjallisuus – Finnish fiction								
Proosa – Prose	312	6,2	391	6,8	415	6,5	397	5,9
Lasten kirjat – Children's books	128	2,5	113	2,0	139	2,2	136	2,0
Nuorten kirjat – Juvenile books	85	1,7	97	1,7	109	1,7	132	2,0
Käännetty kaunokirjallisuus – Translated fiction								
Proosa – Prose	486	9,6	498	8,7	520	8,2	563	8,4
Lasten kirjat – Children's books	418	8,3	438	7,7	595	9,4	747	11,2
Nuorten kirjat – Juvenile books	149	2,9	148	2,6	122	1,9	83	1,2
Runous, näytelmät – Poetry, plays	85	1,7	154	2,7	157	2,5	156	2,3
Tietokirjat – Non-fiction	1 673	33,1	1 819	31,8	1 960	30,9	1 975	29,5
Suurteokset – Encyclopedic, reference	153	3,0	182	3,2	143	2,3	130	1,9
Peruskoulukirjat – Schoolbooks for primary school	756	14,9	941	16,5	1 014	16,0	1 165	17,4
Muut koulukirjat – Other schoolbooks	813	16,1	931	16,3	1 170	18,4	1 206	18,0
Yhteensä – Total	5 058	100,0	5 712	100,0	6 344	100,0	6 690**	100,0
Uutuuskien osuus nimiketuotannosta % Proportion of new titles as % of total production	54,4		52,8		53,6		53,8	

* Suomen Kustannusyhdistysen jäsenkustantajien ilmoittama tuotanto. Vuonna 1996 SKY:n jäsenkustantajien osuus kaikista julkaistuista nimikkeistä oli 54 % ja sekä markka- että kappalemääräisestä myynnistä noin 90 %. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. Vuonna 1996 eri kysymyksiin vastanneiden määrä vaihteli 70 ja 75 välillä.
Sales reported by members of the Finnish Book Publishers' Association. The figures for different years are not fully comparable as the number of respondents has varied from year to year. In 1996 responses came in from about 70 members.

** Niistä ensipainoksia 3 597 ja uusia painoksia 3 093 vuonna 1996.
Of which 3 597 titles were first editions and 3 093 re-editions.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys ry: Kirjojen tuotantotilasto. Eri vuosina
Source: The Finnish Book Publishers' Association

7.6 Kirjojen kappalemääräinen myynti kirjallisuuslajeittain vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996*
Book sales by type of literature in 1980, 1985 and 1990 – 1996*

Kirjallisuuden laji <i>Type of literature</i>	1980		1985		1990		1991		1992	
	1 000 kpl <i>thousand copies</i>	%	1 000 kpl <i>thousand copies</i>	%	1 000 kpl <i>thousand copies</i>	%	1 000 kpl <i>thousand copies</i>	%	1 000 kpl <i>thousand copies</i>	%
Kaunokirjallisuus – <i>Fiction</i>	3 039	13,1	4 429	21,6	4 247	17,0	4 729	20,2	4 328	18,0
Lasten ja nuorten kirjat – <i>Children's and juvenile books</i>	3 630	15,7	2 194	10,7	3 430	13,7	2 632	11,2	3 970	16,5
Suurteokset – <i>Encyclopedic, reference, etc.</i>	3 718	16,0	841	4,1	865	3,5	1 124	4,8	1 045	4,3
Tietokirjat – <i>Non-Fiction</i>			2 986	14,6	4 212	16,9	5 532	23,6	6 517	27,1
Peruskoulukirjat – <i>Schoolbooks for primary school</i>	9 193	39,6	7 482	36,5	7 006	28,0	6 764	28,9	5 243	21,8
Muut koulu- ja kurssikirjat – <i>Other schoolbooks and textbooks</i>	2 404	10,4	2 559	12,5	2 423	9,7	2 613	11,2	2 549	10,6
Muut – <i>Others</i>	1 209	5,2	–	–	2 796	11,2	29	0,1	388	1,6
Yhteensä – Total	23 193	100,0	20 491	100,0	24 980	100,0	23 423	100,0	24 040	100,0

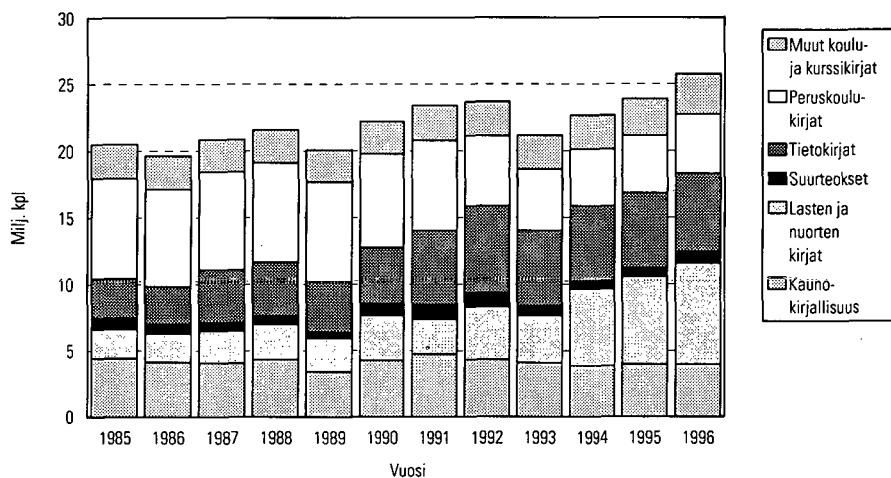
7.6 Jatkuu
Continued

Kirjallisuuden laji <i>Type of literature</i>	1993		1994		1995		1996	
	1 000 kpl <i>thousand copies</i>	%	1 000 kpl <i>thousand copies</i>	%	1 000 kpl <i>thousand copies</i>	%	1 000 kpl <i>thousand copies</i>	%
Kaunokirjallisuus – <i>Fiction</i>	4 090	19,2	3 861	17,1	3 987	16,7	3 977	15,4
Lasten ja nuorten kirjat – <i>Children's and juvenile books</i>	3 545	16,6	5 755	25,4	6 571	27,5	7 574	29,3
Suurteokset – <i>Encyclopedic, reference, etc.</i>	750	3,5	639	2,8	670	2,8	885	3,4
Tietokirjat – <i>Non-Fiction</i>	5 639	26,4	5 614	24,8	5 608	23,5	5 862	22,7
Peruskoulukirjat – <i>Schoolbooks for primary school</i>	4 599	21,6	4 215	18,6	4 287	18,0	4 410	17,0
Muut koulu- ja kurssikirjat – <i>Other schoolbooks and textbooks</i>	2 499	11,7	2 540	11,2	2 743	11,5	3 010	11,6
Muut – <i>Others</i>	201	0,9	–	–	–	–	168	0,6
Yhteensä – Total	21 323	100,0	22 624	100,0	23 866	100,0	25 886	100,1

* Suomen Kustannusyhdistysen jäsenkustantajien ilmoittama myynti. Vuonna 1996 SKY:n jäsenkustantajien osuus kaikista julkaistuista nimikkeistä oli 54 % ja sekä markka- että kappalemääräisestä myynnistä noin 90 %. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. Vuonna 1996 eri kysymyksiin vastanneiden määrä vaihteli 70 ja 75 välillä. Sales reported by members of the Finnish Book Publishers' Association. The figures for different years are not fully comparable as the number of respondents has varied from year to year. In 1996 responses came in from about 70 members.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys: Kirjojen tuotantotilasto, eri vuosina
Source: The Finnish Book Publishers' Association

Kuvio 7.3 Kappalemääräinen kirjamyynä kirjallisuustilalaittain vuosina 1985 – 1996
Figure 7.3 Book sales by type of literature in 1985 – 1996



Lähde: Taulukko 7.6

7.7 Kirjojen markkamääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1996*
Value of book sales by type of literature in 1980, 1985 and 1990 – 1996*

Kirjallisuuden laji Type of literature	1980		1985		1990		1991		1992	
	Milj.mk FIM million	%	Milj.mk FIM million	%	Milj.mk FIM million	%	Milj.mk FIM million	%	Milj.mk FIM million	%
Kaunokirjat – Fiction	70	13,8	151	19,3	197	16,4	200	16,3	190	15,3
Lasten ja nuorten kirjat – Children's and juvenile books	35	6,9	45	5,8	77	6,4	72	5,9	79	6,4
Suurteokset – Encyclopedic, reference, etc.	184	36,4	122	15,6	175	14,6	206	16,7	223	17,9
Tietokirjat – Non-Fiction			158	20,2	290	24,2	372	30,2	407	32,7
Peruskoulukirjat – Schoolbooks for primary school	119	23,5	179	22,9	230	19,2	244	19,8	205	16,5
Muut koulu- ja kurssikirjat – Other schoolbooks and textbooks	43	8,5	85	10,9	113	9,4	132	10,7	140	11,3
Muut – Others	56	11,1	41	5,2	119	9,9	–	–	–	–
Yhteensä – Total	506	100,0	781	100,0	1 200	100,0	1 230	100,0	1 244	100,0

7.7 Jatkuu
Continued

Kirjallisuuden laji Type of literature	1993		1994		1995		1996	
	Milj.mk FIM million	%	Milj.mk FIM million	%	Milj.mk FIM million	%	Milj.mk FIM million	%
Kaunokirjat – Fiction	179	15,4	186	14,5	222	16,4	226	16,0
Lasten ja nuorten kirjat – Children's and juvenile books	71	6,1	149	11,6	164	12,1	160	11,3
Suurteokset – Encyclopedic, reference, etc.	173	14,8	149	11,6	151	11,1	137	9,7
Tietokirjat – Non-Fiction	427	36,7	463	36,1	447	32,9	458	32,4
Peruskoulukirjat – Schoolbooks for primary school	181	15,5	181	14,1	196	14,4	218	15,4
Muut koulu- ja kurssikirjat – Other schoolbooks and textbooks	134	11,5	155	12,1	177	13,0	195	13,8
Muut – Others	–	–	–	–	–	–	20	1,4
Yhteensä – Total	1 165	100,0	1 283	100,0	1 357	100,0	1 415	100,0

* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien ilmoittama myynti. Vuonna 1996 SKY:n jäsenkustantajien osuus kaikista julkaistuista nimikkeistä oli 54 % ja sekä markka- että kappalemääräisestä myynnistä noin 90 %. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. Vuonna 1996 eri kysymyksiin vastanneiden määrä vaihteli 70 ja 75 välillä. Sales reported by members of the Finnish Book Publishers' Association. The figures for different years are not fully comparable as the number of respondents has varied from year to year. In 1996 responses came in from about 70 members.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys ry: Kirjojen tuotantotilasto, eri vuosina
Source: The Finnish Book Publisher's Association

7.8 Suomessa kustannetun kirjallisuuden myynti kanavittain 1995 – 1996 Marketing channels of books published in Finland 1995 – 1996

Myyntikanava Marketing channel	Nettomyynti Net sales			
	1995		1996	
	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%
Kirjakaupat – Bookshops	388 810	28,7	402 702	28,5
Kirjavälitys Oy – Kirjavälitys (wholesale dealer)	146 707	10,8	149 223	10,5
Muut tukkuliikkeet – Other wholesale dealers	135 743	10,0	182 658	12,9
Osamaksuymynti – Hire purchase	147 542	10,9	120 410	8,5
Muut kanavat – Other channels	516 096	38,1	538 780	38,1
Erittelemättä – Not specified	21 439	1,6	20 879	1,5
Yhteensä – Total	1 356 337	100,0	1 414 652	100,0

* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien ilmoittama myynti. Vuonna 1996 SKY:n jäsenkustantajien osuus kaikista julkaistuista nimikkeistä oli 54 % ja sekä markka- että kappalemääräisestä myynnistä noin 90 %. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. Vuonna 1996 eri kysymyksiin vastanneiden määrä vaihteli 70 ja 75 välillä.
Sales reported by members of the Finnish Book Publishers' Association. The figures for different years are not fully comparable as the number of respondents has varied from year to year. In 1996 responses came in from about 70 members.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys ry; Kirjojen tuotantotilasto, eri vuosina
Source: The Finnish Book Publishers' Association

7.9 Kirjakauppojen, Rautakirjan kioskien ja antikvariaattien määrä vuosina 1980 – 1995 Number of bookshops, Rautakirja kiosks and second-hand bookshops in 1980 – 1995

Vuosi Year	Kirjakauppoja* Bookshops*	Rautakirjankioskeja Rautakirja kiosks	Antikvariaatteja Second-hand bookshops
1980	474	622	161
1982	468	694	153
1984	504	796	165
1986	481	840	189
1988	484	823**	215
1989	478	844	210
1990	483	850	229
1991	462	825	218
1992	431	785	220
1993	413	763	200
1994	406	750	192
1995	402	759	189

* Lisäksi kaupan keskusliikkeiden tavarataloissa on runsaasti kirjaosastoja paperiosastojen yhteydessä. Kirjaosastojen määrä ja laajuus saattaa vaihdella huomattavasti.

In addition, there are a lot of book sections (linked to stationery sections) in the department stores of the central distributors. The number and scope of the book sections may vary considerably.

** 1988 Rautakirjan kioskien tilastointi muuttunut, muut myymälät (esim. videopisteet) eivät sisälly kioskien lukumäärään. – In 1988 the way in which the statistics on Rautakirja kiosks are compiled changed; the total number of Rautakirja kiosks no longer includes other stores (such as video centres).

Lähteet: Rautakirja Oy; Tilastokeskus, Yritysrekisteri
Sources: Rautakirja Oy; Statistics Finland, Business Register

7.10 Kirjakerhot vuonna 1997 Book clubs in 1997

Kerho <i>Book club</i>	Perustettu <i>Established</i>	Omistaja <i>Main shareholders</i>	Jäseniä <i>Members</i>	Myynti 1996 Milj. mk <i>Sales FIM million</i>
Suuri Suomalainen Kirjakerho	1969	WSOY 40 %, Otava 40 % Yhtyneet Kuvalehdet 20 %	229 579	120
Uudet kirjat	1980	WSOY	110 000	48
Johanna	1971	WSOY	50 000	22
Lasten Parhaat Kirjat	1987	AB Bonnierföretagen (Ruotsi – Sweden)	40 000	..
Lasten Oma Kirjakerho	1975	Helsinki Media (Sanoma-konserni)	50 000	..
Merkurius Tietokerho	1995	Helsinki Media (Sanoma-konserni)	20 000	..
Barbie Kirjakerho	1995	Helsinki Media (Sanoma-konserni)	17 000	..

Lähde: Kirjakerhojen omat ilmoitukset
Source: Reports of book clubs

Muokattu – Processed

7.11 Suurimpien kirjankustantajien nettomyynti vuonna 1995 Biggest book publishers: net sales in 1995

Kustantamo <i>Publisher</i>	Kirjojen myynti <i>Book sales</i> Milj.mk <i>FIM million</i>	Kirjojen myynti/liikevaihto* <i>Book sales/turnover*</i> %
WSOY	575	50
Otava	177	44
Valitut Palat – Reader's Digest	153	58
Helsinki Media	82	8
Gummerus	75	48
Tammi/Bonnier	73	92

*Arvioita – Estimates.

Kustantajien nettomyynti ilman ALV:tä – Net sales at distributor level without VAT.

Lähteet: Suomen Kustannusyhdistys
Yritysten toimintakertomukset ja omat ilmoitukset
Sources: The Finnish Book Publishers' Association
Company annual reports and other company sources

Muokattu – Processed

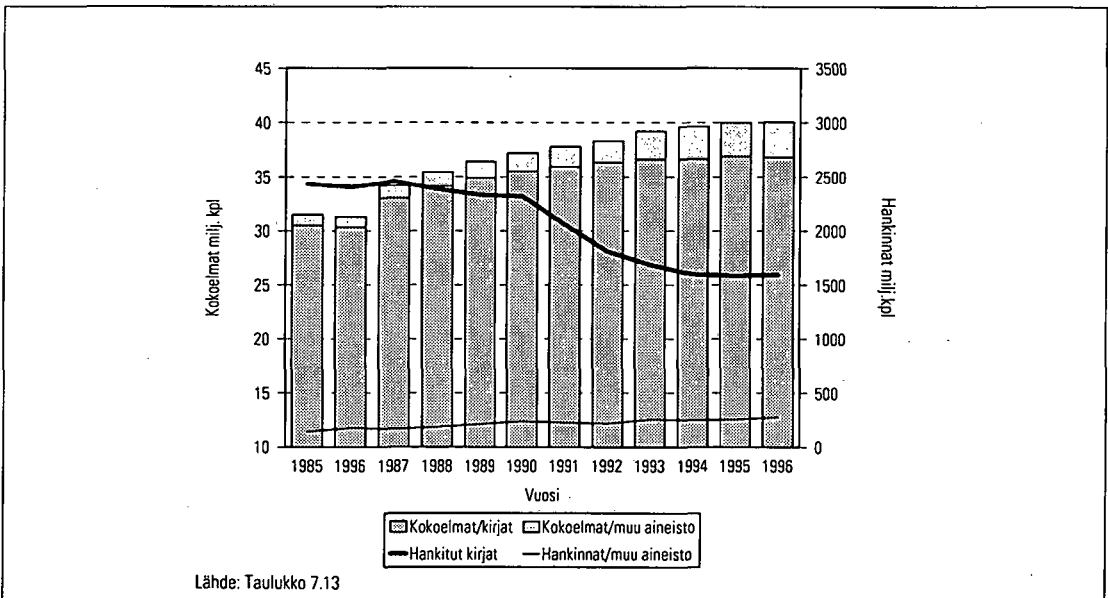
7.12 Yleisten kirjastojen pää-, sivu- ja laitoskirjastot sekä kirjastoautot vuosina 1980, 1985 – 1996
Main libraries, branch libraries, institutional libraries and mobile libraries in 1980, 1985 – 1996

Vuosi Year	Pääkirjastoja Main libraries	Sivukirjastoja Branch libraries	Laitoskirjastoja Institutional libraries	Yhteensä Total	Kirjastoautoja/veneitä Mobile libraries
1980	464		1 144	1 608	219
1985	461		1 083	1 544	234
1986	461	877	205	1 543	234
1987	461	623	205	1 289	235
1988	461	563	204	1 228	233
1989	460	535	203	1 198	231
1990*	444	510	197	1 151	232
1991	444	486	195	1 125	234
1992	444	469	194	1 107	232
1993	..	..	..	1 025	222
1994	..	..	..	998	220
1995	..	..	..	985	215
1996	439	437	130	1 006	214

* Vuodesta 1990 lähtien Ahvenanmaan maakunta ei mukana tilastossa. – The province of Åland not included in the statistics from 1990 on wards.

Lähteet: Opetusministeriö: Kirjastot eri vuosina
Sources: Ministry of Education: Libraries

Kuvio 7.4 Kirjastojen kokoelmat ja hankinnat vuosina 1985 – 1996
Figure 7.4 Collections and acquisitions of public libraries in 1985 – 1996



7.13 Yleisten kirjastojen aineistot ja aineistohankinnat vuosina 1985 – 1996*
*Collections and acquisitions of public libraries in 1985 – 1996**

Vuosi Year	Aineisto ** – Collections **			Hankinnat – Acquisitions		
	Kirjat Books	Muu aineisto Other material	Yhteensä Total	Kirjat Books	Muu aineisto Other material	Yhteensä Total
	1 000 kpl – '000					
1985	30 469	989	31 548	2 434	142	2 576
1986	30 330	963	31 293	2 404	178	2 582
1987	33 003	1 167	34 170	2 457	170	2 626
1988	34 106	1 322	35 428	2 383	186	2 569
1989	34 902	1 488	36 390	2 329	212	2 541
1990	35 502	1 677	37 179	2 318	238	2 556
1991	35 938	1 846	37 784	2 056	228	2 285
1992	36 308	2 023	38 331	1 808	218	2 026
1993	36 611	2 582	39 193	1 686	257	1 943
1994	36 629	3 029	39 658	1 596	251	1 847
1995	36 882	3 119	40 001	1 584	256	1 840
1996	36 835	3 242	39 998	1 593	277	1 871

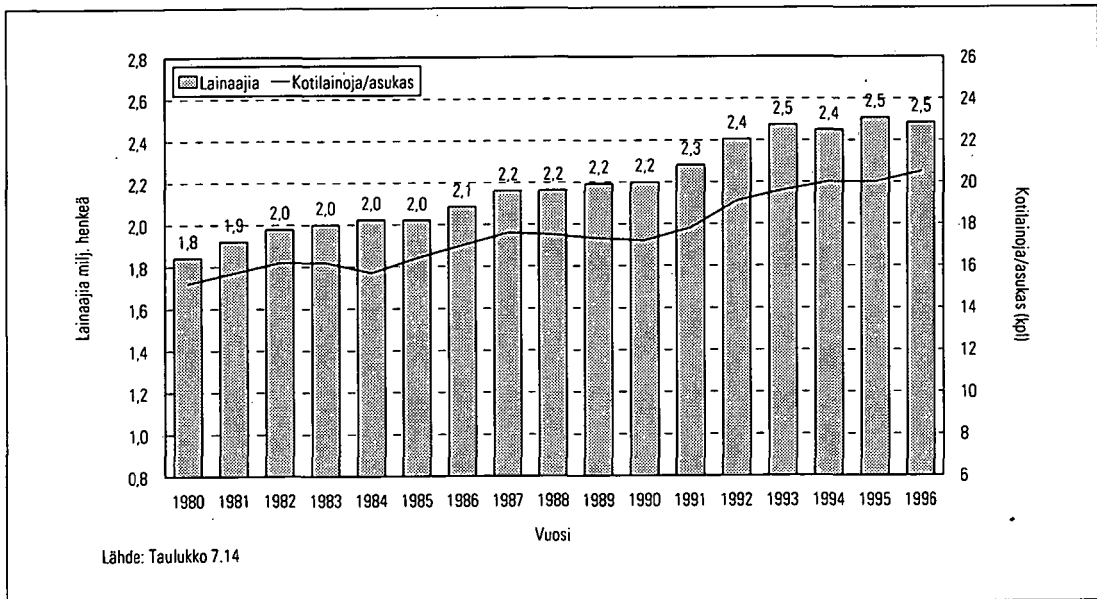
* Vuodesta 1990 Ahvenanmaan maakunta ei mukana luvuissa. – From 1990 onwards the province of Åland not included

**Vuoden lopussa – At the end of year

Lähde: Opetusministeriö: Kirjastot, eri vuosina
 Source: Ministry of Education: Libraries

Muokattu –Processed

Kuvio 7.5 Kirjastojen lainaajat ja kotilainat asukasta kohden vuosina 1980–1996
 Figure 7.5 Number of library borrowers and lendings per inhabitant in 1980 – 1996



7.14 Yleisten kirjastojen lainaajat ja lainat vuosina 1985 – 1996*
Public library borrowers and lendings in 1985 – 1996*

Vuosi Year	Lainaajia Borrowers	% väestöstä % of the population	Kotilainoja – Lendings *		Saadut kaukolainat ** Received inter library loans **	Yhteensä Total	Asukasta kohti Per inhabitant	Lainaajaa kohti Per borrower
			Josta – Of which	Muuta aineistoa Other material				
	1 000 henk. '000 persons		1 000 kpl '000				Kpl No.	Kpl No.
1985	2 021	41,2	78 226	2 115	93	80 434	16,4	39,8
1986	2 084	42,4	80 555	3 023	94	83 672	17,0	40,1
1987	2 162	43,8	80 389	6 598	96	87 082	17,7	40,3
1988	2 162	43,7	78 669	7 912	107	86 688	17,5	40,1
1989	2 191	44,1	76 710	9 279	118	86 107	17,3	39,3
1990	2 199	44,1	75 085	10 630	131	85 845	17,2	39,0
1991	2 281	45,5	76 023	13 217	152	89 392	17,8	39,2
1992	2 405	47,7	80 806	15 582	164	96 552	19,1	40,2
1993	2 473	48,8	82 228	16 693	155	99 075	19,6	40,1
1994	2 488	48,9	84 066	17 792	152	102 010	20,0	41,0
1995	2 507	49,1	81 634	20 264	166	102 064	20,0	40,7
1996	2 484	48,4	82 892	21 277	191	104 408	20,3	42,0

* Vuodesta 1990 Ahvenanmaan maakunta ei mukana luvuissa. – From 1990 onwards the province of Åland not included.

** Sisältää kaukolainatut kirjat ja muun aineiston. – Includes books and other material loaned from other libraries.

Lähde: Opetusministeriö: Kirjastot, eri vuosina
Source: Ministry of Education: Libraries

Muokattu –Processed

7.15 Yleisten kirjastojen aineistomenot vuosina 1980 ja 1985 – 1996
Public libraries: materials expenses in 1980 and 1985 – 1996

Vuosi Year	Kirjallisuuden hankintamenot Book acquisition costs	Kirjastojen aineistomenot yhteensä Materials acquisition costs total
	Milj. mk FIM million	Milj. mk FIM million
1980	72,8	..
1985	142,9	175,1
1986	149,9	188,2
1987	156,4	199,7
1988	160,3	206,6
1989	171,9	224,6
1990	178,3	240,9
1991	174,3	243,3
1992	156,3	224,7
1993	150,5	..
1994	138,6	..
1995	134,6	..
1996	136,0	193,6

Lähteet: Opetusministeriö: Kirjastot, eri vuosina
Tilastotietoja yleisistä kirjastoista
Sources: Ministry of Education: Libraries

7.16 Kirjojen lukeminen vuosina 1992, 1994 ja 1996
Book readership in 1992, 1994 and 1996

On lukenut kirjaa edellisenä päivänä – Has read during the previous day			
	Kirjaa Books	Kaunokirjallisuutta Fiction	Tietokirjallisuutta Non-fiction
	%	%	%
1992 Kaikki – All	36	21	20
1994 Kaikki – All	34	22	19
1996 Kaikki – All	32	20	16
Naiset – Women	39	26	17
Miehet – Men	26	14	16
Ikä – Age			
15 – 24	43	16	32
25 – 44	30	19	14
45 – 59	30	22	12
60 ~	28	19	11
Lukemiseen käytetty aika – Reading time			
	minuuttia/päivä minutes/day		
1992 Kaikki – All	25		
1994 Kaikki – All	28		
1996 Kaikki – All	23		

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy:n Intermedia tutkimukset
Source: MDC Helsinki Group-Media Research Ltd

8 Sanomalehdet

Suomi on edelleen monessa mielessä vahva sanomalehtimaa. Lehtinimikkeitä on paljon, levikit ja lukijapeitot ovat korkeita; joukkoviestinnän liikevaihdosta sanoma- ja paikallislehdistön osuus on noin 30 prosenttia ja joukkoviestinmainonnasta yli puolet.

Vuonna 1996 Suomessa ilmestyi kaikkiaan 226 sanomalehteä. Sanomalehdet on tapana jakaa kansainvälistä käytäntöä noudattaen päivälehtiin ja muihin sanomalehtiin. Jako perustuu ilmestymistiheyteen. (Taulukot 1 – 3.)

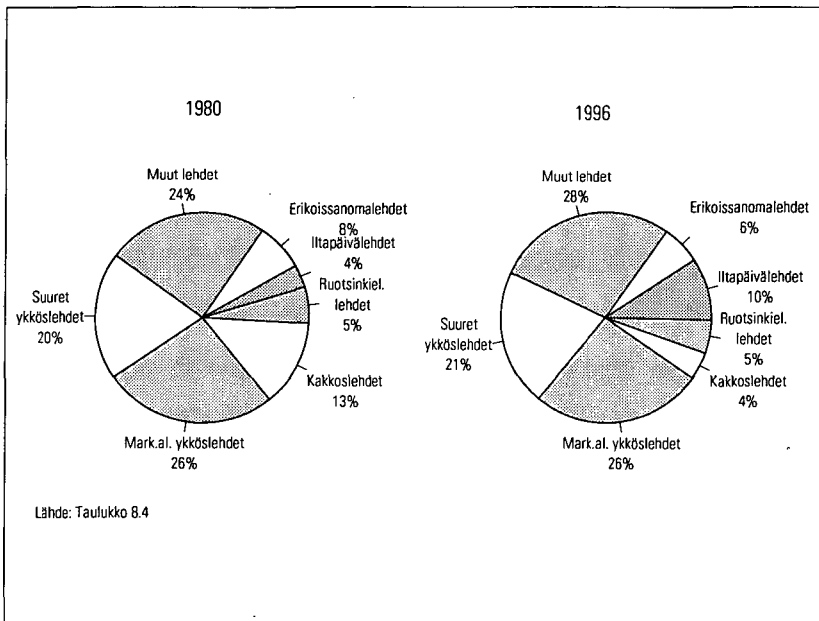
Päivälehtien, jotka ilmestyvät 4–7 kertaa viikossa, nimikemäärältään suhteellisen harvalukuisen joukkoon kuuluvien lehtien keskimääräinen levikki on suuri. Vuonna 1996 Suomessa ilmestyi 56 päivälehteä. Niiden keskilevikki oli noin 42 000 kappaletta. Päivälehdet ovat tyypillisesti alueidensa levikkijohtajia eli ns. ykköslehtiä. Päivälehtiä ovat myös iltapäivälehdet sekä osa erikoissanomalehdistä ja ilmestymispaikkakuntiansa kaksolehdistä.

