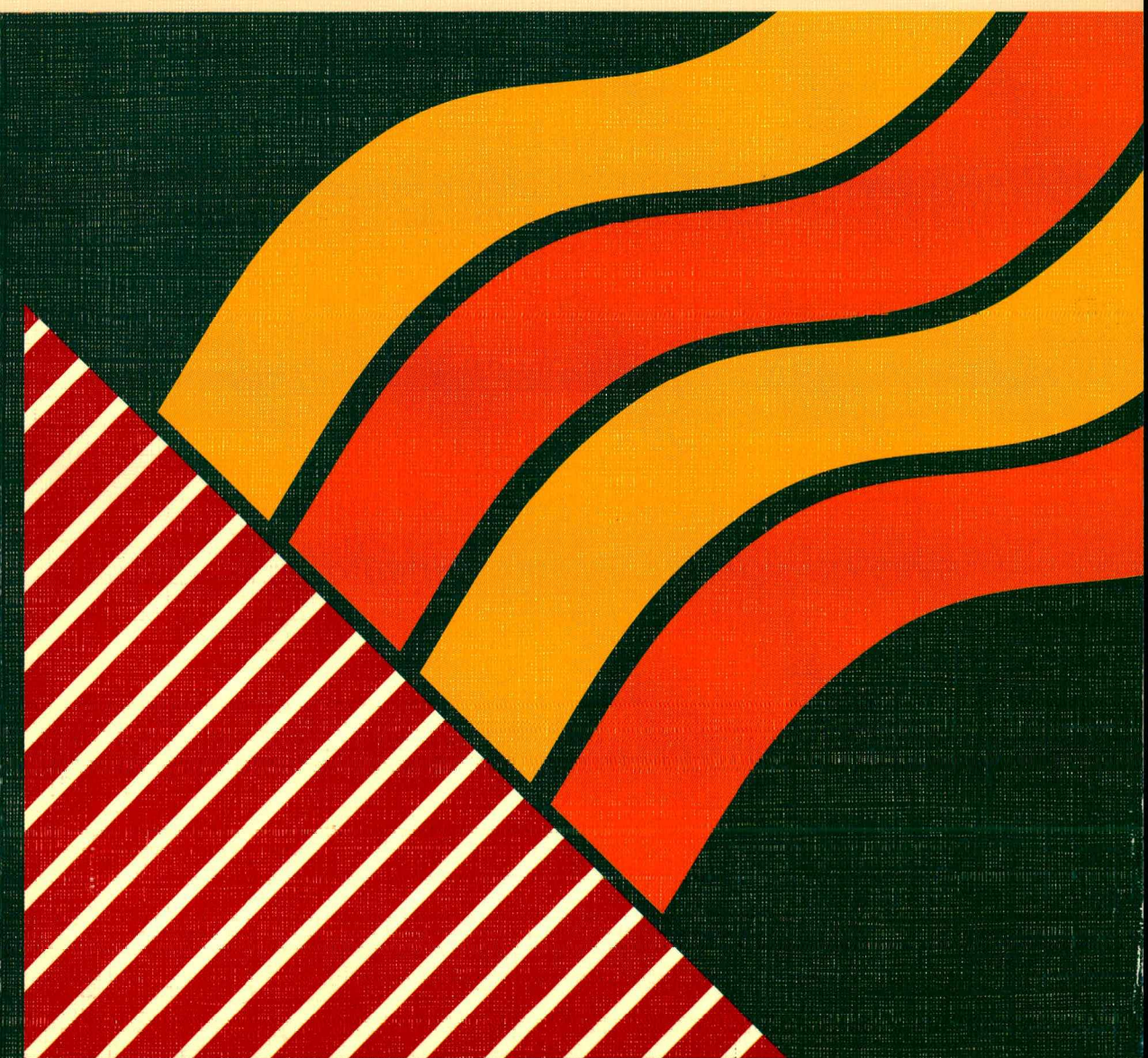




Joukkoviestintätilasto 1993





Joukkoviestintätilasto 1993

Joulukuu 1993

Tiedustelut – Förfrågningar – Inquiries:

Tuomo Sauri
(90) 17 341

Kansikuva: Ilkka Kärkkäinen

Painopaikka: Paino-Center Oy

TAULUKOISSA KÄYTETYT SYMBOLIT

Ei mitään ilmoitettavaa	-
Suure pienempi kuin puolet käytetyistä yksiköistä	0 ja 0,0
Tietoa ei ole saatu tai se on liian epävarma ilmoitettavaksi

Esipuhe

Joukkoviestintätilasto 1993 on järjestyksessä jo neljäs tilastoihin perustuva kokonaisesitys joukkoviestinnästä ja sen kehityksestä Suomessa. Joukkoviestintätilasto 1993 on yhteistyön tuote, kuten edeltäjänsäkin. Tilastokeskuksen ja liikenneministeriön yhteistyö joukkoviestinnän tilastollisessa kuvaamisessa on jatkunut vuodesta 1985. Parin viime vuoden ajan myös opetusministeriö on osallistunut yhteistyöhön.

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

Joukkoviestintätilasto 1993 on laadittu Tilastokeskuksen joukkoviestintä, kulttuuri ja ajankäyttö -vastuualueella. Sen on toimittanut Tuomo Sauri, joka on myös laatinut julkaisun varsinaisen tilasto-osan lukujen yhteenvetoartikkelit. Julkaisun valmistamiseen ovat osallistuneet myös Irma Ollila (taulukoiden toteutus), Rauli Kohvakka (kuvioiden suunnittelu), Veli Rajaniemi (kuvioiden toteutus) ja Seija Töyräänvuori (julkaisun taitto).

Julkaisun alussa olevat teema-artikkelit esittelevät joukkoviestinnän ajankohtaisia kysymyksiä eri näkökulmista. Artikkeleissa esitetyt tulkinnat ovat luonnollisesti kirjoittajien omia.

Joukkoviestintätilaston 1993 englanninkielinen laitos ilmestyy keväällä 1994.

Helsingissä joulukuussa 1993

Hilkka Vihavainen

	Sivu
Esipuhe	1
Artikkeleiden kirjoittajat	3
Taulukko- ja kuvioluettelot	4
<i>Kohvakka Rauli</i>	
Elokuvan uudet "ikkunat" Länsi-Euroopassa	9
<i>Soramäki Martti & Okkonen Kirsi-Marja:</i>	
EY, ETA - audiovisuaalinen politiikka ja viestintäpolitiikka ...	17
<i>Sauri Tuomo & Siivonen Timo</i>	
Suomen graafisen viestinnän kansainvälistymisen näkymiä	31
<i>Jyrkiäinen Jyrki</i>	
Vaikuttaako joukkoviestinnän keskittyminen sisältöön? Keskittyminen, monipuolisuus ja pluralismi	47
<i>Eskola Katarina & Sauri Tuomo</i>	
Kirjojen ja lehtien lukeminen	57
<i>Liikkanen Mirja</i>	
Kodin sähköisten viestimien käyttö	73
1 Joukkoviestinnän talous ja joukkoviestinnän kulutus	93
2 Televisio	121
3 Radio	147
4 Äänitteet	165
5 Videot	183
6 Elokuvat	195
7 Kirjat ja kirjastot	211
8 Sanomalehdet	231
9 Aikakauslehdet	253
10 Joukkoviestinnän julkinen tuki	269
11 Kansainvälisiä vertailutietoja	283
Asiahakemisto	296
Osoitehakemisto	301

Artikkeleiden kirjoittajat

<i>Eskola Katarina</i>	dosentti, Jyväskylän yliopisto, nykykulttuurin tutkimusyksikkö
<i>Jyrkiäinen Jyrki</i>	lehtori, Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos
<i>Kohvakka Rauli</i>	yliaktuaari, Tilastokeskus, kulttuuri, viestintä ja ajankäyttö -yksikkö
<i>Liikkanen Mirja</i>	erikoistutkija, Tilastokeskus, kulttuuri, viestintä ja ajankäyttö -yksikkö
<i>Okkonen Kirsi-Marja</i>	Oy Yleisradio Ab:n lakimies
<i>Sauri Tuomo</i>	erikoistutkija, Tilastokeskus, kulttuuri, viestintä ja ajankäyttö -yksikkö
<i>Siivonen Timo</i>	VTT, graafinen laboratorio, jaostopäällikkö
<i>Soramäki Martti</i>	Oy Yleisradio Ab, viestinnän kehitysryhmän päällikkö

Taulukkuuettelo

1	Joukkoviestinnän talous ja joukkoviestinnän kulutus	2	Televisio
1.1	Joukkoviestinnän liikevaihto vuosina 1980 ja 1985–1992	2.1	Yleisradion tulot vuosina 1980/81 – 1991/92
1.2	Suurimpien joukkoviestintäyritysten liikevaihto vuosina 1980 ja 1985 – 1992	2.2	Lupamaksun käyttö tehtävälueittain 1993
1.3	Mainonta vuosina 1980 – 1992	2.3	MTV:n ja Kolmostelevisio liikevaihto vuosina 1980 – 1992
1.4	Mainonta vuosina 1988 – 1992	2.4	Kaapelitelevisio toiminnan liikevaihto vuosina 1985 – 1992
1.5	Joukkoviestintä työllistäjänä 1980 – 1991	2.5	Yleisradion henkilöstö tilikautena 1980/81 – 1991/92 ja henkilöstön jakautuminen organisaatioyksiköittäin syksyllä 1992
1.6	Joukkoviestinnän eri sektoreiden kotimaisuusasteita	2.6	MTV:n henkilöstö vuosina 1980 – 1992
1.7	Graafisen tuotannon ja kustannustoiminnan henkilökunta vuosina 1985 – 1991	2.7	Kaapelitelevisioyhtiöiden henkilöstö vuosina 1990, 1991 ja 1992
1.8	Graafisen teollisuuden toimitusten arvo alatoimialoittain vuosina 1988 – 1991	2.8	Televisioluvat vuosina 1980 – 1992
1.9	Graafisen teollisuuden eräiden tuoteryhmien toimitusten arvo vuosina 1987 – 1991	2.9	Kaapelitelevisioluottamukset vuosina 1975 – 1992
1.10	Graafisen teollisuuden vienti ja tuonti 1980 – 1992	2.10	Yleisimmät kaapeliverkoissa välitetyt kanavat vuoden 1992 lopussa
1.11	Graafisten tuotteiden vienti tuoteryhmittäin vuosina 1988 – 1992	2.11	Yleisradion, MTV:n ja Kolmostelevisio televisio-lähetysten viikkotuntimäärät kanavittain vuosina 1980 – 1992
1.12	Graafisen teollisuuden vienti maittain vuosina 1988 – 1992	2.12	Yleisradion ja MTV:n televisio-ohjelmiston jakautuminen eri ohjelmatyyppeihin ohjelmayhtiöittäin vuosina 1980/81 – 1991/92
1.13	Graafisten tuotteiden tuonti tuoteryhmittäin vuosina 1988 – 1992	2.13	Yleisradion ja MTV:n televisio-ohjelmiston kotimaisuus ohjelmayhtiöittäin sekä kotimaisten ohjelmien osuus eri ohjelmatyypeistä toimintavuosina 1980/81 – 1991/92
1.14	Graafisen teollisuuden tuonti maittain vuosina 1988 – 1992	2.14	Yleisradion ja MTV:n lähettämien ulkomaisten televisio-ohjelmien jakautuminen alkuperämittain vuosina 1980/81 – 1991/92
1.15	Elektronisten viihdelaitteiden ja muiden tietoliikennevälineiden valmistuksessa ollut henkilökunta vuosina 1985 – 1991	2.15	Yleisradion ohjelmamyynni ulkomaille, 1980/81 ja 1985/86 – 1991/92
1.16	Viihde-elektronikan tuotteiden valmistuksen arvo Suomessa vuosina 1980 – 1991	2.16	Mainostelevisio ohjelmamyynni ulkomaille 1985 – 1992
1.17	Viihde-elektronikan tuotteiden vienti ja tuonti vuosina 1980 ja 1985 – 1992	2.17	MTV:n ohjelmamyynni ulkomaille ohjelmatyypeittäin 1985 – 1992
1.18	Viihde-elektronikan laitteiden vähittäismyynti vuosina 1980 – 1992	2.18	Televisiolähetysten tavoitavuus keskimääräisenä päivänä vuosina 1987/88 – 1991/92 sekä keväällä 1992 ja 1993
1.19	Viihde-elektronikan laitteiden keskihinnat ja myynnin arvo vuosina 1980 – 1992	2.19	Televisio-ohjelmien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä eri väestöryhmissä keväällä 1993
1.20	Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään sekä viestintämenojen osuus kulutusmenoista päämiehen sosioekonomisen aseman mukaan vuonna 1990	2.20	Televisio katseluun keskimäärin käytetty aika vuosina 1987/88 – 1991/92 sekä keväällä 1992 ja 1993
1.21	Kotitalouksien elektronisten viihdelaitteiden omistus vuonna 1993 sosioekonomisen aseman mukaan		
1.22	12–69-vuotiaiden joukkoviestintään käyttämä aika vuonna 1992		

2.21	Televisiolähetysten katseluun käytetty aika eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä keväällä 1993	144
2.22	Eri ohjelmatyyppeiden katselun osuus television (Yleisradio ja MTV) katseluun käytetystä kokonaisajasta keskimääräisenä päivänä vuosina 1980 – 1991/92	145
2.23	Teksti tv:n suosituimpien sivujen katselu 1993	145

3 Radio

3.1	Yleisradion radiolähetysten viikkotuntimäärät vuosina 1980/81 – 1991/92	152
3.2	Yksityisten paikallisradioasemien keskimääräiset viikkotuntimäärät 1985 – 1992	152
3.3	Toiminnassa olleet paikallisradioasemat marraskuussa 1993	155
3.4	Paikallisradioasemien määrän kehitys vuosina 1985 – 1992	156
3.5	Paikallisradioasemien henkilöstö vuosina 1985 – 1991	156
3.6	Yleisradion alueelliset ja maakunnalliset lähetykset 1991/1992	158
3.7	Radion tavoitavuus keskimääräisenä päivänä vuosina 1980 – 1992	159
3.8	Radion tavoitavuus väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä syksyllä 1992	160
3.9	Radion kuuntelu-aika keskimääräisenä päivänä vuosina 1980 – 1992	161
3.10	Radion kuuntelu-aika väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä syksyllä 1992	162

4 Äänitteet

4.1	Äänitteiden tuonti, valmistus ja tallentamattomien äänikasettien tuonti vuosina 1980 – 1992	170
4.2	Äänitteiden kappalemääräinen tuonti alkuperämittain vuosina 1980 – 1992 ja tuonnin arvo vuonna 1992	171
4.3	Äänitteiden nimetuotanto Suomessa vuosina 1983 – 1992	174
4.4	Äänitteiden valmistus Suomessa vuosina 1981 – 1992	175
4.5	Kappalemääräisen myynnin jakautuminen eri äänitetyyppien kesken vuosina 1980 – 1992	177
4.6	Äänilevyjen, kasettien ja cd-levyjen tukkumyynnin arvo vuosina 1988 – 1992	178
4.7	Kirjastojen äänitemateriaali, soittokerrat ja kotilainat vuosina 1985 – 1992	178

4.8	Äänitteiden kuuntelu keskimääräisenä päivänä 1990 – 1992	179
4.9	Kautta aikojen myydyimmät pitkäsoittoäänitteet vuoden 1992 lopussa (LP-levyt, kasetit, CD-levyt)	180
4.10	Myydyimmät pitkäsoittoäänitteet (LP-levyt, kasetit, CD-levyt) vuonna 1992	181

5 Videot

5.1	Videokasettien tuonti, valmistus ja tallentamattomien videokasettien tuonti vuosina 1982 – 1992	188
5.2	Videotallenteiden tuonti alkuperämittain vuosina 1982 – 1992 ja tuonnin arvo vuonna 1992	189
5.3	Videotallennemarkkinoiden liikevaihto vuosina 1980 – 1992	189
5.4	Tarkastetut videotallenteet alkuperämaan mukaan vuosina 1988 – 1992	190
5.5	Tarkastetut videotallenteet 1990 – 1992 ohjelmatyypeittäin	191
5.6	Videotallenteiden vähittäisvuokraus- ja myyntipisteet vuosina 1990 ja 1991	192
5.7	Videon tavoitavuus ja katseluun käytetty aika keskimääräisenä päivänä vuosina 1987/88 – 1991/92	192
5.8	Videonauhurin pääasiallinen käyttötapana kotitalouksissa tyypeittäin vuosina 1984, 1986, 1989 ja 1991	193
5.9	Yleisten kirjastojen videotallenteet, niiden katselukerrat ja kotilainat vuosina 1985 – 1992	194

6 Elokuvat

6.1	Esitetyt elokuvat ja elokuvanäytännöt vuosina 1980 – 1992	200
6.2	Elokuvateattereiden lukumäärä, kaupunkiteattereiden osuus, istumapaikat, elokuvissa käynnit sekä pääsylipputuotto ja elokuvalipun keskihinta vuosina 1980 – 1992	200
6.3	Elokuvien ensi-illat valmistusmittain 1980 – 1992	202
6.4	Pitkien elokuvien ensi-illat elokuvatoimistoittain vuosina 1983 – 1992	203
6.5	Kotimaisten elokuvien tuotanto yrityksittäin vuosina 1983 – 1992	204
6.6	Vuosina 1980 – 1991 tarkastetut pitkät elokuvat	204
6.7	Vuosina 1980 – 1992 tarkastetut kotimaiset elokuvat	205
6.8	Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat vuosina 1982 – 1992	205

6.9	Suurimmat elokuvateatteriapaikkakunnat vuonna 1992	206	8.2	Sanomalehtien kokonaislevikin jakautuminen ilmestymistiheyden mukaan vuosina 1980–1992	236
6.10	Kymmenen suosituimman kotimaisen ja ulkomaisen elokuvan osuudet kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista vuosina 1982 – 1992	207	8.3	Sanomalehtien levikit kilpailuaseman mukaan vuosina 1980,1985 ja 1991	237
6.11	Vuoden 1992 suosituimmat elokuvat	208	8.4	Päivälehtien ilmestymistiheys, puoluekanta, levikki, levikin muutos 1991/1992, volyyymi ja liikevaihto vuonna 1992	239
6.12	Elokuviissa käyminen 6 kk aikana vuosina 1981 ja 1991	209	8.5	3–1 päiväisten sanomalehtien ilmestymistiheys, levikki ja volyyymi 1992	241
7	Kirjat ja kirjastot		8.6	Sanomalehdet lääneittäin 1992	245
7.1	Suomessa julkaistu kirjallisuus vuosina 1980 – 1991 (nimikkeiden kokonaismäärä)	217	8.7	20 suurimman sanomalehtiyrityksen mediaomistuksia vuonna 1991	246
7.2	Tieto- ja kaunokirjallisuuden sekä koulukirjojen ja lastenkirjojen kokonaisnimiket tuotanto vuosina 1980 – 1991	218	8.8	Päivälehtien sisältö vuonna 1992	248
7.3	Suomessa julkaistu kirjallisuus (nimikkeiden kokonaismäärä) lajeittain vuosina 1980 – 1991	219	8.9	Päivälehtien tekstiaineiston lähteet vuonna 1992	248
7.4	Suomessa julkaistu käännöskirjallisuus alkuperäiskielen mukaan vuosina 1981 – 1991	220	8.10	Postin kuljettamat sanomalehdet vuosina 1980 – 1992	249
7.5	Kirjojen nimiket tuotanto kirjallisuuslajeittain vuosina 1985 – 1992	221	8.11	Tilattujen kotimaisten sanomalehtien eri jakelutapojen osuudet vuosina 1986, 1989 ja 1991	249
7.6	Kirjojen kappalemääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin vuosina 1980 – 1992	222	8.12	Koti -ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynti vuosina 1980–1992	250
7.7	Kirjojen markkamääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin vuosina 1980, 1985 ja 1992	223	8.13	Ilmaislehtien määrä, kokonaispainos/numero, volyyymi ja ilmoitustulot vuosina 1984 ja 1989	251
7.8	Pääkustantajien ja erikoiskustantajien lukumäärä ja -markkinaosuus vuosina 1981, 1986, 1991 ja 1992	224	8.14	Sanoma- ja ilmaislehtien lukeminen 1991	252
7.9	Suomessa kustannetun kirjallisuuden myyntikanavat 1980 – 1991	224	9	Aikakauslehdet	
7.10	Kirjakauppojen ja rautakirjan kioskien määrä vuosina sekä antikvariaattien määrä vuosina 1980 – 1991	225	9.1	Aikakauslehdistön lukumääräinen kehitys ilmestymistiheyden mukaan vuosina 1980 – 1991	257
7.11	Kirjakerhot 1991	225	9.2	Eräiden aikakauslehtiryhmien yhteislevikit vuosina 1980 – 1992	258
7.12	Yleisten kirjastojen pää-, sivu- ja laitoskirjastot sekä kirjastoautot vuosina 1980 – 1992	226	9.3	Suurimpien aikakauslehtien ilmestymistiheydet, levikit ja kustantajat 1992	259
7.13	Yleisten kirjastojen lainaajat, kotilainat ja kirjavarat vuosina 1980 – 1992	227	9.4	Suurimpien aikakauslehtien kustantajien keskinäiset volyymiosuudet 1987, 1989 ja 1991	261
7.14	Yleisten kirjastojen lainaajat ja kirjallainat vuosina 1985 – 1992	227	9.5	Postin kuljettamat aikakauslehdet vuosina 1980 – 1992	261
7.15	Kirjojen lukeminen 1981 – 1991	228	9.6	Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 1992	262
7.16	Kirjastossa käyminen 1981 – 1991	230	9.7	Koti -ja ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti vuosina 1980 – 1992	263
8	Sanomalehdet		9.8	Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 1992	264
8.1	Sanomalehdet vuosina 1980 – 1992 ilmestymistiheyden mukaan	236	9.9	Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin vuonna 1992	265
			9.10	Aikakauslehtien lukeminen 1981 ja 1991	266

10 Joukkoviestinnän julkinen tuki

10.1 Valtion tuki lehdistölle vuosina 1980 ja 1985 – 1994	273
10.2 Yleisen kuljetustuen kohdentuminen lehtiryhmittäin vuosina 1980 ja 1985 – 1992	274
10.3 Valtion kirjallisuusmäärärahat vuosina 1980 ja 1985 – 1993	275
10.4 Kirjallisuuden osuus valtion taiteilija-apurahoista 1992	276
10.5 Valtion tuki yleisille kirjastoille vuosina 1980 ja 1985 – 1993	276
10.6 Yleisten kirjastojen aineistomenot ja kirjahankinnat 1980 ja 1985 – 1992	276
10.7 Valtion elokuvataiteen määrärahat vuosina 1980 ja 1985 – 1993	277
10.8 Elokuvan osuus valtion taiteilija-apurahoista 1992	278
10.9 Suomen elokuväsäätiön tukitoiminta 1988 – 1992	278
10.10 Tyhjäkasettimaksun nettotuotto 1985 – 1992	279
10.11 Tyhjäkasettimaksun käyttö 1988 – 1992	280
10.12 Avekin tukitoiminta 1991/92	281
10.13 Esekin jakama tuki edistämistarkoituksiin 1992	281
10.14 Kopioston perimät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1985 – 1992	282
10.15 Kopioston jäsenjärjestöilleen tilittämät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1992	282

11 Kansainvälisiä vertailutietoja

11.1 Päivälehtien levikki eri maissa vuosina 1988, 1991 ja 1992	285
11.2 Yleisaikakauslehtien levikki eräissä Euroopan maissa, USA:ssa ja Japanissa vuonna 1989	285
11.3 Kirjatutanto Euroopassa vuonna 1990	286
11.4 Tietoja viihde-elektroniikan omistuksesta ja viestintävälineiden käytöstä Euroopassa, USA:ssa ja Japanissa 1991/92	287
11.5 Julkisen palvelun televisioyhtiöiden yleisöosuudet Euroopassa vuonna 1991	289
11.6 Yleiseurooppalaisten satelliittikanavien liittymät kohdemaittäin kesällä 1993	290
11.7 Radion kuuntelun jakautuminen julkisen palvelun ja kaupallisille kanaville Euroopassa vuonna 1991	292
11.8 Äänitemyynti Euroopassa, USA:ssa ja Japanissa 1992	293
11.9 Videotalouksien osuus ja vuokrauksen ja myynnin markkinaosuudet eräissä Euroopan maissa ja USA:ssa vuonna 1991	293
11.10 Elokuvissakäynnit asukasta kohden Euroopassa vuosina 1989 – 1991 ja näyttämöiden määrä vuonna 1991	294
11.11 Mainonnan jakautuminen mainosvälineittäin Euroopassa vuonna 1991 (%)	294
11.12 Mainonnan jakautuminen mainosvälineittäin Euroopassa 1981 ja 1990	295
11.13 Euroopan ja pohjoismaiden suurimmat joukkoviestintäyritykset 1992	295

Kuvioluettelo

1 Joukkoviestinnän talous ja joukkoviestinnän kulutus

1.1 Joukkoviestinnän liikevaihto 1980, 1990 ja 1992	93
1.2 Mediamainonta 1992	96
1.3 Eräiden viihdelaitteiden myynti 1980 – 1992	113
1.4 Elektronisten viihdelaitteiden omistus 1993	117
1.5 Kaukosäätimen ja teksti-tv:n yleisyys 1989 – 1993	118

2 Televisio

2.1 Kaapelitelevisioliittymät 1975–1992	122
2.2 Television katselun jakaantuminen eri kanaville keväällä 1992 ja 1993. Koko väestö	124
2.3 Yleisradion tulot tilikaudella 1991/92	128
2.4 Lupamaksun käyttö kanavittain 1993	129
2.5 Valtakunnallisten tv-kanavien sekä TV4:n näkyvyysalueet	134
2.6 Kaapelitelevisiotoimiluvat vuonna 1993	135
2.7 Yleisradion ja MTV:n ohjelmatarjonta ja katselu 1991/92	143

3	Radio		7	Kirjat ja kirjastot	
3.1	Radion kuuntelu-aika kanavittain 1992. Koko maa ja paikallisradioalueet	148	7.1	Julkaistun käännöskirjallisuuden nimikkeet alkuperä-kielen mukaan 1991	211
3.2	Yleisradion radiokanavien kuuluvuusalueet	153	7.2	Pääkustantajien kirjojen kappalemääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin 1985 – 1992	213
3.3	Suomen Paikallisradioliiton jäsenasemat vuoden 1993 alussa	154	7.3	Kirjallisuuden kokonaisnimiketuotanto 1980 – 1991	218
3.4	Yksityisten paikallisradioiden liikevaihto 1985–1992	157	7.4	Kaunokirjallisuuden nimiketuotanto kirjallisuuslajeittain 1985 – 1992	220
3.5	Paikallisradioiden tulot ja kulut lajeittain 1992	157	7.5	Kirjastojen lainaajat ja kotilainat 1980 – 1992	226
3.6	Radiokanavien tavoittavuudet (% väestöstä) keskimääräisenä päivänä 1985–1992	159			
3.7	Radion kuuntelu paikan mukaan 1992	163	8	Sanomalehdet	
4	Äänitteet		8.1	Sanomalehtien levikkisuudet kilpailuaseman mukaan 1980 ja 1991	232
4.1	Äänitteiden ja tallentamattomien äänikasettien valmistus ja tuonti 1980–1992	165	8.2	Päivälehdet ilmestymispaikkakunnittain	238
4.2	Äänitemyyntin markkinaosuudet 1992	167	8.3	Suurimpien sanomalehtiyritysten osuus levikistä vuosina 1986, 1988 ja 1992	245
4.3	Äänitteiden kokonaismarkkinat 1980–1992	176	8.4	Sanomalehti tuottorakenne vuonna 1991	246
4.4	Äänitemyynti äänitelajeittain 1980–1992	176	8.5	Päivälehtien kustannusrakenne vuonna 1992	247
5	Videot		8.6	Ilta- ja viikkolehtien irtonumeromyynti 1980 – 1992	250
5.1	Videotallennemarkkinoiden liikevaihto vuosina 1980–1992	183	9	Aikakauslehdet	
5.2	Videonaururin pääasiallinen käyttötapa 1984–1991	185	9.1	Eräiden aikakauslehtiryhmien yhteislevikit 1980 – 1992	254
5.3	Videotallenteiden tuonti ja valmistus sekä tallentamattomien kasettien maahantuonti 1982–1992	188	9.2	Kymmenen suurimman yleis-, perhe-, erikois- ja harrasteaikakauslehden levikit 1992	258
5.4	Videotallenteiden markkinaosuudet 1992	190	9.3	Aikakauslehtien irtonumeromyynti 1980 – 1992	263
5.5	Saatavilla olevien videotallenteiden nimikemäärä 1984–1991	191	9.4	Ulkomaisten aikakauslehtien myynti alkuperä-maittain 1992	265
6	Elokuvat		10	Joukkoviestinnän julkinen tuki	
6.1	Elokuviissakäynnit asukasta kohden ja pääsylipputulot 1981–1992	195	10.1	Valtion tuki lehdistölle 1985 – 1994	270
6.2	Esitetyt elokuvat, ensi-illat ja keskimääräiset esityskerrat vuosina 1980–1992	196	10.2	Elokuvasäätiön tukitoiminta 1988 – 1992	279
6.3	Elokvien ensi-illat valmistusmaittain 1992	201			
6.4	Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1982–1992	206			

Elokuvan uudet "ikkunat" Länsi-Euroopassa

Johdanto

Elokuvien jakelussa tapahtui kahdeksankymmentäluvulla suuria muutoksia. Elokuva sai kaksi täysin uutta jakelukanavaa tai kaksi uutta ikkunaa, kuten alan ammattikielellä asia ilmaistaan, videotallenteet ja maksulliset elokuva-kanavat. Videotallenteina elokuvia aluksi vuokrattiin, mutta myöhemmin aloitettiin myös niiden myyminen. Elokuvakanavien yksinomaan tai suurimmaksi osaksi elokuvista koostuva ohjelmisto lähetetään satelliiteista ja jaetaan tilaajille kaapeliverkossa, tai tilaajat ottavat lähetykset vastaan omalla lautasantennilla.

Uudet jakelukanavat merkitsivät muutoksia myös elokuvien katsomisessa, sillä ne tarjosivat yleisölle perinteisten elokuvateatterin ja yleisradiokanavien rinnalle uusia tapoja hankkia elokuvia katsottavaksi. Videonauhureiden yleistyessä ja kaapeliverkkojen laajentuessa yhä useammalla oli mahdollisuus käyttää näitä tapoja.

Elokuvien tarjonta lisääntyi kahdeksankymmentäluvulla muutoinkin voimakkaasti. Uusien jakelukanavien lisäksi tarjontaa lisäsi olennaisesti se, että kansalliset televisioyhtiöt esittivät aiempaa enemmän elokuvia.

Elokuvien esittämisessä tapahtuivat samat muutokset kahdeksankymmentäluvulla kaikkialla Länsi-Euroopassa. Nyt, kun yhdeksänkymmentälukua on kulunut muutama vuosi, on uusilla jakelukanavilla jo oma lyhyt historiansa. Seuraavassa tarkastellaan, minkälaisen aseman uudet jakelukanavat ovat saaneet Länsi-Euroopan maiden joukkoviestintämaaisemassa ja elokuvakulttuurissa ¹⁾.

Videotallenteet

Elokuvien katsominen videotallenteilta kehittyi samalla tavalla kaikissa Länsi-Euroopan maissa siinä suhteessa, että elokuvien vuokraaminen väheni ja ostaminen lisääntyi. On yllättävää, kuinka lyhyen aikaa elokuvien

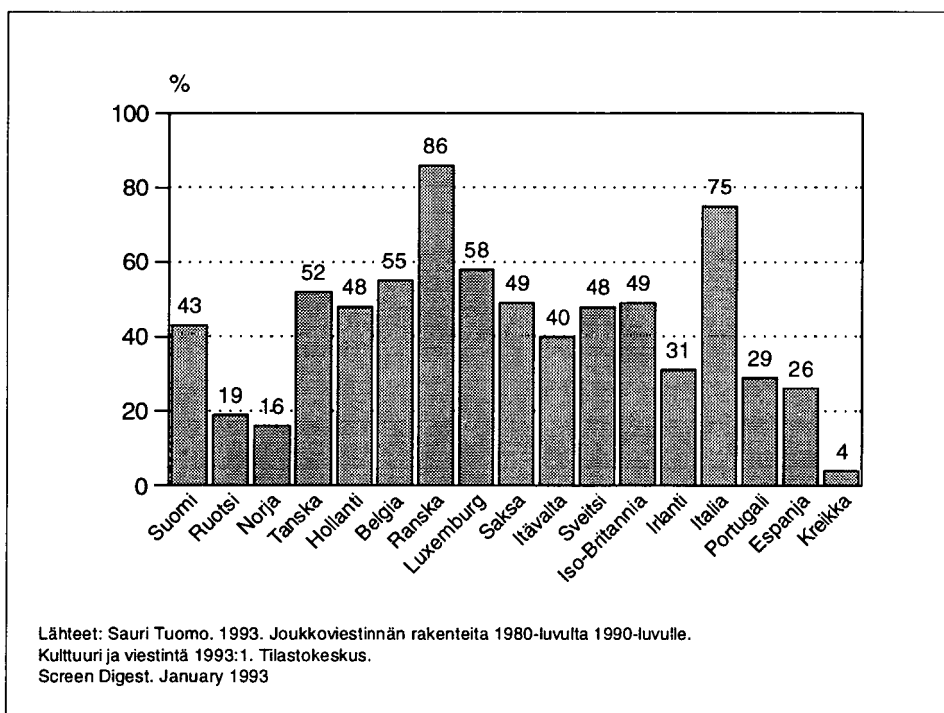
1) Käytettäessä kansainvälisiä vertailutietoja on mahdollista, että tiedot on kerätty ja laskettu hieman eri tavoilla. Tällaisia eroja ei välttämättä aina mainita lähteissä. Lisäksi on mahdollista, että samasta asiasta löytyy jollekin maalle eri lähteistä hieman erilaisia lukuja. Tämän vuoksi lukuihin tulee suhtautua suuntaa-antavina.

vuokraamisen suosio kesti ja kuinka vähäiseksi se näyttää jäävän. Vaikka trendi on selvästi Länsi-Euroopan maille yhteinen, on niiden välillä kuitenkin melko suuria eroja muutoksen nopeudessa. Pisimmällä muutos on Ranskassa, jossa elokuvien ostaminen on suurimmaksi osaksi korvannut vuokraamisen. Vuonna 1992 myyntitallenteiden osuus tallennemarkkinoiden liikevaihdosta oli 86 prosenttia (kuvio 1) (Screen Digest, January 1993). Ranskassa muutos on jo ilmeisesti käyty läpi, sillä siellä tallenteiden myynninkään liikevaihto ei enää kasva. Myynnin suhteellinen osuus tallennemarkkinoista saattaa edelleen kasvaa, koska elokuvien vuokraamisen liikevaihto pienenee vielä.

Ranskassa tallennemarkkinoiden muutos myös alkoi ensimmäisenä. Siellä tallenteiden myymisen osuus markkinoista oli 64 prosenttia jo vuonna 1989. Useimmissa maissa kyseinen vuosi oli vasta varsinainen käännekohta, jolloin elokuvien myyminen alkoi yleistyä ja vuokraamisen liikevaihto kääntyi laskuun. Ranskan jälkeen seuraavaksi pisimmällä trendi on Italiassa, jossa myyntitallenteiden osuus markkinoiden liikevaihdosta on 70 prosenttia.

Suurin osa Länsi-Euroopan maista on näillä näkymin hyvinkin nopeasti samassa tilanteessa kuin Ranska on nyt. Tanskassa, Hollannissa, Belgiassa, Luxemburgissa, Saksassa ja Sveitsissä myyntitallenteiden osuus videotallennemarkkinoista on jo noin puolet, ja niiden markkamääräinen myynti kasvaa vuosittain usealla kymmenellä prosentilla.

Kuvio 1.
Myyntitallenteiden osuus tallennemarkkinoista Länsi-Euroopan maissa 1992



Eräissä maissa muutos taas tapahtuu hieman hitaammin. Esimerkiksi Ruotsissa, Norjassa, Espanjassa ja Kreikassa elokuvien myymisen osuus tallenne-markkinoista on edellä mainittuja maita alhaisempi, eikä myynti myöskään kasva yhtä nopeasti. Kreikan myyntitallennemarkkinat näyttävät tilastojen mukaan lähes olemattomilta. Tilastot eivät kuitenkaan sisällä laittomasti kopioitujen tallenteiden kauppaa, joka on Kreikassa hyvin yleistä.

Suomessa elokuvien katsomisessa ei elokuvien vuokraamisen asema näytä muodostuvan kovinkaan keskeiseksi. Elokuvia vuokrataan tallenteina yhä vähemmän. Usean vuoden kasvun jälkeen vuokraamisen liikevaihto on laskenut jo muutaman vuoden ajan. Elokuvien ostaminen tallenteina sen sijaan yleistyy voimakkaasti. Videotallenteiden myynnin liikevaihto kasvaakin jatkuvasti, ja vuonna 1992 sen osuus markkinoiden kokonaisliikevaihdosta oli noussut jo 40 prosenttiin (Sauri 1993). Kokonaisuutena videotallennemarkkinoiden kasvu on pysähtynyt.

Tallenteiden vuokraamisen korvautuminen niiden ostamisella merkitsee osittain myös elokuvien korvautumista muunlaisilla ohjelmilla, sillä myytävistä tallenteista merkittävä osa on muita ohjelmia kuin elokuvia. Vuokratallenteet taas ovat lähes yksinomaan elokuvia.

Jos elokuvien ostaminen korvaa niiden vuokraamisen niin täydellisesti kuin Ranskassa on tapahtunut, tullaan todennäköisesti muuttamaan järjestystä, jossa uusien elokuvien levitys eri kanavissa aloitetaan. Tällä hetkellä elokuvat tulevat teatteriensi-illan jälkeen ensin vuokralevitykseen ja sen jälkeen tietyn ajan kuluttua myyntilevitykseen. Näitä jakelukanavien välisiä aikaeroja säädelään sopimuksin ja laein, joiden sitovuus vaihtelee maittain. Tulevaisuudessa uusien elokuvien vuokraaminen ja myyminen tullaan todennäköisesti aloittamaan samanaikaisesti. Jos vuokratallennemarkkinat supistuvat hyvin pieniksi myyntitallennemarkkinoihin verrattuna, ei ole syytä lykätä elokuvien myymisen aloittamista.

Toinen syy, miksi elokuvien tallennelevitystä tullaan mahdollisesti muuttamaan, on laittomien piraattikopioiden kaupan laajuus. Elokuvien tallenne-myyntiin lykkääminen tarjoaa hyvät markkinat laittomien piraattikopioiden myyjille, jotka voivat helposti tehdä kopioita vuokraamastaan elokuvasta.

Laittomat kopiot tekevätkin videotallenteesta ongelmallisen levityskanavan. Vastaavaa ongelmaa ei liity muihin elokuvan levitystapoihin. Piraattikopiot mainittiinkin yhdeksi syyksi, kun Terminator 2 elokuvan videotallennejakelu aloitettiin Saksassa jo kolme kuukautta teatteriensi-illan jälkeen, vaikka Saksassa on sovittu kuuden kuukauden välistä näiden "ikkunoiden" välillä. Saksassa entisen Itä-Saksan alueella piraattivideoita myydään avoimesti esimerkiksi markkinoilla. Piraattikopioiden kaupan on arvioitu Saksassa maksavan videolevittäjille 172 miljoonaa dollaria vuodessa (Variety 16.11.1992).

Elokuvakanavat eivät ole Länsi-Euroopassa lyöneet itseään varsinaisesti läpi, mutta ovat vakiinnuttaneet itsensä osaksi elokuvakulttuuria. Maksullisia elokuvakanavia on tällä hetkellä nähtävissä lähes kaikissa Länsi-Euroopan maissa. Elokuvia voi näiltä kanavilta katsoa englannin, saksan, ranskan, hollannin, flaamin, italian, espanjan, ruotsin, norjan, tanskan ja suomen kielellä. Kanavia oli keväällä 1993 yhteensä viisitoista kun saman kanavan erikieliset tai eri kuvakokoa käyttävät versiot lasketaan yhdeksi kanavaksi. (Screen Digest, May 1993)

Ensimmäiset pelkästään tai pääasiassa elokuvia esittävät satelliittikanavat aloittivat toimintansa Länsi-Euroopassa kahdeksankymmentäluvun alkupuolella. Niiden toiminta jäi kuitenkin lyhytaikaiseksi. Nykyiset elokuvakanavat ovat aloittaneet viime vuosikymmenen puolenvälin jälkeen, suurin osa aivan viime vuosikymmenen vaihteessa (Screen Digest, May 1993).

Eniten elokuvakanavilla on tilaajia Ranskassa ja Isossa-Britanniassa. Ranskassa Canal Plus kanavalla oli vuoden 1993 syksyllä 3,6 miljoonaa tilaajaa ja kanaalin toisella puolella vähintään yhden British Sky Broadcasting yhtiön elokuvakanavista oli tilannut 1,9 miljoonaa liittymää. Luvut sisältävät sekä kaapeli- että lautasantennitilaajat. Lisäksi Canal Plus kanavaa lähetetään myös yleisradioverkossa. Saksassa Premiere kanavalla on 625 000 tilaajaa ja Ruotsissa kahdella kanavalla yhteensä 470 000 tilaajaa. Muissa maissa tilaajia on korkeintaan parisataatuhatta. (Cable & Satellite 6/1993 ja 9/1993)

Suhteellisesti elokuvakanavat eivät kuitenkaan ole kovin yleisiä missään maassa Ranskaa lukuun ottamatta. Ranskassa tilaajien osuus kotitalouksista on korkein, noin 14 prosenttia. Ruotsissa luku on hieman alle kymmenen prosenttia ²⁾. Muualla Länsi-Euroopassa vain muutamaan prosenttiin kotitalouksista on hankittu maksullinen elokuvakanava.

Suomessa elokuvakanavien asema elokuvakulttuurissa on jäänyt melko heikoksi. Vain parissa prosentissa kotitalouksista on maksullinen elokuvakanava. Vuoden 1992 lopussa ainoalla Suomessa näkyvällä elokuvakanavalla FilmNetillä oli kaapeliverkoissa 52 000 tilaajaa eli noin viisi prosenttia kaapelitalouksista. Kanavalla on lisäksi jonkin verran omalla lautasantennilla lähetykset vastaanottavia tilaajia. FilmNetin tilaajien määrä on tähän asti kasvanut pikkuhiljaa, lähinnä samaa tahtia kaapeliverkkojen leviämisen kanssa.

2) Todellisuudessa osuudet kotitalouksista ovat hieman alhaisempia, sillä kaikki liittymät eivät ole kotitalouksia. Lisäksi Ruotsin osalta ei ole voitu ottaa huomioon kahden kanavan päällekkäisiä tilaajia.

Elokvakanavat ovat kuitenkin suosituimpia kaikista maksullisista satelliittikanavista Länsi-Euroopassa. Vain urheilukanavilla on yhtä paljon tilaajia. Toisaalta elokvakanavilla on vähemmän liittymiä kuin kokonaan ilmaisilla tai edullisiin kanavapaketteihin kootuilla satelliittikanavilla. Suurimmilla ilmaisilla kanavilla kuten MTV Europe, Super Channel ja Eurosport on kullakin Länsi-Euroopassa lähes kolmekymmentä miljoonaa liittymää.

Vaikka elokvakanavat eivät ole Länsi-Euroopassa lyöneet itseään täysin läpi, on alasta tullut melko laajaa taloudellista toimintaa. Suurimmat alan yritykset, Canal Plus ja British Sky Broadcasting, ovat miljardiluokan yrityksiä. Ranskan lisäksi myös Belgiassa, Espanjassa ja Saksassa toimivan Canal Plus:n tulot kaikkien kanaviensa tilausmaksuista olivat vuonna 1991 alustavien tietojen mukaan 5,8 miljardia frangia, ja British Sky Broadcastingin odotettiin vuonna 1992 keräävän 220 miljoonaa punttaa elokvakanavien tilausmaksutuloina ³⁾.

Tilausmaksut ovat elokvakanavien pääasiallinen tulonlähde, sillä esimerkiksi Canal Plus:n mainosmyynnin osuudeksi tuloista on arvioitu viisi prosenttia (Cable & Satellite 6/1992). Maksullisten elokvakanavien menoista suurin osa kuluu elokvien esitysoikeuksien ostamiseen. On arvioitu, että noin 60 % niiden tuloista menee elokvien myyjille (Cable & Satellite 6/1992).

Samalla alueella toimivat elokvakanavat kilpailevat tilaajien lisäksi myös yleisöä kiinnostavista elokvista, mikä nostaa suosituimpien elokvien hintaa ja siten myös yritysten kuluja. Brittein saarilla kävi näin kun BSB -yhtiö ja Sky Television kilpailivat markkinoista. Hollywoodin elokvastudiot hyötyvät voimakkaasti tällaisesta kilpailusta. Niiden arvioitiin esimerkiksi vuonna 1990 myyvän kahdelle edellä mainitulle yritykselle ja Canal Plus:lle elokvia hieman alle 300 dollarilla (Cable & Satellite 8/1990). Elokvakanavat eivät tunnu kestävän kovin pitkään keskinäistä kilpailua. Isossa-Britanniassa kilpailu päättyi vuodenvaihteessa 1990/91 yhtiöiden fuusioitumiseen British Sky Broadcasting yhtiöksi. Myöskään Skandinavian markkinat eivät kestäneet kahden elokvakanavayhtiön kilpailua. Kahden vuoden toiminnan jälkeen TV1000 ja SF Succé yhdistyivät syksyllä 1991.

Maksullisten elokvakanavien toinen sukupolvi eli niin sanotut pay per view kanavat eivät ole Euroopassa päässeet kokeilua pidemmälle. Pay per view kanavan tilaaja maksaa vain katsottavaksi tilaamistaan elokvista. Ensimmä-

3) 5,8 miljardia frangia oli vuoden 1991 lopussa noin 4,6 miljardia markkaa.
220 miljoonaa punttaa oli vuoden 1992 lopussa noin 1,8 miljardia markkaa.

mäinen eurooppalainen pay per view kanava aloitti lähetykset Hollannissa vuoden 1991 lopulla, mutta lopetti toimintansa vuoden kuluttua (Cable & Satellite 4/1993).

Elokuvateatterit

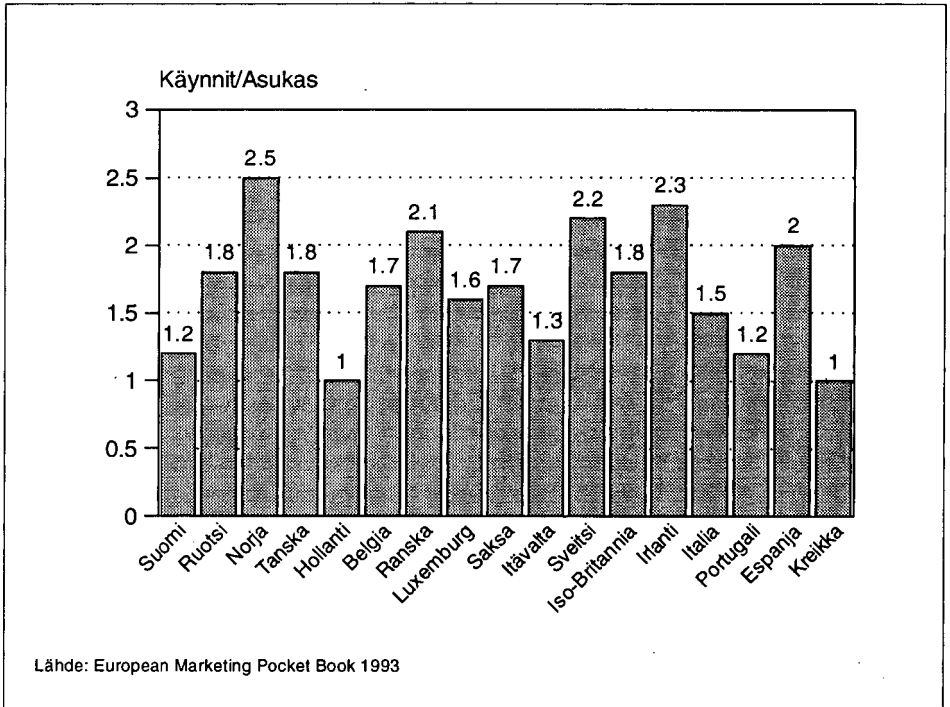
Pidemmällä aikavälillä tarkasteltuna on elokuvateatterissa käyminen kehittänyt kaikissa Länsi-Euroopan maissa samalla tavalla. Kaikissa maissa käydään katsomassa elokuvia valkokankaalta tänään harvemmin kuin kahdeksankymmentäluvun alussa. Esimerkiksi Espanjassa, Italiassa ja Portugalissa asukasta kohden laskettu käyntien määrä on laskenut jopa puoleen.

Aivan viime vuosina sen sijaan ei elokuvissa käymisen kehityksessä ole ollut yhtä selvää yhteistä trendiä. Useimmissa maissa keskimääräisten käyntien määrä on pysynyt samalla tasolla, tosin vaihdellen vuosittain hieman kuten elokuvissakäymiselle on tyypillistä (European Marketing Pocket Book 1993). Iso-Britannia erottuu mielenkiintoisesti muista maista, sillä siellä vuosikymmenen alun voimakkaan laskun jälkeen on elokuvissa käyminen alkanut taas yleistyä.

Vaikka pidemmällä aikavälillä elokuvissakäyminen on vähentynyt kaikissa Länsi-Euroopan maissa, on maiden välillä suuria eroja siinä, kuinka usein elokuvateatterissa nykyään käydään. Kaikkein useimmin käyvät norjalaiset, keskimäärin 2,5 kertaa vuonna 1991 (kuvio 2). Myös ranskalaiset, sveitsiläiset ja irlantilaiset käyvät useammin kuin kaksi kertaa vuodessa. Harvimmin elokuvissa käyvät suomalaiset, hollantilaiset ja kreikkalaiset.

Suomalaiset käyvät tällä hetkellä katsomassa elokuvia teatterissa harvemmin kuin koskaan aiemmin, 1,07 kertaa asukasta kohden vuonna 1992. Vielä kymmenen vuotta sitten luku oli kaksinkertainen. Uudet jakelukanavat ja lisääntynyt elokuvatarjonta ovat yksi keskeinen syy elokuvissa käymisen vähenemiseen.

Kuvio 2.
Elokuviskäynnit asukasta kohden Länsi-Euroopan maissa 1991



Keskimääräinen käyntien määrä antaa elokuviskäynnistä melko karkean kuvan. Elokuviskäynti on yleisempää tiettyjen väestöryhmien keskuudessa kuten nuorten, suurten kaupunkien asukkaiden ja koulutettujen. Eri maissa voi elokuviskäynti väestöryhmien sisällä olla hyvin samanlaista, ja erot koko maan keskimääräisessä elokuviskäyntien määrässä voivat johtua osittain väestöryhmien kokoeroista. Muutaman kymmenesosan muutokset ja erot luvussa saattavat tuntua pieniltä, mutta on muistettava muutaman kymmenyksen muutoksen saattavan merkitä usean sadantuhannen kappaleen muutosta lipunmyynnissä ja miljoonien muutosta lipputuloissa.

Suomessa elokuvateatterit ovat tällä hetkellä taloudellisesti suurin elokuvan levityskanava, vaikka myös pääsylipputulot ovat pienentyneet. Vuonna 1992 pääsylipputulot olivat 174,3 miljoonaa markkaa. Videotallenteiden vuokraamisen liikevaihto oli vastaavasti 155 miljoonaa markkaa. Videotallenteita myytiin 105 miljoonalla markalla, josta kuten aiemmin mainittiin vain osa on elokuvia.

Elokuva Yhdysvalloissa

Yhdysvalloissa elokuvien kulutus ja jakelukanavat ovat kehittyneet eri tavalla kuin Länsi-Euroopassa. Ensinnäkään Yhdysvalloissa ei elokuvien ostaminen videotallenteina ole korvaamassa niiden vuokraamista. Myyntitallenteiden osuus tallennemarkkinoista oli 31 prosenttia vuonna 1992 (Screen Digest, April 1993). Osuus on tosin kasvanut viime vuosina, mutta vain muutama prosenttiyksikön vuodessa. Elokuvien vuokraamisen suosio ei myöskään ole Yhdysvalloissa alkanut laskea kuten Länsi-Euroopassa on tapahtunut.

Toiseksi maksulliset elokuvakanavat ovat Yhdysvalloissa paljon yleisempiä kuin Euroopassa. Vuonna 1992 lähes neljäkymmentä prosenttia kotitalouksista, joissa oli televisio, oli tilannut myös maksullisen elokuvakanavan (Screen Digest, March 1993).

Yksi selitys tälle mantereiden väliselle erolle löytyy joukkoviestintäjärjestelmien erilaisesta historiasta. Yhdysvalloissa maksutelevisiokanavat aloittivat toimintansa seitsemänkymmentäluvun puolivälissä, ennen kuin videonauhuri oli tullut markkinoille. Seitsemänkymmentäluvun lopussa jo yli kymmenen prosenttia Yhdysvaltojen televisiotalouksista oli tilannut elokuvakanavan. Eurooppalaisten elokuvakanavien aloittaessa toimintansa lähes kymmenen vuotta yhdysvaltalaisia kanavia myöhemmin olivat videonauhurit jo ehtineet yleistyä. Pay per view kanavia Yhdysvalloissa on toiminut jo viime vuosikymmenen loppupuolelta lähtien, mutta niiden merkitys elokuvien katsomisessa on jäänyt hyvin vähäiseksi.

Taloudellisesti suurin elokuvan levityskanavista Yhdysvalloissa ovat videotallenteet. Vuonna 1992 videotallennemarkkinoiden liikevaihto oli lähes kaksitoista miljardia dollaria, josta varsinaisten elokuvien osuuden on arvioitu olevan noin kolme neljäsosaa. Elokuvateattereiden pääsylipputulot olivat samana vuonna 4,9 miljardia dollaria. Elokuvakanaviin käytettiin hieman vähemmän eli 4,6 miljardia dollaria. (Screen Digest, March 1993; Variety 18.1.1993)

Kirjallisuus

Cable & Satellite, 8/1990, 6/1992, 4/1993, 6/1993, 9/1993.

European Marketing Pocket Book 1993. NTC Publications Limited. Henley-on-Thames. England 1993.

Sauri Tuomo. 1993. Joukkoviestinnän rakenteita 1980-luvulta 1990-luvulle. Kulttuuri ja viestintä 1993:1. Tilastokeskus.

Screen Digest, January 1993, March 1993, April 1993, May 1993.

Variety, 16.11.1992, 18.1.1993.

EY, ETA - audiovisuaalinen politiikka ja viestintäpolitiikka ^{*)}

Johdanto

Käsite audiovisuaalinen kattaa EY:n kielenkäytössä elokuvan, television ja videon teknologian, tuotannon, jakelun ja esittämisen. EY:ssä käsitettä käytetään tarkoittamaan varsin pitkälle samaa kuin Suomessa käytetään viestintäpolitiikan käsitettä, ja kulttuuripolitiikan käsitettä silloin, kun valtiovallan toimet kohdistuvat elokuvaan ja sähköisiin joukkoviestimiin.

EY:n audiovisuaalinen politiikan tausta on ensisijaisesti ns. sisämarkkinaohjelmassa, jossa tavoitteena oli tavaroiden, henkilöiden, palvelujen ja pääoman vapaa liikkuminen EY:n alueella vuoden 1992 loppuun mennessä. Ideana oli luoda sisämarkkinat, jotka edistäisivät taloudellista kasvua ja yritysten toimintaedellytyksiä siten, että EY kykenisi tehokkaampaan kilpailuun Japanin ja Yhdysvaltojen kanssa sekä omilla markkinoillaan että maailmankaupassa.

Myös audiovisuaalisella alalla tämä sama kilpailuasetelma on selväpiirteinen. Luomalla audiovisuaalisen alan sisämarkkinat tarkoituksena on erityisesti eurooppalaisen alan tuotannon kilpailuedellytysten ja -kyvyn nostaminen yhdysvaltalaisia tuottajia ("Hollywood") vastaan. Laitetuotannossa kilpailun osapuolia ovat erityisesti japanilaiset yritykset.

Tämän artikkelin tekijät ovat toisessa yhteydessä tarkastelleet lähemmin EY:n audiovisuaalisen politiikan taustoja ja historiallista kehitystä (ks. kirjallisuusluettelo).

Tässä artikkelissa tarkastellaan lähemmin EY:n audiovisuaalisen politiikan keskeisiä osia ja siihen vaikuttavia muita poliitikoita. Tarkastelun kohteena ovat audiovisuaalisen politiikan keskeisin väline tv-direktiivi sekä MEDIA-ohjelma, tekijänoikeuskysymykset, HDTV-politiikka ja kilpailulainsäädäntö.

*) Tämä artikkeli liittyy laajempaan tutkimusprojektiin, jota tekijät suorittavat Suomen kulttuurirahaston stipendillä.

EY on muuttunut Euroopan Unioniksi Maastrichtin sopimuksen tultua voimaan 1.11.1993, mutta tässä artikkelissa käytetään vain EY-nimitystä.

Näitä osia tarkastellaan sekä EY:n näkökulmasta että ETA-sopimuksen (eli Suomen) näkökulmista. EY ja EFTA-maat ovat neuvotelleet ETA-sopimuksen, jolla keskeiset sisämarkkinasäännökset ja EY:n kilpailulainsäädäntö ulotetaan ETA-alueelle. Alunperin ETA-sopimus neuvoteltiin voimaan tulevaksi yhtäaikaisesti sisämarkkinoiden voimaantulon kanssa vuoden 1993 alusta, mutta Sveitsin hylättyä sopimuksen kansanäänestyksessä vuoden 1992 lopulla, jäljelle jääneet EFTA-maat ovat neuvotelleet uuden sopimuksen, joka astuu voimaan 1.1.1994.

Euroopan ihmisoikeus- ja kulttuurikysymyksiä käsittelevä kansainvälinen järjestö, Euroopan neuvosto on myös pitkään käsitellyt tv-alan sääntelyä ja tähännyt tällöin mm. kansainvälisiin sopimusjärjestelyihin. Kilpailuasetelma tältä osin syntyi 1980-luvun lopulla EY:n kanssa, joka valmisteli tv-direktiiviä (ks. tarkemmin jäljempänä). Euroopan neuvoston työn tuloksena syntyi vuonna 1989 toinen eurooppalainen yli rajojen tapahtuvaa tv-toimintaa sääntelevä instrumentti, Euroopan neuvoston tv-yleissopimus. Tämän säännösten suhdetta EY:n tv-direktiiviin selvitetään artikkelin lopussa.

Euroopassa on vielä kolmaskin foorumi, joka liittyy audiovisuaaliseen politiikkaan. Vuonna 1990 perustettu Audiovisuaalinen Eureka ei ole varsinainen tukijärjestelmä, vaan maantieteellisesti laajemmin Euroopan maat ja eurooppalaiset yritykset yhdistävä linkki- ja tiedonvälitysverkosto. EY on yksi AV-Eurekan perustajajäseniä.

EY on ensisijaisesti taloudellinen yhteenliittymä, jossa taloudelliset näkökulmat ovat keskeisiä ja kulttuurikysymykset ovat sivummalla. Tulevaisuudessa EY:n toimivaltaa laajentaa ja selventää Maastrichtin sopimuksen säännös, jolla nimenomaisesti ulotetaan EY:n toimivalta kattamaan myös kulttuurin. Maastrichtin sopimuksen kulttuuria koskeva säännös on tosin toissijainen ja vaatii yksimielistä päätöksentekoa.

Audiovisuaalisen politiikan valmistelu on EY:n valmisteleivassa elimessä, komissiossa, varsin hajakeskitetty. Ennen varsinaista EY:n audiovisuaalisen politiikan eri osien esittelyä on tarpeen selostaa eri kysymysten valmistelua.

Audiovisuaalisten asioiden ja viestintäkysymysten valmistelu Euroopan komissiossa

Euroopan yhteisössä asioiden valmistelusta vastaa komissio, jossa on 17 jäsentä. Kullakin komission jäsenelle on useampia vastuualueita, joita ensisijassa valmistellaan DG:issä, direktoraateissa (Directorate-Generals). Kaiken kaikkiaan DG:itä on tällä hetkellä 23. DG:itä johtaa johtaja ja ne jakaantuvat edelleen alayksiköihin.

Audiovisuaaliset asiat ja viestintäkysymykset on hajautettu useaan direktoraattiin.

Tv-direktiivin valmisteli sisämarkkinadirektiivinä DG III, joka myös edelleen vastaa sisämarkkinakysymyksistä ja niihin liittyvästä audiovisuaalisen alan EY:n lainsäädännöstä. Sen sijaan tv-direktiivin kansallisen implementoinnin, voimaansaattamisen valvonta on siirretty DG X:een. DG III on vastannut myös tekijänoikeusasioiden, mainonnan sääntelykysymysten ja viestintäyrittäjien keskittymiskysymysten valmistelusta. Tekijänoikeusasiat ja keskittymiskysymykset on siirretty äskettäin pois DG III:sta DG XV:een (käsittelee nyt rahoitusinstituutioita ja yhtiölainsäädäntöä).

DG X:n vastuulle kuuluvat kuitenkin edelleen audiovisuaaliset asiat ja kulttuurikysymykset. Sen tehtäväkenttään kuuluu myös MEDIA-ohjelma, jolla tuetaan audiovisuaalista tuotantoa sekä HDTV-hankkeiden ohjelmapoliittinen puoli.

HDTV-politiikan varsinaisesta valmistelusta (MAC-direktiivi jne.) vastaa televiestintäkysymyksiä valmisteleva DG XIII.

Kaikki kilpailukysymykset, myös viestinnän alueen, ovat DG IV:ssä.

EY:n tv-direktiivi ja MEDIA-ohjelma

EY:n tv-direktiivi sääntelee rajat ylittävää tv-toimintaa. Direktiivin soveltamisalaan kuuluvat kaikki EY-maista lähtöisin olevat satelliittitelevioliähetykset sekä käytännöllisesti katsoen kaikki EY-maiden kansalliset yleisradio(tv)lähetykset. Jäsenmaat eivät voi kieltää tv-direktiivin vaatimukset täyttävien tv-lähetysten vastaanottoa ja edelleenlähettämistä kansallisissa kaapeliverkoissa.

Tv-direktiivi on yksi ns. sisämarkkinadirektiiveistä. Sen syntyyn vaikutti etupäässä kaksi näkökohtaa. Ensimmäinen liittyi tarpeisiin poistaa kaupan esteitä, jotka johtuivat jäsenmaiden erilaisesta tv-toimintaa koskevasta lainsäädännöstä. EY:ssä koettiin kaupan esteiksi erityisesti jäsenmaiden erilaiset mainontaa koskevat rajoitukset, joiden perusteella tv-lähetysten edelleenlähettäminen kansallisissa kaapeliverkoissa voitiin kieltää.

Toinen syy oli eurooppalaisen tv-tuotannon kilpailuasemien vahvistaminen suhteessa amerikkalaiseen tuotantoon.

Tv-direktiivi sisältää mainontaa ja sponsorointia koskevia säännöksiä, joiden tarkoituksena on harmonisoida jäsenmaiden kansalliset säännökset.

Direktiivillä on kielletty tupakkatuotteiden ja reseptilääkkeiden mainonta sekä asetettu alkoholimainonnalle eräitä rajoituksia. Alkoholimainonta on kuitenkin lähtökohtaisesti sallittua. Lisäksi on säädetty mainosten enimmäismääräksi 15 prosenttia päivittäisestä lähetysajasta tai 20 prosenttia, jos lähetys sisältää ohjelmia, joissa yleisölle tarjotaan tuotteita suoraan myytäväksi. Direktiiviin sisältyy myös säännöksiä siitä, kuinka usein eri tyyppisiä ohjelmia saadaan keskeyttää mainoksilla.

Tv-direktiivin toinen tärkeä lähtökohta on eurooppalaisen audiovisuaalisen tuotannon kilpailuedellytysten parantaminen. Tähän pyritään tv-direktiiviin sisältyvillä kiintiösäännöksillä. Tv-direktiivi sisältää kaksi kiintiösäännöstä, eurooppalaisen tuotannon 50 prosentin kiintiön ja eurooppalaisten independent-tuottajien 10 prosentin kiintiön. Molemmat kiintiöt lasketaan tv-kanavan lähetysajasta ottamatta kuitenkaan huomioon uutisia, mainoksia, urheiluohjelmia, kilpailunomaisia viihdeohjelmia sekä tekstitelevisiopalveluita. Independent-tuotantojen kiintiön vaihtoehtoisena laskentaperusteena on 10 prosenttia tv-yhtiön ohjelmabudjetista.

Tv-direktiivi sisältää myös säännöksiä mm. alaikäisten suojelemisesta pornografialta ja aiheetonta väkivaltaa sisältäviltä ohjelmilta, oikaisusta ja direktiivin vastaisten lähetysten kieltämisestä.

Tv-direktiivi perustuu alkuperämaan kontrollin periaatteelle. Tämän mukaan lähetysten alkuperämaassa on valvottava, että lähetykset täyttävät direktiivin vaatimukset.

Tv-direktiivi ei sisällä säännöksiä mm. tekijänoikeudesta, tv-toiminnan rahoituksesta tai organisatorisesta muodosta.

Jäsenmaat voivat asettaa omille kansallisille tv-yhtiöilleen direktiivin säännöksiä tiukempia rajoituksia. Näitä rajoituksia ei kuitenkaan voi soveltaa ulkomailta tuleviin lähetysiin.

Tv-direktiivi on tullut voimaan 3.10.1991, mutta sen täytäntöönpano on kangerrellut EY:n jäsenmaissa. Direktiivin säännökset eivät ole kansallisella tasolla velvoittavaa lainsäädäntöä ennen kuin ne on saatettu voimaan kansallisella lainsäädännöllä. Prosessi on kuitenkin ollut hidas ja komissio onkin antanut huomautuksen Italialle, Britannialle, Tanskalle ja Espanjalle sen johdosta, että ne eivät ole saattaneet säännöksiä voimaan asianmukaisella tavalla.

MEDIA-ohjelma on erillinen EY:n tukiohjelma, joka kohdistuu audiovisuaalisen alan koulutukseen, tuotantoon ja jakeluun. Voimassaolevasta ohjelmasta päätettiin vuonna 1991, ja se kattaa vuodet 1991-1995. Sitä edelsi pilotiohjelma MEDIA 92, josta oli päätetty vuonna 1986. MEDIA-ohjelman määrärahat vuosina 1991-95 ovat 200 milj. Ecu. MEDIA-ohjelmankin tausta on pyrkimyksissä edistää audiovisuaalisen alan sisämarkkinoita.

Suoraa tuotannolliseen toimintaan tarkoitettua tukea ei MEDIA-ohjelmassa myönnetä, sillä tämä tuki on Euroopassa keskitetty Euroopan neuvoston Eurimages-rahastoon. Eurimages on yleiseurooppalainen yhteistuotanto- ja levitysrahasto, joka on perustettu vuonna 1988. Siinä oli vuoden 1988 lopussa osallistujavaltioita 23. Suomi liittyi rahaston jäseneksi vuoden 1990 alusta.

MEDIA-ohjelma on itse asiassa yhteisnimitys noin 20 varsin erityyppiselle tukijärjestelmälle, joilla edistetään ensisijassa EY-maiden independent-yritysten keskinäistä yhteistyötä ja -toimintaa. Independent-yrityksillä tarkoitetaan tuotantoyrityksiä, jotka eivät ole omistussuhteissa jakeluyrityksiin (tv-yhtiöihin).

Tuki on teollisuustuen tyyppistä ja sillä tähdätään audiovisuaalisen alan rakenteiden vahvistamiseen. Ensi sijassa on kysymys lainoituksesta.

ETA-neuvotteluissa sovittiin, että tv-toimintaan sovelletaan ETA-alueella tv-direktiivin säännöksiä. Direktiivi tulee Suomessa, kuten muissakin ETA-sopimukseen liittyneissä EFTA-maissa, voimaan samanaikaisesti ETA-sopimuksen kanssa. Yritystasolla säännökset vaikuttavat vasta kun ne on saatettu voimaan kansallisella lainsäädännöllä tai muilla toimilla. ETA-sopimuksen myötä siihen liittyneet EFTA-maat tulevat täysivaltaisesti osallistumaan MEDIA-ohjelmaan. Erillisopimuksella on mm. Suomella ollut mahdollisuus osallistua kaikkiin tukijärjestelmiin jo varhemmin.

Tv-toimintaa koskeva tekijänoikeuskehitys EY:ssä

EY on ollut aktiivinen tekijänoikeuden alalla erityisesti 1980-luvun lopulta saakka. Tekijänoikeutta ja audiovisuaalista alaa koskevat mm. satelliitti- ja kaapelilähetyksiin liittyviä tekijänoikeuksia säätelevä direktiivi (hyväksytty 27.9.1993), suoja-aikojen harmonisointia koskeva direktiivi (hyv. 29.10.1993) sekä tekijänoikeudellisesti suojattujen teosten vuokrausta ja lainausta koskeva direktiivi (19.11.1992).

Tv-direktiivin valmistelun alkaessa 1980-luvun alkupuolella oli tarkoitus harmonisoida mainontarajoitusten lisäksi myös tv-toimintaa koskeva kansallinen tekijänoikeuslainsäädäntö. Tekijänoikeuslainsäädännön harmonisointisuunnitelmat kariutuivat kuitenkin vielä tuolloin erimielisyyksiin.

Satelliitti- ja kaapelilähetyksiin liittyviä tekijänoikeuksia koskevan direktiivin valmistelu aloitettiin 1980-luvun lopulla. Satelliittidirektiiviä voidaan tässä mielessä pitää jatkona tv-direktiiville. Direktiivi hyväksyttiin 27.9.1993 ja se on saatettava voimaan jäsenvaltioissa vuoden 1994 loppuun mennessä.

Satelliittidirektiivissä on lähtökohtana lähettäjään lainsäädännön soveltaminen satelliittilähetyksiin. Oikeudet lähetyksiin tulee siten selvittää siinä maassa, josta satelliittiohjelma lähetetään tämän maan lainsäädännön edellyttämällä tavalla. Direktiivissä on omaksuttu periaate, että kaikki oikeudet satelliittilähetyksiin on hankittava sopimusteitse. Ns. pakkolisenssi, joka oikeuttaisi käyttämään teoksia ilman tekijän suostumusta, ei tule satelliittilähetyksissä kysymykseen.