Muut sanomalehdet ilmestyvät 1–3 kertaa viikossa. Näiden lehtien joukko on suuri, mutta levikiltään ne ovat yleensä pieniä. Vuonna 1996 ryhmään kuului 170 lehteä, joiden keskilevikki oli noin 6 200 kappaletta. Suppealla levikkialueella toimivat ja oman alueensa paikallisiin uutisiin keskittyvät nk. paikallislehdet muodostavat muiden sanomalehtien suurimman ryhmän. Lisäksi ryhmään kuuluu osa ilmestymispaikkakuntiansa kaksolehdistä ja pari erikoissanomalehteä.

Päivälehtien ja muiden sanomalehtien keskinäiset määrälliset suhteet ovat 1980-luvun alusta asti säilyneet suurin piirtein ennallaan. Päivälehtien osuus kaikista sanomalehtinimikkeistä on ollut noin neljännes, mutta levikillä mitattuna ne hallitsevat sanomalehtikenttää. Niiden osuus sanomalehtien kokonaislevikistä oli yli kaksi kolmasosaa (69 %) vuonna 1996. Jo pelkästään seitsenpäiväisten lehtien osuus kokonaislevikistä oli noin puolet (48 %).

Toinen yleisesti käytössä oleva sanomalehdistön jaottelu perustuu kilpailuasemaan. Kilpailuasemaryhmittäinen tarkastelu osoittaa, että lehdistön rakenteessa on puolentoista vuosikymmenen aikana tapahtunut kaksi selvää muutosta. (Taulukko 4.)

Kuvio 8.1 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 1980 ja 1996
Figure 8.1 Circulation of newspapers by type of paper in 1980 and 1996



Kakkoslehtien kuihtuminen on niistä toinen. Kakkoslehtien levikit ovat laskeneet, ja niiden joukko on harventunut. Suurin yksittäinen leikkaus oli Uuden Suomen lakkauttaminen (vuonna 1991). Yksistään se vei kakkoslehtien yhteislevikistä lähes neljänneksen. Kaikkiaan kakkoslehtien levikiosuus on pudonnut noin kolmannekseen 1980-luvun alkuun verrattuna.

Iltapäivälehtien levikkiosuuden kasvu on toinen selvä muutos. Ilta-Sanomien ja Iltalehden (joka alkoi ilmestyä vuonna 1980) keskinäinen kilpailu kasvatti molempien levikkejä. Niiden osuus kaikkien sanomalehtien levikistä, noin 10 prosenttia, on kasvanut noin 2,5-kertaiseksi 1980-luvun alkuun verrattuna. (Taulukko 4.)

Iltapäivälehdet myydään irtonumeroina. Yli 95 prosenttia kotimaisten sanomalehtien irtonumeromyyntistä on iltapäivälehtien myyntiä. (Taulukko 17.) Muiden – niin kotimaisten kuin ulkomaistenkin – sanomalehtien irtonumeromyynti on Suomessa vähäistä. Lehtikulttuurina Suomi onkin poikkeuksellisen tilaajavaltainen maa. Tämä koskee sekä sanoma- että aikakauslehtiä. Noin 90 prosenttia sanomalehtien levikkimyyntistä on tilattuja ja kotiin kannettuja lehtiä. (Taulukko 9.)

Sanomalehdistö on taloudelliselta volyymiltaan edelleen koko joukkoviestinnän merkittävin osa, vaikka 1990-luvun alun talouslama leikkasi huomattavasti erityisesti sen ilmoitustuottoja. Vuonna 1996 sanomalehtien liikevaihto oli noin 5,4 miljardia markkaa. (Luvun 1 taulukko 1.) Sanomalehdistön osuus koko joukkoviestinnän liikevaihdosta on edelleen lähes kolmannes (31 %). Osuus on laskenut 1990-luvulla vain 3 prosenttiyksikköä. Pudotus on aika pieni, kun se suhteutetaan sanomalehdistön tulonmuodotuksen ja levikkikehityksen suuriin muutoksiin. Sanomalehdet saavat enää vain puolet tuloistaan ilmoitusmyynnistä, kun osuus vuosikymmenen vaihteessa oli noin 70 prosenttia (taulukot 7 & 8). Ja yhteislevikki on supistunut 1990-luvulla 17 prosenttia eli lähes 700 000 kappaletta 4,1 miljoonasta 3,4 miljoonaan (taulukko 2). Lakkautettujen lehtien (Uusi Suomi ym.) osuus levikin laskusta on alle 100 000 kappaletta. Kokonaislevikin lasku ei päättynyt myöskään vuonna 1996 mutta hidastui edelleen. Laskua oli enää 1,5 prosenttia.

Levikin laskuun vaikuttivat luonnollisesti laaja työttömyys ja sen mukanaan tuomat taloudellisesti ahtaat olot. Mutta osa levikin laskusta on ollut myös lehtien tietoisien toiminnan tulosta. Esimerkiksi eräät suuret alueelliset päivälehdet olivat 1980-luvun loppuvuosina pyrkineet laajentamaan levikkialuettaan lähes hinnalla millä hyvänsä. Tämä lisäsi toimituksellisia kustannuksia, kun uutistyössä oli katettavana entistä laajempi alue. Myös jakelun menot kasvoivat, varsinkin kun levikkiä joskus pyrittiin laajentamaan varsinaisen levikkialueen ulkopuolelle sellaisillakin tarjoushinoilla, jotka eivät peittäneet edes jakelukustannuksia. Tällaisista epätaloudellisista laajentumismalleista lehdet luopuivat lamavuosien myötä. Siten osalla lehtiä levikin pieneneminen on merkinnyt samalla taloudellista tervehtymistä.

Mainonnassa Suomi on pysynyt varsin sanomalehtivaltaisena maana, vaikka sanomalehtimainonnan osuus mediamainonnasta onkin laskenut 1990-luvulla noin 10 prosenttiyksikköä. Sanomalehtien osuus oli Suomessa viime vuonna 54 prosenttia, kun Euroopan keskiarvo oli 40 prosenttia vuonna 1995. (Luvun 1 taulukko 4 & luvun 11 taulukko 2.)

Päivälehtien suurin kuluerä vuonna 1996 oli tekninen valmistus (31 %). Toimituksen osuus kuluista oli noin neljännes. (Taulukko 10.)

Yritysostojen ja fuusioiden seurauksena suurimpien sanomalehtiyritysten levikillä mitatut markkinaosuudet ovat kasvaneet. (Kuvio 3; taulukot 11 & 12.) Esimerkiksi neljän suurimman yrityksen levikkiosuus on 1980-luvun puolivälistä kasvanut 31 prosentista 43 prosenttiin ja kahdeksan suurimman osuus 43 prosentista 56 prosenttiin. Suurimmat levikkiosuuksien

muutokset tapahtuivat jaksoilla 1986 – 1988 ja 1994 – 1996. 1980-luvun jälkipuolella mm. silloinen Uusi Suomi Oy (Uusi Suomi, Iltalehti, Kauppa-lehti) siirtyi Tampereen Kirjapainon/Aamulehti-yhtymän omistukseen. – 1990-luvun puolivälin merkittävimpiä omistusmuutoksia puolestaan ovat Etelä-Saimaan Kustannus Oy:n (mm. Etelä-Saimaa) osake-enemmistön siirtyminen Kymen Lehtimedia Oy:n haltuun, SK-Investin (mm. Satakunnan Kansa) ja Lapin Kansan siirtyminen Aamulehti-yhtymälle sekä Keski-Suomen Median yhtiöryhmän (mm. Savon Sanomat, Iisalmen Sanomat, Pieksämäen Lehti) muodostaminen. Ruotsin suurin sanomalehtikustantaja Marieberg-konserni puolestaan nousi Aamulehti-yhtymän ja MTV:n ke-väällä 1998 toteutuneessa fuusiossa syntyneen Alma Median suurimmaksi yksittäiseksi omistajaksi 23 prosentin osuudella. Sanomalehdistön ketjuun-tuminen on trendi, joka jatkuu edelleen.

Sanomalehtiyhtiöt ovat tiivistäneet toimituksellista (esim. Treffi & Seepira) ja markkinointiyhteistyötään (erityisesti Kärkimedia) sekä lehtiket-jujen sisällä että toisistaan omistuksellisesti riippumattomien lehtien ja leh-tiyritysten välillä. Lintuperspektiivistä tarkastellen toimituksellinen yhteis-työ merkinnee lehtien sisällön samankaltaistumista. Mutta yksittäisen leh-den lukijoiden kannalta kehityksen saldo lienee kuitenkin positiivinen: oman lehden sisällön monipuolistuminen. Näin ollen lehtien mahdollinen homogenisoituminen ei keskivertolukijaa häirinne, sillä alueellisten lehtien päällekkäislukijoita on vähän.

Toimituksen aineiston osuus sanomalehtien rekisteröidystä palstatilasta oli vuonna 1996 keskimäärin noin 70 prosenttia. Loput kolmisenkymmentä prosenttia on ilmoituksia. Toimituksen aineiston kolme suurinta ryhmää vuonna 1996 olivat kotimaan aineisto (32 %), urheilu (15 %) ja ajanviete-aineisto (14 %). (Taulukko 13.)

Ilmaislehtien määrä ja taloudellinen volyyymi kasvoivat voimakkaasti 1980-luvun alkupuolella, mutta jo 1980-luvun puolivälin jälkeen kasvu hidastui. Lamavuosina koteihin jaettavien ilmaislehtien määrä laski huo-mattavasti.

Vuonna 1997 Helsingissä lanseerattujen jalankulkuliikenteen solmu-kohdissa sekä joukkoliikennevälineissä jaettavien ilmaislehtiutuutuksien – Uutislehti 100:n (Janton) ja Vartin (Sanoma) – menestyksestä on vielä liian aikaista esittää arviota. Viimeisin kattava selvitys ilmaisjakelulehdistä on vuodelta 1994. Silloin Suomessa ilmestyi 106 ilmaislehteä, joiden kokonaispainos oli 3,5 miljoonaa kappaletta. (Taulukko 18.)

Tilastointi

Sanomalehdistön levikki- ja niistä lasketut volyymitiedot sekä lukijamäärätiedot perustuvat Suomen Mediatarkastus Oy:n tilastoihin.

Sanomalehtien Liitto tilastoi vuosittain monin tavoin jäsenlehtiensä toimintaa, mm. taloutta, lehtitekniikkaa ja toimituksellisia kysymyksiä. Liiton julkaiseman Suomen Lehdistö -lehden vuosittaisessa medianumerossa on useita sanomalehdistöä koskevia tilastoja (ks. esim. Suomen Lehdistö 6–7/1997).

Posti- ja telelaitoksen, vuoden 1994 alusta Suomen Posti Oy:n vuosittaisessa tilastojulkaisussa on tiedot postin kuljettamien sanomalehtien määrästä. Tiedot koti- ja ulkomaisten lehtien irtonumeromyynnistä löytyvät Rautakirja Oy:n vuosikertomuksista.

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

(TS)

Täydentävää kirjallisuutta

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

Hansen, Aino-Maria, Lankinen, Pirkko & Siivonen, Timo: Graafisen teollisuuden riskit ja voimat 1992–2002. Suomen Kirjatyöntekijäin Liitto & Graafisen Teollisuuden Liitto, Helsinki 1994.

Jyrkiäinen, Jyrki & Savisaari, Eero: Sanomalehdistön nykytila. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Joukkoviestintä Suomessa. Weilin+Göös, Porvoo 1994.

Jyrkiäinen, Jyrki: Sanomalehdistön keskittyminen. Acta universitatis Tampensis, Ser A vol. 409. Tampere 1994.

Lankinen, Pirkko: Toimialaraportti 1997 – Kustannustoiminta. KTM Toimiala – Infomedia, Helsinki 1997.

Löyttyniemi, Veikko: Sanomalehdistön rakenne ja talous 1940-luvulta 1980-luvulle. Teoksessa Tommila, Päiviö (toim.): Suomen lehdistön historia 3: Sanomalehdistö sodan murroksesta 1980-luvulle. Kustannuskiila, Kuopio 1988.

Löyttyniemi, Veikko: Sanomalehtien luokitteita on monenlaisia. Suomen Lehdistö 7–8/1993.

Löyttyniemi, Veikko: Sanomalehdistön muuttuva rakenne. Teoksessa Arokylä, Mällinen & Tähtinen (toim.): Kulttuuri, politiikka, historia, koulutus. Pohjoinen, Oulu 1994.

Löyttyniemi, Veikko: 1990-luvun talouslaman vaikutus Suomen sanomalehdistöön. Teoksessa Hietala, Oikarinen & Virta (toim.): Arvot, analyysi, tulkinta. Suomen historiallinen seura, Helsinki 1997.

Posti- ja telelaitos/Suomen Posti Oy. Tilastot. Helsinki, eri vuosina.

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

Sauri, Tuomo: Joukkoviestinnän talous ja rakenne 1986 – 1995/96. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1996: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1997.

Sauri, Tuomo: Sanoma- ja aikakauslehtien lukeminen. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.): Arjen kulttuuria. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Taulukot – Tables

- 8.1 Sanomalehdet vuosina 1980 – 1996 ilmestymistiheyden mukaan
Number of newspaper titles 1980 – 1996
- 8.2 Sanomalehtien kokonaislevikin jakautuminen ilmestymistiheyden mukaan vuosina 1980 – 1996
Total circulation of newspapers 1980 – 1996
- 8.3 Sanomalehtien kokonaislevikki 1 000 asukasta kohden 1980 – 1996
Circulation of newspapers per thousand inhabitants 1980 – 1996
- 8.4 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan vuosina 1980 – 1996
Total circulation of newspapers by type of paper in 1980 – 1996
- 8.5 Päivälehtien ilmestymistiheys, levikki, volyymi ja lukijamäärä vuonna 1996
Dailies: frequency of publication, circulation, volume and readership in 1996
- 8.6 7–3-päiväisten sanomalehtien lukumäärä ja levikkiosuudet puoluekannan mukaan 1986 – 1996
Newspapers (7 – 3 times/week) by political affiliation 1986 – 1996
- 8.7 Päivälehtien (7–4 pv/vko) tuottojakauma 1987–1996
Newspaper revenues: dailies (7–4 days/week) 1987–1996
- 8.8 Muiden sanomalehtien (3–1 pv/vko) tuottojakauma 1987–1996
Newspaper revenues: non-dailies (3–1 days/week) 1987–1996
- 8.9 Tilausten ja irtonumeromyynnin osuudet sanomalehtien levikkimyyntistä 1992 – 1996
Type of newspaper sales 1992 – 1996
- 8.10 Päivälehtien kustannusrakenne vuosina 1990 – 1996
Breakdown of newspaper costs 1990 – 1996
- 8.11 Suurimmat 10 sanomalehtiyhtiötä levikin mukaan 1997
Top 10 newspaper publishers according to circulation in 1997
- 8.12 Suurimmat 10 päivälehtiyhtiötä levikin mukaan 1997
Top 10 daily newspaper publishers according to circulation in 1997
- 8.13 Päivälehtien sisältö vuosina 1991–1996
Contents of dailies in 1991–1996
- 8.14 Päivälehtien tekstiaineiston lähteet 1991 – 1996
Sources of text material in dailies in 1991 – 1996

- 8.15 Postin kuljettamat sanomalehdet 1980 – 1996
Newspapers delivered by the Post Office in 1980 – 1996
- 8.16 Tilattujen kotimaisten sanomalehtien eri jakelutapojen osuudet vuosina 1986 – 1996
Finnish newspapers: methods of delivery in 1986 – 1996
- 8.17 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynti vuosina 1980 – 1996
Single-copy sales of Finnish and foreign newspapers in 1980 – 1996
- 8.18 Ilmaislehtien määrä, kokonaispainos/numero, volyymi ja ilmoitustulot vuosina 1984, 1989 ja 1994
Free sheets: number, total print, volume and revenue from advertising in 1984, 1989 and 1994
- 8.19 Sanomalehtien lukeminen vuosina 1992 – 1996
Newspaper readership in 1992 – 1996

Kuviot – Figures

- 8.1 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 1980 ja 1996
Circulation of newspapers by type of paper in 1980 and 1996
- 8.2 Päivälehdet ilmestymispaikkakunnittain
Dailies by place of publication
- 8.3 Päivälehtien tuottorakenne 1990 ja 1996
Dailies: Breakdown of revenues in 1990 and 1996
- 8.4 Päivälehtien kustannusrakenne 1996
Dailies: breakdown of costs in 1996
- 8.5 Suurimpien sanomalehtiyritysten osuus levikistä vuosina 1986 – 1996
Major newspaper publishers' share of total circulation in 1986 – 1996
- 8.6 Iltapäivälehtien irtomyynti 1980 – 1996
Single-copy sales of evening papers 1980 – 1996

8.1 Sanomalehdet vuosina 1980 – 1996 ilmestymistiheyden mukaan

Number of newspaper titles 1980 – 1996

Vuosi Year	Päivälehdet (7–4-päiväiset) Dailies (7–4 issues/week)	Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) Non-dailies (3–1 issues/week)	Yhteensä Total
1980	61	186	247
1985	65	164	229
1986	64	171	235
1987	67	172	239
1988	67	178	245
1989	66	176	242
1990	66	186	252
1991	61	180	241
1992	58	184	242
1993	56	181	237
1994	56	179	235
1995	56	175	231
1996	56	170	226

Lähteet: Sanomalehtien Liiton toimintakertomukset 1980 –
Suomen Mediatarkastus Oy

Sources: Annual reports of the Finnish Newspapers Association FNPA 1980 –,
The Finnish Audit Bureau of Circulations

Muokattu – Processed

8.2 Sanomalehtien kokonaislevikin jakautuminen ilmestymistiheyden mukaan vuosina 1980 – 1996
Total circulation of newspapers 1980 – 1996

		Päivälehdet (7–4-päiväiset) <i>Dailies</i> (7–4 issues/week)	Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) <i>Non-dailies</i> (3–1 issues/week)	Levikki yhteensä <i>Circulation</i> <i>total</i>
1980	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 365	994	3 359
	%	70,4	29,6	100,0
1985	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 662	1 178	3 840
	%	69,4	30,7	100,0
1986	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 664	1 195	3 859
	%	69,0	30,9	100,0
1987	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 719	1 260	3 979
	%	68,3	31,6	100,0
1988	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 719	1 334	4 053
	%	67,1	32,9	100,0
1989	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 744	1 346	4 090
	%	67,0	33,0	100,0
1990	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 780	1 300	4 080
	%	68,2	31,9	100,0
1991	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 670	1 351	4 021
	%	66,4	33,6	100,0
1992	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 579	1 287	3 866
	%	66,8	33,3	100,0
1993	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 484	1 196	3 680
	%	67,5	32,5	100,0
1994	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 400	1 136	3 536
	%	67,9	32,1	100,0
1995	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 368	1 075	3 443
	%	68,8	31,2	100,0
1996	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	2 332	1 060	3 391
	%	68,8	31,2	100,0
Muutos 1996/ 1995, %				
Change 1996/1995, %		–1.5	–1.4	–1.5

Lähteet: Sanomalehtien Liiton toimintakertomukset 1980 –
Suomen Mediatarkastus Oy

Sources: Annual reports of The Finnish Newspapers Association 1980 –
The Finnish Audit Bureau of Circulations

Muokattu – Processed

8.3 Sanomalehtien kokonaislevikki 1 000 asukasta kohden 1980 – 1996 Circulation of newspapers per thousand inhabitants 1980 – 1996

	Päivälehdet (7–4-päiväiset) Dailies (7–4 issues/week)	Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) Non-dailies (3–1 issues/week)	Yhteensä Total
1980	495	208	703
1985	543	240	783
1986	542	243	785
1987	551	255	807
1988	550	270	819
1989	553	271	824
1990	558	261	818
1991	533	269	802
1992	512	255	767
1993	490	236	726
1994	472	223	695
1995	464	210	674
1996	455	207	662

Lähteet: Sanomalehtien Liiton toimintakertomukset 1980 –
Suomen Mediatarkastus Oy

Sources: Annual reports of The Finnish Newspapers Association 1980 –
The Finnish Audit Bureau of Circulations

Muokattu – Processed

8.4 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan vuosina 1980 – 1996 Total circulation of newspapers by type of paper in 1980 – 1996

	1980	1985	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	%							
Suuret ykköslehdet*								
Three biggest papers*	19,5	18,3	19,2	19,4	19,8	20,2	20,7	21,0
Muut markkina-alueiden ykköslehdet								
Other biggest papers in market areas	26,3	24,9	26,2	26,2	26,7	26,2	26,7	26,4
Kakkoslehdet**								
Second newspapers**	13,4	10,9	5,8	5,1	5,4	4,7	4,9	4,3
Ruotsinkieliset lehdet***								
Swedish-language papers***	5,4	5,2	5,0	5,1	5,2	4,9	5,1	5,0
Iltapäivälehdet								
Evening papers	3,6	6,8	8,4	8,2	8,6	8,9	9,2	9,5
Erikoissanomalehdet								
Special-interest papers	7,5	8,2	7,8	6,1	6,1	6,0	6,1	6,1
Muut lehdet								
Other newspapers	24,3	25,8	27,6	29,9	28,2	28,7	27,3	27,7
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Levikki (1 000 kpl)								
Circulation (thousand copies)	3 359	3 840	4 021	3 866	3 680	3 536	3 443	3 391

* Helsingin Sanomat, Aamulehti, Turun Sanomat

** Ilmestymispaikkakuntiansa kakkoslehdet. – Smaller papers in towns with at least two newspapers

*** Ruotsinkielisiä ei ole laskettu mukaan muihin lehtityyppeihin. – Swedish-language papers have not been included in other categories

Lähteet: Sanomalehtien Liitto
Suomen Mediatarkastus Oy

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

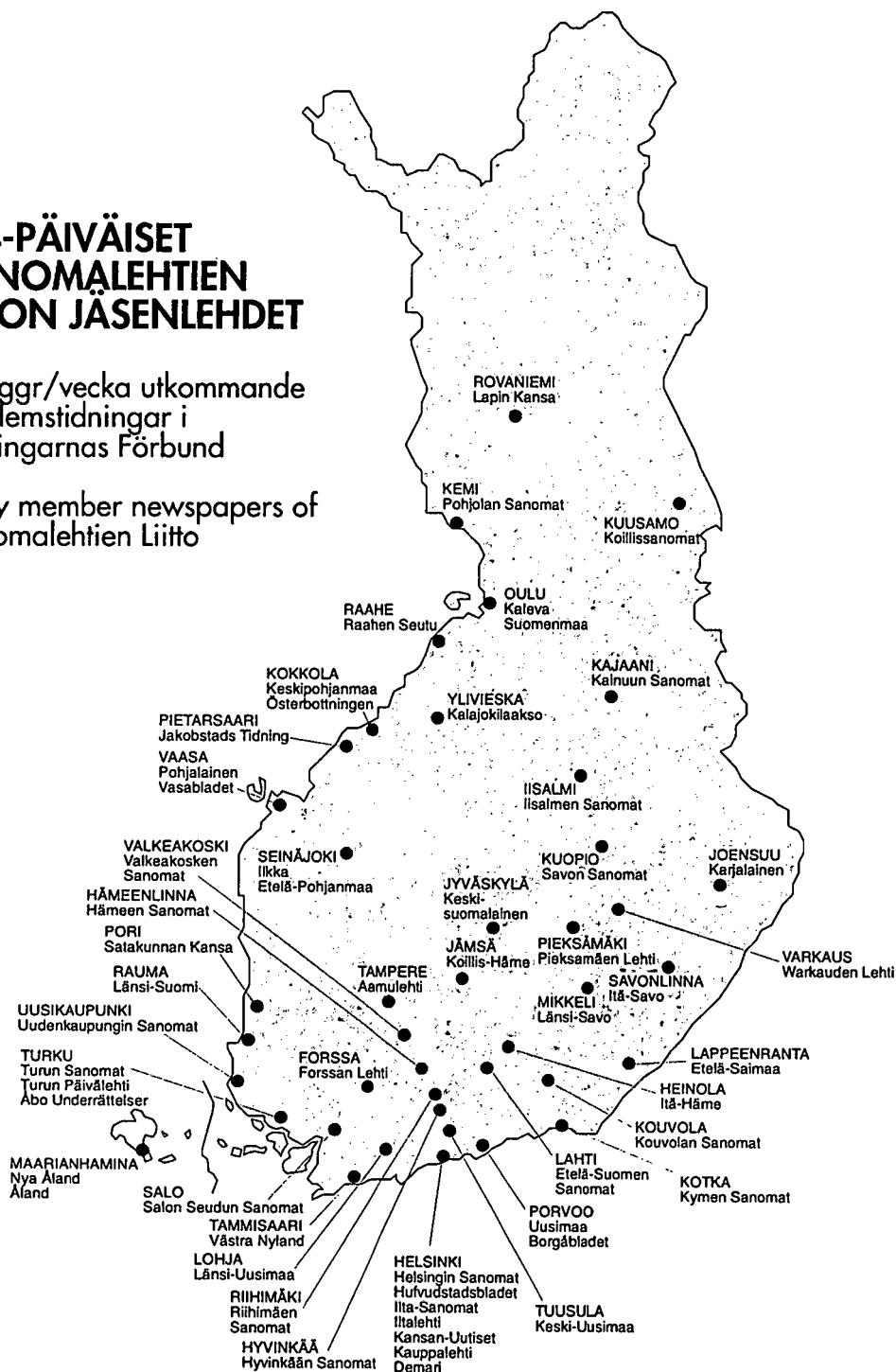
Muokattu – Processed

Kuvio 8.2 Päivälehdet ilmestymispaikkakunnittain
Figure 8.2 Dailies by place of publication

7-4-PÄIVÄISET SANOMALEHTIEN LIITON JÄSENLEHDET

7-4 ggr/vecka utkommande
medlemstidningar i
Tidningarnas Förbund

Daily member newspapers of
Sanomalehtien Liitto



8.5 Päivälehtien ilmestymistiheys, levikki, volyymi ja lukijamäärä vuonna 1996
Dailies: frequency of publication, circulation, volume and readership in 1996

Lehti <i>Newspaper</i>	1996 levikki <i>1996 circulation</i>	Levikin muutos 1996/1995 <i>Change in circulation 1996/1995</i>	Volyyymi 1996 <i>Volume 1996</i>	Lukijamäärä 1996 <i>Readership 1996</i>	Lukijoita/ levikkikappale <i>Readers/copy</i>
%					
7-päiväiset – 7 issues/week					
Aamulehti	129 658	-0,1	45 821 518	337 000	2,6
Etelä-Saimaa	35 431	-2,0	12 760 597	90 000	2,5
Etelä-Suomen Sanomat	62 877	1,0	21 984 487	146 000	2,3
Helsingin Sanomat	470 283	-0,1	166 141 921	1 241 000	2,6
Hufvudstadsbladet	59 206	-0,7	21 044 095	154 000	2,6
Hämeen Sanomat	30 638	0,3	10 778 149	80 000	2,6
Iisalmen Sanomat	18 588	-4,8	6 891 266	44 000	2,4
Ilkka	54 331	-1,5	19 525 932	138 000	2,5
Itä-Savo	23 205	0,2	8 176 539	48 000	2,1
Kainuun Sanomat	24 960	-1,7	8 959 140	70 000	2,8
Kaleva	84 337	-1,0	30 083 366	216 000	2,6
Karjalainen	50 091	-0,3	17 740 015	126 000	2,5
Keski-Uusimaa	21 889	0,1	7 700 000	61 000	2,8
Keskipohjanmaa	30 180	-0,8	10 736 848	82 000	2,7
Keskisuomalainen	75 442	-4,8	27 905 856	189 000	2,5
Kouvolan Sanomat	31 663	-2,5	11 461 557	80 000	2,5
Kymen Sanomat	29 283	-1,8	10 526 813	64 000	2,2
Lapin Kansa	37 578	-3,0	13 679 456	94 000	2,5
Länsi Savo	27 176	-3,4	9 928 478	62 000	2,3
Länsi-Suomi	17 658	0,1	6 191 289	46 000	2,6
Pohjalainen	35 362	-22,4	16 076 679	115 000	3,3
Pohjolan Sanomat	31 419	-6,0	11 793 730	76 000	2,4
Salon Seudun Sanomat	20 987	0,1	7 446 480	52 000	2,5
Satakunnan Kansa	56 749	-1,3	20 290 440	141 000	2,5
Savon Sanomat	72 317	-1,7	26 113 090	191 000	2,6
Turun Sanomat	111 615	0,1	39 789 078	279 000	2,5
6-päiväiset – 6 issues/week					
Forssan Lehti	14 804	-1,2	4 526 376	..	..
Ilta-Sanomat	214 589	1,0	63 759 900	767 000	3,6
Ilta-lehti	106 003	3,3	30 795 900	554 000	5,2
Jakobstads Tidning	11 972	0,5	3 572 700	..	..
Länsi-Uusimaa	13 015	..	3 969 880	..	..
Riihimäen Sanomat	10 743/95	..	3 763 200	..	..
Uusimaa	12 418	0,8	3 780 398	..	..
Vasabladet	26 700	-0,2	8 027 100	66 000	2,5
Västra Nyland	10 823	-2,5	5 215 539	..	..
Warkauden Lehti	12 329	0,1	3 694 800	..	..
Österbotningen	4 966	-2,9	1 544 730	..	..
5-päiväiset – 5 issues/week					
Borgåbladet	9 020	-4,2	2 364 420	..	..
Demari	25 526	-23,7	8 266 102	99 000	3,9
Etelä-Pohjanmaa	8 016	-12,9	2 309 953	..	..

8.5 Jatkuu
Continued

Lehti <i>Newspaper</i>	1996 levikki <i>1996 circulation</i>	Levikin muutos 1996/1995 <i>Change in circulation 1996/1995</i>	Volyymi 1996 <i>Volume 1996</i>	Lukijamäärä 1996 <i>Readership 1996</i>	Lukijoita/ levikkikappale <i>Readers/copy</i>
	%				
Hyvinkään Sanomat	12 071	-2,2	3 072 660	..	..
Itä-Häme	13 464	1,0	3 384 804	..	..
Kalajokilaakso	8 017	-2,3	2 059 455	..	..
Kauppalehti	78 723	0,7	19 630 961	294 000	3,7
Koillissanomat	9 451/95	..	2 485 613	..	..
Pieksämäen Lehti	7 945/95	..	2 018 030	..	..
Suomenmaa	5 446	-13,7	1 576 750	..	..
Turun Päivälehti	6 115	-20,0	1 873 270	..	..
Valkeakosken Sanomat	7 532	-2,0	1 937 124	..	..
Åbo Underrättelser	6 928	-7,0	1 884 091	..	..
Åland	10 687	-3,7	2 786 351	..	..
4-päiväiset – 4 issues/week					
Kansan Uutiset	11 622	-17,0	2 759 576	43 000	3,7
Koillis-Häme	7 157	0,3	1 433 733	..	..
Nya Åland	7 577	-5,4	1 618 626	..	..
Raahen Seutu	7 500	-1,8	1 565 175	..	..
Uudenkaupungin Sanomat	7 558/95	..	1 511 600	..	..
Yhteensä – Total	2 331 640	-1,9	786 735 636		

Levikkitiedot ovat vuodelta 1996, ellei toisin ole mainittu. Muutosprosentti puuttuu, jos levikintarkastusta ei ole tehty 1996. — *Circulation figures are from 1996, unless otherwise mentioned.*

/95 = Levikki vuodelta 1995. — *Circulation figure from 1995.*

Lähteet: Suomen Mediatarkastus Oy
Suomen Lehdistö 6 – 7/1997

Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations
Suomen Lehdistö 6 – 7/1997

8.6 7–3-päiväisten sanomalehtien lukumäärä ja levikkiosuudet puoluekannan mukaan 1986 – 1996
Newspapers (7 – 3 times/week) by political affiliation 1986 – 1996

Puoluekanta <i>Political affiliation</i>	Osuus levikistä – <i>Share of circulation</i>					
	1986	1989	1994	1995	1996	1996 Lehtiä <i>Titles</i>
Sitoutumattomat – <i>Independent</i>	68,3	74,1	88,9	92,9	94,6	71
Kokoomus	10,7	8,7	1,9	–	–	–
Keskustapuolue/ML	12,7	11	6,9	5,2	3,2	5
RKP	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	1
SDP	4	2,4	2,1	1,8	2,1	4
SKDL/SKPy	3,4	3,7	–	–	–	–
Yhteensä – <i>Total</i>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	81

Lähteet: Sanomalehtien Liitto
Suomen Mediataarkastus

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

8.7 Päivälehtien (7–4 pv/vko) tuottojakauma 1987–1996
Newspaper revenues: dailies (7–4 days/week) 1987–1996

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	%									
Mainonta – <i>Advertising</i>	67	67	70	68	61	58	51	49	49	49
Tilaukset ja irtonumerot – <i>Sales</i>	33	33	30	32	39	42	49	51	51	51
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

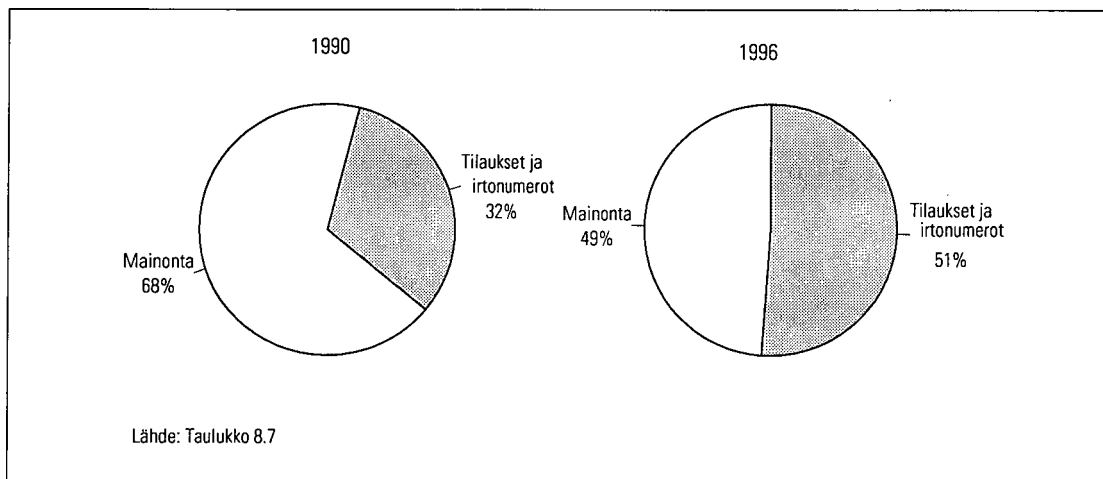
Huom: Luvut sisältävät vain mainonnaksi katsottavan luokitellun ilmoittelun. Tiedot vuoteen 1993 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.

Note: Only part of classified advertising is included in the figures. The figures from 1993 onwards are not fully comparable with the figures for the earlier years.

Lähteet: Sanomalehtien Liitto & World Press Trends

Sources: The Finnish Newspapers Association & World Press Trends

Kuvio 8.3 Päivälehtien tuottorakenne 1990 ja 1996
Figure 8.3 Dailies: Breakdown of revenues in 1990 and 1996



8.8 Muiden sanomalehtien (3–1 pv/vko) tuottojakauma 1987–1996 Newspaper revenues: non-dailies (3–1 days/week) 1987–1996

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	%									
Mainonta – Advertising	67	70	71	70	64	61	63	55	54	53
Tilaukset ja irtonumerot – Sales	33	30	29	30	36	39	37	45	46	47
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Huom: Luvut sisältävät vain mainonnaksi katsottavan luokitellun ilmoittelun.

Tiedot vuoteen 1993 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.

Note: Only part of classified advertising is included in the figures. The figures from 1993 onwards are not fully comparable with the figures for the earlier years.

Lähteet: Sanomalehtien Liitto & World Press Trends

Sources: The Finnish Newspapers Association & World Press Trends

8.9 Tilausten ja irtonumeromyyntin osuudet sanomalehtien levikkimyynnistä 1992 – 1996 Type of newspaper sales 1992 – 1996

	Tilaukset Subscriptions	Irtonumeromyynti Single copy sales
	%	%
1992	87	13
1993	87	13
1994	89	11
1995	89	11
1996	89	11

Lähteet: Sanomalehtien Liitto

FIEJ

Sources: The Finnish Newspapers Association

FIEJ

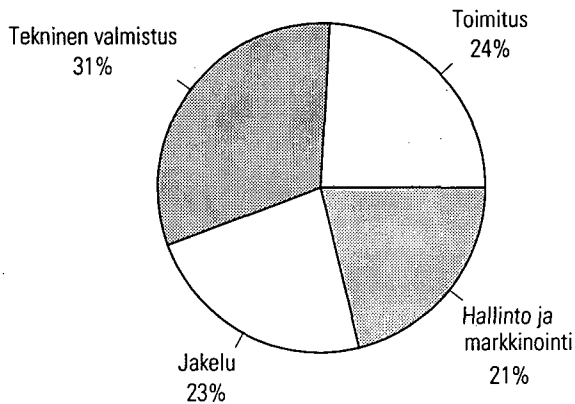
8.10 Päivälehtien kustannusrakenne vuosina 1990 – 1996
Breakdown of newspaper costs 1990 – 1996

	1990	1992	1994	1996
%				
Toimitus – <i>Editorial</i>	22,3	23,4	24,5	24,2
Tekn. valmistus – <i>Technical production</i>	36,0	33,8	32,7	31,0
Jakelu – <i>Distribution</i>	21,9	24,3	24,1	23,4
Hallinto, markkinointi – <i>Administration, marketing</i>	19,8	18,5	18,7	21,4
Yhteensä – Total	100	100	100	100

* Jakauma perustuu 4 – 7 kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.) Jakaumat laskettu palstatilasta. Tilastointiin osallistui 42 päivälehteä vuonna 1996 –
Based on one-week samples of dailies. (Week 47.) Breakdown of material calculated on the basis of total space. In 1996 a total of 42 newspapers provided data for the statistics.

Lähde: Sanomalehtien Liitto. Toimitustilastot
Source : The Finnish Newspapers Association

Kuvio 8.4 Päivälehtien kustannusrakenne 1996
Figure 8.4 Dailies: breakdown of costs in 1996



Lähde: Taulukko 8.10

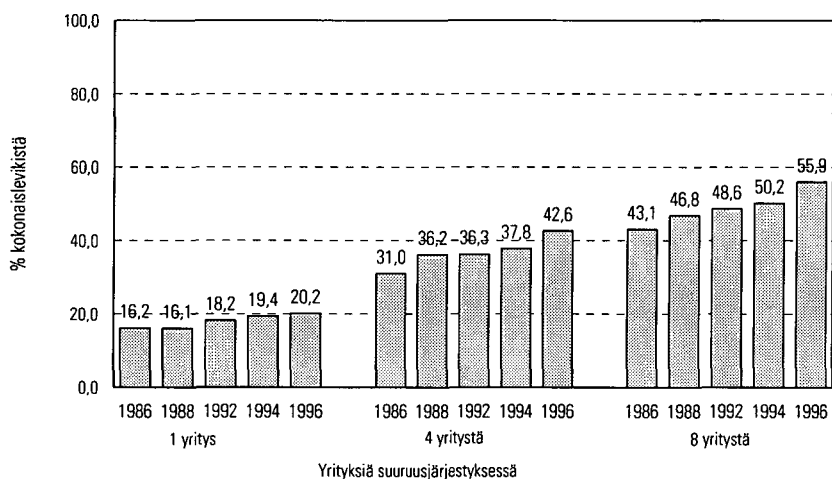
8.11 Suurimmat 10 sanomalehtiyhtiötä levikin mukaan 1997
Top 10 newspaper publishers according to circulation in 1997

Kustantaja Publisher	(Kaikki 7 – 1-päiväiset sanomalehdet) – (All newspapers, 7 – 1 issues/week)			
	Lehtiä yhteensä Newspaper titles	(Niistä päivälehtiä) (Of which dailies)	Levikki Circulation	% sanomalehtien kokonaislevikistä % of circulation of all newspapers
	Lkm Titles		1 000 kpl '000 copies	
Sanoma	2	(2)	684,9	20,2
Aamulehti-yhtymä	18	(8)	484,6	14,3
Keski-Suomen Media	16	(4)	179,3	5,3
TS-yhtymä	5	(3)	149,2	4,4
Kymen Lehtimedia	10	(3)	131,7	3,9
Ilkka	8	(3)	124,8	3,7
Keskisuomalainen	7	(1)	112,4	3,3
Maataloustuottajain Palvelu	1	(–)	101,0	3,0
SD-lehdistö	12	(2)	86,4	2,5
Kirjapaino Kaleva	1	(1)	84,4	2,5
10 suurinta Top 10	80	(27)	2138,7	63,1
Kaikki sanomalehdet All newspapers	226	(56)	3391,4	100

Huom. Laskettu vuoden 1996 levikkitiedoista. – Note. Calculations based on 1996 circulations data.

Levikkitiedot: Suomen Mediatarkastus
Circulation data: Suomen Mediatarkastus

Kuvio 8.5 Suurimpien sanomalehtiyritysten osuus levikistä vuosina 1986 – 1996
Figure 8.5 Major newspaper publishers' share of total circulation in 1986 – 1996



Lähde: Suomen mediatarkastus
Sanomalehtien Liitto

8.12 Suurimmat 10 päivälehtiyhtiötä levikin mukaan 1997
Top 10 daily newspaper publishers according to circulation in 1997

Kustantaja <i>Publisher</i>	(Päivälehdet = 7 – 4-päiväiset) – (Dailies = 7 – 4 issues/week)		
	Päivälehtiä <i>Dailies</i>	Levikki <i>Circulation</i>	% päivälehtien kokonaislevikistä % of circulation of all dailies
	Kpl <i>Titles</i>	1 000 kpl ‘000 copies	%
Sanoma	2	684,9	29,4
Aamulehti-yhtymä	8	430,9	18,5
TS-yhtymä	3	140,2	6,0
Ilkka	3	97,7	4,2
Kymen Lehtimedia	3	96,4	4,1
Keski-Suomen Media	4	111,2	3,6
Kirjapaino Kaleva	1	84,4	4,8
Esan Kirjapaino	2	76,3	3,3
Keskisuomalainen	1	75,4	3,2
Konstsamfundet	3	73,2	3,1
10 suurinta <i>Top 10</i>	30	1 870,6	80,2
Kaikki päivälehdet <i>All dailies</i>	(56)	2 331,6	100,0

Huom. Laskettu vuoden 1996 levikkitiedoista. – Note. Calculations based on 1996 circulations data.

Levikkitiedot: Suomen Mediatarkastus
 Circulation data: Suomen Mediatarkastus

8.13 Päivälehtien sisältö vuosina 1991–1996*
*Contents of dailies in 1991–1996**

	1991	1992	1994	1996
Toimituksen aineisto – <i>Editorial material</i>	% palstatilasta % of space			
Artikkeliaineisto – <i>Articles</i>	5,3	5,7	5,1	5,1
Kulttuuri – <i>Culture</i>	6,3	6,8	6,1	6,8
Kotimaan aineisto – <i>Home news</i>	33,6	33,9	33,4	31,6
Ulkomaan aineisto – <i>International news</i>	7,6	6,7	7,3	6,5
Talous – <i>Economy</i>	8,4	8,0	8,0	8,1
Urheilu – <i>Sports</i>	14,4	14,8	14,8	14,7
Ajanvieteaineisto – <i>Entertainment</i>	11,0	10,4	11,1	13,7
Yleisön osasto – <i>Letters to the Editor</i>	2,4	2,6	2,6	2,5
Sarjakuvat, pilapiirroksat – <i>Cartoons</i>	2,9	2,9	2,6	3,3
Radio- ja televisio-ohjelma-aineisto – <i>Radio & TV pages</i>	8,2	8,3	9,0	7,7
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100
Koko rekisteröidystä palstatilasta** – <i>Breakdown of total registered space**</i>				
Toimituksen aineistoa – <i>Editorial material</i>	64,9	71,6	70,8	69,1
Ilmoitusaineistoa – <i>Advertisements</i>	35,1	28,4	29,2	30,9
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100

* Jakauma perustuu 4 – 7 kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.) Jakaumat laskettu palstatilasta. Tilastointiin osallistui 42 päivälehteä vuonna 1996.
Based on one-week samples of dailies. (Week 47.) Breakdown of material calculated on the basis of total space. In 1996 a total of 42 newspapers provided data for the statistics.

** Rekisteröity palstatila on toimituksen palstatilan ja ilmoitustilan summa. Lisäksi osa lehden palstatilasta on nk. "tyhjää tilaa", joka muodostuu ilmoitusosaston otsikoista sekä juttujen, kuvien ja ilmoitusten väliin jääneestä tai jätetystä tilasta (3 % vuonna 1996) – *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 1994 the figure for empty space was 3 %).*

Lähde: Sanomalehtien Liitto. Toimitustilastot
Source: The Finnish Newspapers Association.

8.14 Päivälehtien tekstiaineiston lähteet 1991 – 1996*
Sources of text material in dailies in 1991 – 1996*

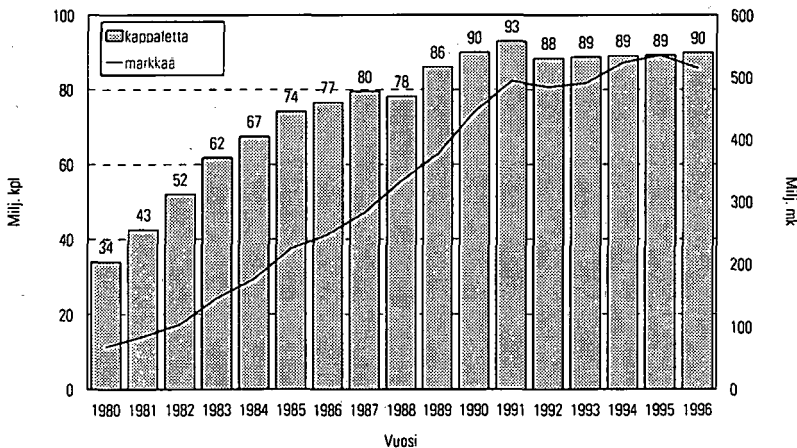
	1991	1992	1994	1996
	% tekstitilasta – % of text space			
Toimituksen tuottama – Produced by in-house staff	44,8	45,3	44,7	45,3
Avustajien tuottama – Produced by outside contributors	11,7	11,8	11,3	11,8
Julkaisuoikeudet ostettu/Tietotoimistoilta Material from news agencies/purchased materials	34,2	32,0	31,0	32,0
Lähetetty aineisto** – Material submitted**	9,4	10,9	13,0	10,9
Yhteensä – Total	100	100	100	100

* Jakaumat perustuvat 4 – 7 kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.) Jakaumat laskettu palstatilasta. Tilastointiin osallistui 42 lehteä vuonna 1996. –
Based on one-week samples of dailies. (Week 47.) In 1996 a total of 42 newspapers provided data for the statistics.

** Sisältää tilaamatta lähetetyn aineiston kuten yleisönosastokirjoitukset, lehdistötiedotteet ja radio- ja tv-ohjelmaesittelyt, jotka eivät ole toimituksen tuottamia. – Includes unsolicited material such as letters to the Editor, press releases, radio & TV programming and other material not produced by the paper's staff.

Lähde: Sanomalehtien Liitto. Toimitustilastot
Source: The Finnish Newspapers Association.

Kuvio 8.6 Ilta-päivälehtien irtonumeromyynti 1980 – 1996
Figure 8.6 Single-copy sales of evening papers 1980 – 1996



Lähde: Taulukko 8.17

8.15 Postin kuljettamat sanomalehdet 1980 – 1996*
*Newspapers delivered by the Post Office in 1980 – 1996**

	Sanomalehdet – Newspapers			Paikallislehdet <i>Local papers</i>	Yhteensä <i>Total</i>
	Yhteensä <i>Total</i>	Postin päiväk. <i>With regular post</i>	Postin erillisk.** <i>Special delivery**</i>		
	Milj. kpl <i>Million copies</i>	%	%	Milj. kpl <i>Million copies</i>	Milj.kpl <i>Million copies</i>
1980	349,0	77	23	52,6	401,6
1985	407,6	61	39	68,0	475,6
1986	393,2	63	37	67,3	460,5
1987	390,5	63	37	67,2	457,7
1988	395,2	62	38	67,2	462,4
1989	377,1	62	38	83,4	460,5
1990	382,7	61	39	85,3	468,0
1991	376,0	58	42	82,1	458,1
1992	334,1	..	..	83,9	418,0
1993	294,2	..	..	74,1	368,3
1994	273,9	..	..	53,1	327,0
1995	284,2	..	..	50,0	334,2
1996	285,6	..	..	48,2	333,8

* Kotimaiset ja ulkomaille lähtevät. – *To Finnish and overseas addresses*

** Erilliskantoon luetaan kaikki muu kuin päiväkanjo. Sanomalehdillä erilliskanto on enimmäkseen varhaiskantoa. – *In the case of newspapers consists chiefly of early-morning deliveries*

Lähde: Posti- ja telelaitos/Suomen Posti Oy. Tilastot, eri vuosina
Source: Posts and Telecommunications/Suomen Posti Oy

8.16 Tilattujen kotimaisten sanomalehtien eri jakelutapojen osuudet vuosina 1986 – 1996*
*Finnish newspapers: methods of delivery in 1986 – 1996**

	1986	1989	1991	1994	1996
	%				
Oma jakelu – <i>Delivery by newspaper</i>	16	9	6	4	5
Yhteisjakelu – <i>Joint delivery arrangement</i>	48	53	59	61	54
Postin varhaisjakelu – <i>Post Office, early morning</i>	11	14	16	17	24
Postin päiväjakelu – <i>Post Office, regular post</i>	25	24	19	18	17
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100
(Vastanneita lehtiä – <i>No. of papers responding</i>)	(48)	(45)	(56)	(39)	(54)

* Laskettu jakelumäärästä numerokappaleina. Tiedot perustuvat kyselytutkimuksiin, joihin vastanneiden lehtien joukko vaihtelee. Vastanneiden lehtien määrä ja koko vaikuttavat jakaumiin. Luvut eivät sisällä irtotilauksista, ks. taulukko 8.12. – *Calculated on the basis of number of copies delivered. The data are based on questionnaire studies in which the number of papers responding varies from year to year. The breakdowns are affected by the number and size of newspapers taking part. The figures do not include single-copy sales, see Table 8.12*

Lähde: Sanomalehtien Liitto/VTT
Source: The Finnish Newspaper Publishers' Association/VTT

8.17 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynti vuosina 1980 – 1996 Single-copy sales of Finnish and foreign newspapers in 1980 – 1996

	Kotimaiset sanomalehdet All Finnish newspapers		Iltapäivälehtien osuus Share of evening papers				Ulkomaiset sanomalehdet Foreign newspapers	
	Milj.kpl Million copies	Milj.mk FIM million	Milj.kpl Million copies	%	Milj.mk FIM million	%	Milj.kpl Million copies	Milj.mk FIM million
1980	40,4	84,7	34,0	84,2	68,1	80,4	1,1	4,0
1985	79,6	246,7	74,1	93,1	225,2	91,3	0,8	5,0
1986	82,4	273,1	76,6	93,0	248,5	91,0	0,9	5,5
1987	85,1	309,5	79,5	93,4	283,2	91,5	0,8	5,1
1988	84,3	360,6	78,2	92,8	333,8	92,6	0,8	6,1
1989	91,6	404,4	86,1	94,0	376,0	93,0	0,9	6,5
1990	95,3	474,1	90,0	94,4	444,0	93,7	0,8	6,3
1991	98,1	525,8	92,9	94,7	493,9	93,9	0,8	6,9
1992	93,0	514,1	88,4	95,1	483,9	94,1	0,8	7,7
1993	93,2	521,3	88,7	95,2	490,5	94,1	0,7	7,7
1994	93,2	552,7	89,1	95,6	523,0	94,6	0,7	7,8
1995	93,2	566,2	89,2	95,7	535,2	94,5	0,7	7,8
1996	93,6	545,3	89,9	96,0	514,7	94,4	0,7	7,7

Lähde: Rautakirja Oy
Source: Rautakirja Oy

8.18 Ilmaislehtien määrä, kokonaispainos/numero, volyymi ja ilmoitustulot vuosina 1984, 1989 ja 1994 Free sheets: number, total print, volume and revenue from advertising in 1984, 1989 and 1994

	1984	1989	1994
Ilmaislehtiä – Free sheets	131	141	106
Kokonaispainos (milj.kpl) – Total print (million copies)	3,3	3,7	3,5
Volyyymi (milj.kpl) – Volume (million copies)	185	230	185
Ilmoitustulot (milj.mk) – Advertising revenue (FIM million)	215	315	270

* Ilmaislehdillä tarkoitetaan tässä jakelualueensa ruokakuntiin säännöllisesti, vähintään 2 krt/kk jaettavaa maksutonta julkaisua, jonka julkaiseminen perustuu pääasiassa ilmoitustilan myyntiin ja joka sisältää myös toimituksellista aineistoa. – Free sheet refers here to papers which depend chiefly on the sale of advertising space but which also include editorial material. Free sheets are delivered regularly to all households in the region concerned at least twice a month.

Lähteet: Suomen Lehdistö 4/1985, 4/1990, 4/1995
Sources: Suomen Lehdistö 4/1985, 4/1990, 4/1995

8.19 Sanomalehtien lukeminen vuosina 1992 – 1996 Newspaper readership in 1992 – 1996

		On lukenut edellisenä päivänä – Has read during the previous day	
		%	Min/päivä Min/day
1992	Kaikki – All	89	43
1994	Kaikki – All	87	36
1996	Kaikki – All	87	40
Sukupuoli – Sex	Naiset – Women	87	36
	Miehet – Men	88	45
Ikä – Age	15–24	80	20
	25–44	87	32
	45–59	89	50
	60 –	95	69

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy
Source: MDC Helsinki Group-Media Research Ltd.

9 Aikakauslehdet

Talouden volyymilla mitaten aikakauslehdistö on päivälehtien jälkeen toiseksi suurin joukkoviestinnän ala. Aikakauslehdistön liikevaihto oli vuonna 1996 noin 3,1 miljardia eli 18 prosenttia joukkoviestinnän liikevaihdosta (ks. luvun 1 taulukko 1). Jos sanomalehdistön 90-lukua voidaan kutsua selviytymistarinaksi, niin aikakauslehdistölle sama aikajakso on ollut lähes menestystarina.

Aikakauslehdet saavat valtaosan tuloistaan tilaus- ja irtomeromyyntistä, mutta viime vuosina mainostulojen osuus on ollut kasvussa (taulukko 4.) Aikakauslehtien osuus mediamainonnasta onkin 1990-luvulla kasvanut. Vuonna 1996 se oli 14 prosenttia. Aikakauslehtimainonnan kehitystrendi on viime vuosina Suomessa ollut päinvastainen kuin monessa muussa Euroopan maassa. Monissa maissa aikakauslehtien mainososuus on ollut laskussa jo 1980-luvun keskivaiheilta lähtien. Suomen ero osuuden eurooppalaiseen keskitasoon (19 %) on kaventunut viiteen prosenttiyksikköön, kun se vielä vuonna 1990 oli toistakymmentä prosenttiyksikköä. (Vrt. luvun 11 taulukko 2.)

Myös aikakauslehtien levikit ovat levikintarkastustietojen perusteella kehittyneet viime vuosina suotuisasti. Parina viime vuotena onkin tehty lukuisia uusia lehtilanseerauksia varsinkin erikoislehtisektorilla. Voimistuva trendi näyttää olevan markkinoiden testaaminen olemassaolevien lehtien spin-off julkaisuilla (esim. Hyvä Terveys/Mies; Kauneus ja Terveys/Madame) tai pyrkimys jopa kokonaisten ”lehtiperheiden” synnyttämiseen vakiintuneiden nimikkeiden (esim. Gloria, Kotivinkki) suojissa.

Useampi kuin neljä viidestä myydyistä yleisöaikakauslehden numeroista toimitetaan Suomessa tilattuina kotiin (taulukko 5.) Suomi onkin yksi niistä harvoista maista, joissa yleisöaikakauslehtien tilaustuottojen osuus ylittää irtomeromyyntin tuotot. Esimerkiksi World Magazine Trends 1996 -tilastojulkaisusta löytyy vain kaksi muuta tällaista maata: Hollanti ja Ruotsi. Näihinkin verrattuna Suomessa tilaus-irtomyynti-suhde on aivan omaa luokkaansa. Suomi on poikkeuksellisen selvästi tilausmyyntimaa. Tämä koskee sekä aikakaus- että sanomalehtiä.