Pohjoismaissa käytössä oleva ns. laajennettu sopimuslisenssijärjestelmä on myös sallittu muiden kuin elokuvien osalta satelliittilähetyksissä, jotka välitetään samanaikaisesti myös maanpäällisesti. Edellytyksenä on lisäksi, että yksittäisellä oikeudenhaltijalla on mahdollisuus kieltää teoksensa käyttö lähetyksissä. Laajennettu sopimuslisenssi tarkoittaa sitä, että oikeudenhaltijoita edustava järjestö antaa suostumuksen teoksia sisältävien ohjelmien lähettämiseen myös niiden oikeudenhaltijoiden osalta, jotka eivät ole järjestön jäseniä.

Tekijänoikeuden suoja-aikojen harmonisointia koskevalla direktiivillä on huomattava taloudellinen merkitys audiovisuaaliselle tuotannolle. Direktiivillä harmonisoidaan tekijänoikeuden suoja-aika 70 vuoteen tekijän kuolemasta. Useimmissa EY:n jäsenmaissa, kuten myös ETA-sopimuksen jäsenmaissa suoja-aika on tällä hetkellä 50 vuotta. Direktiivi on saatettava voimaan 1.7.1995 mennessä.

Teosten vuokrausta ja lainausta koskeva 19.11.1992 hyväksytty direktiivi on saatettava voimaan EY:n jäsenvaltioissa 1.7.1994 mennessä. Se antaa jäsenvaltioille laajat mahdollisuudet valita, miten ne saattavat direktiivin voimaan, joten vuokrausta ja lainausta koskevien säännösten harmonisointi ei toteudu kattavasti.

Vuokraus- ja lainausdirektiivin perimmäisenä lähtökohtana on ollut piratismi torjuminen. Direktiivissä taataan tekijänoikeuden ja lähioikeuksien haltijoille, mukaanlukien myös yleisradioyhtiöt, oikeus päättää teostensa vuokrauksesta ja lainauksesta sekä oikeus kohtuulliseen korvaukseen. Oikeudesta korvaukseen ei voi luopua. Jäsenvaltiot voivat päättää, mistä lähtien oikeus korvaukseen tulee voimaan. Se on kuitenkin saatettava voimaan viimeistään 1.7.1997 mennessä.

Direktiivi ei määrittele, keitä on pidettävä teoksen tekijöinä. Se ei myöskään sisällä anglosaksiselle tekijänoikeusjärjestelmälle tyypillistä oletamaa, jonka mukaan oikeudet audiovisuaaliseen teokseen kuuluvat tuottajalle. Oikeudet teoksiin ovat siirrettävissä sopimusteitse.

Direktiivillä ei ole vaikutusta ennen 1.7.1994 tapahtuneeseen teosten käyttöön. Ennen 1.7.1994 tehtyjen sopimusten osalta tekijöillä on oikeus direktiivin mukaiseen korvaukseen vuokrauksesta ja lainauksesta vain, jos sitä on erikseen vaadittu 1.1.1997 mennessä.

Tekijänoikeusdirektiivien voimaantulo ETA-alueella riippuu ETA-sopimuksen mukaisesti ETA:n sekakomitean päätöksestä. Koska ETA-sopimus kattaa jo nykyisellään tekijänoikeussäännöksiä, on todennäköistä, että myös uudet tekijänoikeutta koskevat direktiivit saatetaan voimaan ETA-alueella. Satelliittilähetysten tekijänoikeuksia koskeva direktiivi tulee todennäköisimmin tv-direktiivin jatkodirektiivinä myös sovellettavaksi ETA-alueella.

EY:n HDTV-politiikka

HDTV voidaan lyhyesti määritellä seuraavasti. HDTV-tekniikan avulla luodaan tv-kuva, jonka sivusuhte on 16:9 ja jonka kuvan laatuaste vastaa elokuvatekniikan – filmin – laatuastea (esim. kuvaa voidaan lähes mielivaltaisesti suurentaa sen laadun heikkenemättä).

Ensimmäisessä vaiheessa HDTV oli japanilainen innovaatio. Japanilaiset pyrkivät saamaan oman standardinsa (Hi-Vision/MUSE) maailmanstandardiksi 1980-luvun puolivälissä kansainvälisillä hallinnollisilla päätöksillä.

EY:ssä kuitenkin nähtiin tämä pyrkimys yritykseksi vallata uusien tv-laitesukupolvien markkinat ja EY lähti vuonna 1986 kehittämään omaa, japanilaisen järjestelmän kanssa yhteensopimatonta järjestelmäänsä (EU 95/HD-MAC). Tämä tapahtui teknologia-Eurekan puitteissa. Tarkoituksena oli samalla erityisesti tukea EY:n omaa laiteollisuutta (Philips, Thomson, myöhemmin myös Nokia).

EY:n toimien tuloksena japanilaisten hanke maailmanstandardista japanilaisten ehdoilla kaatui ja kehitys kohti erilaisia yhteensopimattomia HDTV-standardeja alkoi.

EY:n politiikka erosi myös perusajatuksestaan japanilaisesta. Kun japanilaiset toivat markkinoille aivan uuden HDTV-laitteen, jolloin vanhoja tv-laitteita ei enää voitu käyttää, eurooppalaiset tähtäsivät joustavaan ja vaiheittaiseen siirtymiseen. Ensi vaiheessa markkinoille oli tarkoitus tuoda halvempia MAC-standardiperheen laitteita, joilla voitaisiin myöhemmin vastaanottaa myös HDTV-lähetyksiä (tietysti vaatimattomammalla laatuasteella). Vasta myöhemmin tähdättiin varsinaisten HDTV-laitteiden markkinoille saattamiseen. Tätä kehitystä kutsuttiin evolutionaariseksi tieksi.

Jakelutieksi niin Euroopassa kuin Japanissa ajateltiin satelliitteja. Suuritehoiset yleisradiosatelliitit olivat 1980-luvun puolivälissä teknologisen kehityksen viimeisin aivot ja MAC-standardien käyttö tehtiin EY:n erillisellä direktiivillä pakolliseksi yleisradiosatelliittilähetyksissä myös vuonna 1986. MAC-standardit taas sopivat vain satelliittilähetysiin (ja kaapelilähetysiin), mutta ei maanpäällisiin lähetysiin. Taustalla oli myös pyrkimys siirtää tv-toimintaa yhä enemmän satelliiteista käsin tapahtuvaksi.

Kehitys kulki kuitenkin toista tietä kuin mitä EY:ssä ja laitevalmistajien piirissä oli ajateltu. Yleisradiosatelliitit eivät muodostuneet merkittäväksi satelliittiohjelmien jakeluväyläksi. Keskeiseksi jakelutieksi satelliittipuolella muodostuivat ns. keskitehosatelliitit (erityisesti Astra-järjestelmä), joita direktiivi ei koskenut. Lisäksi MAC-satelliittivastaanottolaitteiden markkinoille saattaminen osoittautui suunnitelmia hitaammaksi. Hallitsevaksi MAC-standardiksi muodostui D2-MAC.

Oman lukunsa muodostaa se, että maanpäällisistä lähetyksistä tuli 1980-luvulla yhä keskeisempi tapa välittää tv-ohjelmia koteihin ja satelliitit jäivät -kasvutrendistä huolimatta -taustalle. Tätä mielenkiintoista kehitystä ei kuitenkaan käsitellä laajemmin tässä artikkelissa.

Satelliittilähetyksen de facto standardiksi muodostuikin maanpäällisesti käytetty eurooppalainen vanha PAL-standardi, vaikka EY:n politiikan tarkoituksena oli ollutkin korvata se satelliittilähetyksissä kokonaan MAC-standardeilla.

EY ei kuitenkaan luopunut alkuperäisistä tavoitteistaan. Se valmisti 1990-luvun alussa direktiiviluonnoksen, jossa MAC-standardit tehtiin pakollisiksi kaikessa satelliittivälitteisessä tv-toiminnassa. Tämä toinen MAC-direktiivi hyväksyttiin pitkällisen ja vaikean käsittelyn jälkeen vuonna 1992. Perimmäisenä ideana tässä direktiivissä oli, että tietyssä aikataulussa ja tietyin edellytyksin MAC-standardien käyttö tuli pakolliseksi satelliittivälitteisessä tv-toiminnassa.

Direktiiviluonnokseen tehtiin monia muutoksia käsittelyn aikana. Yksi keskeisimmistä oli, että sen ulkopuolelle jätettiin täysdigitaaliset HDTV-järjestelmät. Sekä Japanin että EY:n HDTV-järjestelmät perustuvat viime kädessä analogiseen tekniikkaan.

EY:n politiikkaan kuului myös muita elementtejä, joiden hyväksyminen edellytti MAC-direktiivin voimaantuloa. Alan eri osapuolien ja EY:n komission oli alunperin tarkoitus solmia sitova sopimus MAC-standardien käytöstä, mutta erityisesti ohjelmayritysten vastustuksen takia aikaansaatiin vuonna 1992 asiasta vähemmän sitova tavoitemuistio (Memorandum of understanding, MoU). Ohjelmayritykset olivat alunperinkin suhtautuneet taloudellisista syistä kriittisesti MAC-standardien käyttöön.

Kolmas elementti oli erillinen EY:n tukipaketti Action Plan, jolla oli tarkoitus merkittävästi tukea HDTV-tuotantoa, ohjelmatoimintaa ja jakelua. HDTV-poliitiikan käytännön toteuttajat pitivät tätä ehtona toimilleen. Action Planista sopiminen kesti erimielisyyksien takia suhteellisen kauan, mutta se hyväksyttiin mitoitettuna vaatimattomammalle tasolle kesällä 1993. Samalla viittaukset MAC-standardeihin poistettiin ja lähtökohdaksi otettiin 16:9 kuvasuhteella tuotettavien ohjelmien tukeminen lähetyksstandardista riippumatta. Samalla ryhdyttiin valmistelemaan MAC-direktiivin muutosta siten, että siinä otetaan huomioon kehitys kohti digitaalista televisiota.

Prosessin aikana EY:n koko HDTV-politiikka on joutunut myös uudelleenarvioinnin kohteeksi. Tämä johtuu juuri digitaalisen HDTV-tekniikan tarjoamista tulevaisuuden näkymistä. Digitaalinen tekniikka tarjoaa nimittäin mahdollisuuden maanpäällisiin HDTV-lähetysiin. Maanpäälliset lähetykset ovat nykyisin Euroopassa hallitsevin tapa lähettää tv-ohjelmia.

Lähtölaukaus digitaalisten HDTV-järjestelmien suunnittelulle tapahtui Yhdysvalloissa, jossa liittovaltion viestintäkomissio FCC päätti vuonna 1988, että Yhdysvalloissa HDTV toteutetaan maanpäällisesti. Käytännössä tämä johti digitaalisen HDTV-standardin kehitystyöhön. Alunperin FCC:n tarkoitus oli päättää standardista vuonna 1993, mutta päätöksenteko on siirtynyt vuoteen 1994. Amerikkalaisen järjestelmän nimi on tällä hetkellä MPEG2 ja sitä kehittää yhteinen laitevalmistajien konsortio ("Grand Alliance").

EY:n varhempi HDTV-politiikka on näin lopullisesti murtunut ja uuden politiikan linjanvedot ovat tulossa valmistelun kohteeksi. Euroopassa on laitevalmistajien keskuudessa samalla virinnyt voimakas kiinnostus digitaalisen tv-tekniikan kehittämistä kohtaan. Kilpailevia järjestelmiä on useita.

Digitaalinen tekniikka tarjoaa myös mahdollisuuksia lisätä tv-kanavien lukumäärä nykyisellä laatutasolla. Myös tällainen kehityssuunta on tulevaisuudessa mahdollinen. Tämä merkitsee sitä, että kaikki tv-kanavat eivät siirrykään HDTV-standardiin. Sen sijaan tv-kanavien määrä erityisesti maanpäällisessä tv-toiminnassa lisääntyy.

EY:n HDTV-politiikka (käytännössä MAC-direktiivi) ei kuulu ETA-sopimuksen piiriin, koska direktiivi hyväksyttiin vasta sopimuksen hyväksymisen jälkeen. EY:n komissio ja EFTA-maiden edustajat ovat kuitenkin neuvotelleet uuden EY-lainsäädännön mukaanottamisesta ETA-järjestelyihin. MAC-direktiivi on myös neuvottelujen kohteena.

HDTV-politiikka on merkittävä osa EY:n audiovisuaalista politiikkaa ja elektroniikkateollisuuden tukipolitiikkaa. On selvää, että se aikaa myöten laajennetaan koskemaan myös ETA-maita. EY:n lainsäädännön soveltamisesta ETA-alueella tulee myöhemmin päättämään EY:n ja jäljelle jääneiden EFTA-maiden välinen sekakomitea.

EY:n kilpailulainsäädäntö ja audiovisuaalinen ala

EY:n komission eri direktoraattien suhtautuminen audiovisuaalisen alaan ei ole yhdenmukaista ja suhtautuminen vaihtelee direktoraatin toimialan mukaan. Markkinoiden toimivuus ja kaupan esteiden poistaminen ovat luonnollisesti keskeisiä päämääriä komission kaikissa direktoraateissa.

Kilpailukysymyksissä on keskeisessä asemassa EY:n kilpailudirektoraatti DG IV, jonka tehtäväkenttään kuuluu mm. kilpailusääntöjen rikkomista koskevien kanteluiden käsittely. DG IV:ssä näkemykset ovat varsin kilpailukeskeisiä, mikä ilmenee myös audiovisuaalista alaa koskevista direktoraatin päätöksistä.

EY:n komission lähtökohtana on, että EY:n kilpailulainsäädäntö koskee audiovisuaalista alaa samalla tavoin kuin muutakin elinkeinotoimintaa. Komissio on ilmaissut tämän kannan mm. vuonna 1990 antamassaan audiovisuaalisessa tiedonannossa (ks. kirjallisuusluettelo). Audiovisuaaliselle alalle ei siten sallita erioikeuksia sillä perusteella, että kysymys olisi kulttuurista eikä tavarakaupasta.

Rooman sopimuksen keskeisimmät myös audiovisuaaliseen alaan sovellettavat kilpailusäännökset ovat kartellikieltosäännös (85 artikla), hallitsevan aseman väärinkäytön kieltö (86 artikla) sekä valtionapuja koskevat 92 ja 93 artiklat. Joulukuussa 1989 annettu fuusiovalvonta-asetus koskee suurten audiovisuaalisen alan yritysten fuusioita. Tähän mennessä kaikki alan fuusiot ovat jääneet asetuksen soveltamisrajojen alapuolelle (yhteenlaskettu maailmanlaajuinen liikevaihto 5.000 miljoonaa ECUa ja vähintään kahden yrityksen yhteinen liikevaihto yhteismarkkinoilla 250 miljoonaa ECUa). EY:n linjaukset myös audiovisuaalisen alan osalta ilmenevät komission ja EY:n tuomioistuinten tekemistä kilpailusääntöjen soveltamista koskevista ratkaisuksista.

Kilpailunäkökohdat ja pyrkimys kaupan esteiden purkamiseen ovat leimanneet komission audiovisuaalista alaa koskevia kannanottoja ja toimenpiteitä. Kilpailukysymyksiä tarkasteltaessa huomio tulee keskittää DG IV:n toimiin. Myös EY:n tuomioistuinten ratkaisuissa on otettu kantaa audiovisuaalista alaa koskeviin kilpailukysymyksiin. Oikeuskäytännöstä ilmenee mm., että kansallisia tekijänoikeussäännöksiä ei saa käyttää tavalla, joka ei vastaa tekijänoikeuden varsinaista tarkoitusta ja jonka päämääränä on kilpailun rajoittaminen.

Kilpailusääntöjen soveltamisesta audiovisuaaliseen alaan on osoituksena mm. komission 19.2.1991 päätös urheilukanava Screensportin kantelun johdosta. Siinä komissio kielsi Euroopan yleisradioliiton (EBU) ja Rupert Murdochin hallitseman News Internationalin yhteistyön Eurosport urheilukanavassa. Komissio piti yhteistyötä Rooman sopimuksen 85(1) artiklan vastaisena kilpailunrajoituksena.

Komissio on tehnyt 11.6.1993 päätöksen Screensportin EBU:a vastaan 17.12.1987 tekemän kantelun pohjalta. Kantelu koski urheilun televisiointioikeuksien yhteishankintaa. Tässäkin tapauksessa oli kysymys 85(1) artiklan kartellikiellosta. Komissio myönsi päätöksessään EBU:lle Rooman sopimuksen 85(3) artiklan mukaisen poikkeusluvan urheiluoikeuksien yhteishankintaan sillä edellytyksellä, että EBU luovuttaa hankkimiaan oikeuksia ulkopuolisille komission hyväksymien vähimmäisehtojen mukaisesti. Ko-

missio perusteli päätöstään mm. sillä, että urheilueroikeuksien yhteishankinta tehostaa kaupankäyntiä alalla ja siitä koitui etua erityisesti pienten maiden kuluttajille, jotka saavat laajan valikoiman kansainvälistä urheilua omalla kielellään selostettuna. Lisäksi useimmat EBU:n jäsenistä ovat ei-kaupallisia yrityksiä, joten yhteishankinnasta koituva säästö kanavoituu myös kuluttajien eduksi vastaaviin uusiin hankintoihin. Poikkeuslupa on voimassa viisi vuotta päättyen 25.2.1998.

Myös kulttuurille myönnettävät valtiontuet arvioidaan EY:ssä valtiontukia koskevien kilpailusäännösten valossa. Valtiontuet, jotka vääristävät tai voivat vääristää jäsenvaltioiden välistä kauppaa suosimalla jotain tiettyä yritystä tai tuotetta, ovat Rooman sopimuksen 92 artiklan mukaan kiellettyjä. Tämä koskee myös kulttuuriin kohdistuvia valtiontukia, mikäli niitä jaettaessa esim. suositaan kotimaan kansalaisia tai yrityksiä. Komissio voi kieltää kilpailua vääristävän valtionapujärjestelmän Rooman sopimuksen 93 artiklan perusteella. Komissio on hyväksynyt kansallisia elokuvatukijärjestelmiä sillä edellytyksellä, että tuen saajille ei aseteta kansallisuuteen perustuvia rajoituksia. Tukijärjestelmien tulee siten olla samoin edellytyksin avoimia kaikille EY-maiden kansalaisille ja yrityksille.

ETA-sopimuksen kilpailusäännöt ovat yhdenmukaiset EY:n kilpailusääntöjen kanssa. EY:n kilpailusäännöt tulevat ETA-alueella voimaan ETA-sopimuksen tullessa voimaan. Niiden vaikutus Suomessa tulee rajoittumaan toimenpiteisiin, joilla on vaikutusta sopimusvaltioiden väliseen kauppaan. Puhtaasti kotimaiset järjestelyt eivät kuulu ETA-sopimuksen kilpailusääntöjen soveltamisalaan ellei niillä ole vaikutusta myös maan rajojen ulkopuolella. Näitä toimenpiteitä koskeva 1.9.1992 voimaan tullut laki kilpailunrajoituksista kuitenkin sisältää EY:n kilpailusääntöjä vastaavat säännökset kielletyistä kartelleista, poikkeusluvista ja määräävän aseman väärinkäytöstä.

Euroopan neuvoston tv-yleissopimus

Euroopan neuvoston tv-yleissopimus sääntelee rajat ylittävää tv-toimintaa, kuten EY:n tv-direktiivikin. Se on keskeisiltä osiltaan yhteneväinen EY:n tv-direktiivin kanssa. Yleissopimuksen valmistelu tapahtui samanaikaisesti ja kilpailuasetelmassa tv-direktiivin kanssa.

Tv-yleissopimuksen 27 artiklan 1 kohdassa todetaan nimenomaisesti, että yleissopimus on toissijainen suhteessa EY:n tv-direktiiviin. Yleissopimusta sovelletaan EY:n jäsenmaissa vain siltä osin, kuin yhteisölaainsäädännössä ei ole ko. asiasta säännöksiä. ETA-sopimuksen tullessa voimaan tv- yleissopimuksen soveltamisala kapenee entisestään, koska ETA-sopimuksessa on valittu EY:n tv-direktiivi ETA-alueella sovellettavaksi tv-toimintaa koskevaksi säännöstöksi.

Tv-yleissopimus on tullut voimaan 1.5.1993. Tv-direktiivi tuli voimaan jo 3.10.1991. Yleissopimuksen voimaantulo koskee kuitenkin vain sopimuksen ratifioineita seitsemää valtiota (Kypros, Italia, Malta, Puola, San Marino, Sveitsi, Iso Britannia ja Vatikaani). Tv-direktiivi kattaa nykyisellään kaikki 12 EY:n jäsenvaltiota ja ETA-sopimuksen tullessa voimaan myös 6 EFTA-maata.

Suomi on allekirjoittanut tv-yleissopimuksen 26.11.92. Sopimus ratifioitaneen samaan aikaan, kun ETA-sopimus astuu voimaan Suomessa.

Tv-yleissopimuksen merkitys tulee rajoittumaan EY:n ja ETA-alueen ulkopuolisiin maihin. Se antaa mahdollisuuden ulottaa rajat ylittävän tv-toiminnan sääntely käytännöllisesti katsoen koko Euroopan alueelle, mikäli kaikki Euroopan neuvoston jäsenmaat ratifioivat sopimuksen.

Tv-yleissopimus eroaa varsin vähän tv-direktiivistä. Yleissopimukseen sisältyy kuitenkin eräitä säännöksiä, joita vastaavia ei ole tv-direktiivissä. Tällaisia ovat mm. säännös yleisön oikeudesta saada tietoa sitä kiinnostavista huomattavista tapahtumista, mahdollisuus kieltää alkoholimainonta, vaikka se on lähtökohtaisesti yleissopimuksen mukaan sallittua, uutis- ja ajankohtaislähetysten ankkureiden kieltä esiintyä mainoksissa sekä kieltä kiittää kansallisia mainontasäännöksiä ulkomailta vain yhden maan kotimaan markkinoille suunnatuilla mainonnalla. Tv-yleissopimuksesta puolestaan puuttuu tv-direktiiviin sisältyvä itsenäisten tuottajien 10 prosentin kiintiösäännös.

Loppulause

EY:n audiovisuaalinen politiikka sisältää kolme selväpiirteistä osaa: sääntelyn (tv-direktiivin); ohjelmatuotannon tukiohjelman (MEDIA) ja teknologiapolitiikan (HDTV).

Lisäksi kilpailupolitiikalla on olennainen merkitys myös audiovisuaalisella alalla.

Kokonaisuutena EY:n audiovisuaalista politiikkaa voidaan pitää suhteellisen kehittyneenä politiikanteon alana. Viime aikoina myös sananvapauden liittyvät teemat ovat tulleet keskustelun kohteeksi EY:ssä ja erityisesti EY:n parlamentissa. Nämä kysymykset liittyvät ensisijassa joukkotiedotuksen keskittymiseen ja keskusteluun keskittymisen mahdollisesta sääntelystä.

Viestintää koskevilla kysymyksillä on yleistä painoarvoa EY:ssä. Toinen EY:ssä kehitymässä oleva viestintää koskeva politiikan ala on telepolitiikka.

On ilmeistä, että EY tulee tulevaisuudessa syventämään ja laajentamaan audiovisuaalisen alan politiikkaansa.

ETA-sopimuksen ja mahdollisen EY-jäsenyyden vaikutukset Suomen audiovisuaaliselle viestinnälle eivät ole mullistavia. Suomi on jo asteittain edennyt yhdentymiskehityksessä. Jo ETA-sopimuksen myötä Suomessa tulevat voimaan viestinnän kannalta keskeisimmät EY-säännöt. Nämä ovat edellä esitelty tv-direktiivi sekä EY:n kilpailusäännöt. Tv-direktiivin voimaansaattamisen edellyttämät lainsäädäntömuutokset on jo tehty ja niiden voimaantulo odottaa ETA-sopimuksen voimaantuloa. Suomi on myös osallistunut erillissopimuksella MEDIA-ohjelmaan jo ennen ETA-sopimuksen voimaantuloa.

Yhdentymiskehitys avaa Suomen markkinoita ulkomaisille viestintäyrityksille. Niiden kiinnostus laajamittaisiin toimiin Suomessa jäänee kuitenkin vähäiseksi Suomen rajallisten markkinoiden ja pienen kielialueen johdosta. Erityisen tärkeää on suomalaisten audiovisuaalisen alan yritysten suuntautuminen Eurooppaan. Vain sillä tavoin Suomen audiovisuaalinen ala pääsee hyödyntämään sitä panostusta, jonka Suomi yhdentymiskehityksen myötä sijoittaa erityisesti audiovisuaalisen tuotannon tukijärjestelmiin.

Suomen audiovisuaalisen alan ja viestintäkentän kannalta kotimaiset ratkaisut säilyvät kuitenkin yhdentymiskehityksen edetessäkin keskeisinä. Vaikka EY:n lainsäädäntö kattaa eräitä audiovisuaalisen alan osa-alueita, tehdään alan rakennetta ja rahoitusta koskevat perusratkaisut edelleen Suomessa.

Kirjallisuus

Commission of European Communities: Communication from the Commission to the Council and Parliament on Audiovisual Policy COM (90) 78 Final, Brussels, 21 February.

ETA. Sopimus Euroopan talousalueesta I-II, Lakimiesliiton kustannus, Helsinki 1992.

EY-säädössarja 7. Audiovisuaaliset palvelut ja telepalvelut. Valtion painatuskeskus, Helsinki 1992.

Locksley, Gareth: The New Television and the European Regulatory Authorities. Teoksessa Silj, Alessandro (toim.): The new Television in Europe. John Libbey & Company Ltd 1992.

MEDIA. Guide for the audiovisual industry. Commission of the European Communities, April 1992.

Richeri, Giuseppe: Television and New Technology. Teoksessa Silj, Alessandro (toim.): The new Television in Europe. John Libbey & Company Ltd 1992

Soramäki, Martti: Mediat yli rajojen. Näkökulmia joukkoviihteen tuotantoon, jakeluun ja kulutukseen. Gaudeamus, Helsinki 1990.

Soramäki, Martti ja Okkonen, Kirsi-Marja: EY rakentaa viestintäalan sisämarkkinoita, Tiedotustutkimus 15 (1992): 3.

Media Policy Review.

International Media Law.

Suomen graafisen viestinnän kansainvälistymisen näkymiä

Lähtöasetelma

Suomi on graafisten viestintien johtavia maita maailmassa. Lehtien ja kirjojen levikit sekä nimikemäärät suhteessa väkuluukuun ovat maailman kärki-luokkaa. Myös mainonnan kansainvälisissä vertailuissa Suomi sijoittuu kärkitiloille. Lisäksi printtimainonnan osuus mainosmarkoista on Suomessa korkea. Niinpä graafisen teollisuuden osuus bruttokansantuotteesta on Suomessa suurempi (noin 3 %), kuin keskimäärin Länsi-Euroopassa, jossa tämä osuus tyypillisesti on 1–2 %.

Taulukko 1.
Graafisen teollisuuden tuotteiden kulutusta ja mainontaa mittaavia tunnuslukuja Suomessa ja tyypillisiä arvoja teollisuusmaissa

Viestinnän kulutusta mittaava tunnusluku	Tunnusluvun arvo Suomessa	Tyypillinen arvo teollisuusmaissa
Sanomalehdet – levikki/ 1 000 asukasta	521	200 – 350
Aikakauslehdet – levikki/1 000 asukasta	2 500	600 –2000
Kirjat – nimikkeet/10 000 asukasta	20	8 – 15
Lukemiseen käytetty aika (min/päivä)		
– sanomalehdet	40	30 – 45
– aikakauslehdet	40	15 – 30
– kirjat	25	20 – 35
Mainonta		
– osuus (%) BKT:sta	0,9–1,0	0,7 – 1,0
– lehtien osuus (%) mediamainonnasta	80	60 – 80

Lähteet: FIEJ 1993; FIPP 1989; Niemi 1991; Suomen graafisen... 1993.

Graafisen teollisuuden toimitusten arvo vuonna 1992 oli 15,6 miljardia markkaa ja tuotannon jalostusarvo 6,9 miljardia markkaa. Graafinen teollisuus kuuluu viiden suurimman teollisuudenalan joukkoon ja on saman suuruisen kuin kemian teollisuus (taulukko 2.)

Taulukko 2.

Tuotannon brutto- ja jalostusarvot 1992 kuudella suurimmalla teollisuudenalalla

Teollisuudenala	Bruttoarvo miljardia mk	Jalostusarvo miljardia mk
Metalli	83	31
Metsä	56	18
Elintarvike	49	13
Kemia	16	7
Graafinen	16	7

Lähde: Graafiset faktat 1993.

Graafisella alalla toimii kaikkiaan noin 2 300 yritystä, joista noin puolet ns. siviilipainoja. Valtaosa yrityksistä on pieniä alle viiden henkilön yrityksiä. Teollisuustilastossa, jossa alle viiden henkilön yrityksiä ei huomioida, on mukana noin 700 graafisen teollisuuden toimipaikkaa. Näin on asia muuallakin Euroopassa. Lähes kaikissa Euroopan maissa alle 20 hengen painojen osuus lukumäärästä on yli 70 prosenttia ja useissa maissa yli 90 prosenttia, kuten Suomessakin. Vain alle viisi prosenttia Euroopan painolaitoksista työllistää yli 100 henkilöä (Pätynen 1991).

Graafisen teollisuuden osuus koko teollisuudesta on monissa asioissa 5–10 prosenttia. Graafinen teollisuus kuuluu työvoimavaltaisiin teollisuuden aloihin. (Taulukko 3.)

Taulukko 3.

Graafisen teollisuuden eräitä lukuja vuonna 1992 ja vertailua koko teollisuuteen

	Määrä	Osuus teollisuudesta %
Työvoima (henkilöä)	33 000	9,0
Toimitusten arvo (mrd)	15,6	5,8
Jalostusarvo (mrd)	6,9	7,5
Työtunnit	47 900	8,3
Palkat (ei sos.kust.) mmk	4 100	2,0
Viennin arvo (mmk)	880	
Tuonnin arvo (mmk)	670	
Yrityksiä noin (kaikki)	2 300	
Yrityksiä noin (vähint. 5 henkilöä)	700	

Lähde: Graafiset faktat 1993.

Graafisen alan päätuotteita ovat sanomalehdet, aikakauslehdet ja kirjat, joiden osuus on noin kolme neljäsosaa graafisen teollisuuden tuotannon arvosta. Muita tuoteryhmiä ovat mm. mainospainotuotteet, lomakkeet, pakkaukset, kalenterit ja etiketit.

Edellä todettiin, että graafisen alan osuus bruttokansantuotteesta on noin 3 % ja että luku on kansainvälisestikin korkea. Yksi selitys korkealle osuudelle ovat maailman huipputasoa olevat lehtien levikit ja yleensäkin korkea lukemisen harrastus. Mutta osittain osuuden korkeus johtuu siitäkin, että 1980-luvulla graafinen teollisuus pystyi siirtämään kustannusten nousun hintoihin, jolloin alan kannattavuus oli hyvä ja kasvu korkea. Tämä oli mahdollista, koska ala on pitkään ollut kilpailulta varsin suojattua kotimarkkinateollisuutta. Nyt kuluttajien ja ilmoittajien vaihtoehdot ovat lisääntyneet. Esimerkiksi kaupalliset paikallisradiot sekä aamutelevisio ja alueellinen televisiomainonta ovat vaihtoehtoja lehtien hallitsevalle alueelliselle tiedonvälitykselle ja mainonnalle. Jossain määrin myös video sekä satelliittitelevisio ovat tiedon ja viihteen alueella vieneet osuuksia painetulta viestinnältä.

Kieli, kulttuuriset ja muut paikallisuuteen liittyvät tekijät ovat merkinneet, että ulkomaisten tuotteiden mahdollisuudet tunkeutua suomalaisille markkinoille ovat olleet yleensä varsin heikot. Mutta näiltä osin suljetun sektorin antama suoja on murtumassa. Kirjojen, erikoisajakauslehtien, harrastelehtien ja eräiden muiden vastaavien tuotteiden kohdalla suomalaiset kustantajat joutuvat kilpailemaan ulkomaisten kustannustuotteiden kanssa. Sanoma- ja yleisöajakauslehtien kohdalla ulkomaisten tulijoiden haasteet ovat suuret, mutta eivät ylittämättömät. Esimerkiksi tanskalaisen Allerin vuonna 1992 lanseeraama 7 päivää -lehti näyttää ainakin alkuvaiheessa saavuttaneen levikitavoitteen.

Myös tuotannossa saattaa syntyä vakavasti otettavaa ulkomaista kilpailua. Painotuotantoa voi siirtyä halvemman kustannustason maihin, kuten Baltiaan. Silloin kun laatuvaatimukset eivät ole erityisen korkeat eivätkä aikakauslehtien kriittiset, kuten joidenkin kirjojen ja aikakauslehtien kohdalla, suomalainen kustantaja ehkä ostaa painotyön halvemman kustannustason maista. Esimerkiksi Viron kirjapainoissa keskipalkka on alle kahdeskymmenesosa suomalaisesta keskipalkasta. Tästä huolimatta Virossa graafisen alan palkat ovat keskitason yläpuolella. Toistaiseksi tuotannon siirtymistä Suomen ulkopuolelle ei kuitenkaan ole juuri tapahtunut.

Suomessa graafisen teollisuuden vienti on vuosia ollut jonkin verran tuontia suurempi. Valuuttojen kehitys on suosinut alan vientiä viime aikoina. Graafisen alan vienti vuonna 1992 oli 880 miljoonaa markkaa ja tuonti 670 miljoonaa markkaa. Vienti kasvoi edelliseen vuoteen verrattuna 15 prosenttia. Tuonti kasvoi samana aikana vain alle 6 prosenttia.

Viennin osuus graafisen alan tuotannosta on vain noin 5 prosenttia ja tuonnin osuus noin 4 prosenttia. Kansainvälisessä vertailussa osuudet ovat melko vähäiset. (Taulukko 4.)

Taulukko 4.

Viennin ja tuonnin osuudet painoteollisuuden liikevaihdosta eräissä maissa vuonna 1991

Maa	Viennin osuus %	Tuonnin osuus %	Vienti-tuonti milj.mk
Saksa	17,0	8,5	6 480
USA	6 453
Italia	22	7,2	2 763
Iso-Britannia	37,7	32,6	1 062
Hollanti	29,6	26,3	442
Espanja	7,3	6,6	188
Tanska	13,0	11,3	164
Suomi	4,5	4,1	58
Japani	-471
Norja	3,6	25,9	-1 014
Ruotsi	3,1	7,6	-1 304
Itävalta	21,3	45,0	-1 566
Sveitsi	7,7	15,7	-2 073
Ranska	9,3	12,5	-2 105

Lähde: Suomen graafisen... 1993.

Graafisen teollisuuden tuonnin osuus on Pohjoismaista pienin Suomessa ja suurin Norjassa. Viennin osuus Suomessa on hieman suurempi kuin Norjassa ja Ruotsissa, mutta selvästi pienempi kuin Tanskassa. (Taulukko 5.)

Neuvostoliiton viennin romahdettua myös painotuotteiden kohdalla vientiä on kyetty kasvattamaan muualla. Tähän on osaltaan vaikuttanut devalvaatio, joka on auttanut suomalaista vientiteollisuutta, myös graafista teollisuutta, uuteen nousuun.

Vuonna 1992 kaksi kolmasosaa viennistä suuntautui muihin Pohjoismaihin. Ylivoimaisesti tärkein vientimaa oli Ruotsi. Suomalainen painoteollisuus on Ruotsin markkinoilla hyvinkin kilpailukykyinen johtuen painokapasiteetin erilaisesta rakenteesta Suomessa ja Ruotsissa. (Rimpiläinen 1992.)

Taulukko 5.
Suomen graafisen teollisuuden vienti ja tuonti vuonna 1992

	Vienti	Tuonti
	%	%
Ruotsi	45	23
Tanska	12	10
Norja	11	..
Iso-Britannia	8	15
Venäjä	5	..
Saksa	3	15
Hollanti	3	4
USA	..	10
Italia	..	5
Muut maat	13	18
Yhteensä	100	100

Lähde: Ks. tämän julkaisun tilasto-osan taulukot 1.12 ja 1.14.

Vienti näyttää olevan elpymässä myös Baltian maihin, Venäjälle ja itäiseen Keski-Eurooppaan. Seuraavat ovat esimerkkejä uudesta viennistä. Kesällä 1993 perustettiin Viroon Elu Pilt (Elämän Kuva) niminen aikakauslehti. Se käynnistettiin yhteistyössä suomalaisten kanssa ja lehti painetaan Suomessa. Kouvolaalainen Lehtikanta Oy painaa kerran kuukaudessa pietarilaisen sanomalehden numeron. Turun Sanomat tekee puhelinluettelot Pietariin. Tämä yhteistyö on laajempaa kuin pelkkä painaminen. Algraphics painaa Puolan markkinoille aikakaus- ja sarjakuvalehtiä.

Suomen kilpailukyky on nyt varsin hyvä. Kapasiteettia on riittävästi, ammattitaito on korkea ja devalvaatio on parantanut hintakilpailukykyä. (Taulukko 6.)

Taulukko 6.
Graafisen työvoiman tuntikustannukset vuonna 1992 eräissä euroopan maissa ECUina

Sveitsi	23
Ruotsi	22
Saksa	22
Tanska	22
Norja	19
Hollanti	18
Suomi	16
Iso-Britannia	13
Kreikka	8

Lähde: Wilson 1993.

Vaikka Suomen palkkataso ei todellisuudessa olisikaan niin heikko esim. verrattuna Ruotsiin kuin taulukko 6 näyttää, on ero kuitenkin olemassa. 1970- ja 1980- luvuilla Suomen palkkataso on ollut eurooppalaista keskitasoa. 1980-luvun lopulla Suomen taso nousi Euroopan kärkitasolle, mutta on sittemmin nopeasti pudonnut keskitason alapuolelle. Osittain tähän on vaikuttanut devalvaatio, jonka antama kilpailuetu ei välttämättä ole pysyvä.

Kierrätyspaperin käyttövaatimukset Keski-Euroopassa kasvavat. Esimerkiksi Belgiassa on valmisteltavana myös tuontituotteisiin kohdistuva ekovero, joka koskee mm. sanoma- ja aikakauslehtipapereita. Samoin Saksan kierrätyspaperilakiluonnoksella on vaikutuksensa vientituotantoon ja siinä käytettäviin paperilaatuihin. Tulevaisuudessa kierrätyspaperin saatavuus voi muodostua erääksi ongelmaksi vientipainoille. Nyt myös metsänhoito on kytketty Keski-Euroopassa osaksi ympäristökeskustelua, ja tämäkin voi vaikeuttaa Suomen graafisen ja paperiteollisuuden vientiponnisteluja.

Kansainvälistymiskehityksessä potentiaaliset markkinat on nähtävä maailmanlaajuisesti. Kuitenkin tuotteiden ulkoasu sekä sisältö ja koko tuotokuva, markkinointi ja muut toimintatavat vaihtelevat maasta toiseen. Viestintätuotteiden kohdalla näiden asioiden merkitys on erityisen suuri. Kansalliset ja kulttuurilliset tekijät merkitsevät sitä, että kussakin tapauksessa on toimittava kohdealueen ehdoilla. Tätä tarkoittaa iskulause "think globally, act locally".

Kansainvälistymisessä suomalaisille yrityksille tärkein keino on hankkiutua yhteistyöhön jonkin kohdealueen yrityksen kanssa. Ilman paikallista osaaamista kansainvälistyminen on hyvin vaikeaa. Markkinaosaamisen puute kohdemaan markkinoilla on yleensä koettu suureksi ongelmaksi. Joissakin tapauksissa oman myyntihenkilöstön käyttäminen on mahdollista, mutta ainakin pienten ja keskisuurten yritysten kohdalla tähän ei yleensä ole resursseja. (Suomen graafisen... 1993)

Paperiteollisuuteen verrattuna vienti on vaatimatonta. Graafisten tuotteiden vienti on noin 0,8 miljardia markkaa, kun paino- ja kirjoituspaperin vienti oli noin 13,4 miljardia markkaa vuonna 1991. Periaatteessa kannattaisi viedä painotuotteita enemmän, sillä niistä saatu vientihinta vuonna 1991 oli keskimäärin noin 12 mk/kg. Vastaavasti raakapaperin vientihinta oli vain neljäsosa tästä eli 3 mk/kg (Törn 1992).

Mutta kun vertaillaan graafisen teollisuuden vienti- ja tuontihintoja, osoittautuu hintasuhde siinäkin Suomen kannalta epäedulliseksi. Eräässä vertailussa viennin kilohinnan Euroopassa todetaan olevan keskimäärin 20 markkaa, kun Suomessa viennin kilohinta on alle 15 markkaa. Tuonnin kilohinta muualla Euroopassa on 20–30 markkaa, mutta Suomessa lähes 40 markkaa. Viennin kilohinta on kahdestatoista Euroopan maasta Suomessa alhaisin ja tuonnin kilohinta korkein. (Suomen graafisen... 1993.)

Taulukko 7.
Suomen graafisen teollisuuden vienti ja tuonti vuonna 1992

	Vienti	Tuonti
	%	%
Kaupallinen aineisto	40	37
Lehdet	30	16
Kirjat, esittelylehtiset	17	35
Lomakkeet, etiketit	8	3
Muut	5	9
Yhteensä	100	100

Lähde: Ks. tilasto-osan taulukot 1.11 ja 1.13.

Suomesta siis viedään halpoja tuotteita ja Suomeen tuodaan kalliita tuotteita. Viennissä jalostusaste on kohtuuttoman alhainen, kun otetaan huomioon, että maassamme on nykyaikainen tuotantokalusto, käytössä korkealaatuiset materiaalit ja korkea ammattitaito.

Tämä vienti- ja tuontihintojen heikko tase tosin johtuu osittain siitä, että merkittävä osa viennistä on suuripainoksista tuotantoa, jossa yksikköhinta ei voi olla korkea. Vientipainomme toimivat myös ulkomaisten kustantajien painotyön alihankkijoina, joten tuotannosta saatava hinta on vain osa tuotteen loppuhinnasta. Tuonti taas koostuu pienistä eristä ja muiltakin osin kalliista tuontituotteista, kuten englannin kieliset kirjat, joissa yksikköhinta on korkea. Suomalaisten kustantamojen kirjoja viedään ulkomaille vain poikkeustapauksissa.

Kansainvälistymisen malleja

Kustannustuotteen koko prosessi voidaan esittää kolmen osapuolen välisenä ketjuna, jonka lenkit ovat kustantaja, kirjapaino ja lukijat. Laajemmassa tarkastelussa mukaan voidaan ottaa vielä ilmoittaja ja eräitä muita ketjun osia.

Perinteisessä mallissa kotimainen kustantaja painattaa kotimaassa tuotteita kotimaisia lukijoita varten. Kotimainen kustantaja voi myös ostaa painotyön ulkomailta, kuten eräät suomalaiset kirjakustantajat, vaikka lukijamarkkinat ovatkin Suomessa. Periaatteessa kotimainen kustantaja voisi operoida myös ulkomaisilla lukijamarkkinoilla painattamalla tuotteen Suomessa tai kohde-
maassa.

Ajankohtaisten tuotteiden kuten sanomalehtien tuotantoaikataulut ovat niin kireät, että tuotteet on valmistettava lähellä markkinoita. Viikoittain ilmestyvien aikakauslehtien kohdalla kireät aikataulut ovat käytännössä esteenä Suomen ulkopuolella tapahtuvalle tuotannolle. Teleyhteydet kuitenkin lyhentävät aikaviihteitä. Sisältöinformaatio voidaan nykyisin siirtää nopeasti teleyhteydellä melko kauas Suomesta painettavaksi. Suomalaisten painojen asema saattaa siten heikentyä. Vastaavasti kuitenkin suomalaiset painot voivat saada uusia asiakkaita, sillä yhtä hyvin ulkomailta voidaan sisältöinformaatio siirtää nopeasti Suomeen painettavaksi. Käytännössä tämä merkitsee kilpailun kiristymistä ja sitä, että painettujen tuotteiden kuljetusyhteydet ovat muodostumassa aikataulun kannalta kriittiseksi tekijäksi.

Ulkomainen kustantaja voi myydä ulkomailla tehdyn kustannustuotteen sellaisenaan suomalaisille lukijoille. Esimerkiksi Suomessa on myyty ulkomaisia aikakauslehtiä jo vuosikymmenien ajan. Vastaavasti suomalaisia lehtiä ja kirjoja myydään jonkin verran sellaisenaan esimerkiksi Ruotsin suomalaisille, viime aikoina myös Viroon.

Ulkomainen kustantaja voi myös operoida suomalaisen tytäryhtiön kautta Suomen markkinoilla. Esimerkiksi Valitut Palat ja Kotivinkki toimitetaan ja painetaan Suomessa suomalaisille lukijoille. Mutta myös painotyö voidaan tehdä ulkomailla, kuten saksalaisen Burdan tapauksessa. Ulkomainen kustantaja voi ostaa pelkästään painotyön Suomesta, vaikka lukijamarkkinat ovatkin kustantajan kotimaassa. Esimerkiksi Algraphics painaa puolalaisten kustantajien lehtiä Puolan markkinoille.

Kansainvälistymisen malleissa erilainen yhteistyö tulee väistämättä lisääntymään. Juttu- ja kuva-aineiston vaihto, joko sellaisenaan tai kohdemaan oloihin muokattuna, on jo nyt laajaa. Tätä kautta kustannusteollisuuden kansainvälistyminen tulee edelleen lisääntymään.

Kustannustoiminnan kansainvälistyminen Suomessa: esimerkkinä aikakauslehdistö

Edellä on esitetty kansainvälistymisen malleja kustantajan, kirjapainon ja lukijoiden muodostaman ketjun näkökulmasta. Seuraavassa tarkastellaan lyhyesti Suomen kustannusalan kansainvälistymistä käyttäen esimerkkinä sitä aluetta, jolla trendi ehkä helpoimmin on nähtävillä: aikakauslehdistössä.

Aikakauslehdistön kansainvälistyminen Euroopassa voimistui 1980-luvulla. Tämä johtuu useista tekijöistä. Esimerkiksi Helene Hafstrand (1993) esittää ilmiön taustaksi kolme keskeisenä pitämäänsä tekijää. Tärkeimpänä hän pitää sitä, että monet eurooppalaiset suuret kustantamot tulivat tilanteeseen jossa kotimarkkinat olivat täyttymässä. Lisäksi monissa maissa käytiin kes-

kustelua lehdistön keskittymisestä ja sen mahdollisesta rajoittamisesta lain-säädännöllä. Tällaisessa tilanteessa on ymmärrettävää, että kiinnostus ulko-maisiin markkinoihin lisääntyy.

Toinen kansainvälistymisen keskeinen taustatekijä on se, että monet aika-kauslehtikustantamot muuttuivat osiksi suuria multimediakonserneja, joiden toimintastrategioita jo muutenkin leimasi suuntautuminen ylikansallisille markkinoille.

Kolmanneksi vaikuttimeksi Hafstrand listaa odotukset ja visiot ylikansallisten/paneurooppalaisten mainosmarkkinoiden synnystä ja tähän kytkeytyvät ajatukset "muuttaa aikakauslehtiryhmittymät ilmoituspaketeiksi" (Arnold 1992). Osa suurista eurooppalaisista kustannustaloista on pyrkinyt suuriin useita maita kattaviin mainossopimuksiin ylikansallisten tavaramerkkien kanssa.

Huomattava osa tunnetuimmista eurooppalaisista ja yhdysvaltalaisista aika-kauslehdistä on monikansallisia. Toisin sanoen ne ilmestyvät eri maissa erikielisinä sekä osittain myös erinimisinä paikallispainoksina. Monet poikkeavat toisistaan myös sisällön suhteen. Niistä on muokattu kohdemaan olosuh-teisiin sopeutettuja versioita. Taulukkoon 8 on kerätty tiedot eräiden tunne-tuimpien aikakauslehtinimikkeiden paikallispainoksista ilmestymismaittain.

Aikakauslehdistön "paneurooppalaistuminen" saattaa tuottaa yllättäviäkin tuloksia. Eräiden tietojen mukaan esimerkiksi *saksalaisilla* aikakauslehtikus-tantamoilla (ennen kaikkea Burda, Bauer Verlag, Gruner+Jahr) on jo yli 50 prosentoin osuus *Ranskan* naisten- ja muotilehtimarkkinoista. (Hafstrand, emt.)

Taulukko 8.
Eräiden monikansallisten lehtien paikallispainokset eräissä maissa

	E	NL	GB	I	F	S	D	SF	H
Auto-Bild		x	x	x	x		x		x
Burda Moden	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cosmopolitan	x	x	x	x	x		x		
Elle	x	x	x	x	x	x	x		
Essentials	x		x	x	x			x	
Marie-Claire	x	x	x	x	x		x		
Playboy	x	x		x			x		x
Reader's Digest		x	x	x	x	x	x	x	x
Vogue	x		x	x	x		x		

Maiden lyhenteet ovat:

E=Espanja, NL=Hollanti, GB=Iso-Britannia, I=Italia, F=Ranska, S=Ruotsi, D=Saksa, SF=Suomi, H=Unkari

Lähde: Arnold 1992.

Kansainvälistyminen aikakauslehdissä ei sinänsä ole uusi asia, ei myöskään Skandinavian maissa, joissa yhteinen kieli on luonut suotuisan pohjan rajojen ylittämiseksi. Alan skandinaavinen pioneeri on tanskalainen Aller, joka aloitti julkaisuutoiminnan myös Ruotsissa jo 1870-luvulla. (Ks. esim. Gustafsson 1990.)

Suomessa perinteisin ulkomainen aikakauslehti on vuonna 1945 aloittanut Valitut Palat, jota julkaisi aluksi Sanoma Oy. Nykyinen julkaisija on Reader's Digestin suomalainen tytäryhtiö. Valitut Palat on vieläpä suurilevikkisin Suomen yleisaikakauslehdistä (nettolevikki noin 350 000 kappaletta vuonna 1992). 1950-luvun alussa alkoi ilmestyä myös Aku Ankka, sekkin Sanoma Oy:n kustantamana.

Warner Communicationsin suomalainen tytäryhtiö Kustannus Oy Williams julkaisi 1970-luvun alkupuolella sarjakuvalehtiä, lukemistoja ja miestenlehtiä. Juuri ennen vetäytymistään Suomesta Warner hankki valikoimaansa myös joukon kotimaisia naistenlehtiä. (Osa viimeksimainituista kuuluu nykyisin A-lehtien valikoimaan.)

Suurten skandinaavisten kustannustalojen tulo Suomen markkinoille on leimallisesti 1980-luvun ilmiö, joka on 1990-luvulla jatkunut. Se on kasvattanut ulkomaisten lehtiyhtiöiden osuutta Suomen aikakauslehtimarkkinoista.

Suomen aikakauslehdistön kansainvälistymisen nykytilaa suurimpien kustantajien osalta kuvaa taulukko 9. Ulkomaisessa omistuksessa olevien kustantajien osuus volyymilla mitattuna on hieman alle 15 prosenttia kahdeksan suurimman kustantamon yhteisestä volyymista. Osuus on siten edelleen suhteellisen vaatimaton, mutta esim. 1980-luvun puoliväliin verraten se on tietenkin kasvanut.

Ruotsin – ja Pohjoismaiden – suurimman lehtikustantamon Bonnierin tytäryhtiö Bonnier Julkaisut aloitti Suomessa vuonna 1986 (aluksi nimellä Suomen Fogtdal). Bonnier Julkaisujen lehdet ovat Tieteen Kuvalehti, Tee Itse, Kunto Plus ja Uudet Käsitöet. Bonnier tuli Suomeen tosin jo 1970-luvun alussa, kun konserniin kuuluva pääasiassa sarjakuva- lasten- ja ristikkolehtiä julkaiseva Semic International perusti tännekin tytäryhtiön.

Ruotsalaisen ICA-Förlagetin suomalainen tytäryhtiö on Kustannus Oy Forma, jonka Kotivinkki alkoi ilmestyä vuonna 1983. Kotivinkin esikuva ICA-kuriren on Ruotsin levikiltään suurin aikakauslehti. Kustantajan muita lehtiä ovat Trendi ja keväällä 1992 lanseerattu Suhteet.

Tanskan suurin sanomalehtikustantaja Aller tuli Suomen aikakauslehtimarkkinoille keväällä 1992 yleisaikakauslehdellä nimeltä 7 päivää. Volyymilla mitaten Aller kiilautui heti avauksessa Valittujen Palojen edelle suurimpien

Taulukko 9.

Kahdeksan suurimman yleisöaikakauslehtien kustantajan keskinäiset volyymiosuudet 1991/92

Yhtiö	Volyyymi* Milj. kpl	%	Lehtiä 1992**
Yhtyneet Kuvalehdet Oy	45,8	37,5	27
Sanoma Yhtymä	33,6	27,5	28
A-lehdet Oy	23,0	18,8	9
Bonnier:			
– Kustannus Oy Semic	3,5	2,9	34
– Bonnier Julkaisut Oy	2,0	1,6	4
Aller Julkaisut Oy	4,8	3,9	1
Oy Valitut Palat – Readers' Digest	4,2	3,4	1
Kolmiokirja Oy	2,6	2,1	12
Kustannus Oy Forma	2,6	2,1	3
Yhteensä	122,1	100,0	

- * Valittujen Palojen ja Allerin volyymit vuodelta 1992, muut vuodelta 1991. – Niiden lehtien, joille ei ole suoritettu levikintarkastusta, volyymit laskettu painosmääristä, joista vähennetty palautusten arvioitu osuus.
- ** Mukana vähintään neljä kertaa vuodessa ilmestyvät julkaisut; ei sisällä Kolmiokirjan ja Semicin ristikkolehtiä.

Lähde: Sauri 1993

Levikkitiedot: Levikintarkastus Oy.

yleisölehtikustantajien joukkoon. 7 päivää lienee Valittujen Palojen jälkeen ensimmäinen ulkomaisen yhtiön Suomeen lanseeraama yleisöaikakauslehti.

Hieman kärjistäen voisi sanoa, että Skandinavian suuret aikakauslehtiyritykset näyttävät nykyisin hahmottavan keskeiseksi "kotimarkkina-alueeseen" yksittäisten Pohjoismaiden sijasta Pohjoismaat yhdessä – Suomi yhä useammin mukaanluettuna. Kielirajasta huolimatta kulttuurikynnys on suhteellisen matala.

Käännöslehdet ja konseptilehdet

Suomessa ilmestyvien monikansallisten aikakauslehtien voidaan sanoa edustavan kahta selvästi toisistaan erottuvaa tyyppiä. Toista voidaan kutsua "käännöslehdiksi" ja toista "konseptilehdiksi".

Käännöslehtien voidaan ajatella tyyppillisesti olevan joko aihepiiriltään hyvin selvästi rajattuja – esimerkiksi harraste- tai käsityölehdet – (Tee Itse, Burda) tai sitten aihepiiriltään todella universaaleja, kuten esimerkiksi populaariteolliset lehdet. Käännöslehtien kastiin kuuluu tietenkin myös enemmistö maassamme ilmestyvistä sarjakuvalehdistä ja osa lukemistotyyppisistä lehdistä.

Käännöslehdistä esimerkkejä ovat oikeastaan kaikki Bonnierin Suomessa ilmestyvät lehdet. Niiden erikieliset painokset ovat pitkälti toistensa kopioita. Niitä tässä edustakoon *Illustrered Videnkab* (Tieteen Kuvalehti), joka ilmestyy Tanskan ja Suomen lisäksi Norjassa, Ruotsissa, Ranskassa ja Saksassa. Kaikki erikieliset versiot toimitetaan, tuotetaan, markkinoidaan ja levitetään keskitetysti Tanskasta. Lehden tuotantoprosessia kuvailee tarkemmin Engen (1991).

Konseptilehdille puolestaan on tyypillistä, että vain lehden yleisidea on tuontitavaraa, mutta konseptin muokkaus, toteutus ja aiheetkin ovat kotimaisia tai kotimaisesta näkökulmasta tarkasteltuja. Allerin julkaisema 7 päivää on tanskalainen ja lähtökohta on tanskalainen lehtikonsepti (Se og Hör). Lehden konsepti on kuitenkin muokattu suomalaiselle lukijakunnalle. Lehdellä on suomalainen toimitus, ja aiheet poimitaan Suomesta tai suomalaisia kiinnostavilta alueilta. Toinen esimerkki tällaisesta lehdestä on Ruotsin suurimman aikakauslehden ICA-kurirenin suomalainen versio Kotivinkki. Norjan markkinoille myöhemmin versioitu vastaava julkaisu on toteutukseltaan lähempänä Kotivinkkiä kuin "emolehteä" ICA-kurirenia. Rojaltyt siitä eivät menekään emoyhtiölle Ruotsiin vaan suomalaiselle tytäryhtiölle Formalle. Forma on vuoden 1992 loppupuolella lanseerannut Kotivinkin myös Viron markkinoille nimellä Kodukiri.

Sekä käännöslehdille että konseptilehdille tulevat kansallisten erityispiirteiden asettamat reunaehdot vastaan muodossa tai toisessa. Käsityölehden innoittama villapaidan kutoja ei ehkä löydäkään juuri oikeanväristä tai -paksuista villalankaa suomalaisista alan liikkeistä. Tai nikkaroija voi havaita, että rakennusohjeessa suositellut materiaalit poikkeavat kotimaisista. Myös aihepiiriltään universaalit populaaritieteelliset lehdet voivat monella tapaa törmätä partikulaarisen maailman kansallisiin erityispiirteisiin. Engen (emt.) esittää tästä useita esimerkkejä.

Konseptilehtien kohdalla ongelma ei ole näin yksiselitteinen ja konkreettinen, mutta monista tekijöistä johtuen voi käydä niin, että konsepti ei "istu" jonkin maan kansallisille markkinoille ilman huolellista muokkausta – ja ehkä ei sen jälkeenkään. Siksi konseptijulkaisujen tuottamisessa ja markkinoinnissa on hyvä paikallistuntemus välttämätön. Yhteisyritykset ja lisenssisopimukset ovat yksi keino ratkoa kansainvälisyyden ja kansallisuuden yhteensovittamisen ongelmaa.

Esimerkiksi Ellen ruotsalaista versiota on julkaissut Hachetten ja Bonnierin yhteisyritys. Kotimaisista aikakauslehdenkustantajista Yhtyneet Kuvalehdet on ehkä aktiivisimmin lähtenyt ottamaan osaansa tämäntyyppisiltä lehti-markkinoilta. Vuonna 1992 Yhtyneet hoiti amerikkalaisen Runner's Worldin (Rodale Press Inc.) koemarkkinoinnin Pohjoismaissa. Samana vuonna yhtiö lanseerasi Suomen markkinoille Naisen Maailman (Essentials).

Lehden konsepti on hankittu englannin suurimmalta aikakauslehtikustantajalta IPC:ltä (osa Reed-konsernia). Lehti ilmestyy eri nimillä Englannin lisäksi kymmenessä maassa.

Varsinaisen monikansallisen kustannustoiminnan lisäksi Suomen aikakauslehdistö on kansainvälistynyt monilla muilla tavoin. Kotimaisten erikoisaikakaus- ja ammattilehtien piirissä yhteistyö ulkomaisten saman alan julkaisujen kanssa on monipuolista ja monimuotoista. Teksti- ja kuva-aineiston vaihtosopimukset, yhteiset uutismateriaalipalvelut sekä kalliiden laitetestien yhteisrahoitus ovat tästä esimerkkejä. (Suomalaisen aikakauslehdistön kansainvälistymisestä ja kansainvälisistä yhteistyömuodoista ks. Aikakauslehdistö 6/1992.)

Suomalaisten kustannustalojen suoranainen suuntautuminen ulkomaisille markkinoille on ollut vähäistä. Kyse on yleensä julkaisuista joilla on hyvin selvä kohderyhmä, kuten seuraavat esimerkit osoittanevat. Suomessa julkaistaan tieteellisiä ja teknologialehtiä kansainväliselle asiantuntijayleisölle. Sellainen on esimerkiksi Graphic Arts in Finland. Pohjolasta kiinnostuneille Keski-Euroopan matkailumarkkinoilla on tarjolla Polarlehdet Oy:n Free-days/Freizeit. Sanomaprintillä on Ruotsissa pieni ulkoilun harrastajille suunnattu erikoislehti Utemagasinet.

Edellä esitettyjen havaintojen perusteella Suomen aikakauslehdistöstä löytyy tällä hetkellä seuraavia kansainvälistymisen muotoja.

- Suuret skandinaaviset kustannustalot laajentavat "kotimarkkinansa" myös Suomeen.
- Kotimaiset kustantajat hankkivat julkaisuoikeuksia ulkomaisiin lehtikonsepteihin tai toimivat ulkomaisten lehtien yhteistyökumppaneina.
- Kotimaiset erityisesti harraste- ja ammattilehdet harrastavat monipuolista kansainvälistä yhteistyötä ulkomaisten sisarlehtiensä kanssa.
- Kotimaiset kustantamot hakeutuvat pienimuotoisille ja selkeästi rajatuille ulkomaisille lehtimarkkinoille.
- Suomalaiset kustantamot tai ulkomaiset kustantajat Suomen kautta tekevät avauksia Baltian käymistilassa oleville lehtimarkkinoille. ICA:n tytäryhtiö Forman Virossa julkaisema Kodukiri on tästä esimerkki. Kokemuksia suomalaisten lehtikonseptien mahdollisuuksista näillä markkinoilla tuonee edellä jo mainittu virolainen yleisaikakauslehti Elu Pilt (Elämän Kuva), jonka konseptin esikuva on Seura. Lehti on saanut alkutaipaleellaan tukea Seuralta, lehdellä on suomalainen taittaja ja lehti painetaan Suomessa.

Suomalaisia kustannustuotteita ulkomaiselta kilpailulta suojanneista tekijöistä keskeisimmät liittyvät kieleen, kulttuuriin, paikallisuuteen ja ajankohtaisuuteen. Ne ovat olleet vahvuustekijöitä, mutta nämä vahvuudet saattavat heikentyä ja jopa muodostua uhaksi. Toisaalta näitä uhkia voidaan myös yrittää kääntää mahdollisuuksiksi.

Suomen kieli on turvannut kotimaan markkinat kotimaisille kustantajille. Kielitaidon lisääntyessä suomalaiset voivat kuitenkin yhä enemmän lukea myös ulkomaisia lehtiä ja kirjoja. Toisaalta ulkomaiset ja ulkomailla oleskelevat suomalaiset voidaan nähdä potentiaalisina lukijoina suomalaisille kustannustuotteille.

Kulttuurisidonnaisuus on eräs suomalaisten kustantajien tärkeimmistä voimatekijöistä. Suomalaisia lukijoita kiinnostaa suomalainen arkitodellisuus ja siihen liittyvät tekijät. Paikallisuus liittyy läheisesti kulttuurisidonnaisuuteen. Lähimmän elinalueen asiat kiinnostavat. Elinalue kuitenkin laajenee ja esimerkiksi Brysselissä tehtävät päätökset koskevat yhä enemmän myös meitä. Eurooppalaisuus saattaa joskus merkitä kasvavia markkinoita eurojulkaisuille myös Suomessa.

Kirjallisuus

Aikakauslehdistö 6/92 (Teemanumero "Aikakauslehdistö Impivaarasta maailmalle")

Arnold, William: EY ja aikakauslehdistö: tarjolla 350 miljoonan lukijan markkinat. Aikakauslehdistö 3/1992.

Engen, Birgitte: Illustreret Videnskabs internationalisering. Teoksessa Gustafsson (toim.): Veckopressbranchens struktur och ekonomi. Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Informations- och massmediegruppen, Skrifter nr 5 Göteborg 1991.

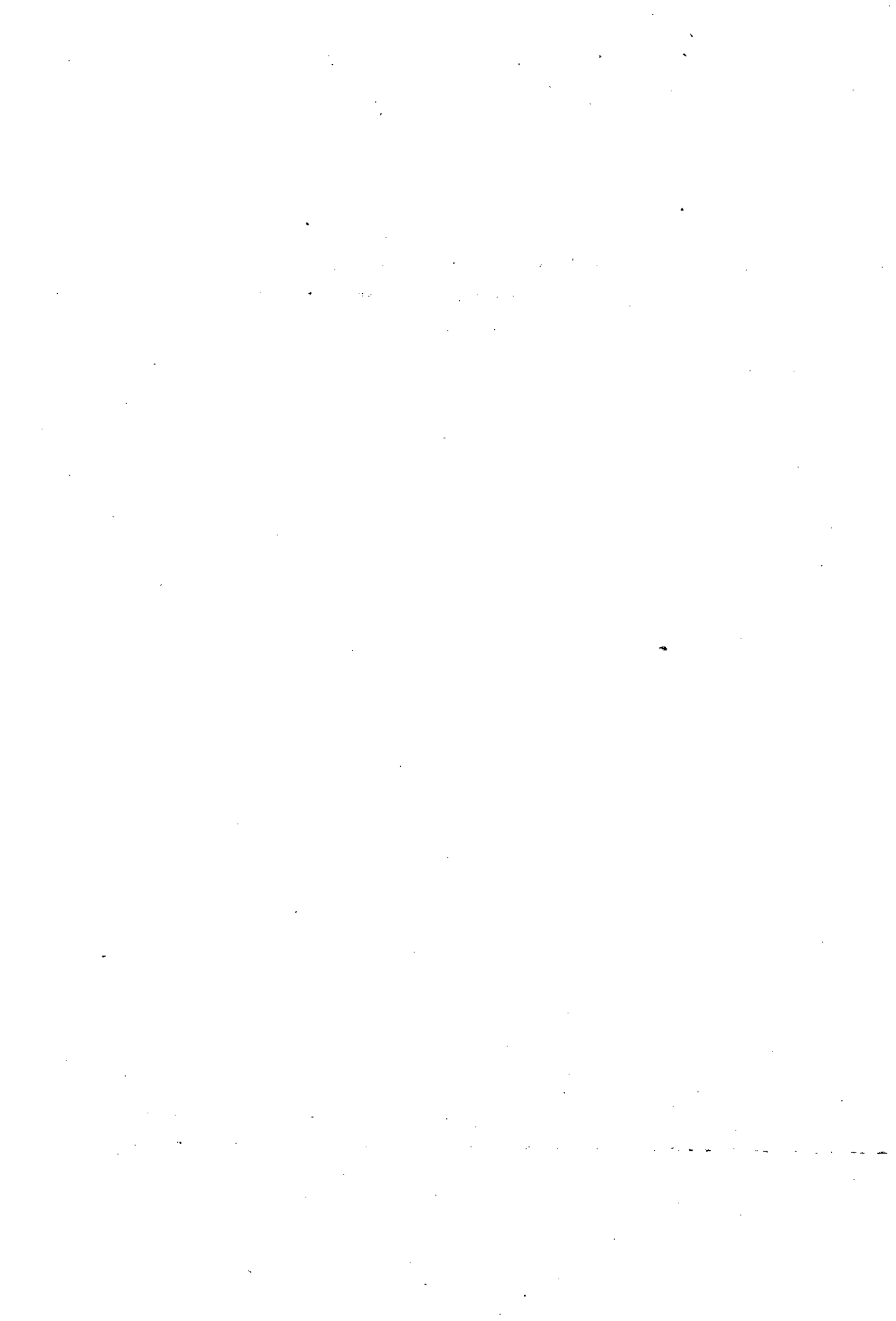
Graafiset faktat 1993. Graafisen Teollisuuden Liitto 1993.

Gustafsson, Karl Erik: Veckopressen – nedgång men inte fall. Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Informations- och massmediegruppen, Rapport 17. Göteborg 1990.

Hafstrand, Helene: Populärpressens internationalisering. Teoksessa Gustafsson (toim.): Komparativa massmediestudier. Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Informations- och massmediegruppen, Skrifter nr 6. Göteborg 1993.

Niemi, Juhani: Kirjallisuus instituutina. SKS, Helsinki. 1991.

- Pätynen, Pekka: Elvyttämisen keinot kirjapainotoiminnassa. Kirjapainotaito/Graafikko 8/91.
- Rimpiläinen, Markku: Vanhat viejät menestyivät Ruotsin markkinoilla. Painomaailma 1/92.
- Sauri, Tuomo: Joukkoviestinnän rakenteita 1980-luvulta 1990-luvulle. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 1. Tilastokeskus, Helsinki 1993.
- Suomen graafisen teollisuuden vientikilpailukyky – nykytilanne ja edistämismahdollisuudet. VTT, Graafinen laboratorio. Espoo 1993.
- Survey of the magazine business 1988–1989. FIPP, 1990 (moniste).
- Törn, Tage: WSOY:n ja Helprintin koneinvestoinnit nostavat graafisten tuotteiden vientiä lähivuosina. Painomaailma 6/92
- Wilson, Geoffrey: The challenge of changing Europe to the printing industry. Esitelmä Kirjapainajan päivillä 19.10.1993 (moniste).
- World press trends. FIEJ, Paris 1993.



Vaikuttaako joukkoviestinnän keskittyminen sisältöön? Keskittyminen, monipuolisuus ja pluralismi

Joukkoviestinnän tilastojulkaisuista puuttuvat usein tai niissä on hyvin vähän viestinnän sisältöjä kuvaavia taulukoita ja tietoja. Sisällön kuvaamiseen liittyy monia käsitteiden määrittelyn, mittaamisen ja mittaustulosten yleistämisen ongelmia. Tämä koskee myös joukkoviestinnän keskittymisen ja sisällön suhdetta kuvaavia tietoja.

Tässä artikkelissa käsitellään niitä tutkimusongelmia, jotka liittyvät joukkoviestinnän keskittymisen vaikutuksiin viestinnän sisältöön. Tällöin törmätään keskittymisen, monipuolisuuden ja pluralismin välisiin yhteyksiin. Näillä käsitteillä on merkitystä myös toimittajien ja viestintähallinnon kannalta. Viestintäpolitiikassa voidaan tehdä sääntely- tai rajoituspäätöksiä esim. viestimisen omistuksesta tai markkinaosuuksista, jos halutaan ehkäistä keskittymisen haittoja. Sääntelytoimet ovat kuitenkin ensisijassa poliittisia päätöksiä; tieteellistä perustelua tai näyttöä voi olla hyvin vaikea löytää.

Seuraavassa pyritään avamaan keskustelua monipuolisuuden ja pluralismin käsitteistä, niiden arvioimisesta ja lisäämismahdollisuuksista keskittymismatiikan yhteydessä.

Tulosten kaksijakoisuus

Pelko joukkoviestinnän, erityisesti lehdistön, keskittymisen kielteisistä vaikutuksista on herättänyt paljon keskustelua ja tutkimusta. Keskittymisellä tarkoitetaan sitä, missä laajuudessa viestintäalan yritykset tai markkinat ovat saman omistajan hallussa tai valvonnassa. Kun tutkimuksissa ja viestintäkeskustelussa on kannettu huolta monipuolisuuden tai pluralismin kaventumisesta, niin tarkastelun kohteena on ollut nimenomaan *uutisvälitys* ja *uutisjournalismi*.

Lehdistön alalla tutkimuskohteina ovat olleet, miten keskittyminen on vaikuttanut markkinoilla olevien toisistaan riippumattomien sanomalehtien määrään, lehtiryhmien ja ketjujen kasvuun erityisesti silloin, kun lehti on jäänyt monopoliasemaan levikkialueellaan, sekä ristiinomistuksen seurauksiin.

Sanomalehdistön keskittymisen sisältövaikutuksia tutkittaessa on päähuomio kohdistunut tarjonnan monipuolisuuteen ja pluralismiin. Pääoletuksia ovat olleet:

- (1) Sanomalehden joutuminen valtakunnallisen lehtiketjun tai ryhmän omistukseen vähentää sen paikallisesti tärkeiden uutisten ja mielipiteiden tarjontaa.
- (2) Kilpailevan lehden puuttuminen vähentää sillä alueella lukijoiden käytävissä olevan informaation ja mielipiteiden monipuolisuutta.
- (3) Sanomalehden siirtyminen itsenäisestä lehdestä lehtiryhmään tai lehtiketjuun tai jääminen alueen monopolilehdeksi pienentää lehden itsenäisyyttä ja toimituksellista elinvoimaa.

Tutkimustulokset ovat olleet kaksijakoisia. Jotkut tutkimukset osoittavat, että keskittyminen heikentää viestimien sisällön laatua; jotkut tutkimukset osoittavat sisällön laadun parantuneen. Dennis Hale (1991, 35) sanoo enemmistön tutkimuksista osoittavan, että markkinarakenteella ei ole suurta vaikutusta: keskittymisen hyödyt ja haitat ovat tasapainossa. Denis McQuail (1992, 116) katsoo, että tutkimusten suuresta määrästä huolimatta ei ole vielä päästy yleispätevään näkemykseen lehdistökeskittymisen ja monopolin tuomista hyödyistä ja haitoista sisältötarjonnan kannalta. Myös television ohjelmatarjontaa tutkinut Barry R. Litman (1992, 122) on samoilla linjoilla todetessaan, että samalla kun on olemassa melko yhtenäinen ja yksimielinen käsitys ohjelmatarjonnan monipuolisuudesta, sen mittaaminen käytännössä on vaihdellut yhtä paljon kuin sen oletetut yhteydet markkinoiden rakennetekijöihin ja katsojien ohjelmavalintoihin. Litmanin mielestä monipuolisuus on jäänyt käsitteenä epäselväksi ja kiistanalaiseksi. Sisältövaikutusten empiirisissä tutkimuksissa ongelmana on ollut se, että on vaikea testata ja erotella kaikkia muita sisältöön vaikuttavia tekijöitä keskittymisen ohella.

Maxwell E. McCombs (1988, 136–137) vertaili Montrealin ja Winnipegin muuttumista kahden keskenään kilpailevan, eri lehtiryhmiin kuuluvan, sanomalehden kaupungeista yhden lehden edelleen ryhmien omistuksessa olevan lehden kaupungeiksi. Sisällön erittely ennen ja jälkeen monopoliaseman ei tukenut perinteistä käsitystä siitä, että kilpailu takaa monipuolisuuden. McCombsin tulos oli, että journalismin ammatilliset näkökulmat ja journalistiset käytännöt, ei kilpailu, 'määräävät' lehden sisältöä. Kilpailu sinänsä ei takaa monipuolisuutta. Kilpailun loppuminen ei muuttanut monopoliasemaan jääneitä lehtiä juuri lainkaan. Ne harvat muutokset, joita ilmeni, johtuivat lehtien toimitustyön laadun paranemisesta.

Toisaalta Dores A. Candussin ja James P. Winterin (1988, 145) tutkimus Winnipegin muuttumisesta yhden lehden kaupungiksi osoitti, että ilmoi-

tushintojen ja irtonumerohinnan korotukset olivat selvimmät monopoliaseman mukanaan tuomat muutokset: ilmoittajat maksoivat aiempaa enemmän ja lukijat maksoivat enemmän, mutta saivat vähemmän. Candussin ja Winterin tutkimus tukee sitä käsitystä, että alueellisessa monopoliasemassa oleva lehtiyhtiö sanelee muille markkinoiden ehtoja, mikä ei hyödytä ilmoittajia eikä lukijoita.

McCombsin (1988, 137) mielestä keskittymisen vastainen lainsäädäntö eli antitrustilainsäädäntö ei ole turvannut Yhdysvalloissa tiedonvälityksen monipuolisuutta. John B. Busterna (1991) tuli kuitenkin päinvastaisiin tuloksiin vertaillessaan USA:n suurimman sanomalehtiketjun, Gannettin, 51 lehteä vastaavaan määrään itsenäisiä lehtiä. Gannettin ryhmän asettama valtakunnallinen hintataso mainostajille osoittautui noin kymmenen prosenttia korkeammaksi kuin itsenäisillä lehdillä. Pienilevikkisten lehtien ryhmässä ero oli 6,2 prosenttia ja suurilevikkisillä 15,8 prosenttia. Tutkimus tuki käsitystä, että hyvin järjestäytyneillä lehtiketjuilla on valta määrätä haluamansa hinnat. Busternan mielestä tulokset tukevat sitä viestintäpoliittista näkemystä, että antitrustilainsäädäntöä pitäisi soveltaa nimenomaan suurempia lehtiketjuja vastaan. Myös Robert G. Picard (1988, 63) päätyy siihen, että monopoliaseman saavuttaneiden lehtien mainostilan myyntihinnat ovat muita lehtiä korkeammat.

David P. Demers ja Daniel B. Wackman (1988) vertailivat ketjuomisteisia ja itsenäisiä lehtiä niiden asettamien päämäärien perusteella. Ketjuomistuksessa olevien lehtien päätoimittajat olivat taipuvaisempia pitämään lehden tuottamaa voittoa yritystään ohjaavana päämääränä kuin itsenäisesti omistettujen lehtien päätoimittajat. Tutkimuksessa ei kuitenkaan ilmennyt, että ketjun lehdet olisivat vähemmän kiinnostuneita lehtiensä laadusta.

Dominic L. Lasorsa (1991) vertaili vaalien yhteydessä kansalaisten mielipiteitä yleisistä asioista yhden lehden paikkakunnilla ja paikkakunnilla, joilla oli lehtien välistä kilpailua. Alueellisesti kilpailevien lehtien paikkakunnilla oli tilastollisesti merkittävästi enemmän mielipiteiden moninaisuutta verrattuna yhden lehden paikkakuntiin. Sanomalehtien kilpailu on Lasorsan mielestä tärkeä mielipiteiden monipuolisuutta rohkaiseva tekijä yleisiä asioita koskevissa kysymyksissä.

Lehtien ryhmä- tai ketjuomistuksen yhdenkaltaistavaa vaikutusta lehtiensä tarjoamiin uutisiin tai kannanottoihin on tutkittu toistaiseksi vähän. Yhdysvaltalaiset Akhavan-Majid ym. (1991) havaitsivat, että em. Gannett-ketjulla oli yhtenäistävä vaikutus ketjuun kuuluvien lehtien kannanottoihin kiistanalaisiin poliittisiin kysymyksiin. Ryhmä vertaili 56 Gannettin ja 155 muun lehden uutisointia ja kannanottoja kolmeen julkisuudessa olleeseen kysymykseen USA:ssa vuonna 1989.

Keskittymisen vaikutuksista yleisradiotoimintaan on vähemmän tutkimustuloksia kuin sanomalehdistön alueelta. Keskittymisen ja kilpailun vaikutuksia television ohjelmatarjontaan on tutkittu eniten Yhdysvalloissa. Joseph R. Dominick ja Millard C. Pearce (1976) osoittivat, että televisio-ohjelmien monipuolisuus on jatkuvasti vähentynyt ja samalla ohjelmarakenne ja ohjelmaluokat ovat yhdenmukaistuneet. He puhuvat "ohjelmasykleistä", jolloin suuret yhtiöt pikemminkin kopioivat toistensa menestyviä ohjelmia useita kertoja useiden vuosien ajan, kuin toisivat markkinoille uusia vähemmistöissä olevia makusuuntia miellyttäviä ohjelmatyyppejä. Litmanin (1992, 126) mielestä tällainen kaavamainen ohjelmisto on vastakohta kaikelle kokeilevuudelle ja uuden etsimiselle ja siten myös monipuolisuudelle.

Useimpien Länsi-Euroopan maiden yleisradiotoiminnassa monipuolisuus tai pluralismi on sisällytetty lainsäädäntöön tai toimilupaehtoihin. Julkisen palvelun yleisradiotoiminta on yleensä velvoitettu kulttuurisen moninaisuuden tarjoamiseen ohjelmatuotannossa, mutta useissa maissa myös kaupalliselle televisiolle on asetettu samat velvoitteet (ks. *Pluralism and Media Concentration in the Internal Market* 1992).

Udo Michael Krüger (1991) havaitsi, että julkisen palvelun ja kaupallisen television ohjelmiston etäisyys toisistaan on Saksassa pienenemässä. Julkiset tv-yhtiöt ovat silti edelleen kaupallisia sidotumpia vakavaluonteiseen ohjelma- ja uutistarjontaan. Krüger pohtii, päädytäänkö siihen, että julkinen ja yksityinen yhtiö tulevat toimimaan tietynlaisessa yhteistyössä, toiminnallisen työnjaon mukaan. Tästä seuraisi, että television ohjelmatuotannossa kokonaisuutena olisi vähemmän monipuolisuutta ja pluralismia, jos sekä julkinen että kaupallinen keskittyvät vain parhaiten taitamaansa ohjelmatuotantoon.

Monipuolisuuden ja pluralismin ulottuvuudet

Monipuolisuuden ja pluralismin arvot ovat syvälle iskostuneet länsimaisiin käsityksiin siitä, mikä on moderni yhteiskunta. Nykyajan yhteiskuntaan liitetään usein yksilöllisyys, muutos, sananvapaus ja liikkumisen vapaus. Joukkoviestimillä katsotaan olevan merkittävä rooli demokraattisissa yhteiskunnissa.

Jotta joukkoviestintä pystyisi muodostamaan yleistä ja yksityistä mielipidettä sekä myötävaikuttamaan demokraattiseen päätöksentekoon, on joukkoviestintäjärjestelmän kokonaisuutena tarjottava kulttuurista moninaisuutta ja poliittista pluralismia niin paljon kuin mahdollista ja välttämätöntä.

Viestinnän monipuolisuudella on monia ulottuvuuksia, joista jotkut liittyvät enemmän rakenteellisiin tekijöihin ja jotkut toiset sisältöön ja esitystapaan. Wolfgang Hoffmann-Riem (1987) jäsentää monipuolisuuden ulottuvuudet neljään ryhmään:

- (1) Ohjelmamuodon ja aiheiden monipuolisuus: ohjelmaformaattien monipuolisuus ja erilaisuus vastaanottajan kannalta (viihde, tiedonvälitys, kasvatust jne; ohjelmistovaatimukset);
- (2) sisällön monipuolisuus: mielipiteiden, aiheiden ja uutisten monipuolisuus vastaanottajan kannalta;
- (3) yksilöiden ja ryhmien monipuolisuus: monipuolinen pääsy viestimiin ja esiintyminen niissä sanomien lähettäjänä;
- (4) kerronnan maantieteellinen peittävyys ja merkittävyys vastaanottajien ja lähettäjien kannalta.

Maantieteellinen monipuolisuus voidaan edelleen jakaa McQuailin mielestä (1992, 151–152) rakenteeseen ja sisältöön liittyviin alalottuuksiin:

- (4 a) palvelevatko paikkakuntien ja alueiden omat viestimet tosiasiallisesti alueitaan;
- (4 b) tarjoavatko paikalliset viestimet todellisen vaihtoehdon kaikkien muiden viestintäkanavien joukossa;
- (4 c) onko kanavien sisällä riittävästi tiedon, mielipiteiden ja kulttuurin monipuolisuutta paikallisten olosuhteiden kannalta ja erityisesti viestimiin pääsyn monipuolisuuden kannalta;
- (4 d) tarjoavatko paikalliset ja alueelliset viestimet palvelua (vaihtoehtoisia kanavia ja sisältöjä), joka on riittävä korvaamaan valtakunnallisten viestimien tarjoaman viestintäpalvelun;
- (4 e) kiinnittävätkö valtakunnalliset viestimet riittävästi huomiota eri alueisiin.

Näiden lisäksi on eroteltavissa ainakin viisi muuta monipuolisuuden ulottuvuutta, jotka voidaan ottaa huomioon:

- (1) Omistuksen monipuolisuus: pääsy omistajaksi (toimilupapolitiikka);
- (2) viestintäkanavien monipuolisuus: pääsy erilaisiin (vaihtoehtoisiin, kilpaileviin) viestintäpalveluihin kuluttajan omana valintana;
- (3) lähteiden monipuolisuus: uutislähteiden laatu ja määrä sanomien lähettäjänä;
- (4) sukupuolten monipuolisuus: pääsy vastaanottajaksi ja lähettäjäksi;

- (5) taloudellisen tuen monipuolisuus: julkinen (verot, lupamaksut) tai yksityinen rahoitus (mainonta, sponsorointi).

Ottamalla huomioon nämä erilaiset näkökohdat ja ulottuvuudet voidaan tehdä tarkempia arvioita viestinnän monipuolisuudesta ja pluralismista, ennen kuin lähdetään tekemään viestintäpoliittisia päätöksiä, joilla vaikutetaan viestintämarkkinoiden rakenteisiin.

Lisäksi on huomattava, että viestintäyhtiöiden välinen yhteistoiminta ja yhteistyö on lisääntymässä sekä määrältään että arvoltaan. Ad van Loon (1992, 111) toteaa, että viestintäyhtiöiden yhteistoiminnan muodot ovat lisääntyneet huomattavasti myös regionaalisella ja kansainvälisellä tasolla. Yhteistoiminta on kuitenkin usein esivaihe yhtiöiden sulautumiselle tai yrityskaupoille, mitkä vähentävät viestimien lukumäärää. EY:n komission selvitys pluralismista ja viestinnän keskittymisestä (1992) toteaa, että viestimien fuusioitumisen vaikutuksia pluralismiin pitää arvioida "siinä ympäristössä, jossa fuusio tapahtuu. Fuusioilla voi olla haitallisia vaikutuksia pluralismiin, koska ne voivat rajoittaa viestimien omistajien tai niissä määräävää vaikutusvaltaa käyttävien tahojen monipuolisuutta, mikä on puolestaan olennainen edellytys yleisölle tarjottavan tiedon monipuolisuuden kannalta" (Pluralism and Media Concentration in the Internal Market, 21).

On myös huomattava, että kun useita viestintätoimintoja on taloudellisesti keskitetty saman viestintätalon katon alle synergiaetujen saamiseksi, niin keskittämistä on toteutettu myös journalistisen tuotannon alueella, kuten uutistoiminnassa. Vaarana voi tällöin olla, että yhden yksittäisen viestintäyhtiön hallussa olevien eri viestimien sisältö tulee yhä yhdenkaltaisemmaksi ja toisteisemmaksi, jolloin alueellinen tai paikallinen monipuolisuus kärsii.

Monipuolisuus käsitteenä

Keskustelu viestimien moninaisuudesta pitäisi perustua moniaineksiseen näkökulmaan. Moninaisuus pitäisi määritellä moniulotteisesti ja se pitäisi nähdä tietyinä valintamahdollisuuksien rakenteena, joka on yhteydessä viestinnän käyttöön tietyinä ajankohtana.

Ensinnäkin voidaan erottaa monipuolisuuden *laajuus* ja *syvyys*. Laajuus liittyy journalististen juttutyypien, muotojen ja esitystapojen moninaisuuteen viestimen käytön tietyinä ajankohtana. Syvyys on puolestaan yhteydessä viestimen sisällön vaihteluun saman journalistisen juttutyypin, lajin, muodon ja esitystavan puitteissa tietyinä käytön ajankohtana.

Monipuolisuus pitäisi näin ollen määritellä mahdollisuudeksi valita tietyinä ajankohtana erilaisista juttutyypeistä, aiheista ja tapahtumista; eri tiedonlähteistä, muodoista, esityksistä, tyyleistä; eri mielipiteistä, arvoista; eri tekijöil-

tä ja eri näkökulmista jne. Lyhyesti sanottuna monipuolisuus viittaa kulttuurisesti erilaisiin esityksiin viestimien tarjonta-avaruudessa.

Jos monipuolisuutta halutaan edistää, niin viestinnän taloutta, teknologian saatavuutta ja käyttöaikaa koskevat esteet tai rajoitukset eivät saisi estää vastaanottajien ja kuluttajien pääsyä tällaiseen vaihteluun viestintätarjonnassa. Esimerkiksi television suuret tuotantokustannukset eivät saisi rajoittaa ohjelmatuottajien määrää silloin, kun tehdään ohjelmaa pienyleisöille, kuten television opetus- ja tiedeohjelmat.

On idealistista olettaa, että yksittäinen viestinnän kuluttaja olisi aina halukas tai kykenevä ottamaan koko hyödyn tarjolla olevasta monipuolisuudesta. Potentiaalista, mahdollista pluralismia ei siis voida rinnastaa pragmaattiseen, käytännössä läsnäolevaan pluralismiin. Väittelykirjassaan Everette E. Dennisin kanssa John C. Merrill (1984, 69–70) huomauttaa, että pluralismista voidaan erottaa eri tasoja sen mukaan, mitä näkökulmaa halutaan korostaa. Hänen mielestään pluralismissa voidaan erottaa neljä tasoa: 1) järjestelmä-, 2) yhteisö-, 3) paikallis- ja 4) sanomataso. Merrill havainnollistaa näitä eroja kysymällä (1984, 70): "Miten *minuun* tässä minun paikallisuudessa todellakaan vaikuttaa se, että *koko maan mitassa* pluralismi mahdollisesti laajeneekin? Se monipuolisuus, mitä minä haluan, on tässä ja nyt (*minun* uutisvälineessäni)", ei se mikä saattaa olla käytettävissä jollakin toisella paikkakunnalla.

Monet seikat, kuten viestintäjärjestelmän tosiasiallinen toiminta kokonaisuudessaan, viestimien käyttötilanne, vastaanottajan sosiaalis-taloudellinen asema, yksilön psykologinen rakenne, teknologinen pääsy viestimiin, vapaa-aika ja viestimiin käytetty aika, sosiaalinen ympäristö, henkilökohtaiset mielenkiinnon kohteet ja muut tekijät sekä olosuhteet rajoittavat viestintävälineitä yleensä. Nämä tekijät suosivat erityisesti pääsyä jo tuttuihin ja siksi samankaltaisiin sisältöihin ja kaavoittuneisiin viestimien kulutustapoihin.

Pluralismi käsitteenä

Pluralismi on monipuolisuuden erityinen ilmenemismuoto. Pluralismi liittyy yhteiskunnallisten, erityisesti poliittisten, mielipiteiden, etujen ja arvojen esittämiseen viestimissä.

Demokratian ihanteellisessa muodossa jokaisella mielipiteen, intressin ja arvovon rakennelmalla pitäisi olla käytettävissä tai saatavilla välineet saadakseen itsensä ilmaistuksi julkisen keskustelun kulussa (Curran 1991, 111). Todellisuudessa nämä mahdollisuudet ovat rajoitetut. Rajoittava tekijä on esimerkiksi talousjärjestelmä, jos se ei tarjoa pääomaa kaikille mielipiteen muodostumille, erityisesti vähemmistömielipiteille, saada itseään ilmaistuksi. Myös teknologia asettaa tiettyjä rajoja, kuten radiotaajuuksien niukkuus. Niinikään lainsäädäntö ja poliittiset enemmistöt rajoittavat mahdollisuuksia.

Kuten edellä todettiin, viestimien keskittyminen ja/tai yhteistoiminta vähentävät toisistaan riippumattomien viestintäyhtiöiden määrää. Tämän lisäksi yhteiskunnan eriytyminen, segmentoituminen ja hajautuminen rajoittavat myös tärkeiden poliittisten toimijoiden ja mielipidemuodostumien mahdollisuuksia päästä viestimiin ja julkisen keskustelun kentille. Tämän seurauksena suuri joukko toimijoita ja yhteisöjä joutuu yrittämään saamaan kantaansa julki pienentyneessä määrässä itsenäisiä joukkoviestimiä. Tällaista tilannetta saatetaan demokratiassa pitää "normaalina" ja "hyväksyttävänä". Joskus tällainen asiantila nähdään kuitenkin uhkana sille, että kaikkein tärkeimmät mielipiteiden, etujen ja arvojen muodostumat jäävät riittämättömästi esitellyiksi julkisessa keskustelussa. Kysymys on myös siitä, miten viestintätuotantoon ja siitä käytävään keskusteluun osallistuvat päätoimijat suhtautuvat tämän jännitteen vähentämiseen. Näin pluralismin arviointi kytkeytyy viime kädessä ihmisoikeuksiin.

Uutisvälityksen monipuolisuuden esteet

Uutisvälityksen alalla monet tutkimukset ovat osoittaneet tuotannon sisäisten tekijöiden, kuten vakiintuneiden journalististen työtapojen, ammattikäytäntöjen ja esitystapojen, vaikuttavan lopputuotteeseen enemmän kuin kilpailu tai keskittyminen.

Paikallisladioiden, paikallislehtien ja valtakunnallisten lehtien uutisia tutkineet Schanne ym. (1989) havaitsivat, että kilpailu paikallistasolla tuotti suuremman määrän uutisia samoista aiheista, mutta ei lisännyt paikallisuutisten monipuolisuutta. Äskettäin perustetut kilpailevat viestimet yrittivät saada osuuttaan markkinoista, mutta eivät pystyneet tarjoamaan vaihtoehtoisia näkemyksiä tai uutisia, suurempaa mielipiteiden monipuolisuutta tai laajempaa luoksepääsyä viestimiin. Saman viestintätalon omistuksessa ollut sanomalehti ja kaupallinen paikallisradio kilpailivat mainosmarkkinoista, mutta eivät journalistisesti uutisista.

Dennis F. Hale (1991) vertaili uutispalvelujen käyttöä itsenäisissä ja ketjuihin kuuluvissa lehdissä eikä löytänyt eroja niiden käyttämien uutispalvelujen kokonaismäärässä, pääasiallisten tietotoimistojen käytössä eikä arvovaltaisten uutistoimistojen käytössä. Ainoa ero oli, että ketjuun kuuluvat lehdet tilasivat aineistoa enemmän ketjunsä omistamista uutispalvelutoimistoista.

Maxwell E. McCombs (1988) on tehnyt journalismin sisältöön kohdistuneista tutkimuksista yhteenvedon niistä tilanteista ja tekijöistä, jotka *lisäävät viestimien sisällön yhdenmukaisuutta*:

- (1) Yhteinen uutisvälitysjärjestelmä. Kansainvälisiä ja kansallisia uutisia välittävät muutamat harvat maailmanlaajuisesti hallitsevat uutistoimistot. Valtakunnallisia ja paikallisia uutisia välittää vain yksi kansallinen

tietotoimisto. Utiskerronnassa käytetään kaikkialla vain rajallista määrää journalistisia uutislähteitä.

- (2) Uutisten aihealueiden melko rajoittunut rakenne suuntaa toimittajien huomiota ja sitä kautta viestimien uutissisältöä yksinkertaisiin maantieteellisiin ulottuvuuksiin (paikallinen; valtakunnallinen; maailmanlaajuinen) ja aihepiireihin (politiikka; talous; kulttuuri; urheilu).
- (3) Toimittajat ovat riippuvaisia samoista suhdetoimintaan pyrkivistä vaikutusvaltaisista instituutioista ja intressiryhmistä yhteiskunnassa.
- (4) Utiskriteerit suuntaavat toimittajien huomiota ja siten viestimien sisältöä tärkeimpinä pidettyjen poliittisten toimijoiden päätöksiin kunkin kansallisen poliittisen järjestelmän eri tasoilla.
- (5) Utiskriteerit suuntaavat toimittajien huomiota ja siten viestimien sisältöä tiettyihin aiheisiin, kuten kuolema, hulluus, rakkaus, valta, vallan puute, dramaattisuus, pahuus, intohimo, menestys.
- (6) Useimmat viestimet toimivat markkinoilla, joilla on laaja kirjo yleisöjä, jotka ovat monin tavoin eriytyneitä ja kerrostuneita. Sisällön kokonaisuus ja välittäminen näille yleisöille periaatteella "kaikkea kaikille" vähentää usein mielipiteiden monipuolisuutta ja kommentointia "pienimmän yhteisen nimittäjän" mukaan, joka on usein pyrkimys mahdollisimman suuriin vastaanottomääriin.

Edellisen perusteella näyttää siltä, että keskittymisen ja pluralismin tutkimuksen pääongelma on siinä, että on monia esteitä todentaa empiirisesti oletuksia omistuksen vaikutuksesta. Osin tämä johtuu siitä, että sisältöä koskeviin päätöksiin vaikuttavat monimutkaiset toisiinsa kietoutuneet tekijät, jolloin on hyvin vaikea erottaa jonkin yhden tekijän vaikutus (ks. *Medieföretagsköp och mediekoncentration 1992*, 86–88).

Denis McQuailin (1992, 125) mielestä on hyvin vaikea osoittaa mitään suoraa yhteyttä omistuksen ja sisällön välillä. Omistusrakenteen ja sisällön välinen prosessi on monimutkainen ja siihen vaikuttaa useampi muuttuja, kuin empirian tasolla on voitu ottaa huomioon.

Kirjallisuus

Akhavan-Majid, Roya, Rife, Anita & Gopinath, Sheila (1991): Chain Ownership and Editorial Independence: A Case Study of Gannett Newspapers. *Journalism Quarterly* 68:1–2, 59–66.

Busterna, John B. (1991): Price Discrimination as Evidence of Newspaper Chain Market. *Journalism Quarterly* 68:1–2, 5–14.

Candussi, Dores A. & Winter, James P. (1988): Monopoly and Content in Winnipeg. *Teoksessa Press Concentration and Monopoly*, 139–145.

Curran, James (1991): Mass Media and Democracy: A Reappraisal. *Teoksessa Curran & Gurewitch (ed.): Mass Media and Society*. London: Edward Arnold, 82–117.

- Demers, David Pearce & Wackman, Daniel B. (1988): Effect of Chain-Ownership on Newspaper Management Goals. *Newspaper Research Journal* 9:2, 59–68.
- Dennis, Everette E. & Merrill, John C. (1984): *Basic Issues in Mass Communication. A Debate*. New York: Mac Millan.
- Dominick, Joseph R. & Pearce, Millard C. (1976): Trends in Network Prime-Time-Programming 1953–1974. *Journal of Communication* 26:4, 70–80.
- Hale, Dennis F. (1991): The Influence of Chain Ownership on News Service Subscribing. *Newspaper Research Journal* 13:3, 34–46.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang (1987): National Identity and Cultural Values: Broadcasting Safeguards. *Journal of Broadcasting* 31:1, 57–72.
- Krüger, Udo Michael (1991): Positionierung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme im dualen System. *Programmanalyse 1990. Media Perspektiven* 5, 303–332.
- Lasorsa, Dominic L. (1991): Effects of Newspaper Competition on Public Opinion Diversity. *Journalism Quarterly* 68:1–2, 38–47.
- Litman, Barry R. (1992): Economic Aspects of Program Quality: The Case of Diversity. *Studies of Broadcasting* 28, 121–156.
- McCombs, Maxwell E. (1988): Concentration, Monopoly and Content. Teoksessa Robert G. Picard, James P. Winter, Maxwell E. McCombs & Stephen Lacy (ed.) (1988): *Press Concentration and Monopoly: New Perspectives on Newspaper Ownership and Operation*. Norwood, N.J.: Ablex, 129–137.
- McQuail, Denis (1992): *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.
- Medieföretagsköp och mediekoncentration (1992). Nordiske Seminar- og Arbejdsrapporter, 514. Nordisk Ministerråd, København.
- Picard, Robert G. (1988): Pricing Behaviour of Newspapers. Teoksessa *Press Concentration and Monopoly*, 55–69.
- Pluralism and Media Concentration in the Internal Market. An assessment of the need for Community action (1992). Commission of the European Communities, COM(92)480 final, Brussels, 23 December 1992.
- Schanne, Michael & Diggelmann, Andreas & Luchsinger, Kaspar (1989): Die Lokalradio-Programme. Befunde aus den Programm- und Sendungsanalysen zu den lokalen Rundfunkversuchen in der Schweiz 1983–88. Institut für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich.
- Van Loon, Ad (1992): *International Synthesis on the Economic, Political and Legal Aspects of Media Pluralism, Concentration and Competition*. Institute for Information Law, University of Amsterdam, November 1992.

Kirjojen ja lehtien lukeminen^{*)}

Kirjalainat lisääntyivät enemmän kuin ostot

Suomi kuuluu Islannin, Tanskan ja Sveitsin ohella maihin, joissa julkaistaan asukasmäärään nähden enemmän kirjanimikkeitä kuin muualla. Suomi on ollut listan kärkipäässä jo kauan. (Statistical Yearbook, Unesco 1992.)

Vuonna 1980 Suomessa julkaistiin 14 kirjanimekettä ja vuonna 1990 20 kirjanimekettä 10 000 asukasta kohti. Julkaistuista kirjoista suurin osa on pitkään ollut tietokirjallisuutta. 1980-luvulla noin yksi kuudesta vuosittain julkaistusta kirjanimekkeestä oli kaunokirjallisuutta. Vuonna 1991 Suomessa ilmestyi noin 11 000 teosta, joista noin 1 900 oli kaunokirjoja. (Ks. tämän julkaisun tilasto-osan taulukko 7.2.)

Kirjat leviävät sekä maksullisia että maksuttomia kanavia pitkin. Suomalaiset ovat tottuneet hankkimaan luettavansa sekä kaupoista ja kirjakerhoista että kirjastoista ja tutuilta. Myös lahjakirjoilla on Suomessa huomattava merkitys.

Kuten aiemmilla vuosikymmenillä myös 1980-luvulla lisääntyi kirjojen lainaus yleisistä kirjastoista enemmän kuin kirjojen myynti. Kirjamyynti kasvoi Suomessa toisen maailmansodan jälkeen 1980-luvulle saakka, jonka jälkeen se on pysähtynyt. Kirjalainojen määrä on kasvanut edelleen 1990-luvulla.

Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat myivät runsaat 22 miljoonaa teosta vuonna 1981 ja runsaat 23 miljoonaa teosta vuonna 1991. Lainat yleisistä kirjastoista kasvoivat samaan aikaan 75 miljoonasta 89 miljoonaan. Vuonna 1981 lainattiin siten yhtä ostettua kirjaa kohti kolme kirjaa. Kymmenen vuotta myöhemmin vastasi yhtä myytyä kirjaa neljä lainaksi annettua kirjaa. (Ks. tilasto-osan taulukot 7.6 & 7.13.)

Kustannusyhdistyksen myyntitilastoihin sisältyy vain osa kirjakerhojen kautta tapahtuvasta myynnistä. Kirjakerhojen lukumäärä väheni 1980-luvulla paristakymmenestä kuuteen. Niiden kautta myydään silti edelleen arviolta viidennes yleisestä kirjallisuudesta (Sauri 1993).

*) Artikkelin perustuu pääasiassa Tilastokeskuksen vuoden 1991 Vapaa-aikatutkimuksen (ks. Liikkanen & Pääkkönen 1993) aineistoon.

Kirjojen tuotantoa, myyntiä ja lainausta kuvaavien rakennetietojen perusteella on pääteltävissä, että Suomessa luetaan paljon eikä kirjallisuudenharrastus ole ehtynyt 1990-luvulle siirryttäessä.

Suomessa on helppoa harrastaa kirjallisuutta. Suotuisaan kirjallisuus- ja lukemisympäristöön kuuluu, että näihin päiviin saakka meillä on pidetty sekä julkisin että yksityisin voimin hyvää huolta siitä, että kirjoja ilmestyy ja että niitä on kautta maan saatavilla maksuttomasti kirjastoista ja maksua vastaan kirjakaupoista, muista myyntipisteistä sekä postimyynnin kautta.

Suomalaiset pitävät kirjoja arvossa, eivätkä heitä pois kertakäyttöesineiden tapaan. Kotikirjastojen koko pysyi 1980-luvulla ennallaan. Sekä 1980- että 1990-luvun alussa 60 prosentilla suomalaisista oli hyllyssään yli 50 kirjaa. Joka neljännellä oli kotonaan yli 200 teosta. Suuret, yli 500 tai yli 1 000 teoksen kotikirjastot olivat harvinaisia; lähinnä niitä oli pidempään koulutetuilla. Vuonna 1991 korkea-asteen koulutuksen saaneista 28 prosentilla oli kotonaan yli 500 kirjaa ja 10 prosentilla yli 1 000 kirjaa.

Kirjakerhon kautta oli kirjoja hankkinut omaan tai toisten kotikirjastoon vuonna 1981 ja 1991 joka kymmenes suomalainen (13 % vuonna 1981 ja 11 % vuonna 1991).

Kirjastojen käyttö lisääntyi 1980-luvulla kaikissa ikä- ja sukupuoliryhmissä. Vuonna 1991 noin 60 prosenttia kaikista 10 vuotta täyttäneistä suomalaista ja melkein jokainen 10–14-vuotias sanoi käyneensä viimeksi kuluneen puolen vuoden aikana kirjastossa. Tytöt ja naiset käyttivät kirjastoa vielä yleisemmin kuin pojat ja miehet.

Kirjastonkäyttö oli yleisempää pitkään koulua käyneiden keskuudessa kuin perus- tai keskiasteen koulutuksen saaneiden parissa. Korkea-asteen koulutuksen saaneiden aktiivinen kirjastonkäyttö sen sijaan väheni. Kahdeksan kymmenestä korkea-asteen koulutuksen saaneesta oli sekä vuonna 1981 että vuonna 1991 käynyt puolen vuoden aikana kirjastossa, mutta vähintään kymmenen kertaa puolen vuoden aikana käyneiden osuus laski 44 prosentista 35 prosenttiin.

Lukemista suosivaan ympäristöön kuuluu Suomessa myös se, että lapset ovat tottuneet pienestä pitäen kirjoihin. Paitsi että vanhemmat ovat kiinnostuneita kirjoista ja ostavat tai lainaavat niitä sekä kartuttavat kotikirjastojaan, he myös *lukevat lapsille*.

Lapsille lukeminen on meillä todella yleistä. Sekä vuonna 1981 että vuonna 1991 lähes 80 prosenttia niistä aikuisista, joilla oli alle 10-vuotiaita lapsia, sanoi lukeneensa lapsille ääneen. Vajaa kolmannes (29 %) oli lukenut lap-

sille päivittäin, ja lähes kaksi viidestä (37 %) oli lukenut lapsille vähintään kerran viikossa.

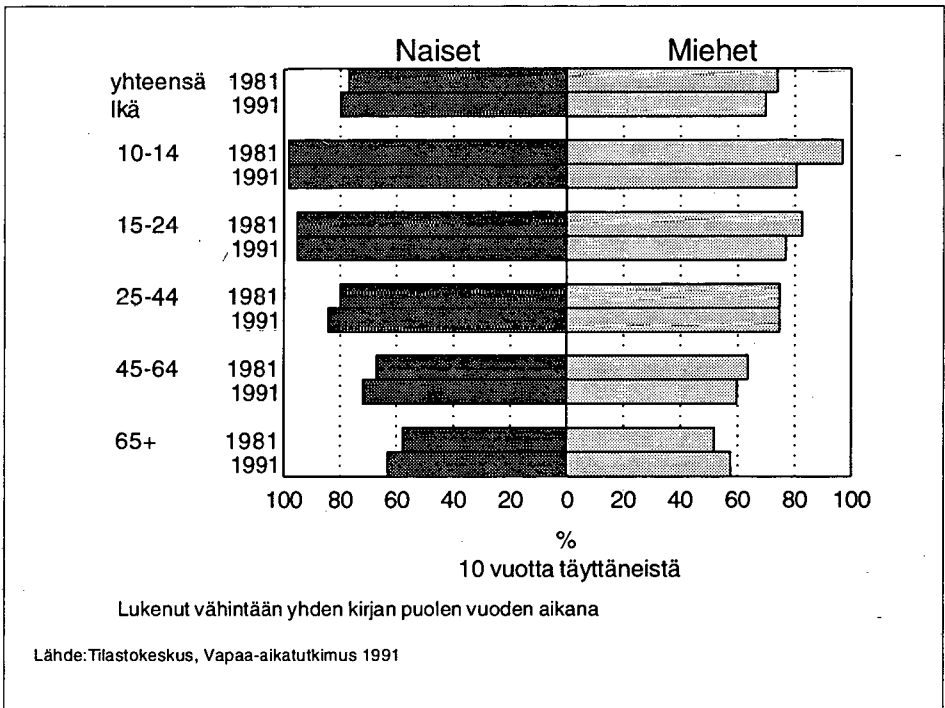
Suotuisa lukemisympäristö lienee myös osaltaan vaikuttamassa siihen, että suomalaisten lasten ja nuorten lukutaito on eri aikoina tehdyissä kansainvälisissä vertailuissa todettu poikkeuksellisen hyväksi. Näin kävi myös vuosina 1989–92 toteutetussa lukutaidon arviointitutkimuksessa, johon osallistui 31 maata eri puolilta maailmaa (tarkemmin, ks. Linnakylä 1992).

Lukeminen on edelleen yleistä, mutta luetun määrä pieneni

Suomalaisten myönteiset asenteet kirjalliseen kommunikaatioon ja kirjallisuuteen näkyvät myös tosiasiallisen lukemisharrastuksen yleisyytenä. Kirjojen lukeminen on pitkään ollut yksi suomalaisten yleisimpiä harrastuksia, eikä 1980-luku muuttanut tätä suuntaa, vaikka julkisessa keskustelussa saatettiin näin oinastella.

Sekä vuonna 1981 että vuonna 1991 kolme neljästä (76 % ja 75 %) 10 vuotta täyttäneestä suomalaisesta oli lukenut vähintään yhden kirjan haastatteluaan edeltäneen puolen vuoden aikana (kuvio 1). Vuoden aikana vähintään yhden kirjan lukeneita oli vuonna 1991 neljä viidestä (82 %).

Kuvio 1.
Kirjojen lukeminen sukupuolen ja iän mukaan vuosina 1981 ja 1991



Yleisintä kirjojen lukeminen oli edelleen lasten ja nuorten keskuudessa. Pitkittäisvertailun tulokset eivät tarjoa perustaa julkisuudessa silloin tällöin esitetyille väitteille lasten ja nuorten "uuslukutaidottomuudesta".

Paljon lukevien osuus oli kuitenkin hiukan pienempi kuin kymmenen vuotta aikaisemmin. Erityisesti oli aktiivisten lukijoiden osuus nuorten keskuudessa pienempi kuin ennen.

Vuonna 1981 joka kolmas (34 %) ja vuonna 1991 joka neljäs (26 %) 10 vuotta täyttänyt suomalainen oli lukenut vähintään kymmenen kirjaa puolen vuoden aikana. 1980-luvun alun 10–14-vuotiaista lähes kaksi kolmesta (62 %), mutta 1990-luvun alun samanikäisistä enää runsas kolmannes (38 %) oli lukenut vähintään kymmenen kirjaa puolen vuoden aikana.

Poikien ja nuorten miesten keskuudessa aktiivisten lukijoiden osuus pieneni selvemmin kuin tyttöjen ja nuorten naisten parissa, joissa vähintään kymmenen kirjaa puolessa vuodessa lukeneita oli alun alkaenkin enemmän.

Poikien ja nuorten miesten kirjakiinnostuksen vähentymistä koskevat tulokset ovat yhdensuuntaisia Tilastokeskuksen viime vuosikymmenillä tekemien ajankäyttötutkimusten tulosten kanssa. Niiden mukaan nuoret viettivät vuonna 1987 vähemmän aikaa kirjojen ja lehtien parissa kuin vuonna 1979. Selvintä lukemisajan väheneminen oli 20–24-vuotiaiden miesten ryhmässä, mutta myös muissa nuorten ikäryhmissä oli nähtävissä laskua. (Niemi & Pääkkönen 1989; Liikkanen 1989). On kuitenkin muistettava, että lukuajan vähenemisestä huolimatta nuoret lukivat vuorokaudessa noin 40 minuuttia.

Mahdollisena tulkintana poikien ja nuorten miesten lukuharrastuksen vähenemiseen voidaan viitata audiovisuaalisen viestinnän ja informaatioteknologian uusien tuotteiden (tietokoneet ja -ohjelmat ja -pelit ym.) käytön yleistymiseen näissä ryhmissä (ks. Liikkasen artikkeli tässä kirjassa).

Tieto- ja kaunokirjojen suosio on nyt tasoissa

Luettujen kirjojen rakenteessa ei 1980-luvulla tapahtunut kovin suuria muutoksia. Varauksellisesti on sanottavissa, että informaatioteknologisen yhteiskuntakehityksen ja tietokirjatuotannon kasvun suunta näkyi eri kirjatyyppien keskinäisen suosion lievissä muutoksissa.

Tietokirjallisuudessa eräiden kirjatyyppien suosio säilyi ennallaan tai jopa kasvoi, mutta samalla myös joidenkin muiden lukeminen väheni hiukan tai jonkin verran. Kaunokirjallisuudessa ei minkään lajin suosio kasvanut. Runous piti pintansa, mutta monien muiden lajien lukeminen pieneni hiukan tai jonkin verran.

Työhön tai opiskeluun liittyviä kirjoja luettiin vuonna 1991 suunnilleen yhtä yleisesti kuin kymmenen vuotta aikaisemmin, ja muiden tietokirjojen samoin kuin sekalaisten muiden kirjojen lukemisen yleisty. Tietopuolisten kirjojen lukijoiden osuuden kasvun seurauksena tämän kirjatyypin lukeminen oli vuonna 1991 suunnilleen yhtä yleistä kuin romaanien lukeminen, joita joka kolmas (33 %) 10 vuotta täyttänyt suomalainen oli lukenut puolen vuoden aikana.

Kirjallisuuden lukemisessa puhe kulttuurin viihteellistymisestä ei vuoden 1991 haastattelujen valossa näytä mitenkään itsestäänselvästi pitävän paikkaansa. Esimerkiksi sarjalukemistojen (Jerry Cotton, Regina jne) lukeminen oli vuonna 1991 suunnilleen yhtä yleistä kuin runokokoelmien ja näytelmien lukeminen. Lisäksi sarjalukemistojen suosio laski 1980-luvulla kaikissa väestöryhmissä.

Laajemman yleisön harrastamien viihdekirjojen, esimerkiksi jännitys- tai salapoliisiromaanien, sota-aiheisten kirjojen ja rakkausromaanien samoin kuin muiden romaanien lukijoiden osuus pieneni muutaman prosenttiyksikön verran. Lasten tai nuorten kirjojen lukijoiden osuus supistui enemmän, 28 prosentista 18 prosenttiin.

Suhde ulkomaiseen kaunokirjallisuuteen erottaa ryhmiä

Viime vuosikymmenillä Suomessa on julkaistu enemmän ulkomaista kuin kotimaista alkuperää olevaa kaunokirjallisuutta. Näyttää myös siltä, että lukijat ovat alkaneet entistä enemmän löytää suosikkejaan ulkomaisesta kaunokirjallisuudesta.

Enemmistö vuonna 1991 haastateltujen mielikirjoista oli ulkomaista alkuperää, toisin kuin esimerkiksi vuonna 1973 haastateltujen aikuisten mielikirjoista, joista alle puolet oli ulkomaisia tai poliitikkojen, kulttuurieliitin ja kirjastonkäyttäjien vuonna 1984 nimeämistä mielikirjoista, joista hieman alle puolet oli ulkomaista alkuperää (Eskola & Linko 1986; Eskola 1990).

Maailmankirjallisuuden perspektiivistä suomalaisten lukemisharrastus oli 1990-luvun alussa yhä kulttuurisesti ja kielialueittaisesti rajoittunutta. Kuten 1980-luvulla (vrt. Eskola 1992; 1993), suomalaisten ulkomaiset mielikirjailijat olivat käänöskirjallisuuden tarjonnan suuntaisesti edelleen vuonna 1991 ennen kaikkea anglo-amerikkalaiselta kielialueelta.

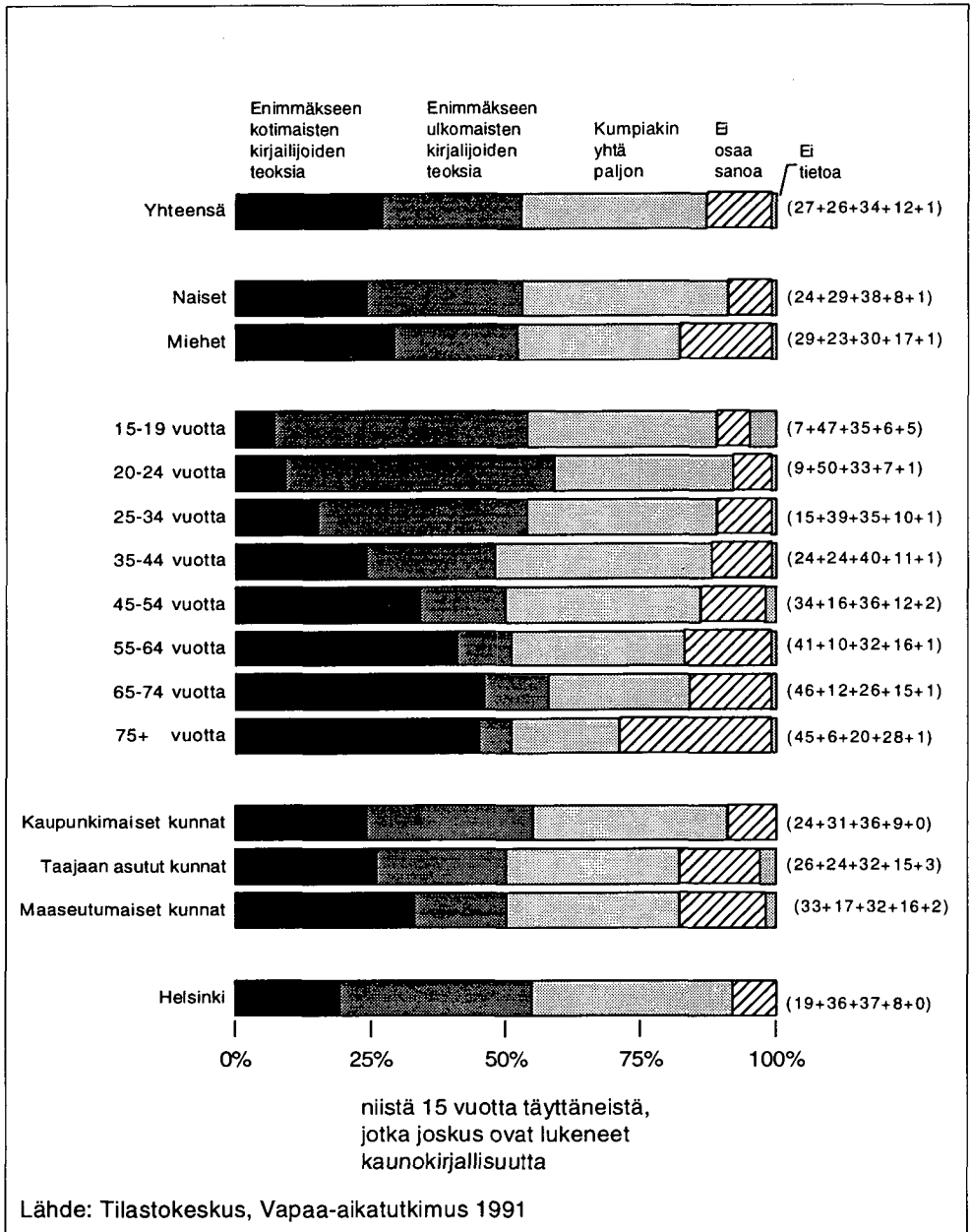
Suhtautuminen ulkomaiseen ja kotimaiseen kirjallisuuteen jakoi lukijoita ryhmiin. Ulkomaisten kirjailijoiden teosten lukeminen oli yleisintä nuoremmassa ikäryhmissä, kaupungeissa ja pidempään koulua käyneiden keskuudessa. Eri ammattiryhmiin kuuluvista kaunokirjallisuuden lukijoista kauimpana

toisistaan olivat ulkomaisesti suuntautuneet opiskelijat ja kotimaisesti suuntautuneet maatalousyrittäjät. Hiukan yleisempää oli ulkomaisen kirjallisuuden lukeminen myös naisten kuin miesten parissa. (Kuvio 2.)

Ulkomaisten kaunokirjallisuuden harrastus näyttää liittyvän yhteiskunnan modernisuuteen. Ulkomaisten kirjailijoiden teosten lukeminen oli sitä yleisempää, mitä "modernimmasta" lukijaryhmästä oli kysymys.

Kuvio 2.

Koti- ja ulkomaisten teosten lukeminen iän ja asuinpaikan mukaan vuonna 1991



Kirjailijan sukupuolella on suuri merkitys miehille

Tarjolla olevien kirjojen tekijöiden sukupuolirakenteen perusteella oli odotettavissa, että Suomessa luetaan enemmän miesten kuin naisten kirjoittamia kirjoja.

Nais- ja mieslukijoiden suhde oman ja toisen sukupuolen kirjailijoiden teoksiin on kuitenkin erilainen. Aikaisempien tutkimusten (ks. Eskola 1990) tulosten mukaan naisten keskuudessa on yleisempää lukea yhtä hyvin miesten kuin naisten kirjoittamia teoksia.

Naisten keskuudessa oli selvästi enemmän niitä, jotka olivat avoimia kummankin sukupuolen kirjoittamalle kirjallisuudelle. Yli puolet (57 %) naisista ja vajaa kolmannes (31 %) miehistä sanoi lukevansa yhtä paljon naisten ja miesten kirjoittamia teoksia.

Lähes joka toinen (47 %) mies sanoi lukevansa enimmäkseen miesten kirjoittamia kirjoja. Naisista joka viides (22 %) ilmoitti lukevansa enimmäkseen naisten kirjoittamia kirjoja.

Naisten suurempi vastaanottavaisuus molempien sukupuolten kirjoittamalle kaunokirjallisuudelle päti iästä riippumatta. Naisten joukossa oli kuitenkin myös ryhmiä, jotka kirjavalinnoissaan olivat muita "maskuliinisempia". Näitä olivat pidempään koulutetut naiset, ylemmät toimihenkilönaiset sekä pääkaupunkiseudulla asuvat naiset. Näissä valtakulttuuriin kuuluvissa ryhmissä oli vähän yleisempää kuin muissa naisryhmissä lukea enimmäkseen miesten kirjoittamia teoksia.

Lehtien asema on Suomessa vankka

Suomi on monessa mielessä vahva sanoma- ja aikakauslehtimaa. Lehtinimikkeitä on paljon, levikki ja lukijapeitot ovat korkeita. Vuonna 1992 Suomessa ilmestyi 242 sanomalehteä. Esimerkiksi Ruotsissa ilmestyi alle 170 ja Tanskassa vain 45 sanomalehteä vuonna 1990. (Gustafsson 1992.)

Päivälehtien väkilukuun suhteutetussa levikkitilastossa Suomi sijoittuu perinteisesti aivan kärkipäähän, vaikka sijoitus on viime vuosina hieman pudonnut 1990-luvun alussa tapahtuneen sanomalehtien yhteislevikin laskun vuoksi. (World Press Trends 1993.)

Aikakauslehtien valikoima on laaja. Rajauksista riippuen Suomessa ilmestyy noin 2500–4500 aikakauslehteä. Postin ja Rautakirjan tilastojen mukaan aikakauslehtien yhteinen volyyymi (= levikki kerrottuna ilmestymiskertojen määrällä) oli noin 370 miljoonaa kappaletta vuonna 1992. (Ks. tilasto-osan taulukot 9.6 & 9.7.)

Suomessa sanomalehtien säännöllinen seuraaminen kuuluu lähes jokaisen arkisiin rutiineihin. Vapaa-aikatutkimuksen aivan nuorimpia (10–14-vuotiaita) vastaajia lukuunottamatta sanomalehtiä lukivat lähes kaikki, iästä ja väestöryhmästä riippumatta. Näin on ollut jo pitkään. (Lehtien lukemisen yleisyydestä 1960- ja 70-luvulla ks. esim. Littunen & Sinkko 1975.) Myös lukemisessa kymmenen vuoden periodilla (vuodesta 1981 vuoteen 1991) tapahtuneet muutokset ovat varsin pieniä.

Sanomalehtien lukemista tarkastellaan tässä erikseen 7–3-päiväisten sanomalehtien ja 2–1-päiväisten lehtien osalta. Jälkimmäisistä valtaosa on pienemmillä paikkakunnilla ilmestyviä nk. paikallislehtiä. Myös ilmaisjakelulehtien lukemisen yleisyys selvitettiin.

Vähintään kolme kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien säännöllisiin lukijoihin kuului 94 prosenttia 15 vuotta täyttäneistä suomalaisista, ja tasan puolet seurasi säännöllisesti kahta tai useampaa lehteä. Säännöllisten lukijoiden osuus oli samalla tasolla kuin kymmenen vuotta aiemmin: vuonna 1981 sanomalehtien säännöllisiksi lukijoiksi ilmoittautui 96 prosenttia vastaajista.

Lähinnä paikallislehdistä muodostuva 2–1-päiväisten sanomalehtien ryhmä on voittopuolisesti pienten paikkakuntien ja maaseudun media, vaikka sillä on lukijakuntansa myös suuremmilla paikkakunnilla ja omien varsinaisten levikkialueidensa ulkopuolella. (Paikallislehtien ns. kaukolukijoista kertoo parin vuoden takainen Paikallislehti 2 000 -tutkimusraportti). Paikallislehtien lukemisen yleisyys on käänteisessä suhteessa ikään. Toisin sanoen niitä luetaan keskimääräistä enemmän vanhemmissa ikäryhmissä. Kaiken kaikkiaan noin kolmannes (34%) suomalaisista kuului paikallislehtien säännöllisiin lukijoihin. Niiden lukijat seuraavat yleensä vain yhtä – nykyisen tai entisen kotipaikkakuntansa – paikallislehteä.

Ilmaisjakelulehdet ja niiden seuraaminen puolestaan ovat selvästi tyypillisempiä kaupungeissa ja suuremmilla paikkakunnilla. Pääkaupunkiseudulla niillä on säännöllisiä lukijoita kuitenkin suhteellisesti selvästi vähemmän (49%) kuin kaupungeissa keskimäärin (61%).

Sanomalehtien säännöllinen lukeminen on yleensä päivittäistä lukemista. 94 prosenttia 15 vuotta täyttäneistä luki sanomalehteä/lehtiä päivittäin tai useita kertoja viikossa (päivittäin 85%, useita kertoja viikossa 9%). Kaikkein nuorimmassa ikäryhmässäkin eli 10–14-vuotiaiden joukossa 65 prosenttia luki sanomalehtiä päivittäin tai useita kertoja viikossa. 15–19-vuotiailla vastaava osuus oli jo 86 prosenttia.

Sanomalehdillä on säännöllisiä lukijoita suurin piirtein yhtä suuret osuudet eri väestöryhmissä ja niin maaseudulla kuin kaupungeissakin. Kaikkienensa sanomalehtien säännöllinen seuraaminen on Suomessa niin yleistä että lukemisen väestöryhmittäinen erittely on, jos ei tarpeetonta niin ainakin hiukan turhauttavaa. Yksi poikkeus tästä säännöstä tosin on: ikäryhmien erot ja niidenomaan nuorten lukeminen.

Viime vuosina huolta ovat herättäneet tutkimustulokset sanomalehtien lukemisaktiivisuuden selvästä laskutrendistä nuorilla. (Yhteenvedona näistä tuloksista ks. esim. Sanomalehtien Liiton nuorisolukijatutkimus IV vuodelta 1991). Vapaa-aikatutkimus antaa nuorten lukemisesta toisenlaisen kuvan. Sen mukaan vähintään kolmesti viikossa ilmestyvien lehtien säännöllinen seuraaminen oli vuonna 1991 nuorisolukijoiden piirissä yhtä yleistä kuin vuonna 1981. Toisin sanoen noin kolme neljästä 10–14-vuotiaasta kuului säännöllisiin lukijoihin niin 1990-luvun alussa kuin kymmenen vuotta aiemminkin. 15–19-vuotiaista säännöllisiä lukijoita oli noin yhdeksän kymmenestä (91% vuonna 1981 ja 88% vuonna 1991).

Painetun sanan merkityksestä nuorille audiovisuaaliseksi luonnehditussa nykykulttuurissa kertovat osaltaan myös seuraavat havainnot. Vuoden 1991 vapaa-aikatutkimuksessa haastateltaville luettiin joukko harrastuksia ja muita tekemisiä. Liikunnan, urheilun, ulkoilun ja taidetilaisuuksien lisäksi mukana oli viestinnän eri lajeista television katsominen, radion kuuntelu, sanomalehtien lukeminen ja kirjallisuuden seuraaminen. Vastaajia pyydettiin sanomaan, mitkä niistä olivat tärkeitä, mitkä yhdentekeviä.

15–19-vuotiaista nuorista 82 prosenttia piti sanomalehtien lukemista erittäin tai melko tärkeänä, television katselua 73 prosenttia, radion kuuntelua 56 prosenttia ja kirjallisuuden seuraamista 44 prosenttia.

Koko 15 vuotta täyttäneessä väestössä sanomalehtien etumatka on vielä selvempi. Sanomalehtien seuraamista piti tärkeänä 91 prosenttia, television katsomista ja samoin radion kuuntelua 66 prosenttia ja kirjallisuuden seuraamista 45 prosenttia. Vain ulkoilu veti tärkeydessä vertoja sanomalehtien lukemiselle.

Eri ikäryhmien erilaisiin sanomalehtien lukutottumuksiin viittaa se, että ikä on selvin erottelija sanomalehtien lukemisessa työpaikalla. Työssä käyvät nuoret lukevat vanhempia selvästi useammin lehtiä työpaikalla, ja työpaikkalukeminen käy systemaattisesti harvinaisemmaksi iän lisääntyessä. Alle 25-vuotiaista työssäkäyvistä lähes kaksi kolmesta (63%) oli työpaikkalukijoita,

kun 55–64-vuotiaista lukijoita oli enää yksi kolmesta (35%). Mitään selvää muutostrendiä nämäkään luvut eivät osoita, sillä sanomalehtiä työpaikalla lukevien osuus on kokonaisuutena suurin piirtein ennallaan eli noin puolet työssäkäyvistä sekä 1981 että 1991. – Mahdollista yhteyttä lehtien tilaajamäärien kehitystrendeihin näistä luvuista ei myöskään voida löytää, sillä niissä *vain* työpaikalle tilattuja sanomalehtiä lukevat eivät erotu lehtiä *myös* työpaikalla lukevista.

Aikakauslehtien lukemisessa tapahtui muutoksia

Myös aikakauslehtiä lukevat lähes "kaikki" mutta aikakauslehtien lukeminen on lehtityypeittäin eriytyneempää kuin sanomalehtien lukeminen. Seuraavassa tarkastellaan aikakauslehtien säännöllistä lukemista ja siinä tapahtuneita muutoksia "kuukausilukijoita" ja "viikkolukijoita" kuvaavien lukujen avulla ("lukee aikakauslehteä/lehtiä vähintään kerran kuukaudessa/viikossa").

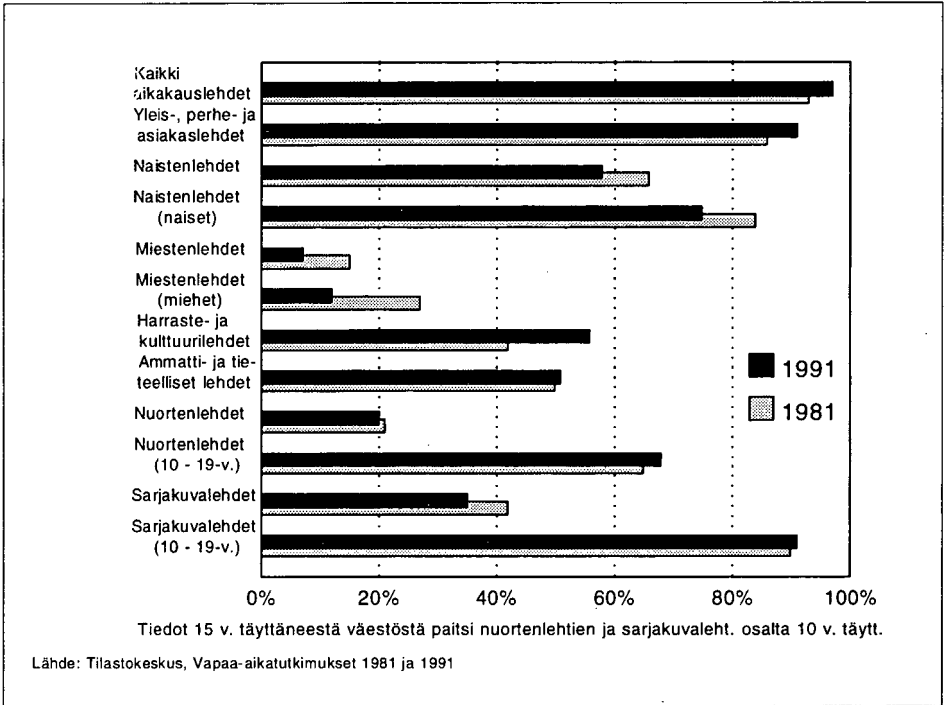
Aikakauslehtien kokonaispeitto kuukausilukijoiden osuudella mitattuna on 1980-luvun alkuun verraten jopa hivenen kasvanut. Heitä oli vuonna 1991 jo 97 prosenttia 15 vuotta täytäneistä (93 prosenttia vuonna 1981). – Harvemmin kuin kerran kuussa mutta vähintään kerran vuodessa aikakauslehtiin paneutuvista kertyy lukijoita vain prosentin verran lisää. (Kuvio 3.)

Toisaalta aikakauslehtiin tartutaan nyt selvästi harvemmin kuin vielä 1980-luvun alussa. Viikkolukijoiden (kuvio 4) osuus väheni kymmenessä vuodessa noin kymmenellä prosenttiyksiköllä: osuus oli 79 prosenttia vuonna 1981 mutta enää 70 prosenttia vuonna 1991. Viikkolukijoiden osuudet ovat laskeutuneet systemaattisesti kaikissa ikä- ja sosiaaliryhmissä. Suurin lasku on tapahtunut alle 20-vuotiaiden nuorten joukossa. Vähennystä on viitisentoista prosenttiyksikköä 15–19-vuotiailla ja parikymmentä prosenttiyksikköä 10–14 -vuotiailla.

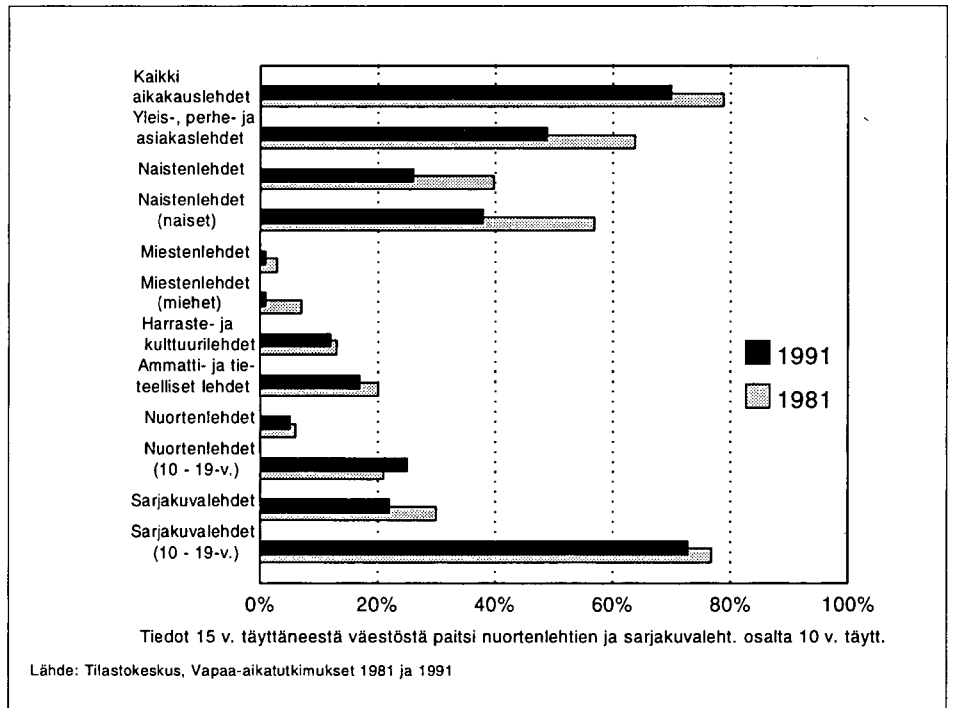
Viikkolukijoiden osuuden lasku johtunee pitkälti siitä, että lukemisessa on tapahtunut selvä siirtymä yleisaikakaus- ja perhelehdistä sekä naistenlehdistä – joista suurin osa ilmestyy kerran viikossa – sellaisiin lehtityyppeihin jotka pääsääntöisesti ilmestyvät kerran kuukaudessa tai harvemmin. Ennen kaikkea erikoisaikakaus- ja harrastelehtien lukeminen on yleistynyt. Aikakauslehtien lukemisuseuden harventuminen on selvintä nuorimmissa ikäryhmissä.

Yleisaikakaus- ja perhelehtiä sekä yleisaikakauslehtityyppejä *asiakaslehtiä* (esim. Pirkkaa) vähintään kerran kuussa lukevien osuus (91%) vuonna 1991 oli hieman korkeampi kuin vuonna 1981 (86%). Vähintään kerran viikossa näitä lehtiä lukevien osuus on sen sijaan kymmenessä vuodessa pudonnut keskimäärin viisitoista prosenttiyksikköä (1981: 64%, 1991: 49%). Yli kahdenkymmenen prosenttiyksikön pudotus on tapahtunut ylempien toi-

Kuvio 3.
Aikakauslehtien lukeminen lehtityypin mukaan vuosina 1981 ja 1991:
Kuukausilukijat (=lukee vähintään kerran kuukaudessa)



Kuvio 4.
Aikakauslehtien lukeminen lehtityypin mukaan vuosina 1981 ja 1991:
Viikkolukijat (=lukee vähintään kerran viikossa)



mihenkilöiden ja opiskelijoiden/koululaisten ryhmissä. Uskollisimpia yleisai-
kakausslehtien viikkolukijoita puolestaan ovat maatalousyrittäjät, työntekijät
ja eläkeläiset.

Yleis- ja perhelehtien lukemista selvitetiin vuonna 1991 myös erikseen, siis
ilman asiakaslehtiä. Ainakin kerran kuussa yleisai-
kakausslehtiä luki kolme
neljästä (77%) mutta viikoittain alle puolet (45%). Joka kymmenes ilmoitti,
ettei lue näitä lehtiä koskaan.

Asiakaslehtiä luki samoin kolme neljästä (74%) vähintään kerran kuukau-
dessa mutta viikoittain vain noin joka kymmenes (9%). Alemmat toimihen-
kilöt, palvelutyöntekijät ja maatalousväestö kuuluivat keskimääräistä useam-
min asiakaslehtien säännöllisiin lukijoihin. Reilu kymmenesosa suomalaisis-
ta ei lue koskaan asiakaslehtiä.

Naistenlehtien lukeminen on tutkimuksen mukaan vähentynyt sekä kuukau-
si- että viikkotasolla. Erityisesti viikkolukijoiden osuudet ovat laskeneet sel-
västi. 15 vuotta täyttäneistä miehistä ja naisista naistenlehdet tavoittivat vii-
kossa enää noin neljänneksen (26%), kun 1980-luvun alussa vastaava osuus
oli 40 prosenttia. Naisista "omia" lehtiään luki viikoittain enää runsas kol-
mannes (38%). Kymmenen vuotta aiemmin viikkolukijoihin kuului vielä sel-
västi yli puolet (57%) naisista. Viikkolukijoita oli edelleen keskimääräistä
enemmän naispuolisten alempien toimihenkilöiden ja yrittäjien joukossa.
Mutta näissäkin ryhmissä viikkolukijoiden osuudet ovat laskeneet selvästi.

1980-luvun alussa miehistä lähes neljännes (23%) kuului naistenlehtien viik-
kolukijoihin. 1990-luvulle tultaessa osuus oli puolta pienempi (12%).

Harrastelehdet ovat saaneet paljon lisää lukijoita

Harrastelehdet (joihin vapaa-aikatutkimusten vertailutiedoissa sisältyvät
myös kulttuuri- ja taidelehdet) ovat saaneet runsaasti lisää lukijoita. Viikko-
lukijoiden määrä oli 80-luvun alkuun verraten ennallaan (runsaat 10 pro-
senttia) mutta kuukausilukijoiden määrä on kymmenessä vuodessa kasvanut
noin 15 prosenttiyksiköllä: 42 prosentista 56 prosenttiin. Harrastelehtien lu-
keminen ja lukemisen kasvu keskittyvät nuorempiin ikäryhmiin: noin 70
prosenttia 15–44-vuotiaista kuului niiden kuukausilukijoihin.

Säännöllisten lukijoiden osuudet ovat kasvaneet näiden lehtien perinteisissä
lukijaryhmissä eli toimihenkilöiden ja opiskelijoiden piirissä. Mutta vielä
enemmän, jopa 20–30 prosenttiyksikköä, osuudet ovat kasvaneet työnteki-
jöiden ja yrittäjien ryhmissä.

Ammattilehtien (joihin tässä lasketaan myös tieteelliset lehdet) lukemisen yleisyys oli suurin piirtein samalla tasolla kuin kymmenen vuotta aiemmin. Kuukausilukijoita oli noin puolet 15 vuotta täyttäneistä suomalaisista. Viikkolukijoiden osuus oli hivenen pienempi kuin kymmenisen vuotta aiemmin ja oli nyt alle viidesosa. Näyttää siltä, että miehet paneutuvat ammattilehtiin entistä harvemmin. Viikkolukijoita oli viidennes (20%) miehistä, kun 80-luvun alussa osuus oli reilu neljännes (27%). Noin joka kymmenes nainen on ammattilehtien viikkolukija. Lukemisen yleisyydessä ja lukemisuseudessa naisilla ei ole tapahtunut muutoksia.