Aikakauslehtien valikoima on laaja. Suomessa ilmestyi vuonna 1996 kaikkiaan lähes 2700 aikakauslehteä. Nämä lehdet sisältyvät Suomen Posti Oy:n lehtipalveluysikön jakelutilastoon ja täyttävät seuraavat kriteerit:

- Ne ilmestyvät säännöllisesti vähintään neljä kertaa kalenterivuodessa (= painovapauslain mukainen ”aikakautisten painokirjoitusten” määritelmä).
- Ne sisältävät numeroa kohden useita artikkeleita tai muuta toimituksellista aineistoa.
- Ne ovat kaikkien tilattavissa tai jaetaan osoitteellisesti jäsenyyden tai asiakassuhteen perusteella.
- Niiden sisältö ei muodostu pääasiallisesti liikealan tiedonannoista, hinnoista, ilmoituksista tai mainonnasta.

Usein puhutaan myös noin 4 500 lehtinimikkeen joukosta Helsingin yliopiston bibliografisen osaston tilastoihin viitaten. Määrään on silloin laskettu mukaan kaikki vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvät aikakauslehtiset julkaisut (sanomalehdet tietenkin poislukien). Näistä oli Helsingin yliopiston vapaakappalerekisterin mukaan neljä kertaa vuodessa ilmestyviä julkaisuja noin 3 400 nimikettä vuonna 1996. (Taulukko 1.)

Seuraavassa aikakauslehdistöllä tarkoitetaan pääsääntöisesti edellä mainittua Postin tilastoissa esiintyvää noin 2 700 lehden joukkoa. Yleisesti käytetyn luokituksen mukaan aikakauslehdistö ryhmitellään seuraavasti:

- 1 *Yleisölehdet*, jonka alaryhmiä ovat yleisaikakaus- ja perhelehdet, naistenlehdet, miestenlehdet, lasten ja nuorten lehdet sekä erikois- ja harrastelehdet (290 lehtinimikettä vuonna 1996);
- 2 *Ammatti- ja järjestölehdet*, jotka jaetaan aihealan mukaan 15 alaryhmään (2 025 nimikettä);
- 3 *Mielipidelehdet*, joiden alaryhmiä ovat yhteiskunta ja politiikka, kulttuuri, uskonto sekä muut aatteelliset lehdet (158 nimikettä);
- 4 *Asiakas- ja yritysolehdet* (186 nimikettä).

Vuodesta 1992 lähtien Posti on tilastoinut kuljettamiensa aikakauslehtien voilymin lehtityypeittäin tämän luokituksen mukaisesti (taulukot 7 & 8). Kun myydyt irtonumerot (taulukko 9) lisätään yleisölehtien luokkaan, aikakauslehtien vuosivolyymiksi (= levikki kerrottuna ilmestymiskertojen määrällä) saadaan noin 380 miljoonaa kappaletta. Tasan jaettuna niistä riittää 164 aikakauslehden numeroa eli noin kolme viikkolehtivuositertaa tai peräti 14 kerran kuussa ilmestyvän aikakauslehden vuosikertaa jokaiselle kotitaloudelle.

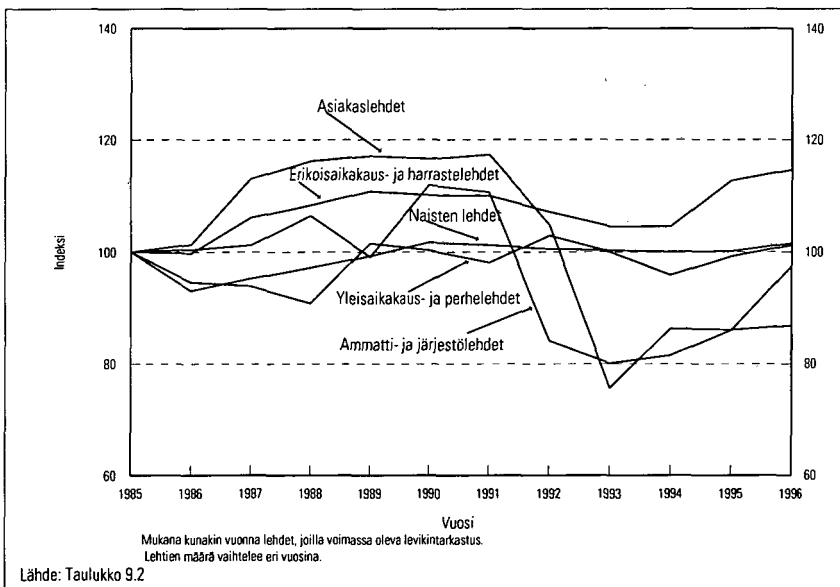
Aikakauslehtien vuosivolyymi jakautui lehtiryhmiin vuonna 1996 seuraavasti:

– Yleisölehdet	35 %
– Ammatti- ja järjestölehdet	42 %
– Mielipidelehdet	4 %
– Asiakaslehdet	19 %

Posti julkaisi jakamiensa lehtien volyymitiedot ensi kertaa lehtiryhmittäin vuonna 1992. Pidemmän aikavälin muutostrendejä voidaan seurata Suomen Mediataarkastuksen levikitietojen avulla. Levikkinsä tarkastuttua lähinnä lehdistön se osa, jolle mainonta on tärkeä tulonlähde. Niinpä levikkitarkastukset kattavat aikakauslehtinimikkeistä vain pienen mutta levikki- ja lukijaosuuksilla mitaten ehdottomasti keskeisimmän osan. Esimerkiksi vuonna 1996 noin 230 lehdellä oli voimassa oleva levikintarkastus.

Kuviossa 1 esitetään levikkien ja lukijamäärien kehitys niiden lehtien osalta, joilla vuosina 1985–96 on ollut voimassa oleva levikintarkastus. Yleisaikakauslehtien ja naistenlehtien yhteislevikit laskivat 1980-luvun lopussa mutta palasivat sitten entiselle tasolle ja ovat sen jälkeen olleet hyvin stabiileja. Erikoisaikakauslehtien yhteislevikin trendi on kasvava. Ammatti- ja järjestölehdet sekä asiakaslehdet puolestaan kärsivät eniten 1990-luvun alun talouslamasta, mutta parin viime vuoden aikana ammatti- ja järjestölehtien yhteislevikki on lähtenyt uudestaan selvään kasvuun. (Kuvio 1.)

Kuvio 9.1 Aikakauslehtiryhmien levikki-indeksi 1985 – 1996 (1985=100)
Figure 9.1 Magazine categories: circulation index 1985 – 1996 (1985=100)



Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti laski 1980-luvun alkupuolella. Sen jälkeen kappalemääräisen myynnin muutokset ovat olleet suhteellisen vähäisiä (taulukko 9). Aikakauslehtien kanssa irtonumeromyynnistä kilpailevien iltapäivälehtien myynti sen sijaan kasvoi voimakkaasti 1980-luvulla (vrt. Sanomalehdet-luvun taulukko 17).

Ulkomaisten aikakauslehtien kappalemyynti lisääntyi etenkin 1980-luvun puolivälissä, mutta pysähtyi sitten. 1990-luvun aikana niiden kappalemyynti on laskenut lähes vuoden 1980 tasolle. (Taulukko 9.)

Myydyt ulkomaisten lehtien irtonumerot ovat valtaosin erikoisaikakauslehtiä ja harrastelehtiä. Yleisaikakauslehtien ja naistenlehtien osuus (markkamääräisestä) myynnistä on noin 30 prosenttia. (Taulukko 11.)

Suomessa on kolme selvästi muita suurempaa aikakauslehtien kustantajaa. 1980-luvun lopussa Yhtyneet Kuvalehdet kasvoi Lehtimiehet Oy:n ostolla selvästi suurimmaksi aikakauslehtiyritykseksi. Kaksi muuta volyymillaan selvästi muista erottuvaa kustannustaloa ovat Helsinki Media Company ja A-lehdet. Nämä kolme suurinta kustantajaa julkaisivat vuonna 1996 yhteensä 68 yleisölehtinimikettä, joiden yhteinen vuosivolyymi oli 96 miljoonaa kappaletta. (Taulukko 6.)

Kahdeksasta suurimmasta aikakauslehtiyhtiöstä neljä (Aller, Forma, Semic, Valitut Palat-Reader's Digest) on taustaltaan ulkomaisia lehtiyhtiöitä. Niistä aiemmin ruotsalaisen Bonnierin omistama Semic siirtyi kesällä 1997 tanskalaisen Egmontin (50 %) ja Helsinki Media Companyn (50 %) yhteiseen omistukseen. Samalla yhtiö vaihtoi nimekseen Egmont Kustannus. Ulkomaalaisomisteisten kustantajien osuus kahdeksan suurimman volyymista on kasvanut vuosikymmenen vaihteen 10 prosentista 18 prosenttiin vuonna 1996. Kasvu johtuu lähes pelkästään vuonna 1992 Suomessa aloittaneen Allerin hyvästä menestyksestä. (Taulukko 6.)

Suomalaisten kustannustalojen toiminta ulkomailla on ollut melko vähäistä. Selvimmin pohjoismaisille markkinoille on hakeutunut Helsinki Media. Se julkaisee Ruotsissa kolmea aikakauslehteä. Kustantajan merkittävin panostus Ruotsissa on varttuneemmalle väelle suunnattu Sköna Daggar (ilm. 1994–), joka on Suomessa erinomaisesti menestyneen et-lehden (vrt. kuvio 2) ruotsalaisversio.

Kahdeksan suurimman kustannustalon (joihin edellämainittujen lisäksi on kuulunut oululaiseen Suomenmaa-Yhtiöihin kuuluva lukemistokustantaja Kolmiokirja) osuus suomalaisen aikakauslehdistön koko volyymista oli noin 30 prosenttia ja yleisölehtien volyymista noin 80 prosenttia vuonna 1996. Osuudet on arvioitu Postin ja Rautakirja Oy:n volyymitietojen perusteella.

Tilastointi

Suomen Mediatarkastus Oy tarkastaa vuosittain aikakauslehtien nettolevikkejä. Kansallisen Mediatutkimuksen lukijamäärämittausten tiedonkeruumenetelmä ja lukijamäärien estimointimenetelmä uudistettiin vuoden 1995 alussa. Sen mukaiset tulokset eivät ole suoraan vertailukelpoisia aiempiin.

Aikakauslehtien Liitto tilastoi jäsenlehtiensä toimintaa sekä julkaisee vuosittain mediaoppaan (esim. Suomen aikakauslehdistö 1997) jäsenlehdistään. Opas sisältää myös joitakin tilastotietoja aikakauslehdistöstä.

Helsingin yliopiston kirjaston bibliografinen osasto tilastoi Suomessa ilmestyviä aikakausjulkaisunimikkeitä. Aikakauslehtien ja muiden toistuvaisjulkaisujen rajausta ei tässä tilastossa ole yksiselitteinen.

Suomen Posti Oy:n ja sen lehtipalveluyksikön vuositilastoissa on tiedot postin kuljettamista lehdistä. Tiedot koti- ja ulkomaisten lehtien irtonumeromyyntistä ovat Rautakirja Oy:n vuosikertomuksissa ja muista tilastoista.

Suomen Gallup-Median joka toinen vuosi julkaisemat Intermedia-tutkimukset sisältävät tietoja aikakauslehtien lukemisesta ja siinä tapahtuneista muutoksista.

(TS)

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 & Sassi, Sinikka: Aikakauslehdistö. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Joukkoviestintä Suomessa. Weilin+Göös, Helsinki 1994.

Sauri, Tuomo: Joukkoviestinnän talous ja rakenne 1986 – 1995/96. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1996: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1997.

Sauri, Tuomo: Sanoma- ja aikakauslehtien lukeminen. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.): Arjen kulttuuria. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

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.

Taulukot – Tables

- 9.1 Aikakauslehtinimikkeet ilmestymistiheyden mukaan vuosina 1980 – 1996
Number of magazines and periodicals by frequency of publication in 1980 – 1996
- 9.2 Eräiden aikakauslehtiryhmien yhteislevikit vuosina 1980 – 1996
Total circulations of selected magazine and periodical categories in 1980 – 1996
- 9.3 Suurimpien aikakauslehtien levikit ja lukijamäärät 1996
Circulations and readership of the biggest magazines 1996
- 9.4 Aikakauslehtien tuottojakauma 1988 – 1996
Magazine revenues 1988 – 1996
- 9.5 Tilausten ja irtonumeromyyntin osuudet yleisöaikakauslehtien levikkimyyntistä 1992 – 1996
Type of consumer magazine sales 1992 – 1996
- 9.6 Kahdeksan suurimman yleisöaikakauslehtien kustantajan vuosivolyymit ja keskinäiset volyymiosuudet 1989 – 1996
Eight biggest publishers of consumer magazines: volumes and mutual shares of volume in 1989 – 1996
- 9.7 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 1992 – 1996
Magazines and periodicals delivered by the Post Office by type of magazine in 1992 – 1996
- 9.8 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 1996
Magazines and periodicals delivered by the Post Office by type of magazine in 1996
- 9.9 Koti- ja ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti vuosina 1980 – 1996
Single-copy sales of Finnish and foreign magazines and periodicals in 1980 – 1996
- 9.10 Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 1996
Single-copy sales of Finnish magazines and periodicals by type of magazine 1996
- 9.11 Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin vuonna 1996
Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by type of magazine 1996
- 9.12 Aikakauslehtien lukeminen vuosina 1992 – 1996
Magazines & periodicals readership 1992 – 1996

Kuviot – Figures

- 9.1 Aikakauslehtiryhmien levikki-indeksi 1985 – 1996
Magazine categories: circulation index 1985 – 1996
- 9.2 Kymmenen suurimman yleisöaikakauslehden levikit 1985 – 1996
Top ten consumer magazines by circulation in 1985 – 1996
- 9.3 Aikakauslehtien irtonumeromyynti 1980 – 1996
Single-copy sales of magazines and periodicals in 1980 – 1996
- 9.4 Ulkomaisten aikakauslehtien myynti alkuperämaittain 1996
Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by country of origin in 1996

9.1 Aikakauslehtinimikkeet ilmestymistiheyden mukaan vuosina 1980 – 1996*
 Number of magazines and periodicals by frequency of publication in 1980 – 1996*

Vuosi Year	Ilmestyy 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 kielisiä Other languages
1980	68	546	..	..	2 992	3 606	3 080	271	195	60
1985	109	536	..	..	3 630	4 275	3 753	170	259	93
1986	97	566	..	..	3 889	4 552	3 940	243	267	102
1987	95	580	..	..	4 144	4 819	4 154	296	260	119
1988	88	507	..	..	4 065	4 660	4 174	202	188	96
1989	89	439	..	..	3 992	4 520	3 989	225	202	104
1990	87	453	..	..	3 556	4 096**	3 567	241	183	105
1991	103	492	2 812	1 283	4 095	4 690	4 046	213	165	266
1992	102	586	2 845	861	3 706	4 394	3 636	210	178	370
1993	88	518	2 676	1 231	3 907	4 513	3 642	235	200	436
1994	77	510	2 761	1 333	4 094	4 681	3 699	247	221	514
1995	76	462	2 857	1 423	4 280	4 818	3 796	267	219	536
1996	65	451	2 921	1 444	4 365	4 881	3 844	261	222	554

* Aikakauslehtien määrään sisältyy tässä vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvät lehdet. – Periodicals appearing at least twice a year.

** Vuonna 1990 lisäksi noin 400 lehteä, joiden luokitus ilmestymistiheyden mukaan puuttuu. – Additionally some 400 magazines for which data were not available on frequency of publication.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto.
 Source: Helsinki University Library, Bibliographical department.

9.2 Eräiden aikauslehtiryhmien yhteislevikit vuosina 1980 – 1996

Total circulations of selected magazine and periodical categories in 1980 – 1996

	Yleisaikakaus- ja perhelehdet* General-interest & family magazines*	Naisten lehdet** Women's magazines**	Erikoisaikakaus- ja harrastelehdet Special interest magazines	Yleisölehdet yhteensä Consumer magazines total	Ammatti- ja järjestölehdet Trade & business magazines	Asiakaslehdet Customer magazines
	1 000 kpl – '000 copies					
1980	1 421,6	1 067,8	2 364,9	4 854,3	3 030,8	4 492,4
1985	1 370,7	1 180,6	2 610,5	5 161,8	4 121,9	5 611,5
1986	1 296,3	1 099,8	2 604,3	5 000,4	4 136,7	5 686,7
1987	1 286,5	1 125,1	2 769,3	5 180,9	4 171,3	6 341,7
1988	1 243,3	1 147,7	2 827,4	5 218,4	4 386,5	6 522,1
1989	1 390,3	1 173,2	2 892,8	5 456,3	4 084,3	6 572,3
1990	1 374,7	1 200,6	2 873,9	5 449,2	4 611,5	6 543,4
1991	1 344,2	1 194,9	2 872,0	5 411,1	4 559,8	6 581,6
1992	1 409,5	1 186,5	2 797,5	5 393,5	3 467,7	5 883,8
1993	1 369,8	1 184,3	2 729,1	5 283,2	3 303,6	4 247,7
1994	1 314,2	1 181,0	2 727,9	5 223,1	3 360,8	4 842,9
1995	1 359,2	1 181,7	2 942,5	5 483,4	3 546,9	4 830,8
1996	1 386,5	1 198,5	2 991,9	5 576,9	4 013,3	4 871,6

Mukana kunakin vuonna lehdet, joilla voimassa oleva levikintarkastus. Huom. Lehtien määrä vaihtelee eri vuosina. – Magazines and periodicals that have audited their circulation. – Note. The number of magazines and periodicals varies from year to year.

* Apu, Hymy, Nykyposti, SE (1989-), Seura, Suomen Kuvalehti, Valitut Palat, 7 päivää (1992-)

** Anna, Eeva, Gloria (1987-), Jaana (-1984), Kauneus ja Terveys, Kodin Kuvalehti, Kotiliesi, Kotivinkki (1983 –) Me Naiset, Muoti+Kauneus, Prima (1983-1985), Regina, Trendi (1990-)

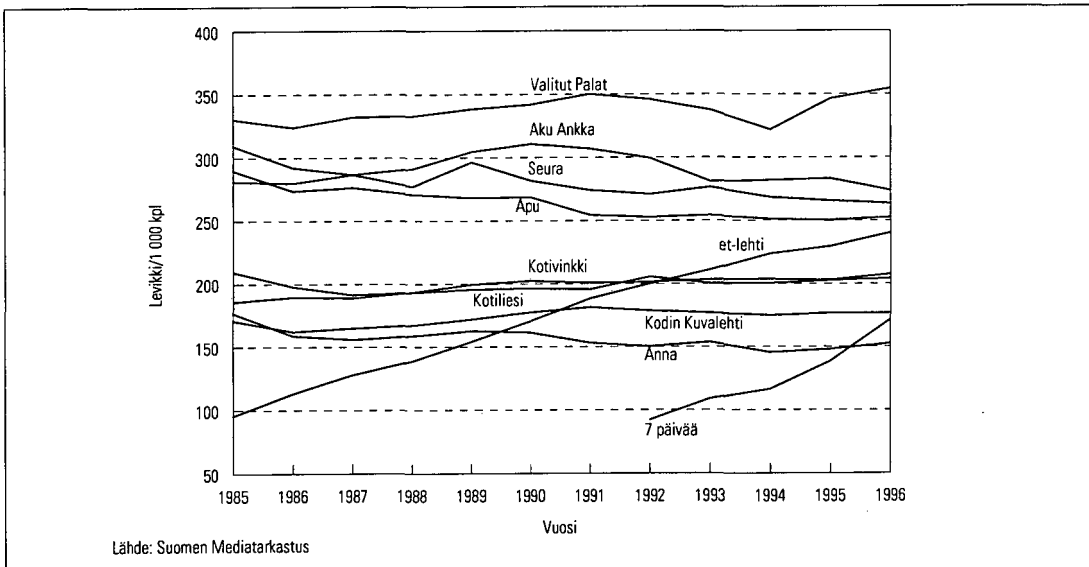
Lähteet: Suomen Mediataarkastus Oy
Aikakauslehtien Liitto.

Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations
Association of Finnish Periodicals

Muokattu – Processed

Kuvio 9.2 Kymmenen suurimman yleisöaikakauslehden levikit 1985 – 1996

Figure 9.2 Top ten consumer magazines by circulation in 1985 – 1996



9.3 Suurimpien aikauslehtien levikit ja lukijamäärät 1996 Circulations and readership of the biggest magazines 1996

Lehti Magazine	Levikki Circulation 1996	Muutos Change 1996/1995	Lukijamäärä Readership	Lukijoita/ levikkikappale Readers/copy	Kustantaja Publisher
Yleisaikakaus- ja perhelehdet General interest and family magazines					
Valitut Palat	346 434	2,3	943 000	2,7	Valitut Palat – Readers' Digest Oy
Seura	265 919	-0,9	1 257 000	4,8	Yhtyneet Kuvalehdet
Apu	250 305	0,9	1 173 000	4,6	A-lehdet
7 päivää	138 494	23,8	797 000	4,6	Aller Julkaisut
Suomen Kuvalehti	97 328	1,2	433 000	4,4	Yhtyneet Kuvalehdet
Nykyposti	107 375	-10,7	325 000	3,4	Yhtyneet Kuvalehdet
Hymy	97 786	-3,2	353 000	3,7	Yhtyneet Kuvalehdet
SE!	53 540	..	..	..	Sun Press
Suurimmat erikoisajakaus- ja harrastelehdet (Levikki yli 30 000) Major special-interest and hobby magazines (Circulation over 30 000)					
ET-lehti	229 606	4,6	776 000	3,2	Helsinki Media
Kotivinkki	202 804	2,3	453 000	2,2	Kustannus Forma
Kotiliesi	202 516	0,8	667 000	3,3	Yhtyneet Kuvalehdet
Kodin Kuvalehti	176 747	-0,1	664 000	3,8	Helsinki Media
Anna	147 964	3,1	572 000	3,7	Yhtyneet Kuvalehdet
Tekniikan Maailma	114 434	4,0	656 000	5,5	Yhtyneet Kuvalehdet
Suuri Käsiyölehti	126 368	-8,7	351 000	3,0	Helsinki Media
Me Naiset	102 677	1,8	449 000	4,3	Helsinki Media
Eeva	96 074	0,8	366 000	3,8	A-lehdet
Veikkaaja	82 573	3,0	301 000	3,5	Oy Veikkaus Ab
Tuulilasi	80 836	-2,9	461 000	5,9	A-lehdet
Suosikki	74 548	-0,4	269 000	3,6	Yhtyneet Kuvalehdet
Voi Hyvin	34 846	98,6	301 000	4,3	A-lehdet
Kotilääkäri	62 657	5,5	246 000	3,7	Yhtyneet Kuvalehdet
Kauneus ja Terveys	60 505	7,6	418 000	6,4	A-lehdet
Koti ja keittiö	..	..	..	..	Aller Julkaisut
Trendi	61 033	2,9	147 000	2,3	Kustannus Forma
Avotakka	52 598	17,3	341 000	5,5	A-lehdet
Gloria	61 268	-1,7	218 000	3,6	Helsinki Media
Katso	62 295	-6,2	229 000	3,9	A-lehdet
MikroBitti	43 938	32,8	262 000	4,5	Helsinki Media
MikroPC	52 392	11,3	232 000	4,0	Talentum
Hyvä Terveys	51 186	4,8	185 000	3,5	Helsinki Media
Tieteen Kuvalehti	59 115	-9,8	318 000	6,0	Bonnier Julkaisut
Erä	45 600	7,5	285 000	5,8	Yhtyneet Kuvalehdet
Kaks Plus	50 611	-3,4	167 000	3,4	Yhtyneet Kuvalehdet
Viherpiha	37 419	23,4	198 000	4,3	A-lehdet
Meidän Talo & Koti	40 715	9,5	201 000	4,5	A-lehdet
Muoti+Kauneus	46 096	-3,5	287 000	6,5	Yhtyneet Kuvalehdet
Eläinmaailma	48 722	-9,7	157 000	3,6	Helsinki Media
Novita Neuleet	43 921	..	95 000	2,2	Yhtyneet Kuvalehdet
Koululainen	45 315	-4,2	..	..	Yhtyneet Kuvalehdet
Kotipuutarha	35 672	18,6	198 000	4,7	Puutarhaliitto
Tiede 2000	43 383	-4,9	246 000	6,0	Helsinki Media
Suomen Luonto	49 358	-20,1	137 000	3,5	Suomen Luonnonsuojeluliitto
Metsästys ja Kalastus	32 109	14,8	405 000	11,0	Yhtyneet Kuvalehdet
Vauva	35 573	-2,4	128 000	3,7	Helsinki Media
Vauhdin Maailma	34 268	0,1	208 000	6,1	Yhtyneet Kuvalehdet
Kunto Plus	38 757	-12,3	158 000	4,6	Bonnier Julkaisut
Tietokone	31 697	2,1	..	..	Helsinki Media
Pelit	26 820	16,0	155 000	5,0	Helsinki Media
V8-Magazine	30 930	-0,4	185 000	6,0	Helsinki Media
Alibi	38 471	-20,6	..	..	Yhtyneet Kuvalehdet

9.3 Jatkuu
Continued

Lehti Magazine	Levikki Circulation 1996	Muutos Change 1996/1995	Lukijamäärä Readership	Lukijoita/ levikkikappale Readers/copy	Kustantaja Publisher
Suurimmat sarjakuvalehdet (Levikki yli 30 000) Major comic magazines (Circulation over 30 000)					
Aku Ankka	283 337	-3,3	786 000	2,9	Helsinki Media
Roope-setä	52 488	11,3	..	..	Helsinki Media
Nalle Puh	38 924	-0,2	..	..	Helsinki Media
Suurimmat ammatti- ja järjestölehdet (Levikki yli 100 000) Major trade & business magazines (Circulation over 100 000)					
Metsästäjä	284 921	1,4	..	..	Metsästäjän Keskusjärjestö
Kunta ja Me	236 116	-0,1	..	..	KTV
Kirkko ja kaupunki	177 580	9,8	225 000	1,2	H:gin ev.lut. seurakunnat
Taloustaito	163 484	1,6	203 000	1,2	Verotieto
Koiramme	108 010	-1,4	..	..	Suomen Kennelliitto
Tehy	103 528	..	..	..	Tehy
Suurimmat asiakaslehdet (Levikki yli 100 000) Major customer magazines (Circulation over 100 000)					
Pirkka	2 266 416	0,6	3 209 000	1,4	Kauppiaitten Kustannus
Kulta YV	743 928	..	618 000	0,8	OP-Julkaisut
Yhteishyvä	440 720	11,7	901 000	1,8	SOK
Me	406 466	..	321 000	0,8	Viestintärenas
Silver News	213 947	..	..	..	OP-Julkaisut
Hippo (suomenk.)	188 141	..	..	..	OP-Julkaisut
Elanto	145 178	1,6	227 000	1,5	Kaupparengas
Asu Hyvin	130 527	-13,9	277 000	2,5	Kauppiaitten Kustannus

* Lehdet, joiden levikki on tarkastettu vuonna 1995 ja/tai 1996. Levikin muutos on ilmoitettu lehdistä, joiden levikki on tarkastettu molempina vuosina. –
Magazines and periodicals that have audited their circulation in 1995 and/or 1996. Change in circulation given for magazines with audit figures for both years.

Lähteet: Suomen Mediatarkastus Oy
Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations

9.4 Aikakauslehtien tuottojakauma 1988 – 1996
Magazine revenues in 1988 – 1996

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	%								
Mainonta – Advertising	18	18	18	15	15	17	19	21	21
Tilaukset ja irtonumeromyynti Subscriptions & single copy sales	82	82	82	85	85	83	81	79	79
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lähde: Luvun 1 taulukot 1 ja 4.
 Source: Chapter 1, tables 1 & 4.

9.5 Tilausten ja irtonumeromyyntin osuudet yleisöaikakauslehtien levikkimyyntistä 1992 – 1996
Type of consumer magazine sales in 1992 – 1996

	1992	1993	1994	1995	1996
Tilaukset – Subscriptions	77	79	80	80	81
Irtonumeromyynti – Single copy sales	23	21	20	20	19
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100

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

Lähde: Tämän luvun taulukot 7 & 9.
 Source: Tables 7 and 9 in this chapter.

9.6 Kahdeksan suurimman yleisöaikakauslehtien kustantajan vuosivolyymit ja keskinäiset volyymiosuudet 1989 – 1996

Eight biggest publishers of consumer magazines: volumes and mutual shares of volume in 1989 – 1996

Yhtiö <i>Publisher's name</i>	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Lehtien määrä 1996 <i>Number of titles 1996</i>
	Millj.kpl <i>Mill.copies</i>								
Yhtyneet Kuvalehdet Oy	47,1	46,1	44,7	44,3	43,6	41,5	39,9	41,0	28
Helsinki Media Company Oy	34,0	33,7	33,5	33,4	32,8	33,3	33,9	33,8	29
A-lehdet Oy	23,7	23,1	22,3	21,2	20,5	20,6	21,3	21,0	11
Aller Julkaisut Oy	–	–	–	4,8	5,7	6,1	7,2	9,3	2
Bonnier:									
– Kustannus Oy Semic*	4,1	3,2	3,4	3,2	3,0	2,7	3,1	3,1	32
– Bonnier Julkaisut Oy	1,7	2,0	1,9	1,9	1,8	1,6	1,9	1,8	4
Oy Valitut Palat-Reader's Digest	4,1	4,1	4,2	4,2	4,0	3,9	4,2	4,3	1
Kustannus Oy Forma	2,2	2,4	2,4	2,7	2,8	2,6	2,6	2,9	4
Kolmiokirja Oy	3,5	3,3	2,7	2,4	2,0	1,8	1,7	1,7	10
Yhteensä – Total	120,4	117,9	115,1	118,1	116,2	114,1	115,8	118,9	121
	%								
Yhtyneet Kuvalehdet Oy	39,1	39,1	38,8	37,5	37,5	36,4	34,5	34,5	
Helsinki Media Company Oy	28,2	28,6	29,1	28,3	28,2	29,2	29,3	28,4	
A-lehdet Oy	19,7	19,6	19,4	18,0	17,6	18,1	18,4	17,7	
Aller Julkaisut Oy	–	–	–	4,1	4,9	5,3	6,2	7,8	
Bonnier:									
– Kustannus Oy Semic*	3,4	2,7	3,0	2,7	2,6	2,4	2,7	2,6	
– Bonnier Julkaisut Oy	1,4	1,7	1,7	1,6	1,5	1,4	1,6	1,5	
Oy Valitut Palat-Reader's Digest	3,4	3,5	3,6	3,6	3,4	3,4	3,6	3,6	
Kustannus Oy Forma	1,8	2,0	2,1	2,3	2,4	2,3	2,2	2,4	
Kolmiokirja Oy	2,9	2,8	2,3	2,0	1,7	1,6	1,5	1,4	
Yhteensä – Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Niiden lehtien, joille ei ole suoritettu levikintarkastusta, volyymit laskettu painosmääristä, joista vähennetty irtolumeromyyntiin palautusten arvioitu osuus. – *For magazines without audited circulation (mainly comic books), the figures have been estimated.*

Luvut eivät sisällä ristikkolehtiä – *The figures do not include crossword puzzle magazines.*

* Semic siirtyi Egmontin ja Helsinki Median omistukseen kesäkuussa 1997. – *Since June 1997 Semic is jointly owned by Egmont and Helsinki Media.*

Levikkidat: Suomen Mediatarkastus Oy
Circulation data: The Finnish Audit Bureau of Circulations.

Muokattu – *Processed*

9.7 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 1992 – 1996

Magazines and periodicals delivered by the Post Office by type of magazine in 1992 – 1996

	1992		1993		1994		1995		1996		Muutos 1996/95 Change 1996/95 %
	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	Milj.kpl Million copies	%	
Yleisölehdet yhteensä – <i>Consumer magazines total</i>	108,1	32,1	106,8	31,3	117,6	33,6	120,2	33,2	123,8	35,4	3,0
Ammatti- ja järjestölehdet yhteensä <i>Trade & business magazines total</i>	141,5	41,9	152,3	44,7	148,5	42,4	150,4	41,6	146,4	41,8	-2,7
Mielipidelehdet yhteensä <i>Opinion journals total</i>	13,2	3,9	12,8	3,8	11,1	3,2	13,9	3,9	13,7	3,9	-1,4
Asiakaslehdet – Yhteensä <i>Customer magazines – Total</i>	74,6	22,1	69,0	20,2	73,2	20,9	77,1	21,3	66,0	18,9	-14,4
Aikakauslehdet yhteensä <i>Magazines and periodicals total</i>	337,4	100,0	340,8	100,0	350,4	100,0	361,6	100,0	349,9	100,0	-3,2

Lähde: Posti- ja telelaitos/Suomen Posti Oy, lehtipalvelut.

Source: Posts and Telecommunications/Suomen Posti Oy, magazine delivery services

9.8 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 1996
Magazines and periodicals delivered by the Post Office by type of magazine 1996

	Milj.kpl Million copies	%
Yleisaikakaus- ja perhelehdet – <i>General interest and family magazines</i>	47,1	13,5
Naisten yleis- ja erikoislehdet – <i>Women's magazines</i>	29,2	8,3
Miesten yleis- ja erikoislehdet – <i>Men's magazines</i>	0,0	0,0
Lasten ja nuorten lehdet – <i>Children's and juvenile magazines</i>	22,1	6,3
Erikaisaikakaus- ja harrastelehdet – <i>Special-interest and hobby magazines</i>	25,5	7,3
Yleisölehdet yhteensä – <i>Consumer magazines total</i>	123,8	35,4
Maa, metsä, karja, kala, kotit. – <i>Forestry & agriculture</i>	9,7	2,8
Teollisuus, tekniikka – <i>Industry, technology</i>	16,8	4,8
Arkkiteht. rak.toimi, kiint. – <i>Architecture, building & construction</i>	5,7	1,6
Kauppa, palvelut, suurtalous – <i>Trade, services</i>	4,8	1,4
Tietoliikenne, tietojenkäsittely – <i>Computers & ADP</i>	5,9	1,7
Auto, moott, liiken, kulj, matk. – <i>Auto & transport</i>	8,6	2,5
Talouselämä, yritystoiminta – <i>Business economics</i>	7,8	2,2
Rahoitus, vakuutus – <i>Financing & insurance</i>	1,5	0,4
Markkinointi, viestintä – <i>Marketing & communication</i>	4,5	1,3
Julkinen hallinto, yhteisk. – <i>Public administration</i>	15,6	4,5
Sosiaali- ja terveysala – <i>Social welfare and health care</i>	17,3	4,9
Opetus, kasvat. – <i>Education</i>	4,9	1,4
Uskonto, kirkko – <i>Church & religion</i>	25,3	7,2
Virkistys, kulttuuri, harrast. – <i>Entertainment, culture</i>	7,5	2,1
Urheilu – <i>Sports</i>	10,4	3,0
Ammatti- ja järjestölehdet yhteensä <i>Trade & business magazines total</i>	146,4	41,8
Yhteiskunta ja politiikka – <i>Society and politics</i>	4,7	1,4
Kulttuuri – <i>Culture</i>	0,1	0,0
Uskonto – <i>Religion</i>	7,4	2,1
Muut mielipidelehdet – <i>Other opinion journals</i>	1,5	0,4
Mielipidelehdet yhteensä <i>Opinion journals total</i>	13,7	3,9
Asiakaslehdet yhteensä <i>Customer magazines total</i>	66,0	18,9
Aikakauslehdet yhteensä <i>Magazines and periodicals total</i>	349,9	100,0

Lähde: Posti- ja telelaitos/Suomen Posti Oy, lehtipalvelut.

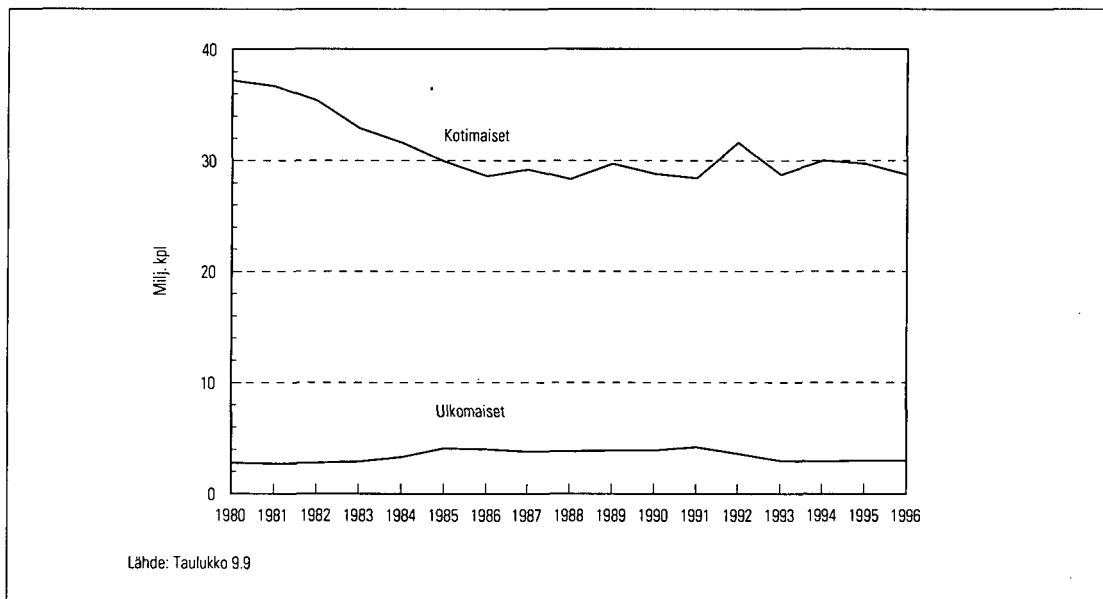
Source: Posts and Telecommunications/Suomen Posti Oy, magazine delivery services

9.9 Koti- ja ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti vuosina 1980 – 1996
Single-copy sales of Finnish and foreign magazines and periodicals in 1980 – 1996

	Kotimaiset Finnish		Ulkomaiset Foreign		Yhteensä Total	
	Milj.kpl Million copies	Milj.mk FIM million	Milj.kpl Million copies	Milj.mk FIM million	Milj.kpl Million copies	Milj.mk FIM million
1980	37,2	239,2	2,8	21,9	40,0	261,1
1985	29,9	345,0	4,1	49,4	34,0	394,4
1986	28,6	362,4	4,0	52,5	32,6	414,9
1987	29,2	378,1	3,8	55,5	33,0	433,6
1988	28,3	395,5	3,8	57,8	32,1	453,3
1989	29,7	437,2	3,9	65,3	33,6	502,5
1990	28,8	450,3	3,9	68,8	32,7	519,1
1991	28,4	453,9	4,2	77,7	32,6	531,6
1992	31,6	454,5	3,6	77,4	35,2	531,9
1993	28,7	427,8	3,0	73,7	31,7	501,5
1994	30,0	454,0	2,9	75,6	32,9	529,6
1995	29,7	487,0	3,0	81,2	32,6	568,3
1996	28,7	503,5	3,0	82,4	31,7	585,8

Lähde: Rautakirja Oy
Source: Rautakirja Oy

Kuvio 9.3 Aikakauslehtien irtonumeromyynti 1980 – 1996
Figure 9.3 Single-copy sales of magazines and periodicals in 1980 – 1996



9.10 Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 1996
Single-copy sales of Finnish magazines and periodicals by type of magazine in 1996

Lehtityyppi Type of magazine	1996			
	1 000 kpl Thousand copies	%	Milj. mk FIM million	%
Yleisaikakauslehdet – General interest & family	5 216	18,2	87,6	17,4
Naistenlehdet – Women's	3 921	13,6	66,9	13,3
Ristikkolehdet – Crossword puzzles	2 948	10,3	41,3	8,2
Urheilu ja rahapelit – Sports and betting	2 079	7,2	24,5	4,9
Sarjakuvalehdet – Comic books	1 294	4,5	19,9	4,0
Nuorten lehdet ja musiikki – Youth & music	683	2,4	12,9	2,6
Miestenlehdet – Men's	642	2,2	21,9	4,4
Auto, vene ja moottori – Cars, boats & motors	630	2,2	19,1	3,8
Terveys ja kauneudenhoito – Beauty & health	535	1,9	14,2	2,8
Asuminen ja rakentaminen – Home	479	1,7	14,7	2,9
Tietotekniikka ja elektroniikka – Information technology & electronics	427	1,5	12,4	2,5
Lukemistot – Readers	388	1,4	6,5	1,3
Muoti ja käsityöt – Fashion and handicrafts	262	0,9	8,9	1,8
Muut lehdet – Other magazines	658	2,3	18,5	3,7
				0,0
Albumit – Albums	1 781	6,2	42,6	8,5
Sarja-, ja taskukirjat – Serials and paperbacks	584	2,0	15,8	3,1
Kertajulkaisut – One-off publications	95	0,3	2,8	0,6
Alman. kalent. – Calendars	57	0,2	1,5	0,3
Ilmoita ilmaiseksi – Mags for classified advertising	4 846	16,9	59,1	11,8
Keräilykuvat – Hockey cards etc.	1 202	4,2	11,9	2,4
Yhteensä – Total	28 727	100,0	503,3	100,0

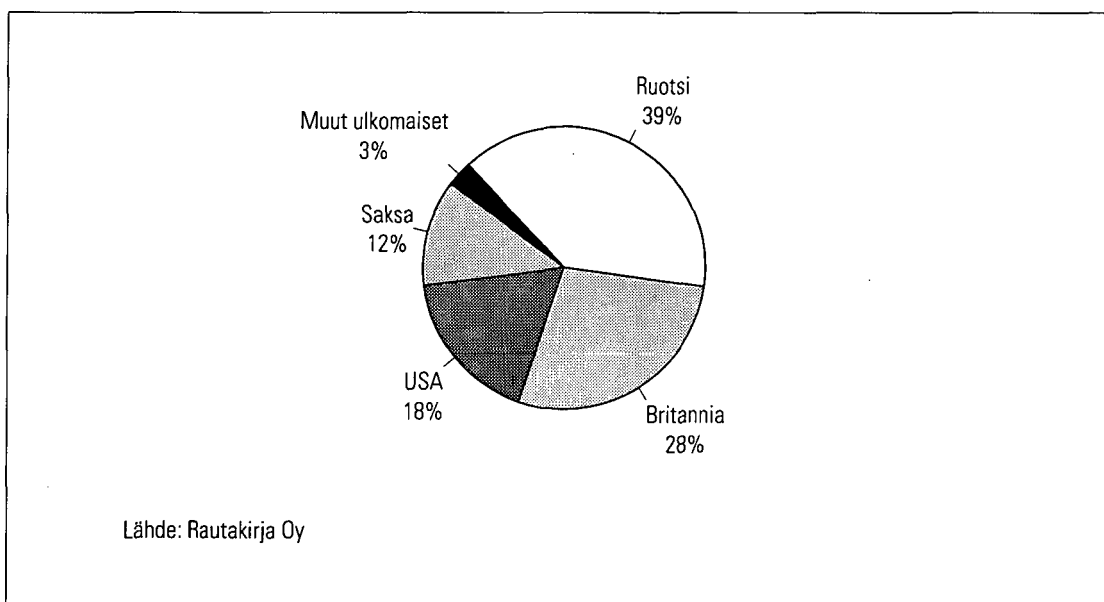
Lähde: Rautakirja Oy
 Source: Rautakirja Oy.

9.11 Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin vuonna 1996
Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by type of magazine in 1996

Lehtityyppi Type of magazine	1996	
	Milj.mk FIM million	%
Yleisaikakauslehdet – General interest & family	14,5	17,7
Naistenlehdet – Women's	9,9	12,1
Tietokone – Computer Mags.	9,2	11,3
Miestenlehdet – Men's	8,8	10,8
Nuortenlehdet – Youth & music	8,6	10,5
Auto, vene ja moottori – Cars, boats & motors	6,7	8,2
Muoti ja käsityö – Fashion and handicrafts	6,3	7,8
Asuminen ja rakentaminen – Home	5,4	6,6
Urheilu – Sports	4,2	5,2
Sarjakuvalehdet – Comic mags	3,2	4,0
Valokuvaus ja elektroniikka – Photo & hifi, electronics	1,0	1,3
Kauneus ja terveydenhoito – Beauty & health	0,9	1,1
Ristikkolehdet – Crosswords	0,6	0,7
Erikoislehdet – Special titles	0,01	0,0
Muut lehdet – Other titles	4,3	5,3
Yhteensä – Total	81,7	100,0

Lähde: Rautakirja Oy
 Source: Rautakirja Oy

Kuvio 9.4 Ulkomaisten aikakauslehtien myynti alkuperämaittain 1996
Figure 9.4 Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by country of origin in 1996



9.12 Aikakauslehtien lukeminen vuosina 1992 – 1996
Magazines & periodicals readership in 1992 – 1996

		%	Min/päivä Min/day
1992	Kaikki – All	73	43
1994	Kaikki – All	77	45
1996	Kaikki – All	76	39
Sukupuoli – Sex	Naiset – Women	74	37
	Miehet – Men	77	42
Ikä – Age	15–24	79	36
	25–44	72	29
	45–59	74	43
	60–	80	57

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy

Source: MDC Helsinki Group-Media Research Ltd.

10 Joukkoviestinnän julkinen tuki

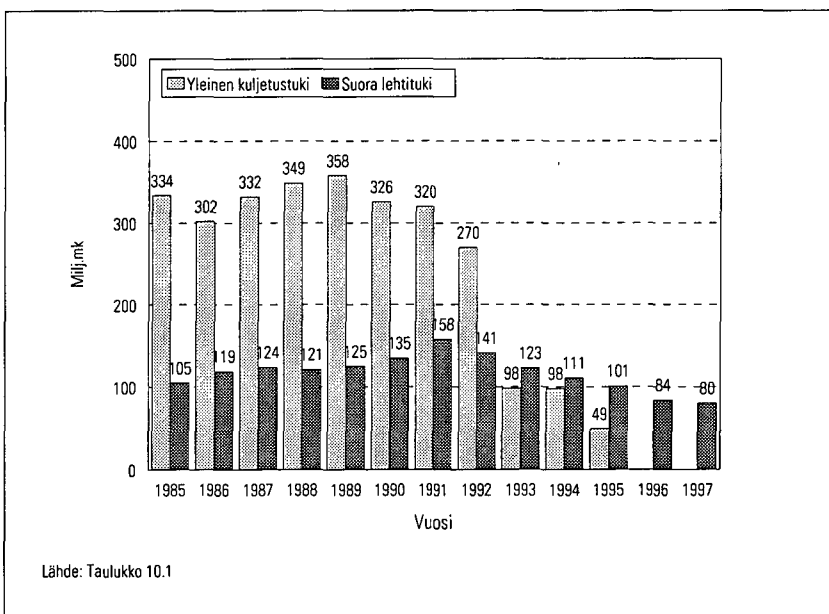
Valtio tukee taloudellisesti joukkoviestintäsektoreista lähinnä sanomalehdistöä, aikakauslehistöä, kirjallisuutta ja elokuvaa.

Sanoma- ja aikakauslehdistön julkista tukea on supistettu erittäin paljon tällä vuosikymmenellä. Kun vuonna 1990 lehtiä tuettiin yhteensä 461 miljoonalla markalla, oli tukisumma vuonna 1997 enää 79,5 miljoonaa markkaa. (Taulukko 1 ja kuvio 1.)

Suurimmat leikkaukset on tehty lehdistön epäsuorassa taloudellisessa tuessa: se lakkautettiin kokonaan vuonna 1996. Epäsuora tuki eli yleinen kuljetustuki oli Postin sanoma- ja aikakauslehdille myöntämä alennus jake-lumaksuista, jonka valtio vuorostaan korvasi Postille. Ennen lakkauttamista yleistä kuljetustukea pienennettiin voimakkaasti. Vuonna 1990 sen kokonais-summa oli 538 miljoonaa markkaa, mutta vuonna 1995 enää 49 miljoonaa.

Kuvio 10.1 Valtion tuki lehdistölle vuosina 1985 – 1997

Figure 10.1 Government subsidies to the print press in 1985 – 1997



Myös tuen käyttötarkoitusta rajattiin koskemaan kannattamatonta lehtien jakelua lähinnä maaseudulla ("maaseutujakelun tuki"). Yleisen kuljetustuen kohdentuminen lehitoryhmittäin eri vuosina esitetään taulukossa 2.

Myös suoraa lehdistötukea on supistettu tasaisesti 1990-luvulla. Vuonna 1997 sitä jaettiin yhteensä 79,5 miljoonaa markkaa, mikä on noin puolet 1990-luvun alun tasosta. Vuonna 1996 lakkautettiin yksi suoran tuen muoto eli sanomalehtien yhteisjakelutuki, jota oli myönnetty lehtien ja jakeluorganisaatioiden yhteisjakelukustannuksiin ja yhteisjakelun kehittämiseen. Vuonna 1995 yhteisjakelutukea jaettiin 17 miljoonaa markkaa. (Taulukko 1.)

Tällä hetkellä käytössä on kolme lehdistön tukimuotoa: valtioneuvoston valikoiva lehdistötuki, puolueiden lehdistötuki ja kulttuurilehtituki. Valtioneuvosto jakaa valikoivaa lehdistötukea sanomalehtien kuljetus-, jakelu- ym. kustannusten alentamiseen, kehittämishankkeisiin sekä uutis- ja tietotoimistojen toiminnan tukemiseen. Tuen määrää on pienennetty tällä vuosikymmenellä. Vuonna 1997 sitä jaettiin 40 miljoonaa markkaa. Valtioneuvoston valikoivan lehdistötuen lopettamisesta on keskusteltu. Tuen myöntävä lehdistötukilautakunta ehdotti, että tuki lakkautettaisiin ja sen määrärahat siirrettäisiin puolueiden lehtitukeen.

Eduskunnassa olevat puolueet jakavat valikoivaa lehdistötukea puoluelehdistölle (ns. parlamentaarinen lehdistötuki) sekä Ahvenanmaan maakunnalle tiedotustoiminnan tukemiseen. Tukisumma, joka vuonna 1997 oli 35 miljoonaa markkaa, jaetaan puolueiden kesken niiden eduskuntavoi- masuhteiden mukaan. Puoluelehtituen määrää pienennettiin hieman tämän vuosikymmenen alussa.

Kulttuurilehtituki on pienin lehdistötuista. Se on myös ainoa, joka on kasvanut tällä vuosikymmenellä. Vuonna 1997 sitä jaettiin yhteensä 4,5 miljoonaa markkaa. 1990-luvun alussa vuosittainen tukisumma oli vain noin miljoona. Aikaisemmin tukea jaettiin erikseen uskonnollisille lehdille (vuodesta 1977) ja mielipidelehdille (vuodesta 1979). Ne yhdistettiin kulttuurilehtitueksi vuonna 1994. (Taulukko 1.)

Valtion kirjallisuustuki on pääasiassa erilaisina apurahoina jaettavaa kirjailijatukea. Sen lisäksi tuetaan jonkin verran kustantajia, kirjallisuuden yleistä edistämistä ja alan järjestöjä. Vuonna 1996 kirjallisuustuen kokonaismäärä oli 27,6 miljoonaa markkaa, mikä on seitsemän miljoonaa vähemmän kuin 1990-luvun alussa. (Taulukko 3.)

Kirjailijatuen tuen osuus vuoden 1996 kirjallisuustuesta oli 21,4 miljoonaa markkaa. Kirjastokorvausapurahat muodostivat siitä yli puolet. Kirjastokorvausapurahajärjestelmä on luonteeltaan tekijänoikeudellinen: se on luotu korvaamaan kirjailijoille kirjojen ilmainen lainaus kirjastoissa. Apu-

rahoja ei ole kuitenkaan sidottu hakijoiden kirjojen määriin kirjastojen kokoelmissa tai niiden lainausmääriin. Vuosittain kirjastokorvausapurahoihin osoitetaan tulo- ja menoarviossa kymmenen prosenttia yleisten kirjastojen kirjahankintamäärärahoista. Erilaisina taiteilija- ja kohdeapurahoina jaettiin yhteensä yhdeksän miljoonaa markkaa vuonna 1996. (Taulukko 3.)

Muut kirjallisuustuen muodot ovat selvästi kirjailijatukea pienempiä. Esimerkiksi pienilevikkisten kirjojen julkaisemista ja niiden hankkimista kirjastoihin tuettiin vuonna 1996 yhteensä 2,8 miljoonalla markalla. (Taulukko 3.)

Valtion osallistuminen yleisten kirjastojen kustannuksiin on tukea kirjojen jakelulle. Tosin kirjastojen toiminnan monipuolistuessa tuki kohdistuu myös muun muassa videoiden ja äänitteiden jakeluun. Vuonna 1997 valtio tuki kirjastoja yhteensä 517 miljoonalla markalla, josta 479 miljoonaa myönnettiin käyttökustannuksiin ja 38 miljoonaa perustamiskustannuksiin. Valtion kirjastotukea on pienennetty tällä vuosikymmenellä. Suurimmillaan tuki oli 782 miljoonaa markkaa vuonna 1992. (Taulukko 4.)

Valtion elokuvatuki on toisaalta lähinnä yrityksille myönnettävää tukea elokuvien tuotantoon, jakeluun ja esittämiseen sekä toisaalta taiteilijatukea elokuva-alan ammattilaisille. Jonkin verran tuetaan myös elokuvakulttuurin edistämistä ja alan järjestöjä.

Valtion tuki elokuvien tuotannolle ja levitykselle sekä elokuvateattereille on kanavoitu pääasiassa Suomen elokuvasäätiön kautta. Elokuväsäätiön tuen lisäksi tuotantoyritykset voivat saada elokuvataidetoimikunnan jakamaa kotimaisten elokuvien laaturukea. (Taulukko 6.)

Vuonna 1996 Elokuväsäätiö jakoi tukea yhteensä 43 miljoonaa markkaa, josta 35 miljoonaa oli tuotantotukea. Elokuväsäätiön tukimäärärahat supistuivat vuosina 1992–1996 merkittävästi, lähes 20 miljoonalla markalla. Sen jälkeen tilanne on kuitenkin parantunut. Vuosien 1997 ja 1998 valtion budjeteissa elokuvatuotannon vuosittaista tukea kasvatettiin yhteensä yhdeksällä miljoonalla markalla. Lisäksi tv-lupamaksutuloista tullaan suunnitelmien mukaan kanavoimaan 12 miljoonaa markkaa audio-visuaaliseen tuotantoon, siis myös elokuvatuotantoon. (Taulukko 7 ja kuvio 2.)

Elokuväsäätiössä tehtiin vuonna 1996 merkittäviä uudelleenorganisointeja kun sen hallinto- ja tuenjakokäytännöt uudistettiin. Säätiön ylin hallintoelin hallintoneuvosto lakkautettiin, ja säätiön toiminnan ylin johtotehtävä siirrettiin sen hallitukselle. Myös tuotantotukea jakanut elokuva-alan asiantuntijoista koostunut lautakunta lakkautettiin, ja vastedes kyseistä tukea jakaa tuotantojohtaja. Aiemmin ongelmalliseksi osoittautuneesta käytännöstä, jossa myös toimitusjohtaja jakoi rahoitusta, luovuttiin.

Hän tosin edelleen vahvistaa tukipäätökset. Tuotantotuen muodot säilytettiin uudistuksessa pääpiirteissään ennallaan.

Valtion taiteilijatuki elokuva-alan ammattilaisille on määrältään huomattavasti pienempää kuin Elokuvasäätiön kautta jaettava tuki. Toki valtaosa Elokuvasäätiön tuesta kohdentuu alan ammattilaisille työtilaisuuksina. Elokuvaa-alan taiteilijatuken muodot ovat samat kuin muillakin taiteenaloilla: lähinnä eri mittaisia taiteilija-apurahoja, kohdeapurahoja ja palkintoja. Vuonna 1996 elokuva-alan taiteilijatukea jaettiin yhteensä 2,9 miljoonaa markkaa. (Taulukko 5.)

Suomalainen elokuva-ala saa julkista tukea myös kansainvälisistä elokuvarahastoista, joiden rahoitukseen Suomen valtio vuorostaan osallistuu. Tärkeimmät tällaiset rahastot ovat Pohjoismainen elokuva- ja tv -rahasto, Euroopan Neuvoston Eurimages-rahasto ja Euroopan Unionin Media II -ohjelma.

Pohjoismainen elokuva- ja tv -rahasto myönsi vuonna 1997 tukea suomalaisille pitkille ja lyhyille elokuville yhteensä 6,2 miljoonaa Norjan kruunua (n. 4,5 miljoonaa markkaa). Eurimagesin tuki oli samana vuonna 2 miljoonaa Ranskan frangia (n. 1,8 miljoonaa markkaa). Kyseessä on suomalaisten elokuvien kokonaistuki, josta osa kohdentuu elokuvissa osatuottajina olleiden ulkomaisten yritysten rahoitusosuuteen. Media II ohjelmasta suomalaisten elokuvien kehittelyyn, levitykseen ja markkinointiin myönnettiin vuonna 1997 yhteensä 4,8 miljoonaa markkaa.

Muiden joukkoviestinnän aluiden kuin lehdistön, kirjallisuuden ja kirjastojen sekä elokuvan julkinen tuki on vähäistä. Yleisradio sai valtiolta vuonna 1996 tukea radio- ja televisiotoimintaan 2,3 miljoonaa markkaa.