Kulttuuri- ja taidelehtien kuukausilukijoita oli alle kymmenesosa 15 vuotta täyttäneistä. (Viikkolukijoihin kuului vain yksi prosentti.) Kulttuurilehtien selvästi tyypillisin kuukausilukija on odotetusti ylempi toimihenkilö, mutta muuten näiden lehtien seuraaminen ei ole mitenkään selvästi sosiaaliryhmittäin eriytynyttä. Taiteista ja kulttuurista kiinnostuneita löytyi kaikista sosiaaliryhmistä maatalousväestöä ja eläkeläisiä lukuunottamatta aika tasaisesti noin kymmenen prosentin osuudet. Ehkä hiukan yllättäen miehet ja naiset eivät erottuneet toisistaan näiden lehtien seurausaktiivisuudessa.

Tietokonepelien ja videon vaikutuksia: toimintasarjojen ja seksilehtien suosio on romahtanut

Sarjakuvalehtiä lukevat tietenkin eniten lapset ja nuoret, vaikka esimerkiksi 35–44-vuotiaista kuukausilukijoita on vielä lähes kolmannes (30%). Varsinaisissa kohderyhmissään sarjakuvalehdillä on viikkolukijoita 85 prosenttia 10–14-vuotiaista ja 60 prosenttia 15–19-vuotiaista.

Nämä luvut ovat korkeita, mutta silti eräiden sarjakuvatyyppien suosio näyttää vapaa-aikatutkimusten tulosten mukaan suorastaan romahtaneen. Esim. 10–14-vuotiaiden joukossa seikkailu/toimintasarjakuvia lukevien osuus on pudonnut kahdesta kolmasosasta (65%) alle viidennekseen (18%) kymmenessä vuodessa. Videoiden ja tietokonepelien yleistymisen vaikutus lienee tässä ilmeinen.

Sarjakuvamarkkinoilla Disneyn tuotteiden menestys on Suomessa ylitse muiden kaikissa ikäryhmissä.

Toinen lehtityyppi, jolta video on vienyt lukijoita on *miestenlehdet*. Niiden lukijakunta on pudonnut todella reippaasti. 80-luvun alussa joka neljäs mutta vuonna 1991 enää joka kahdeksas mies kuului miestenlehtien kuukausilukijoihin. Viikkolukijoita oli enää vain prosentti miehistä. Suomalaiset miestenlehdet ovat lähes pelkästään seksilehtiä. Ilmeisen kukoistavat seksivideo-markkinat ovat vieneet tämän lehtiryhmän kysynnän jyrkkään alamäkeen.

Kirjojen ja lehtien lukemisen yleisyydessä ja aktiivisuudessa samoin kuin eri kirjatyyppeiden yleisessä ja väestöryhmittäistä suosiossa näyttää edellä esitettyjen lukujen perusteella tapahtuneen 1980-luvulla vain vähäisiä muutoksia. Eniten näyttää muutoksia tapahtuneen aikakauslehtien lukijakunnassa.

1990-luvun alussa suomalaiset luottivat edelleen painettuun sanaan, lehtiin ja kirjoihin. Monimediayhteiskunnassa oli kirjojen ja lehtien lukemista suosiva ympäristö. Lehtiä tilattiin ja luettiin. Kirjoja ostettiin kotiin, säilytettiin hyllyssä, lainattiin kirjastosta ja luettiin ääneen lapsille.

Kirjojen lukeminen oli yhtä yleistä kuin kymmenen vuotta aikaisemmin. Kuten ennenkin, kirjat olivat tärkeitä kommunikaation välineitä varsinkin pitkälle koulua käyneille. Osaksi tähän liittyi myös se, että nuorten keskuudessa kirjojen lukeminen oli yleisempää kuin vanhempien keskuudessa. Tyttöjen ja naisten poikia ja miehiä yleisempi ja aktiivisempi lukemisharrastus erottui selvemmin kuin ennen.

Kirjallinen kulttuuri piti pintansa, vaikka suomalainen mediaympäristö muuttui 1980-luvulla. Tekniset uudistukset muuttivat ennen kaikkea sähköisen viestinnän organisaatiota Suomessa. (Ks. Sauri 1993.)

Viestintäteknologian uudet innovaatiot vaikuttivat erityisesti nuorten ajankäyttöön ja harrastuksiin. Vuoden 1991 vapaa-aikatutkimuksen tulosten mukaan 20–24-vuotiaiden päivittäinen televisionkatselu lisääntyi enemmän kuin minkään muun ikäryhmän. Pojat ja nuoret miehet innostuivat muita enemmän audiovisuaalisesta teknologiasta ja sen tarjoamista uusista osallistumismahdollisuuksista, esimerkiksi tietokoneista erilaisine ohjelmineen ja peleineen. (Ks. Liikkasen artikkeli tässä kirjassa.)

Suoranaisimmin audiovisuaalinen viestintä näyttää vieneen lukijoita vain toimintasarjakuvilta ja miestenlehdiltä.

Lukemisharrastuksen yleisyyttä ja suuntautumista koskevat tiedot osoittavat myös, että Suomessa kirjat ja kirjakulttuuri ovat kiistatonta "kulttuuripääomaa" ja vielä sellaista pääomaa, joka ei erottele jyrkästi käyttäjiä. Kirjallisuuden harrastuksen luokkarajat näyttävät lisäksi liudentuneen jonkin verran.

Suomalaiset suhtautuvat edelleen hyvin myönteisesti kirjalliseen viestintään, olipa kysymys lehtien lukemisesta, kirjallisuuden seuraamisesta tai omakohteisesta kirjoittamisesta.

Yhdeksän kymmenestä (91 %) piti sanomalehtien lukemista hyvin tärkeänä tai melko tärkeänä. Vain ulkoilu veti sille tärkeydessä vertoja. Hyvin tärkeänä tai melko tärkeänä piti puolestaan television katsomista sekä radion kuun-

telemista kaksi kolmesta vastaajasta (66 % ja 66 %) ja kirjallisuuden seuraamista lähes joka toinen (45 %).

Sanomalehtien keskeinen asema korostuu, kun tarkastellaan pelkästään kommunikation eri lajeja *hyvin* tärkeänä pitäneiden osuuksia. Hyvin tärkeänä piti sanomalehtien lukemista neljä kymmenestä (41 %) vastaajasta. Huomattavasti harvempi piti yhtä tärkeänä television katsomista (14 %), radion kuuntelemista (14 %) tai kirjallisuuden seuraamista (11 %).

Vaikka lehdet kuuluvat useimpien ihmisten arkielämään kiinteämmin kuin kirjat, kummatkin merkitsivät paljon suurelle osalle väestöä iästä riippumatta. Sanomalehtien lukemista pitivät kaikki vastaajaryhmät tärkeänä. Kirjallisuuden seuraamista pitivät tärkeänä varsinkin naiset ja pidemmälle koulutetut.

Kirjallisuus

Eskola, Katarina (1979): *Suomalaiset kirjanlukijoina*. Tammi, Helsinki.

Eskola, Katarina (1990): *Lukijoiden kirjallisuus Sinuhesta Sonja O:hon*. Tammi, Helsinki.

Eskola, Katarina (1992): *Yhdenmukaistuuko Euroopan kulttuuri. Mikä kirja kainalossa lähemme Eurooppaan?* Teoksessa Blom, Leena & Leminen, Mirja (toim.): *Kulttuurin tuulia ja teitä. Äidinkielenopettajain liiton vuosikirja XXXIX*, Helsinki.

Eskola, Katarina (1993): *Are Finns cultural bridge-builders between their neighbouring countries? Remarks on the reception of Nordic, Baltic and Russian literature in Finland*. Teoksessa Laitinen, Markku & Mannila, Simo (toim.): *Building Bridges. Proceedings on Nordic and Baltic Literature*. Suomen Arvostelijain Liitto, Helsinki.

Eskola, Katarina & Linko, Maaria (1986): *Lukijan onni. Poliitikkojen, kulttuurieliitin ja kirjastonkäyttäjien kirjallisista mieltymyksistä*. Tammi, Helsinki.

Gustafsson, Karl Erik (1992): *Newspapers in Nordic countries*. DDF/NAL/SL/TU, Forssa.

Kulttuuritilasto 1981 (1984). Tilastollisia tiedonantoja 73. Tilastokeskus, Helsinki.

Liikkanen, Mirja (1989): *Joukkoviestinten käyttö 1980-luvulla*. Julkaisussa *Joukkoviestintätalasto*. Kulttuuri ja viestintä 1989:3. Tilastokeskus, Helsinki.

Liikkanen, Mirja & Pääkkönen, Hannu (toim.) (1993): *Arjen kulttuuria*. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 2. Tilastokeskus, Helsinki.

- Linnakylä, Pirjo (1992): Kansallisista juurista kansainväliseen osaamiseen. Teoksessa Blom, Leena & Leminen, Mirja (toim.): Kulttuurin tuulia ja teitä. Äidinkielenopettajain liiton vuosikirja XXXIX, Helsinki.
- Littunen, Yrjö & Sinkko, Risto (toim.) (1975): Yhteiskunnallinen tieto ja tiedotustutkimus. Weilin+Göös, Tapiola.
- Niemi, Iris & Pääkkönen, Hannu (1989): Ajankäytön muutokset 1980-luvulla. Tutkimuksia 153. Tilastokeskus, Helsinki.
- Nuorisotutkimus IV (1991): Nuoret – sanomalehti – opetus. Sanomalehtien Liitto.
- Paikallislehti 2000 (1991). Tutkimusraportti. Paikallislehtien Liitto/Gallup-Media.
- Sauri, Tuomo (1993): Joukkoviestinnän rakenteita 1980-luvulta 1990-luvulle. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:1. Tilastokeskus, Helsinki.
- Statistical Yearbook 1992 (1992). Unesco, Paris.
- World press trends (1993). FIEJ, Paris.

Kodin sähköisten viestimien käyttö ^{*)}

Tässä artikkelissa tarkastellaan sähköisiä viestimiä vastaanoton ja käytön näkökulmasta. Käytön näkökulmasta katsottuna kaikki nämä välineet sijoittuvat yksityiselle alueelle kotiympäristöön. Niitä voidaan kutsua yhteisellä nimellä kodin viestintäteknologiaksi. Muusta kodin teknologiasta ne poikkeavat siinä, että ne ovat myös sisältöjä ja ne, kuten Silverstone & al. toteavat (1992, 15): "tarjoavat, aktiivisesti, vuorovaikutteisesti tai passiivisesti, yhteyksiä kotitalouksien ja yksittäisten kotitalouden jäsenten sekä ulkopuolisen maailman välille". Ne ovat siis osa sekä julkista että yksityistä kulttuuria. Suhde julkisen ja yksityisen välillä on teknologian välittämä. Ollessaan osa yksityistä aluetta kodin viestintäteknologian käyttö on myös osa perherakenteita, perhedynamiikkaa ja perheen sisäistä vallankäyttöä.

Silverstonen mukaan viestintäteknologian ja perhe-elämän ja kotitalouden välinen suhde täytyy ymmärtää kahden sosiaalisen ja kulttuurisen systeemin välisenä suhteena, joista kumpikaan ei määrää toistaan (Silverstone 1993, 285.) Kodin viestintäteknologian käyttö rituaalistaa ja jäsentää arjen aikaa sekä sekoittaa julkisen ajan yksityiseen aikaan. (Silverstone 1993, 290). Medioitten sisällöt ovat arjen tärkeitä puheen aiheita – niissä annettuja sisältöjä, tärkeysjärjestyksiä ja tulkintatapoja omaksutaan, niitä vastaan väitellään ja niille annetaan vastatulkintoja. Mediat viihdyttävät, välittävät perheriitoja, eriyttävät maailmankuvia. Mutta ne ovat myös murtautumassa ulos kodin seinien sisältä. Toisaalta mediat sekoittuvat yhä enemmän, toimivat intertekstuaalisessa suhteessa sekä korvaavat tai täydentävät toisiaan.

Tässä käsiteltäviä välineitä voidaan kutsua kodin teknologiaksi siinäkin mielessä, että ne ovat yleistyessään ja tekniikan parantuessa siirtäneet palkkatyön ulkopuolista arkea ja vapaa-aikaa yhä enemmän kodin seinien sisälle. Tätä on yhteiskuntatutkimuksessa luonnehdittu yksityistymiskehitykseksi. Samalla monien kodin ulkopuolisten toimintojen harrastaminen on viimeisten vuosikymmenien aikana vähentynyt. Kehitys on ollut yhteistä koko läntisessä maailmassa. (Ks.esim. Morley 1992.)

*) Artikkelin perustuu pääasiassa Tilastokeskuksen vuoden 1991 Vapaa-aikatutkimuksen aineistoon.

Television katsominen yhä arkipäiväisempää

1980-luvulla sähköisessä viestinnässä tapahtui varsin suuria muutoksia. Televisiokulttuurin muutoksen keskeisinä indikaattoreina on nähty valinnanvapauden ja yksilöllisyyden lisääntyminen ja julkisen yleisradiotoiminnan merkityksen väheneminen.

Televioliitteiden omistus on väestössä edelleen 1980-luvulla lisääntynyt, vuonna 1991 televisio oli omassa asunnossa 97 prosentilla. Eniten televisiotomia oli yli 75-vuotiaissa, mutta heidänkin keskuudessaan vain 10 prosenttia.

1980-luvun taloudellisessa noususuhdanteessa kakkostelevioita hankittiin melko runsaasti, myös kaukosäätimet yleistyivät varsin nopeasti. Vapaa-aikatutkimuksen mukaan yli 40 prosentilla on kotonaan useampi kuin yksi televisio, 70 prosentilla väestöstä on kaukosäädin televisiossaan ja yli 90 prosentilla on väritelevisio. Kaiken kaikkiaan Suomessa on uusi kodinteknologia omaksuttu varsin nopeasti – koteihin ilmestyivät 1980-luvulla uusien televisioiden lisäksi myös videot, tietokoneet, kehittyneemmät äänentoistolaitteet jne.

Kuten jo esimerkiksi ajankäyttötutkimus on osoittanut, television katselu lisääntyi 1980-luvulla (Liikkanen 1990, 17). TV-mittaritutkimuksen mukaan television katseluun käytetty aika on edelleen lisääntynyt 1990-luvun puolella (ks. tämän kirjan tilastojakso 2.) Suunta on sama myös vapaa-aikatutkimuksen perusteella. Siinä asiaa tarkastellaan television katsomisen useuden ja perheen katselutapojen avulla. Yleisempien kulttuurimuutosten lisäksi osasyinä television katsomisen lisääntymiseen ovat vapaa-ajan hienoinen lisäys ja samalla ohjelmatarjonnan ja kanavien lisääntyminen. (ks. tämän kirjan tilastojakso 2; Liikkanen 1993, 54–55)

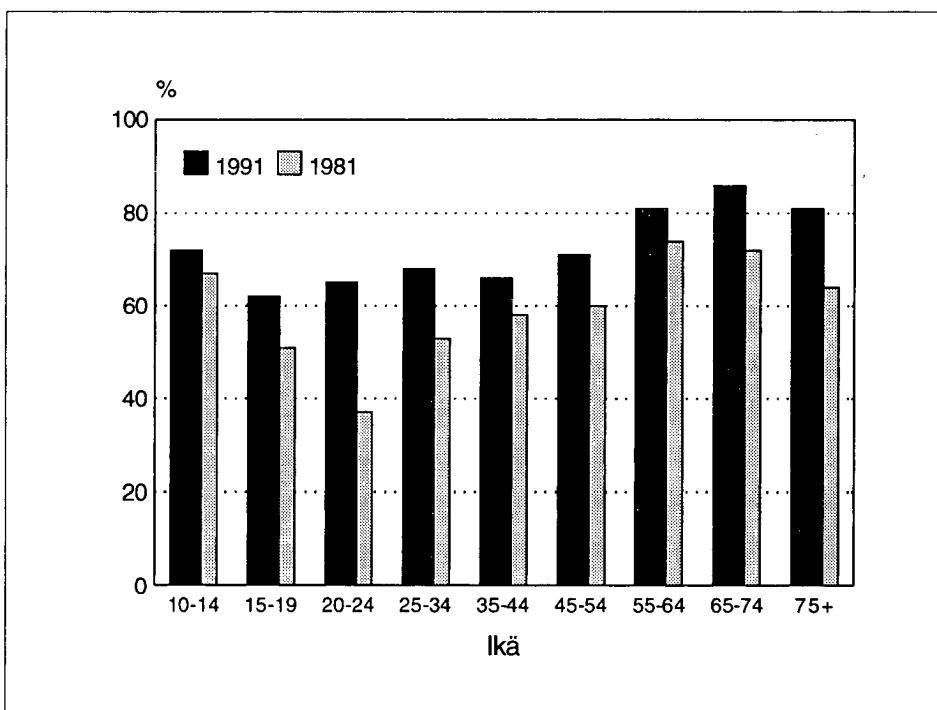
Television katsominen on jokapäiväistä arkea. Yli 90 prosenttia haastateluista ilmoittaa perheessään katsottavan televisiota joka päivä, alle 15-vuotiaiden perheissä lähes kaikissa. Televisiota pidetään yhä enemmän auki koko illan, vaikka enemmistö edelleen sulkeekin vastaanottimen katsottavien ohjelmien välillä. Erityisesti ylemmät ja alemmat toimihenkilöt, jakelu- ja palvelutyöntekijät sekä opiskelijat ja koululaiset ilmoittavat aikaisempaa useammin television olevan koko illan auki. Kun joissakin ryhmissä – mm. maatalous- ja muilla yrittäjillä – on tapahtunut myös laskua, ovat television katsomistavat tässä suhteessa yhdenmukaistuneet sosiaaliryhmien välillä.

"Koko illan" tarkoittaa luonnollisesti eri perheissä eri asioita. Vapaa-aikatutkimuksen yhteydessä tehtyjen laadullisten esitutkimusten mukaan se tarkoittaa joissakin perheissä television auki laittamista jo iltapäivällä, joissakin ilta alkaa vasta esimerkiksi puoli yhdeksän uutisista. Joillekin se alkaa kun kaikki kotityöt on tehty, useille kun työpäivä on loppunut ja saavutaan kotiin. Kyse on siis kunkin perheen omasta rytmistä ja työssäkäyntitilanteesta.

Television katsomistapana muutoksessa on kuitenkin kyse ohjelmien tietoisemman valitsemisen vähenemisestä ja television siirtymisestä taustalle "liikkuvaksi kuvatapetiksi", johon illan mittaan tarpeen mukaan kiinnitetään enemmän tai vähemmän huomiota (ks. Kytömäki & Savinen 1993, 81).

Henkilökohtaisessa television katsomisen useudessa tapahtunut lisäys on erittäin selvä. Kun vuonna 1981 alle 60 prosenttia ilmoitti katsovansa televisiota joka päivä, niin 1991 osuus oli yli 70 prosenttia. Naisista televisiota katsoo joka päivä edelleen jonkin verran harvempi kuin miehistä. Toisaalta naisilla lisäys on miehiä suurempi. Joka päivä katsovien osuuden kasvu näkyy kaikissa ikäryhmissä (kuvio 1).

Kuvio 1.
Televisiota joka päivä katselevat vuosina 1981 ja 1991



Selvästi suurin lisäys on kuitenkin 20 – 24-vuotiailla, joilla päivittäin katsovien osuus on noussut lähes 30 prosenttiyksiköllä. Vielä 80-luvun alussa tämän ikäiset nuoret olivat televisiota kaikkein harvimminkin katsova ryhmä. Tämä osoittaa muutosta nuorisokulttuurissa, jossa sähköinen kuva on selvästi keskeisemmässä asemassa kuin aikaisemmin. Muutoksen suuruudessa saattaa osaltaan heijastua myös nuorten jo tutkimushetkellä huonontunut työllisyystilanne.

Kymmenen vuoden aikana ikäryhmien sekä naisten ja miesten väliset erot ovat siten tasoittuneet television katsomisen useudessa. Myöskään sosiaali-ryhmittäin erot eivät ole kovin suuret, kuitenkin niin että työttömillä ja eläkeläisillä päivittäin katsovien osuus on muita suurempi.

Useimmin televisiota katsotaan vanhimmissa ikäryhmissä – 55 vuotta täytäneistä alkaen. He kokevat television katsomisen myös itselleen tärkeämmäksi kuin muut. Myös nuorista suhteellisen suuri osa pitää television katsomista hyvin tärkeänä. Vaikka naiset ovatkin lisänneet television katsomistaan, heistä pitää sitä kuitenkin kaikissa ikäryhmissä miehiä pienempi osa itselleen hyvin tärkeänä.

Video osaksi television katsomista

1980-luvun uusia teknisiä välineitä viestinnän alalla on video. Kun videonauhureita ei vuonna 1981 ollut juuri kenelläkään, sellainen oli 10 vuotta myöhemmin jo runsaalla 60 prosentilla 10 vuotta täyttäneestä väestöstä. Videonauhurit yleistyivätkin nopeammin kuin osattiin ennustaa. Mitä nuoremasta henkilöstä on kyse sitä todennäköisemmin kodissa on videonauhuri. Yli 65-vuotiaiden kotitalouksissa se on sen sijaan melko harvinainen.

Videonauhurin pääasialliseksi käyttötavaksi on alusta lähtien vakiintunut televisio-ohjelmien nauhoitus ja katsominen sopivampana ajankohtana. 1980-luvulla tehtyjen videon käyttöä koskeneiden tutkimusten mukaan (ks. tämän kirjan tilastojakso 5; Samola 1990) televisio-ohjelmien siirron merkitys kasvoi tutkimuksesta toiseen. Nyt kun videonauhuri on ollut useissa kotitalouksissa jo pidemmän aikaa ja toisaalta television elokuvatarjonta on lisääntynyt, ohjelmien nauhoittaminen pysyvämpään käyttöön on tullut jonkin verran tärkeämmäksi. Ensisijainen käyttötapa se on noin 10 prosentilla videonauhurin omistajista. Vastaavasti ohjelmien siirron osuus pääasiallisena käyttötapana on jonkin verran laskenut.

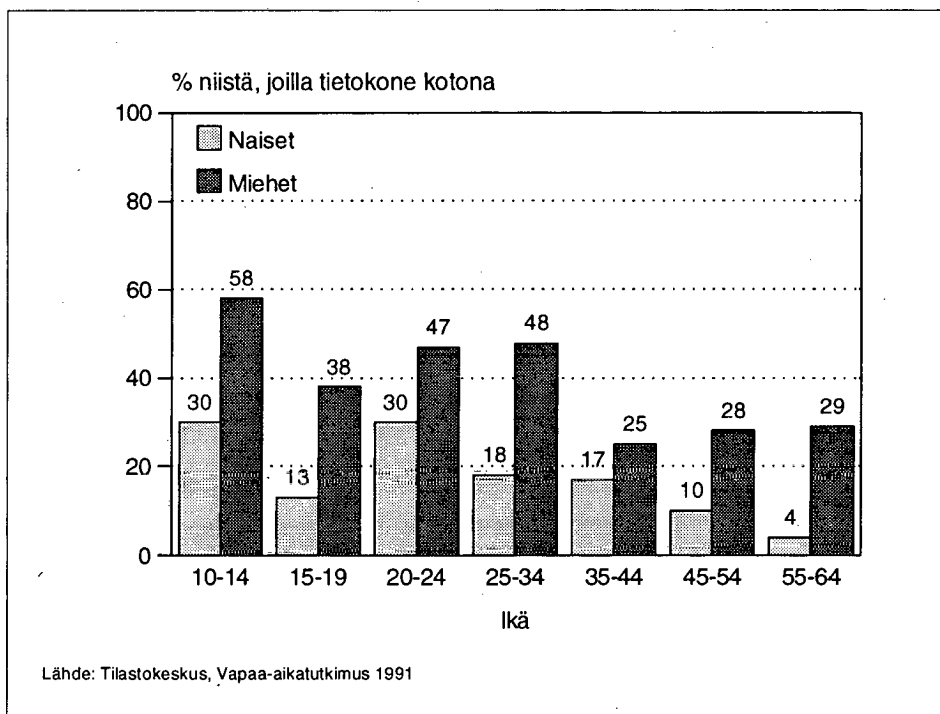
Vuokrattujen ohjelmien katsomisen merkitys on sen sijaan vähentynyt. Tällä hetkellä se on pääasiallisena käyttötapana noin 10 prosentilla, vaikka siihen tässä tutkimuksessa luettiin myös ostovideoiden katsominen. Videomarkkinoillahan ostovideoiden osuus on kasvanut (Nyman 1992; Sauri 1993). Vaikka vuokraaminen tai ostaminen ei pääasiallisena käyttötapana olekaan suosittu, on enemmistö eli noin 60 prosenttia joskus videoita katsoneista kuitenkin joskus vuokrannut video-ohjelman. Uudemmissa video-ohjelmien hankintatavoista on kokemusta vähemmän. Valmiiksi nauhoitetun videokasetin on joskus ostanut alle kolmasosa ja lainannut kirjastosta runsas kymmenesosa.

Koko väestöstä vajaa viidennes katsoo videota vähintään muutamia kertoja viikossa ja runsas kolmasosa vähintään kerran viikossa. Tässä on otettava huomioon, että 40 prosenttia ei omista videonauhuria. Videon katselu alkaa olla siis varsin yleistä. Kaiken kaikkiaan videonauhurin käyttö on kiinnittynyt osaksi suomalaisen television katselun arkipäivää. Erityisesti sen käyttöön ovat tottuneet kaikkein nuorimmat eli alle 15-vuotiaat, joista noin puolet katsoo videota vähintään muutamia kertoja viikossa. Videon katselun useus lisääntyy muutenkin, mitä nuoremmista ikäluokista on kysymys.

Tietokoneet – uusinta kodin kuvateknologiaa

Uuden elementin sähköiseen kuvaan liittyvään kodin teknologiaan ovat tuoneet tietokoneet, jotka ovat videon tavoin yleistyneet suomalaisissa kodeissa nopeasti. Neljäsosa haastatelluista ilmoitti kotonaan olevan tietokoneen. Tietokoneiden omistaminen yleistyy jyrkästi mitä nuorempiin ikäluokkiin siirryttäen 10–14-vuotiaista tietokoneen ilmoitti perheessään olevan 60 prosenttia ja 15–19-vuotiailla se on vajaalla puolella, mutta yli 60-vuotiaista tietokone oli vain yhdellä prosentilla.

Kuvio 2.
Kotitietokoneen käyttäminen useampana päivänä viikossa iän mukaan



Kaikkein ahkerimpia tietokoneen käyttäjiä ovat nuoret. 10–14-vuotiaista vain kolme prosenttia ilmoittaa, ettei käytä tietokonetta lainkaan. Kolmisenkymmentä prosenttia heistä käyttää sitä päivittäin ja lähes puolet useampana päivänä viikossa. Pojat käyttävät tietokonetta selvästi intensiivisemmin kuin tytöt. Esimerkiksi nuorimmista pojista on päivittäin käyttäviä lähes kaksi viidestä ja useampana päivänä viikossa käyttäviä lähes 60 prosenttia, kun vastaavat luvut ovat tytöillä 17 ja 30 prosenttia. (Kuvio 2)

Pelien pelaaminen on ylivoimaisesti yleisin tietokoneen käyttötapa. Yli puolet tietokoneen omistajista käyttää sitä pelaamiseen. Vaikka pelaaminen on yleisintä kaikkein nuorimmilla, joista 94 prosenttia (koskee sekä tyttöjä että poikia) käyttää tietokonetta pelaamiseen, se on varsin yleinen käyttötapa myös muissa ikäryhmissä.

Toiseksi yleisimmin tietokonetta käytetään tekstinkäsittelyyn, johon tietokonetta käyttää noin 40 prosenttia, kaikkein yleisimmillään se on 20–34-vuotiaiden keskuudessa. Seuraavina ovat tietokonegrafiikka ja ohjelmointi.

Pelit kiinnittävät tietokoneen käytön selvimmin muuhun sähköiseen kuvaviestintään ja muuhun kulttuuriin, sillä nykyään ensimmäinen kosketus jonkin elokuvan tai kirjan tarinaan tai aihepiiriin saattaa tulla juuri tietokonepeilin kautta. Tai vastavuoroisesti jostakin pelistä kiinnostutaan, kun televisiosita tai videolta on nähty peliin liittyvä tarina. Tietokoneiden käyttö on näin ollen videon ohella myös osa television katselun ja käytön muutosta. Ne ovat arkipäiväistäneet television katselua myös lisäämällä tekniikkaan liittyvää hallinnan tunnetta.

Television mielihjelmat

Yhteiskuntatutkimuksessa on esitetty, että kun vanhat arvo- ja luokkahierarkiat vähitellen murtuvat ja menettävät merkitystään, medioiden käyttöön liittyvät valinnat ja käyttötavat tulevat yhä keskeisimmiksi sekä sosiaalisen identiteetin että sosiaalisten ryhmien muodostumisen ja erottelun perustana (esim. Laermans 1992; Featherstone 1991). Toisaalta on korostettu, että esimerkiksi television katsomista voi ymmärtää vain ottamalla huomioon sen liittymisen kodin ja perheen arkikäytäntöihin ja valtasuhteisiin (Morley & Silverstone 1990, 33; Morley 1992, 139). Myös televisio-ohjelmiston yhä suurempaa avoimuutta katsojien tulkinnoille on painotettu. Aktiivisten katsojien on esitetty luovan ohjelmiston ja tulkitsevan sen tarjoamat merkitykset viime kädessä omissa olohuoneissaan. (Esim. Fiske 1987.)

Television merkityksellisyyttä yksittäisille katsojille ja eri sosiaaliryhmille voidaan tutkia monella tavalla. Vapaa-aikatutkimuksessa tutkimustavaksi valittiin mieli- ja torjuttujen ohjelmien selvittäminen. Vastaajia pyydettiin

omin sanoin kertomaan mitä tai minkälaisia ohjelmia tai ohjelmatyyppejä he katsovat mieluiten (*mieliohjelmat*) sekä mitä tai minkälaisia ohjelmia he eivät haluaisi katsoa koskaan (*torjutut ohjelmat*). Mieliohjelmia ja torjuttuja ohjelmia kysyttiin kaikilta 10 vuotta täyttäneiltä.

Vapaa-aikatutkimuksen mieliohjelma-aineisto osoittaa, että vastaajat jäsentävät televisio-ohjelmia yleisön asemasta käsin. Mieliohjelmista puhutaan pääasiassa lajityyppinä tai selvästi ohjelmien niminä, puhetavat noudattavat hyvin pitkälle lähettäjän ja tuottajan luomia ilmaisuja ja jäsennyksiä. Ohjelmia määritellään melko vähän suoranaisilla viittauksilla omaan arkeen, niihin ei myöskään juuri liitetä tunteenomaisia ilmauksia kuten mielimusiikkimainintoihin (ks. Seppänen 1993, 93). Omakohtaisimmat maininnat liittyvät pääasiassa katsomistilanteeseen, esim. lauantai-ilta, myöhäisohjelmat.

Eri ohjelmatyyppejä koskeva puhe eroaa kuitenkin siinä kuinka tarkkoja ohjelmatyyppin sisäiset lajityyppimaininnat ovat tai kuinka paljon mainitaan yksittäisten ohjelmien nimiä. Suoraan laatuun liittyvät maininnat ovat useimmin varsin ylimalkaisia kuten "hyvät elokuvat" tai "hyvät viihdeohjelmat". Tosin myös katsomistilanteeseen liittyvät maininnat voidaan tulkita laatumaininnoiksi, sillä televisio-ohjelman koettu laatu liittyy paitsi sisältöön myös katsomistilanteeseen (Kytömäki & Savinen 1993, 69).

Ohjelmatyypit, jotka nousevat vahvimmin esiin ja näyttävät jäsentävän mieliohjelmistoa ovat: sarjafilmit, uutiset sekä asia- ja ajankohtaisohjelmat, elokuvat, viihdeohjelmat, urheilu- ja luonto-ohjelmat. Eniten yksittäisiä ohjelmia mainitaan sarjafilmeistä ja viihdeohjelmista.

Eniten mieliohjelmamainintoja saaneet ohjelmatyypit vuonna 1991 yleisyysjärjestyksessä

Yksittäisten mieliohjelmien 10 kärjessä

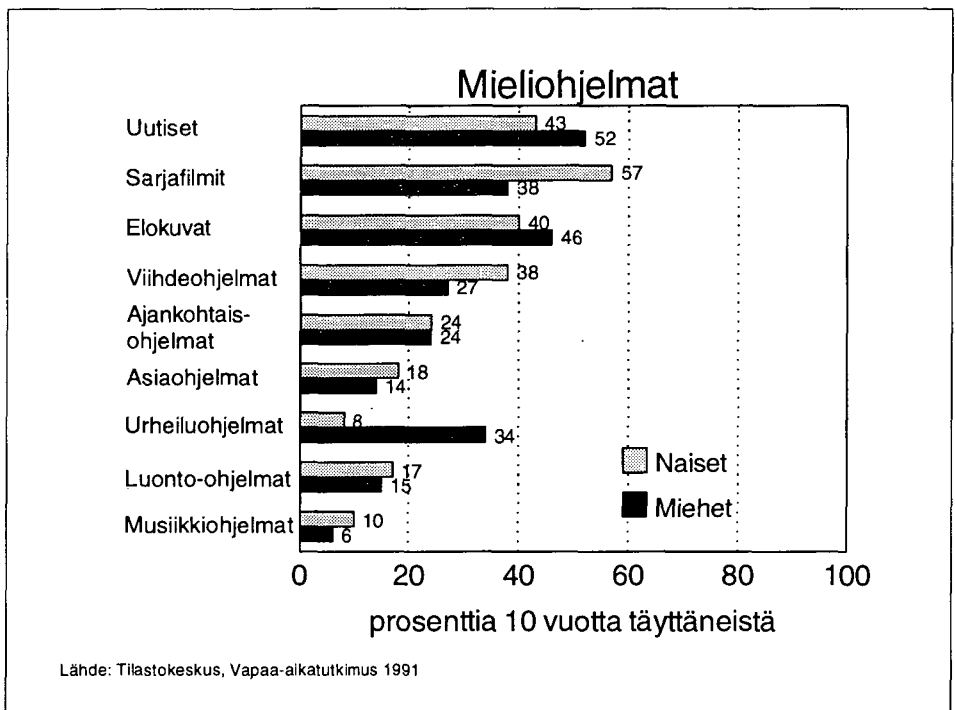
Mainintoja

1. sarjafilmit	1. Napakymppi	460
2. uutiset	2. Dallas	219
3. elokuvat	3. Koira haudattuna	213
4. viihdeohjelmat	4. Ruutuässä/Ruutuysi	206
5. ajankohtaisohjelmat	5. Kymppitonni	189
6. urheiluohjelmat	6. Dynastia	166
7. asiaohjelmat	7. Twin Peaks	150
8. luonto-ohjelmat	8. Ruusun aika	148
	9. A-studio	131
	10. Hynttyyt yhteen	118

Television katselua tutkittaessa on usein korostettu sen liittyvän kodin ja arjen rakenteisiin ja rutiineihin. Siinä korostuvat sarjallisuus, rituaalisuus ja toistuvuus. (Esim. Morley 1992.) On todettu myös, että ihmiset liittävät eri ohjelmatyypit usein oman viikkorytminsä eri kohtiin – esimerkiksi uutiset arkeen ja elokuvat sekä viihdeohjelmat viikonloppuun (Kytömäki & Savinen 1993, 72). Mieliohjelmina korostuvatkin kaikkein "televisionomaisimmat" ohjelmatyypit. Mieliohjelmiä mainitaan ohjelmia ja ohjelmatyyppejä, jotka ovat selvimminkin arjen rytmiin sidottuja ja sillä tavoin toistuvia, että niitä voi olettaa näkevänsä myös tulevaisuudessa, ja joista lisäksi on tavalla tai toisella miellyttäviä katsomiskokemuksia. Miellyttävä katsomiskokemus voi liittyä sisällön lisäksi esimerkiksi valinnan helppouteen arjen rytmin kannalta tai ohjelman sijoittumiseen arjen juhlahetkeen. Tästä seuraa, että yksittäiset pisteohjelmat tai ohjelmatyypit, jotka eivät samalla tavalla jäsenny osaksi arkista televisiokulttuuria, eivät mieliohjelmina pääse esiin.

Vapaa-aikatutkimuksen mieliohjelma-aineiston perusteella mieliohjelmat jäsentyvät siis suhteellisen yhtenäisesti ja kasautuvat melko voimakkaasti toisin kuin esimerkiksi mielimusiikkimaininnat (ks. Seppänen 1993, 95). Toisaalta on muistettava, että vaikka jonkin ohjelmatyypin onkin valinnut mieliohjelmakeen puolet vastaajista, toinen puoli on tehnyt toisenlaisen valinnan.

Kuvio 3.
Useimmin mieliohjelmina mainitut ohjelmatyypit



Sarjafilmit saivat uutisten ohella eniten mielihjelmamainintoja. Sarjafilmejä on mielihjelmikseen maininnut lähes puolet. Naiset ovat maininneet niitä mielihjelmikseen selvästi useammin (60 %) kuin miehet (40 %). Naiset kokevat sarjafilmit siis itselleen tärkeämmiksi ohjelmiksi kuin miehet. Tämä ero säilyy kaikissa ikäryhmissä siten, että mitä nuorempiin ikäryhmiin mennään sen useammin sarjafilmejä mainitaan mielihjelmoina.

Jos uutiset sekä asia- ja ajankohtaisohjelmat lasketaan yhteen, niitä on kaikkein useimmin mainittu mielihjelmoina. Uutiset yksinään ovat yhtä suosittuja kuin sarjafilmit eli ne on mielihjelmikseen maininnut puolet haastatelluista. Luku olisi korkeampikin, jos se laskettaisiin 15 vuotta täyttäneistä, sillä alle 15-vuotiaista uutisia oli maininnut vain viitisen prosenttia. Miehet ovat maininneet niitä mielihjelmoinaan naisia useammin. Alle 35-vuotiailla naisten ja miesten maininnat uutisten suhteen eivät kuitenkaan juuri eroa, sen jälkeen ero kasvaa ja kaikkein uutissuuntautuneimpia ovat 35–64-vuotiaat miehet.

Uutisten suosio mielihjelmoina saattaa toisaalta kertoa uutisten korkeasta statuksesta ohjelmien arvohierarkiassa, toisaalta uutisten erityisestä televisionomaisuudesta. Viimeksi mainitusta kertoo ehkä se, että uutisista mainitaan hyvin vähän tiettyjen uutislähetysten nimiä, mikä kertoo uutisten kokeemisesta sarjallisina, toistuvina ja arkeen sidottuina. Tietysti myös yhteiskunnallisella ja maailmanpoliittisella tilanteella on oma vaikutuksensa uutisten suosioon.

Elokuvia mainitsi television mielihjelmoinaan noin 40 prosenttia haastatelluista, miehet useammin kuin naiset. Elokuvia mainittiin melko tasaisesti kaikissa ikäryhmissä, kuitenkin niin, että alle 44-vuotiailla niitä oli enemmän kuin sitä vanhemmilla.

Viihdeohjelmat tulevat esiin television mielihjelmoina pääasiassa yksittäisten ohjelmien niminä. Viihdeohjelmia mainitsi mielihjelmoinaan kolmannes vastaajista. Naiset mainitsivat niitä mielihjelmikseen selvästi useammin kuin miehet. Viihdeohjelmien mainitseminen mielihjelmiksi lisääntyy tasaaisesti iän myötä.

Luonto-ohjelmia oli mielihjelmikseen maininnut vajaa viidennes. Luonto-ohjelmien mainitseminen lisääntyi vanhempiin ikäluokkiin mentäessä. Luonto-ohjelmien näinkin suuri suosio verrattuna muihin vastaaviin ohjelmatyyppeihin kertonee niiden erittäin hyväksyttävästä sisällöstä suomalaisessa kulttuurissa. Ne eivät herättäneet lainkaan torjuntia.

Musiikkiohjelmia mainitsi mielihjelmikseen noin kymmenisen prosenttia tutkimukseen osallistuneista, naiset mainitsivat niitä miehiä useammin. Mutta eri ikäisten mielihjelmoina ne kuitenkin esiintyivät melko tasaisesti.

Naisista musiikkiohjelmiä mainitsivat kuitenkin miehistä poiketen erityisesti aivan nuoret ja toisaalta yli 45-vuotiaat.

Musiikkivideoita mainittiin hyvin vähän mielihjelmina, vaikka nuoret katsovatkin niitä paljon (ks Liikkanen 1993b, 77). Tämä saattaa olla oire puhe-
tapojen muutoksesta, jossa musiikkivideoita ei mielletä televisio-ohjelmina eikä musiikin kuuntelua radion kuunteluna. Se saattaa olla osa musiikin kuuntelutapojen muutosta, jossa musiikki ja sähköinen kuva liittyvät yhä enemmän yhteen, samalla kun muiden välineiden merkitys kuuntelussa vähenee (ks. Seppänen 1993, 88–90).

Teatteriesitykset mainitsi mielihjelmanaan kaksi prosenttia haastateltavista, eniten mainintoja oli yli 45-vuotiailla naisilla. Muita kulttuuriohjelmiä ilmoitti mielihjelmikseen noin prosentti haastateltavista. Myös näissä maininnat keskittyivät keski-ikäisille ja sitä vanhemmille naisille. Vapaa-aikatutkimuksen laadullisen esitutkimusaineiston perusteella kulttuuri- ja taideohjelmat eivät näytä jäsentyvän osaksi arkista televisiokulttuuria, niitä on vaikea havaita televisio-ohjelmien virrasta ja niiden kohdalla korostetaan satunnaista katselua.

Televisio-ohjelmien valintoihin liittyvä yleisvaikutelma on, että sosiaaliryhmien väliset erot eivät korostu kovin vahvasti. Televisio-ohjelmiston valinnat näyttävät määräytyvän arjen kautta, jolloin erotteluissa heijastuvat kodin valtasuhteet ja elämäntilanne. Yhteiskunnallisella tasolla on kyse lähinnä sukupuolten ja sukupolvien välisestä suhteesta. Televisio-ohjelmistosta puhutaan enemmän perheestä ja kodin arjesta käsin, vähemmän sosiaaliryhmän jäsenenä.

Keskeiset televisio-ohjelmiä koskevat erottelut rakentuvat siis ulottuvuuksille sukupuoli sekä ikä ja sukupolvi. Sukupuoleen perustuvat valinnat jakautuvat siten, että erityisesti miesten valintoja ovat uutiset, elokuvat ja urheilu ja torjuntaja ovat saippuaopperat ja korkeakulttuuri. Naisten valintoja ovat taas erityisesti sarjafilmit – näistä erityisesti perhesarjat –, viihdeohjelmat, asiaohjelmat ja korkeakulttuuri. Naisten torjunnat kohdistuvat vastaavasti urheiluun, väkivaltaan, sotaan ja saippuaopperoihin.

Toisen sukupuolen makuun kohdistuvan torjunnan kulminoitumiskohtia ovat urheilu ja saippuaopperat. Eräät tutkijat ovatkin rinnastaneet nämä ohjelmatyytit (O'Connor & Boyle 1991) ja kutsuneet urheiluohjelmiä miesten saippuaopperoiksi. Heidän mukaansa samalla tavalla kuin saippuaopperatyytit perhesarjat liikkuvat naisten perinteisen kompetenssin – ihmissuhteiden ja yksityisyyden – alueella, urheiluohjelmista löytyy miesten kulttuurista kokemusta – vallan, kontrollin ja autonomisen toiminnan käytäntöjä ja fantasioita.

Ikään ja sukupolveen liittyvät erottelut näkyvät valintojen ja torjuntajen kohdistumisessa kotimaisuuteen ja ulkomaisuuteen siten, että vanhemmat sukupolvet valitsevat kotimaista ja torjuvat ulkomaista ja nuoremmat taas valitsevat ulkomaista ja torjuvat kotimaista. Nuoremmilla sukupolvilla televisiopuhe näyttäisi lisäksi olevan erittelevämpää. Esimerkiksi ulkomaisten sarjafilmiin lajityyppeihin kohdistuvat erottelut ovat varsin tarkkoja. Nuorempien sukupolvien suuntautuminen kansainväliseen aineistoon näkyy myös ulkomaisten satelliittiohjelmien ja musiikkivideoiden katseluna. Samat ikään ja sukupuoleen liittyvät valinnat näkyvät myös video-ohjelmien katselussa.

Radion muuttuvat merkitykset

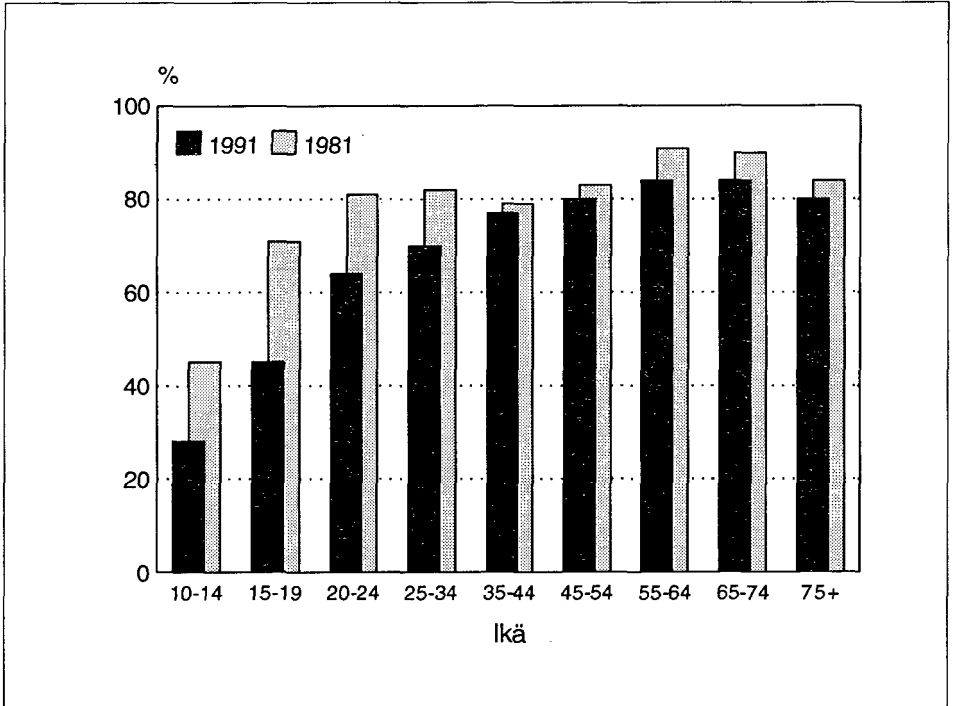
Myös radion kenttä muuttui 1980-luvulla (ks. tämän kirjan tilastojakso 3; Liikkanen 1993a). 1980-luvun loppupuolelta lähtien radioilmaisuuksiin on tullut uusia elementtejä ja perinteisen ohjelmiin perustuvan tuotantotavan rinnalle on tullut ns. lähetysvirtaradio, jossa yksittäisiä ohjelmia on enää vaikea erottaa kokonaisuudesta. Samalla musiikki on tullut entistä keskeisemmäksi elementiksi radiolähetyksissä. Eräs 1980-luvun piirteistä oli ns. kontaktiohjelmien yleistyminen. Korostettiin kuuntelijoiden ja tekijöiden vuorovaikutusta ja kuuntelijoiden merkitystä itse ohjelmien tekemisessä.

Vapaa-aikatutkimuksessa radion kuuntelua tutkittiin selvittämällä muun muassa kuuntelun useutta. Kuten televisio myös radio on arkinen ja jokapäiväinen väline. 10 vuotta täyttäneestä väestöstä radiota kuuntelee joka päivä noin 70 prosenttia ja niitä jotka eivät koskaan kuuntele radiota on vain pari prosenttia. Päivittäin kuuntelevien osuus on kuitenkin laskenut kymmenessä vuodessa. Vuonna 1981 radiota kuunteli joka päivä noin 80 prosenttia.

Päivittäin radiota kuuntelevien osuus on pienentynyt kaikissa ikä- ja sosiaaliryhmissä, mutta erityisesti alle 35-vuotiailla, joista yhä harvempi ilmoittaa kuuntelevansa radiota joka päivä. Suurin pudotus – 26 prosenttiyksikköä – on ikäryhmässä 15–19-vuotiaat, lähes 20 prosenttiyksikköä se on myös muilla alle 25-vuotiailla. (Kuvio 4.) Myös Yleisradion päiväkirjatutkimukset osoittavat, että radiota ajallisesti paljon kuuntelevat löytyvät vanhimmista ikäryhmistä (ks. Ruohomaa 1992). Sosiaaliryhmistä vähiten päivittäin radiota kuuntelevia on ylemmissä toimihenkilöissä, opiskelijoissa ja koululaisissa sekä työttömissä.

Radion kuuntelutavat muuttuvat – yhä useammin radio on siirtynyt taustääneksi. Aina tai useimmin keskittyneesti radiota ilmoittaa kuuntelevansa noin viidesosa, loput noin 80 prosenttia kuuntelee radiota aina tai pääasiasa taustäänenä. Aina keskittyneesti radiota kuuntelee vain 5 prosenttia.

Kuvio 4.
Radiota joka päivä kuuntelevat vuosina 1981 ja 1991

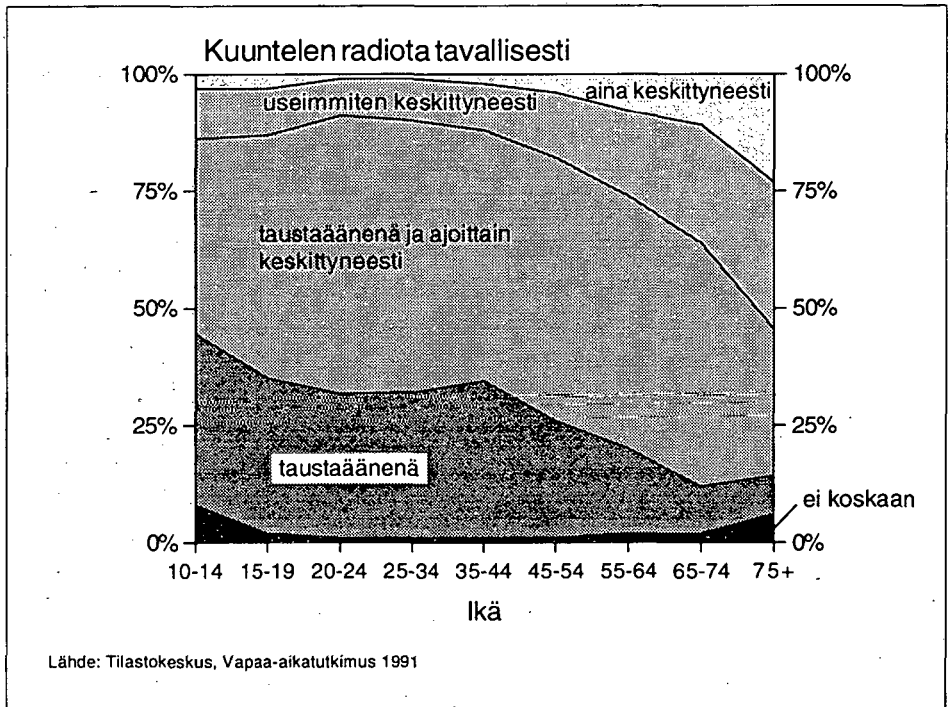


Mitä nuoremmasta henkilöstä on kysymys sitä todennäköisempää on, että radion kuuntelu on pääasiassa taustakuuntelua tai sitä ei kuunnella ollenkaan. Jos radion kuuntelu on pääasiassa taustakuuntelua, sitä havaitaan todennäköisesti vähemmän ja siitä puhutaan uudella tavalla. Tämä koskee erityisesti nuoria, joille radion taustakuuleminen ei ehkä olekaan enää "radion kuuntelua" vaan jotain muuta, esimerkiksi musiikin kuuntelua.

Kaikkein keskittyneimmät kuuntelijat löytyvät puolestaan yli 65-vuotiaista kuuntelijoista, joista yli 40 prosenttia ilmoittaa kuuntelevansa radiota useimmiten tai aina keskittyneesti. (Kuvio 5.) Sosiaaliryhmittäin eniten keskittyneitä kuuntelijoita löytyy ylemmistä toimihenkilöistä, eläkeläisistä sekä maatalousyrittäjistä.

Vaikka nuoria onkin saatu sekä paikallisradioiden että Yleisradion kanaville, radio näyttää olevan ainakin tällä hetkellä ja ehkä enenevässä määrin vanhempien ikäluokkien media. Kuva vahvistuu, kun tarkastellaan radion kuuntelun koettua tärkeyttä tai yhdentekevyyttä. Vanhemmat sukupolvet kokevat radion kuuntelun itselleen selkeästi tärkeämmäksi kuin nuoret (Liikkanen 1993a, 56–58). Radion merkitys ja kuuntelutavat ovat siis varsin erilaisia nuorilla ja vanhemmilla ikäluokilla.

Kuvio 5.
Radion kuuntelutapa vuonna 1991

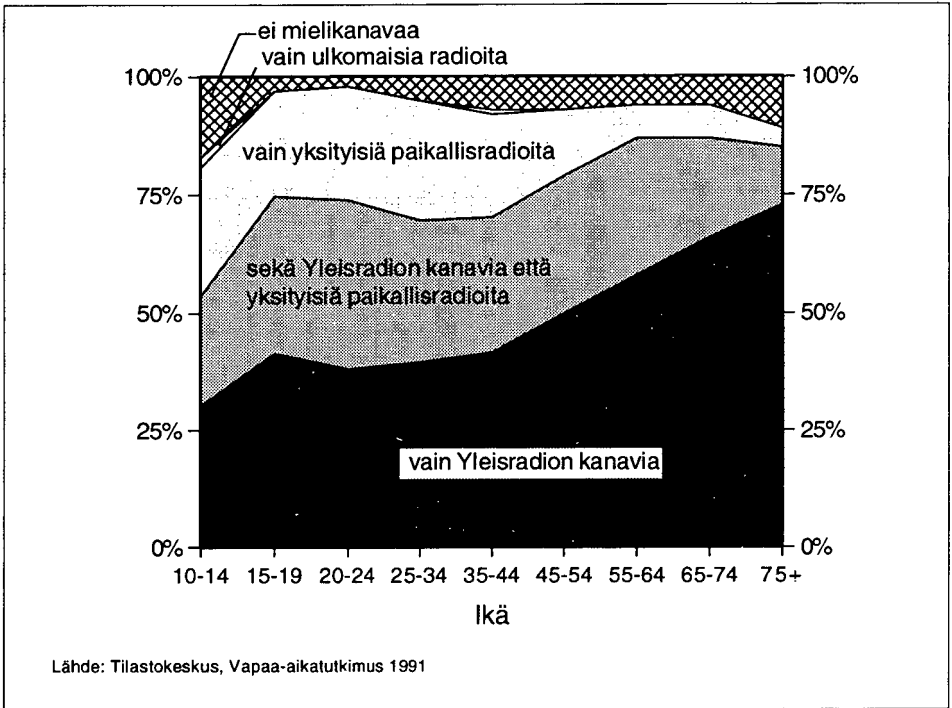


Kaiken kaikkiaan radion kuuntelu koetaan edelleen keskimäärin yhtä tärkeäksi kuin television katselu. Kaksi kolmasosaa pitää sitä vähintään melko tärkeänä, vajaa kuudesosa erittäin tärkeänä ja vain kolme prosenttia täysin yhdentekevänä. Vaikka miehistä jonkin verran useampi kuunteleekin radiota päivittäin, naiset kokevat sen lähes kaikissa ikäryhmissä itselleen tärkeämmäksi kuin miehet.

Eriytyneet radiokanavat

Radion puolella 1980-luvun murros liittyi yksityisten paikallisradioiden tuloon ja niiden aseman vakiintumiseen kuuntelijoiden keskuudessa. Vapaa-aikatutkimuksen laadullisten esitutkimusten antama vaikutelma oli, että televisio-ohjelmat ainakin vielä tutkimusajankohtana valittiin pääasiallisesti sisällön ja lähetyksajankohdan mukaan. Tästä syystä televisiosta ei varsinaisessa tutkimuksessa kysytty mielikanavaa. Radio-ohjelmien valinnan keskeinen kriteeri on sen sijaan lähettävä radio tai radiokanava. Sellaisia, joilla ei ole mielikanavaa, oli vain kuusi prosenttia haastatelluista. Eniten tällaisia oli alle 15-vuotiaissa, jotka myös kuuntelevat radiota vähiten (kuvio 6).

Kuvio 6.
Radion mielikanavavalinnat vuonna 1991



Vapaa-aikatutkimuksen mukaan yksityiset paikallisradiot ovat saaneet vanhan jalansijan yleisön mielikanavina. Lähes puolet radiota kuuntelevista mainitsi vähintään yhdeksi mielikanavakseen jonkin yksityisen paikallisradion. Yleisradion kanavia oli mainittu kuitenkin edelleen selvästi enemmän, sillä jonkin niistä oli yhdeksi mielikanavistaan maininnut kolme neljäsosaa vastaajista. Pelkästään Yleisradion kanavia mainitsi vajaa puolet vastaajista, vain yksityisiä paikallisradioita vajaa viidesosa ja kumpiakin 28 prosenttia. Eniten pelkästään Yleisradion kanavia valinneita oli yli 55-vuotiaissa ja vastaavasti vain yksityisen radioaseman valinneita tätä nuoremmissa.

Vuonna 1990 Yleisradiossa toteutettiin ns. radiouudistus. Siinä kanavat profiloitiin entistä selkeämmin ja nimettiin uudelleen siten, että ruotsinkielinen kanava jatkaa ns. täyden palvelun kanavana, Ylen ykkönen (1-verkko) keskittyy perinteiseen kulttuuriohjelmaan ja klassiseen musiikkiin, Radio Mafia (2-verkko) populaarikulttuuriin, joka on suunnattu nuorille ja nuorille aikuisille sekä Radio Suomi (3-verkko) uutis-, ajankohtais- ja alueohjelmistoon (Ruohomaa 1991, 10). Yleisradion paikallislähetykset lähetetään Radio Suomen kanavalla. Radio Suomi pyrkii siis kilpailemaan paikallisradioiden kanssa paikallisuudessa, kotimaisuudessa ja uutispainottuneisuudessa ja Radio Mafia modernisuudessa, kansainvälisyydessä ja uudessa radioilmaisussa.

Yleisradion kanavista Radio Mafia on onnistunut hyvin profiloitumaan nuorten kanavaksi, sillä yli 45-vuotiaista sen valitsi mielikanavakseen vain viisi prosenttia. Sitä nuoremmista sen oli yhdeksi mielikanavistaan valinnut keskimäärin noin 40 prosenttia. Eniten sitä olivat maininneet 15–24-vuotiaat, joista sen oli valinnut 65 prosenttia. Tämän ikäiset olivat maininneet myös yksityisiä paikallisradioita muita useammin, niitä oli mielikanavakseen maininnut vajaa 60 prosenttia.

Kaikkein vanhin kuulijakunta on Ylen ykkösellä, yli 65-vuotiaista sen oli valinnut mielikanavakseen 40 prosenttia ja yli 75-vuotiaista lähes puolet, alle 25-vuotiaista sen sijaan vain muutama prosentti. Suosituin Yleisradion kanavista on kuitenkin Radio Suomi, jonka mainitseminen lisääntyy tasaisesti iän myötä. Se ei kuitenkaan ole nuorten suosiossa, alle 25-vuotiaista sen oli maininnut alle 10 prosenttia, mutta sen sijaan 55–74-vuotiaista lähes 60 prosenttia. Sitä vanhemmilla Ylen ykkönen on Radio Suomea suosituimpi.

Radio-ohjelmien valinnat

Radio-ohjelmien valintoja selvitettiin vapaa-aikatutkimuksessa pyytämällä vastaajia omin sanoin kertomaan minkälaisia ohjelmia he kuuntelevat radiosta. Tällä tavoin esiintulevat ohjelmat kuvaavat ihmisten pääasiassa kuuntelemia; heidän itsevalitsemiaan ohjelmia ja ohjelmia, jotka heille ovat todennäköisesti myös tärkeimpiä.

Kuten oheisesta lista osoittaa, suurin osa radio-ohjelmamaininnoista oli varsin yleisiä ja ylimalkaisia. Tämä koskee erityisesti listan kärkipäätä.

Yksittäisten radio-ohjelmamainintojen 10 kärjessä

1. musiikki
 2. uutiset
 3. asiaohjelmat
 4. ajankohtaisohjelmat
 5. kaikkea/mitä sattuu tulemaan
 6. kuunnelmat
 7. hartausohjelmat
 8. jumalanpalvelukset
 9. haastattelut
 10. toivekonsertit
-

Musiikki on ylivoimaisesti eniten radiosta kuunneltu ohjelmatyyppi. Yli puolet vastaajista ilmoitti kuuntelevansa musiikkia. Musiikkia mainittiin paljon kaikissa ikäryhmissä, mutta sen kuunteleminen lisääntyi kuitenkin selvästi mitä nuoremmasta vastaajasta oli kyse.

Yleisen musiikinkuuntelumaininnan lisäksi ilmoitettiin laaja skaala erilaisia musiikkityyppejä ja -ohjelmia. Nuorilla korostuivat rock- ja popmusiikki sekä listaohjelmat, noin 30 ikävuodesta lähtien mainittiin klassista sekä kevyttä ja iskelmämusiikkia. Kaikkein vanhin kuulijakunta on vanhalla tanssimusiikilla sekä hengellisellä musiikilla.

Uutisia ilmoitti kuuntelevansa noin kolmasosa vastaajista. Uutisia mainittiin kaikissa ikäryhmissä, mutta niiden kuunteleminen lisääntyy selvästi iän karttuessa ja miehet ilmoittavat jonkin verran naisia useammin kuuntelevansa radiosta uutisia. Eli kuva on varsin samantapainen kuin television kohdalla.

Musiikki ja uutiset ovat ylivoimaisesti mainituimmat ohjelmat, sillä listalla seuraavan eli asiaohjelmien mainitsijoiden osuus oli jo hiukan alle 10 prosenttia, samoin ajankohtaisohjelmien ja valikoimattoman kuuntelemisen. Tämän jälkeen yksittäisten mainintojen osuudet laskivatkin viiteen prosenttiin ja sen alle.

Asia- ja ajankohtaisohjelmia mainittiin melko tasaisesti kaikissa ikäryhmissä alle 15-vuotiaita lukuunottamatta. Asiaohjelmien kuunteleminen kuitenkin lisääntyi vanhempiin ikäryhmiin siirryttäessä. Naiset mainitsivat asiaohjelmia miehiä enemmän, ajankohtaisohjelmia naiset ja miehet mainitsivat kuuntelevansa suunnilleen yhtä usein.

Niitä, jotka ilmoittivat kuuntelevansa kaikkea tai mitä radiosta sattuu tulemaan, oli tasaisesti kaikissa ikäryhmissä, hiukan muita enemmän kuitenkin 25–35-vuotiaissa. Sukupuolen mukaan valikoimattomassa kuuntelussa ei ollut kuitenkaan eroa. Myös kuunnelmia ja haastatteluja mainittiin kaikissa ikäryhmissä, naiset hiukan miehiä useammin. Kuten televisiossa urheilu on myös radiossa erityisesti miesten kaikissa ikäryhmissä suosima ohjelmatyyppi.

Jumalanpalvelusten ja hartausohjelmien nouseminen mainintalistalla näinkin korkealle kuvastaa radion tärkeyttä vanhemmille ikäluokille. Alle 30-vuotiailta ne eivät ole saaneet yhtään mainintaa. Sen jälkeen maininnat alkavat lisääntyä sekä naisilla että miehillä, eniten niitä on kuitenkin yli 65-vuotiailta naisilla.

Muuten radio-ohjelmissa tulee osittain esiin samoja perusaihepiirejä tai ohjelmatyyppejä kuin televisiossakin, esimerkiksi luonto-ohjelmat, viihde- ja hupiohjelmat sekä erilaiset kilpailut, samoin kotimaisuuden korostaminen erityisesti vanhemmissa ikäryhmissä.

Ohjelmamaininnoissa on myös joitakin selvästi radiolle ominaisia osittain perinteisiä, osittain uusia piirteitä ja painotuksia. Tällaisia ovat paikallisuus ja paikallisten asioiden korostus, kontaktiohjelmat, ohjelmavirtatyypiset lähetykset ja kuuntelun tilanne- ja paikkasidonnaisuus.

Erytisesti viimeksi mainittu näyttää vahvistuvan radion kuuntelussa. Radio-ohjelmavalintoja kuvaillaan usein liittyneenä arjen rituaaleihin, kuten töihin tai kouluun menoon tai tuloon, nukkumaan menoon. Radiota kuunnellaan autossa, työpaikalla, kesämökillä, siivotessa tai ruokaa laittaessa, illalla tai aamulla, tai pelkästään viikonloppuna. Monet liittävätkin eri kuuntelutilanteisiin tai -paikkoihin erilaisia radio-ohjelmia ja radion kuuntelutapoja.

Yhteenvedon voisi sanoa, että radion kuuntelutavat ja ohjelmien valinnat ovat eriytyneet melko selvästi eri sukupolvissa. Vanhimmissa sukupolvissa radion tärkeys korostuu, radiota kuunnellaan paljon ja edelleen varsin keskittyneesti. Sisällöllisiä korostuksia ovat uutiset, kotimaisuus, paikalliset asiat, perinteiseen arkeen liittyvät aiheet kuten luonto, metsä, maanviljelys, puutarhanhoito ja ruuanlaitto, traditionaalinen musiikki ja hengellisyys, kanavista Ylen ykkönen ja Radio Suomi.

Nuorimmissa ikäluokissa painottuvat taas radion vähäisempi kuuntelu ja tärkeys, taustakuuntelu, rock- ja popmusiikki ja sitä kautta kansainvälisyys, uusi radioilmaisuus sekä ohjelmavirtatyypiset lähetykset, Radio Mafian ja paikallisradioiden kuuntelu.

Sosiaaliryhmistä ainoastaan ylemmät toimihenkilöt poikkeavat jonkin verran tästä sukupolvisidonnaisesta mallista, heillä korostuvat muita vähäisempi kuuntelu mutta keskittyneempi kuuntelutapa.

Vaikka radio on television tavoin kodinteknologiaa, radion kuuntelutapoihin liittyvät muutokset ovat kuitenkin myös irrottamassa sitä kodin piiristä. Televisio-ohjelmien valintojen tapaan keskeiset radio-ohjelmien valintoja erottavat tekijät löytyvät sukupolvesta ja sukupuolesta. Radion puolella sukupolven mukainen eriytyminen – jonkinlainen modernisuus-traditionaalisuus-ulottuvuus – näyttäisi olevan kuitenkin vielä selvempi kuin televisiossa. Sen sijaan muun muassa perheen sisäisiä valtasuhteita ilmentävällä sukupuolen mukaisella erottelulla ei radio-ohjelmavalinnoissa ole niin selvää roolia kuin televisiossa. Radio näyttääkin irtautuvan yhä individualistisemmaksi välineeksi, joita saattaa perheessä olla useita, jota kuunnellaan yhä enemmän myös kodin ulkopuolella, eivätkä siihen liittyvät valinnat suuressa määrin aiheuttane perheen sisäisiä konflikti- tai valintatilanteita.

1980-luku toi koteihin uusia välineitä ja uutta ilmaisu

1980-luku toi suomalaisiin koteihin uusia sähköisiä kuvamedioita ja kehittyneempiä välineitä. 1980-lukua voikin luonnehtia sähköisen kuvan vuosikymmeneksi. Television katseluun tuli uusia piirteitä, se arkipäiväistyi ja video tuli osaksi television katsomista. Samalla television katselu lisääntyi kaikissa ikäryhmissä. Television katselutavat yhtenäistyivät eri sosiaaliryhmissä.

Myös radion puolella tapahtui muutoksia. Radiota kuunnellaan entistä harvemmin. Paikallisradiot toivat tullessaan uutta radioilmaisu, musiikin merkitys ohjelmasisältönä vahvistui ja radio siirtyi yhä enemmän taustäänneksi. Radion merkitys ja kuuntelutavat eriytyivät eri sukupolvissa. Vanhemmille ikäryhmille radio on edelleen tärkeä ja he kuuntelevat sitä keskittyneesti. Nuorilla radion kuuntelu on vähentynyt muita enemmän, se on siirtynyt suurelta osin taustäänneksi eivätkä nuoret koe radion kuuntelemista itselleen yhtä tärkeäksi kuin vanhemmat ikäryhmät. Myös radiokanavien valinnat ovat eriytyneet iän mukaan.

Kirjallisuus

- Boyle, Raymond & O'Connor, Barbara: Dallas with Balls? Male and Female Soap Opera. Paperi esitetty neljännessä kansainvälisessä televisiotutkimuksen konferenssissa Lontoossa 24.–26.7.1991.
- Featherstone, Mike (1991): Consumer Culture and Postmodernism. Sage Publications.
- Fiske, John (1987): Television Culture. Routledge, London and New York.
- Fiske, John (1990): Women and Quiz Shows: Consumerism, Patriarchy and Resisting Pleasures. Teoksessa Brown, Mary Ellen (toim.): Television and Women's Culture. The Politics of the Popular. SAGE Publications, London. Newbury Park. New Delhi.
- Hobson, Dorothy (1990): Women Audiences and the Workplace. Teoksessa Brown, Mary Ellen (toim.): Television and Women's Culture. The Politics of the Popular. SAGE Publications, London. Newbury Park. New Delhi.
- Keränen, Jari (1992) Löytyykö Suomesta kanavapujottelijoita? Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1992. Yleisradio.
- Kohvakka, Rauli (1992): Suomessa liikkuvat liikkuvat kuvat. Tilastoja televisio-, elokuva- ja videotarjonnasta ja televisio-ohjelmien viennistä. Kulttuuri ja viestintä 1992:1. Tilastokeskus, Helsinki.