Kollektiivisesti jaettavat tekijänoikeuskorvaukset

Joukkoviestinnän tekijänoikeuksien valvontaan ja tekijänoikeudellisten korvausten maksamiseen liittyvät kollektiiviset sopimusjärjestelyt yleistyivät 1970- ja 1980-luvuilla. Eräin osin korvausten hallinnointi ja jako on saanut julkista tukea muistuttavia piirteitä. Perusluonteeltaan tekijänoikeuskorvaukset ovat kuitenkin yksityisoikeudellisia korvauksia teosten käytöstä yksityisille tekijöille.

Yksi keskeinen tällaisten kollektiivisesti jaettavien tekijänoikeusrahojen lähde on kasettikorvausmaksu. Se on tyhjien ääni- ja videokasettien hintaan vuodesta 1984 lähtien sisältynyt tekijänoikeudellinen korvausosuus.

Suuruudeltaan kasettimaksu on vuodesta 1991 ollut ääninauhoista 3 p/min ja videonauhoista 4,5 p/min. Maksun nettotuotto oli 54 miljoonaa markkaa vuonna 1996 (taulukko 6). Tuotto laski vuosikymmenen alkuvuosina minuuttihinnan alentamisen, erilaisten maksuvelvollisuuden kiertokeinojen ja yleisen taloudellisen taantuman seurauksena. Vuoden 1996 tuotto oli kuitenkin noin 15 miljoonaa markkaa enemmän kuin edellisellä vuonna.

Kasettimaksun tuoton käyttösuunnitelman vahvistaa vuosittain opetusministeriö. Yksi kolmannes tuotoista tilitetään suoraan oikeudenhaltijoille ja kaksi kolmannesta kanavoidaan tekijänoikeudellisille yhteisöille lähinnä elokuvan, videon, äänitteiden, musiikin, kirjallisuuden ja kuvataiteiden tukemiseen.

Videotuotannolle ja -levitykselle tärkeä tuen lähde on ollut Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus AVEK, jonka tuki rahoitetaan pitkälti kasettimaksuilla. Myös elokuvasäätiön kautta kanavoitua videotuotannon tukea rahoitetaan kasettimaksutuotoilla. Niin ikään äänitetuotantoa tukevan ESEK rahoituksesta osa tulee kasettimaksuista (taulukot 8, 9 ja 10).

Valokopioinnista perittävät tekijänoikeuskorvaukset jaetaan tekijöitä ja teosten kustantajia edustavien Kopioston jäsenjärjestöjen kautta kollektiivikäyttöön. (Taulukot 11 & 12.)

Tilastointi

Joukkoviestinnän julkiseen tukeen suunnatut määrärahat löytyvät valtion tulo- ja menoarvioesityksistä sekä valtion tilinpäätöksistä opetusministeriön ja liikenneministeriön pääluokkien eri momenteilta.

Opetusministeriön hallinnonalan kulttuuri- ja viestintämäärärahojen käytöstä julkaistaan tietoja Taiteen keskustoimikunnan vuosikertomuksissa ja sen julkaisemassa Arsis-lehdessä.

Suomen elokuvasäätiö tilastoi ja erittelee vuosikertomuksissaan hallinnoimansa elokuvatuen jakautumisen eri tukikohteisiin.

Tiedot kasettimaksutuottojen ja valokopioinnin korvausten käytöstä löytyvät opetusministeriön vuosittaisista kasettimaksun käyttöpäätöksistä sekä tekijänoikeusjärjestöjen (Kopiosto, Teosto, Gramex, AVEK, ESES, LUSES) vuosikertomuksista.

(RK)

Täydentävää kirjallisuutta

Ahon hallitus ja taide -teemanumero. Arsis 1/1995.

Elokuvan rahoitustyöryhmän raportti. Opetusministeriön muistioita. 25:1996. Helsinki. 1996.

ESEK:in tuotantotukijärjestelmän seurantatutkimus. ESEK, Helsinki 1994.

Oesch, Pekka: Julkiset kulttuurimäärärahat 1994. Tilastotietoja taiteesta 15a. Taiteen keskustoimikunta. Helsinki 1997.

Ristimäki, Eija & Oesch, Pekka: Kulttuuribudjetti 1997. Arsis 6/1996.

Viestintäpoliittisia kannanottoja. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos, Julkaisuja. Sarja D 43/1990. Tampere 1990.

Taulukot – Tables

- 10.1 Valtion tuki lehdistölle vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1997
Government subsidies to the printed press in 1980, 1985, 1990 – 1997
- 10.2 Yleisen kuljetustuen kohdentuminen lehtiryhmittäin vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1995
Breakdown of transport subsidies by type of paper in 1980, 1985 and 1990 – 1995
- 10.3 Kirjallisuuden tuki vuosina 1991 – 1996
Government subsidies to the literature in 1991 – 1996
- 10.4 Valtion tuki kirjastoille vuosina 1980 ja 1985 – 1997
Government subsidies to public libraries in 1980 and 1985 – 1997
- 10.5 Elokuvataiteen tuki vuosina 1991 – 1996
Government subsidies to the cinema in 1991 – 1996
- 10.6 Tyhjäkasettimaksun nettotuotto vuosina 1985 – 1996
Net returns from blank cassette fee in 1985 – 1996
- 10.7 Suomen elokuvasaatiön tukitoiminta vuosina 1990 – 1996
Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation in 1990 – 1996
- 10.8 Tyhjäkasettimaksun käyttö vuosina 1990 – 1996
Allocation of blank cassette fee in 1990 – 1996
- 10.9 Avekin tukitoiminta vuonna 1996/97
Grants and subsidies from the Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland (AVEK) in 1996/97
- 10.10 Esekin jakama tuki edistämistarkoituksiin vuonna 1996
Grants and subsidies from the Finnish Performing Music Promotion Centre (ESEK) in 1996
- 10.11 Kopioston perimät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset vuosina 1985, 1990 – 1996
Royalties collected by Kopiosto for photocopying in 1985, 1990 – 1996
- 10.12 Kopioston jäsenjärjestöilleen tilittämät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset vuonna 1996
Photocopying royalties paid out by Kopiosto to its member organizations in 1996

Kuviot – Figures

- 10.1 Valtion tuki lehdistölle vuosina 1985 – 1997
Government subsidies to the print press in 1985 – 1997
- 10.2 Suomen elokuvasaatiön tukitoiminta vuosina 1988 – 1996
Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation in 1988 – 1996

10.1 Valtion tuki lehdistölle vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1997
Government subsidies to the printed press in 1980, 1985, 1990 – 1997

Tukimuoto <i>Type of subsidy</i>	1980		1985		1990		1991		1992	
	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%
Valikoiva lehdistötuki* – Selective press subsidies*										
–valtioneuvoston jakama –from Council of State	32	11,4	45	10,2	66	14,3	73	15,3	69	16,8
–puolueiden kautta –through political parties	32	11,4	45	10,2	45	9,8	49	10,2	43	10,5
–uutis- ja tietotoimistojen tuki** –subsidies for news agencies**	3	1,0	5	1,0	6	1,3	7	1,4	4	1,0
Sanomalehtien yhteisjakelutuki Subsidies for joint newspaper delivery systems	1	0,1	7	1,5	16	3,4	24	5,0	20	4,9
Mielipidelehtituki Subsidies for opinion journals	1	0,3	1	0,3	2	0,5	3	0,5	2	0,6
Uskonnollisten lehtien tuki Subsidies for religious journals	1	0,5	2	0,3	2	0,4	2	0,4	3	0,6
Suora lehtituki yhteensä Direct press subsidies total	70	24,7	105	23,5	135	29,3	158	33,0	141	34,3
Yleinen kuljetustuki*** Transport subsidies***	210	74,9	334	76,1	326	70,7	320	67,0	270	65,7
Tuki yhteensä Subsidies total	280	100,0	439	100,0	461	100,0	478	100,0	411	100,0

10.1 Jatkuu
Continued

Tukimuoto <i>Type of subsidy</i>	1993		1994		1995		1996		1997	
	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%	Mmk FIM million	%
Valikoiva lehdistötuki* – Selective press subsidies*										
–valtioneuvoston jakama –from Council of State	62	28,1	55	26,3	45	30,0	45	53,9	40	50,3
–puolueiden kautta –through political parties	38	17,2	35	16,7	35	23,3	35	41,9	35	44,0
–uutis- ja tietotoimistojen tuki** –subsidies for news agencies**	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sanomalehtien yhteisjakelutuki Subsidies for joint newspaper delivery systems	18	8,1	17	8,1	17	11,3	–	–	–	–
Mielipidelehtituki Subsidies for opinion journals	2	1,1	4	1,9	4	2,7	3,5	4,2	4,5	5,7
Uskonnollisten lehtien tuki Subsidies for religious journals	2	1,1								
Suora lehtituki yhteensä Direct press subsidies total	123	55,6	111	53,1	101	67,3	83,5	100,0	79,5	100,0
Yleinen kuljetustuki*** Transport subsidies***	98	44,3	98	46,9	49	32,7	–	–	–	–
Tuki yhteensä Subsidies total	221	100,0	209	100,0	150	100,0	83,5	100,0	79,5	100,0

* Tuki sanomalehdistön kuljetus- jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseen – *Money to subsidize transport, delivery and other costs.*

** Uutis- ja tietotoimistojen sekä niiden asiakaslehtien telekustannusten alentamiseen – *Money to subsidize telecommunications costs of news agencies and their clients.*

*** Tuki maksetaan Posti- ja telelaitokselle/Suomen Posti Oy:lle lehtien kuljetusmaksujen alentamiseksi. Momentin nimike muutettu vuoden 1994 talousarviossa: Lehtien maaseutujakelun korvaus. – *The subsidies are 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

10.2 Yleisen kuljetustuen kohdentuminen lehtiryhmittäin vuosina 1980, 1985 ja 1990 – 1995*
*Breakdown of transport subsidies by type of paper in 1980, 1985 and 1990 – 1995**

Lehtiryhmä Type of paper	1980		1985		1990		1991		1992		1994		1995	
	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%
	FIM		FIM		FIM		FIM		FIM		FIM		FIM	
	million		million		million		million		million		million		million	
Sanomalehdet – Newspapers	135	64,3	213	63,7	222	68,1	208	65,0	161	59,7	57	58,2	28	57,1
Paikallislehdet – Local papers	13	6,2	24	7,1	34	10,4	38	12,0	40	14,7	10	10,2	5	10,2
Aikakauslehdet – Magazines & periodicals	62	29,5	97	29,0	70	21,5	74	23,0	69	25,6	31	31,6	15	30,6
Yhteensä – Total	210	100	334	100	326	100	320	100,0	270	100,0	98	100,0	49	100,0

- * Tuki lakkautettiin vuonna 1996. Tuki maksettiin Posti- ja telelaitokselle/Suomen Posti Oy:lle lehtien kuljetusmaksujen alentamiseksi. Lehtiluokitus muuttui vuonna 1989. Luokituksen muutos pienensi aikakauslehtien osuutta ja kasvatti paikallislehtien osuutta. Vuodesta 1991 lähtien tiedot tuen lehtiryhmittäisestä kohdentumisesta on arvioitu lehtien voluumien perusteella.
Transport subsidies was abolished in 1996. The subsidies were paid to the Posts and Telecommunications /Suomen Posti Oy to compensate for delivery costs. The classification of print media was revised in 1989, as a result of which the proportion of magazines and periodicals grew smaller at the expense of local papers. As from 1991 the data on subsidies by type of paper are estimated on the basis of volumes.

Lähteet: Aikakauslehtityöryhmän mietintö, Liikenneministeriön julkaisu 1/88
 Aikakauslehtien toimintaedellytykset Suomessa. Kom.miet. 1989:31
 Posti- ja telelaitos/Suomen Posti Oy, lehtiyksikkö.
 Sources: Magazine committee report (1988), Ministry of Communications
 Posts and Telecommunications/Suomen Posti Oy.

10.3 Kirjallisuuden tuki vuosina 1991 – 1996
Government subsidies to the literature in 1991 – 1996

	1991		1992		1993		1994		1995		1996	
	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%
Tuotanto/levitys <i>Production/distribution</i>												
Kaunokirjallisuuden edistämiseen <i>Promotion of fiction</i>	3 585	10,3	3 836	11,0	3 441	10,5	4 033	12,2	2 960	10,5	2 800	10,1
Suomalaisen kirjallisuuden kääntämiseen & julkaisemiseen <i>Translation and publication of Finnish literature</i>	205	0,6	205	0,6	195	0,6	195	0,6	200	0,7	190	0,7
Julkaisutuki <i>Publication subsidies</i>	700	2,0	950	2,7	850	2,6	865	2,6	900	3,2	900	3,3
Ostotuki <i>Purchasing subsidies</i>	750	2,2	850	2,4	700	2,1	700	2,1	610	2,2	560	2,0
Selkokielisen kirjallisuuden tuki <i>Publication of easy-to-read books</i>	1 650	4,7	1 650	4,7	1 525	4,7	2 117	6,4	1 100	3,9	1 000	3,6
	280	0,8	180	0,5	170	0,5	156	0,5	150	0,5	150	0,5
Harrastus/tiedotus <i>Promotion/Information</i>												
Lukemisen ja luovan kirjoittamisen edistämiseen <i>Promotion of reading and writing</i>	2 530	7,3	3 111	8,9	2 700	8,3	2 898	8,8	1 750	6,2	1 740	6,3
Muu tuki * <i>Other subsidies</i>	870	2,5	840	2,4	700	2,1	948	2,9	700	2,5	700	2,5
	1 659	4,8	2 271	6,5	2 000	6,1	1 950	5,9	1 050	3,7	1 040	3,8
Järjestöt – Associations												
Kirjallisuuden alan järjestöille <i>Writers' associations</i>	1 475	4,2	1 410	4,0	1 230	3,8	1 295	3,9	1 200	4,3	1 180	4,3
Valtakunnalliset kulttuuritapahtumat <i>Cultural events</i>												
	940	2,7	510	1,5	730	2,2	495	1,5	475	1,7	190	0,7
Kansainväliseen yhteistoimintaan ** <i>International cooperation</i>												
	203	0,6	152	0,4	135	0,4	236	0,7	161	0,6	179	0,6
Taiteilijat – Artists												
Valtion palkinnot/ Suomi palkinnot <i>State prizes</i>	25 648	73,8	25 711	73,7	24 321	74,5	23 896	72,3	21 470	76,3	21 398	77,5
Kirjastokorvaukset <i>Authors' library fees</i>	145	0,4	145	0,4	300	0,9	300	0,9	380	1,4	100	0,4
Kohdeapurahat <i>Project grants</i>	17 575	50,6	17 441	50,0	15 799	48,4	15 198	46,0	12 530	44,5	12 263	44,4
Taiteilija-apurat/taiteilijaprofessorit <i>Government arts grants</i>	161	0,5	158	0,5	166	0,5	158	0,5	184	0,7	188	0,7
	7 767	22,4	7 967	22,8	8 055	24,7	8 240	24,9	8 376	29,8	8 847	32,1
Muu tuki – Other subsidies ***												
	369	1,1	180	0,5	110	0,3	210	0,6	110	0,4	110	0,4
Yhteensä – Total	34 750	100,0	34 909	100,0	32 665	100,0	33 063	100,0	28 126	100,0	27 597	100,0

* Pääatalo-instituutti, Suomen kirjallisuuden tiedotuskeskus ja Nuorisokirjallisuuden instituutti.
The Pääatalo Institute, the Finnish Literature Information Centre and the Finnish Institute for Children's Literature.

** Opetusministeriön ja taiteen keskustoimikunnan matka-avustukset.
Grants of the Ministry of Education and the Arts Council of Finland.

*** Sisältää tuen Kivi-talo -säätiölle ja Kirjasäätiölle, lisäavustukset yksittäisiin hankkeisiin sekä vuonna 1994 tuen itsenäisyyden juhluvuoden hankkeisiin.
Includes grants to the Kivi-talo Foundation and the Book Foundation of Finland, additional grants to projects and in 1994 grants for projects of anniversary of independence.

Lähteet: Vuodet 1991-94: Arsis 1/95, 1995 ja 1996: Taiteen keskustoimikunta, Valtio tulo- ja menoarviot, Opetusministeriö
Sources: Years 1991-94: Arsis 1/95, Years 1995 and 1996: Arts Council of Finland, State Budgets, Ministry of Education

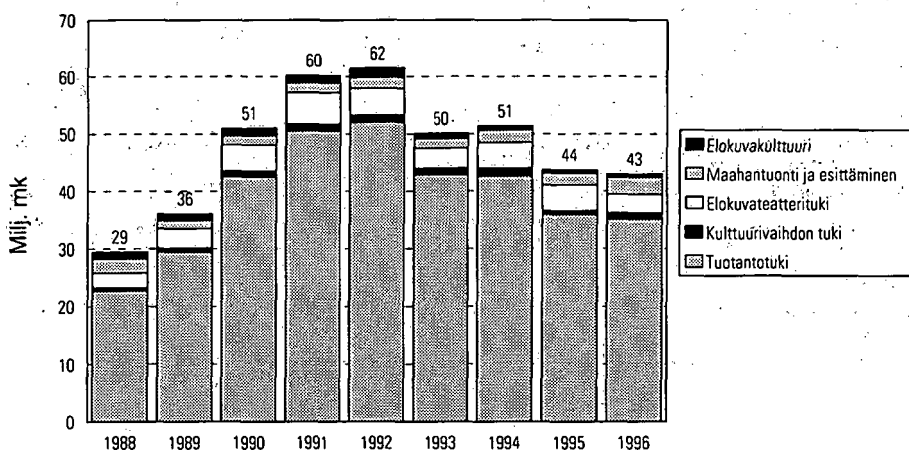
10.4 Valtion tuki kirjastoille vuosina 1980 ja 1985 – 1997

Government subsidies to public libraries in 1980 and 1985 – 1997

Tukimuoto Type of subsidy	1980	1985	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
	Mmk FIM million											
Valtionosuus yleisten kirjastojen käyttökustannuksiin State subsidies to cover overheads	207	384	517	565	621	701	741	607	575	497	500	479
Valtionosuus kirjastojen perustamiskustannuksiin State subsidies to cover establishment expenses	20	25	30	36	42	40	41	39	35	29	40	38
Rakennuslainat kirjastoille Construction loans	4	11	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Yhteensä – Total	231	419	547	601	663	741	782	646	610	526	540	517

Lähde: Valtion tilinpäätökset; Valtion tulo- ja menoarviot
Source: State Budgets and final accounts

Kuvio 10.2 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta vuosina 1988 – 1996
Figure 10.2 Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation in 1988 – 1996



Lähde: Taulukko 10.6

10.5 Elokvataiteen tuki vuosina 1991 – 1996
Government subsidies to the cinema in 1991 – 1996

	1991		1992		1993		1994		1995		1996	
	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%
Tuotanto – Production	54 050	70,3	55 550	70,8	49 500	68,2	51 600	67,0	47 100	64,6	45 300	65,9
Kotimaisen elokuva-, televisio- ja videotuotannon sekä jakelun tukemiseen <i>Finnish film and programme production and distribution</i>	43 000	56,0	44 000	56,1	38 500	53,0	38 500	50,0	35 700	48,9	34 400	50,0
Elokuvan laatutukeen <i>Quality support</i>	1 500	2,0	1 500	1,9	1 500	2,1	1 500	1,9	1 400	1,9	1 500	2,2
Suomen elokuvasaatiölle <i>Finnish Film Foundation</i>	7 500	9,8	8 000	10,2	6 000	8,3	8 200	10,7	7 500	10,3	7 000	10,2
Suomen elokuvasaatiön ja TV-yhtiöiden väliin ennakko-ostosopimuksiin <i>Co-funding agreements with television companies</i>	2 500	3,3	2 500	3,2	2 500	3,4	2 500	3,2	2 500	3,4	2 400	3,5
Elokuva-alan teknisiä laitteita varten <i>Technical equipment</i>	1 050	1,4	1 050	1,3	1 000	1,4	900	1,2	–	–	–	–
Jakelu – Distribution	6 350	8,3	6 465	8,2	6 957	9,6	9 159	11,9	6 985	9,6	6 850	10,0
Elokvateatteritukeen <i>Renovation of cinemas</i>	3 700	4,8	3 910	5,0	3 610	5,0	5 610	7,3	3 610	4,9	3 440	5,0
Alueellisille elokuvakeskuksille <i>Regional Cinema centres</i>	1 800	2,3	1 800	2,3	1 584	2,2	1 630	2,1	1 630	2,2	1 570	2,3
Elokvakulttuurin tukemiseen/ Valtakunnalliset kulttuuritapahtumat <i>Promotion of film culture</i>	850	1,1	755	1,0	1 763	2,4	1 919	2,5	1 745	2,4	1 840	2,7
Järjestöt – Organizations	2 350	3,1	2 200	2,8	1 760	2,4	1 760	2,3	1 760	2,4	1 690	2,5
Suomen elokuva-arkisto Finnish Film Archive	11 794	15,3	12 076	15,4	11 550	15,9	11 829	15,4	12 875	17,7	12 504	18,2
Muut avustukset – Other subsidies *	242	0,3	20	0,0	500	0,7	500	0,6	1 882	2,6	205	0,3
Taiteilijat – Artists	2 058	2,7	2 120	2,7	2 337	3,2	2 129	2,8	2 338	3,2	2 224	3,2
Valtion palkinnot/Suomi palkinnot <i>State prizes</i>	90	0,1	90	0,1	300	0,4	–	–	240	0,3	100	0,1
Kohdeapurahat <i>Project grants</i>	143	0,2	152	0,2	158	0,2	185	0,2	195	0,3	141	0,2
Taiteilija-apurahat/taiteilijaprofessorit <i>Government arts grants</i>	1 825	2,4	1 878	2,4	1 878	2,6	1 944	2,5	1 903	2,6	1 983	2,9
Yhteensä – Total	76 845	100,0	78 432	100,0	72 605	100,0	76 977	100,0	72 940	100,0	68 773	100,0

* Erittelemättömät avustukset/muut lisäavustukset sekä kansainvälinen yhteistoiminta. Vuonna 1995 sisältää lisäksi 950 000 mk elokuvan juhluvuoden alueellisiin tapahtumiin.
Unspecified subsidies / other additional subsidies and international co-operation. In 1995 includes also 950 000 FIM for local events of the cetenary of the cinema.

Lähteet: Vuodet 1991-94: Arsis 1/95, 1995 ja 1996: Taiteen keskustoimikunta, Valtio tulo- ja menoarviot, Opetusministeriö
Sources: Years 1991-94: Arsis 1/95, Years 1995 and 1996: Arts Council of Finland, State Budgets, Ministry of Education

10.6 Tyhjäkasettimaksun nettotuotto vuosina 1985 – 1996*

*Net returns from blank cassette fee in 1985 – 1996**

	Mmk FIM million	Ääninauhoista Audio cassettes %	Kuvanauhoista Video cassettes %
1985	26,6	42	58
1986	44,3	32	68
1987	44,7	31	69
1988	58,5	24	76
1989	58,6	25	75
1990	61,0	26	74
1991	56,8	25	75
1992	46,8	21	79
1993	39,6	26	74
1994	45,2	27	73
1995	39,9	18	82
1996	54,2	18	82

* Maksu kerätään tekijänoikeuslain muutoksen 15.6.1984 perusteella. Kasettimaksun suuruuden vahvistaa vuosittain opetusministeriö. Viime vuosina maksu on ollut äänikaseteista 3 penniä minuutilta ja kuvakaseteista 4,5 penniä minuutilta. Perittyjen kasettimaksujen käyttösuunnitelmasta päättää vuosittain opetusministeriö.
The fee is collected in accordance with copyright legislation as revised on 15 June 1984. In recent years, the fee for blank audio cassettes was 3 p/min. and for blank video cassettes 4,5 p/min. The fee is revised annually by the Ministry of Education.

Lähde: Teoston toimintakertomukset

Source: The Finnish Composers' Copyright Society annual reports

10.7 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta vuosina 1990 – 1996

Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation in 1990 – 1996

	1990		1991		1992		1993		1994		1995		1996	
	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%	1 000 mk FIM thousand	%
Tuotantotuki – Production subsidies	42 460	83,3	50 462	83,8	51 976	84,4	42 819	85,6	42 558	82,9	35 900	82,2	35 093	81,7
Kulttuurivaihdon tuki – Subsidies for cultural exchange	969	1,9	1 196	2,0	1 304	2,1	1 111	2,2	1 410	2,7	655	1,5	1 025	2,4
Elokuvateatterituki – Subsidies for cinemas	4 644	9,1	5 551	9,2	4 620	7,5	3 496	7,0	4 500	8,8	4 479	10,3	3 248	7,6
Maahantuonti ja esittäminen – Import and presentation	1 567	3,1	1 655	2,7	1 944	3,2	1 705	3,4	2 165	4,2	2 039	4,7	2 957	6,9
Elokvakulttuuri – Film culture	1 340	2,6	1 347	2,2	1 716	2,8	900	1,8	720	1,4	580	1,3	632	1,5
Yhteensä – Total	50 981	100,0	60 210	100,0	61 561	100,0	50 031	100,0	51 354	100,0	43 652	100,0	42 955	100,0

Lähde: Suomen elokuvasäätiön toimintakertomukset

Source: Finnish Film Foundation annual reports

10.8 Tyhjäkasettimaksun käyttö vuosina 1990 – 1996
Allocation of blank cassette fee in 1990 – 1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	1 000 mk						
	<i>FIM thousand</i>						
<i>Välillisinä korvauksina – Indirect compensations:</i>							
AVEK							
Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland (AVEK)	4 200	2 500	2 700	1 750	1 200	1 500	2 500
Kopioisto ry/AVEK							
Kopioisto/AVEK	12 400	13 500	13 000	11 100	11 800	12 000	13 900
Suomen elokuvaseätiö							
Finnish Film Foundation	3 500	4 800	3 000	2 000	2 000	1 600	1 400
ESEK							
Finnish Performing Music Promotion Centre	7 400	7 000	5 810	5 150	5 050	3 525	5 380
LUSES							
Foundation for the Promotion of Finnish Music	4 170	3 790	2 650	2 780	2 680	1 240	1 390
Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus							
Copyright Information Centre	250	250	250	255	255	355	405
Kirjallisuuden edistämiskeskus							
Centre for the Promotion of Finnish Literature	650	630	570	490	490	400	510
Kuvasto r.y./VISEK							
Kuvasto: photo copyright	250	200	230	230	250		
Kuurojen liitto r.y.							
Association for the Deaf	50	50	50	40	40	40	50
Suomen Tekijänoikeudellinen Yhdistys r.y. & Tekijänoikeusinstituutti							
Finnish Copyright Association	100	95	640	515	515	515	630
Visuaalisten taiteiden edistämiskeskus							
Centre for the Promotion of Visual Arts	300	300	–	–	–	–	–
Teosto r.y.							
Finnish Composers' Copyright Society	650	550	–	–	–	–	–
Siirretty erikseen jaettavaksi							
Allocated for separate uses	5 916	3 465	1 636	1 405	1 668	1 095	1 456
Yhteensä – Total	39 586	36 930	30 556	25 685	25 928	22 500	27 871
Suorina korvauksina oikeudenhaltijoille:							
Direct compensations to copyright holders	21 378	19 856	16 248	13 877	19 293	17 413	26 315

Lähde: Opetusministeriö
 Source: Ministry of Education

10.9 AVEKIn tukitoiminta vuonna 1996/97*

*Grants and subsidies from the Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland (AVEK) in 1996/97**

	Hyväksyttyjä hakemuksia <i>Applications approved</i>	Myönnetty tuki <i>Amount granted</i>	Osuus haetusta tuesta <i>Share of subsidies applied for</i>
	Kpl <i>No</i>	1000 mk <i>FIM thousand</i>	%
Tuotantotuki – <i>Production subsidies</i>	238	12 762	21,8
Lyhyt ja dokumenttielokuvat – <i>Short films and documentaries</i>	131	7 955	17,4
Mediataide ja multimedia – <i>Video art and multimedia</i>	62	1 606	32,7
Kansainväliset yhteistuotannot – <i>International co-productions</i>	45	3 200	40,5
Koulutustuki – <i>Educational subsidies</i>	68	1 058	27,3
Henkilökohtaiset apurahat – <i>Personal grants</i>	61	858	25,2
Muu koulutustuki – <i>Other</i>	7	200	42,0
Tutkimus- ja julkaisutuki – <i>Research and publishing</i>	13	230	17,1
Festivaali- ja muu av-kulttuurin tuki – <i>Festival and other support for audiovisual culture</i>	21	652	56,1
Eurooppa tuki** – <i>Europe subsidies**</i>	71	706	38,1
Yhteensä – Total	411	15 407	23,1

* Toiminta rahoitetaan kasettimaksuvaroista – Funded through blank cassette fees.