- Kytömäki, Juha & Savinen, Ari (1993): Terveisiä katsojilta. Palautetutkimuksen televisiota koskevien keskustelujen analyysi. Yleisradion tutkimusraportti 1/1993.
- Laermans, Rudi (1992): Leisure as "Making Time". Paperi esitetty Maailman vapaa-aikatutkimuksen kongressissa (World Leisure Congress 92) Lissabonissa 1992.
- Liikkanen, Mirja (1990): Joukkoviestinnän käyttö 1980-luvulla. Teoksessa Joukkoviestintätalasto 1989. Kulttuuri ja viestintä 1989:3. Tilastokeskus, Helsinki.
- Liikkanen, Mirja (1993a): Televisio, video, tietokoneet ja radio – sähköisen kuvan ja uusien ilmaisutapojen läpimurtoja. Teoksessa Mirja Liikkanen ja Hannu Pääkkönen (toim.): Arjen kulttuuria. Vapaa-aika ja kulttuuriharrastukset vuosina 1981 ja 1991. Kulttuuri ja viestintä 1993:2. Tilastokeskus. Helsinki.
- Liikkanen, Mirja (1993b): Televisio- ja radio-ohjelmien valinnat. Teoksessa Mirja Liikkanen ja Hannu Pääkkönen (toim.): Arjen kulttuuria. Vapaa-aika ja kulttuuriharrastukset vuosina 1981 ja 1991. Kulttuuri ja viestintä 1993:2. Tilastokeskus. Helsinki.
- Morley, David (1992): Television, Audiences & Cultural Studies. Routledge, London and New York.
- Morley, David & Silverstone, David (1990): Domestic communication, technologies and meanings. Media, culture & society 12 (1990): 1, s. 31–55.
- Nyman, Lars-Erik (1992): Videon virrat. Selvitys videon tallennemarkkinoiden tarjonnasta, jakelusta ja tuotannosta. Kulttuuri ja viestintä 1991:3. Tilastokeskus, Helsinki
- Ruohomaa, Erja (1991): Radion yhtenäinen yleisö 80-luvulla. Tutkimusraportti 8/1991. Oy Yleisradio Ab. Tutkimus- ja kehitysosasto, Helsinki.
- Ruohomaa, Erja (1992): Vakiintuuko suomalainen radioyleisö suurten muutosten jälkeen? Teoksessa Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1992. Yleisradio, Helsinki.
- Samola, Juha (1990): Arkipäiväistyvä video. Teoksessa Joukkoviestintätalasto 1989. Kulttuuri ja viestintä 1989:3. Tilastokeskus, Helsinki.
- Sauri, Tuomo (1993): Joukkoviestinnän rakenteita 1980-luvulta 1990-luvulle. Kulttuuri ja viestintä 1993:1. Tilastokeskus, Helsinki.

- Seppänen, Susanna (1993): Musiikin kuuntelu ja musiikkivalinnat. Teoksessa Mirja Liikkanen ja Hannu Pääkkönen (toim.): Arjen kulttuuria. Vapaa-aika ja kulttuuriharrastukset vuosina 1981 ja 1991. Kulttuuri ja viestintä 1993:2. Tilastokeskus. Helsinki.
- Silverstone, Roger & Hirsch, Eric (1992): Consuming Technologies. Media and information in domestic spaces. Routledge, London and New York.
- Silverstone, Roger, Hirsch, Eric & Morley, David (1992): Information and communication technologies and the moral economy of the household. Teoksessa Silverstone, Roger & Hirsch, Eric: Consuming Technologies. Media and information in domestic spaces. Routledge, London and New York.
- Silverstone, Roger (1993): Time, Information and Communication Technologies and the Household. *Time & Society* 2(1993)3, 283–312

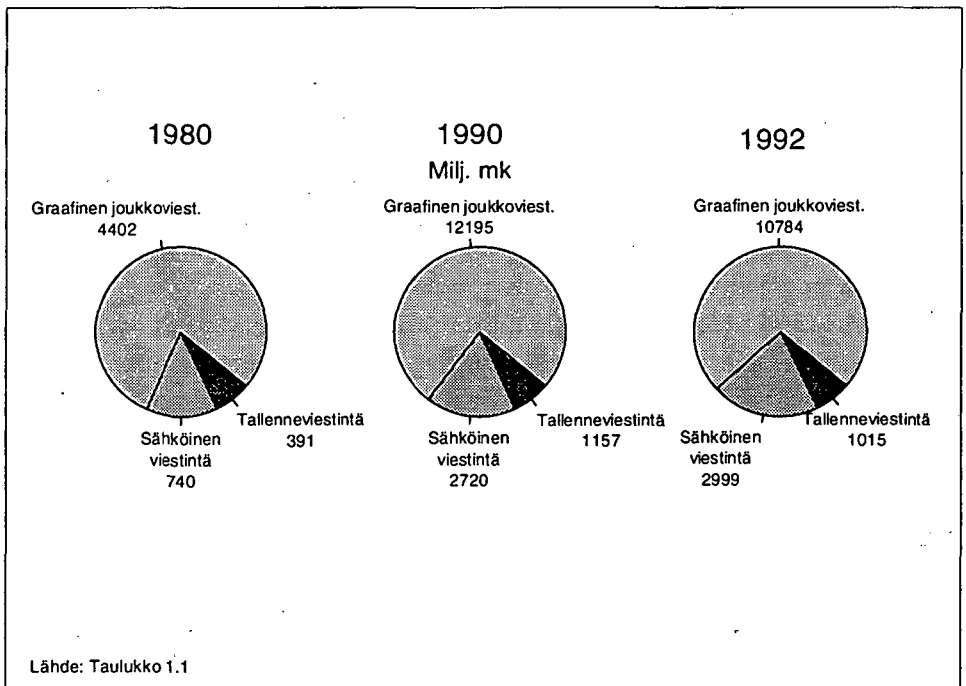
1 Joukkoviestinnän talous ja joukkoviestinnän kulutus

Joukkoviestinnän liikevaihto on 1990-luvun alkuvuosien talouslaman seurauksena supistunut. Vuonna 1992 se oli 14,8 miljardia eli nimellishinnoitaisenakin hieman alle vuoden 1989 tason. 1980-luvulla joukkoviestinnän liikevaihto oli kasvanut nimellishinnoin lähes kolminkertaiseksi ja reaalisesti noin puolitoistakertaiseksi. Suurimmillaan joukkoviestinnän liikevaihto oli noin 16,1 miljardia (vuonna 1990).

Bruttokansantuotteeseen suhteutettuna (liikevaihto/BKT) joukkoviestinnän osuus oli 1992 noin 3,1 prosenttia. Osuudessa ei ole viime vuosina tapahtunut oleellista muutosta. (Taulukko 1.1.)

Sähköisen joukkoviestinnän (tv, radio, sähköinen tietopalvelu) liikevaihto on 1990-luvulla edelleen kasvanut. Vuonna 1992 se kasvoi noin viisi prosenttia. Graafisen joukkoviestinnän (lehdet, kirjat, mainospainotuotteet) ja tallenneviestinnän (äänitteet, kuvataallenteet, elokuvateatterit) liikevaihto on supistunut. Graafinen viestintä laski kuusi prosenttia ja tallenneviestintä noin kahdeksan prosenttia vuonna 1992. (Kuvio 1.1 & Taulukko 1.1.)

Kuvio 1.1
Joukkoviestinnän liikevaihto 1980, 1990 ja 1992



Graafisen viestinnän osuus laski hiljalleen jo 1980-luvulla. Laman myötä osuuden lasku nopeutui. Runsaan vuosikymmenen kuluessa (1980–1992) sen osuus on laskenut lähes seitsemän prosenttiyksikköä lähinnä sähköisen viestinnän eduksi. Graafinen viestintä (lehdet, kirjat, mainospainotuotteet) on silti hieman alle kolmen neljänneksen liikevaihto-osuudellaan edelleen joukkoviestintätalouden dominoiva sektori.

Graafisen viestinnän kehitys

Lehdistö on Suomessa perinteisesti vahva. Päivälehdistö on edelleen liikevaihdoltaan suurin joukkoviestinnän osa (26 % vuonna 1992). Vielä 1980-luvulla ero muihin vain kasvoi. 1990-luvun talouslaman johdosta päivälehtien osuus liikevaihdosta on kuitenkin laskenut 1980-luvun alun tasolle. (Taulukko 1.1.)

Sanomalehdet saavat pääosan tuloistaan ilmoitusmyynnistä, ja ilmoitusvolyymin lasku on ollut tuntuva. 1990-luvun alussa myös sanomalehdistön kokonaislevikki on laskenut ensimmäisen kerran koko sodanjälkeisenä aikana.

Aikakauslehdistö on taloudelliselta volyyymiltaan toiseksi suurin joukkoviestinnän osa. Sen osuus oli 1980-luvulla hiljalleen laskeva, mutta 1990-luvun alkuvuosina osuus on säilynyt ennallaan (noin 19% vuonna 1992). Ilmoitustulot ovat pudonneet mutta aikakauslehdistön riippuvuus niistä on oleellisesti vähäisempi kuin sanomalehdillä. Tilaus- ja irtonumeromyynnin osuus tuotoista lienee aikakauslehdillä nykyisin keskimäärin jo noin neljä viidesosaa.

Kirja-ala on graafisen viestinnän kolmanneksi suurin (14 prosenttia koko joukkoviestinnän liikevaihdosta vuonna 1992). Se on lamankin oloissa menestynyt kohtuullisesti, vaikka mm. säästöt koulujen ja kirjastojen kirjahankinnoissa ovat vähentäneet myyntiä. Kirjastojen hankintamäärärahojen supistuminen leikkaa erityisesti muutenkin vähälevikkisten kirjallisuustyypien myyntilukuja.

Ilmaislehdistön kasvu taittui jo ennen taloudellista taantumaa. Mainospainotuotteiden liikevaihto vuonna 1992 on pudonnut huippuvuoteen 1990 verrattuna 23 prosenttia.

Sähköinen joukkoviestintä

Valtakunnallinen yleisradiotoiminta (Yle ja MTV/Kolmostelevisio/MTV3) on sähköisen viestinnän taloudessa dominoiva sektori. Se kasvoi myös vuon-

na 1992 (liikevaihto 2,3 miljardia). Vuonna 1991 yleisradiotoiminta saavutti kirja-alan liikevaihdon ja vuonna 1992 ohitti sen selvästi. (Taulukko 1.1.)

Kaapelitelevisio- ja paikallisradiotoiminta ovat liikevaihdolla mitaten pieniä aloja valtakunnallisen yleisradiojärjestelmän rinnalla.

Kaapelitelevisioverkot laajentuivat 1980-luvun lopussa noin sadantuhannen liittymän vuosivauhdilla. Liittymien määrän kasvu on parina viime vuotena hidastunut oleellisesti. Kaapeli-tv:n liikevaihto kasvoi kuitenkin vuonna 1992. Kasvua tuli vuosimaksuista ja maksu-tv-tuloista. Mainostulot eivät oleellisesti muuttuneet.

Yksityiset paikallisradioasemat levittäytyivät muutamassa vuodessa ympäri maan. Viime vuodet ovat olleet paikallisradioille taloudellisesti vaikeita, vaikka liikevaihdon lasku näyttikin vuonna 1992 pysähtyneen. Kymmenen radioasemaa lopetti toimintansa vuosina 1991–92.

Sähköisen tietopalvelun kasvu oli nopeaa 1980-luvulla. Tietopalvelut ovat kasvaneet myös 1990-luvun alkuvuosina. Uusia yrittäjiä ja uusia palveluita on tullut laajenemisvaiheessa oleville markkinoille.

Äänitteet ja kuvatallenteet

Äänitteet ovat tallenneviestinnän taloudelliselta volyymiltään suurin ala. Äänitemyynnissä 1980-luku oli vuosikymmenen puolivälin pientä notkahdusta lukuunottamatta kasvun aikaa. Talouslamaa edeltävinä vuosina kasvua vauhditti cd-levyjen markkinaosuuden kasvu. Cd-levy onkin jo selvästi syrjäyttänyt c-kasetin markkinajohtajan asemasta. Kasvu taitui vuonna 1991, ja vuonna 1992 liikevaihto putosi kymmenisen prosenttia. (Taulukko 1.1.)

Kuvatallennemarkkinat jakautuvat videovuokraukseen ja myyntivideoihin. Vuokravideomarkkinat kasvoivat nopeasti mutta myös taantuivat nopeasti. Vuonna 1991 ne suorastaan romahtivat, sillä liikevaihto putosi neljänneksellä. Lasku jatkui vuonna 1992.

Myyntivideoiden osuus oli pitkään marginaalisen pieni. 1980-luvun loppuvuosista alkaen myyntivideomarkkinat ovat kuitenkin kasvaneet nopeasti. Niiden osuus oli vuonna 1992 jo 40 prosenttia kuvatallenteiden kokonaismarkkinoista.

Elokuvateattereiden liikevaihto laski viitisen prosenttia vuonna 1992. Elokuvatateatteriala ja paikallisradiot ovat nykyisin joukkoviestinnän liikevaihdoltaan pienimmät sektorit.

Mainonta

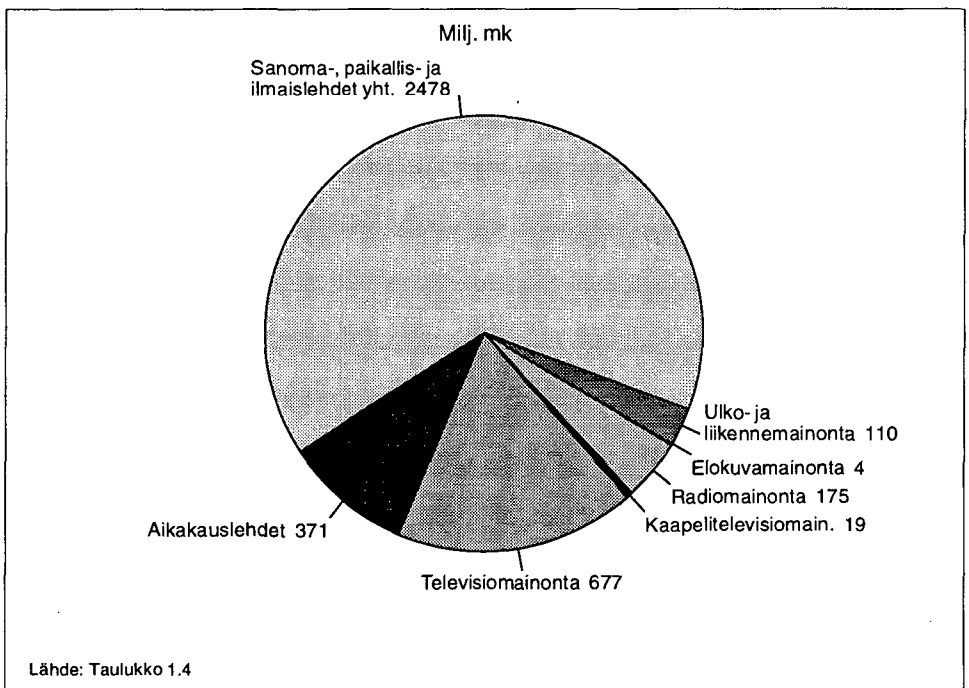
Mainonta on supistunut 1990-luvulla. Vuonna 1990 mainontaan joukkoviestimissä käytettiin 5,7 miljardia mutta vuonna 1992 enää 4,4 miljardia (-22,8%). Samalla joukkoviestinmainonnan osuus bruttokansantuotteesta on supistunut. Vuonna 1992 se laski alle prosenttiin (0,93%). (Taulukko 1.3.)

Sanomalehdistö on suurin mainosväline, joka edelleen lohkaisee 60 prosenttia mainonnan mediatilan ostoista. Aikakauslehtimainonnan osuus puolestaan on eurooppalaiseen tasoon verrattuna pieni Suomessa kuten muissakin Pohjoismaissa. Aikakauslehdistön osuus oli kymmenen prosenttia vuonna 1992. (Taulukko 1.4.)

Televisiomainonnan osuus mainosrahoista laski 1980-luvun loppupuolella. Sen suhteellinen osuus nousi 80-luvun puolivälin tasolle vasta vuonna 1991, kun lama leikkasi erityisesti graafisen viestinnän mainosmarkkoja. Vuonna 1992 osuus kuitenkin kasvoi yli kolme prosenttiyksikköä. Kolmotelevisio on menestynyt alueellisilla mainosmarkkinoilla. Kaapelitelevisiomainonnan (lähinnä PTV) osuus kokonaisuudesta on edelleen pieni.

Paikallisradioiden osuudeksi mainonnan mediatilan ostoista näyttää toistaiseksi vakiintuneen 4–5 prosenttia.

Kuvio 1.2
Mediamainonta 1992



Joukkoviestintä työllistäjänä

Joukkoviestinnän merkitystä työllistäjänä tarkastellaan taulukossa 1.5 (vrt. myös taulukot 1.7 & 1.15). Viestinnän osuus työllisistä oli 2,2 prosenttia vuonna 1992. Se ei ole juuri muuttunut 1980-luvun alun jälkeen. – Lukuihin eivät sisälly viestintävälineiden tukku- ja vähittäiskaupan henkilöstö eikä joukkoviestinnän free-lance -henkilöstö.

Edellä on todettu, että graafinen viestintä on taloudellisesti dominoiva joukkoviestinnän osa. Se on myös joukkoviestinnän selvästi suurin työllistäjä.

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

Kotitalouksien joukkoviestinmenot

Kotitaloudet käyttivät joukkoviestimiin 3,8 prosenttia kulutusmenoistaan vuonna 1990. Osuus oli pienempi kuin vuonna 1985 (4,8%). Suurin erä olivat lehdet, joihin käytettiin 40 prosenttia joukkoviestintämenoista. Sähköiseen viestintään kului noin neljännes (26%) ja tallenteisiin runsas viidesosa (22%) menoista. Kirjahankintoihin käytettiin keskimäärin vain runsas kymmenesosa joukkoviestintämenoista.

Viestintämenojen eri lajien keskinäissuhde vaihtelee sosioekonomisen aseman mukaan. Eläkeläiset ja maatalousväestö käyttävät lehtiin selvästi keskimääräistä suuremman osan menoistaan. Eläkeläisillä myös sähköisen viestinnän menojen osuus on suurin. Opiskelijoilla ja ylemmillä toimihenkilöillä kirjojen ja tallenteiden osuus on suhteellisesti suurin. (Taulukko 1.20.)

Viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyyntin arvo oli 1,7 miljardia vuonna 1992. Myynti laski lähes neljänneksen edellisestä vuodesta. (Taulukko 1.19.)

TV:n kaukosäädin ja videonauhuri oli noin kahdella kolmesta taloudesta vuonna 1993. Tekstitelevisio oli yli kolmasosalla ja kotitietokone runsaalla viidesosalla talouksista. (Kuviot 1.4 & 1.5; taulukko 1.21.)

Tilastointi

Tiedot joukkoviestinnän kokonaisliikevaihdosta toimialoittain perustuvat useisiin laadultaan eritasoisiin tilastolähteisiin. Useiden alojen tiedot ovat karkeita arvioita. Liikevaihtotiedot on laadittu Tilastokeskuksen joukkoviestintä, kulttuuri ja ajankäyttö -yksikön ja VTT:n graafisen laboratorion yhteistyönä.

Mainontaan käytettyä nettomarkkamäärää ja sen jakautumista eri joukkoviestintävälineiden kesken seuraa Suomen Gallup-Media Oy. Taulukon 1.3 aikasarjan luvuissa mainonnan suunnittelu- ja tuotantokustannukset sisältyvät mediamainonnan lukuihin. Aikasarjan vuosia 1980–87 kuvaavat nettoluvut on estimoitu vuodesta 1988 lähtien sovelletun uuden laskentamenetelmän mukaisiksi. Taulukossa 1.4 esitetään tiedot mainonnan jakautumisesta 90-luvun alussa tarkemmin ryhmiteltyinä ja siten, että nk. mediainvestoinnit (mediatilan ostot) on eriytetty mainonnan suunnitteluun ja tuotantoon menevistä rahoista. – Mainonnan luvuissa on mukana vain joukkoviestinmainonta. 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.

Tämän luvun joukkoviestinnän kulutusmenoja ja viestintävälineiden omistusta koskevien tietojen keskeiset lähteet ovat Tilastokeskuksen kotitaloustiedustelu (tehty vuodesta 1966 lähtien noin viiden vuoden välein) ja kuluttajabarometri (tehdään kaksi kertaa vuodessa). Tiedot teksti-tv:n ja tv:n kaukosäätimen omistuksesta ovat Taloustutkimus Oy:n Yleisradion toimeksiantosta vuosittain tekemistä selvityksistä.

Joukkoviestinnän parissa käytettyä aikaa koskevat tiedot ovat Gallup-Median Intermediatutkimuksesta. Joukkoviestintään käytetyn ajan suhteesta muihin ajankäyttöön kertovat Tilastokeskuksen vuosien 1979 ja 1987/88 ajankäyttötutkimukset (ks. esim. Niemi & Pääkkönen 1992).

Täydentävää kirjallisuutta

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

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

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

Kotitalouksien kulutusmenot 1990. SVT, Tulot ja kulutus 1992: 17. Tilastokeskus, Helsinki 1992.

Liimatainen, Eila: Luetaanko sanomalehtiä 12 vai 46 minuuttia päivässä? Suomen Lehdistö 61 (1990): 3.

- Mainonnan määrä Suomessa 1992. Suomen Gallup-Media Oy, Helsinki 1992.
- Niemi, Iiris & Pääkkönen, Hannu: Vuotuinen ajankäyttö. Tilastokeskus, Tutkimuksia 183. Helsinki 1992.
- Paikallisradioiden taloustilasto. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus, eri vuosina.
- Sauri, Tuomo: Joukkoviestinnän rakenteita 1980-luvulta 1990-luvulle. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 1. Tilastokeskus, Helsinki 1993.
- Soramäki, Martti: Joukkotiedotuksen talous. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen viestintäjärjestelmä. Weilin+Göös, Helsinki 1990.
- Suomen graafinen teollisuus ja uusi Eurooppa 1 – 2. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus, B3/1991 & B2/1992. Turku 1991, 1992.
- Suomen yritykset. SVT, Yritykset. Tilastokeskus, Helsinki, eri vuosina.
- Teollisuuden vuosikirja. SVT, Teollisuus. Tilastokeskus, Helsinki, eri vuosina.

1.1 Joukkoviestinnän liikevaihto vuosina 1980 ja 1985–1992

	1980		1985		1986		1987		1988	
	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%
Päivälehdet (7–4-päiväiset)	1 467	26,5	2 920	27,6	3 155	27,9	3 405	27,5	3 820	28,5
Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset)	225	4,1	460	4,4	510	4,5	575	4,6	645	4,8
Ilmaislehdet	85	1,5	230	2,2	270	2,4	290	2,3	305	2,3
Aikakauslehdet	1 205	21,8	2 125	20,1	2 180	19,3	2 280	18,4	2 460	18,4
Kirjat	870	15,7	1 340	12,7	1 530	13,5	1 710	13,8	1 790	13,4
Mainospainotuotteet	550	9,9	1 230	11,6	1 270	11,2	1 450	11,7	1 380	10,3
Graafinen joukkoviestintä yhteensä	4 402	79,6	8 305	78,6	8 915	78,9	9 710	78,5	10 400	77,6
Valtakunnallinen yleisradiotoiminta	732	13,2	1 390	13,2	1 480	13,1	1 570	12,7	1 700	12,7
Paikallisradiot	–	0,0	10	0,1	39	0,3	73	0,6	116	0,9
Kaapelitelevisio*	7	0,1	44	0,4	55	0,5	161	1,3	224	1,7
Sähköinen tietopalvelu	1	0,0	50	0,5	70	0,6	90	0,7	120	0,9
Sähköinen viestintä yhteensä	740	13,4	1 494	14,1	1 644	14,6	1 894	15,3	2 160	16,12
Äänitteet	252	4,6	404	3,8	368	3,3	417	3,4	462	3,4
Kuvatallenteet	3	0,1	190	1,8	205	1,8	210	1,7	225	1,7
Elokuvateatterit	136	2,5	173	1,6	160	1,4	139	1,1	155	1,2
Tellenneviestintä yhteensä	391	7,1	767	7,3	733	6,5	766	6,2	842	6,3
Koko joukkoviestintä	5 533	100,0	10 566	100,0	11 292	100	12 370	100,0	13 402	100,0
Osuus BKT:sta %	2,87		3,18		3,18		3,20		3,08	

Jatkuu

1.1 Jatkuu

	1989		1990		1991		1992		Muutos 1991/92
	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	
Päivälehdet (7-4-päiväiset)	4 350	29,1	4 450	27,7	4 115	26,7	3 870	26,2	-6,0
Muut sanomalehdet (3-1-päiväiset)	640	4,3	680	4,2	690	4,5	650	4,4	-5,8
Ilmaislehdet	315	2,1	325	2,0	285	1,9	244	1,6	-14,4
Aikakauslehdet	2 740	18,3	2 900	18,0	2 800	18,2	2 745	18,5	-2,0
Kirjat	1 960	13,1	2 210	13,8	2 130	13,8	2 025	13,7	-4,9
Mainospainotuotteet	1 550	10,4	1 630	10,1	1 450	9,4	1 250	8,4	-13,8
Graafinen joukkoviestintä yhteensä	11 555	77,3	12 195	75,9	11 470	74,5	10 784	72,9	-6,0
Valtakunnallinen yleisradiotoiminta	1 850	12,4	2 022	12,6	2 160	14,0	2 283	15,4	5,7
Paikallisradiot	195	1,3	215	1,3	180	1,2	175	1,2	-2,8
Kaapelitelevisio*	190	1,3	313	1,9	300	1,9	321	2,2	7,0
Sähköinen tietopalvelu	160	1,1	170	1,1	205	1,3	220	1,5	7,3
Sähköinen viestintä yhteensä	2395	16,0	2720	16,9	2 845	18,4	2 999	20,3	5,4
Äänitteet	558	3,7	666	4,1	651	4,2	582	3,9	-10,6
Kuvatallenteet	255	1,7	305	1,9	265	1,7	255	1,7	-3,8
Elokuvateatterit	191	1,3	186	1,2	188	1,2	178	1,2	-5,3
Tellenneviestintä yhteensä	1 004	6,7	1 157	7,2	1 104	7,2	1 015	6,9	-8,1
Koko joukkoviestintä	14 954	100,0	16 072	100,0	15 419	100,0	14 798	100,0	-4,0
Osuus BKT:sta %	3,07		3,12		3,15		3,11		

* sisältää PTV:n.

Huom! Useita aloja kuvaavat luvut ovat arvioita.

Lähde: Tilastokeskus, Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastoyksikkö & VTT, Graafinen laboratorio.

1.2 Suurimpien joukkoviestintäyriytysten liikevaihto vuosina 1980 ja 1985 – 1992*

	1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	Mmk								
Sanoma Yhtymä	611	1 351	1 480	1 627	1 801	2 106	2 203	2 001	1 934
Yleisradio	674	1 116	1 241	1 352	1 371	1 460	1 593	1 684	1 810
Aamulehti-yhtymä	126	340	650	660	856	1 481	1 468	1 402	1 306
TS-yhtymä	218	461	494	539	604	718	788	759	710
WSOY	229	496	514	532	553	625	674	651	643
MTV	237	501	507	517	498	536	675	663	706
A-lehdet	131	228	226	223	232	496	550	531	547
Yhtyneet Kuvalehdet	149	284	294	302	324	347	505	477	465
Otava	159	332	366	379	392	407	350	341	347
Fazer Musiikki	..	262	423**	312	315	348	358	309	280

* 10 suurinta vuoden 1992 tilanteen mukaan. Suurimpien joukkoviestintäyriytysten joukkoon voidaan lukea myös pääasiallisesti vähittäiskaupan alalla toimiva Rautakirja-yhtymä, jonka kokonaisliikevaihdosta (2 923 milj.mk vuonna 1992) noin kolmannes muodostuu lehtien vähittäismyynnistä videotallenteiden vuokrauksesta ja myynnistä sekä elokuvien levitystoiminnasta. Lisäksi yhtymään kuuluu Suomalainen Kirjakauppa -kirjakaupatietu.

** 18 kk.

Lähteet: Soramäki 1990;
Yriytysten vuosikertomukset.

1.3 Mainonta vuosina 1980 – 1992*

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	%												
Sanomalehdet**	64,8	65,5	65,2	66,3	67,3	68,5	69,0	68,4	69,5	69,2	67,4	66,3	63,8
Aikakauslehdet	16,8	16,0	15,9	15,6	14,4	13,4	12,7	12,0	11,5	11,1	11,3	10,6	10,0
Televisio***	15,6	15,8	16,5	15,6	15,9	15,4	14,9	15,4	13,8	13,5	14,2	16,1	18,7
Radio	-	-	-	-	-	0,2	1,1	1,7	2,5	3,5	4,2	4,0	4,4
Elokuva	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Ulko- ja liikennemainonta	2,6	2,4	2,3	2,3	2,2	2,4	2,3	2,4	2,6	2,6	2,8	2,9	3,0
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Joukkoviestinmainonta yhteensä milj.mk****	1 635	1 980	2 299	2 766	3 255	3 615	3 916	4 323	4 869	5 636	5 667	4 944	4 414
Osuus BKT:sta %	0,95	0,91	0,94	1,01	1,06	1,09	1,11	1,12	1,12	1,16	1,10	1,01	0,93

* Nettomarkkamäärät, luvut sisältävät tuotannon ja suunnittelun. Vuosien 1980–1987 nettoluvut estimoitu 1988 lähtien käytetyn uuden laskentamenetelmän mukaisiksi.

** Sanoma-, paikallis- ja ilmaislehdet.

*** Kaapeli-tv mukana vuodesta 1984.

**** Luvut eivät sisällä suoramainontaa (n.1 600 mmk v.1992), hakemistomainontaa (n.260 mmk v.1992), messumainontaa (n. 800 mmk v.1992), liike- ja mainoslahjoja (n.650 mmk v.1992) ja sponsoroitua (n. 200 mmk v.1992). Pyöristysten vuoksi luvut poikkeavat hieman taulukon 1.4.summista.

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy.

1.4 Mainonta vuosina 1988 – 1992*

	1988		1989		1990		1991		1992		Muutos 91/92 %
	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	
Päivälehdet (7–4 krt/vk)	2 660	55,4	2 250	53,8	2 002	52,3	-11,0
Muut sanomalehdet (3–1 krt/vk)	380	7,9	358	8,6	302	7,9	-15,6
Sanoma- ja paikallislehdet yhteensä	2 677	65,4	3 115	65,4	3 040	63,4	2 608	62,4	2 304	60,1	-11,7
Ilmaislehdet	218	5,3	225	4,7	230	4,8	203	4,9	174	4,5	-14,3
Sanoma-, paikallis- ja ilmaislehdet yhteensä	2 895	70,7	3 340	70,2	3 270	68,2	2 811	67,2	2 478	64,7	-11,8
Yleisaikakaus-, naisten- ja harrastelehdet	229	5,6	253	5,5	270	5,6	225	5,4	188	4,9	-16,4
Ammattilehdet	180	4,4	207	4,3	205	4,3	171	4,1	144	3,8	-15,8
Asiakaslehdet	41	1,0	43	0,9	56	1,2	35	0,8	39	1,0	11,4
Aikakauslehdet yhteensä	450	11,0	503	10,6	531	11,1	431	10,3	371	9,7	-13,9
Lehtimainonta yhteensä**	3 345	81,7	3 843	80,7	3 801	79,2	3 242	77,5	2 849	74,4	-12,1
Televisiomainonta	531	13,0	608	12,8	638	13,3	628	15,0	677	17,7	7,8
Kaapelitelevisiomainonta	7	0,2	8	0,2	17	0,4	18	0,4	19	0,5	8,6
Radiomainonta	109	2,7	180	3,8	215	4,5	180	4,3	175	4,6	-2,8
Sähköinen mainonta yhteensä	646	15,8	796	16,7	870	18,1	826	19,8	871	22,7	5,5
Elokuvamainonta	3	0,1	3,4	0,1	3,7	0,1	3,2	0,1	4	0,1	34,4
Ulko- ja liikennemainonta	100	2,4	118	2,5	123	2,6	110	2,6	110	2,9	0,0
Joukkoviestinnän mediamainonta yhteensä	4 095	100,0	4 760	100,0	4 798	100,0	4 181	100,0	3 834	100,0	-8,3
Tuotanto ja suunnittelu	864	17,4	872	15,5	873	15,4	771	15,6	580	13,1	-24,8
Joukkoviestintämainonta yhteensä***	4 869	100,0	5 632	100,0	5 671	100,0	4 952	100,0	4 414	100,0	-10,9

* Mainostajien joukkoviestintämainontaan käyttämä nettomarkkamäärä. Se muodostuu kahdesta osasta: mediatilan ostoista (mediainvestoinnit) ja mainonnan suunnitteluun ja tuotantoon käytetystä rahasta (suunnittelu- ja tuotantoinvestoinnit).

** 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.

*** Vrt. taulukon 1.3 alaviite 4.

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy.

1.5 Joukkoviestintä työllistäjänä 1980 – 1991*

	1980	1985	1986	1988	1990	1991
	1 000 henkeä					
Kustannustoiminta	14,6	16,9	17,9	16,4	16,0	15,6
Muu graafinen tuotanto	23,1	24,2	20,5	22,7	23,4	21,0
Radio- ja televisiotuotanto	4,7	5,3	5,8	6,6	6,9	6,0
Elokuvien tuotanto, jakelu ja esitys; äänitetuotanto	1,5	1,8	1,9	1,5	1,9	1,5
Elektronisten viihdelaitteiden valmis	2,9	2,5	2,4	2,8	2,0	1,5
Mainonta, uutisvälitys	2,8	3,2	5,7	5,3	4,9	4,6
Joukkoviestintä yhteensä	49,6	53,9	54,2	55,3	55,3	50,2
Koko kansantalous	2 328	2 437	2 431	2 431	2 467	2 340
Joukkoviestinnän osuus kansantaloudesta, %	2,1	2,2	2,3	2,3	2,3	2,2
Tietoliikenne, 1 000 henkeä	41,3	43,3	47,0	46,7	48,8	44,0

* Luvut eivät sisällä joukkoviestinnän tuotteiden tukku- ja vähittäiskauppaa.

Lähde: Vuodet 1980 – 1985: Jeskanen-Sundström 1987.
Vuodet 1986 – 1991: Suomen yritykset. Tilastokeskus, SVT.

1.6 Joukkoviestinnän eri sektoreiden kotimaisuusasteita

Ala	Kotimaisuusaste (%)	Laskentaperuste
Kirjallisuus	65	Kotimaisen kirjallisuuden osuus julkaistuista nimikkeistä 1991
Äänitteet	32	Suomessa valmistettujen äänitteiden osuus tuonnin ja valmistuksen yhteismäärästä 1992*
Elokuva	11	Kotimaisten elokuvien katsojaosuus 1992
Video	3	Kotimaisten video-ohjelmien osuus Äkt ry:n jäsen tukkumyynnistä (vuokraus+myynti) 1992
Televisio, josta		
– Yleisradio	54	Ohjelma-ajasta 1991/1992
– MTV	37	Ohjelma-ajasta 1991/1992
– Kolmostelevisio	54	Ohjelma-ajasta 1991/1992

* Kotimaisuusastetta laskee erityisesti se, että kotimaista tuotantoa olevien cd-levyjen tekninen valmistus tapahtuu toistaiseksi ulkomailla.

Lähteet: Ks. tämän julkaisun taulukot 2.13, 4.1, 6.1 ja 7.1.

1.7 Graafisen tuotannon ja kustannustoiminnan henkilökunta vuosina 1985 – 1991*

	Lehtien kustantaminen ja painaminen	Kirjojen kustantaminen ja painaminen	Erillinen painaminen	Painamista palveleva toiminta	Yhteensä
1985					
Toimihenkilöitä	8 652	1 665	3 617	298	14 232
Työntekijöitä	7 772	767	14 355	1 602	24 496
Yhteensä lkm	16 424	2 432	17 972	1 900	38 728
1986					
Toimihenkilöitä	8 650	1 471	3 707	340	14 168
Työntekijöitä	7 749	227	14 306	1 780	24 062
Yhteensä lkm	16 399	1 698	18 013	2 120	38 230
1987					
Toimihenkilöitä	8 779	1 503	3 678	371	14 331
Työntekijöitä	8 169	150	14 091	1 842	24 252
Yhteensä lkm	16 948	1 653	17 769	2 213	38 583
1988					
Toimihenkilöitä	8 984	1 536	3 569	388	14 477
Työntekijöitä	8 653	193	13 564	1 782	24 192
Yhteensä lkm	17 637	1 729	17 133	2 170	38 669
1989					
Toimihenkilöitä	9 199	1 421	3 526	356	14 502
Työntekijöitä	9 237	136	12 692	1 673	23 738
Yhteensä lkm	18 436	1 557	16 218	2 029	38 240
1990					
Toimihenkilöitä	9 503	1 397	3 427	314	14 641
Työntekijöitä	8 782	172	12 206	1 552	22 712
Yhteensä lkm	18 285	1 569	15 633	1 866	37 353
1991					
Toimihenkilöitä	9 474	1 502	3 094	279	14 349
Työntekijöitä	8 684	160	11 121	1 445	21 410
Yhteensä lkm	18 158	1 662	14 215	1 724	35 759
Muutos 1990/91	-0,7	5,9	-9,1	-7,6	-4,3

* Vain yli viisi ihmistä työllistävien yritysten henkilöstö. Niiden osalta mukana myös säännöllistä osapäivätyötä tekevä henkilöstö (esim. lehdenjakajat).

Lähde: Teollisuustilasto, Teollisuuden vuosikirjat.

1.8 Graafisen teollisuuden toimitusten arvo alatoimialoittain vuosina 1988 – 1991

	1988	1989	1990	1991	Muutos 1990/91
	Mmk				%
Yhdistetty kustantaminen ja painaminen	8 724	9 762	10 262	10 045	-2,1
– lehtien kustantaminen ja painaminen	7 162	8 122	8 668	8 273	-4,6
– kirjojen kustantaminen ja painaminen	1 561	1 640	1 594	1 772	11,2
Erillinen painaminen	6 696	7 051	7 375	6 662	-9,7
Painamista palveleva toiminta	719	701	570	510	-10,5
Kustantaminen ja painaminen yhteensä	16 139	17 515	18 207	17 217	-5,4

Lähde: Teollisuustilasto, Teollisuuden vuosikirjat.

1.9 Graafisen teollisuuden eräiden tuoteryhmien toimitusten arvo vuosina 1987 – 1991

	1987	1988	1989	1990	1991	Muutos 90/91
	Mmk					%
Kirjat, esittelylehtiset	2 080	2 204	2 292	2 21	2 180	-1,4
Sanomalehdet, aikakauslehdet*	8 420	9 169	10 035	10 582	9 963	-5,8
Lasten kuvakirjat	110	111	118	136	132	-2,9
Arvopaperit	96	99	87	90	82	-8,9
Kalenterit	78	159	219	200	199	-0,5
Kuvapostikortit	57	92	104	94	91	-3,2
Mainospainotuotteet	1 240	1 208	1 361	1 424	1 263	-11,3

* Sisältää ilmoitustulot.

Lähde: Teollisuustilasto, Teollisuuden vuosikirjat.

1.10 Graafisen teollisuuden vienti ja tuonti 1980 – 1992

	Vienti Mmk	Tuonti Mmk
1980	363,4	253,0
1981	370,1	251,2
1982	427,3	283,3
1983	414,3	349,7
1984	466,5	398,6
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
Muutos 1991/92	15,3 %	5,6 %

* 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.

Lähde: Ulkomaankauppatilasto;
Graafisen Teollisuuden Liitto.

1.11 Graafisten tuotteiden vienti tuoteryhmittäin vuosina 1988 – 1992*

	1988 %	1989	1990	1991	1992
Kaupallinen aineisto	35,0	34,0	37,0	38,0	40,1
Sanomalehdet, aikakauslehdet	27,0	27,0	25,0	28,0	30,0
Kirjat, esittelylehtiset	22,0	21,0	22,0	21,0	16,6
Lomakkeet, etiketit	11,0	10,0	9,0	8,0	8,2
Muut	5,0	8,0	7,0	5,0	5,1
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Yhteensä mmk	631,3	693,3	774,7	766,9	883,8

* Jaottelu ns. harmonoidun nimikkeistön mukaan.

Lähde: Ulkomaankauppatilasto;
Graafisen Teollisuuden Liitto.

1.12 Graafisen teollisuuden vienti maittain vuosina 1988 – 1992

	1988	1989	1990	1991	1992
	%				
Ruotsi	45,0	46,0	43,0	45,0	47,2
Venäjä	11,0	12,0	20,0	15,0	5,1
Tanska	10,0	8,0	9,0	9,0	11,4
Norja	16,0	12,0	9,0	10,0	10,4
Iso-Britannia	8,0	8,0	8,0	8,0	7,6
Saksa	3,0	3,0	3,0	4,0	2,6
Alankomaat	2,5
Muut maat	7,0	11,0	8,0	9,0	13,2
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Yhteensä mmk	631,3	693,3	774,7	766,9	883,8

Lähde: Ulkomaankauppatilasto;
Graafisen Teollisuuden Liitto.

1.13 Graafisten tuotteiden tuonti tuoteryhmittäin vuosina 1988 – 1992*

	1988	1989	1990	1991	1992
	%				
Kaupallinen aineisto	39,0	39,0	37,0	37,0	36,6
Sanomalehdet, aikakauslehdet	15,0	14,0	14,0	16,0	16,0
Kirjat, esittelylehtiset	31,0	32,0	33,0	34,0	35,4
Lomakkeet, etiketit	3,0	3,0	3,0	3,0	8,4
Muut	12,0	12,0	13,0	10,0	3,6
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Yhteensä mmk	508,9	618,5	638,3	633,2	668,9

* Jaottelu ns.harmonoidun nimikkeistön mukaan.

Lähde: Ulkomaankauppatilasto;
Graafisen Teollisuuden Liitto.

1.14 Graafisen teollisuuden tuonti maittain vuosina 1988 – 1992

	1988	1989	1990	1991	1992
	%				
Ruotsi	27,0	25,0	22,0	22,0	22,9
Iso-Britannia	16,0	16,0	16,0	16,0	14,9
Saksa	17,0	17,0	14,0	15,0	14,8
Tanska	8,0	8,0	10,0	10,0	10,5
USA	7,0	9,0	10,0	9,0	9,6
Alankomaat	4,0	4,0	4,0	..	4,0
Italia	5,0	4,8
Muut maat	21,0	21,0	24,0	23,0	18,4
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Yhteensä mmk	508,9	618,5	638,3	633,2	668,9

Lähde: Ulkomaankauppatilasto;
Graafisen Teollisuuden Liitto.

1.15 Elektronisten viihdelaitteiden ja muiden tietoliikennevälineiden valmistuksessa ollut henkilökunta vuosina 1985 – 1991

	Henkilökunta				Yhteensä lkm.
	Toimihenkilöitä		Työntekijöitä		
	lkm.	%	lkm.	%	
Tietoliikennevälineiden valmistus*					
1985	3 177	48,7	3 343	51,3	6 520
1986	3 229	49,4	3 304	50,6	6 533
1987	3 433	50,5	3 364	49,5	6 797
1988	4 117	52,7	3 697	47,3	7 814
1989	4 617	55,6	3 681	44,4	8 298
1990	4 718	55,3	3 808	44,7	8 526
1991	4 597	57,2	3 435	42,8	8 032
Muutos 1990 – 1991 %	-2,6		-9,8		-5,8
Radio- ja TV-vastaanotinten ja tallenteiden valmistus**					
1985	666	29,5	1 595	70,5	2 261
1986	702	29,7	1 666	70,4	2 368
1987	764	27,1	2 057	72,9	2 821
1988	844	27,2	2 265	72,9	3 109
1989	805	28,9	1 983	71,1	2 788
1990	541	25,6	1 569	74,4	2 110
1991	527	30,9	1 176	69,1	1 703
Muutos 1990 – 1991 %	-2,6		-25,0		-19,3

* Luokkaan kuuluu radio- ja TV-lähetyslaitteiden, tutkalaitteiden, mikrofonien, kaiuttimien ja puhelinlaitteiden valmistus.

** Luokkaan kuuluu radioiden, televisioiden, videolaitteiden, naururien ja äänitteiden sekä äänittämättömien kasettien valmistus.

Lähde: Teollisuustilasto, Teollisuuden vuosikirjat.

1.16 Viihde-elektroniikan tuotteiden valmistuksen arvo Suomessa vuosina 1980 – 1991

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
	Mmk						
Väritelevisiot	572,6	547,9	653,9	785,1	838,1	909,0	1 133,00
Muut televisiot	3,9	2,4	–	–	–	–	–
Radiot, virittimet, virittinvahvistimet, yhdistelmät	67,3	14,3	3,4	1,9	1,3	1,2	1,0
Stereot/muut radiot	18,2	5,7	1,5	–	–	–	–
Mikrofonit	0,1	0,2	0,0	0,0	0,1	–	–
Vahvistimet	8,2	9,4	11,0	11,9	19,9	14,6	18,1
Kaiuttimet	7,2	18,3	20,6	25,5	23,7	27,5	23,5
Levysoittimet	–	–	–	–	–	–	–
Videot/videonauhasoitt.	..	0,8
Nauhurit	–	–	–	–	3,6	2,8	3,1
Äänilevyt*	3,5	3,2	3,3	3,0	2,2	2,6	2,4
Äänikasetit*	4,5	5,0	5,2	4,7	2,5	2,3	2,3
Videotallenteet	1,4	1,0	0,9	0,6	0,8
Tallentamattomat videokasetit
Kustannetut tallenteet	1,6	3,1	4,6	23,1	25,4
Yhteensä	685,5	607,2	701,9	836,2	896,9	983,7	1 209,6

1.16 Jatkuu

	1987	1988	1989	1990	1991	Muutos 1990/91
	Mmk					%
Väritelevisiot	1 309,3	1 132,9	1 015,6	924,5	688,5	–25,5
Muut televisiot	–	–	–	–	–	–
Radiot, virittimet, virittinvahvistimet, yhdistelmät	1,0	..	4,4	6,0	7,2	20,0
Stereot/muut radiot	–	–	–	–	–	–
Mikrofonit	0,1	0,1	0,1	0,2	0,8	300,0
Vahvistimet	33,2	43,7	42,8	33,4	8,4	–74,9
Kaiuttimet	27,3	29,7	24,4	34,3	30,8	–10,2
Levysoittimet	–	–	–	–	–	–
Videot/videonauhasoitt.	..	6,8	–	–	–	–
Nauhurit	3,4	21,9	16,4	19,3	19,1	–1,0
Äänilevyt*	2,7	3,1	4,0	3,6	5,8	61,1
Äänikasetit*	2,8	3,0	3,3	2,9	8,7	200,0
Videotallenteet	..	1,8	2,6	4,7	7,3	55,3
Tallentamattomat videokasetit	5,3	6,8	4,5	4,5	–	–100,0
Kustannetut tallenteet	32,0	24,1	26,6	30,3	36,4	20,1
Yhteensä	1 417,1	1 273,9	1 144,7	1 063,7	813,0	–23,6

* Ei sisällä kielilevyjä ja -kasetteja.

Lähde: Teollisuustilasto, Teollisuuden vuosikirjat.

1.17 Viihde-elektroniikan tuotteiden vienti ja tuonti vuosina 1980 ja 1985 – 1992

		1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
		Mmk								
Väritelevisiot	Vienti	438,7	604,4	913,1	1 060,6	801,8	672,3	753,0	601,0	554,2
	Tuonti	116,4	160,4	170,1	204,0	221,0	279,0	287,6	300,8	278,8
Muut televisiovastaanottimet	Vienti	2,6	0,2	0,2	0,1	0,4	0,4	0,7	0,0	1,1
	Tuonti	24,3	7,7	6,0	3,2	6,0	3,0	2,7	2,2	1,5
Autoradiot	Vienti	0,2	0,6	1,2	1,5	4,0	5,7	2,6	3,7	4,5
	Tuonti	37,0	75,8	92,2	102,3	128,7	139,0	119,1	90,8	93,4
Paristokäyttöiset radionauhurit	Vienti	52,1	1,2	3,0	2,2	31,1	60,3	50,8	48,4	36,3
	Tuonti	58,1	105,1	89,2	95,7	62,2	66,2	63,0	54,1	49,7
Kuulokkeet	Vienti	0,6	0,9	1,3	0,3	1,3
	Tuonti	9,4	10,7	11,8	12,2	12,6
Stereot/Hifilaitteet	Vienti	2,7	1,0	1,2	8,1	1,1	3,2	2,8	2,0	6,1
	Tuonti	55,0	65,2	55,2	49,8	80,6	104,6	91,8	98,1	74,9
Mikrofonit ja niiden jalustat	Vienti	0,3	0,7	0,8	10,2	0,3	3,2	0,6	1,8	3,7
	Tuonti	5,4	8,0	9,5	10,5	10,5	13,5	13,5	10,1	13,5
Kaiuttimet	Vienti	10,9	9,9	10,8	19,4	18,3	18,3	23,7	18,3	18,3
	Tuonti	42,8	68,2	73,9	80,4	89,1	98,0	87,6	68,6	63,4
Levysoittimet	Vienti	0,2	0,3	1,9	1,5	0,6	0,8	0,7	0,4	0,7
	Tuonti	20,6	30,5	46,4	40,0	28,9	33,0	26,8	21,5	13,8
Videot	Vienti	14,1	29,1	50,8	36,7	61,4	6,0	1,1	1,7	6,9
	Tuonti	37,2	265,9	301,4	283,1	289,1	147,4	24,1	180,6	152,8
Kuvalevysoittimet	Vienti	–	–	–	–	1,1	0,8	0,4	0,4	0,6
	Tuonti	–	–	–	–	2,5	1,4	2,4	2,0	2,7
Nauhurit	Vienti	0,9	7,6	13,5	12,5	1,5	1,3	1,5	14,2	27,3
	Tuonti	51,4	66,2	68,0	55,8	58,3	66,8	55,8	58,3	42,0
LP-levyt*	Vienti	2,7	5,0	3,4	2,4	1,4	1,8	0,9	0,8	0,3
	Tuonti	28,1	44,5	60,5	76,8	51,1	58,0	45,9	31,5	17,0
CD-levyt	Vienti	0,5	1,3	1,9	1,6	6,6
	Tuonti	31,1	47,2	61,8	83,3	108,2
Äänikasetit*	Vienti	1,6	1,5	1,0	1,3	1,2	0,9	0,7	0,7	0,5
	Tuonti	9,2	13,9	16,9	20,9	22,3	27,2	26,7	24,9	22,4
Videotallenteet	Vienti	..	1,6	1,5	0,9	1,3	1,1	2,7	3,6	4,1
	Tuonti	..	41,3	35,9	34,2	60,2	80,8	68,3	92,7	31,8
Videokasetit	Vienti	..	0,7	0,2	0,7	1,8	0,8	1,1	0,9	0,9
	Tuonti	..	49,2	70,0	59,7	76,0	87,0	106,8	80,1	80,9
C-kasetit	Vienti	0,2	0,2	0,1	0,3	0,4	0,3	0,3	0,0	0,3
	Tuonti	21,3	29,3	30,5	22,8	22,5	23,9	21,8	17,6	18,3
Yhteensä	Vienti	527,2	664,0	1 002,7	1 158,4	928,8	779,4	846,7	699,8	673,9
Yhteensä	Tuonti	506,8	1 031,2	1 125,7	1 139,2	1 249,5	1 286,7	1 117,5	1 229,4	1 077,7
Vienti-Tuonti		20,4	-367,2	-123,0	19,2	-320,7	-507,3	-270,8	-529,6	-403,8

* Ei sisällä kielilevyjä ja -kasetteja.

Lähde: SVT 1A, Ulkomaankauppa, vuosilta 1980 – 1992.

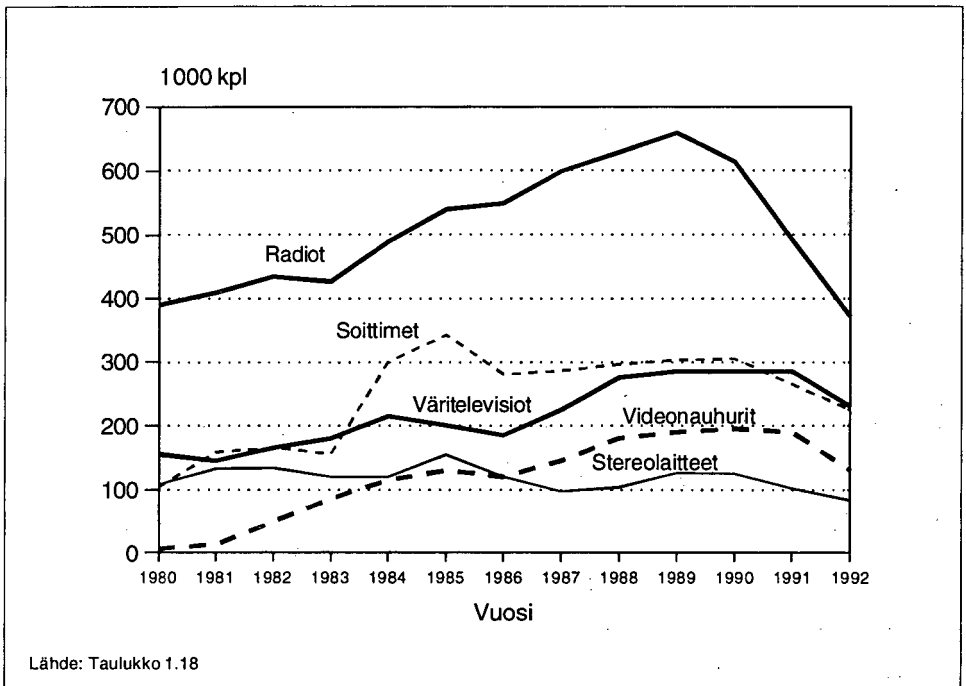
1.18 Viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyynti vuosina 1980 – 1992*

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	Muutos 1991/92 %
	1 000 kpl													
Väritelevisiot	155	145	165	180	215	200	185	225	275	285	285	285	230	-19,3
Mustavalkoiset tv:t	72	55	50	42	35	28	15	10	7	3	—	—	—	—
Videonauhurit	6	13	48	85	115	130	120	145	180	190	195	190	130	-31,6
Videokamerat	—	1	2,5	3	3,5	5	6	8	12	24	30	28	18	-35,7
Kotitietokoneet	—	—	3	30	50	50	50	45	45	50	55	30	25	-16,7
Stereolaitteet:														
– virittimet	14	26	32	30	30	40	30	12	12	18	15	8	5	-37,5
– vahvistimet	15	30	35	33	32	42	32	15	16	24	20	13	10	-23,1
– viritinvahvistimet	31	40	35	30	28	23	18	15	14	14	16	16	11	-31,3
– stereoyhdistelmät	48	37	32	27	30	50	40	55	62	70	74	65	57	-12,3
Stereolaitteet yhteensä	108	133	134	120	120	155	120	97	104	126	125	102	83	-18,6
Kaiuttimet	100	155	155	140	130	140	110	95	95	95	80	60	40	-33,3
Soittimet:														
– levysoittimet	41	62	65	58	57	65	45	28	22	25	22	13	7	-46,2
– CD-soittimet	—	—	—	2	3	8	15	30	45	65	85	85	70	-17,6
– kelanauhurit	1	1	1	0,5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
– stereodekit	47	70	75	65	60	70	50	28	29	33	28	22	13	-40,9
– kasettinauhurit, korvalappustereot	15	25	25	30	180	200	170	200	200	180	170	145	135	-6,9
Soittimet yhteensä	104	158	166	156	300	343	280	286	296	303	305	265	225	-15,1
Radiot:														
– radionauhurit	155	170	200	200	250	280	270	290	275	260	260	212	147	-30,7
– matkaradiot	35	25	25	30	45	50	60	70	80	75	75	60	45	-25,0
– koti- ja kelloradiot	70	75	65	45	40	40	45	50	60	85	80	85	75	-11,8
– autoradiot	130	140	145	152	155	170	175	190	215	240	200	136	105	-22,8

* Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja.

Lähde: Kodintekniikkaliitto ry.

Kuvio 1.3
Eräiden viihdelaitteiden myynti 1980 – 1992



1.19 Viihde-elektroniikan laitteiden keskihinnat ja myynnin arvo vuosina 1980 – 1992*

		1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Väritelevisiot	Keskihinta, mk	2 950	2 900	2 900	3 000	2 850	2 750	2 800
	Arvo, milj. mk	457	421	478	540	613	550	518
Mustavalkoiset televisiot	Keskihinta, mk	800	800	775	825	800	700	675
	Arvo, milj. mk	58	44	39	35	28	20	10
Videonauhurit	Keskihinta, mk	5 100	4 850	4 500	4 450	4 200	3 800	3 500
	Arvo, milj. mk	31	63	216	374	483	494	420
Videokamerat	Keskihinta, mk	–	5 000	5 000	5 000	4 900	6 000	6 000
	Arvo, milj. mk	–	5	12	15	17	12	6
Videokameranauhurit	Keskihinta, mk	–	–	–	–	–	10 000	10 000
	Arvo, milj. mk	–	–	–	–	–	30	50
Kotitietokoneet (sis. lisälaitteita)	Keskihinta, mk	–	–	2 500	2 000	2 500	2 500	3 500
	Arvo, milj. mk	–	–	7	60	125	125	175
Stereolaitteet:								
– virittimet	Keskihinta, mk	950	850	750	800	750	700	750
	Arvo, milj. mk	13	22	24	24	22	28	23
– vahvistimet	Keskihinta, mk	1 100	1 000	850	950	900	850	950
	Arvo, milj. mk	17	30	30	31	29	36	30
– viritinvahvistimet	Keskihinta, mk	1 300	1 200	1 100	1 150	1 100	1 100	1 150
	Arvo, milj. mk	40	48	39	34	31	25	21
– stereoyhdistelmät kaiuttimineen	Keskihinta, mk	2 400	2 150	2 000	2 000	2 000	2 200	2 300
	Arvo, milj. mk	115	80	64	54	60	110	92
Stereolaitteet yhteensä	Arvo, milj. mk	185	180	157	143	142	199	166
Kaiuttimet (vain erikseen myytävät)	Keskihinta, mk	400	400	360	380	360	360	380
	Arvo, milj. mk	40	62	56	53	47	50	42
Soittimet:								
– levysoittimet	Keskihinta, mk	850	800	720	740	740	700	675
	Arvo, milj. mk	35	50	47	43	42	46	30
– CD-soittimet	Keskihinta, mk	–	–	– 4 000	3 000	2 200	1 900	1 575
	Arvo, milj. mk	–	–	–	8	9	18	29
– kelanauhurit	Keskihinta, mk	3 500	4 500	5 000	5 000	–	–	–
	Arvo, milj. mk	4	5	5	3	–	–	–
– stereodekit	Keskihinta, mk	1 100	1 050	975	1 050	1 000	950	1 000
	Arvo, milj. mk	52	74	73	68	60	66	50
– kasettinauhurit korvalappustereot ym.	Keskihinta, mk	350	400	450	500	300	270	280
	Arvo, milj. mk	5	10	11	15	54	54	47
Soittimet yhteensä:	Arvo, milj. mk	96	139	136	137	165	184	156
Radionauhurit	Keskihinta, mk	670	680	710	800	750	730	670
	Arvo, milj. mk	104	116	142	160	188	204	181
Radiot:								
– matkaradiot	Keskihinta, mk	310	340	340	300	280	260	240
	Arvo, milj. mk	11	9	9	9	13	13	14
– koti- ja kelloradiot	Keskihinta, mk	300	270	230	250	260	260	250
	Arvo, milj. mk	21	20	15	11	10	10	11
Radiot yhteensä	Arvo, milj. mk	32	29	24	20	23	23	25
Autoradiot	Keskihinta, mk	900	950	1 000	1 125	1 250	1 275	1 350
	Arvo, milj. mk	117	133	145	171	194	217	236
Myynti yhteensä	Arvo, milj. mk	1 120	1 192	1 412	1 708	2 025	2 108	1 985

Jatkuu

1.19 Jatkuu

		1987	1988	1989	1990	1991	1992	Muutos 1991/92 %
Väritelevisiot	Keskihinta, mk	2 750	2 825	2 800	2 750	2 700	2 700	0,0
	Arvo, milj. mk	619	777	798	784	770	621	-19,4
Mustavalkoiset televisiot	Keskihinta, mk	600	700	750	-	-	-	-
	Arvo, milj. mk	6	5	2	-	-	-	-
Videonauhurit	Keskihinta, mk	3 100	2 875	2 675	2 400	2 100	1 900	-9,5
	Arvo, milj. mk	450	518	508	468	399	247	-38,1
Videokamerat	Keskihinta, mk	-	-	-	-	-	-	-
	Arvo, milj. mk	-	-	-	-	-	-	-
Videokameranauhurit	Keskihinta, mk	8 500	8 000	7 200	5 600	5 100	4 900	-3,9
	Arvo, milj. mk	68	96	173	168	143	88	-38,5
Kotitietokoneet (sis. lisälaitteita)	Keskihinta, mk	3 500	4 000	4 000	5 000	5 000	4 500	-10,0
	Arvo, milj. mk	158	180	200	275	150	113	-24,7
Stereolaitteet:								
- virittimet	Keskihinta, mk	900	950	975	825	950	950	0,0
	Arvo, milj. mk	11	11	18	12	8	5	-37,5
- vahvistimet	Keskihinta, mk	1 150	1 250	1 350	1 300	1 300	1 350	3,8
	Arvo, milj. mk	17	20	32	26	17	14	-17,6
- viritinvahvistimet	Keskihinta, mk	1 350	1 450	1 600	1 600	1 650	1 550	-6,1
	Arvo, milj. mk	20	20	22	26	26	17	-34,6
- stereoyhdistelmät kaiuttimineen	Keskihinta, mk	2 400	2 200	2 200	2 200	2 200	2 600	18,2
	Arvo, milj. mk	132	136	154	163	143	148	3,5
Stereolaitteet yhteensä	Arvo, milj. mk	180	187	226	227	194	184	-5,2
Kaiuttimet (vain erikseen myytävät)	Keskihinta, mk	420	460	500	525	550	475	-13,6
	Arvo, milj. mk	40	44	48	42	33	19	-42,4
Soittimet:								
- levysoittimet	Keskihinta, mk	750	800	850	800	850	650	-23,5
	Arvo, milj. mk	21	18	21	18	11	5	-54,5
- CD-soittimet	Keskihinta, mk	1 400	1 300	1 200	1 000	1 100	10,0	
	Arvo, milj. mk	47	63	85	102	85	77	-9,4
- kelanauhurit	Keskihinta, mk	-	-	-	-	-	-	-
	Arvo, milj. mk	-	-	-	-	-	-	-
- stereodekit	Keskihinta, mk	1 200	1 300	1 400	1 300	1 200	1 150	-4,2
	Arvo, milj. mk	34	38	46	36	26	15	-42,3
- kasettinauhurit	Keskihinta, mk	230	230	260	265	260	300	15,4
korvalappustereot ym.	Arvo, milj. mk	46	46	47	45	38	41	7,9
Soittimet yhteensä:	Arvo, milj. mk	148	165	199	201	160	138	-13,8
Radionauhurit	Keskihinta, mk	600	560	530	530	530	480	-9,4
	Arvo, milj. mk	154	154	138	138	112	71	-36,6
Radiot:								
- matkaradiot	Keskihinta, mk	215	210	210	215	220	240	9,1
	Arvo, milj. mk	15	17	16	16	13	11	-15,4
- koti- ja kelloradiot	Keskihinta, mk	220	200	170	180	170	160	-5,9
	Arvo, milj. mk	11	12	14	14	14	12	-14,3
Radiot yhteensä	Arvo, milj. mk	26	29	30	30	27	23	-14,8
Autoradiot	Keskihinta, mk	1 350	1 400	1 450	1 400	1 400	1 500	7,1
	Arvo, milj. mk	257	301	348	280	190	158	-16,8
Myynti yhteensä	Arvo, milj. mk	2 106	2 456	2 670	2 613	2 178	1 662	-23,7

* Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatilastoja.

1.20 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään sekä viestintämenojen osuus kulutusmenoista päämiehen sosioekonomisen aseman mukaan vuonna 1990

Kotitalouden päämiehen sosioekonominen asema	Kaikki kotitaloudet		Maatalous-yrittäjät		Muut yrittäjät		Ylemmät toimihenkilöt		Alemmat toimihenkilöt	
	mk	%	mk	%	mk	%	mk	%	mk	%
Kotitalouksien määrä kpl	2 154 281		90 667		112 228		302 715		399 625	
Kotitalouden keskikoko henkeä	2,3		3,3		3,1		2,7		2,4	
Sähköinen viestintä yhteensä	1 158	26,3	1 135	23,1	1 261	23,1	1 310	20,2	1 240	24,6
Tallenneviestintä yhteensä	954	21,6	863	17,6	1 308	23,9	1 722	26,6	1 265	25,1
Kirjat yhteensä	516	11,7	552	11,2	840	15,4	1 054	16,3	632	12,6
Lehdet ja painotuotteet yhteensä	1 780	40,4	2 364	48,1	2 057	37,6	2 392	36,9	1 897	37,7
Kulutusmenot viestintään yhteensä	4 408	100,0	4 914	100,0	5 466	100,0	6 478	100,0	5 034	100,0
Kokonaiskulutusmenot	115 117		141 680		164 752		169 267		129 022	
Menot viestintään % kulutuksesta	3,8		3,4		3,2		3,8		3,8	

Jatkuu

1.20 Jatkuu

Kotitalouden päämiehen sosioekonominen asema	Työntekijät		Opiskelijat		Eläkeläiset		Muut ammatissa toimimattomat	
	mk	%	mk	%	mk	%	mk	%
Kotitalouksien määrä kpl	531 131		36 120		644 286		37 509	
Kotitalouden keskikoko henkeä	2,7		1,5		1,5		2,0	
Sähköinen viestintä yhteensä	1 250	27,5	974	24,5	973	35,1	887	27,9
Tallenneviestintä yhteensä	1 169	25,7	1 229	31,0	157	5,7	945	29,7
Kirjat yhteensä	469	10,3	734	18,5	171	6,2	266	8,4
Lehdet ja painotuotteet yhteensä	1 664	36,6	1 032	26,0	1 468	53,0	1 082	34,0
Kulutusmenot viestintään yhteensä	4 552	100,0	3 969	100,0	2 769	100,0	3 180	100,0
Kokonaiskulutusmenot	123 001		76 873		66 224		82 246	
Menot viestintään % kulutuksesta	3,6		5,1		4,1		3,7	

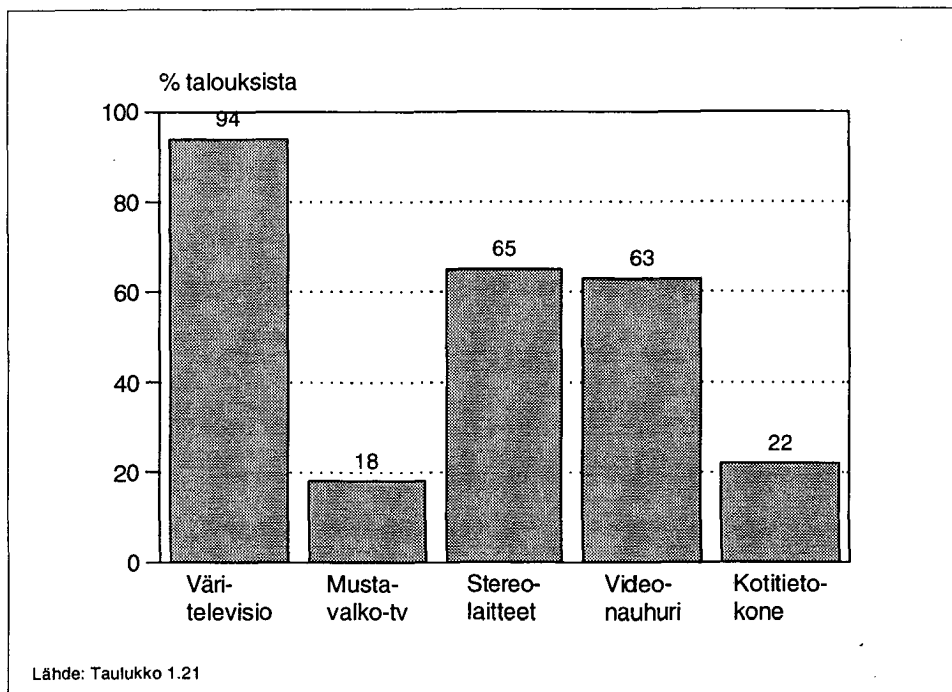
Lähde: Tilastokeskus, Kotitaloustiedustelu 1990.

1.21 Kotitalouksien elektronisten viihdelaitteiden omistus vuonna 1993 sosioekonomisen aseman mukaan

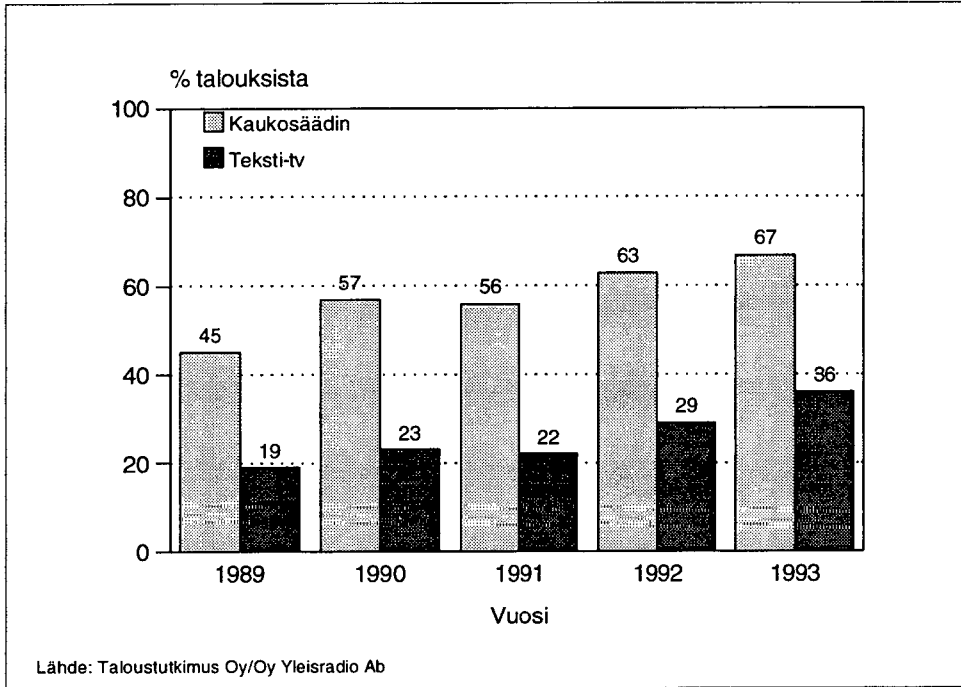
	Elektronisten viihdelaitteiden omistus				
	Väritelevisio	Mustavalk.tv	Stereolaitteet	Videonauhuri	Kotitietokone
	%				
Kaikki kotitaloudet	94	18	65	63	22
Maatalousyrittäjät	96	31	57	63	19
Muut yrittäjät	95	22	76	70	28
Ylemmät toimihenkilöt	95	23	85	75	49
Alemmat toimihenkilöt	96	14	76	74	24
Teollisuustyöntekijät	95	17	72	75	17
Palvelualojen työntek	93	18	67	71	15
Muut työntekijät	94	15	67	72	17
Opiskelijat	91	16	78	67	43
Eläkeläiset	89	17	29	30	3
Muut	99	16	72	71	17

Lähde: Tilastokeskus, Kuluttajabarometri 1993.

Kuvio 1.4
Elektronisten viihdelaitteiden omistus 1993



Kuvio 1.5
Kaukosäätimen ja teksti-tv:n yleisyys 1989 – 1993



1.22 12–69-vuotiaiden joukkoviestimiin käyttämä aika vuonna 1992*

Toiminto	Kaikki			Sukupuoli						Sosiaaliryhmä		
				Nainen			Mies			Joht.as/yl.toimih./yrittäjä		
	Käytetty aika keskim. päivinä	Osallis- tuneet arki	Osallis- tuneet la – su	Käytetty aika keskim. päivinä	Osallis- tuneet arki	Osallis- tuneet la – su	Käytetty aika keskim. päivinä	Osallis- tuneet arki	Osallis- tuneet la – su	Käytetty aika keskim. päivinä	Osallis- tuneet arki	Osallis- tuneet la – su
min/vrk	%	%	min/vrk	%	%	min/vrk	%	%	min/vrk	%	%	
Aikakauslehdet	42,5	73	78	41,0	74	79	43,9	73	77	43,3	76	79
Sanomalehdet	41,4	89	91	37,3	89	92	45,4	89	90	39,3	90	93
Ilmajakelulehdet	3,0	19	21	2,9	20	24	3,1	17	18	3,5	18	17
Suoramainonta	3,4	39	35	3,8	44	40	3,0	35	31	3,2	39	40
Kirjat	24,5	38	32	30,2	43	37	18,8	32	26	23,7	40	37
Lukeminen yhteensä	114,8			115,3			114,2			113,1		
Televisio	133,2	80	81	130,7	83	80	135,6	77	81	121,2	79	79
Video	11,5	14	20	9,6	13	18	13,3	15	22	9,4	12	19
Radio	108,4	76	74	113,9	73	71	103,1	79	77	89,7	75	77
Kuuntelu ja katselu yht.	253,1			254,2			252,0			220,3		
Joukkoviestintä yhteensä	367,9			369,4			366,2			333,4		

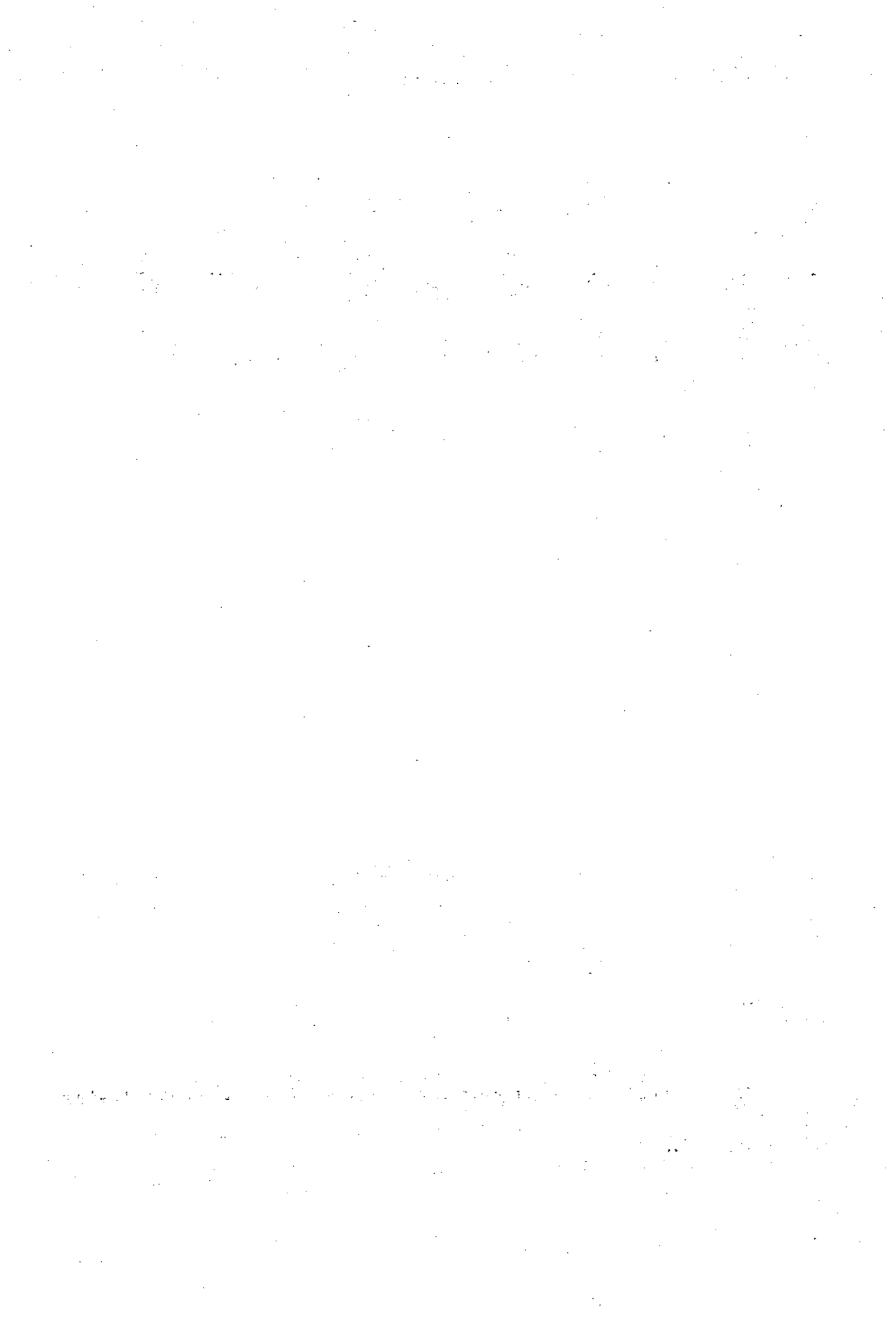
Jatkuu

1.22 Jatkuu

Toiminto	Sosiaaliryhmä											
	Alempi toimihenkilö			Työntekijä			Maatalousyrittäjä			Muu		
	Käytetty aika keskim. päivinä	Osallis- tuneet arki	Osallis- tuneet la – su	Käytetty aika keskim. päivinä	Osallis- tuneet arki	Osallis- tuneet la – su	Käytetty aika keskim. päivinä	Osallis- tuneet arki	Osallis- tuneet la – su	Käytetty aika keskim. päivinä	Osallis- tuneet arki	Osallis- tuneet la – su
min/vrk	%	%	min/vrk	%	%	min/vrk	%	%	min/vrk	%	%	
Aikakauslehdet	36,2	66	81	32,6	73	73	33,9	75	86	59,2	81	80
Sanomalehdet	41,2	94	93	34,3	85	85	30,0	89	96	62,7	90	94
Ilmajakelulehdet	2,8	17	28	1,9	17	24	0,6	9	5	3,9	25	21
Suoramainonta	3,5	42	36	3,3	40	32	1,8	34	18	4,3	43	31
Kirjat	24,1	38	31	18,4	31	24	20,5	28	32	28,9	43	30
Lukeminen yhteensä	107,8			90,5			86,7			159,1		
Televisio	126,2	84	86	136,2	77	83	162,5	85	85	167,3	84	76
Video	13,0	15	20	14,8	17	28	18,7	9	12	8,3	13	13
Radio	117,3	75	73	127,1	79	72	92,7	83	87	126,4	79	74
Kuuntelu ja katselu yht.	256,5			278,2			273,8			302,0		
Joukkoviestintä yhteensä	364,3			368,7			360,6			461,1		

* Tiedot on kerätty Suomen Gallup Oy:n tietokoneavusteiselta telepaneelilta (nk. Gallup Kanava), johon kuuluu noin 500 taloutta. Kysymyksiin vastaaminen tapahtuu talouksiin jaettujen mikrotietokoneiden välityksellä. Tutkimukseen osallistui 940 12–69-vuotiaasta henkilöä.

Lähde: Suomen Gallup-Media Oy, Intermedia 1992.



2 Televisio

1980-luvun puolivälin jälkeinen aika on ollut suomalaisen televisiotoiminnan rakennemuutosten kautta. Kaapelitelevision nopea leviäminen jatkui – tosin 1990-luvulla selvästi hidastuen – ja satelliittikanavat tulivat laajojen väestöryhmien ulottuville. Samaan aikaan myös videonauhurit yleistyivät kotitalouksissa.

Satelliittikanavien ja videotallenteiden leviäminen koettiin erityisesti 80-luvun jälkipuolen vuosina uhaksi suomalaisen television "yhtenäiskulttuurille" ja taloudelliselle perustalle. Seurauksena oli mm. Yleisradion ja MTV:n yhteistyön tiivistyminen ja Kolmostelevisiion perustaminen.

Oy Kolmostelevisio Ab perustettiin vuoden 1985 syksyllä, ja varsinainen ohjelmatoiminta alkoi syksyllä 1987. Perustamisvaiheessa Yleisradion osuus oli 50 prosenttia, MTV:n 35 prosenttia ja Nokian 15 prosenttia Kolmostelevisiion osakepääomasta. Pariin otteeseen suoritettujen omistusjärjestelyjen jälkeen MTV:llä on 80 prosenttia ja Yleisradiolla 20 prosenttia Kolmostelevisiion osakkeista. Kolmostelevisiolle on ollut ominaista hakeutuminen alueellisille mainosmarkkinoille ja itsenäisten ulkopuolisten tuotantoyhtiöiden tarjontaan perustuva kotimainen ohjelmisto.

Valtakunnallinen julkisen palvelun ja kaupallinen televisiotoiminta eriytyivät omille kanavilleen vuoden 1993 alussa ja MTV on saamassa oman toimiluvan. Yleisradion ja MTV:n välillä on silti edelleen merkittäviä kytkentöjä. Tällaisia ovat MTV:n rooli Ylen tärkeänä rahoituslähteenä lupamaksutulojen ohella ja Ylen asema MTV:n ja sen tytäryhtiön Kolmostelevisiion merkittävänä omistajana.

Uuden kanavajaon myötä on syntynyt tilanne, jossa kilpailu ohjelmatarjonnalla ja katsojaosuuksien merkitys ovat korostuneet. Näyttö tästä olivat alkukevään 1993 pikaiset ohjelmistorakenteen muutokset. Erityisesti Ylen kanalta tilanne on muodostunut tavallaan ristiriitaiseksi. Yhtiön toiminnan legitimitetin ajatellaan usein edellyttävän isoja katsojaosuuksia Ylen kanaville; yhtiön talouden rakenne puolestaan edellyttää suuria yleisöjä MTV3-kanavalle.

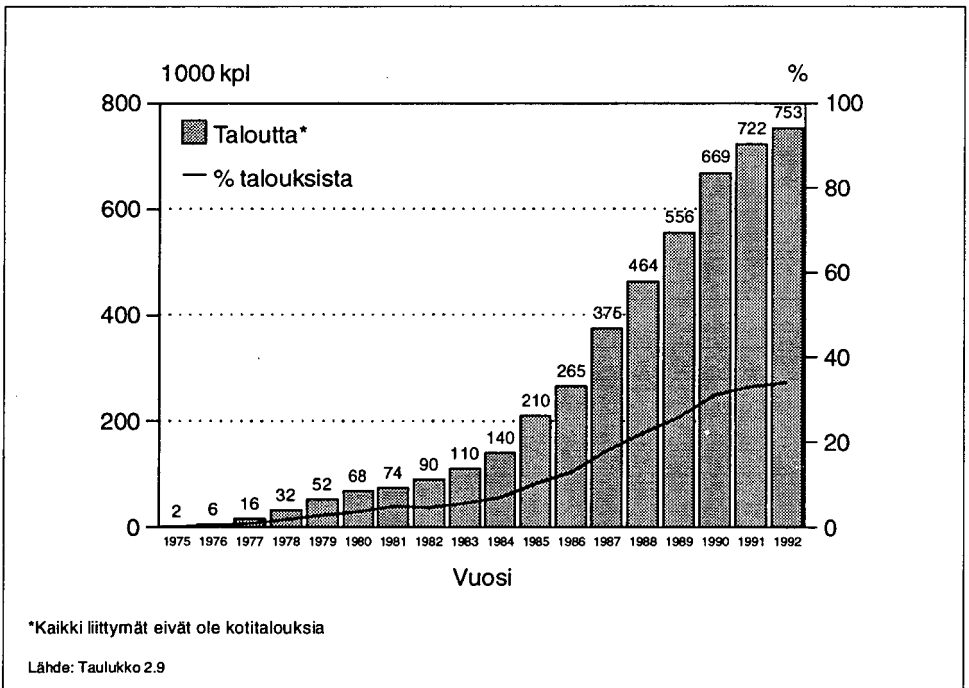
Vuonna 1992 televisiilupien määrä laski ensimmäistä kertaa suomalaisen televisiotoiminnan historiassa. Vuoden lopussa lupia oli noin 9 000 vähemmän kuin edellisen vuoden lopussa (taulukko 2.8). Lupamäärän lasku jatkui myös vuonna 1993. – Vuonna 1992 lunastettiin kaikkiaan 1,9 miljoonaa televisiilupaa, joista 96 prosenttia oli värilupia.

Kaapelitelevisio laajentui Suomessa nopeasti koko 1980-luvun ajan. Vuonna 1980 kaapelitalouksia oli alle 70 000, vuonna 1985 runsaat 200 000 ja vuosikymmenen lopussa jo noin 670 000. Vuoden 1992 lopussa liittymiä oli 753 000, eli hieman yli kolmannes talouksista oli liitetty kaapelitelevioverkkoihin. Kaapelitelevioliittymien määrän kasvuvauhti on parin viime vuoden aikana hidastunut oleellisesti. (Kuvio 2.1.)

Keväällä 1993 voimassa oli 193 kaapeliteleviotoimilupaa. Verkot toimivat kaikkiaan 281 kunnan alueella eli miltei kahdessa kolmesta kunnasta (61%) oli kaapeliteleviotoimintaa. Koska yksittäisten asunto- ja kiinteistöyhtiöiden ja alle 200 liittymän verkot eivät tarvitse toimilupaa, eivät tiedot verkkojen ja liittymien kokonaismääristä ole aivan tarkkoja. (Kuvio 2.6)

Vuoden 1990 alussa Helsingin, Tampereen ja Turun suuret kaapelitelevioyhtiöt perustivat lähetys- ja markkinointitoimintaansa koordinoimaan PTV:n (Suomen Paikallis-tv Kanavat OY), jonka toiminta on nopeasti laajentunut muidenkin suurten kaupunkien kaapeliverkkoihin. Vuoden 1992 lopussa PTV:n piirissä oli noin 510 000 kytkettyä taloutta eli hieman yli miljoona potentiaalista katsojaa. (Taulukko 2.10.)

Kuvio 2.1
Kaapelitelevioliittymät 1975–1992



Yleisradio lähetti kahdella valtakunnallisella tv-kanavalla yhteensä 102 viikotuntia ohjelmaa toimintavuonna 1991/92. Lähetysaika on 80-luvun puolivälistä kasvanut noin neljänneksellä. Vuonna 1993 ohjelmatunnit lisääntyivät edelleen MTV:n ohjelmiston korvaamisen johdosta. MTV:n käytössä kahdella Ylen valtakunnallisella kanavalla ollut ohjelma-aika pysyi varsin vakioisena 80-luvun alusta vuoden 1993 kanavaudistukseen asti. Se oli noin 20 viikotuntia. Kolmotelevision keskimääräinen viikoittainen lähetysaika oli noin 60 tuntia vuonna 1992. (Taulukko 2.11.)

Ylen ohjelmissa suurimman luokan ovat muodostaneet asiaohjelmat, 23 prosenttia toimikaudella 1991/92. Lisäksi lähetettiin uutisia ja ajankohtaisohjelmia yhteensä 15 prosenttia ohjelma-ajasta. Elokuvat, sarjafilmit, urheilu ja lastenohjelmat saivat kukin kymmenisen prosenttia ohjelma-ajasta. MTV:n ylivoimaisesti suurin ohjelmaluokka ykkös- ja kakkoskanavilla muodostui sarjafilmeistä (48% vuonna 1991/92). Keskeinen osuus ohjelmistossa oli myös uutis- ja ajankohtaisohjelmilla, sarjafilmeillä ja viihdeohjelmilla. Nämä tiedot koskevat aikaa ennen vuoden 1993 alun kanavajakoa. Yhtiöiden ohjelmatarjonnan rakenteessa ei uutta kanavajakoa edeltävinä vuosina tapahtunut kovin suuria muutoksia. (Taulukko 2.12)

Valtakunnallisten televisioyhtiöiden ohjelmiston kotimaisuusaste on varsin korkea. Ylen ohjelmistosta yli puolet on kotimaista tuotantoa. MTV:n ykkös- ja kakkoskanavilla esitetystä ohjelmistosta nelisenkymmentä prosenttia oli 90-luvun alun vuosina kotimaista tarjontaa. Kolmotelevision ohjelmatarjonnasta yli puolet oli kotimaista tuotantoa vuonna 1991/92. (Taulukko 2.13.)

Kaapeliverkkojen ohjelmisto koostuu pääasiallisesti ulkomaisten satelliittikanavien tarjonnasta. Yleisimmin kaapeliverkot välittävät Eurosportin (716 000 liittymää vuoden 1992 lopussa), Super Channelin (704 000 liittymää), TV5:n (685 000 liittymää) ja MTV European (633 000 liittymää) ohjelmistoa. Edellä mainitun PTV:n vastaanottomahdollisuus oli samana ajankohdalla 510 000 liittymällä. (Taulukko 2.10.)

PTV:llä on yhteinen prime-time ajan ohjelmarunko ja yhtenäistetty mainosmarkkinointi. PTV:n ohjelmisto muodostuu lähinnä sarjafilmeistä, musiikki-, urheilu- ja lastenohjelmista sekä paikallista tuotantoa olevista ajankohtaisohjelmista.

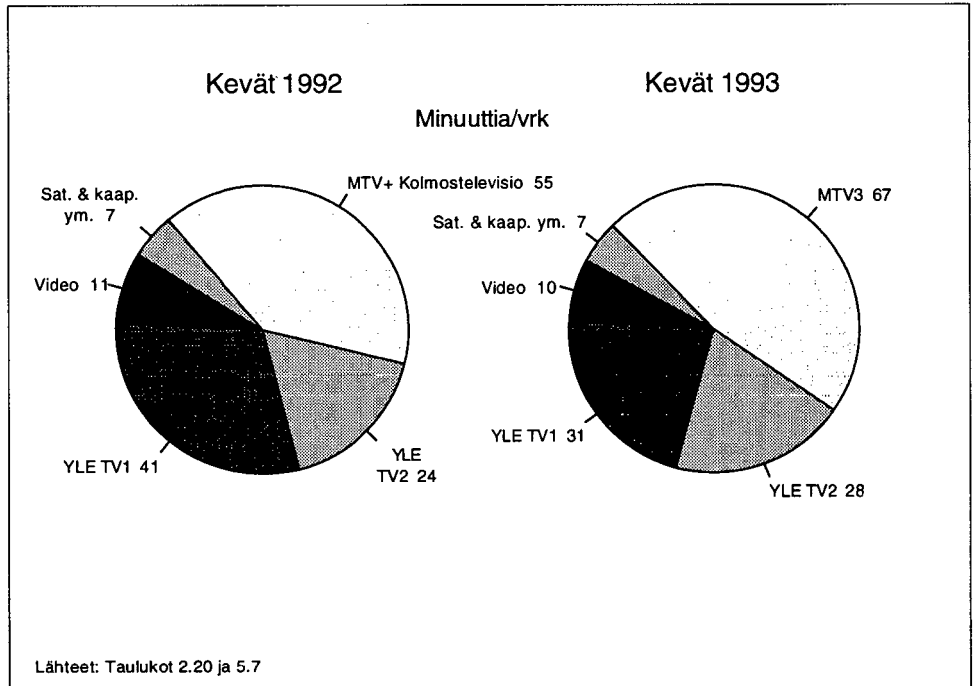
Vuonna 1992 hyväksytty laki mahdollisti kaapelitelevisiolähetysten jakelun haja-asutusalueille mikroaalloilla. Arviot kaapeliverkkojen laajentumispotentiaalista mikroaaltjakelun kautta vaihtelevat 200 – 400 000 liittymän välillä. Toistaiseksi yksikään kaapelitelevisioyhtiö ei kuitenkaan ole julkistanut suunnitelmia mikroaaltoverkon rakentamisesta.

Keväällä 1992 liikenneministeriö myönsi yhdeksälle hakijalle toimiluvat paikalliseen televisiotoimintaan ("lähitelevisio"). Luvat myönnettiin pienehköille viestintäyrityksille, joista osa harjoittaa ennestään esim. paikallisradiotoimintaa tai julkaisee paikallislehteä. Ensimmäinen lähitelevisio aloitti lähetykset elokuussa 1993. Kaksi luvan saajaa – Krs-tv Kristiinankaupungista ja När-tv Närpiöstä – vastaavat yhteistyössä toiminnasta.

Taloyhtiöillä ja talouksilla on mahdollisuus oman satelliittiantennin kautta ottaa vastaan suoraan lukuisten satelliittikanavien ohjelmia. Arviot lautasantennien kokonaismäärästä vuoden 1992 lopussa vaihtelivat välillä 10 – 20 000.

CTV/Scandinavian Card TV, joka on Norjan Teletaitoksen omistaman TeleTV:n tytäryhtiö, aloitti toimintansa Suomessa keväällä 1993. Se myy satelliittikanavapakettia, johon syksyllä 1993 kuului kuusi kanavaa. Osa pakettiin sisältyvän Eurosport Nordic -kanavan lähetyksistä selostetaan suomeksi ja ruotsiksi ja osa muiden kanavien ohjelmistosta on tarkoitettu tekstittä suomeksi ja ruotsiksi. Kanavapaketin voi vastaanottaa aiempia pienemmällä ja hinnaltaan edullisemmalla lautasantennilla.

Kuvio 2.2
Television katselun jakaantuminen eri kanaville keväällä 1992 ja 1993. Koko väestö



Keväällä 1993 Yleisradion ykkös- ja kakkoskanava tavoittivat yhdessä päivittäin keskimäärin noin kaksi kolmesta (64%) suomalaisesta (TV1 54%, TV2 48%). Kolmannelle valtakunnalliselle kanavalle kokonaisuudessaan siirtyneen MTV:n päivittäinen tavoitavuus (62%) oli samaa tasoa kuin Ylen kahdella kanavalla yhdessä. (Taulukko 2.18.)

Satelliittikanavat tavoittivat päivittäin 10 prosenttia ja kaapelitelevisiokanavat 5 prosenttia väestöstä. Kaapeliverkkojen piirissä olevasta väestöstä keskimäärin 29 prosenttia katsoi ainakin jotain tarjolla olevaa satelliittikanavaa ja 16 prosenttia kaapelikanavaa. (Taulukot 2.18 & 2.19.)

Keväällä 1993 televisiota katsottiin keskimäärin runsaat kaksi tuntia päivässä (Kuvio 2.2). Keskimääräiset katseluajat ovat 90-luvulla kasvaneet vuosittain jonkin verran. Kaapeliverkkojen piirissä olevassa väestössä keskimääräisestä kokonaiskatseluajasta viitisentoista prosenttia kuluu muilla kuin valtakunnallisilla kanavilla. (Taulukot 2.20 & 2.21.)

Yleisradion tuotot olivat noin 1,8 miljardia tilikaudella 1991/92. Tuotoista nykyisin jo yli 80 prosenttia tulee televisiolupamaksuista. Vastaavasti MTV:ltä perittävien korvausten osuus on laskenut. Suurimmillaan MTV:n korvausten osuus Ylen tuotoista oli 80-luvun puolivälissä. Silloin osuus oli lähes neljännes. Aivan viime vuosina MTV:n (ja Kolmostelevision) korvausten osuus on ollut viitisentoista prosenttia. (Taulukko 2.1.)

Liikevaihdolla mitaten Yle on maamme toiseksi suurin joukkoviestintäyrittäjä. Liikevaihdoltaan sitä suurempi on Sanoma Yhtymä (1,9 miljardia vuonna 1992), jolla on useita – tosin kokonaisliikevaihdon kannalta suhteellisen vähäisiä – kytkentöjä televisiotoimintaan (Helsinki Televisio Oy, Eurocable Oy, PTV:n osuistus ym.).

MTV:n liikevaihto oli 706 mmk vuonna 1990. Valtaosa liikevaihdosta muodostuu mainostuloista. MTV tilittää tuloistaan huomattavan osan Ylelle lähetyksen käyttökorvauksina. Edellä todettiin, että Ylen tuotoista MTV:n maksamien korvausten osuus on viime vuosina ollut viitisentoista prosenttia. Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto vuonna 1992 oli 321 miljoonaa. (Taulukot 2.3 & 2.4.)

Yleisradion palveluksessa oli radiotoiminta mukaanlukien noin 4 600 henkeä vuonna 1992. (Televisio- ja radiotoiminnan osuuksia YLE:n henkilöstöstä on vaikea yksikäsitteisesti erottaa.) MTV-konsernin palveluksessa henkilöstöä oli vuonna 1992 kaikkiaan noin 600, josta Kolmostelevision palveluksessa noin 50. Yhtiöiden henkilöstön määrät ovat viime vuosien aikana hivenen laskeneet. (Taulukot 2.5 & 2.6.)

Kaapelitelevisioverkoissa kokopäiväistä henkilöstöä oli yhteensä hieman yli 300, joista alle kymmenesosa oli toimituksellisissa tehtävissä. (Telen kaapeliverkkojen henkilöstö ei sisälly näihin lukuihin.) (Taulukko 2.7.)

Tilastointi

Yleisradion ja MTV:n taloutta, lähetystoiminnan volyyymia 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. Sarkkinen 1992).

Kaapelitelevisiotoimintaa eritellään vuosittain liikenneministeriön julkaisemissa Kaapelitelevisiotoiminta Suomessa -katsauksissa (esim. Råberg 1993). Kaapelitelevisiota koskevia tietoja on saatu myös Suomen Kaapelitelevisioliitolta ja PTV:ltä.

Television katselua koskevat tiedot perustuvat nykyisin ympärivuotisen tv-mittaritutkimusten yhteenvetoraportteihin. Mittaritutkimuksen otoskoko on 475 taloutta, joissa on yhteensä 1 200 henkeä. Mittaritutkimuksen tilaajina ovat Yle, MTV ja Mainostoimistojen liitto ja tutkimusta suorittaa Finnpanel Oy. Mittaritutkimuksen otoksesta, talouksien valinnasta ja luotettavuudesta ks. tarkemmin Kasari (1993).

Täydentävää kirjallisuutta

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

Kytömäki, Juha (toim.): Nykyajan sadut. Joukkoviestinnän kertomukset ja vastaanotto. Gaudeamus & Yleisradio, Helsinki 1991.

Lassila, Juha: Riippumattomat televisiotuottajat. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 17. Jyväskylä 1989.

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.

Niemelä, Seppo: Julkinen palvelu 1990-luvun viestinnässä. Liikenneministeriön julkaisuja 1/93. Helsinki 1993.

- Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirjat. Yleisradio, Helsinki 1991–
(eri vuosina).
- Råberg, Elina: Kaapelitelevisiotoiminta Suomessa 1992. Liikenneministeriö,
Julkaisuja 34/93. Helsinki 1993.
- Sarkkinen, Raija: Television ulkomainen ohjelmatarjonta 1991/92.
Yleisradio, Tutkimus & kehitysosasto, tilastaselvitys 27/1992.
- Suoninen, Annikka: Televisio lasten elämässä. Jyväskylän yliopisto,
Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 37. Jyväskylä 1993.
- Vapaa-aika numeroina 3: televisio, video, tietokoneet, radio, musiikki. SVT,
Kulttuuri ja viestintä 1993: 5. Tilastokeskus, Helsinki 1993.
- Åkermarck, Mikael: Kaapelilähetystoiminnan omistus Suomessa.
Liikenneministeriön julkaisuja 22/92. Helsinki 1992.

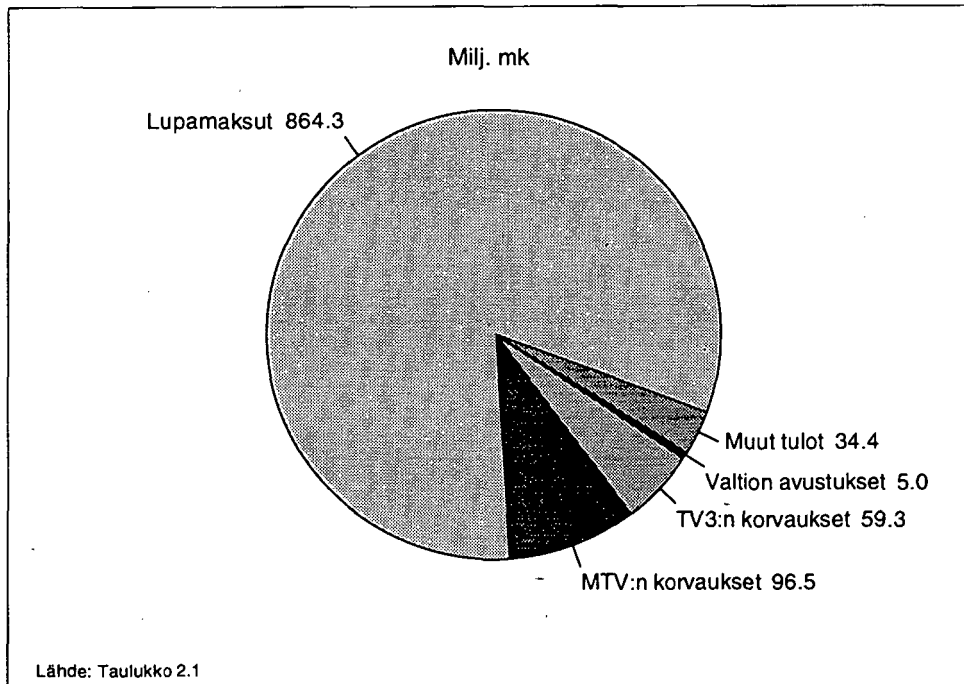
2.1 Yleisradion tulot vuosina 1980/81 – 1991/92

Vuosi	Lupamaksut*		MTV:n korvaukset		Kolmostelevisiön korvaukset		Valtion avustukset		Muut tulot		Yhteensä	
	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%
1980/81	511,7	76,0	149,8	22,2			1,2	0,2	11,0	1,6	673,7	100,0
1981/82	604,4	76,0	174,0	21,9			1,6	0,2	15,7	2,0	795,7	100,0
1982/83	692,8	76,2	199,7	22,0			2,3	0,3	13,7	1,5	908,5	100,0
1983/84	837,0	77,4	230,7	21,3			2,4	0,2	12,0	1,1	1082,1	100,0
1984/85	889,3	76,3	262,5	22,5			4,4	0,4	9,7	0,8	1165,9	100,0
1985/86	928,3	74,8	291,8	23,5			6,5	0,5	14,8	1,2	1241,4	100,0
1986/87	1010,2	74,7	309,8	22,9	2,2	0,2	12,5	0,9	16,9	1,2	1351,6	100,0
1987/88	1054,2	76,9	267,1	19,5	8,6	0,6	16,3	1,2	24,9	1,8	1371,1	100,0
1988/89	1127,4	77,2	276,6	19,0	16,8	1,2	11,4	0,8	27,5	1,9	1459,8	100,0
1989/90	1234,4	77,5	294,6	18,5	27,0	1,7	7,5	0,5	29,8	1,9	1593,3	100,0
1990/91	1364,8	81,1	240,7	14,3	31,9	1,9	7,8	0,5	38,5	2,3	1683,7	100,0
1991/92	1488,8	82,3	221,7	12,3	47,1	2,6	8,5	0,5	43,4	2,4	1809,5	100,0
1992(7kk)	864,3	81,6	96,5	9,1	59,3	5,6	5,0	0,5	34,4	3,2	1059,5	100,0

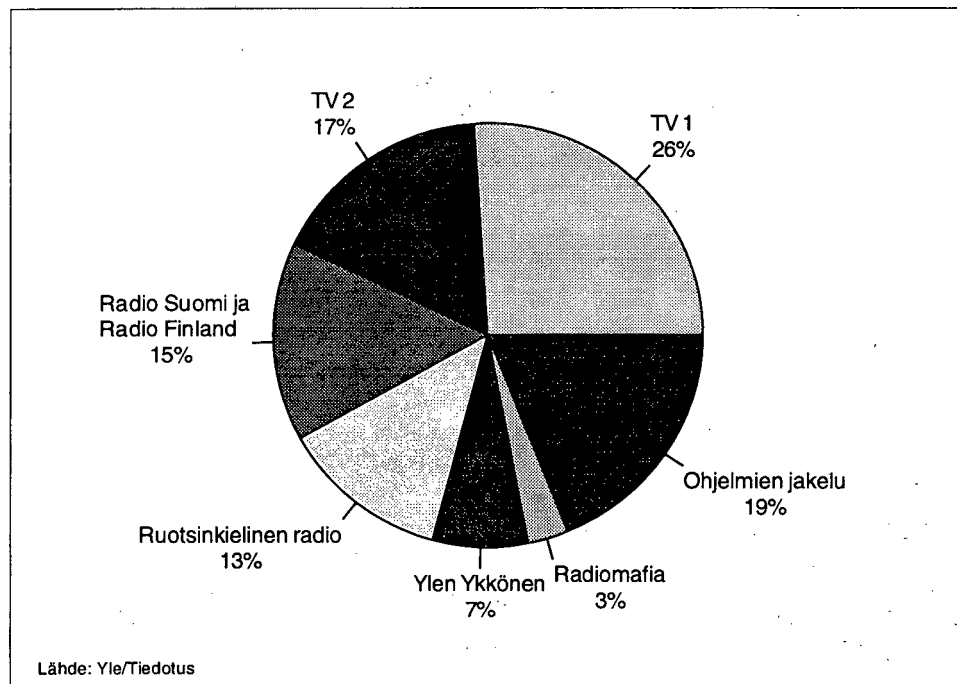
* Radiolupamaksut poistettiin 1.1.1977, ja 1.9.1977 voimaantulleeseen lupauudistuksen jälkeen ei väritelevisiovastaanottimen haltija tarvitse enää mustavalkoisen television lupaa.

Lähteet: Suomen tilastollinen vuosikirja; Yleisradion toimintakertomukset.

Kuvio 2.3
Yleisradion tulot tilikaudella 1991/92



Kuvio 2.4
Lupamaksun käyttö kanavittain 1993



2.2 Lupamaksun käyttö tehtäväalueittain 1993

Tehtäväalue	Mk
Viihde ym.	185
Ohjelmien jakelu	156
Tiedotusvälitystehtävä	124
Ruotsinkielinen toiminta	109
Kulttuuritehtävä	104
Aluetoiminta	85
Lastenohjelmat	28
Ulkomaanlähetykset	14
Opetusohjelmat	13
Kriisiyöalmius	7
Saamenkielinen ohjelma	3
Lupamaksu yhteensä	828

Lähde: Oy Yleisradio Ab, Tiedotusosasto.

2.3 MTV:n* ja Kolmostelevisiön liikevaihto vuosina 1980 – 1992

Vuosi	MTV					Yhteensä	Kolmos- televisio
	Mainosaika	Av-osasto	Laboratorio	Muut palvelut			
	%				Milj. mk		
1980	236,5		
1981	290,5		
1982	93,8	2,9	1,8	1,5	339,5		
1983	92,8	3,2	1,5	2,5	395,5		
1984	92,7	3,1	1,2	3,0	476,5		
1985	93,7	2,7	1,4	2,2	500,8		
1986	93,1	2,5	1,8	2,6	507,1		
1987	91,9	2,6	1,2	4,3	517,4		
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)

* Vuodesta 1983 MTV-konsernin liikevaihto. MTV-konserniin kuuluivat vuonna 1993 MTV Oy:n ja Oy Kolmostelevisio Ab:n lisäksi MTV-Palvelukiinteistöt Oy, Tuotantoyhtiö FOR Oy, Spede-Team Oy, Funny Films Oy ja Spedevideo Oy.

** Kolmostelevisiön vuoden 1988 liikevaihtoluku on vuoden 1988 laskennallinen osuus tilikauden 1.1.1988 – 31.5.1989 kokonaisliikevaihdosta.

*** Vuoden 1990 alusta Oy Kolmostelevisio Ab muuttui MTV-konsernin tytäryhtiöksi. Sen liikevaihto sisältyy konsernin liikevaihtoon.

Lähde: MTV:n vuosikertomukset.

2.4 Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto vuosina 1985 – 1992

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	Milj.mk							
Liittymismaksut	136	92	55
Vuosimaksut	89	114	127
Maksu-tv-tulot	55	70	102
Mainostulot*	17	18	21
Muut tulot	17	7	17
Yhteensä	44	55	161	224	190	314	301	321
	%							
Liittymismaksut	43	31	17
Vuosimaksut	28	38	39
Maksu-tv-tulot	18	23	31
Mainostulot*	5	6	7
Muut tulot	5	2	5
Yhteensä						100	100	100

* Sisältää PTV:n

Lähde: Liikennemisteriö, Viestintähallinto-osasto.

2.5 Yleisradion henkilöstö tilikausina* 1980/81 – 1991/92 ja henkilöstön jakautuminen organisaatioyksiköittäin syksyllä 1992

	Palkansaajia keskimäärin/tilikausi		
	Vakinaiset	Määräaikaiset	Yhteensä
	Lukumäärä		
1980/81	4 027	403	4 430
1981/82	4 180	357	4 537
1982/83	4 237	439	4 676
1983/84	4 300	441	4 741
1984/85	4 342	471	4 813
1985/86	4 411	468	4 879
1986/87	4 459	397	4 856
1987/88	4 445	354	4 799
1988/89**	4 369	365	4 734
1989/90	4 369	364	4 733
1990/91	4 398	397	4 795
1991/92	4 361	414	4 775
1992 (7 kk)	4 250	396	4 646***

Henkilöstö yksiköittäin 1.6 – 31.12.1992

	Lukumäärä	%
Keskuskanlia	61	1,3
Tiedotustoiminta	27	0,6
Kehitystoiminta	48	1,0
Radio	358	7,7
TV1	1 111	23,9
TV2	662	14,2
Ruotsinkielinen ohjelmayksikkö	315	6,8
Alue- ja uutisyksikkö	832	17,9
Resurssiyksikkö	1 232	26,5
Yhteensä	4 646	100,0

* Yleisradion tilikausi oli 1.6 – 31.5 vuoteen 1992 asti, jolloin kalenterivuositaiseen tilikauteen siirryttäessä tilikausi oli poikkeuksellisesti vain 7 kuukauden mittainen (1.6–31.12.1992).

** Laskentaperusteita tarkennettu tilikaudella 1988/89.

*** Toimituksellisissa ja ohjelmasuunnittelun tehtävissä työskenteli 31.12.1992 yhteensä 1 199 henkilöä, joista 995 toistaiseksi voimassa olevassa työsuhteessa.

Lähde: Oy Yleisradio Ab, Henkilöstöhallintoryhmä.

2.6 MTV:n* henkilöstö vuosina 1980 – 1992

Vuosi	Henkeä
1980	567
1981	638
1982	657
1983	655
1984	665
1985	702
1986	696
1987	667
1988**	586
1989***	625
1990	621
1991	626
1992	606

Siitä vuonna 1992

MTV Oy	474
Oy Kolmostelevisio	53
MTV - Palvelukiinteistöt	49
FOR Oy****	24
Spede - Team Oy	6

* Vuodesta 1983 MTV-konserni.

** Henkilöstön väheneminen vuonna 1988 johtuu osaksi MTV:n lavastamon eriytymisestä itsenäiseksi Suomen Lavastepalvelu Oy -nimiseksi yhtiöksi 1.9.1988

*** Vuodesta 1989 mukana myös Kolmostelevisio henkilöstö

**** FOR Oy:n toimialana ovat äänitteiden monistus sekä mainos- ja yritys-videoiden tuotanto.

Lähde: MTV:n vuosikertomukset.

2.7 Kaapelitelevisioyhtiöiden henkilöstö vuosina 1990, 1991 ja 1992

	Henkeä		
	1990	1991	1992
Kokopäiväinen henkilöstö *)			
Toimitustyö	27	29	23
Tekniikka	119	169	142
Hallinto & markkinointi	139	159	151
Yhteensä	285	398	316

*) Telen kaapeliverkkojen (72 verkkoa) henkilöstö ei sisälly lukuihin. Näiden verkkojen kiinteän henkilöstön yhteismäärä oli 35 henkeä vuonna 1992.

Lähde: Liikenneministeriö, Viestintähallinto-osasto.

2.8 Televisioluvat vuosina 1980 – 1992*

Vuosi	Mustav.tv-luvat		Väri tv-luvat		Tv-luvat yhteensä 1 000 kpl
	1 000 kpl	1 000 asukasta kohti	1 000 kpl	1 000 asukasta kohti	
1980**	752,2	157	786,0	164	1 538,2
1981	689,8	144	923,8	192	1 613,6
1982	613,8	127	1 064,4	220	1 678,2
1983	533,4	110	1 204,4	248	1 737,8
1984	439,4	90	1 330,7	273	1 770,1
1985	344,6	71	1 439,7	296	1 784,3
1986	287,5	58	1 534,9	312	1 822,4
1987	236,7	48	1 606,2	326	1 842,9
1988	185,3	37	1 677,2	339	1 862,5
1989	147,3	30	1 731,9	349	1 879,2
1990	118,3	24	1 775,2	355	1 893,5
1991	96,3	19	1 801,0	358	1 897,3
1992	78,8	16	1 808,9	358	1 887,6

* Kunkin vuoden lopussa

Lähteet: Suomen tilastollinen vuosikirja; Oy Yleisradio Ab

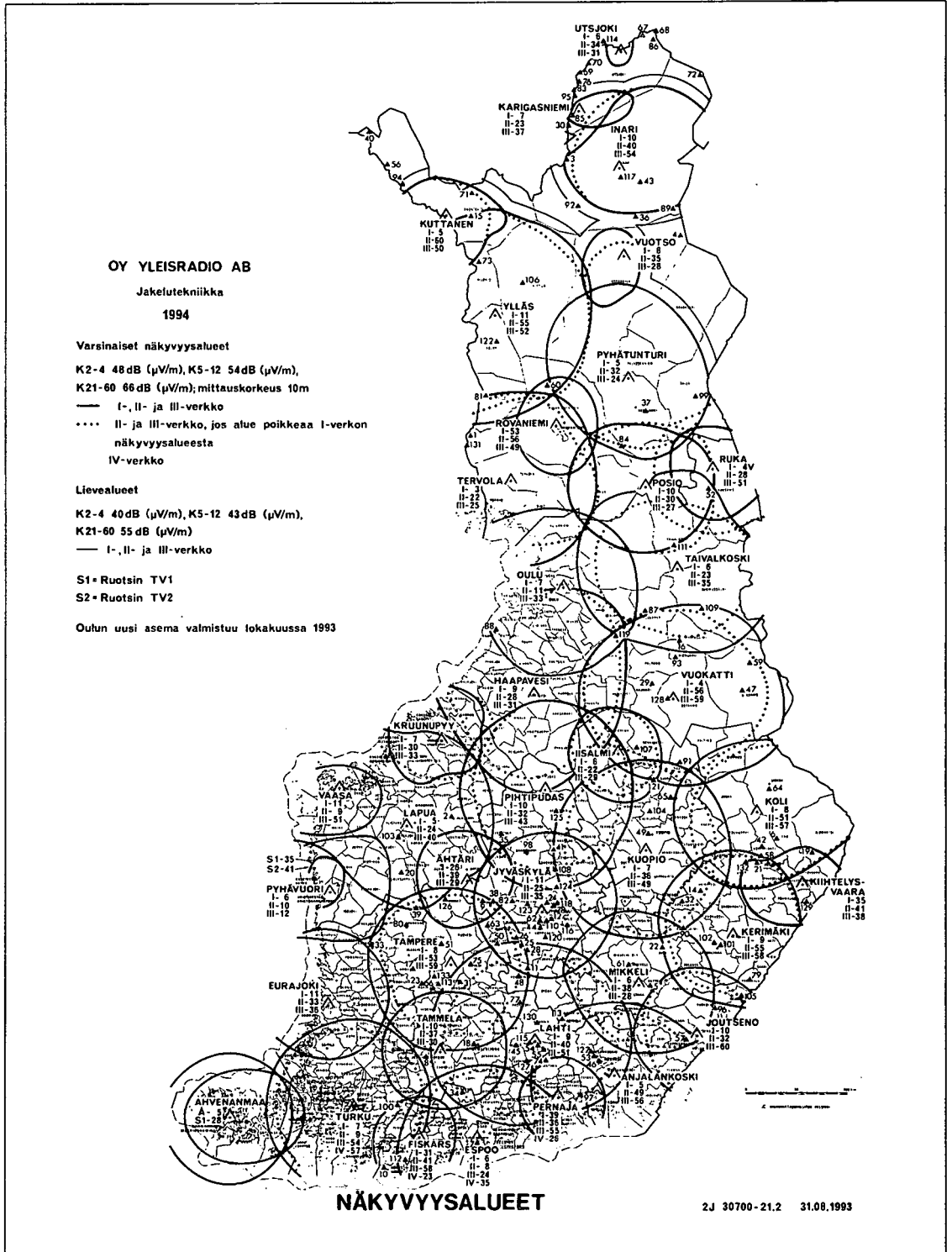
2.9 Kaapelitelevisioliittymät vuosina 1975 – 1992

	1 000 liittymää	Talouksista*
1980	68,0	3,6
1981	74,0	4,9
1982	90,0	4,6
1983	110,0	5,6
1984	140,0	7,0
1985	210,0	10,3
1986	265,0	13,0
1987	375,0	18,0
1988	464,0	22,1
1989	556,0	25,9
1990	669,0	31,1
1991	722,1	33,0
1992	753,1	34,0

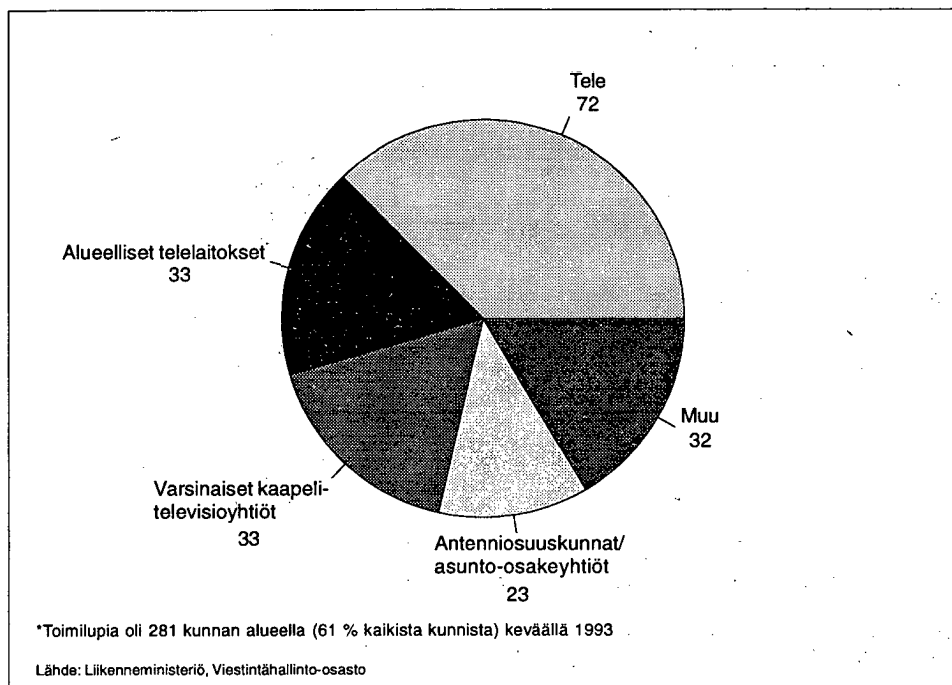
* Kaikki liittymät eivät ole kotitalouksia.

Lähteet: Suomen Kaapelitelevisioliitto ry; Liikenneministeriö, Viestintähallinto-osasto

Kuvio 2.5
Valtakunnallisten tv-kanavien sekä TV4:n näkyvyysalueet



Kuvio 2.6
Kaapelitelevisiotoimiluvat vuonna 1993



2.10 Yleisimmät kaapeliverkoissa välitetyt kanavat vuoden 1992 lopussa

	Liittymien lukumäärä	Osuus kaapelitalouksista*	Rahoitusmuoto
	1 000 kpl	%	
Satelliittikanavat			
Eurosport	716	95,1	mainonta
Super Channel	704	93,5	mainonta
TV 5	685	91,0	julk.rahoitus
MTV-Europe	633	84,1	mainonta
Worldnet	327	43,4	julk.rahoitus
Naapurimaiden kanavat			
Ruotsin TV 1	213	28,3	julk.rahoitus
Ruotsin TV 2	205	27,2	julk.rahoitus
Moskovan TV	188	25,0	julk.rahoitus
Kaapelikanavat			
PTV	510	6,8	mainonta
FilmNet	52	6,9	tilaajamaksut
Viihdekanava	20	2,7	tilaajamaksut

* Kaikki liittymät eivät ole kotitalouksia. Kaapelitalouksia 753 100 vuoden 1992 lopussa

Lähteet: Liikennemisteriö, Viestintähallinto-osasto; Suomen Kaapelitelevioliitto ry; Sanoma Yhtymän toimintakertomus 1992

2.11 Yleisradion, MTV:n ja Kolmostelevisiön televisiölähetysten viikotuntimäärät kanavittain vuosina 1980 – 1992

Vuosi	Yleisradio		MTV		Kolmos- televisio*
	TV 1	TV 2	MTV 1	MTV 2	
	Tuntia/viikko				
1980/81	40	29	13	4	
1981/82	40	30	13	6	
1982/83	40	30	13	7	
1983/84	41	34	13	7	
1984/85	45	36	13	7	
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 (7kk)	58	44	10	10	

* Sisältää myös MTV:n Kolmostelevisiön kanavalla esitettävän ohjelmiston.

** Toimintavuoden lähetyksaikoihin vaikutti radio- ja televisiotoimittajien lakko 30.11. – 21.12.1988.

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

2.12 Yleisradion ja MTV:n televisio-ohjelmiston jakautuminen eri ohjelmatyyppeihin ohjelmayhtiöittäin vuosina 1980/81 – 1991/92

Ohjelmatyyppi	1980/81*			1985**			1989/90*			1990/91*			1991/92*		
	YLE	MTV	Yht.	YLE	MTV	Yht.	YLE	MTV	Yht.	YLE	MTV	Yht.	YLE	MTV	Yht.
	%														
Uutiset	11	–	9	13	11	12	9	11	9	7	11	8	7	11	7
Ajankohtaisohjelmat	5	6	5	7	2	6	7	7	7	7	6	7	8	1	7
Asiaohjelmat	25	14	23	22	8	19	24	5	21	22	5	19	23	4	21
Opetusohjelmat	8	–	7	3	–	3	5	–	4	4	–	3	4	–	3
Teatteri, tv-elokuvat	5	7	5	6	2	5	6	5	6	5	2	5	5	2	5
Elokuvat	7	20	9	7	11	8	7	12	8	10	14	11	10	14	11
Sarjafilmit	5	30	9	10	40	16	10	40	15	10	43	15	11	48	17
Viihdeohjelmat	4	20	7	6	20	9	5	18	6	3	13	5	3	10	4
Musiikkiohjelmat	5	2	4	5	2	4	5	1	4	7	5	6	6	8	6
Urheiluohjelmat	12	–	10	7	2	6	8	–	7	11	–	10	11	–	10
Lastenohjelmat	12	1	10	12	3	10	13	–	11	11	–	9	10	3	9
Muut	2	–	1	2	–	2	2	–	2	2	–	2	2	–	2
Yhteensä	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

YLE = Oy Yleisradio Ab, MTV = MTV Oy

* Toimintavuoden kokonaistarjonta.

** Tiedot perustuvat otokseen.

Lähde: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston ohjelmistorakennetutkimukset.

2.13 Yleisradion ja MTV:n* televisio-ohjelmiston kotimaisuus ohjelmayhtiöittäin sekä kotimaisten ohjelmien osuus eri ohjelmatyypeistä toimintavuosina 1980/81 – 1991/92

	1980/81			1985/86			1990/91			1991/92			
	YLE	MTV	Yhteensä	YLE	MTV	Yhteensä	YLE	MTV	Yhteensä	YLE	MTV	Yhteensä	Kolmos-televisio
	%												
Kotimainen tuotanto	61	45	58	54	50	53	55	44	53	54	37	52	54
Ulkomainen tuotanto	33	55	37	42	50	44	40	56	42	40	63	44	47
Kansainvälinen kuvasignaali**	6	–	5	4	–	3	6	–	5	6	–	4	–
Yhteensä	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kotimaisten ohjelmien osuus eri ohjelmatyypeistä													
Uutiset	100	–	100							
Ajankohtaisohjelmat	100	100	100	} 73	95	75	73	98	75	..
Asiaohjelmat	56	60	56							
Opetusohjelmat	74	–	74							
Teatteri	} 44	65	49	} 26	13	24	30	14	28	..
TV-elokuvat													
Elokuvat													
Sarjafilmit	16	4	9	6	7	6	5	4	4	..
Viihdeohjelmat***	84	90	87	57	97	68	64	100	73	..
Musiikkiohjelmat	59	72	61	42	100	44	53	100	54	..
Urheiluohjelmat	48	–	48	48	–	48	45	–	45	..
Lastenohjelmat	63	8	61	66	–	66	62	–	60	..
Muut (lähinnä lotto)	95	–	95	71	100	72	75	–	75	..

* Taulukon MTV:n tuotantoa kuvaavat luvut eroavat hieman MTV:n vuosikertomuksissa esitetyistä tiedoista.

** Ohjelmat joiden kuvateknisestä toteutuksesta vastaa joku ulkomainen yhtiö, mutta joka on toimitettu suomalaisiin tarpeisiin ja selostettu kotimaisella kielellä, esim. kansainväliset urheilutapahtumat. (Vuosien 1985/86 luvut ovat arvioita)

*** Sisältää myös kevyen musiikin

Lähde: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston ohjelmarakennetutkimukset.

2.14 Yleisradion ja MTV:n lähettämien ulkomaisten televisio-ohjelmien jakautuminen alkuperämaittain vuosina 1980/81 – 1991/92

Alkuperämaa	1980/81		1985/86		1990/91		1991/92		Kolmos- televisio
	YLE	MTV	YLE	MTV	YLE	MTV	YLE	MTV	
Pohjoismaat									
Ruotsi	15,1	2,5	9,8	0,8	6,3	1,9	5,3	3,8	0,4
Muut ja yhteistuotanto	9,2	0,1	7,4	–	9,0	–	6,9	–	0,3
Eurooppa									
Iso-Britannia	14,9	21,4	24,5	27,4	26,2	10,5	29,3	6,3	9
Ranska	5,5	8,6	5,2	2,1	6,9	2,7	7,0	4,5	2
Saksa	6,9	2,6	9,6	2,9	7,4	4,1	7,8	8,3	–
Neuvostoliitto/Venäjä	3,8	1,0	4,7	1,4	2,9	1,0	2,0	–	0,2
Muut ja yhteistuotanto	18,8	6,3	12,3	3,7	5,6	0,8	9,9	2,9	2,1
Pohjois-Amerikka									
Yhdysvallat	18,4	54,0	16,3	60,1	19,5	76,5	19,0	68,4	81,1
Kanada	2,5	0,1	2,2	0,1	3,1	0,2	3,7	0,4	1,6
Väli- ja Etelä-Amerikka	0,2	0,4	1,0	–	0,5	–	0,8	–	–
Aasia ja Australia	4,3	2,6	7,0	1,5	7,8	2,3	8,4	5,6	3,1
Afrikka	–	–	0,0	–	0,2	–	–	–	0,2
Muut ja yhteistuotanto	0,5	0,3	0,0	–	5,7	–	–	–	–
Yhteensä	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tuntia	1 093	423	1 635	518	2 362	514	2 443	557	1 140
Ulkomaisen ohjelmiston osuus, %	33	55	42	50	40	56	40	63	47

Lähde: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston ohjelmarakennetutkimukset.

2.15 Yleisradion ohjelmamyynti ulkomaille, 1980/81 ja 1985/86 – 1991/92

	1980/81	1985/86	1986/87	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92
	%							
Pohjoismaat	14	14	12	16	10	3	14	20
Muu Eurooppa	46	67	72	57	72	89	73	70
Pohjois-Amerikka	0	6	2	9	6	1	1	2
Muut maat	40	13	14	17	11	7	11	8
	100	100	100	100	100	100	99	100
Yhteensä tuntia	77	74	78	88	83	94	82	77

Lähde: Oy MTV, FinnImage

2.16 Mainostelevisiion ohjelmamyynti ulkomaille 1985 – 1992

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	%							
Pohjoismaat	23	41	16	10	6	5	5	11
Muu Eurooppa	63	36	61	70	74	68	73	65
Pohjois-Amerikka	1	4	3	1	2	1	1	0
Muut maat	13	19	21	19	18	26	21	24
	100	100	100	100	100	100	100	100
Yhteensä tuntia	63	57	80	142	149	157	118	68

Lähde: Oy MTV, FinnImage

2.17 MTV:n ohjelmamyynti ulkomaille ohjelmatyypeittäin 1985 – 1992

Ohjelmatyyppi	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	%							
Luonto-ohjelmat	71	56	54	67	76	62	65	64
Dokumentit	7	14	11	9	5	6	10	13
Viihde	6	10	20	22	12	29	22	1
Draama	3	20	16	2	8	3	3	–
Elokuvat	11	–	–	–	–	–	–	15
Lasten ohjelmat	–	–	–	–	–	–	–	7
	100	100	100	100	100	100	100	100
Yhteensä tuntia	65	57	80	135	148	156	118	79

Ohjelmatyyppittaiset tuntimäärät poikkeavat hieman taulukon 2.16 tuntimääristä.

Lähde: Oy MTV, FinnImage.

2.18 Televisiolähetysten tavoitavuus keskimääräisenä päivänä vuosina 1987/88 – 1991/92 sekä keväällä 1992 ja 1993

	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92	Kevät/92*	Kevät/93*
	%						
TV1	53	52	51	53	53	57	54
TV2	41	38	38	41	41	44	48
YLE yhteensä	62	60	59	60	61	64	64
MTV1 & MTV2	52	50	48	49	49	52	–
Kolmostelevisio/MTV3	7	15	19	26	34	42	62
TV4			1	2	2	..	2
Sveriges TV			2	3	3	..	3
Satelliittilähetykset	} 9	} 3	6	8	8	9	10
Kaapellilähetykset			2	3	4	4	5

* Tammi-Toukokuu 1992 ja 1993
 Vuonna 1987 käyttöön otettu nk. mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 475 taloutta eli noin 1 200 henkilöä.

Lähteet: Finnpanel Oy; Oy Yleisradio Ab. Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvedot.

2.19 Televisio-ohjelmien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä eri väestöryhmissä keväällä 1993

Väestöryhmä	Tammi–Toukokuu 1993							
	TV1	TV2	TV1+TV2 Yhteensä	MTV3	TV4	SVE	SAT	KAAPELI
	%							
Kaikki	54	48	64	62	2	3	10	5
Sukupuoli								
Naiset	55	48	65	63	2	3	8	5
Miehet	54	47	63	61	3	3	13	6
Ikä								
3 – 9-vuotta*	39	35	52	47	0	3	6	2
10 – 14-vuotta	40	37	52	57	1	1	8	2
15 – 24-vuotta	34	31	43	46	2	2	11	5
25 – 34-vuotta	47	42	57	56	2	3	11	8
35 – 44-vuotta	57	49	67	65	3	3	12	6
45 – 64-vuotta	63	53	71	66	2	3	10	5
65 – vuotta	72	66	81	77	3	5	9	4
Ammatti								
Maanvilj.	61	55	71	70	1	2	1	0
Työväestö	61	56	72	69	3	2	7	5
Al.toimih.	61	53	70	66	2	3	12	7
Yl.toimih.	57	48	67	60	5	6	18	6
Koul./Opisk.	35	31	44	48	1	2	10	4
Videon omistus								
On video	52	46	61	61	2	3	11	5
Kaapelitv-mahdollisuus								
Kaapelitv on	54	47	63	61	3	6	29	16

* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 9 -vuotiaiden katselu.

Lähteet: Finnpanel Oy; Oy Yleisradio Ab. Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvetot.

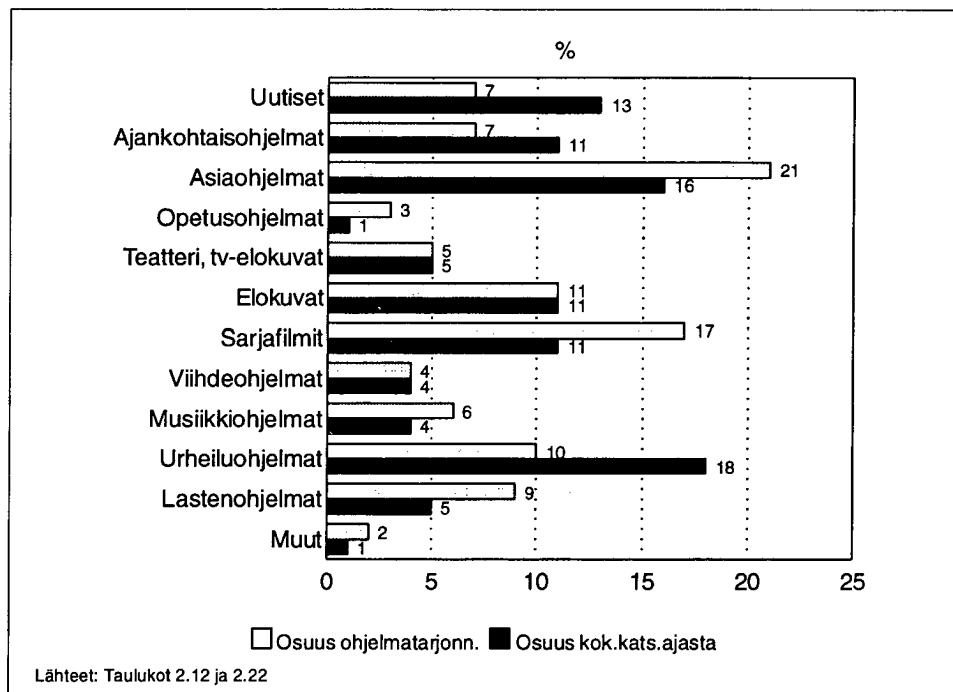
2.20 Television katseluun keskimäärin käytetty aika vuosina 1987/88 – 1991/92 sekä keväällä 1992 ja 1993

	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92	Kevät/92*	Kevät/93*
Minuuttia/päivä							
TV1	35	35	32	36	36	41	31
TV2	23	20	20	21	22	24	28
YLE yhteensä	62	58	56	61	61	68	62
MTV1 & MTV2	29	27	26	27	24	26	–
Kolmostelevisio/MTV3	4	8	11	16	22	29	67
TV4			0	0	0	0	0
Sveriges TV			1	1	2		1
Satelliittilähetykset	} 6	} 5	2	3	3	} 7	5
Kaapelilähetykset			0	0	1		1
Kaikki kanavat yhteensä	101	98	96	108	113	130	136

* Tammi–Toukokuu 1992 ja 1993
 Vuonna 1987 käyttöön otettu nk. mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 475 taloutta eli noin 1 200 henkilöä.

Lähteet: Finnpanel Oy; Oy Yleisradio Ab. Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvedot.

Kuvio 2.7
 Yleisradion ja MTV:n ohjelmatarjonta ja katselu 1991/92



2.21 Televisiolähetysten katseluun käytetty aika eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä keväällä 1993

Väestöryhmä	Tammi–Toukokuu 1993							Yhteensä minuuttia
	TV1	TV2	MTV3	TV4	SVE	SAT	KAAPELI	
	Minuuttia/päivä							
Kaikki	31	28	67	0	1	5	1	136
Sukupuoli								
Naiset	32	28	72	0	1	2	1	141
Miehet	31	28	62	0	1	7	2	135
Ikä								
3 – 9-vuotta	14	13	33	0	1	2	0	68
10 – 14-vuotta	16	15	54	0	0	5	0	94
15 – 24-vuotta	12	14	46	0	0	5	1	82
25 – 34-vuotta	21	21	56	0	1	4	2	110
35 – 44-vuotta	31	26	65	0	1	6	2	136
45 – 64-vuotta	39	34	70	0	1	4	1	155
65 –vuotta	58	49	107	0	3	5	1	229
Ammatti								
Maanviljelijät		33	34	87	0	2	0	0
Työväestö		36	37	82	0	1	2	1
Alemmat toimihenkilöt	38	31	70	0	1	5	2	152
Ylemmät toimihenkilöt	37	27	55	0	3	11	3	140
Koululaiset/opiskelijat	13	14	47	0	0	5	1	83
Videon omistus								
On video	27	25	64	0	1	5	2	128
Kaapelitv-mahdollisuus								
Kaapelitv on	30	26	63	0	2	14	4	144

* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 9 -vuotiaiden katselu.

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

2.22 Eri ohjelmatyyppien katselun osuus television (Yleisradio ja MTV) katseluun käytetystä kokonaisajasta keskimääräisenä päivänä* vuosina 1980 –1991/92

	Syksy		Koko toimintavuosi						
	1980	1982	1984	1985	1986	1987/88	1988/89	1989/90	1991/92
	%								
Uutiset	11	15	17	17	15	13	15	14	13
Ajankohtaisohjelmat	9	6	9	7	7	8	8	9	11
Asiaohjelmat	12	8	9	10	9	12	11	14	16
Opetusohjelmat (iitalähetykset)	1	1	1	1	1	1	–	1	1
Teatteri ja tv-elokuvat	6	5	3	4	7	4	4	5	5
Pitkät elokuvat	21	17	11	8	13	12	10	10	11
Sarjafilmit	14	19	17	25	20	20	21	21	11
Viihdeohjelmat	10	15	19	15	16	13	11	11	4
Musiikki	5	1	2	3	1	1	1	2	4
Urheilu	4	5	4	6	6	11	13	8	18
Lastenohjelmat	5	7	7	3	4	4	3	4	5
Muut	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Yhteensä %	100	100	100	100	100	100	100	100	100

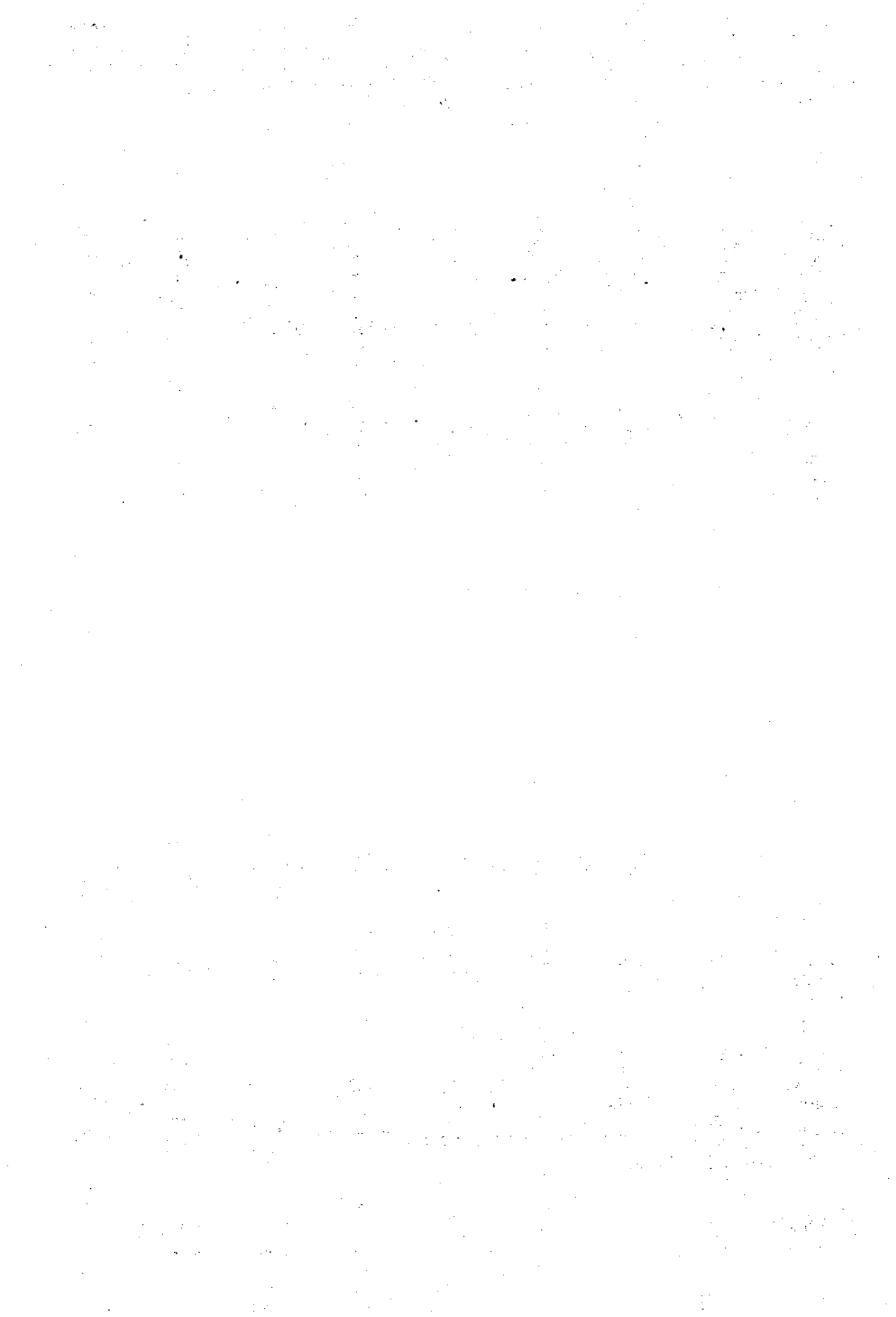
* Aineistoon ei sisälly päiväsaikaan lähetettyjen koulu-tv- yms. ohjelmien seuraaminen.

Lähteet: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston katsojatutkimusraportit ja mittaritutkimusyhteenvedot.