** Kansainvälisten yhteistuotantojen valmisteluun ja kotimaisten elokuvien kansainväliseen markkinointiin ja levitykseen. – For preparation of international co-productions and international marketing and distribution of national films.

Lähde: AVEKIn toimintakertomus 1996/97

Source: Annual report of AVEK 1996/97

10.10 ESEKIn jakama tuki edistämistarkoituksiin vuonna 1996*

*Grants and subsidies from the Finnish Performing Music Promotion Centre (ESEK) in 1996**

	1 000 mk <i>FIM thousand</i>	Kevyt musiikki <i>Light music</i>	Vakava musiikki <i>Serious music</i>	Yhteensä <i>Total</i>
		%	%	%
Äänitetuotantoon – <i>Phonogram production</i>	4 543	82	18	100
Audiovisuaalisiin musiikkiohjelmiin – <i>Audiovisual music programmes</i>	2 170	90	10	100
Esiintymistilaisuuksiin ** – <i>Public appearances **</i>	4 414	47	53	100
Koulutustoimintaan – <i>Training and education</i>	676	55	45	100
Julkaisu- ja muuhun toimintaan – <i>Publishing and other activities</i>	70	85	15	100
Yhteensä – Total	11 872			

* Toiminta rahoitetaan pääosin ulkomaisen musiikin esittämisestä Suomessa perityillä korvauksilla ja kasettimaksutuotoilla – Funded mainly through fees collected from the playing of foreign music in Finland and blank cassette fees.

** Summa sisältää kuorojen ulkomaan matkoihin myönnetyn summan 587 000 mk, josta opetusministeriön osuus oli 425 000 mk. – Includes FIM 587 000 for international tours of choirs of which FIM 425 000 was paid by the Ministry of Culture.

Lähde: Gramex ry:n toimintakertomus 1996

Source: Annual reports of Gramex, the Copyright Society of Performers and Phonogram Producers in Finland.

10.11 Kopioston perimät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset vuosina 1985, 1990 – 1996

Royalties collected by Kopiosto for photocopying in 1985, 1990 – 1996

	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	1 000 mk FIM thousand							
Valtio/koulukopiointi* – State/schools*	5 240	6 570	10 035	10 867	11 247	11 247	12 747	12 938
Muu oppilaitoskopiointi – Other schools	–	–	–	–	–	–	239	1 432
Valtionhallinnon kopiointi – Public administration	630	770	805	833	1 294	1 759	1 759	1 785
Kunnallishallinnon kopiointi – Municipal administration	381	726	788	1 040	1 295	1 282	1 435	1 595
Kirkkohallitus/Ev.lut ja ortod.kirkon kopiointi – National Ecclesiastical Board	195	367	381	418	435	507	586	674
Yritysten/ elinkeinoelämän kopiointi – Business companies	262	545	713	707	687	1 866	2 730	2 832
Muut** – Others**	–	40	79	108	166	202	246	281
Yhteensä – Total	6 708	9 018	12 801	13 973	15 124	16 863	19 742	21 537

* Kouluissa, korkeakouluissa ja valtion henkilöstökoulutuksessa suoritettavasta kopioinnista. – Copying at schools, universities and in state personnel training.

** Summa koostuu vuodesta 1988 lähtien lähinnä kaupallisella pohjalla toimivien kielipistojen kopiointikorvauksista.
Since 1988 the sum consists chiefly of fees collected from language schools operating on a commercial basis.

Lähde: Kopioston toimintakertomukset
Source: Kopiosto annual reports.

10.12 Kopioston jäsenjärjestöilleen tilittämät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset vuonna 1996

Photocopying royalties paid out by Kopiosto to its member organizations in 1996

	1 000 mk FIM thousand	%	
Kaunokirjallisuus	314	1,9	Literature
Tekijäjärjestöt	204	1,2	Author organizations
Kustantajajärjestöt	110	0,7	Publisher organizations
Kuva	3 341	19,8	Photo
Tekijäjärjestöt	1 736	10,3	Photographer organizations
Kustantajajärjestöt	1 605	9,5	Publisher organizations
Lehdistö	4 148	24,6	Print press
Tekijäjärjestöt	1 970	11,7	Journalist organizations
Kustantajajärjestöt	1 970	11,7	Publisher organizations
Päätoimittajajärjestöt	207	1,2	Editor organizations
Nuotit	1 205	7,1	Music
Tekijäjärjestöt	603	3,6	Composer organizations
Kustantajajärjestöt	603	3,6	Publisher organizations
Tietokirjallisuus	7 875	46,6	Non-fiction
Tekijäjärjestöt	3 150	18,7	Author organizations
Kustantajajärjestöt	4 725	28,0	Publisher organizations
Yhteensä	16 883	100,0	Total

Lähde: Kopiosto, toimintakertomus 1996
Source: Kopiosto annual report 1996

11 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.

Esimerkiksi tietoja satelliittiliittymien määrästä on saatavissa useista lähteistä. Eri lähteiden tiedot saattavat poiketa huomattavasti. Tietoja on siksi pidettävä vain likimääräisinä.

Myös vertailulaskelmissa sovellettavat erilaiset laskentakriteerit saattavat antaa toisistaan hyvinkin poikkeavia tuloksia. Esimerkiksi TBI Yearbookin vuoden 1995 laitoksessa esitettiin kolme erilaista listaa suurimmista joukkoviestintäyrityksistä. Samojen viestintäyritysten sijoitukset listoilla poikkesivat oleellisesti juuri erilaisten laskentakriteerien vuoksi.

Unescon massiivinen tilastollinen vuosikirja on yleisesti käytetty, vaikka joukkoviestinnän osalta sisällöllisesti suppea kansainvälisiä vertailutietoja sisältävä lähdeos. European Audiovisual Observatoryn vuositilasto (ilm. 1994-) sisältää paljon tietoja audiovisuaalisen joukkoviestinnän taloudesta, rakenteesta, tavoittavuudesta, kulutuksesta ja mainonnasta.

Sanomalehdistön kansainvälisen kustantajajärjestön (FIEJ) vuositilasto World press trends on alan keskeisin kansainvälinen tilastojulkaisu. Aikakauslehdistön kohdalla vallinnutta ammottavaa tietoaukkoa paikkaa kustantajajärjestö FIPP:in, mediatoimisto Caratin ja Royal mailin yhteistyönä tuotettu World magazine trends.

Nordicomin julkaisema Nordic media trends (ilm. 1995-) on erittäin käyttökelpoinen vuositilastojulkaisu joukkoviestinnästä Pohjoismaissa.

(TS)

Täydentävää kirjallisuutta

Carlsson, Ulla & Harrie, Eva (ed.): Media trends 1997 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Nordicom Sverige, Göteborg 1995.

Euromedia research group: The media in Western Europe. The euromedia handbook. Sage, London 1997.

European cinema yearbook 1997. MEDIA Salles, Milano 1998.

European marketing pocket book 1997. NTC publications Ltd., Henley-on-Thames 1996.

Humphreys, Peter J.: Mass media and media policy in Western Europe. Manchester University Press. Manchester & New York 1996.

Soramäki, Martti: Mediat yli rajojen. Näkökulmia joukkoviihteen tuotantoon, jakeluun ja kulutukseen. Gaudeamus, Helsinki 1990.

Statistical yearbook. Cinema, television, video and new media in Europe. Edition 1997. European Audiovisual Observatory, Strasbourg 1997.

TBI yearbook 1995. 21st century publishing, London 1995.

Trappel, Josef: Medien Macht Markt. Medienpolitik westeuropäischer Kleinstaaten. Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, Wien 1991.

World magazine trends 1996. FIPP-Carat-Royal Mail International, Henley-on-Thames 1997.

World press trends 1997. World Association of Newspapers-Zenith Media, Paris 1997.

Taulukot – Tables

- 11.1 Suurimmat joukkoviestintäyritykset 1996
The biggest media companies in 1996
- 11.2 Mainososuuksien kehitys eri välineissä Euroopassa 1986 – 1995
Breakdown of advertising by media in Europe in 1986 – 1995
- 11.3 Mainonnan jakautuminen mainosvälineittäin ja mainonnan osuus BKT:sta 1995
Distribution of adspend and advertising as a percentage of GDP in 1995
- 11.4 Päivälehtien levikki 1 000 asukasta kohden 1990 ja 1996
Dailies: circulation per 1 000 inhabitants in 1990 and 1996
- 11.5 Yleisöaikakauslehtien kuukausipeitto 1994/95
Consumer magazines: Average monthly/issue readership in 1994/95
- 11.6 Kirjatuotanto 1990 ja 1994
Book production in 1990 and 1994
- 11.7 Julkisen palvelun TV:n osuus katseluajasta 1990 ja 1995
Audience shares of domestic public tv broadcasting in 1990 and 1995
- 11.8 Kaapelitelevisioliittymät 1990 ja 1995
Cable television connections in 1990 and 1995
- 11.9 Satelliittilähetyksen suoravastaanotto 1990 ja 1995
Satellite tv reception in 1990 and 1995
- 11.10 Julkisen palvelun radion markkinaosuus kokonaiskuunteluajasta 1990 ja 1994
Public service radio: share of total listening time in 1990 and 1994
- 11.11 Videotallenteiden vuokrauksen ja myynnin markkinaosuudet vuosina 1991 ja 1996
Video software revenue: shares of rental and sell-through in 1991 and 1996
- 11.12 Elokuvisakäynnit asukasta kohden 1990 ja 1996
Cinema admissions per person in 1990 and 1996
- 11.13 Kappalemääräinen äänitemyynti 1996
Phonogram sales in 1996
- 11.14 Uusien viestimien käyttö (Kevät 1997)
Access to information technology (Spring 1997)

11.1 Suurimmat joukkoviestintäyritykset 1996
The biggest media companies in 1996

Sija Rank	Yhtiö Company	Maa Country	Medialiikevaihto Media turnover Miljoonaa US\$ US\$ million
Pohjoismaat – The Nordic countries			
1	Bonnier Group of which Bonnierföretagen of which Tidnings Ab Marieberg	Ruotsi – Sweden	1 866 1 221 645
2	Egmont	Tanska – Denmark	1 045
3	Schibsted	Norja – Norway	701
4	Sanoma/Helsinki Media Group of which Sanoma of which Helsinki Media Company	Suomi – Finland	643 397 246
5	Sveriges Television	Ruotsi – Sweden	492
6	Kinnevik	Ruotsi – Sweden	434
7	Aller	Tanska – Denmark	433
8	Berlingske International	Tanska – Denmark	427
9	YLE – Yleisradio	Suomi – Finland	424
10	DR – Danmarks Radio	Tanska – Denmark	417
Eurooppa & USA – Europe & USA			
1	Time Warner	USA	11 851
2	Bertelsmann*	Saksa – Germany	8 544
3	Havas	Ranska – France	7 304
4	Walt Disney	USA	6 556
5	Tele-Communications	USA	5 954
6	ARD	Saksa – Germany	5 237
7	NBC TV/General Electric	USA	5 230
8	Reed Elsevier	Britannia/Hollanti – United Kingdom/Netherlands	4 623
9	CBS/Westinghouse Electric	USA	4 334
10	Gannett	USA	4 214
11	Lagardere	Ranska – France	3 837
12	BBC*	Britannia – United Kingdom	3 673

Liikevaihtoluvut sisältävät painotoiminnan. – Turnover including eventual printing.

*1995/1996

Lähteet/Sources: Media Map Datafile, May 1997
 Advertising Age, Aug. 18, 1997
<http://www.sanoma.fi/viestintäyrityk.html>

Muokattu – Processed

11.2 Mainososuuksien kehitys eri välineissä Euroopassa 1986 – 1995 Breakdown of advertising by media in Europe in 1986 – 1995

Vuosi Year	Sanomalehdet Newspapers	Aikakauslehdet Magazines	Televisio Television	Radio Radio	Elokuva Cinema	Ulkomainonta Outdoor	Yhteensä Total
%							
1986	44,3	24,2	21,6	4,1	0,7	5,1	100
1987	43,8	24,2	22,2	4,0	0,7	5,0	100
1988	43,7	23,6	22,9	4,2	0,6	4,9	100
1989	43,4	23,5	23,3	4,2	0,6	4,9	100
1990	42,7	23,0	24,3	4,3	0,6	5,1	100
1991	42,1	22,2	25,7	4,2	0,6	5,1	100
1992	40,7	21,4	28,0	4,3	0,6	5,0	100
1993	40,6	19,7	29,3	4,7	0,7	5,1	100
1994	40,4	18,9	30,3	4,8	0,6	5,0	100
1995	39,9	18,9	30,7	4,9	0,7	4,9	100

Luvut sisältävät mediakustannukset, mainostoimistopalkkion sekä luokitellun ilmoittelun. – The figures include media costs, agency commission and press classified advertising.

Lähde: EAT/ Suomen Gallup Media
Source: EAT/MDC-Helsinki Group

11.3 Mainonnan jakautuminen mainosvälineittäin ja mainonnan osuus BKT:sta 1995 Distribution of adspend and advertising as a percentage of GDP in 1995

Maa Country	Sanoma- lehdet Newspapers	Aikakaus- lehdet Magazines	Televisio Television	Radio Radio	Elokuva Cinema	Ulkomainonta Outdoor	Yhteensä Total	Mainonnan osuus % BKT:sta, Advertising as % of GNP
%								
Belgia – Belgium	26,5	24,5	31,4	8,0	1,4	8,2	100	0,74
Britannia – United Kingdom	41,9	17,6	32,9	3,3	0,7	3,7	100	1,16
Espanja – Spain	31,6	15,9	37,4	9,8	0,8	4,5	100	0,85
Hollanti – Netherlands	47,6	24,4	19,7	4,6	0,4	3,3	100	0,90
Irlanti – Ireland	56,9	4,7	25,2	7,8	0,7	4,7	100	0,99
Italia – Italy	21,4	16,7	57,6	1,6	..	2,6	100	0,50
Itävalta – Austria	45,5	16,3	21,2	10,6	..	6,3	100	0,84
Kreikka – Greece	12,8	13,1	68,3	4,3	..	1,5	100	1,82
Portugali – Portugal	16,9	18,1	50,0	6,6	..	8,5	100	1,19
Ranska – France	24,6	22,8	33,0	7,4	0,6	11,6	100	0,65
Ruotsi – Sweden	63,2	11,7	18,4	1,8	0,6	4,3	100	0,81
Saksa – Germany	49,2	19,8	22,4	4,1	1,0	3,5	100	0,91
Suomi – Finland	59,1	14,1	20,5	3,4	0,1	2,8	100	0,89
Tanska – Denmark	63,3	14,2	18,0	2,0	0,7	1,8	100	0,85
EU-maat – EU members	39,9	18,9	30,7	4,9	0,7	4,9	100	..
Norja – Norway	59,7	11,8	17,6	8,5	0,4	1,9	100	0,73
Sveitsi – Switzerland	56,8	17,6	9,2	2,6	1,0	12,9	100	0,96
Japani – Japan	30,1	9,5	41,5	5,1	..	13,7	100	0,84
USA	38,8	13,0	35,5	11,6	..	1,1	100	1,27

Luvut sisältävät mediakustannukset, mainostoimistopalkkion sekä luokitellun ilmoittelun. – The figures include media costs, agency commission and press classified advertising.

Suomen luvut poikkeavat toisaalla tässä teoksessa esitetyistä. – Figures for Finland differ from ones presented elsewhere in this book.

Lähde: EAT/ Suomen Gallup Media
Source: EAT/MDC-Helsinki Group

11.4 Päivälehtien levikki 1 000 asukasta kohden 1990 ja 1996
Dailies: circulation per 1 000 inhabitants in 1990 and 1996

Maa Country	1990	1996
EU		
Belgia – Belgium	179	163
Britannia – United Kingdom	390	330
Espanja – Spain	76	105
Hollanti – Netherlands	313	307
Irlanti – Ireland	183	157
Italia – Italy	118	105
Itävalta – Austria	354	230
Kreikka – Greece*	105	78
Luxemburg – Luxembourg	313	348
Portugali – Portugal	38	93
Ranska – France	165	182
Ruotsi – Sweden	528	438
Saksa – Germany**	333	318
Suomi – Finland	558	456
Tanska – Denmark	352	311
Norja – Norway	609	592
Sveitsi – Switzerland	..	357
Bulgaria – Bulgaria	..	158
Kroatia – Croatia	..	110
Puola – Poland	..	105
Slovakia – Slovak Republic	284	174
Tsekki – Czech Republic	460	254
Unkari – Hungary	..	161
Venäjä – Russia	519	..
Viro – Estonia	523	171
Japani – Japan***	580	582
USA	249	297

* Vain Ateenassa ilmestyvät päivälehdet. – *Newspapers published in Athens only.*

** Vuonna 1990 vain Länsi-Saksa. – *1990 statistics refer to West Germany only.*

*** Sisältää myös vain sunnuntaisin ilmestyvät lehdet. – *Includes sundays.*

Lähteet/Sources: *Word Press Trends, editions 1994 & 1997*
Media Trends 1997

11.5 Yleisöaikakauslehtien kuukausipeitto 1994/95

Consumer magazines: Average monthly/issue readership in 1994/95

	% aikuisväestöstä – % of adult population				
	Kaikki yleisölehdet Any consumer titles	Naistenlehdet Women's titles	TV-lehdet TV guides	Yleisaikakaus- lehdet General interest titles	Erikoisaikakaus- lehdet Special interest titles
EU					
Belgia – Belgium	86	50	59	..	..
Britannia – United Kingdom	81	50	38	45	37
Espanja – Spain	53	32	18	6	18
Hollanti – Netherlands	96	55	77	55	73
Irlanti – Ireland	35	..	..	..	..
Italia – Italy	77	46	35	44	27
Itävalta – Austria	82	31	83	45	46
Kreikka – Greece	63	15	39	11	9
Portugali – Portugal	56	27	20	21	41
Ranska – France	96	53	81	48	81
Ruotsi – Sweden	91	17	10	50	79
Saksa – Germany	95	44	67	48	65
Suomi – Finland	97	49	21	91	66
Tanska – Denmark	99	52	58	70	97
Norja – Norway	92	21	42	71	69
Sveitsi – Switzerland	94	34	62	73	65
Bulgaria – Bulgaria	31	15	18	..	..
Liettua – Lithuania	..	18	..	10	14
Puola – Poland	66	46	69	15	25
Slovakia – Slovak Republic	89	60	77	46	33
Tšekki – Czech republic	76	63	73	48	27
Unkari – Hungary	54	38	38	23	28
Venäjä – Russia	9	17	4	4	8
USA	88	44	25	55	77

Lähde/Source: World Magazine Trends 1996

11.6 Kirjatuotanto 1990 ja 1994
Book production in 1990 and 1994

	Nimikkeitä/10 000 as. Titles/10 000 population	
	1990	1 994
EU		
Belgia – Belgium	12	..
Britannia – United Kingdom	..	16
Espanja – Spain	9	11
Hollanti – Netherlands	9	22
Italia – Italy	4	6
Itävalta – Austria	5 *	10
Kreikka – Greece	3	..
Luxemburg – Luxembourg	10	17
Portugali – Portugal	6	7
Ranska – France	7	8
Ruotsi – Sweden	14	16
Saksa – Germany	10	9
Suomi – Finland	20	25
Tanska – Denmark	22	23
Islanti – Iceland	59	54
Norja – Norway	9	16
Sveitsi – Switzerland	21	22
Albania – Albania	1	..
Bulgaria – Bulgaria	4	7
Jugoslavia – Yugoslavia	4	3
Kroatia – Croatia	..	6
Latvia – Latvia	6	7
Liettua – Lithuania	..	8
Makedonia – Macedonia	..	3
Moldova – Moldova	..	2
Puola – Poland	3	3
Romania – Romania	1	2
Slovakia – Slovakia	..	7
Slovenia – Slovenia	..	15
Tseki – Czech Republic	..	9
Ukraina – Ukraine	1	1
Unkari – Hungary	8	10
Valko-Venäjä – Belarus	3	3
Venäjä – Russia	2	2
Viro – Estonia	10	15
Japani – Japan	..	3
USA	2	2

Koulukirjat eivät sisälly Itävallan lukuihin. Hollannin, Japanin ja Portugalin 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 (Australia, Norway, USA), pamphlets (Japan, Netherlands, Portugal, USA), and government publications (Norway, USA).

* Tieto vuodelta 1991. – Data from 1991a

Lähteet/ Sources: Unesco statistical yearbooks 1994 & 1996

11.7 Julkisen palvelun TV:n osuus katseluajasta 1990 ja 1995
Audience shares of domestic public tv broadcasting in 1990 and 1995

	1990	1995
	%	
EU		
Belgia (Fl.) – Belgium (Fl.)	28	24
Belgia (Vall.) – Belgium (Fr.)	26	16
Britannia – United Kingdom	48	44
Espanja – Spain	74	53
Hollanti – Netherlands	56	39
Irlanti – Ireland	68	55
Italia – Italy	51	48
Itävalta – Austria	77	62
Kreikka – Greece	28	8
Portugali – Portugal	100	47
Ranska – France	34	41
Ruotsi – Sweden	83	53
Saksa – Germany	68	39
Suomi – Finland	58	47
Tanska – Denmark	92	70
Islanti – Iceland	61	49
Norja – Norway	..	43
Sveitsi – Switzerland	30	29
Japani – Japan	32	..
USA	4	..

Lähteet/Sources: Media Trends 1997
 Screen Digest 4/1996

11.8 Kaapelitelevisioliittymät* 1990 ja 1995
Cable television connections* in 1990 and 1995

Maa Country	Osuus kotitalouksista Share of households		Liittymiä Connections 1000
	% 1990	% 1995	
EU			
Belgia – Belgium	92,0	95,2	3 629
Britannia – United Kingdom	0,7	5,8	1 327
Espanja – Spain	0,9	3,4	408
Hollanti – Netherlands	84,5	92,6	5 842
Irlanti – Ireland	39,3	41,3	460
Italia – Italy	..	0,0	5
Itävalta – Austria	22,4	33,9	1 050
Kreikka – Greece	..	0,1	5
Luxemburg – Luxembourg	80,0	95,1	129
Portugali – Portugal	..	0,4	15
Ranska – France	2,1	8,3	1 821
Ruotsi – Sweden	34,0	39,0	1 900
Saksa – Germany	24,3	43,8	15 808
Suomi – Finland	30,8	35,7	817
Tanska – Denmark	38,0	56,0	1 280
Islanti – Iceland	22,0	33,4	31
Norja – Norway	..	36,0	680
Sveitsi – Switzerland	63,8	81,6	2 322
Bulgaria – Bulgaria	0,0	7,6	225
Latvia – Latvia	..	23,7	200
Liettua – Lithuania	..	25,9	300
Puola – Poland	0,0	19,3	2 100
Romania – Romania	..	46,7	1 900
Serbia – Serbia	..	3,9	80
Slovakia – Slovakia	..	28,0	410
Slovenia – Slovenia	..	34,0	220
Tšekki – Czech Republic	..	16,2	640
Unkari – Hungary	..	51,7	2 000
Venäjä – Russia	..	..	6 673
Viro – Eesti	..	30,3	150
Japani – Japan	..	..	9 500
USA	61,2	..	64 277

* Useiden maiden luvut sisältävät satelliittiyhteisantennijärjestelmiä (SMATV). – In many cases the figures also include satellite master antenna systems (SMATV).

Lähteet/Sources: Screen Digest 3/1997
Media Trends 1997

11.9 Satelliittilähetysten suoravastaanotto 1990 ja 1995

Satellite tv reception in 1990 and 1995

	Osuus kotitalouksista Share of households %		Liittymiä/Dishes 1 000
	1990	1995	
EU			
Belgia – Belgium	0,2	3,5	133
Britannia – United Kingdom	5,0	16,3	3 700
Espanja – Spain	0,4	7,1	856
Hollanti – Netherlands	0,9	5,1	320
Irlanti – Ireland	2,0	7,5	84
Italia – Italy	0,2	2,5	520
Itävalta – Austria	1,0	30,4	940
Kreikka – Greece	0,0	2,4	85
Luxemburg – Luxembourg	..	5,9	8
Portugali – Portugal	0,5	8,7	300
Ranska – France	0,2	2,1	464
Ruotsi – Sweden	..	20,0	..
Saksa – Germany	2,6	25,8	9 300
Suomi – Finland	2,1	8,6	197
Tanska – Denmark	1,0	11,0	..
Islanti – Iceland	..	4,0	..
Sveitsi – Switzerland	0,4	5,9	167
Norja – Norway	..	14,0	..
Bulgaria – Bulgaria	0,0	6,7	200
Valko-Venäjä – Belarus	..	3,2	100
Liettua – Lithuania	..	..	..
Tšekki – Czech Republic	..	1,8	71
Kroatia – Croatia	..	6,1	55
Makedonia – Macedonia	..	12,0	50
Moldova – Moldova	..	3,9	50
Puola – Poland	..	15,3	1 668
Romania – Romania	..	1,2	50
Serbia – Serbia	..	9,8	200
Slovakia – Slovakia	..	45,4	665
Slovenia – Slovenia	..	24,7	160
Ukraina – Ukraine	..	0,6	100
Unkari – Hungary	0,0	19,7	761
Venäjä – Russia	..	0,3	150
Viro – Eesti	..	10,1	50

Useiden maiden luvut ovat arvioita. – Most of the figures are estimates.

Lähteet/Sources: Screen Digest 3/1997
Media Trends 1997

11.10 Julkisen palvelun radion markkinaosuus kokonaiskuunteluaajasta 1990 ja 1994
Public service radio: share of total listening time in 1990 and 1994

	1990	1994
EU		
Belgia (Fl.) – Belgium (Fl.)	73	89
Belgia (Vall.) – Belgium (Fr.)	40	
Britannia – United Kingdom	68	50
Espanja – Spain	19	22
Hollanti – Netherlands	87	58
Irlanti – Ireland	62	59
Italia – Italy	46	27
Itävalta – Austria	92	93
Kreikka – Greece	25	..
Portugali – Portugal	32	..
Ranska – France	22	22
Ruotsi – Sweden	96	81
Saksa – Germany	72	..
Suomi – Finland	65	70
Tanska – Denmark	68	80
Sveitsi – Switzerland	64	55
Islanti – Iceland	73	66
Norja – Norway	75	60
Japani – Japan	43	..
USA	2	..

Lähteet/Sources: *Media Concentration in Europe*
EBU International Comparison of European Broadcasting 1994
Media Trends 1995

11.11 Videotallenteiden vuokrauksen ja myynnin markkinaosuudet 1991 ja 1996
Video software revenue: shares of rental and sell-through in 1991 and 1996

Maa Country	1991		1996		Rahankäyttö/videotalous Average spend/VCR household 1996
	Vuokraus Rental	Myynti Sell-through	Vuokraus Rental	Myynti Sell-through	
	%		%		US\$
EU					
Belgia – Belgium	57	43	33	67	73
Britannia – United Kingdom	55	45	38	62	107
Espanja – Spain	71	29	30	70	48
Hollanti – Netherlands	68	32	44	56	56
Irlanti – Ireland	78	22	76	24	153
Italia – Italy	30	70	30	70	32
Itävalta – Austria	61	39	44	56	50
Kreikka – Greece	..	..	52	48	12
Luxemburg – Luxembourg	50	50	33	67	68
Portugali – Portugal	77	23	38	62	47
Ranska – France	28	72	15	85	96
Ruotsi – Sweden	86	14	56	44	71
Saksa – Germany	61	39	43	57	45
Suomi – Finland	72	28	31	69	55
Tanska – Denmark	70	30	44	56	116
Islanti – Iceland	..	..	86	14	279
Norja – Norway	93	7	61	39	107
Sveitsi – Switzerland	62	38	32	68	67
Japani	80	20	69	31	..
USA	70	30	56	44	..

Lähde/Source: Screen Digest, September 1997

11.12 Elokuviissakäynnit asukasta kohden 1990 ja 1996
Cinema admissions per person in 1990 and 1996

	1990	1996
EU		
Belgia – <i>Belgium</i>	1,7	2,1
Britannia – <i>United Kingdom</i>	1,7	2,1
Espanja – <i>Spain</i>	2,0	2,5
Hollanti – <i>Netherlands</i>	1,0	1,1
Irlanti – <i>Ireland</i>	2,1	3,2
Italia – <i>Italy</i>	1,6	1,7
Itävalta – <i>Austria</i>	1,3	1,5
Kreikka – <i>Greece</i>	1,3	0,9
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	1,4	2,0
Portugali – <i>Portugal</i>	1,0	0,8
Ranska – <i>France</i>	2,2	2,3
Ruotsi – <i>Sweden</i>	1,8	1,7
Saksa – <i>Germany</i>	1,6	2,0
Suomi – <i>Finland</i>	1,2	1,1
Tanska – <i>Denmark</i>	1,9	1,9
Islanti – <i>Iceland*</i>	8,4	8,0
Norja – <i>Norway</i>	2,7	2,6
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	2,1	2,2
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	5,3	0,3
Puola – <i>Poland</i>	1,0	0,6
Romania – <i>Romania</i>	4,4	0,6
Japani – <i>Japan</i>	1,2	1,0
USA	4,7	5,1

Lähteet/Sources: *Screen Digest*, 9/1995 & 8/1997
European Cinema Yearbook 1997

11.13 Kappalemääräinen äänitemyynti 1996

Phonogram sales in 1996

Maa Country	Singlet Singles	LP-levyt LPs	Kasetit MCs	CD-levyt CDs	Yhteensä Total	Kpl/asukas Copies/person
Miljoonaa kpl – Million copies						
EU						
Belgia – Belgium	4,8	–	0,6	20,4	25,8	2,6
Britannia – United Kingdom	78,3	2,4	46,2	159,7	286,6	4,9
Espanja – Spain	0,9	0,1	15,1	35,4	51,5	1,3
Hollanti – Netherlands	7,9	0,2	0,8	34,4	43,3	2,8
Irlanti – Ireland	1,3	0,0	1,7	3,1	6,1	1,7
Italia – Italy*	1,4	0,1	14,3	27,7	43,5	0,8
Itävalta – Austria	2,8	0,0	1,3	19,0	23,1	2,9
Kreikka – Greece	–	0,6	0,6	7,0	8,2	0,8
Portugali – Portugal	0,1	–	5,6	8,6	14,3	1,4
Ranska – France	33,3	0,1	18,8	105,9	158,1	2,7
Ruotsi – Sweden	2,5	0,0	2,0	19,5	24,0	2,7
Saksa – Germany*	48,1	0,4	30,0	181,7	260,2	3,2
Suomi – Finland	0,4	0,1	3,0	8,0	11,5	2,3
Tanska – Denmark*	0,8	0,0	0,7	16,9	18,4	3,5
Islanti – Iceland	–	–	0,0	0,6	0,6	2,3
Norja – Norway	1,8	–	0,8	12,2	14,8	3,4
Sveitsi – Switzerland	2,8	0,1	2,1	22,1	27,1	3,8
Bulgaria – Bulgaria	–	–	1,0	0,1	1,1	0,1
Latvia – Latvia	0,0	–	3,0	0,2	3,2	1,3
Liettua – Lithuania	–	–	5,3	0,1	5,4	1,5
Puola – Poland	0,3	–	20,3	4,7	25,3	0,7
Slovakia – Slovakia	0,1	0,0	1,2	1,0	2,3	0,4
Slovenia – Slovenia	–	–	0,5	0,5	1,0	0,5
Tšekki – Czech Republic	0,1	–	5,5	4,6	10,2	1,0
Unkari – Hungary	0,2	0,1	4,3	2,9	7,5	0,7
Venäjä – Russia	–	0,3	87,9	7,0	95,2	0,6
Japani – Japan	145,8	7,6	7,4	265,9	426,7	3,4
USA	113,2	2,9	225,3	778,9	1 120,3	4,3

* Luvut kattavat IFPI:n jäsenten myynnin (Italia n. 90%, Saksa n. 85% ja Tanska n. 95% kokonaismyynnistä). – Sales by IFPI members. (Of total market value approx. 90% in Italy, 85% in Germany and 95% in Denmark.)

Lähde/Source: IFPI World Sales 1996

11.14 Uusien viestimien käyttö (Kevät 1997)
Access to information technology (Spring 1997)

Onko teillä käytössänne tai mahdollisuus käyttää...

Do you have access to, or do you use...

	Belgia Belgium	Britannia United Kingdom	Espanja Spain	Hollanti Nether- lands	Irlanti Ireland	Italia Italy	Itävalta Austria	Kreikka Greece
	%							
Videoita – A video recorder	76	90	77	78	82	74	69	47
Faxia – A fax	19	24	13	26	14	23	18	9
Lautasantennia – A satellite dish	4	26	10	6	15	5	41	3
Maksu-tv-dekooderia – A pay-TV decoder	10	20	11	4	13	8	5	6
Teksti-TV:tä – A TV fitted with teletext	61	70	45	83	53	73	60	5
Tietokonetta – A computer	33	38	28	56	22	33	26	13
CD-rom-lukijaa – A CD-ROM	15	20	12	25	10	19	15	3
Modeemia – A modem	7	13	5	19	6	7	5	2
Internetiä – The Internet or the WWW	4	11	5	14	7	7	5	2
Ei mitään edellisistä – None of these	11	5	15	5	12	11	12	46

11.14 Jatkuu
Continued

Onko teillä käytössänne tai mahdollisuus käyttää...

Do you have access to, or do you use...

	Luxemburg Luxembourg	Portugal Portugal	Ranska France	Ruotsi Sweden	Saksa Germany	Suomi Finland	Tanska Denmark	EU15
Videoita – A video recorder	80	56	76	78	68	72	80	75
Faxia – A fax	24	9	19	37	21	25	36	21
Lautasantennia – A satellite dish	13	10	7	29	37	23	32	18
Maksu-tv-dekooderia – A pay-TV decoder	5	2	20	20	4	11	13	11
Teksti-TV:tä – A TV fitted with teletext	53	10	11	82	67	63	81	55
Tietokonetta – A computer	39	17	27	53	28	44	56	32
CD-rom-lukijaa – A CD-ROM	27	10	13	35	17	22	38	17
Modeemia – A modem	12	4	7	29	8	22	26	9
Internetiä – The Internet or the WWW	11	3	5	26	6	25	23	8
Ei mitään edellisistä – None of these	11	36	17	7	11	12	4	13

Lähde/Source: Eurobarometer, Report N.o.47 (1997)

Summary

Development of the mass media in Finland

Finland's per capita consumption of print media has long been one of the highest in the world. Although newspapers saw their circulations 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 5.1 million. Finnish people are also quite avid readers whose reading habits have remained largely unaffected by the continuing expansion of the electronic media – at least for the time being. The strong position of the print media is also reflected in the turnover statistics for the mass media and the breakdown of advertising expenditure by different media categories: the print media still account for almost three-quarters of the total.

On the other hand, the field of electronic media has seen many major structural changes in Finland over the past ten years or so. The first licences for local commercial radio stations were issued in 1985, and over the next few years new stations mushroomed all over the country. The television scene changed decisively with the 1993 channel reform which saw the separation of public-service (YLE TV1 & TV2) and private broadcasting (MTV3 Finland) onto their own channels. From its early beginnings until 1993, the Finnish system had been quite extraordinary with its undogmatic collaboration between public and private television services. The commercial MTV Finland had broadcast its programmes under the public service YLEs operating licence and rented air time slots on YLEs 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 June 1997. The fourth channel shall share with YLE and MTV the costs of setting up a terrestrial digital TV network.

An operating licence was also granted to a nationwide commercial radio channel alongside the four existing public-service channels. From the very outset this new channel has represented serious competition for com-

mercial local radio stations, many of which have been struggling financially ever since the onset of the recession.

Economy

Statistics on the turnover of the Finnish mass media during the 1980s attested to a fairly impressive rate of growth: at current prices the increase in turnover was almost threefold, at constant prices 1.5-fold. In recent years the sector as a whole has represented around three per cent of the country's GNP.

The electronic media have been growing faster than the competition: in ten years the print media have lost seven percentage points of their market share to the electronic media. Nonetheless the print media (newspapers and magazines, books, printed advertising material) are still way ahead as they represent nearly three-quarters of the sector's turnover.

Following on 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 by the economic recession than the electronic media. The latter continued to increase their relative share of the mass media business.

Since 1994 the situation has improved considerably, both for the national economy as a whole and for the mass media. During the past couple of years the mass media industry has grown at a rate of around five per cent per annum.

The development of the print media

Finland is traditionally a land of newspapers. In 1996, a total of 226 newspapers were published in the country. Circulation and coverage statistics are still quite impressive, in spite of the impacts of the recession. However, as newspapers are heavily dependent on revenues from advertising, they were bound to be affected when companies decided to cut their advertising budgets. Even so newspapers still account for almost one-third (31%) of the turnover in the mass media sector, marking a decline of no more than three percentage points during the 1990s. This is fairly little when examined against the dramatic changes in newspapers' main sources of revenue and circulation figures. Today half of newspapers' revenues come from the

sale of advertising space, at the beginning of the 1990s the proportion was around 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 have even been closed down altogether, and circulations have been decreasing across the board. Between 1990 and 1996, the total circulation of newspapers has dropped by 17 per cent. However, the circulation of Finnish newspapers still ranks among the highest in the world. Calculated per 1,000 population, the circulation of Finnish dailies, for example, is third only to Norway and Japan.

In advertising terms, too, newspapers continue to dominate the Finnish media market, even though they have lost some 10 per cent of their share of the advertising cake during the 1990s. In 1996 newspapers accounted for 54 per cent of media advertising in Finland, while the average figure for the whole of Europe in 1995 was 40 per cent.

One trend that may be expected to continue is the formation of newspapers chains. As a result of company takeovers and mergers the market shares of the biggest newspaper houses (as measured in terms of circulation) have gradually started to grow. For instance, the market share of the four biggest publishers has increased from 31 per cent in the mid-1980s to 43 per cent in 1996; the corresponding figures for the top eight companies are from 43 per cent to 56 per cent.

There is also a clear trend towards closer editorial cooperation both within newspaper chains and even between independent newspapers and newspaper houses. Broadly speaking this sort of cooperation is bound to lead to a convergence in terms of newspaper contents, but as far as the individual consumer is concerned there is a definite plus side to the trend: it probably will mean greater diversity in the content of his/her own newspaper.

The two biggest newspaper groups in Finland are Sanoma Corporation (which publishes Helsingin Sanomat and Ilta-Sanomat in Helsinki), accounting for 20% of total newspaper circulation, and Alma Media (which publishes Aamulehti in Tampere, Kauppalehti and Iltalehti in Helsinki and a further 15 newspapers), with a share of almost 15% of total circulation. Alma Media was created in spring 1998 through the merger of the major newspaper publisher Aamulehti Group and the leading nationwide TV channel MTV3 Finland. Alma Media is also the biggest single shareholder in the country's only nationwide commercial radio channel, which was launched in spring 1997.

Another significant development has been the rapid growth of evening papers. There are two national evening papers in the country, and their combined circulation has increased by 50 000 copies compared with the mid-1980s. One further noteworthy structural development is the decline of the "second" newspapers or smaller papers in towns with at least two newspapers.

In terms of economic volume, magazines and periodicals represent the second biggest category in the Finnish mass media sector. Magazines and periodicals are dependent on advertising to a far lesser extent than newspapers; by now subscriptions and single copy sales account for about four-fifths of their total revenues. However, in recent years the share of magazine advertising has begun to grow, and the difference compared with the average European level has been reduced. Nonetheless in 1996 advertising in magazines and periodicals accounted for no more than 14% of total media advertising, around five percentage points less than in Western countries on average.

Finland is one of the few countries where the delivery of newspapers and periodicals is based primarily on subscriptions. It is estimated that almost 80 per cent of magazine and up to 90 per cent of newspaper sales are based on subscriptions and are delivered to the consumer's door.

The eight major publishers of magazines and periodicals account for some 80 per cent of the total volume of consumer magazines and for some 30 per cent of the total output in this category (the total number of consumer magazines, business magazines, customer magazines and opinion journals published in Finland adds up to over 2,600 titles). Finland's three biggest magazine publishers (Yhtyneet Kuvalehdet, Helsinki Media Company, A-lehdet) all remain in domestic ownership. At the same time, however, a number of major Scandinavian publishers (Aller, Bonnier, ICA) have established a firm position in the marketplace. Despite the language barrier, cross-cultural exchange seems to be fairly fluent. On the other hand, some Finnish magazine publishers, perhaps most clearly the Helsinki Media Company, have been taking steps towards internationalization in various forms. In addition, many special-interest magazines have established forms of editorial cooperation with corresponding magazines published in other countries.

Book publishing has been the third biggest segment of the print media business in Finland. During the years of recession sales were severely affected by forced decisions in schools and libraries to cut back on their purchases. However, even in the difficult economic situation, book publishing has been doing reasonably well.

As far as book publishing is concerned, 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.

Electronic media

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

Around the mid-1980s there were widespread fears that the continuing growth of satellite television and video could seriously undermine the "unified culture" represented by Finnish television – 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.

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

At the beginning of 1993 the public service operator YLE and the commercial MTV parted ways. Both were allocated their own channels: YLE1 and YLE2 are now reserved for public service broadcasting, while MTV3 Finland operates its own nationwide, full-service commercial network, with its own operating licence. But even today, a very substantial part of MTV's revenues goes to YLE in the form of a network leasing fee and the so-called public service fee. The payments accounted for 20 per cent of YLE's turnover and 43 per cent of MTV's turnover in 1996.

Following the channel reform, and given that there were no technical obstacles, there was no real excuse any more for declining to grant an operating licence to a fourth (commercial) television channel that would compete with MTV on advertising money. In 1996 the government granted an operating licence for a fourth nationwide channel: Channel Four Finland

(Nelonen) started programming in June 1997. The operating licence was issued to a company of which Helsinki Media Company – the country's second-biggest magazine publisher and one of the biggest book publishers – owns just over one half. Other shareholders include a few domestic independent TV production companies, a newspaper chain, and with a 20% ownership, Egmont, Denmark's biggest communications company. Egmont also owns one-third of the Norwegian commercial nationwide TV network TV2.

The new TV channel is based on analog technology and is required to work with YLE and MTV3 to develop and finance the development of digital terrestrial broadcasting technology.

In the late 1980s cable television networks were expanding at a rate of approximately 100 000 new subscribers per annum. During the past couple of years things have been moving much more slowly. Overall the role of cable and satellite channels has been much less significant than in the other Scandinavian countries. The primary reason has been the scarce supply of programming in the Finnish language. At the moment the supply is limited to a few pay-tv channels, i.e. a couple of movie channels and a sports channel with commentary in Finnish. In contrast to the other Scandinavian countries, Finland has not seen any full-service satellite channels dedicated to the local audience of this country. Cable networks have largely acted as distribution networks for pan-European channels such as NBC Super Channel, 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.

Although a total of almost 30 local radio stations closed down and merged with other stations during 1990–1996, new companies have sprung up in their place so that the total number of local radio stations has remained more or less unchanged. At the end of 1996 there were a total of 58 local radio stations in the country. In addition, the semi-national format radios Kiss FM (owned by SBS) and Classic FM (owned by GWR) and, in spring 1997, Radio Nova, the first nationwide commercial radio channel, have entered the commercial radio market to compete for a share of the advertising cake. The competition is fiercest in the Helsinki metropolitan region where there are now ten or so radio stations that are commercially financed.

The start-up of the nationwide Radio Nova (of which Alma Media is a major shareholder) has been a great success. During its first six months on the air it has reached one-quarter of the listeners in its primary target groups (the audience aged 25–44). The losses have been felt equally by YLE's public service radio channels and by local radio stations.

Television's share of the advertising cake remained small until the end of the 1980s. 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. During the last couple of years the share of television has risen to just over one-fifth of media advertising (21% in 1996). Even so, this is a fairly small market share compared with the European average (31 per cent in 1995). The share of commercial local radio stations in the sale of media space has been on the decline in the 1990s. In 1995 it was less than 3.5 per cent.

Electronic data services, most of which are economic or business information services, showed rapid growth during the late 1980s, and the trend has continued in the early 1990s. A number of new services have been launched in a situation where the market is still continuing to expand.

Phonograms and videos

Phonograms and videos have long accounted for around 6–7 per cent of the mass media sector, but it seems that their share has now started to grow. The markets have grown quite rapidly during the past couple of years. However, a major new threat to this growth is represented by pirating, which is a booming business just across the border in the Baltic and St. Petersburg regions. Not only top-selling international artists but also domestic performers have now become victims of the pirating business.

The process of vertical integration in the Finnish phonogram business was completed in the early 1990s as Warner, BMG-Ariola and Polygram founded their subsidiaries in Finland. In 1993 Warner also took over the biggest Finnish record company Fazer Musiikki Oy. Now, all of the five multinational giants in the business have a direct presence in Finland; CBS/Sony and Emi set up in Finland as early as the 1970s.

The video markets are divided into two segments, i.e. video rentals and sell-through. The market shares of these two segments have virtually been turned upside down during the 1990s. At the beginning of the decade sell-through videos accounted for less than one-quarter of the total markets,

by 1996 the figure had spiralled to about 70 per cent. The turnover of video rentals also showed some growth after several years of stagnation and decline.

In 1996 sales of CD-ROMs tripled, yet CD-ROMs still accounted for no more than one per cent of the turnover of the mass media in Finland. However, there is reason to expect a dramatic increase in this figure as more and more households are now buying multimedia PCs.

The film industry in Finland has suffered serious setbacks as other mass media have 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. In 1995 Finns went to the cinema no more than approximately once a year per person. For a number of years now the cinema business has been at the low end of the mass media sector. The biggest cinema chains in the country have recently started renovation projects aimed at raising the quality standards of cinemas, and it is believed that this will provide a major boost to cinema-going.

Household mass media consumption and expenses

In 1996 Finnish households spent 4.4 per cent of their total consumption expenditures on mass media. The biggest single expense items were represented by newspapers and magazines, together accounting for 36 per cent of total expenditure, and TV licence fees plus cable/satellite TV expenditures (17%).

More than 60 per cent of Finnish households had a VCR and about 45 per cent a CD player in 1996. One-third had a home computer and another one in three a mobile phone.

(TS)

Liite 1. Ecu ja dollarin markkakurssit (vuosikeskiarvoja)**Appendix 1. Rates of exchange, yearly averages (1 ECU in FIM and 1 US \$ in FIM)**

Vuosi Year	ECU/FIM	US\$/FIM
1980	5,19	3,73
1981	4,81	4,32
1982	4,72	4,82
1983	4,96	5,57
1984	4,74	6,01
1985	4,71	6,21
1986	4,99	5,08
1987	5,08	4,40
1988	4,96	4,19
1989	4,74	4,30
1990	4,86	3,83
1991	5,01	4,05
1992	5,80	4,49
1993	6,69	5,71
1994	6,19	5,22
1995	5,71	4,37
1996	5,83	4,59
1997	5,88	5,19

Lähde: Suomen Pankki
Source: Bank of Finland

Liite 2. Rahan arvon muunnoskertoimet vuosien 1995, 1996 ja 1997 rahaksi**Appendix 2. Transformation coefficients into 1995, 1996 and 1997 money, FIM**

Vuosi Year	1995 rahaksi Into 1995 money Kerroin Coefficient	1996 rahaksi Into 1996 money Kerroin Coefficient	1997 rahaksi Into 1997 money Kerroin Coefficient
1980	2,135	2,148	2,174
1981	1,907	1,917	1,941
1982	1,744	1,754	1,776
1983	1,607	1,616	1,636
1984	1,503	1,511	1,529
1985	1,418	1,427	1,444
1986	1,369	1,377	1,394
1987	1,321	1,329	1,345
1988	1,259	1,266	1,282
1989	1,181	1,188	1,203
1990	1,114	1,120	1,134
1991	1,069	1,076	1,089
1992	1,043	1,048	1,061
1993	1,021	1,027	1,039
1994	1,010	1,016	1,028
1995	1,000	1,006	1,018
1996		1,000	1,012
1997			1,000

Deffatoitu 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. Bruttokansantuote 1980 – 1996
Appendix 3. Gross domestic product 1980 – 1996

Vuosi Year	Käypiin hintoihin, Milj. mk At current prices, FIM million
1980	191 376
1981	216 660
1982	243 585
1983	271 607
1984	304 597
1985	331 628
1986	354 994
1987	386 855
1988	434 341
1989	486 998
1990	515 430
1991	490 868
1992	476 778
1993	482 397
1994	510 992
1995	549 863
1996	576 922

Lähde: Tilastokeskus – Taloudelliset olot: kansantalouden tilinpito
 Source: Statistics Finland – Economic Statistics: national accounts

Liite 4. Keskiväkiluku 1980 – 1997
Appendix 4. Mean population 1980 – 1997

Vuosi Year	Väestö Population
1980	4 779 500
1981	4 800 000
1982	4 826 900
1983	4 855 800
1984	4 881 800
1985	4 902 200
1986	4 918 200
1987	4 932 100
1988	4 946 500
1989	4 964 400
1990	4 986 400
1991	5 013 700
1992	5 042 000
1993	5 066 500
1994	5 088 300
1995	5 107 800
1996	5 124 600
1997	5 139 800

Lähde: Tilastokeskus – Väestötilastot
 Source: Statistics Finland – Population Statistics

Liite 5. Kotitalouksien määrä 1980 ja 1985 – 1996
Appendix 5. Number of households 1980 and 1985 – 1996

Vuosi Year	1 000 kotitaloutta 000 households
1980	1 868,5
1985	2 018,7
1986	2 035,6
1987	2 082,3
1988	2 102,3
1989	2 149,2
1990	2 174,7
1991	2 200,2
1992	2 218,0
1993	2 243,1
1994	2 261,7
1995	2 291,3
1996	2 310,0

Lähde: Tilastokeskus – Kotitalouksien kulutustutkimukset
Source: Statistics Finland – Household surveys

Osoitteita – Addresses

Aikakauslehtien Liitto ry
Finnish Periodical Publishers'
Association
Lönnrotinkatu 11 A PL 267
00121 **Helsinki**
puh. 09/22877 280

AVEK Audiovisuaalisen
viestintäkulttuurin edistämiskeskus
AVEK Promotion Centre for Audiovisual
Culture
Hietaniemenkatu 2, 00100 **Helsinki**
puh. 09/446 411

Graafisen Teollisuuden Liitto
Federation of Printing Industry
in Finland
Lönnrotinkatu 11 A, 00120 **Helsinki**
puh. 09/22877 200

Finnnet-liitto ry
Finnnet Group
Sinebrychoffinkatu 11, 00120 **Helsinki**
puh. 09/228 111

Helsingin yliopisto
Viestinnän laitos
University of Helsinki
Department of Communication
PL 54, 00014 **Helsingin yliopisto**
puh. 09/ 1911

Helsingin yliopiston kirjasto
Bibliografinen osasto
Helsinki University Library
Bibliographical Department
PL 26, 00014 **Helsingin yliopisto**
puh. 09/ 70 851

Jyväskylän yliopiston kirjasto
Jyväskylä University Library
PL 35, 40351 **Jyväskylä**
puh. 014/ 603 448

Jyväskylän yliopisto
Nykykulttuurin tutkimusyksikkö
University of Jyväskylä
Research Unit for Contemporary Culture
PL 35, 40351 **Jyväskylä**
puh. 014/601 211

Kopioisto ry
Copyright Office Kopioisto
Hietaniemenkatu 2, 00100 **Helsinki**
puh. 09/431 521

Liikenneministeriö
Viestintähallinto-osasto
Ministry of Traffic and Communications
Eteläesplanadi 16, 00130 **Helsinki**
puh. 09/1 601

Opetusministeriö
Kulttuuri-osasto
Ministry of Education
Department of Culture
PL 293, 00171 **Helsinki**
puh. 09/134 171

Opetusministeriö
Taiteen keskustoimikunta
Ministry of Education
Arts Council of Finland
Mariankatu 5, 00170 **Helsinki**
puh. 09/134 171

Sanomalehtien Liitto
Finnish Newspaper Publishers'
Association
Lönnrotinkatu 11 A PL 415
00120 **Helsinki**
puh. 09/22877 300

Suomen Mediatarkastus Oy
Finnish Audit Bureau of Circulations
Lönnrotinkatu 11 A, 00120 **Helsinki**
puh. 09/2287 7330

Suomen Posti Oy
Posts and Telecommunications
Talous PL 8, Viestintä PL 1
00011 **Helsinki**
puh. 09/920 4511

Suomen elokuva-arkisto
Finnish Film Archives
PL 177, 00151 **Helsinki**
puh. 09/61 5400

Suomen Elokuvaerhojen Liitto ry
Association of Finnish Film Clubs
Paasivuorenkatu 5 A, 00530 **Helsinki**
puh. 09/7016 696

Suomen elokuvasäätiö
Finnish Film Foundation
Kanavakatu 12 K 13, 00160 **Helsinki**
puh. 09/622 0300

Suomen Elokuvatæatteriliitto SEOL ry
Kaisaniemenkatu 3 B, 00100 **Helsinki**
puh. 09/63 2617

Suomen Gallup Media Oy
Finnish Gallup Media Oy
Itätuulenkuja 10, 02100 **Espoo**
puh. 09/61 3500

Suomen Journalistiliitto
Union of Journalists in Finland
Hietalahdenkatu 2 B, 00180 **Helsinki**
puh. 90/647 326

Suomen Kaapelitelevisioliitto ry
Finnish Cable TV Association
Ratamestarinkatu 11, 00520 **Helsinki**
puh. 09/144 718

Suomen kirjastoseura ry/Kirjastolehti
Association of Finnish Libraries
Kansakoulukatu 10 A, 00100 **Helsinki**
puh. 09/694 1844

Suomen Kustannusyhdistys ry
Finnish Book Publishers' Association
Lönnrotinkatu 11 A, 00120 **Helsinki**
puh. 09/22877 250

Suomen Paikallisradioliitto ry
Finnish Local Radio Association
Lönnrotinkatu 11 A PL 312
00121 **Helsinki**
puh. 09/2287 7340

Suomen Ääni- ja
kuvataillennetuottajat ÄKT ry
Finnish Federation of Producers
of Phonograms and Videograms (Finnish IFPI)
Yrjönkatu 3, 00120 **Helsinki**
puh. 09/6803 4056

Tampereen yliopisto
Tiedotusopin laitos
University of Tampere
Department of journalism and mass
communication
PL 607, 33101 **Tampere**
puh. 03/156 111

Tekijänoikeuden tiedotus- ja
valvontakeskus
Antipiracy Center in Finland
P. Roobertinkatu 16, 00120 **Helsinki**
puh. 09/6803 4049

TEOSTO ry Säveltäjäin
Tekijänoikeustoimisto
Finnish Composers' Copyright
Society TEOSTO
Lauttasaarentie 1, 00200 **Helsinki**
puh. 09/681 011

Telehallintokeskus
Telecommunications Administration
Centre
PL 53 Vattuniemenkatu 8 A, 00211 **Helsinki**
puh. 09/69 661

Tilastokeskus
Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot
Statistics Finland
Media and Culture Statistics
Työpajakatu 13, **Helsinki**
00022 Tilastokeskus
puh. 09/17 341

Tullihallitus
National Board of Customs
Uudenmaankatu 1-5 C, 00120 **Helsinki**
puh. 09/61 41

Turun kauppakorkeakoulu
Mediatilouden tutkimusryhmä
Turku School of Economics
Business Research Centre
PL 110 Lemminkäisenkatu 14-18
20520 **Turku**
puh. 02/338 311

Valtion elokuvatarkastamo
State Office of Film Censorship
Jaakonkatu 5 B, 00100 **Helsinki**
puh. 09/228 541

Valtion teknillinen tutkimuskeskus
VTT
Viestintätekniikka/Painoviestintä
VTT Information Technology/
Printed communications
PL 1000, 02044 **VTT**
puh. 09/4561

Yleisradio Oy
– Tutkimus- ja kehitysosasto
– Viestinnän kehitysryhmä
Finnish Broadcasting Company
YLE
– Research and Development Dept.
– Media Development Group
00024 **YLEISRADIO Helsinki**
puh. 09/14 801

Joukkoviestimet 1998 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 sekä joukkoviestinnän julkinen tuki. Julkaisussa on myös kansainvälisiä vertailutietoja sisältävä luku. Jokaisesta joukkoviestinnän sektorista on lisäksi tilastokatsausten yhteydessä tiiviit yhteenvetoartikkelit.

Myynti:
Tilastokeskus
Myyntipalvelu
PL 38
00022 TILASTOKESKUS
puh. (09) 1734 2011
faksi (09) 1734 2474
sähköposti: myynti.tilastokeskus@stat.fi

Försäljning:
Statistikcentralen
Försäljningstjänsten
PB 38
00022 STATISTIKCENTRALEN
tfn (09) 1734 2011
fax (09) 1734 2474
e-post: myynti.tilastokeskus@stat.fi

Orders:
Statistics Finland
Sales Services
P.O.Box 38
FIN-00022 STATISTICS FINLAND
Tel. +358-9-1734 2011
Fax +358-9-1734 2474
E-mail: myynti.tilastokeskus@stat.fi

ISSN 0784-8765
= kulttuuri ja viestintä
ISSN 1455-9447
ISBN 951-727-422-x