2.23 Teksti tv:n suosituimpien sivujen katselu 1993

Suosikkisivut	%
Kotimaan uutiset	52
Urheilutulokset	49
Säätiiedot	47
Tv-ohjelmatiedot	44
Veikkaus-/lottotulokset	38
Ulkomaan uutiset	32
Ruokaohjeet	24
MTV3 liittyvät sivut	21
Hakemistot	21
Etusivu	20
Lentoaikataulut	17
Työpaikat/koulutus	13
MTV3 mainossivut	12
Ylen ohjelmistotiedot	11
Valuutta, pörssi, korot	10
Lasten ja nuorten sivut	9
Ravi-/veikkausvihjeet	9
Laskettelurinnatiedot	8

Lähteet: Taloustutkimus Oy; Oy Yleisradio Ab.



3 Radio

Maamme radiojärjestelmä on television tapaan viime vuosien aikana perusteellisesti uudistunut. Ensimmäiset yksityiset paikallisradioasemat aloittivat lähetyksensä vuonna 1985. Syntyneessä kilpailutilanteessa Yleisradio kasvatti lähetyksaikojaan ja profiloit uudelleen radiokanavansa. Yleisradio muun muassa toteutti kolmannen lähetysverkkonsa laajentamisen valtakunnalliseksi. Samalla alueohjelmien volyyymi kasvoi huikeasti. (Taulukko 3.1.)

Yksityiset paikallisradioasemat lisääntyivät alun kokeiluvaiheen jälkeen nopeasti. Paikallisradioiden kattavuudeksi, joka tarkoittaa mahdollisuutta kuunnella jotain yksityistä paikallisradioasemaa, arvioitiin noin 4 miljoonaa suomalaista vuonna 1990.

Paikallisradioasemien yhteismäärä on 90-luvun alkuvuosina kääntynyt laskuun. Huippuvuonna 1990 toimivia paikallisradioasemia oli kaikkiaan 66. Vuoden 1992 lopussa toiminnassa oli kymmenisen vähemmän eli 57 paikallisradioasemaa, joista kaupallisia 50 asemaa ja ei-kaupallisia 7 asemaa.

Asemat ovat lopettaneet lähinnä taloudellisten vaikeuksien takia. Paikallisradiotoiminnan alusta asti laskien yhteensä 17 paikallisradiota oli vuoden 1992 loppuun mennessä lopettanut toimintansa. Enemmistö lopettamisista on tapahtunut 90-luvulla. Lopettaneiden luku sisältää myös johonkin toiseen paikallisradioasemaan fuusioituneet asemat. (Taulukko 3.4.) Vuonna 1993 toimintansa taloudellisten vaikeuksien vuoksi keskeyttämään joutuneiden asemien määrä lisääntyi edelleen.

Paikallisradiotoiminnan alkuvuosina toimintansa lopettaneet asemat olivat tyypillisesti pienten paikkakuntien osittain harrastuspohjaisia asemia. Viime vuosina kato on korjannut niin pienten paikkakuntien asemia kuin suurten kaupunkien kahden tai useamman paikallisradion kilpailutilanteessa toimineita asemiakin.

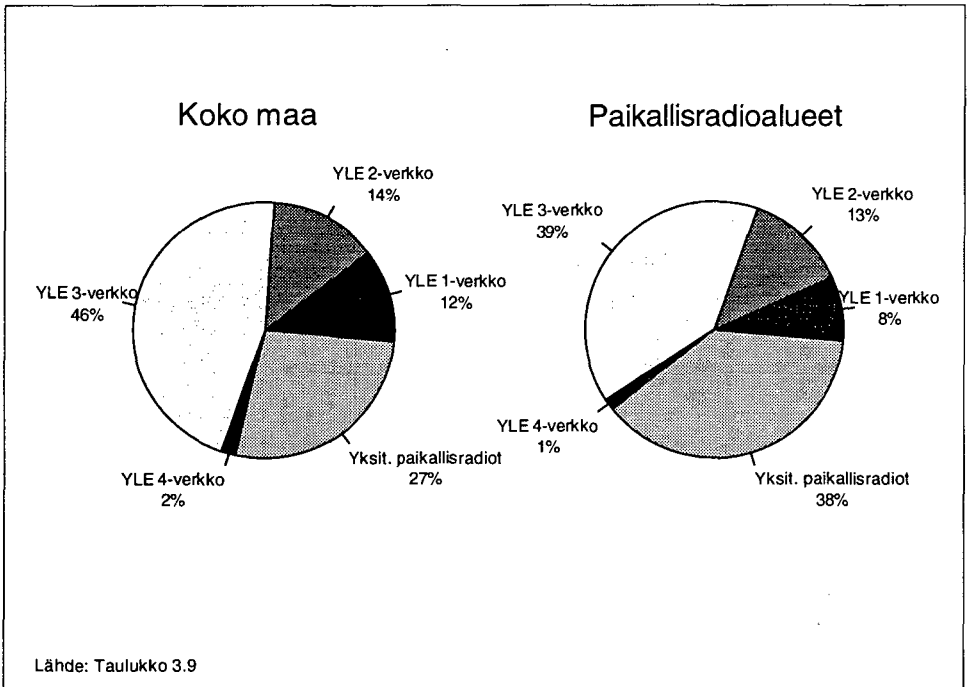
Yksityisen paikallisradiotoiminnan tuottamassa uudessa kilpailutilanteessa Yleisradio on profiloitunut tarjontansa kahteen otteeseen.

Jälkimmäisessä, kesällä 1990 toteutetussa 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). Neljäs verkko jatkaa ruotsinkielisenä täyden palvelun kanavana (Riksradiön).

Ylen radiolähetystoiminnan volyymi on mittava. Vuonna 1992 Yleisradio lähetti neljällä valtakunnallisella kanavallaan ohjelmaa yhteensä 567 tuntia viikossa. Eniten ovat kasvaneet kuitenkin alueellisten lähetysten tuntimäärät. Ne kasvoivat neljä ja puolikertaisiksi 1980-luvun puolivälin alle 200 viikkotunnista (toimintavuonna 1985/86) yli 850 viikkotuntiin vuonna 1992. Yksityiset paikallisradioasemat puolestaan lähettivät keskimäärin 108 viikkotuntia ohjelmaa vuonna 1992. (Taulukot 3.1 & 3.2)

Nimenomaan paikallisradiot toivat Suomeenkin nk. ohjelmavirtamallin, jota myös Yleisradio ryhtyi kanavaudistuksensa 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 jatku-mo, joka kokonaisuutena muodostaa yhden ainoan "ohjelman". Ohjelmiston sävy muokataan tavoiteltavan yleisryhmän oletettujen mieltymysten mukaiseksi ennen kaikkea musiikin avulla. – Musiikista onkin muodostunut lukuisilla radioasemilla keskeinen elementti ohjelmiston profiiliin ja tyyliin luojana.

Kuvio 3.1
Radion kuuntelu-aika kanavittain 1992. Koko maa ja paikallisradioalueet



Kanavaudistuksen jälkeen ohjelmatarjonnan rakennetta ei ole entiseen tapaan mitattu, ja kanavaprofiloinnin vuoksi perinteiset ohjelmistoluokitukset ovatkin ainakin osaksi menettäneet merkityksensä myös Ylen kanavilla.

Radion kokonaistavoittavuus (= ainakin jotain radioasemaa keskimääräisenä päivänä seuranneiden osuus väestöstä) laski selvästi 80-luvun alkupuolella mutta alkoi nousta paikallisradioiden leviämisen myötä. Erityisen selvästi kokonaistavoittavuus on noussut vuoden 1990 radiouudistuksen jälkeen. 90-luvun alkuvuosina radio on tavoittanut päivittäin yli 80 prosenttia väestöstä. (Taulukko 3.7.)

Paikallisradiotoiminnan aloittaminen lisäsi selvästi myös keskimääräisiä kuunteluajoja. 80-luvun lopulla radion keskimääräinen päivittäinen kuuntelu-aika kasvoi runsaasta kahdesta tunnista noin kolmeen tuntiin. Ylen radiouudistus näyttää kasvattaneen kuunteluajoja lisää. Keskimääräinen radion kuuntelu-aika oli 1992 syksyllä jo lähes neljä tuntia päivässä. (Taulukko 3.9.)

Vuoden 1992 syksyllä radion keskimääräisestä päivittäisestä kuunteluajasta kului Ylen taajuksilla noin 2 tuntia 45 minuuttia ja paikallisradiokanavilla noin tunti. Paikallisradioiden kuuluvuusalueilla Ylen kanavia kuunneltiin keskimäärin hieman yli kaksi tuntia ja paikallisradioita noin 1 tunti 20 minuuttia talvella 1992/93. (Taulukko 3.9.)

Radion kuuntelua parhaiten selittävä muuttuja on ikä. Vanhemmat ikäryhmät kuuntelevat radiota nuorempia enemmän. (Taulukko 3.10.)

Muiden alojen tapaan kaupalliset paikallisradiot ovat kärsineet mainostulojen supistumisesta. Liikevaihto aleni selvästi vuonna 1991 mutta pysyi vuonna 1992 suunnilleen edellisen vuoden tasolla. Toisaalta asemien määrän lasku on vähentänyt supistuneen liikevaihdon jakajien joukkoa.

Yksityisten paikallisradioiden tuotot olivat yhteensä 175 mmk vuonna 1992. Tuotoista noin 90 prosenttia tulee mainonnasta. (Kuviot 3.4 & 3.5.)

1990-luvun alussa paikallisradioiden henkilöstö alkoi supistua. Vuonna 1991 vakinaisen henkilöstön yhteismäärä oli 520 (edellisenä vuonna 630) ja free lance henkilöstön määrä 550 (edellisenä vuonna 800). Asemien vakinaisesta henkilöstöstä toimituksellisen henkilöstön osuus on ollut hieman alle puolet. (Taulukko 3.5.) – Ylen radiotoiminnan taloudesta ja radion henkilöstöstä ks. luvun 2 taulukot 2.1 ja 2.5.

Tilastointi

Valtakunnallisen radiotoiminnan volyymia kuvaavat tiedot ovat Yleisradion vuosikertomuksista ja vuosikirjoista.

Yksityisen paikallisradiotoiminnan volyymia, taloutta ja henkilöstöä koskevat tiedot on saatu osittain liikenneministeriöltä, jolle yksityiset paikallisradiot ovat velvollisia raportoimaan toiminnastaan ja osittain Paikallisradioliitolta.

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

Yleisradio selvittää muutaman kerran vuodessa radion kuuntelua päiväkirja-tutkimuksilla, joiden otos 9 vuotta täyttäneestä väestöstä on viime vuosina ollut runsas tuhat henkeä (ks. esim. Sarkkinen 1992). Lisäksi vuodesta 1991 lähtien tehdään Yleisradion, Suomen Paikallisradioliiton ja Radiobooking Oy:n toimeksiannosta nk. Kansallista radiotutkimusta kilpailualueilla eli paikallisradioiden kuuluvuusalueilla. Tutkimuskaudella 1992/93 tämän päiväkirjatutkimuksen otos oli noin 12 000 henkeä. Radion kuuntelututkimuksen otoksesta ja menetelmistä ks. tarkemmin Ruohomaa (1993).

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.

Km 1991: 24. Viestintäkulttuuritoimikunnan VI mietintö: Radio ja äänitteet. Helsinki 1991.

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.

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).
- Radion 1990-luku. Liikenneministeriön julkaisu 15/93. Helsinki 1993.
(= Radiotyöryhmän mietintö)
- 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.
- Sarkkinen, Raija: Valtakunnallinen radionkuuntelu marraskuussa 1992. Yleisradio, tutkimus- ja kehitysosasto, Tilastaselvitys 36/1992.
- Vapaa-aika numeroina 3: televisio, video, tietokoneet, radio, musiikki. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 5. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

3.1 Yleisradion radiolähetysten viikkotuntimäärät vuosina 1980/81 – 1991/92

Vuosi	Valtakunnalliset verkot				Ulko- maan lähe- tykset	Aluelähettykset			
	1-verkko	2-verkko	3-verkko	4-verkko		Suomen- kieliset ohjelmat	Ruotsin- kieliset ohjelmat	Saamen- kieliset ohjelmat	Capital FM Helsinki*
Tuntia/viikko									
1980/81	121	109	–	99	40	52	17	2	
1981/82	135	130	–	131	163	56	18	2	
1982/83	135	130	–	130	179	75	19	2	
1983/84	135	130	–	130	168	84	24	2	
1984/85	133	137	–	131	187	109	26	3	
1985/86	130	136	–	130	187	142	42	3	
1986/87	129	135	–	129	187	176	50	4	
1987/88	130	165	–	124	222	210	58	6	
1988/89	124	151	–	121	235	354	57	10	
1989/90	133	168	–	127	232	547	58	10	
1990/91	132	168	130	128	229	549	76	11	
1991/92	134	168	137	131	219	650	137	16	155
1992 (7 kk)	133	168	136	130	..	683	148	26	168

* Välttää Voice of American, National Public Radion, Detsche Wellen, Radio France Internationalen, CSbandin, BBC World Servicen ja Ylen ulkomaanlähetysten ohjelmaa Helsingin alueella 24 tuntia vuorokaudessa. Toiminta alkoi marraskuussa 1991.

Lähde: Yleisradion vuosikirjat ja toimintakertomukset.

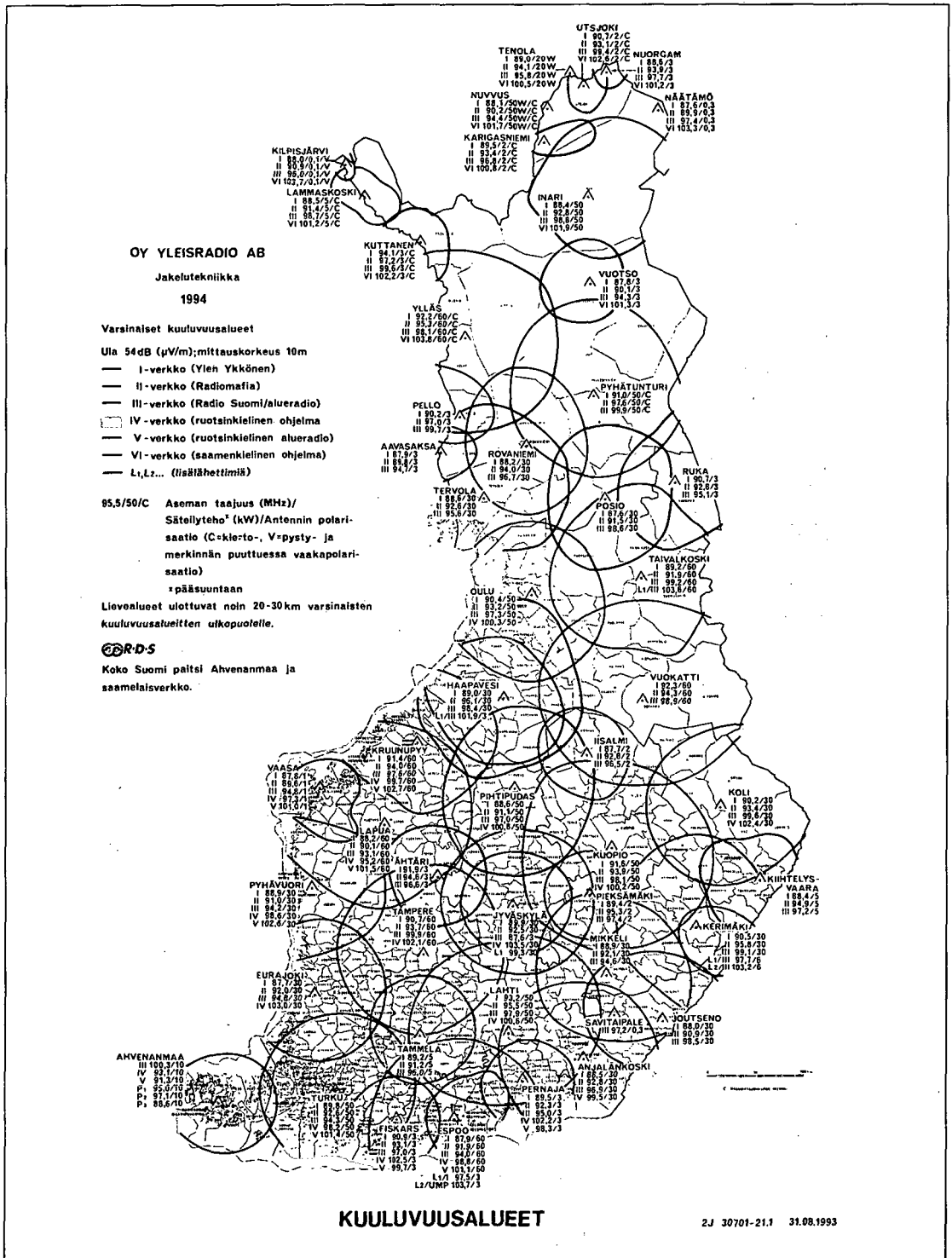
3.2 Yksityisten paikallisradioasemien keskimääräiset viikkotuntimäärät 1985 – 1992*

	Lähetystunteja/vko
1985	30
1986	39
1987	62
1988	70
1989	94
1990	98
1991	107
1992	108

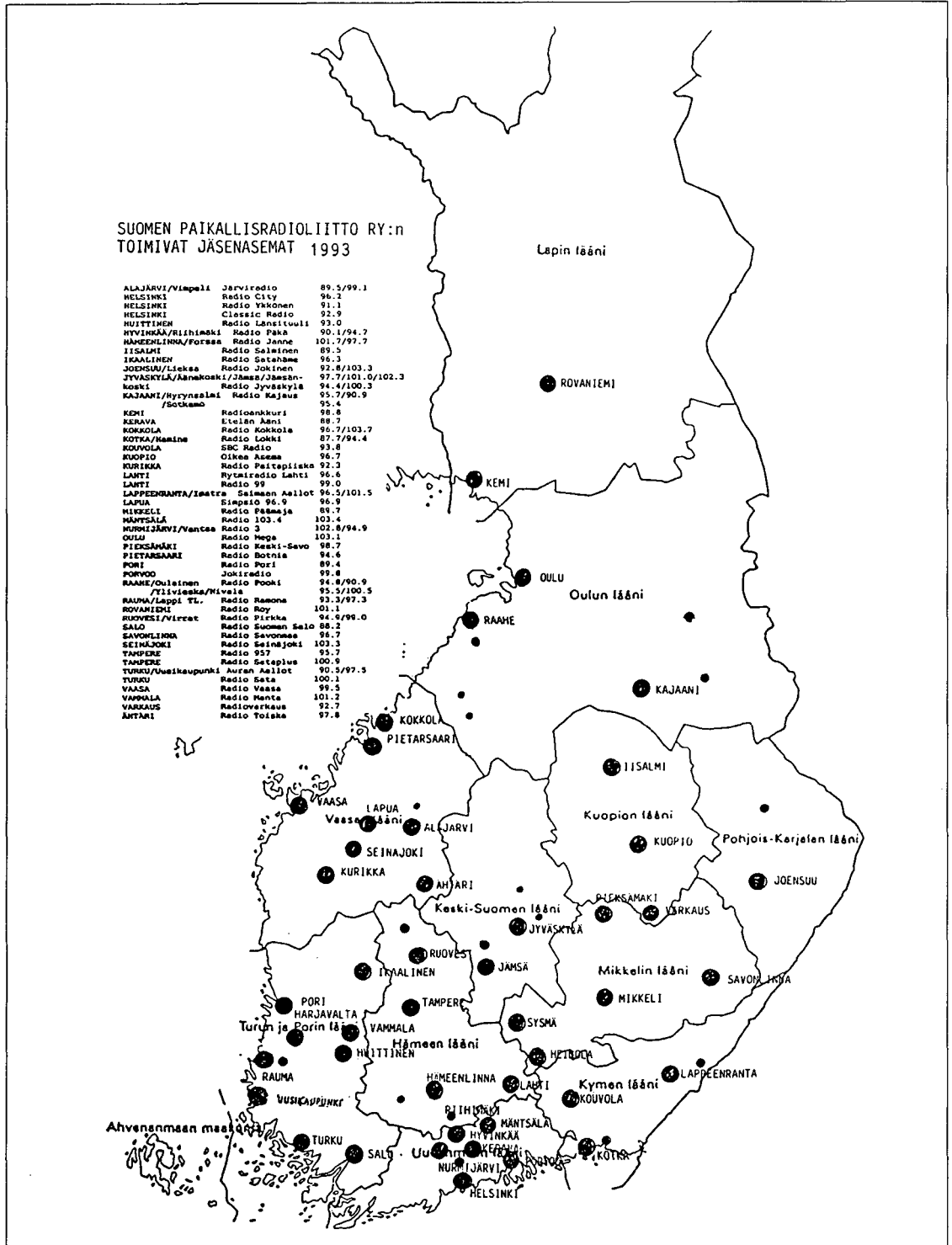
* Kesken vuotta toimintansa aloittaneet asemat eivät ole mukana aloitusvuoden luvuissa vuosina 1986 – 89.

Lähde: Liikenneministeriö, Paikallisradiokatsaukset, eri vuosilta.

Kuvio 3.2
Yleisradion radiokanavien kuuluvuusalueet



Kuvio 3.3
Suomen Paikallisradioliiton jäsenasemat vuoden 1993 alussa



3.3 Toiminnassa olleet paikallisradioasemat marraskuussa 1993

Radioasema	Aloitus- vuosi	Toimiluvan haltija	Paikkakunta
Järviradio	1987	Järvisuudun paikallisradio Oy	Alajärvi
Turwetuutti	1989	Haapaveden Opiston Kannatusyhdist	Haapavesi
Radio Satakieli	1989	Teljän paikallisradio Oy	Harjavalta
Radio City	1985	Helsingin Paikallinen Radio Oy	Helsinki
Radio Ykkönen	1985	US-Mediat Oy, Sanoma Oy, Hufvudstadsbladet Oy ym.	Helsinki
Lähiradio	1988	KSL ry, Kansan Radioliitto ry.	Helsinki
Radio Pasilan Asema	1990	Osuuskunta Suomen Messut	Helsinki
Classic Radio-Klassinen asema	1992	Classic Radio Oy	Helsinki
Radio Länsituuli	1987	Satakunnan Kirjateollisuus Oy	Huitinen
Radio Päkä	1988	Hyvinkään-Riihimäen Paikallisradiot Oy	Hyvinkää, Riihimäki
Radio Janne	1989	Hämeenlinnan Paikallisradio Oy	Hämeenlinna
Radio Salminen	1988	Ylä-Savon Radio Oy	Iisalmi
Radio Satahäme	1985	Pohjois-Satakunnan Viestintä Oy	Ikaalinen
Radio Inari	1988	Inarin Paikallisradioyhdistys ry	Inari
Radio Inö	1986	Inön Kunta	Inö
Radio Jokinen	1988	Radio Jokinen Oy	Joensuu
Radio Jyväskylä	1985	Jyväskylän Seudun Paikallisradio	Jyväskylä
Radio Kaja	1989	Kainuun Paikallisradio Oy	Kajaani
Radioankkuri	1990	Radio Meri-Lappi Oy	Kemi
Etelän Ääni	1988	Keskisen Uudenmaan Ääniradio Oy	Kerava
Radio Kokkola	1988	Kokkolan Paikallisradio Oy	Kokkola, Kausti
Radio Albatrossi	1993	Kymenlaakson Sähköinen Viestintä	Kotka
SBC-Radio	1988	SBC-Radio Oy	Kouvola
Oikea Asema	1985	Kuopion Seudun Paikallisradio Oy	Kuopio
Radio Paitapiiska	1985	Kurikka-Lehti Oy	Kurikka
Rytmiradio	1987	Radioaktiivit Oy	Lahti
Radio99	1993	Radio Monday's Special Oy	Lahti
Saimaan Aallot	1985	Saimaan Aallot Oy	Lappeenranta
Simpsio	1985	Lapuan Paikallisradio Oy	Lapua
Radio Lännentie	1993	Turun Ensitorppa Oy	Lohja
Radio Päämaja	1987	Mikkelin Seudun Paikallisradio Oy	Mikkeli
Radio 103,4	1990	Timo T.A. Mikkonen Today Oy	Mäntsälä
Meriradio	1988	Navi Media Oy	Naantali
Radio 3	1987	Radio Kolme Oy	Vantaa, Nurmijärvi
Radio Mega	1988	Oulun Horisontti Oy	Oulu
Radio Keski-Savo	1985	Lehtisepät Oy	Pieksämäki
Radio Botnia	1991	Oy Ostrobothnia Mediaproduct Ab	Pietarsaari
Radio Pori	1985	Porin Paikallisradio Oy	Pori
Radio Pooki	1989	Radio Pooki Oy	Raase
Radio Ramona	1988	Paikallisradio Ramona Oy	Rauma
Radio Roy	1989	Rovaniemen Paikallisradio Oy	Rovaniemi
Radio Pirkka	1989	KTH Know How OY	Ruovesi
Radio Suomen Salo	1989	Salon Alueradio Oy	Salo
Radio Savonmaa	1987	Savon Mediat Oy	Savonlinna
Radio Seinäjoki	1990	Etelä-Pohjanmaan Viestintä Oy	Seinäjoki
Radio 957	1985	Tampereen Ääni Oy	Tampere
Radio Sataplius	1989	Tampereen Seudun Paikallisradio Oy	Tampere
Radio Moreeni	1989	Tampereen Yliopisto	Tampere
Radio Provinssi	1989	Tornion paikallisradioyhdistys ry	Tornio
Radio Auran Aallot	1985	Turun Paikallisradio Oy	Turku
Radio Sata	1989	Pro Radio Oy	Turku
Radio Robin Hood	1990	Työväen Sivistysliiton Turun Opintojärjestö Oy	Turku
Radio Vaasa	1985	Vaasan Seudun Paikallisradio Oy	Vaasa
Radio Manta	1989	Kustannusliike Aluelehdet Oy	Vammala
Radiovarkaus	1990	Varkauden Paikallisradio Oy	Varkaus
Radio Polaris	1987	Viitasaaren Paikallisradioyhdistys	Viitasaari
Radio Toiska	1990	Radio Ostola Oy	Ähtäri

Lähteet: Suomen Paikallisradioliitto ry; Liikenneministeriö.

3.4 Paikallisradioasemien määrän kehitys vuosina 1985 – 1992*

	Kaupalliset asemat	Ei kaupalliset asemat	Asemat yhteensä	Toiminnan lopettaneet asemat**
1985	18	–	18	0
1986	18	–	18	3
1987	26	2	28	0
1988	37	3	40	1
1989	50	5	55	2
1990	59	7	66	1
1991	53	7	60	6
1992	50	7	57	4

* Asemien määrät kunkin vuoden lopussa.

** Sisältää vapaaehtoiset lopettamiset, fuusiot ja konkurssit, joiden johdosta toiminta on keskeytynyt

Lähteet: Liikennemisteriö; Suomen Paikallisradioliitto

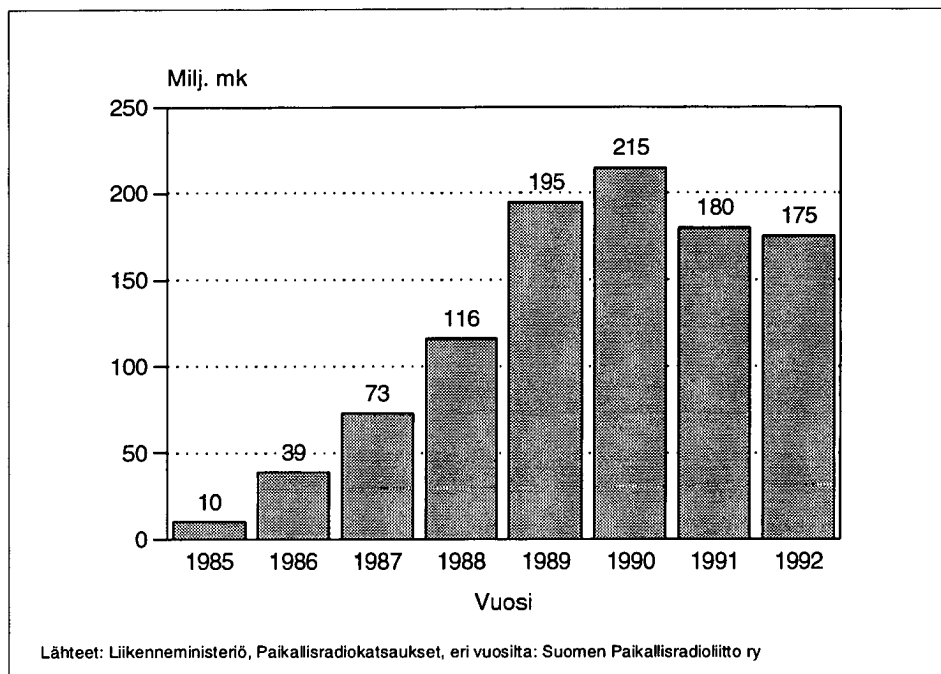
3.5 Paikallisradioasemien henkilöstö vuosina 1985 – 1991*

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
	Henk.						
Toimittajat	50 %	46 %	..	42 %	46 %	46 %	..
Talous ja hallinto	15 %	15 %	..	22 %	21 %	25 %	..
Markkinointi	24 %	28 %	..	28 %	25 %	21 %	..
Tekniikka	11 %	11 %	..	8 %	8 %	8 %	..
	100 %	100 %	..	100 %	100 %	100 %	..
Vakinainen henkilöstö yht.	155	167,5	..	399,5	583	630	521
Free lance henkilöstö	..	190	..	418	722	800	550
Vakinaisia keskim/asema	9	10	..	10	12	11	10

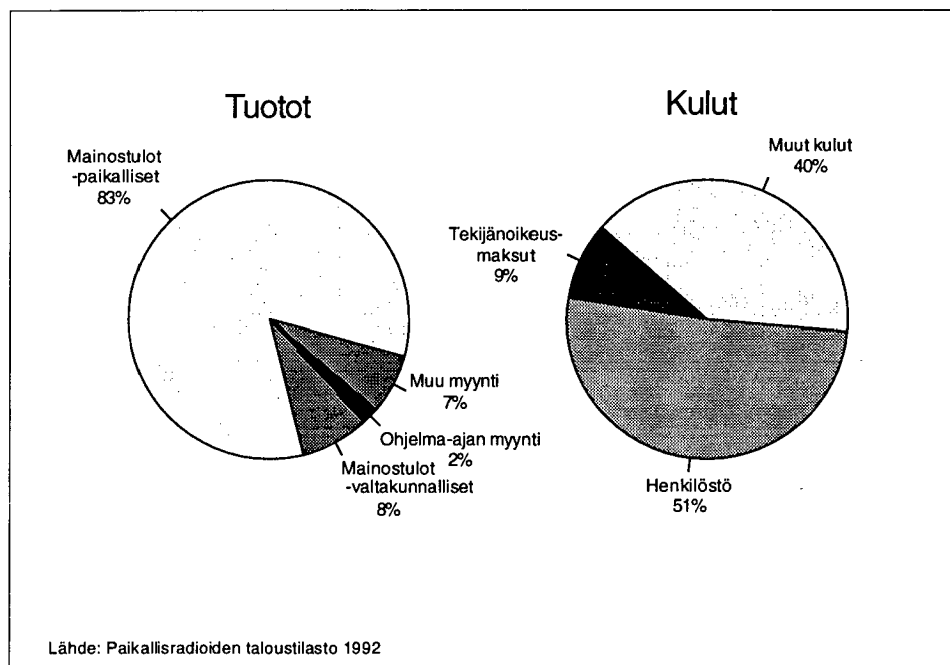
* Vuosina 1985–1988 kaikkien toiminnassa olleiden asemien henkilöstö. Vuodesta 1989 lähtien vain kaupallisten paikallisradioasemien henkilöstö.

Lähteet: Liikenneministeriö, Paikallisradiotutkimus I ja II, Julkaisuja 1/87 ja 15/89; Paikallisradioliitto ry.

Kuvio 3.4
Yksityisten paikallisradioiden liikevaihto 1985–1992



Kuvio 3.5
Paikallisradioiden tulot ja kulut lajeittain 1992



3.6 Yleisradion alueelliset ja maakunnalliset lähetykset 1991/1992

	Suomenkieliset Tuntia/viikko	Ruotsinkieliset	Saamenkieliset
Uusimaa	41	30	–
Länsi-Suomi	68	55	–
Häme	102	–	–
Kaakkois-Suomi	68	–	–
Itä-Suomi	103	–	–
Keski-Suomi	92	–	–
Pohjanmaa	68	30	–
Oulun lääni	68	–	–
Lappi	41	–	–
Saamenkielinen ohjelma-alue	–	–	16
Ahvenanmaa		22	–
Yhteensä	651	137	16

Lähde: Oy Yleisradio Ab, Vuosikirja

Yleisradion aluetoimitukset

Toimituksen sijainti	Toimipisteen nimi	Toiminnan aloitusvuosi
Helsinki	Radio Mellanlyland	1976
Helsinki	Ylen Aikainen	1975
Hämeenlinna	Kanta-Hämeen Radio	1989
Inari	Sa' mi Radio	1987
Joensuu	Pohjois-Karjalan Radio	1988
Jyväskylä	Radio Keski-Suomi	1986
Kajaani	Kainuun Radio	1988
Kemi	Radio Perämeri	1991
Kokkola	Radio Keski-Pohjanmaa	1991
Kouvola	Kymenlaakson Radio	1989
Kuopio	Pohjois-Savon Radio	1984
Lahti	Lahden Radio	1984
Lappeenranta	Etelä-Karjalan Radio	1989
Mikkeli	Etelä-Savon Radio	1985
Oulu	Oulu Radio	1983
Pori	Satakunnan Radio	1988
Porvoo	Radio Östnyland	1973
Porvoo	Radio Itä-Uusimaa	1991
Rovaniemi	Lapin Radio	1988
Tammisaari	Radio Västnyland	1973
Tammisaari	Radio Länsi-Uusimaa	1991
Tampere	Tampereen Radio	1982
Turku	Radio Åboland	1973
Turku	Turun Radio	1982
Vaasa	Radio Österbotten	1973
Vaasa	Radio Etelä-Pohjanmaa	1988
Maarianhamina	Radio Åland	1973

Lähde: Oy Yleisradio Ab

3.7 Radion tavoitavuus keskimääräisenä päivänä vuosina 1980 – 1992*

	1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992		
									Koko maa	Paikallisradio-alueet	Koko maa
	Min./päivä										
YLE 1-verkko**	52	33	32	32	32	26	20	18	16	19	14
YLE 2-verkko***	55	52	53	54	51	42	20	23	21	22	21
YLE 3-verkko****	9	12	15	37	39	43	41	37
YLE 4-verkko*****	1	1	1	1	1	1	2	3	2	3	3
YLE yhteensä	76	68	66	66	65	58	63	68	65	68	..
Yksityiset paikallisradioasemat	–	..	6	11	16	24	41	35	45	33	44
Kaikki yhteensä	76	..	67	70	71	67	83	82	..	83	..

* Tiedot loppusyksyltä; vuoden 1986 tiedot maaliskuulta. Paikallisradioalueita koskevat kuuntelutiedot vuodenvaihteesta 1991/92 ja 1992/93.

** Kesäkuusta 1990 lähtien Ylen ykkönen

*** Kesäkuusta 1990 lähtien Radiomafia.

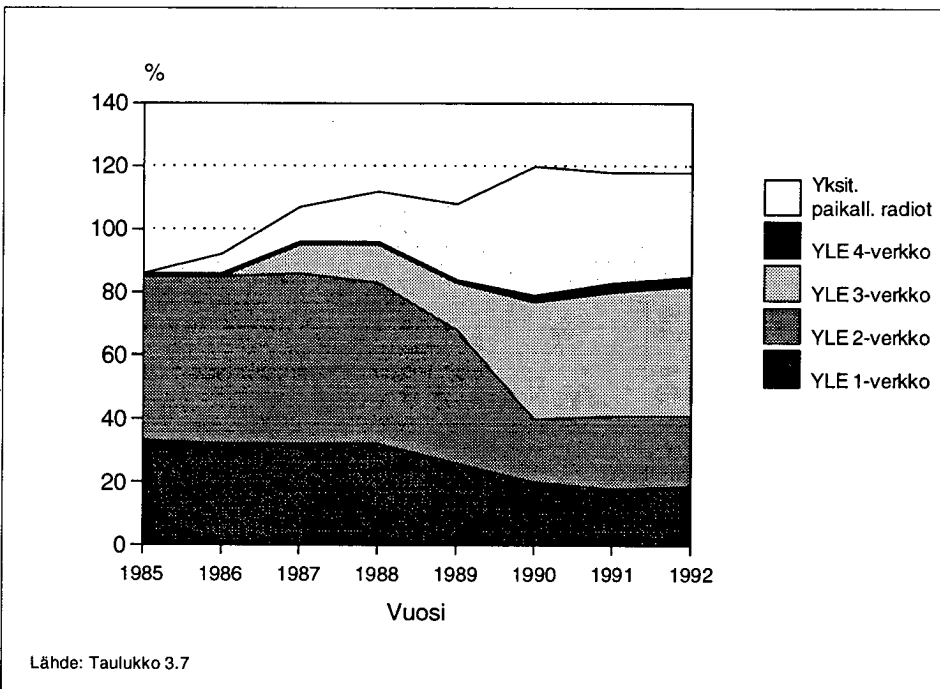
**** Kesäkuusta 1990 lähtien Radio Suomi.

***** Ruotsinkielinen täyden palvelun ohjelmakanava

Lähteet: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston valtakunnalliset radion kuuntelututkimukset
Oy Yleisradio Ab, Suomen Paikallisradioliitto ry. Kansalliset radiotutkimukset 1991–

Kuvio 3.6

Radiokanavien tavoitavuudet (% väestöstä) keskimääräisenä päivänä 1985–1992



3.8 Radion tavoitavuus väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä syksyllä 1992

	Ylen Ykkönen	Radio mafia	Radio Suomi	Yle ruots.	Yle yhteensä	Yksityiset paikallis- radiot	Kaikki yhteensä
	%						
Kaikki	19	22	41	3	68	33	83
Sukupuoli							
Nainen	22	17	40	3	68	30	82
Mies	16	26	43	3	69	37	83
Ikä							
9 – 14-vuotta	13	22	17	4	39	25	54
15 – 24-vuotta	4	43	12	1	53	37	74
25 – 34-vuotta	8	35	29	2	59	44	83
35 – 44-vuotta	16	20	41	2	67	42	84
45 – 54-vuotta	23	12	60	5	83	32	92
55 – 64-vuotta	29	5	62	4	81	30	89
65 – vuotta	41	9	64	4	90	17	94
Koulutus							
Kansakoulu/kansalaiskoulu	29	11	54	3	78	26	86
Peruskoulu/keskikoulu	14	27	36	3	63	36	81
Yo./opisto/korkeakoulu	17	25	35	5	65	37	82
Ammatti							
Työväestö	13	30	39	1	69	40	86
Toimihenkilö	16	22	39	5	66	40	84
Johtavassa asemassa oleva	32	21	36	10	70	30	80
Maatalous/muu yrittäjä	17	18	56	3	79	39	93
Kotirouva	18	16	41	2	65	37	84
Eläkeläinen	36	8	65	4	87	22	92
Koululainen	10	31	14	3	45	28	61
Opiskelija	6	31	11	1	44	40	70
Asuinkunta							
Pääkaupunkiseutu	20	19	35	6	63	33	79
Isot kaupungit	14	18	37	4	61	46	83
Muut kaupungit	18	21	41	2	67	31	81
Muut kunnat	21	24	45	3	73	31	85

Lähteet: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston tilastaselvitys 36/1992 valtakunnallisesta radion kuuntelusta marraskuussa 1992.

3.9 Radion kuunteluaika keskimääräisenä päivänä vuosina 1980 – 1992*

	1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992		
	Min./päivä								Koko maa	Paikallisradio-alueet	Koko maa
YLE 1-verkko**	64	29	35	34	34	29	23	23	19	27	17
YLE 2-verkko***	64	83	96	114	97	78	24	31	29	31	28
YLE 3-verkko****	..	6	6	9	13	23	80	87	96	105	84
YLE 4-verkko*****	1	1	1	1	1	1	2	3	2	4	3
YLE yhteensä	128	119	138	158	146	131	129	144	145	167	132
Yksityiset paikallisradioasemat	–	..	6	16	26	44	69	62	86	62	81
Kaikki yhteensä	128	..	145	174	172	175	199	206	232	230	214

* Tiedot loppusyksyltä; vuoden 1986 tiedot maaliskuulta. Paikallisradioalueita koskevat kuuntelutiedot vuodenvaihteesta 1991/92 ja 1992/93.

** Kesäkuusta 1990 lähtien Ylen ykkönen

*** Kesäkuusta 1990 lähtien Radiomafia.

**** Kesäkuusta 1990 lähtien Radio Suomi.

***** Ruotsinkielinen täyden palvelun ohjelmakanava

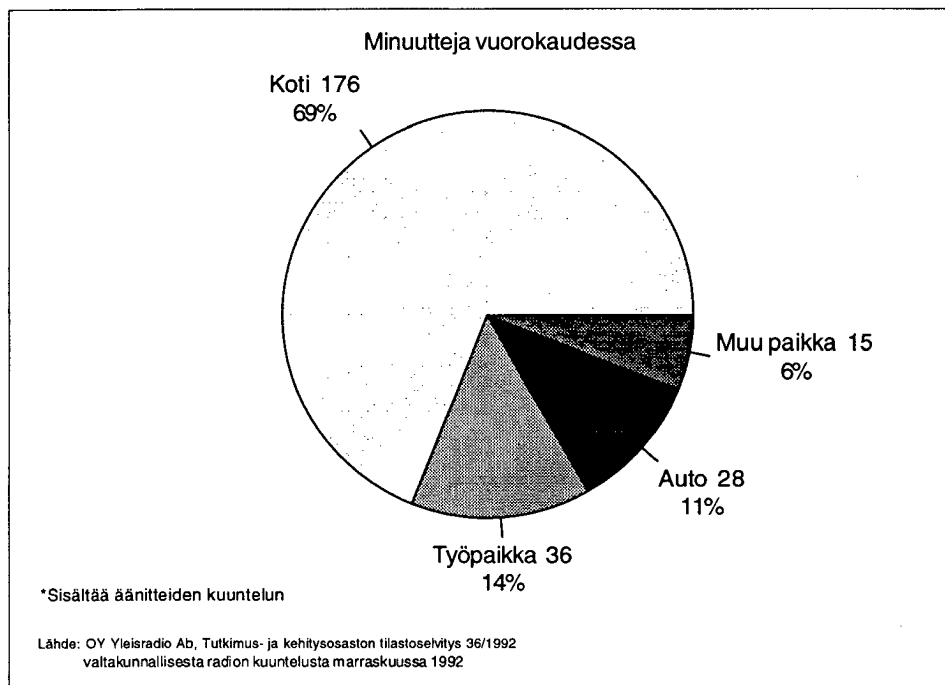
Lähteet: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston valtakunnalliset radion kuuntelututkimukset
Oy Yleisradio Ab, Suomen Paikallisradioliitto ry. Kansalliset radiotutkimukset 1991–

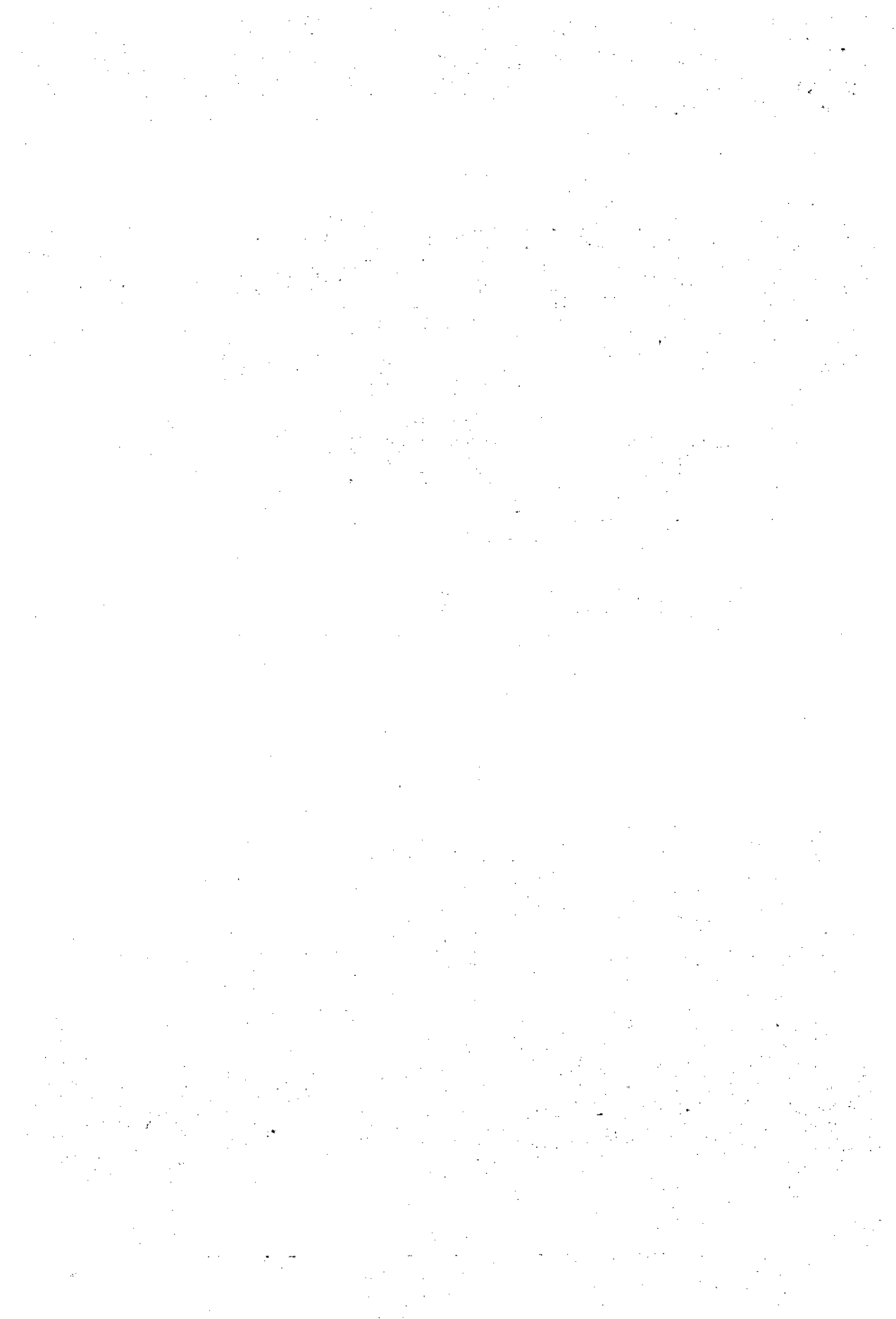
3.10 Radion kuuntelu-aika väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä syksyllä 1992

	Ylen Ykkönen	Radio mafia	Radio Suomi	Yle ruots.	Yle yhteensä	Yksityiset paikalliset radiot	Kaikki yhteensä
	%						
Kaikki	27	31	105	4	167	62	230
Sukupuoli							
Nainen	35	26	105	4	170	61	231
Mies	19	37	105	4	164	64	228
Ikä							
9 – 14-vuotta	9	16	16	2	44	21	65
15 – 24-vuotta	4	53	18	0	76	49	124
25 – 34-vuotta	7	60	50	2	120	88	208
35 – 44-vuotta	17	33	92	3	144	97	241
45 – 54-vuotta	37	23	174	7	241	54	295
55 – 64-vuotta	44	7	164	5	220	60	280
65 – vuotta	75	11	211	8	305	36	341
Asuinkunta							
Pääkaupunkiseutu	34	24	80	7	145	61	206
Isot kaupungit	21	31	83	4	140	83	222
Muut kaupungit	27	26	109	3	165	60	225
Muut kunnat	27	37	117	4	185	59	243
Ammatti							
Työväestö	17	61	92	3	173	84	256
Toimihenkilö	20	36	83	6	144	76	220
Johtavassa asemassa oleva	42	34	54	8	138	39	177
Maatalous/muu yrittäjä	26	23	154	5	208	84	292
Kotirouva	20	36	92	0	148	70	218
Eläkeläinen	61	10	200	6	276	49	325
Koululainen	7	28	14	2	50	28	79
Opiskelija	6	29	13	0	48	58	106
Koulutus							
Kansakoulu/kansalaiskoulu	47	16	161	5	227	51	278
Peruskoulu/keskikoulu	16	42	84	3	144	70	213
Yo./opisto/korkeakoulu	25	31	74	6	136	63	200

Lähde: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosaston tilastaselvitys 36/1992 valtakunnallisesta radion kuuntelusta marraskuussa 1992.

Kuvio 3.7
Radion kuuntelu paikan mukaan 1992





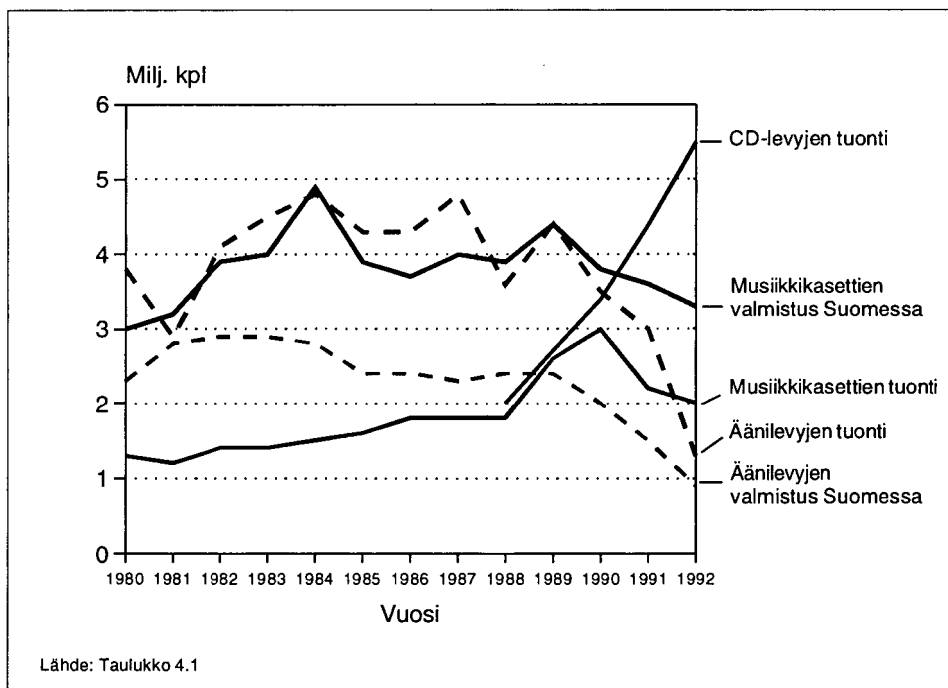
4 Äänitteet

1990-luvulle tultaessa Suomen äänitemarkkinoiden pitkään suhteellisen taiseisena jatkunut kasvukausi 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. Vuonna 1992 maahan tuotiin tai Suomessa valmistettiin yhteensä 13 miljoonaa äänitettä eli 3,5 miljoonaa vähemmän kuin huippuvuonna 1989. Myös äänittämättömien kasettien maahantuonti on viime vuosina ollut laskussa. (Kuvio 4.1.)

Äänitemyyntin kasvu rakentui 1980-luvun jälkipuolelta lähtien oleellisesti cd-levyjen markkinaosuuden kasvun varaan. Ensimmäiset cd-soittimet tulivat Suomen markkinoille vuonna 1983. Vuonna 1991 cd-soitin oli 23 prosentissa kotitalouksista. Markkamääräisessä myynnissä cd-levy on jo ylivoimainen markkinajohtaja ja kappalemääräisessä myynnissäkin se on sivuuttanut kasetin eli entisen markkinajohtajan. (Taulukot 4.5 & 4.6.)

Kuvio 4.1

Äänitteiden ja tallentamattomien äänikasettien valmistus ja tuonti 1980–1992



Suomen äänitemarkkinat ovat pitkään jakautuneet suhteellisen tasan kotimaisten ja ulkomaisten äänitteiden myynnin kesken, mikäli tarkastellaan kappalemääräistä myyntiä. Markoissa mitaten ulkomaisia äänitteitä on viime vuosina kuitenkin jatkuvasti myyty kotimaisia enemmän. Tämä johtuu muita äänitetyyppejä kalliimpien cd-levyjen menekistä nimenomaan ulkomaisten äänitteiden myynnissä. – Tässä esitetyt äänitetyyppikohtaiset myyntitiedot perustuvat Suomen ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry:n jäsenten myyntitilastoihin. (Taulukot 4.5 & 4.6.)

Vinyyli on jo katoamassa äänitemarkkinoilta ja c-kasetin 1960-luvun puolivälissä alkaneen pitkän ja menestyksekkään taipaleen pää alkaa häämöttää. Vuoden 1993 alussa tuli kaupalliseen levitykseen kaksi kilpailevaa c-kasetin korvaamiseksi suunniteltua järjestelmää. Toinen on Sonyn kehittämä toimintaperiaatteeltaan cd-levyn kaltainen minidisc ja toinen on Philipsin dcc-kasettisoitin, jonka etuna on mahdollisuus toistaa (mutta ei äänittää) myös c-kasetteja.

C-kasetti on kuitenkin edelleen tärkeä erityisesti kotimaisten äänitteiden myynnissä. Ulkomaisten artistien äänitteet sen sijaan ostetaan useimmin cd-levyinä. (Taulukko 4.5.)

Kotimaisten äänitteiden keskeistä asemaa äänitemarkkinoilla osoittaa sekin, että kaikkien aikojen myydyimpien pitkäsoittoäänitteiden listoilta löytyy 16 suomalaista mutta vain kaksi ulkomaista 100 000 kappaleen myyntiin ylittänyttä äänitettä. (Taulukko 4.9.)

Suomessa on viime vuosina julkaistu vuosittain yli 3 000 kotimaista äänitenimikettä. Kasettien osuus kotimaisesta nimiketuotannosta on selvästi suurin. Kasettinimikkeistä huomattava osa sisältää muuta kuin musiikkimateriaalia. Esimerkiksi vuonna 1992 muun aineiston osuus nimikkeistä oli 40 prosenttia. Muun kuin musiikkiaineiston suurin ryhmä muodostuu hengellistä materiaalia sisältävistä kaseteista ja toinen suuri ryhmä ovat kielikasetit. Äänitenimikkeiden vuosittaisia kokonaismääriä kasvattavat myös vanhempien äänitteiden uusintajulkaisut sekä saman äänitteen eri julkaisuformaatit. (Taulukko 4.3.)

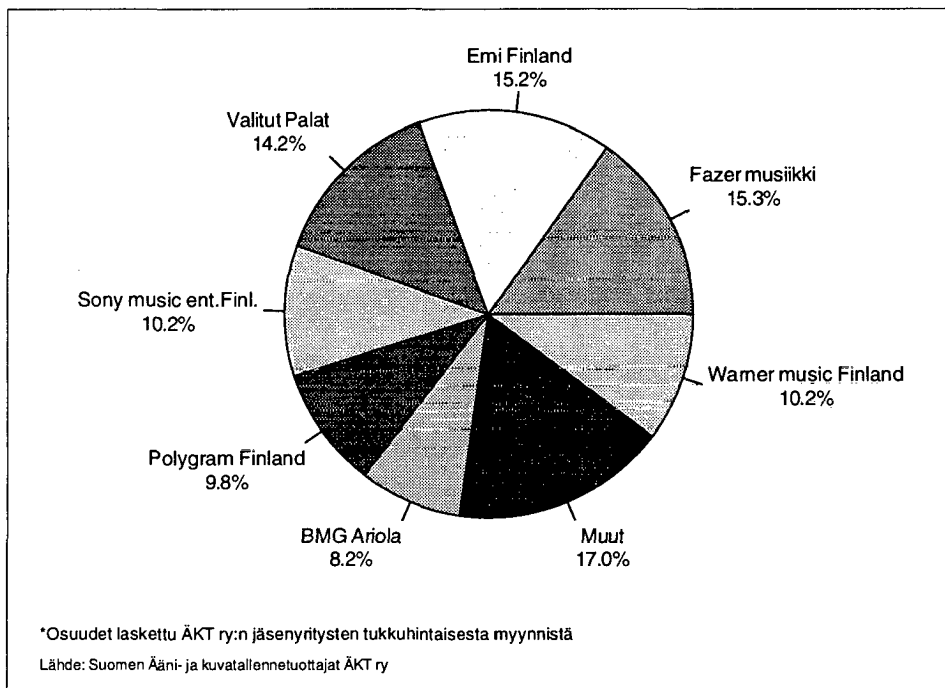
1990-luvulle siirryttäessä Suomen äänitealan kansainvälinen vertikaalinen integraatio täydentyi. Warner aloitti Suomessa 1989. BMG-Ariola perusti tytäryhtiönsä vuonna 1991. Polygram osti 1991 Pohjoismaiden suurimman levy-yhtiön Sonetin tytäryhtiöineen (mm. Sonet Suomi) sekä perusti seuraavana vuonna Suomeen myös oman tytäryhtiönsä. Suurista ylikansallisista CBS (sittemmin Sony) ja EMI ovat perustaneet tytäryhtiöt Suomeen jo 1970-luvulla. Toisin sanoen kaikki viisi äänitealan ylikansallista jättiyritystä ovat läsnä myös Suomessa.

Syksyllä 1993 Warner Music Finland hankki omistukseensa myös perinteikkään kotimaisen Fazer Musiikki Oy:n, jolla on laaja kotimaisen musiikin luettelo ja kattava tukkumyynti- ja jakeluorganisaatio.

Suuret ääniteyhtiöt hallitsevat äänitteiden maahantuontia ja merkittävää osaa kotimaisesta tuotannosta. Mutta suurten yritysten oheen syntyi jo 1970- ja 80-lukujen taitteessa kymmenien pienten itsenäisten tuottajien kirjo. Niiden määrä lienee vain kasvanut. Vuonna 1984 Tilastokeskuksen yritysrekisterin mukaan levy-yhtiöitä ja äänitysstudioita oli 129 kappaletta. Vuonna 1990 niitä oli 176.

Lähes neljäsosa suomalaisista kuuntelee tavallisena päivänä omia tai lainaamia äänitteitä. Aikaa kuunteluun kuluu koko väestölle laskettuna keskimäärin noin puoli tuntia. Nuoret ja nuoret aikuiset ovat erityisen aktiivinen äänitteiden kuuntelijaryhmä. 15–24-vuotiaista yli puolet kuuntelee tavallisena päivänä levyjä ja kasetteja. Aikaa kuunteluun käytetään tässä ikäryhmässä keskimäärin lähes puolitoista tuntia. (Taulukko 4.8.) Omien levyjen ja kasettien kuuntelun lisäksi tulee tietenkin radion ja television musiikkiohjelmiston kuuntelu.

Kuvio 4.2
Äänitemyynnin markkinaosuudet 1992



Kokonaistiedot kirjastojen äänitemateriaalista ja sen käytöstä ovat saatavissa vuodesta 1987 lähtien. Tiedot osoittavat 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. Silti ääniteaineiston ja -lainojen osuus kirjastojen koko aineistosta ja kaikista lainoista on edelleen vähäinen. (Taulukko 4.7.; vrt luvun 7 taulukko 13.)

Tilastointi

Äänitealan keskeiset tilastolähteet ovat Säveltäjain tekijänoikeustoimisto Teosto ry, Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry, tullihallituksen ulkomaankauppatilasto, sekä Helsingin ja Jyväskylän yliopistojen kirjastot, jotka luettelivat 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, jossa on myös tiedot äänittämättömien kasettien maahantuonnista.

ÄKT tilastoi jäsenyritystensä kappale- ja markkamääräisen myynnin. ÄKT laatii vuosittain myös omiin myyntitilastoihinsa sekä Teoston ja ulkomaankauppatilaston tietoihin perustuvan arvion äänitteiden kokonaismyynnistä. Viime vuosina ÄKT:n jäsentuottajien osuus on ollut 60–70 prosenttia arvioidusta äänitteiden kokonaismyynnin arvosta.

Teoston tilastoissa ja ulkomaankauppatilastossa äänitteiden alkuperämaa tarkoittaa maata, jossa ne on teknisesti valmistettu (monistettu). Näin ollen esimerkiksi kaikki kotimaista tuotantoa olevat CD-levyt esiintyvät toistaiseksi ulkomaankauppatilastoissa ja Teoston tilastoissa ulkomaisina äänitteinä, koska levyt on prässätty ulkomaisissa levyvalmistamoissa. ÄKT:n tilastoissa alkuperämaa puolestaan tarkoittaa äänitteiden alkuperäistä tuotantomaata ja näin ollen myös cd-levyjen myynti jakautuu niissä kotimaisiin ja ulkomaisiin äänitteisiin.

Äänitteiden alkuperän määrittely tuottaa ongelmia myös ulkomaisten äänitteiden alkuperämaan mukaisessa tilastoinnissa (vrt. taulukko 4.2). Myös siinä alkuperämaa tarkoittaa äänitteiden teknistä valmistusmaata eikä välttämättä maata, jossa äänite on tuotettu ja alunperin julkaistu. Esimerkiksi huomattavalle osalle Yhdysvalloissa tuotetuista äänitteistä on valmistusmaaksi kirjattu jokin Euroopan maa tai esim. Kanada.

Yleisradio selvittää radion kuuntelua koskevien päiväkirjatutkimustensa yhteydessä nykyisin myös äänitteiden kuuntelun yleisyyttä. Tilastokeskuksen vapaa-aikatutkimus 1991 sisältää uusimmat kattavat tiedot äänitteiden omistuksesta ja musiikin kuuntelutottumuksista (ks. Seppänen 1993).

Opetusministeriön vuosittain julkaisemat tilastotiedot yleisistä kirjastoista sisältävät tiedot myös kirjastojen äänitekokoelmista ja niiden käytöstä.

Täydentävää kirjallisuutta

Gronow, Pekka: Äänitteet. Teoksessa Joukkoviestintätilasto 1989. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1989: 3. Tilastokeskus, Helsinki 1989.

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 äänitetuotantopolitiikasta. 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.

Vapaa-aika numeroina 3: televisio, video, tietokoneet, radio, musiikki. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 5. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

4.1. Äänitteiden tuonti, valmistus ja tallentamattomien äänikasettien tuonti vuosina 1980 – 1992

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	Milj.kpl												
Tuonti													
CD-levyjen maahantuonti*	–	–	–	–	–	–	–	–	2,0	2,7	3,4	4,4	5,5
Äänilevyjen maahantuonti*	3,8	2,9	4,1	4,5	4,8	4,3	4,3	4,8	3,6	4,4	3,5	3,0	1,3
Musiikkikasettien maahantuonti	1,3	1,2	1,4	1,4	1,5	1,6	1,8	1,8	1,8	2,6	3,0	2,2	2,0
Tuonti yhteensä	5,1	4,1	5,5	5,9	6,3	5,9	6,1	6,6	7,4	9,7	9,9	9,6	8,8
Valmistus													
Äänilevyjen valmistus Suomessa	2,3	2,8	2,9	2,9	2,8	2,4	2,4	2,3	2,4	2,4	2,0	1,5	0,9
Musiikkikasettien valmistus Suomessa	3,0	3,2	3,9	4,0	4,9	3,9	3,7	4,0	3,9	4,4	3,8	3,6	3,3
Valmistus yhteensä	5,3	6,0	6,8	6,9	7,7	6,3	6,1	6,3	6,3	6,8	5,8	5,1	4,2
Äänitteiden valmistus ja tuonti yhteensä	10,4	10,1	12,3	12,8	14,0	12,2	12,2	12,9	13,7	16,5	15,7	14,7	13,0
Äänittämättömien kasettien maahantuonti**	5,5	5,4	6,7	6,3	5,0	6,6	7,1	5,5	5,8	6,3	6,3	5,4	4,7

* Vuoteen 1987 asti CD-levyjen maahantuonti sisältyy äänilevyjen maahantuontiin.

Huom! Kotimaisten tuottajien CD:t sisältyvät tuontilukuihin.

** Vain C-kasetit, muiden kasettien tuonti eri tuontinimikkeellä.

Lähteet: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry & TEOSTO ry.

4.2 Äänitteiden kappalemääräinen tuonti alkuperämaittain vuosina 1980 – 1992 ja tuonnin arvo vuonna 1992*

Maa	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	Tuonnin arvo 1 000 mk		
	%													1000 kpl	%	
Äänilevyt																
Tanska	0,1	0,1	0,5	0,4	0,7	0,3	0,4	0,2	–	0,5	0,3	0,3	5	0,4	81	
Norja	3,4	4,4	3,8	1,1	0,0	–	0,1	0,3	–	0,1	–	–	–	–	12	
Ruotsi	10,9	11,6	13,2	8,0	7,7	6,1	7,5	6,1	8,3	7,8	4,7	2,6	68	5,4	952	
Saksa	10,9	17,6	13,1	10,9	14,4	21,9	26,7	26,0	24,0	32,4	34,4	49,4	445	35,6	7 750	
Itävalta	–	–	–	–	–	–	0,4	0,2	–	–	0,4	0,3	2	0,2	38	
Belgia	0,0	0,1	0,2	0,7	0,2	1,1	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,8	9	0,7	227	
Espanja	0,1	0,1	0,4	0,5	0,4	0,2	–	0,2	1,1	0,6	1,3	0,3	2	0,2	54	
Ranska	1,5	2,0	1,3	1,4	0,9	0,9	1,0	1,6	0,5	0,6	0,5	0,3	7	0,6	82	
Kreikka	0,1	0,1	–	–	–	–	–	–	0,1	–	–	–	–	–	4	
Irlanti	0,1	0,1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	5	
Italia	0,4	0,4	3,7	4,9	1,3	1,8	1,1	1,6	2,6	1,1	1,3	0,3	2	0,2	35	
Alankomaat	10,2	23,4	22,0	25,5	22,4	26,9	28,5	24,3	26,3	26,4	21,9	25,1	425	34,0	3544	
Portugali	0,1	0,1	–	0,1	–	–	–	0,1	0,2	–	0,4	0,1	1	0,1	10	
Iso-Britannia	15,4	22,6	23,3	36,9	48,0	35,7	24,2	19,4	21,5	19,4	23,9	15,2	145	11,6	3045	
Sveitsi	0,3	–	0,1	0,0	0,0	0,1	1,1	5,2	–	0,1	0,1	0,1	5	0,4	50	
Unkari	–	0,2	–	0,1	0,1	–	0,1	–	0,2	–	0,0	–	–	–	–	
Tšekkoslovakia	0,1	0,1	0,1	0,1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	5	
NL/Venäjä	0,4	0,3	–	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	–	–	0,5	–	–	–	
USA	45,1	13,5	14,7	6,3	2,0	3,2	2,8	3,6	7,9	9,4	9,7	4,1	132	10,6	882	
Kanada	0,5	2,7	2,6	2,5	1,3	1,2	4,1	8,1	5,7	0,5	0,1	–	–	–	2	
Brasilia	0,2	0,1	–	–	–	0,1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	
Meksiko	–	–	0,0	0,0	–	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	
Japani	–	0,1	–	0,1	0,4	0,5	1,4	1,1	0,1	–	0,0	–	–	–	109	
Filippiinit	–	0,1	0,8	0,1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	
Hongkong	–	–	0,0	0,3	–	–	–	1,0	0,6	0,5	–	–	–	–	–	
Korean tasavalta	–	–	–	–	–	–	–	0,3	–	–	–	–	–	–	–	
Australia	–	–	–	–	–	–	–	0,1	0,3	0,2	0,5	0,2	2	0,2	52	
Muut	0,2	0,3	0,2	0,0	0,1	0,1	0,2	0,1	0,0	0,2	0,3	0,2	1	0,1	11	
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1 251	100,0	16 950	
1 000 kappaletta	3 800	2 900	4 100	4 500	4 800	4 300	4 300	4 800	3 600	4 400	3 500	3 000	1 251			

Jatkuu

4.2 Jatkuu

Maa	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	Tuonnin arvo		
	%													1000 kpl	%	1 000 mk
Kasetit																
Tanska	6,4	10,6	3,5	1,5	7,2	22,8	22,6	5,0	8,8	6,1	7,5	7,0	151	7,6	1 154	
Norja	4,3	3,8	4,6	1,8	—	—	—	0,4	0,2	0,1	0,4	0,1	3	0,2	72	
Ruotsi	21,3	17,4	12,6	15,4	13,5	11,4	9,8	9,6	10,5	13,9	7,8	5,4	117	5,9	1 998	
Saksa	8,7	10,1	13,2	12,3	14,6	19,2	16,2	18,0	12,8	13,7	19,2	23,9	534	26,8	7 756	
Belgia	—	—	0,3	0,4	0,6	0,6	0,8	—	—	—	—	—	—	—	—	
Espanja	—	—	1,1	2,9	1,3	0,2	—	—	1,3	1,1	4,1	0,2	1	0,1	18	
Ranska	0,3	0,8	0,3	1,2	0,3	0,3	0,2	3,4	0,3	0,4	2,9	6,1	84	4,2	1 090	
Italia	0,8	0,6	4,1	2,7	0,6	3,0	0,6	1,0	4,6	3,9	6,3	4,8	9	0,5	79	
Alankomaat	14,0	27,6	24,6	29,8	30,7	30,8	25,9	30,3	25,1	34,0	23,3	30,5	634	31,8	4 146	
Iso-Britannia	14,9	18,2	19,2	9,5	19,5	5,7	11,4	18,1	25,3	17,4	16,2	11,7	200	10,0	2 442	
Sveitsi	5,8	6,4	4,9	10,4	9,2	3,5	7,9	5,3	2,5	0,9	0,8	0,8	12	0,6	97	
Yhdysvallat	22,0	3,9	9,3	4,2	1,2	0,9	2,9	0,4	1,6	2,6	3,4	3,0	44	2,2	1 189	
Meksiko	—	—	—	0,1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
Japani	—	0,1	0,2	1,8	1,1	1,6	1,2	1,3	0,2	0,2	0,5	—	—	—	8	
Hongkong	—	—	1,9	5,9	—	—	—	—	1,9	1,5	2,6	0,5	8	0,4	115	
Singapore	0,7	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—	—	14	0,7	273	
Kanada	—	—	—	—	—	—	0,2	3,9	2,1	0,2	—	0,2	1	0,1	22	
Portugali	—	—	—	—	—	—	—	1,7	1,9	3,4	3,3	2,5	66	3,3	470	
NL/Venäjä	—	—	—	—	—	—	—	0,1	—	—	—	—	—	—	—	
Itävalta	—	—	—	—	—	—	—	1,0	0,4	—	0,6	0,3	1	0,1	26	
Australia	—	—	—	—	—	—	—	—	0,4	—	0,5	—	—	—	—	
Muut	0,8	0,5	0,2	0,1	0,2	0,1	0,3	0,4	0,1	0,6	0,6	2,9	116	5,8	1 474	
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1 995	100,0	22 429	
1 000 kappaletta	1 400	1 200	1 400	1 400	1 500	1 600	1 800	1 800	1 800	2 600	3 000	2 200	1 995			

Jatkuu

4.2 Jatkuu

Maa	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	Tuonnin arvo 1 000 mk	
	%													1000 kpl	%
Cd-levyt**															
Itävalta									9,4	10,9	8,8	12,7	1030	18,6	15 294
Belgia									0,6	0,3	0,6	0,2	20	0,4	401
Sveitsi									9,1	8,2	5,2	2,7	2	0,0	79
Saksa									24,0	23,9	26,4	28,1	1418	25,6	37 140
Tanska									5,9	12,0	9,8	11,9	446	8,1	3 817
Espanja									0,1	0,3	0,1	0,1	2	0,0	75
Ranska									1,6	2,1	0,6	0,7	49	0,9	1 459
Iso-Britannia									18,8	15,1	17,4	14,9	675	12,2	14 774
Italia									0,7	0,5	0,3	0,1	4	0,1	135
Alankomaat									11,6	13,3	11,8	12,6	751	13,6	11 470
Norja									4,9	0,0	0,1	0,1	50	0,9	583
Portugali									0,5	0,9	0,9	0,8	66	1,2	1 006
Ruotsi									5,2	5,7	9,3	9,3	772	13,9	8 643
Japani									0,7	0,3	0,3	0,3	5	0,1	359
Korean tasavalta									3,3	0,9	–	–	–	–	–
Kanada									0,6	0,5	0,0	–	–	–	22
USA									2,6	4,7	5,7	5,0	242	4,4	12 572
Australia									0,2	0,0	0,1	0,2	2	0,0	86
Muut									0,0	0,3	2,6	0,2	6	0,1	306
Yhteensä									100,0	100,0	100,0	100,0	5 540	100,0	108 221
1 000 kappaletta									2 000	2 700	3 400	4 400	5 540		

* Äänitteiden valmistusmaa tarkoittaa maata, jossa äänite on teknisesti valmistettu.

Tekninen valmistusmaa ei usein ole sama kuin alkuperäinen tuotantomaa.

** Vuoteen 1987 saakka CD-levyjä ei ole tilastoitu erikseen vaan ne sisältyvät LP-levyihin

Lähde: SVT1A: Ulkomaankauppa, Tullihallitus.

4.3 Äänitteiden nimiketuotanto Suomessa vuosina 1983 – 1992

Vuosi	Nimikkeitä kpl		LP-levyt		Kasetit**		CD-levyt		Äänikirjat		Yhteensä	
	Singlet*		Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%
	Kpl	%										
1983	377	21,1	511	28,6	896	50,2	–	–	–	–	1 784	100,0
1984	392	22,3	510	29,0	837	47,7	–	–	17	1,0	1 756	100,0
1985	380	20,3	489	26,1	981	52,4	–	–	22	1,2	1 872	100,0
1986	390	18,3	571	26,8	1 123	52,7	9	0,4	36	1,7	2 129	100,0
1987	405	20,8	516	26,5	924	47,5	23	1,2	78	4,0	1 946	100,0
1988	406	21,6	457	24,3	706	37,5	123	6,5	190	10,1	1 882	100,0
1989	579	24,6	502	21,3	922	39,2	279	11,9	70	3,0	2 352	100,0
1990	710	23,7	514	17,2	1 349	45,1	281	9,4	140	4,7	2 994	100,0
1991	782	25,4	521	16,9	1 400	45,5	240	7,8	136	4,4	3 079	100,0
1992	801	23,1	377	10,9	1 651	47,5	501	14,4	143	4,1	3 473	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.

** Sisältää huomattavasti muutakin kuin musiikkiäänitteitä. Esim. vuonna 1992 muiden äänitteiden osuus oli 41 %.

Lähde: Jyväskylän yliopiston kirjasto/Helsingin yliopiston kirjasto.

4.4 Äänitteiden valmistus Suomessa vuosina 1981 – 1992*

Äänitteiden valmistus												
	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	1 000 kpl											
Kaikki tuottajat												
Singlejä	82	146	263	233	275	374	406	329	259
EP-levyjä	4	13	12	10	20	23	29	19	22
LP-levyjä	2 713	2 244	2 130	2 083	2 146	2 037	1 573	1 208	593
Kasetteja	4 923	3 891	3 655	4 007	3 851	4 365	3 817	3 575	3 304
Yhteensä	5 985	6 790	6 746	7 722	6 294	6 060	6 333	6 292	6 799	5 825	5 130	4 178
ÄKT:n jäsentuottajat												
Singlejä	36	77	167	111	132	126	168	190	139
EP-levyjä	–	5	–	–	7	8	10	6	1
LP-levyjä	1 604	1 503	1 350	1 403	1 396	1 167	935	970	491
Kasetteja	2 582	2 474	1 959	2 015	1 756	1 854	1 776	2 213	1 929
Yhteensä	3 378	3 345	3 762	4 222	4 059	3 476	3 529	3 291	3 155	2 889	3 379	2 559
Muut nk. "standardi-tuottajat**"												
Singlejä	3	39	59	66	56	70	67	7	5
EP-levyjä	–	–	–	–	–	–	–	–	–
LP-levyjä	725	496	568	496	502	564	415	113	43
Kasetteja	900	601	762	748	664	958	877	370	311
Yhteensä	1 635	1 986	1 772	1 628	1 136	1 389	1 310	1 222	1 592	1 359	490	360
Kertalupatuottajat***												
Singlejä	71	81	35	43	30	37	56	87	178	171	132	114
EP-levyjä	3	9	8	4	8	12	10	13	15	19	13	21
Lp-levyjä	156	138	198	384	245	212	184	248	306	223	124	59
Kasetteja	742	1 232	972	1 441	816	934	1 244	1 431	1 553	1 164	992	1 065
Yhteensä	972	1 459	1 212	1 872	1 099	1 195	1 494	1 779	2 052	1 577	1 261	1 259

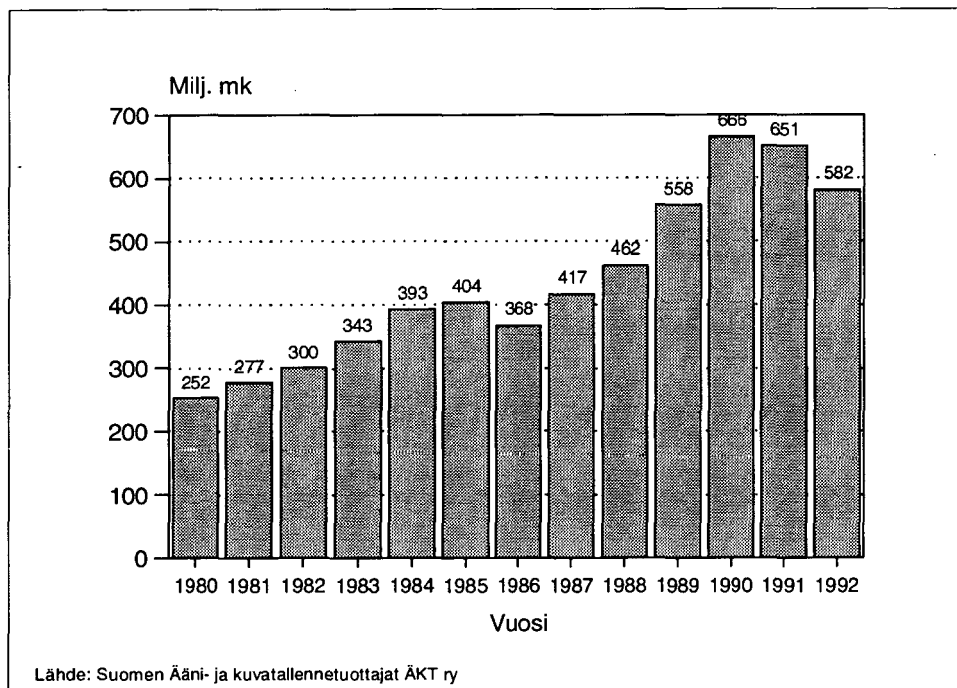
* Huom! Kotimaisten tuottajien CD –levyjien tekninen valmistus tapahtuu ulkomaisissa levyvalmistamoissa ja ne eivät sisälly kotimaisiin valmistuslukuihin.

** Tuottajilla on samoin kuin ÄKT:n jäsentuottajilla Nordisk Copyright Bureau (NCB) kanssa standardisopimus musiikin tekijänoikeuksien perinnästä.

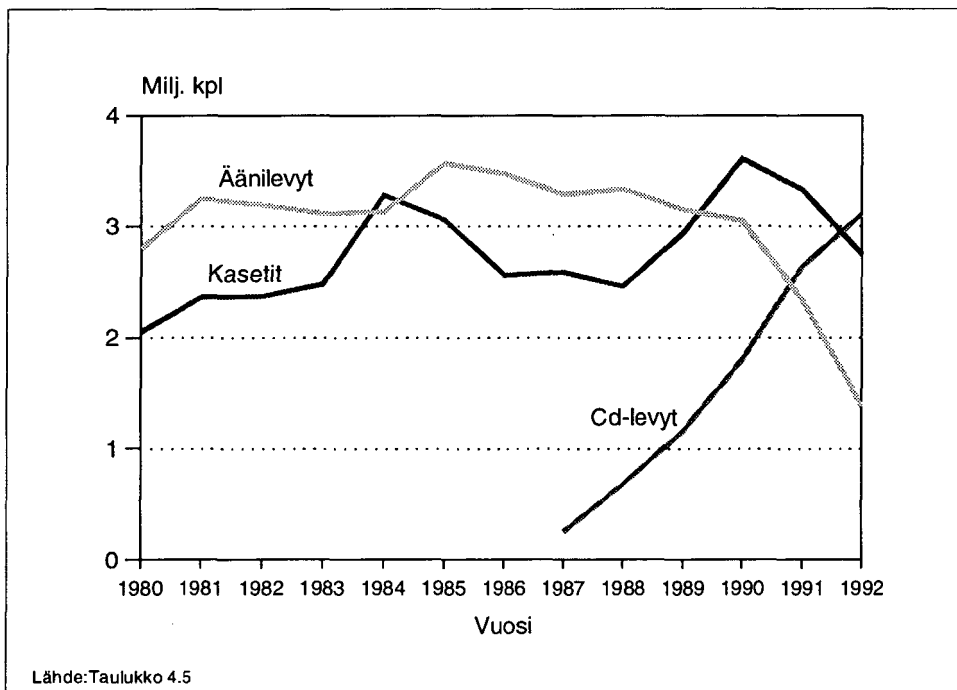
*** Musiikin tallentamislupa erikseen kullekin äänite-erälle. Vuonna 1990 tallentamislupia myönnettiin noin 1 000 kpl.

Lähteet: Teosto; Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry.

Kuvio 4.3
Äänitteiden kokonaismarkkinat 1980–1992



Kuvio 4.4
Äänitemyynti äänitelajeittain 1980–1992



4.5 Kappalemääräisen myynnin jakautuminen eri äänitetyyppien kesken vuosina 1980 – 1992*

Vuosi	Levyt			Kasetit			CD-levyt			Kaikki äänitteet yhteensä	Kotimaiset	Ulkomaiset	Kaikki äänitteet yhteensä
	Kotimaiset	Ulkomaiset	Yhteensä	Kotimaiset	Ulkomaiset	Yhteensä	Kotimaiset	Ulkomaiset	Yhteensä				
1 000 kpl													
1980	1 158	1 647	2 805	1 424	627	2 051	–	–	–	4 856	2 582	2 274	4 856
1981	1 485	1 769	3 254	1 672	692	2 364	–	–	–	5 618	3 157	2 461	5 618
1982	1 472	1 724	3 196	1 812	558	2 370	–	–	–	5 566	3 284	2 282	5 566
1983	1 223	1 898	3 121	1 827	659	2 486	–	–	–	5 607	3 050	2 557	5 607
1984	1 328	1 807	3 135	2 641	644	3 285	–	–	–	6 420	3 969	2 451	6 420
1985	1 430	2 144	3 574	2 365	694	3 059	–	–	–	6 633	3 795	2 838	6 633
1986	1 177	2 300	3 477	1 764	799	2 563	–	–	–	6 040	2 941	3 099	6 040
1987	1 220	2 072	3 292	1 767	822	2 589	34	215	249	6 130	3 021	3 102	6 130
1988	1 333	2 002	3 335	1 631	832	2 463	125	555	680	6 478	3 089	3 389	6 478
1989	1 066	2 090	3 156	1 825	1 113	2 938	248	901	1 149	7 243	3 139	4 104	7 243
1990	1 206	1 846	3 052	2 267	1 341	3 608	525	1 273	1 798	8 458	3 998	4 460	8 458
1991	1 001	1 351	2 352	2 046	1 285	3 331	796	1 842	2 638	8 321	3 843	4 478	8 321
1992	718	660	1 378	1 859	882	2 742	1 032	2 079	3 111	7 230	3 610	3 621	7 230
%													
1980	23,9	33,9		29,3	12,9		–	–		100,0	53,2	46,8	100,0
1981	26,4	31,5		29,8	12,3		–	–		100,0	56,2	43,8	100,0
1982	26,5	30,9		32,6	10,3		–	–		100,0	59,0	41,0	100,0
1983	21,8	33,9		32,6	11,8		–	–		100,0	54,4	45,6	100,0
1984	20,7	28,2		41,1	10,0		–	–		100,0	61,8	38,2	100,0
1985	21,6	32,3		35,7	10,5		–	–		100,0	57,2	42,8	100,0
1986	19,5	38,1		29,2	13,2		–	–		100,0	48,7	51,3	100,0
1987	19,9	33,8		28,8	13,4		0,6	3,5		100,0	49,3	50,6	100,0
1988	20,6	30,9		25,2	12,8		1,9	8,6		100,0	47,7	52,3	100,0
1989	14,7	28,9		25,2	15,4		3,4	12,4		100,0	43,3	56,7	100,0
1990	14,3	21,8		26,8	15,9		6,2	15,1		100,0	47,3	52,7	100,0
1991	12,0	16,2		24,6	15,4		9,6	22,1		100,0	46,2	53,8	100,0
1992	9,9	9,1		25,7	12,2		14,3	28,8		100,0	49,9	50,1	100,0

* Taulukon tiedot kattavat ÄKT ry:n jäsentuottajien myynnin.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry.

4.6 Äänilevyjen, kasettien ja cd-levyjen tukkumyynnin arvo vuosina 1988 – 1992*

Vuosi	Äänilevyt			Kasetit			CD-levyt			Kaikki äänitteet yhteensä	Kotimaiset	Ulkomaiset	Kaikki äänitteet yhteensä
	Kotimaiset	Ulkomaiset	Yhteensä	Kotimaiset	Ulkomaiset	Yhteensä	Kotimaiset	Ulkomaiset	Yhteensä				
Milj. mk													
1988	38,6	60,5	99,2	46,7	28,3	75,1	6,6	30,3	36,5	210,8	91,9	118,8	210,8
1989	32,4	64,5	96,9	49,8	36,4	86,2	12,2	46,7	58,9	242,0	94,4	147,6	242,0
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	251,5
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	266,2
1992	19,4	17,3	36,7	54,3	30,5	84,8	46,2	97,7	143,9	265,3	119,9	145,5	265,3
%													
1988	18,3	28,7		22,2	13,4		3,1	14,2		100,0	43,6	53,4	100,0
1989	13,4	26,7		20,6	15,0		5,0	19,3		100,0	39,0	61,0	100,0
1990	12,3	19,3		21,6	14,5		8,7	23,6		100,0	42,6	57,4	100,0
1991	9,7	13,0		20,2	13,2		12,7	31,2		100,0	42,6	57,4	100,0
1992	7,3	6,5		20,5	11,5		17,4	36,8		100,0	45,2	54,8	100,0

* Taulukon tiedot kattavat ÄKT ry:n jäsentuottajien myynnin tukkuhintaisena.

Lähde: Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry.

4.7 Kirjastojen äänitemateriaali, soittokerrat ja kotilainat vuosina 1985 – 1992

	Äänitteitä		Soittokerrat kirjastoissa	Kotilainoja		
	Musiikkiäänitteitä	Muita äänitteitä		Musiikkiäänitteiden	Kielikurssien	Kirjallisuusäänitteiden
(1 000 kpl)						
1985	915	47
1986	861	99
1987	752	327	845	1 835	289	887
1988	843	388	726	2 153	286	1 069
1989	949	446	688	2 576	290	1 352
1990	1 075	509	631	2 972	332	1 475
1991	1 179	544	611	3 635	329	1 653
1992	1 214	623	550	4 177	377	1 770

Lähde: Kouluhallitus, kirjastoimisto/ Opetusministeriö, Kulttuuriosasto: Tilastotietoja yleisistä kirjastoista, eri vuosilta.

4.8 Äänitteiden kuuntelu keskimääräisenä päivänä 1990 – 1992

	Kuunnelleiden osuus			Kuunteluun keskimäärin käytetty aika		
	1990 %	1991	1992	1990 min.	1991	1992
Kaikki	24	24	23	23	28	28
Sukupuoli:						
Naiset	24	23	24	24	27	27
Miehet	23	26	23	23	28	28
Ikä						
9 – 14-vuotta	44	52	39	35	63	39
15 – 24-vuotta	58	54	57	70	72	81
25 – 34-vuotta	29	30	27	26	32	24
35 – 44-vuotta	13	18	17	10	16	22
45 – 64-vuotta	7	11	12	6	10	13
65 – 74-vuotta	2	3	4	2	3	4
Koulutus						
Kansa/kansalaiskoulu	7	13	13	5	12	11
Perus/keskikoulu	28	35	29	31	44	37
Yo./opisto/korkeakoulu	31	37	26	29	29	30
Ammatti						
Työväestö			21			26
Toimihenkilö			22			24
Johtavassa asemassa oleva			16			17
Maatalous/muu yrittäjä			14			17
Kotirouva			27			25
Eläkeläinen			7			8
Koululainen			47			51
Opiskelija			56			78

* Tiedot perustuvat Yleisradion tutkimus- ja kehitysosaston valtakunnallisiin radion kuuntelututkimuksiin, joiden otoksiin on kuulunut noin 1 100 – 1 200 9 vuotta täyttäneitä suomalaista.

Lähde: Oy Yleisradio Ab, Tutkimus- ja kehitysosasto.

4.9 Kautta aikojen myydyimmät pitkäsoittoäänitteet vuoden 1992 lopussa (LP-levyt, kasetit, CD-levyt)

Yhtye/Solisti	Äänitteen nimi	1 000 kpl
Kotimaiset		
Kirka	Surun pyyhit silmistäni	195
Dingo	Kerjäläisten valtakunta	180
Eri esittäjiä	Finnhits 2	148
Tapio Rautavaara	Reissumiehen taival	146
Topi Sorsakoski & Agents	Besame Mucho	142
Irwin	Rentun ruusu	125
Matti ja Teppo	Et voi tulla rajan taa	120
Erkki Junkkarinen	Ruusuja hopeamaljassa	115
Vesa-Matti Loiri	Eino Leino 1.	112
Kim Lönholm	Minä olen muistanut	112
Kirka	Anna käsi	109
Topi Sorsakoski & Agents	In Beat	108
Matti ja Teppo	Pidä itsestäsi huolta	107
Arja Koriseva	Arja Koriseva	100
Dingo	Nimeni on Dingo	100
Kirka	Ota lähellesi	100
Eppu Normaali	Kahdeksas ihme	96
Eppu Normaali	Valkoinen kupla	95
Topi Sorsakoski & Agents	POP	94
Anna Hanski	Jos et sä soita	94
Ressu Redford	Ressu	93
Vesa-Matti Loiri (Kusela)	Naurava kulkuri	92
Ulkomaiset		
Baccara	Baccara	115
Queen	Greatest Hits 2.	112
Roxette	Joyride	97
Bruce Springsteen	Born in the USA	97
Dire Straits	Brothers in Arms	91
Michael Jackson	Thriller	81
Bryan Adams	Waking up the Neighbours	81
Dire Straits	On Every Street	81
Abba	Arrival	81
Eri esittäjiä	Flashdance	80
Tina Turner	Foreign Affair	78
Abba	Voulez vous	75
Eri esittäjiä	Great Love Songs 2	73
Dire Straits	Money for Nothing	72
Julio Iglesias	14 suosituinta iskelmää	71
Barbara Streisand	Memories	70
Phil Collins	But Seriously	68
Madonna	Immaculate Collection	66
Eri esittäjiä	Smash 2	66
Europe	The Final Countdown	65

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry.

4.10 Myydyimmät pitkäsoittoäänitteet (LP-levyt, kasetit, CD-levyt) vuonna 1992

Yhtye/Solisti	Äänitteen nimi	1 000 kpl	Yhtiö
Kotimaiset			
Anna Hanski	Jos et sä soita	94	Ensio Music
Neon 2	Polku	60	Sony
J. Karjalainen	Tähtilampun alla	55	Poko Records
Popeda	Svoboda	55	Poko Records
Katri Helena	Anna mulle tähtitaivas	55	Fazer
Neljä ruusua	Haloo	53	EMI
Joel Hallikainen	Kuurankukka	42	Fazer
Kokoelma	Salattu suru	42	Fazer
Mikko Kuustonen	AbraKadabra	40	Sony
J. Karjalainen	Suurimmat hitit	32	Poko Records
Vilperin perikunta	Gloria Vilperum	29	Ensio Music
Hanna Ekola	Joutsentanssi	28	PolyGram
Arja Koriseva	Kun ilta saapuu kaupunkiin	25	Fazer
Miljoonasade	Lelukaupan häät	24	Fazer
Hausmylly	Sä oot jees	23	EMI
Kolmas nainen	Tiheän sisään	23	PolyGram
Kurre	Elän haaveistain	22	Warner
Eri esittäjiä	Tenavatähti 1992	22	Fazer
Kokoelma	Toivo Kärki muistoissa	22	Fazer
Miljoonasade	Pullo hunajaa	21	Fazer
Meiju Suvas	Pure mua	18	Fazer
Eri esittäjiä	Suomalainen 3	18	PolyGram
Ulkomaiset			
ZZ TOP	Greatest Hits	65	Warner
Maggie Reilly	Echoes	59	EMI
ABBA	Gold-Greatest Hits	49	PolyGram
Scorpions	Still Loving You	46	EMI
Roxette	Tourism	42	EMI
Alphaville	First Harvest 84-92	36	Warner
Eri esittäjiä	Best 13	34	BMG
Bruce Springsteen	Human Touch	33	Sony
Ten Sharp	Under The Waterline	32	Sony
Bruce Springsteen	Lucky Town	26	Sony
Dr. Alban	One Love	25	PolyGram
Def Leppard	Adrenalize	24	PolyGram
Eric Clapton	Unplugged	23	Warner
AC/DC	Live	22	Warner
Eva Dahlgren	För Minnenas Skull	21	BMG
Eri esittäjiä	Missing You	20	EMI
Laura Branigan	Very Best Of	20	Warner
Madonna	Erotica	19	Warner
Freddie Mercury	Freddie Mercury Album	19	EMI
Foreigner	Best Of	18	Warner

Lähde: Musiikkikustantajat ry

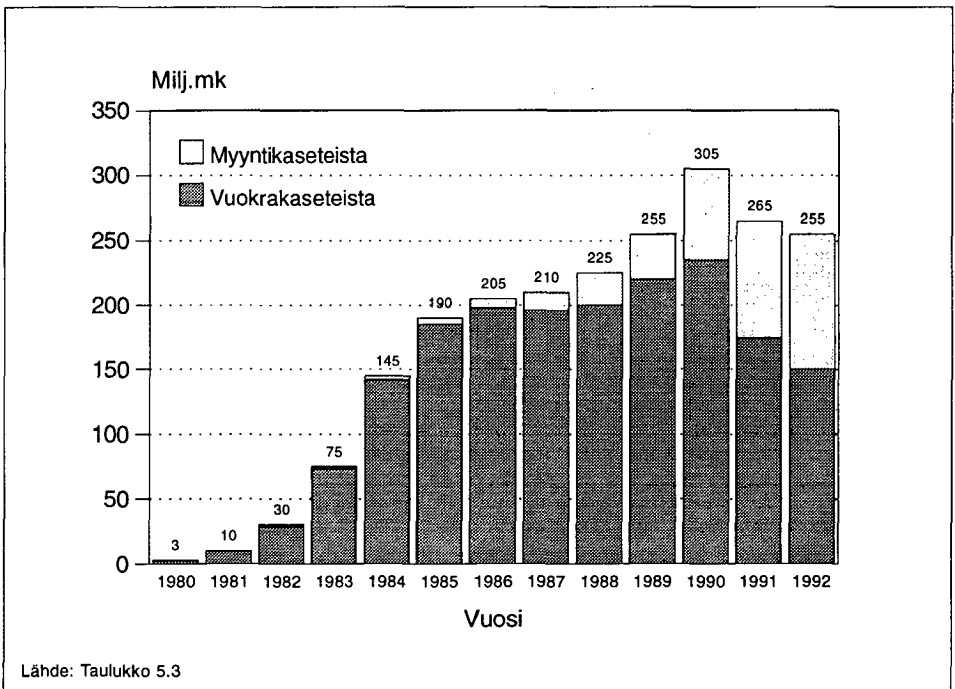
5 Videot

Suomen videotallennemarkkinat muodostuivat 1980-luvun loppuvuosiin asti lähes pelkästään videoiden vuokraamisesta. Vuokravideomarkkinat kehkeytyivät nopeasti mutta myös kyllästyivät nopeasti. Vuosina 1982–84 videovuokrauksen liikevaihto miltei viisinkertaistui 30 miljoonasta 145 miljoonaan markkaan. Vuonna 1985 se ylitti elokuvateattereiden liikevaihdon. Sitteen vuokrauksen kasvu alkoi selvästi taantua ja vuonna 1991 videovuokrauksen liikevaihto putosi neljänneksellä. Sen jälkeen lasku on jatkunut loivempänä.

Toisaalta myyntivideomarkkinat, jotka olivat tarjonnan puuttuessa pitkään kooltaan lähes merkityksettömät, alkoivat 1980-luvun loppuvuosina nopeasti kasvaa. Vuonna 1992 myyntikasettien osuus oli jo yli 40 prosenttia videotallenteiden kokonaismarkkinoista. (Kuvio 5.1 & taulukko 5.3).

Vuokramarkkinoiden taantuminen näkyy selvästi myös videovuokraamojen määrässä. Alkuinnostuksen myötä syntyi joukoittain videovuokraukseen erikoistuneita pikkuliikkeitä. Nyt ne ovat lähes kadonneet ja vuokraamoketjutkin ovat harventuneet. Videotallenteiden myyntipisteiden määrä puolestaan on kasvanut nopeasti.

Kuvio 5.1
Videotallennemarkkinoiden liikevaihto vuosina 1980–1992



Kaikkiaan video-ohjelmien vuokraamiseen ja myyntiin kuluttajille erikoistuneilla liikkeillä oli ÄKT:n arvion mukaan vuonna 1991 alle 100 toimipistettä. Suurin ketju on Rautakirjan omistama Kotikatsomo 34 myymälällään vuonna 1992.

Kaikkiaan videoiden vuokrauspisteitä oli saman arvion mukaan hieman noin 1 100 vuonna 1991. Suurin osa näistä oli kioskeja ja huoltoasemia. Määrä on nopeasti laskenut. Myyntipisteitä arvioidaan olevan jo enemmän kuin vuokrauspisteitä eli kaikkiaan noin 1 500. Ne puolestaan ovat lisääntyneet nopeasti. (Taulukko 5.6.)

Myyntivideoiden tarjonta on vain osittain päällekkäistä vuokravideoiden kanssa. Ostettavissa on paljon sellaistaakin materiaalia, mitä elokuvaan keskittyvät vuokramarkkinat eivät niinkään tarjoa: erilaisiin harrasteisiin liittyvä materiaali, kuntoiluun liittyvä, lapsille suunnattu ohjelmisto ja musiikkivideot.

Videotallenteiden maahantuontiyritysten määrä on eri vuosina vaihdellut noin kolmenkymmenen ja noin neljäkymmenen välillä. Näistä suurimman osan osuus alan taloudellisesta volyyymistä on ollut häviävän pieni. Keskeisessä asemassa alalla ovat 4–5 suurinta maahantuojaa/jakelijaa, jotka hallitsevat etenkin suurten amerikkalaisten elokuvayhtiöiden videoedustuksia.

Europa Vision (Rautakirja-konserni) on videoiden tukkujakelun ylivoimainen markkinajohtaja. Sen osuus videotallennemarkkinoista oli noin 40 prosenttia vuonna 1992. Yli kymmenen prosentin osuuksiin ylsivät Warner, Finnkino ja CIC. Videotallennealan jonkinlaista käymistilaa kuvanee sekin, että edellisen vuoden (1991) toiseksi ja kolmanneksi suurimmat jakelijat Fazer Musiikki ja Esselte Video ovat luopuneet videojakelusta kannattavuussyistä. Fazerin keskeinen edustus oli Warnerin videotuotanto ja Esselte jakelee CIC:n videoita. Nyt sekä Warnerilla että CIC:llä on Suomessa omat videoedustukset. (Kuvio 5.4.)

Vuosina 1984–1991 saatavilla olleiden videonimikkeiden yhteismäärä lähentelee kymmentätuhatta. Yhdysvaltalaisen tallenteiden osuus nimikkeistä on viime vuosina ollut noin puolet. Ulkomaisista nimikkeistä seuraavaksi eniten tarjolla on brittiläisiä videoita, joiden osuus on viitisentoista prosenttia. Tarjolla olevien kotimaisten videonimikkeiden määrä on viime vuosina nopeasti kasvanut. Vuonna 1992 kotimaisten osuus oli jo neljännes kaikista tarkasteleista videonimikkeistä. (Taulukko 5.4.)

Vuokrattujen tai omaksi ostettujen videotallenteiden katselu on Suomessa ollut koko ajan suhteellisen vähäinen osa videolaitteiden käyttöä. Kaikkien kolmen opetusministeriön teettämän videotutkimuksen (vuosilta 1984, 1986 ja 1989) sekä Tilastokeskuksen vuoden 1991 vapaa-aikatutkimuksen mukaan videon omistavista talouksista yli 70 prosenttia käyttää videotaan pääasiallisesti televisio-ohjelmien nauhoitukseen ja katseluun. Näiden talouksien

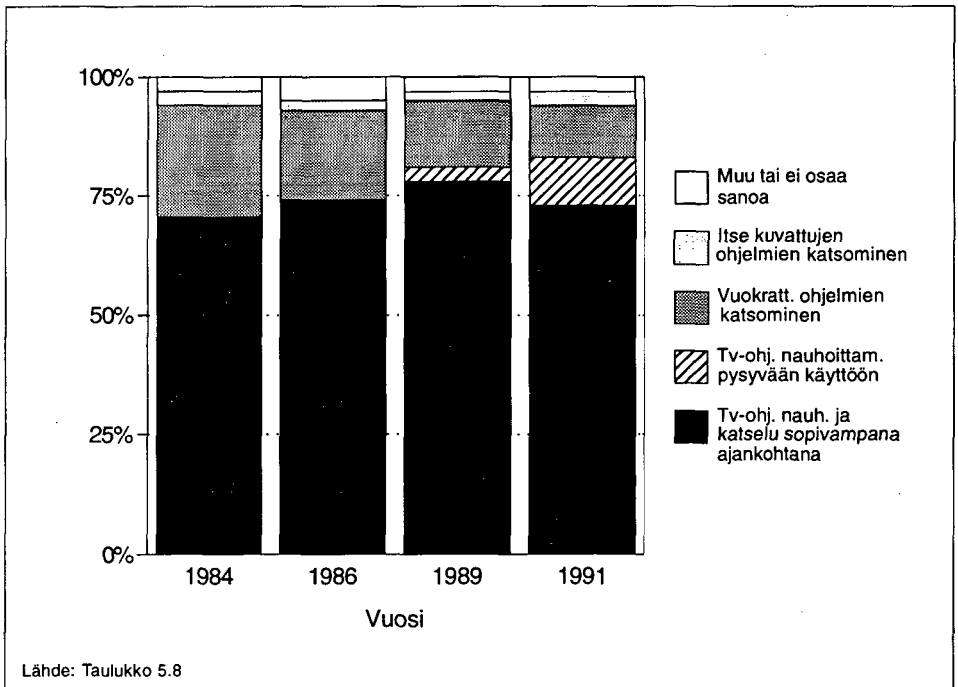
osuus on myös kasvanut joka tutkimuskerralla muutamalla prosenttiyksiköllä. (Kuvio 5.2 ja taulukko 5.8.) Yleisimmin televisiosta nauhoitetaan elokuvia mutta myös sarjafilmejä nauhoitetaan runsaasti.

Näyttää selvältä, että aktiivisimman videovuokrauksen kausi oli yhteydessä ensimmäisten videolaitteiden hankintaan liittyvään alkuinnostukseen laitekannan nopean kasvun vuosina. Videon tyypillinen käyttö Suomessa on kuitenkin ajansiirtoa, television ohjelmatarjonnan nauhoittamista ja katselua itselle/perheelle sopivampana ajankohtana.

Ajansiirron keskeinen merkitys videon käyttömuotona voidaan nähdä myös videotallenteiden valmistuksen ja tuonnin sekä tallentamattomien videokasettien tuonnin määrällisessä suhteessa. Esimerkiksi vuonna 1992 videotallenteita tuotiin maahan tai valmistettiin/monistettiin Suomessa noin 1,1 miljoonaa mutta tallentamattomia kasetteja tuotiin noin 5,3 miljoonaa kappaletta. (Taulukko 5.1.)

Yleisradion jatkuvaan seurantaan perustuvat television katselututkimukset sisältävät myös tietoja videoiden katselusta. Tietojen mukaan tutkimuskaudella 1991–92 videon päivittäinen tavoitavuus oli keskimäärin 12 prosenttia koko väestöstä ja 18 prosenttia siitä osasta väestöstä, jolla on käytössään videonauhuri. Videoväestö katseli videoita keskimäärin 16 minuuttia päivässä.

Kuvio 5.2
Videonauhurin pääasiallinen käyttötapa 1984–1991



(Tämä keskiarvo on laskettu kaikille niille, joilla on käytössään video; keskimääräinen katseluaika on tietenkin huomattavasti pitempi niiden joukossa, jotka videolaitettaan kunakin päivänä katseluun käyttävät.) (Taulukko 5.7.)

Videotallenteiden määrä kirjastoissa on viime vuosina kasvanut nopeasti. Niiden määrä on kuitenkin äänitteisiinkin verrattuna edelleen vähäinen. Videotallenteiden osuus kirjastojen audiovisuaalisesta aineistosta oli alle 10 prosenttia vuonna 1992. Tuolloin kirjastoissa oli lainattavissa 107 000 videotallennetta, joita vuoden aikana lainattiin noin 2,5 miljoonaa kertaa. (Taulukko 5.9.)

Tilastointi

Videotallenteiden valmistusta ja monistusta Suomessa tilastoi Säveltäjien tekijänoikeustoimisto Teosto ry. Mukana tilastossa ovat ne monistamot, joiden kanssa NBC Finland/Teostolla on voimassa oleva monistussopimus. Teoston valmistuslukuihin sisältyy ulkomaista alkuperää olevien videoiden monistus Suomessa, jonka osuus on suuri.

Videotallenteiden sekä tallentamattomien videokasettien maahantuontia alkuperämaittain tilastoi tullihallitus. Valmistusmaaksi tilastossa on kirjattu maa, jossa tallenne on teknisesti valmistettu/monistettu. Usein se ei ole tallenteen alkuperäinen tuotantomaa.

Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry tilastoi jäsenyritystensä videotallenteiden marka- ja kappalemääräisen myynnin. ÄKT myös laatii vuosittain arvion videotallennemarkkinoiden kokonaisliikevaihdosta ja sen jakautumisesta vuokra- ja myyntivideokasettien kesken.

Yleisten kirjastojen tilastot sisältävät tietoja myös kirjastojen videoaineistosta ja sen lainaamisesta.

Opetusministeriön vuosina 1984, 1986 ja 1989 teettämät videotutkimukset ovat keskeinen videon yleistymistä ja katselutapojen kehitystä Suomessa koskeva tietolähde. (Yhteenvedona niistä ks. Km 1989: 60.) Tilastokeskuksen vuoden 1991 vapaa-aikatutkimukseen (ks. Liikkanen 1993) sisältyy opetusministeriön videotutkimusten kanssa vertailukelpoisia tuoreempia tietoja videon käytöstä.

Tv-mittaritutkimusten yhteenvedoraportteihin sisältyvät myös tiedot videon käytöstä. (Mittaritutkimuksesta ks. tarkemmin esim. Kasari 1993.)

Täydentävää kirjallisuutta

- Hellman, Heikki & Soramäki, Martti: Kilpailu ja erikoistuminen videomarkkinoilla. Lähikuva 1991: 4.
- Kasari, Heikki: Television katsojamittaus perustuu tv-mittaritutkimukseen. Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1993. Yleisradio, Helsinki 1993.
- Km 1989: 60. Videotoimikunnan V mietintö. Opetusministeriö, Helsinki 1989.
- 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.
- Vapaa-aika numeroina 3: Televisio, video, tietokoneet, radio, musiikki. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 5. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

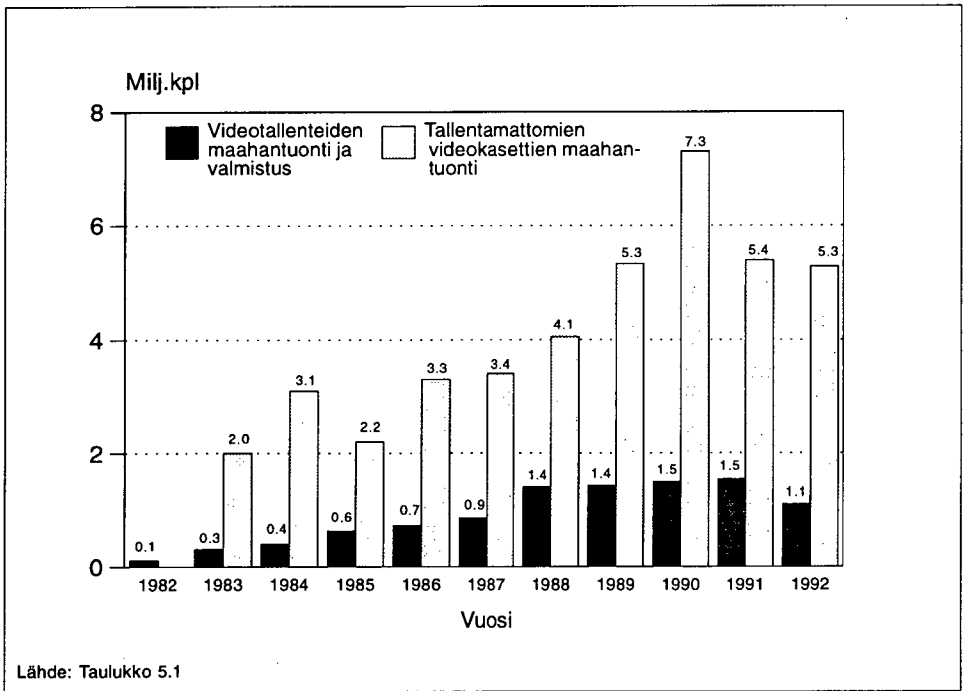
5.1 Videokasettien tuonti, valmistus ja tallentamattomien videokasettien tuonti vuosina 1982 – 1992

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	1 000 kpl										
Videotallenteiden maahantuonti	116	310	350	390	345	390	415	775	944	1 143	826
Videotallenteiden valmistus Suomessa	–	–	51	239	379	468	992	654	552	398	267
Maahantuonti ja valmistus yhteensä	116	310	401	619	724	858	1 407	1 429	1 496	1 541	1 093
Tallentamattomien videokasettien maahantuonti**	..	2 000	3 100	2 200	3 300	3 400	4 056	5 335	7 302	5 393	5 287

* Tiedot kotimaisesta valmistuksesta eivät ole täysin kattavia. Mukana tilastossa ovat ne monistamot, joiden kanssa NBC Finland/Teosto ry:llä on voimassa oleva monistussopimus.
 Huomattava osa kotimaisesta valmistuksesta on ulkomaisen materiaalin monistusta Suomessa. Sen osuus vaihtelee eri vuosina
 ** Ei sisällä 8 mm videokameranauhoja. Esim. vuonna 1992 niitä tuotiin 286 000 kpl.

Lähteet: Teosto ry; Tullihallitus: Ulkomaankauppatilastot.

Kuvio 5.3 Videotallenteiden tuonti ja valmistus sekä tallentamattomien kasettien maahantuonti 1982–1992



5.2 Videotallenteiden tuonti alkuperämaittain vuosina 1982 – 1992 ja tuonnin arvo vuonna 1992*

Maa	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	Tuonnin arvo		
	%											Kpl	%	1 000 mk
Ruotsi	51,4	46,2	36,2	47,2	68,2	51,4	31,0	20,9	32,4	28,3	236 654	28,7	5 481	17,2
Tanska	0,0	4,3	5,7	0,8	0,9	2,2	2,0	7,4	11,6	7,1	363 589	44,0	11 467	36,0
Norja	–	1,1	1,0	0,0	0,9	0,7	0,2	0,1	0,1	0,02	1 015	0,1	190	0,6
Saksa	2,9	2,1	1,9	4,0	3,6	1,4	4,6	2,3	10,8	4,64	35 513	4,3	2 060	6,5
Belgia	–	0,0	–	0,0	0,0	0,0	0,6	0,1	0,0	0,04	858	0,1	115	0,4
Ranska	0,0	0,0	1,0	0,8	1,8	2,9	1,0	0,1	0,2	0,01	831	0,1	560	1,8
Italia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,7	0,0	0,2	1,05	80	0,0	32	0,1
Alankomaat	0,0	2,1	1,9	3,2	2,7	10,1	2,3	15,3	25,4	9,18	22 906	2,8	1 262	4,0
Iso-Britannia	25,7	15,1	31,4	24,8	11,8	22,5	36,5	25,4	11,7	21,43	74 422	9,0	3 551	11,2
Sveitsi	–	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,8	0,0	0,2	0,12	508	0,1	90	0,3
Yhdysvallat	5,7	2,2	1,9	1,6	4,5	2,9	6,9	3,0	2,8	2,01	24 000	2,9	4 383	13,8
Kanada	–	–	0,0	–	–	0,0	0,0	0,0	0,0	0,04	685	0,1	95	0,3
Japani	8,6	25,8	17,1	16,0	4,5	0,7	1,1	0,6	3,0	11,28	11 676	1,4	1 638	5,1
Hongkong	0,0	1,1	1,9	–	0,0	0,0	–	24,4	–	7,5	602	0,1	18	0,1
Australia	–	0,0	–	–	0,0	0,0	–	–	–	0,01	77	0,0	18	0,1
Korean tasavalta	–	–	–	–	0,9	2,9	–	–	0,2	–	–	–	–	–
NL/Venäjä	–	–	–	–	–	0,0	–	0,0	0,0	–	28	0,0	7	0,0
Turkki	–	–	–	–	–	0,7	–	–	–	–	–	–	–	–
Erittelemätön	5,7	0,0	0,0	1,6	0,0	1,4	1,3	0,4	0,4	7,18	52 062	6,3	873	2,7
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	825 506	100,0	31 840	100,0

* Alkuperämaa on maa, jossa äänite on teknisesti valmistettu. Usein se ei ole tallenteen alkuperäinen tuotantomaa.

Lähde: SVT 1A: Ulkomaankauppa, Tullihallitus.

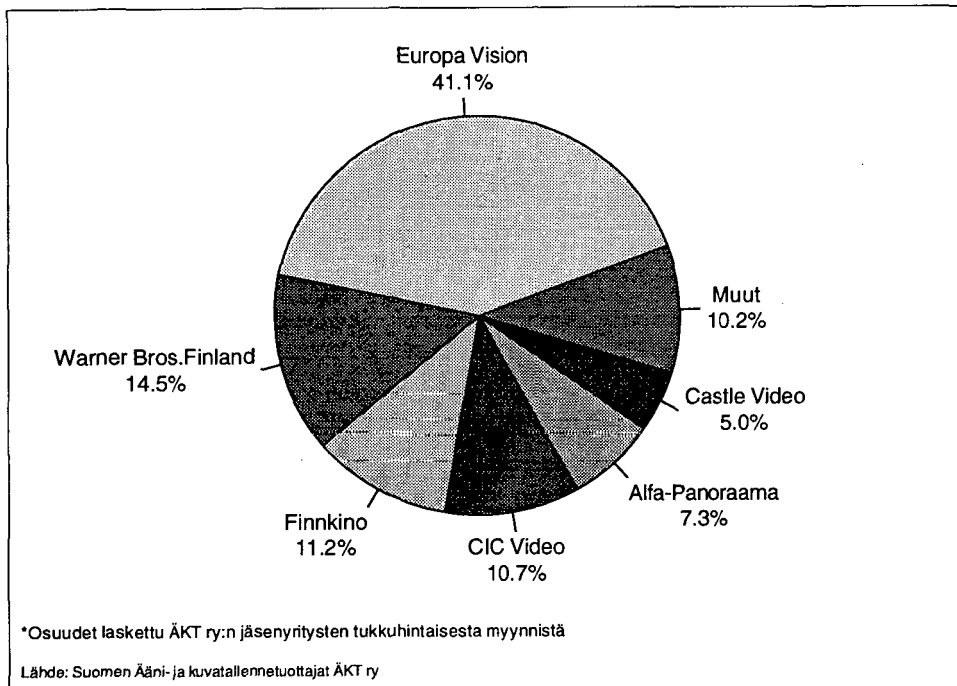
5.3 Videotallennemarkkinoiden liikevaihto vuosina 1980 – 1992*

	Liikevaihto	Vuokra kaseteista		Myyntikaseteista	
	Milj.mk	Milj.mk	%	Milj.mk	%
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

* Tiedot perustuvat ÄKT:n arvioon.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry.

Kuvio 5.4
Videotallenteiden markkinaosuudet 1992



5.4 Tarkastetut videotallenteet alkuperämaan mukaan vuosina 1988 – 1992*

	1988		1989		1990		1991		1992	
	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%
Yhdysvallat	2 359	67,4	1 834	61,2	1 265	45,8	1 030	53,7	718	49,1
Suomi	96	2,7	93	3,1	419	15,2	277	14,4	351	24,0
Iso-Britannia	294	8,4	384	12,8	515	18,7	325	16,9	207	14,1
Saksa	30	0,9	50	1,7	148	5,4	67	3,5	38	2,6
Skandinavian maat	23	0,7	18	0,6	91	3,3	35	1,8	36	2,5
Ranska	52	1,5	48	1,6	71	2,6	32	1,7	29	2,0
Italia	43	1,2	99	3,3	69	2,5	33	1,7	25	1,7
Muut ja yhteistuotannot**	605	17,3	472	15,7	183	6,6	119	6,2	59	4,0
Yhteensä	3 502	82,7	2 998	84,3	2 761	93,4	1 918	100,0	1 463	100,0

* Suomen elokuvatarkastamon tarkastamat ja sinne ilmoitetut videolevitykseen tarkoitetut elokuvat ja ohjelmat

** Yhteistuotannot sijoittuvat jokaisen tuotannossa mukana olleen maan lukuihin. Joidenkin videotallenteiden alkuperämaatioto puuttuu.

Lähde: Suomen elokuvatarkastamo.

5.5 Tarkastetut videotallenteet 1990 – 1992 ohjelmatyyppittäin*

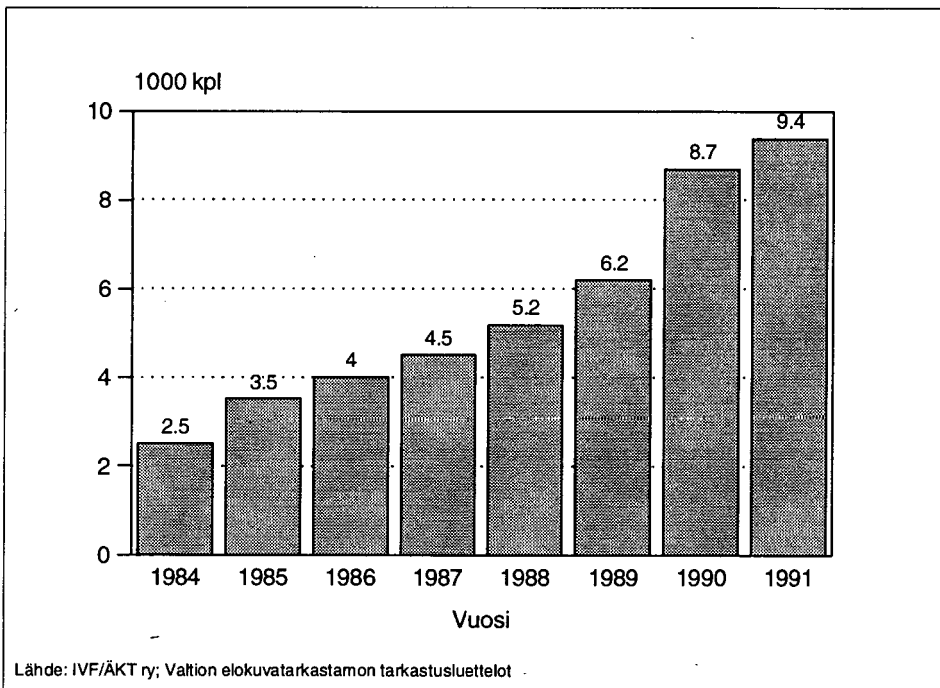
Ohjelmatyyppi	1990		1991		1992	
	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%
Fiktio	1 891	67,3	1 314	68,7	765	52,3
Animaatio	305	10,9	237	12,4	158	10,8
Dokumentti	222	7,9	85	4,4	361	24,7
Muut**	392	14,0	276	14,4	179	12,2
Yhteensä	2 810	100,0	1 912	100,0	1 463	100,0

* Suomen elokuvatarkastamon tarkastamat ja sinne ilmoitetut videolevitykseen tarkoitetut ohjelmat ja elokuvat.

** Luokkaan sisältyvät mm. musiikki (125 tallennetta v.92) erotiikka (40 tallennetta), mainonta ja markkinointi (14). Vuosina 1990 ja 1991 luokka sisältää valtaosin aineistoa, jonka ohjelmatyyppitiedot puuttuvat.

Lähde: Valtion elokuvatarkastamo

Kuvio 5.5
Saatavilla olevien videotallenteiden nimikemäärä 1984–1991



5.6 Videotallenteiden vähittäisvuokraus- ja myyntipisteet vuosina 1990 ja 1991*

	Vuokrauspisteet				Myyntipisteet			
	1990		1991		1990		1991	
	Lkm	%	Lkm	%	Lkm	%	Lkm	%
Erikoisliikkeet	120	6,1	80	7,1	50	7,1	80	5,2
Tavaratalot/marketit	150	7,6	400	35,6	400	57,1	550	35,8
Muut**	1 700	86,3	645	57,3	250	35,7	905	59,0
Yhteensä	1 970	100,0	1 125	100,0	700	100,0	1535	100,0

* Luvut ovat arvioita.

** Mm. kirja- ja levykaupat, kioskit, huoltoasemat.

Lähteet: IVF/ÄKT ry.

5.7 Videon tavoitavuus ja katseluun käytetty aika keskimääräisenä päivänä vuosina 1987/88 – 1991/92

	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92
	%					Minuuttia/vrk.				
Kaikki	8	8	9	11	12	6	6	7	10	11
Videon omistus										
On video	17	19	18	.	.	13	16	16
Sukupuoli										
Naiset	7	7	8	10	11	5	5	7	9	10
Miehet	8	9	10	13	14	6	7	8	11	12
Ikä										
3 – 9-vuotta*	10	10	12	18	23	6	7	8	15	22
10 – 14-vuotta	12	14	15	20	22	8	9	12	17	17
15 – 24-vuotta	9	9	10	13	15	7	7	7	11	14
25 – 34-vuotta	11	13	14	17	18	8	11	12	17	19
35 – 44-vuotta	9	10	11	13	13	6	7	8	10	10
45 – 64-vuotta	4	4	6	7	8	3	3	4	6	6
65 – vuotta	-	1	6	2	5	0	1	1	2	4
Ammatti										
Maanviljelijät	4	3	5	6	7	2	1	4	5	6
Työväestö	7	7	9	11	12	5	6	7	10	11
Alemmat toimihenkilöt	6	7	8	10	11	5	5	6	8	9
Ylemmät toimihenkilöt	8	8	8	10	10	6	6	6	7	8
Koululaiset ja opiskelijat	10	11	12	15	17	8	9	10	15	16

* Taulukon muissa videon katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 9-vuotiaiden katselu.

Lähteet: Finnpanel Oy; Oy Yleisradio Ab. Tutkimus- ja kehitysosaston tv-mittaritutkimusyhteenvetot.

5.8 Videonaurin pääasiallinen käyttötapa kotitaloustyypeittäin vuosina 1984, 1986, 1989 ja 1991

Kotitaloustyyppi	Tv-ohjelmien nauhoittaminen ja katselu sopivampana ajankohdana	Tv-ohjelmien nauhoittaminen pysyvään käyttöön	Vuokrattujen/ostettujen ohjelmien katsominen	Itse kuvattujen ohjelmien katsominen	Muu tai ei tietoa	Yhteensä
% niistä, joilla käytössään videolaitteet						
Yhteensä v.1984	71	–	24	3	3	100
Yhteensä v.1986	74	–	19	2	5	100
Yhteensä v.1989	78	3	14	2	3	100
Yhteensä v.1991	73	10	11	3	3	100
1991						
10 vuotta täyttäneet						
Sukupuoli						
Naiset	74	11	10	3	2	100
Miehet	73	10	11	3	3	100
IKä						
10 – 14-vuotta	77	11	10	1	0	100
15 – 24-vuotta	73	9	16	1	1	100
25 – 44-vuotta	71	13	11	2	1	100
45 – 64-vuotta	78	7	6	5	4	100
65 – vuotta	55	10	8	9	10	100
15 vuotta täyttäneet						
Elinvaihe						
Vanhempien kotona asuva naimaton (ikä 10–30 vuotta, ei lapsia)	73	11	14	2	–	100
Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45 vuotta)	73	6	17	1	2	100
Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ vuotta)	62	13	10	2	12	100
Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45 vuotta)	78	8	11	1	2	100
Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ vuotta)	75	6	6	7	5	100
Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 0–6 v.)	64	18	12	4	2	100
Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 7–17 v.)	78	9	7	2	2	100
Yksinhuoltaja (alle 18-v. lapsia)	69	17	13	2	–	100
Kuntamuoto						
Kaupungit	73	11	10	3	2	100
Muut kunnat	72	10	11	3	4	100

Lähteet: Videotutkimus 1989. Opetusministeriön työryhmien muistioita 1990: 1. Helsinki 1990
Vapaa-aika numeroina 3. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:3. Tilastokeskus, Helsinki 1993

5.9 Yleisten kirjastojen videotallenteet, niiden katselukerrat ja kotilainat vuosina 1985 – 1992

	Videotallenteita	Kotilainoja	Katselukertoja kirjastossa
	1 000 kp1		
1985	6,1
1986	3,4
1987	5,1	109,3	4,6
1988	9,9	206,1	5,0
1989	19,4	438,0	4,8
1990	37,8	817,4	6,2
1991	68,5	1 565,1	8,7
1992	106,8	2 515,2	10,4

Lähde: Kouluhallitus/Opetusministeriö: Tilastotietoja yleisistä kirjastoista eri vuosina.

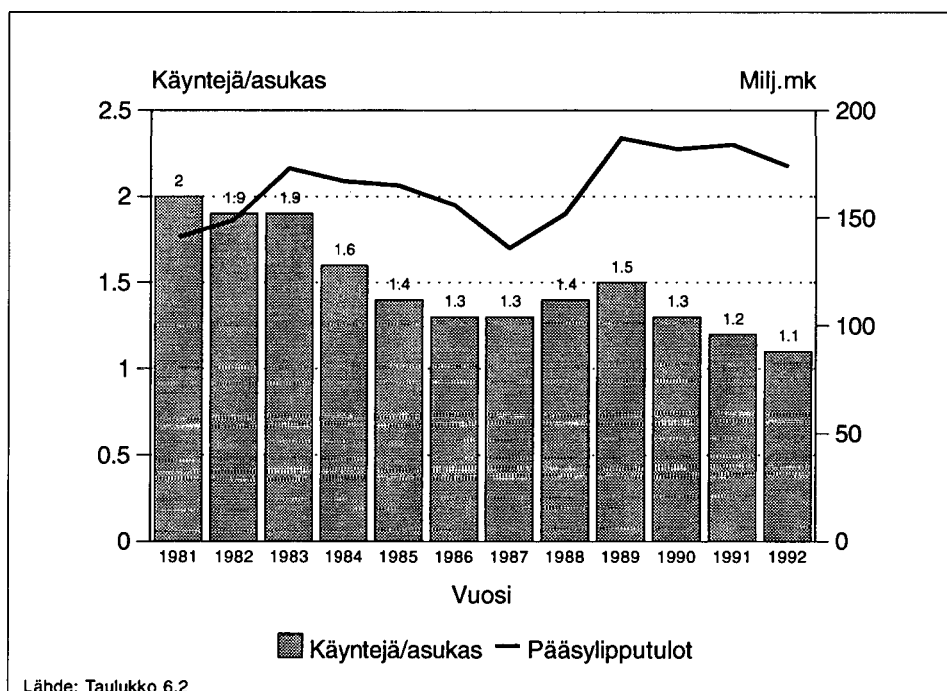
6 Elokuvat

Muiden medioiden kehitys on kolhinut elokuvateatterialaa. 1980-luvulla elokuvateatterin haastajiksi tulivat videot ja television – kilpailutilanteessa videon ja kaapelikanavien kanssa – suureksi paisutettu elokuvatarjonta.

Kilpailevan tarjonnan kasvaessa elokuvissa käyntien määrä laski lähes koko 80-luvun ajan. Aivan vuosikymmenen loppuvuosina käyntikerrat sitten lisääntyivät. Mutta nousu jäi tilapäiseksi. Vuodesta 1990 kävijämäärät ovat taas vuosittain pienentyneet.

Vuonna 1992 käyntikertoja oli enää 5,4 miljoonaa eli vain noin yksi elokuvakäynti/asukas. Vielä vuonna 1980 suomalaiset kävivät elokuvissa 9,9 miljoonaa kertaa eli noin kaksi kertaa/asukas. (Kuvio 6.1.)

Kuvio 6.1
Elokvissakäynnit asukasta kohden ja pääsylipputulot 1981–1992



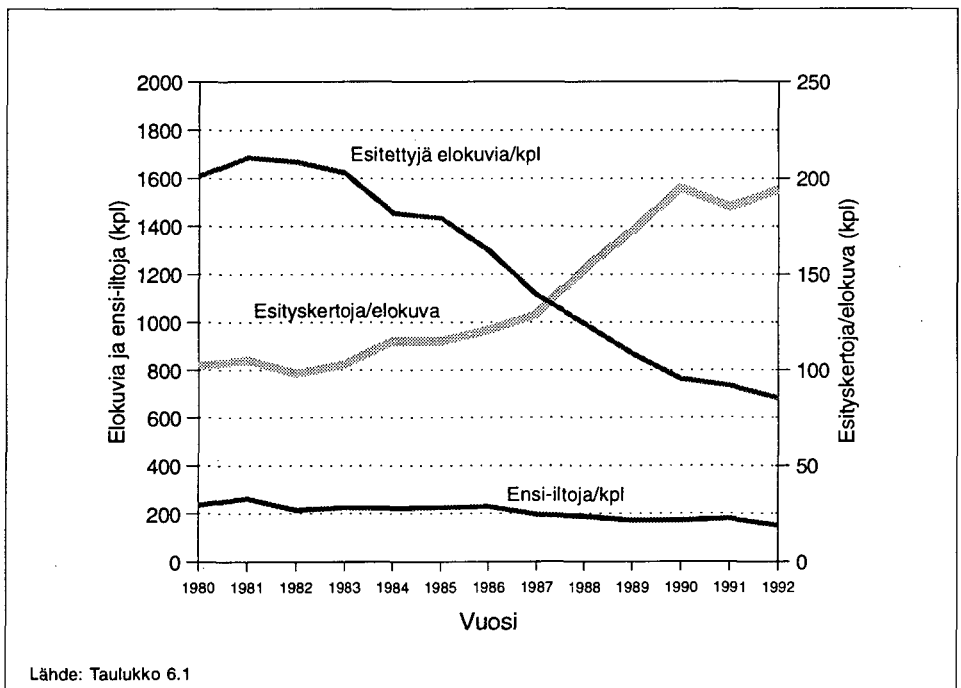
Elokuva-ala on mukautunut katsojien vähenemiseen. Elokvateatterien määrä on laskenut ja elokuvasalien keskikoko on pienentynyt. Levityksessä olevien elokuvien ja ensi-iltaelokuvien määrät ovat laskeneet jyrkästi. Riippuvuus muutamien suosituimpien elokuvien pääsylipputuloista on suuri.

Vaikka elokvateatterien määrä on vähentynyt, on salien määrä kuitenkin pysynyt melkein ennallaan. 1980-luvun alkupuolella elokuvasalit jopa lisääntyivät. Sitten määrä alkoi laskea. Varsinkin suuremmissa kaupungeissa yksittäisten elokuvasalien tilalle ovat tulleet usean salin ryppäät. Samalla elokuvasalien keskikoko on pienentynyt. Istumapaikkojen kokonaismäärä on vähentynyt kolmanneksella. Vuonna 1992 elokvateattereita oli 246 ja niissä saleja yhteensä 330. Kolme teatteria neljästä oli kaupungeissa. (Laitila, Nokia ja Raisio olivat vuonna 1992 kaupunkikunnista ainoat, joissa ei ole elokvateatteria. Maalaiskunnista sen sijaan kolme neljästä oli ilman elokvateatteria.) (Taulukko 6.2.)

1980 luvun alusta teatterilevityksessä vuosittain olevien elokuvien määrä on vähentynyt yli puolella. Vuonna 1980 elokvateatterilevityksessä oli kaikkiaan 1 608 elokuvaa. Vuonna 1992 määrä oli enää 680. Myös ensi-iltojen määrä on laskenut selvästi. Vuonna 1980 esitettiin 236 ensi-iltaelokuvaa, mutta vuonna 1992 ensi-iltoja oli 150. (Kuvio 6.2.)

Kuvio 6.2

Esitetyt elokuvat, ensi-illat ja keskimääräiset esityskerrat vuosina 1980–1992



Ensi-iltojen ja esitettyjen elokuvien määrät ovat vähentyneet nopeasti 1980-luvun puolivälin jälkeen. Entistä harvempia elokuvia kuitenkin esitetään teattereissa entistä tiiviimmin. Elokuvien keskimääräiset esityskerrat ovat lisääntyneet puolella 80-luvun alusta. Viime vuosina esityskertoja elokuvaa kohden on kertynyt lähes 200. (Taulukko 6.1.)

Ensi-iltojen määrän vähentyessä yhdysvaltalaisen elokuvien osuus on edelleen korostunut. Vielä 1980-luvun alussa niiden osuus oli hieman alle puolet ensi-illoista. 1990-luvulla kaksi kolmesta Suomessa vuosittain esitetystä ensi-iltaelokuvasta on valmistettu Yhdysvalloissa. Ulkomaisten elokuvien muiden tuotantomaiden osuudet ovat jääneet alle kymmenen prosentin. Niistä ovat viime vuosina olleet keskeisimpiä Skandinavian maat ja Ranska. Kotimaisten elokuvien osuus on viime vuosina ollut noin kymmenen prosenttia ensi-illoista ja niiden katsojaosuus on vaihdellut kymmenen prosentin molemmin puolin. (Taulukot 6.1. & 6.3)

Pitkät elokuvat muodostavat kotimaisesta elokuvatuotannosta näkyvän mutta nimikemäärällä mitaten pienen osan. Esimerkiksi vuonna 1992 Suomen elokuvateatteritarkastamossa tarkastettiin yhteensä 161 kotimaista elokuvaa (mukaanlukien mm. lyhytelokuvat, mainoselokuvat, trailerit ja videoelokuvat). Lisäksi tulevat televisiossa esitettävät mainosfilmit, joita tarkastettiin noin 4 700 vuonna 1991. Kolmostelevisiotoiminnan alkaminen on kasvattanut erittäin voimakkaasti tuotettujen mainosfilmien määrää. (Taulukko 6.7.)

Elokuva-alan suurin uudelleenjärjestely tapahtui 1980-luvun puolivälissä. Finnkino Oy perustettiin vuonna 1986 jatkamaan kolmen suuren elokuva-alan yhtiön (Kinosto, Adams Filmi ja Savoy Filmi) toimintaa. Näiltä siirtyi Finnkinon omistukseen mm. 135 elokuvateatteria. Osa teattereista on sittemmin lakkautettu ja huomattava osa on siirtynyt paikallisille omistajille.

Vuoden 1992 lopussa Finnkinolla oli 92 teatterisalia eli runsas neljännes kaikista saleista. Elokuvateattereiden pääsylipputuotoista Finnkinon osuus on viime vuosina ollut 60–65 prosenttia. Yhtiö on keskittänyt toimintansa suuriin kaupunkeihin, joiden teatterisaleista se omistaa valtaosan.

Finnkino on myös suurin elokuvien levitystoimisto, jonka osuus maahan-
tuoduista ensi-iltaelokuvista on selvästi muita suurempi. Finnkinon osuus on 90-luvun alkuvuosina ollut jo hieman yli puolet ensi-illoista ja kahden muun suurimman elokuvatoimiston – Warner Bros Oy:n ja United Pictures Oy:n – osuus yhteensä noin neljännes. Jäljelle jäävän neljänneksen maahantuonnista esim. vuonna 1992 vastasi 13 toimistoa vuonna 1992. (Taulukko 6.4.)

Vuoden 1991 keväällä Finnkino laajensi toimintaansa myös elokuvien videotallennelevitykseen hankkimalla omistukseensa alan suurimpiin maahantuojiin kuuluvan Oy Nordic Film Group AB:n.

Finnkinon tytäryhtiö National Filmi Oy oli 1980-luvun loppuvuosina yksi suurista elokuvatuottajista. Suuren budjetin elokuvien tuotanto kotimaisten elokuvien laskevien katsojamäärien kaudella osoittautui kuitenkin tappiolliseksi, ja yhtiö joutui vetäytymään elokuvatuotannosta.

Nykyisin sellaisia tuotantoyhtiöitä, joilla voidaan sanoa olevan säännöllistä ja jatkuvaa pitkien elokuvien tuotantoa, ovat seuraavat neljä: Filminor Oy, Reppufilmi Oy, Filmituotanto Spede Pasanen Oy/Spede Team Oy ja Villealfa Filmproductions. Muuten suomalaiselle pitkien näytelmäelokuvien tuotannolle on ominaista pienten ja usein tilapäisluontoisten tuotantoyritysten suuri osuus. (Taulukko 6.5.)

Neljän eniten elokuvia tuottaneen yhtiön osuus oli lähes kolmannes eli 55 kaikista vuosina 1983–92 valmistuneista 170 kotimaisesta ensi-iltaelokuvas-ta. Loput 115 elokuvaa jakautuivat yli 50 tuotantoyrityksen kesken. Näistä valtaosa tuotti vain yhden tai korkeintaan kaksi elokuvaa.

Television elokuvatarjonta lisääntyi tasaisesti joka vuosi vuoteen 1986 asti. Sitten esitettyjen elokuvien määrä lähes kaksinkertaistui yhdessä vuodessa Kolmostelevisio aloitettua lähetyksensä. Huippuvuosina 1990 ja 1991 television kolmella kanavalla esitettiin lähes 700 elokuvaa vuodessa. (Taulukko 6.8.) Vuonna 1992 YLE, MTV ja Kolmostelevisio esittivät kaikkiaan 618 elokuvaa, joista kotimaisten osuus oli 16 prosenttia. Lisäksi esim. tilaaja-pohjainen Filmnet-kanava lähettää elokuvia 24 tuntia vuorokaudessa.

Televiiossa myös kotimaiset elokuvat lähes teatterimenestyksestä riippumatta keräävät satojentuhansien katsojien yleisön. Suosituimmat elokuvat ovat viime vuosinakin saaneet toista miljoonaa katsojaa.

Tilastointi

Suomen elokuvasäätöön vuosittain julkaisema Elokuvatilastot on keskeinen elokuva-alan tilastolähde. Elokuvatilastot -julkaisu sisältää tiedot elokuva-teattereiden toiminnasta, kotimaisesta elokuvatuotannosta ja maahan tuodusta elokuvista, sekä elokuvien esittämisestä.

Valtion elokuvatarkastamo tarkastaa kaikki Suomessa elokuvateattereissa tai muuten julkisesti esitettävät elokuvat televisiossa esitettäviä elokuvia lukuunottamatta. Tarkastamo tilastoi tarkastamansa elokuvat.

Televiiossa esitettyjä elokuvia koskevat vuosittaiset yhteenvetotiedot on saatu suoraan televisioyhtiöiltä. Tiedot kotimaisten elokuvien televisioesitysten katsojamäärästä löytyvät Elokuvatilastot -julkaisuista.

Täydentävää kirjallisuutta

Pääkkönen, Hannu: Kulttuuritilaisuudet ja osallistuminen. SVT. Kulttuuri ja viestintä 1993: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Samola, Juha: Elokuva ja video. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen viestintäjärjestelmä. 2. uud. pain. Weilin+Göös, Jyväskylä 1990.

Suomalainen elokuva- ja televisiotuotanto. Rakenne, kehitys ja markkinat. Gorilla-Intellect Oy 1993 (moniste).

Uusitalo, Kari: Elokuvan murros. Teoksessa Joukkoviestintätilasto 1989. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1989: 3. Tilastokeskus, Helsinki 1989.

Vapaa-aika numeroina 1: luova toiminta, kulttuuritilaisuuksissa ja museoissa käyminen. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 3. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

6.1 Esitetyt elokuvat ja elokuvanäytännöt vuosina 1980 – 1992

Vuosi	Esitettyjä elokuvia yhteensä	Ensi-iltoja	Kotimaisia pitkiä näytelmä-elokuvia	Näytännöt (1 000 kpl)			Katsojia/näytäntö	Kotimaisten katsoja-osuus %
				Esitykset/elokuva	Esitykset/sali			
1980	1 608	236	10	163,8	102	465	60,6	15,4
1981	1 686	263	9	176,5	105	488	53,3	13,7
1982	1 669	214	11	163,9	98	459	55,2	16,2
1983	1 622	224	12	167,1	103	454	54,4	11,8
1984	1 455	222	19	167,7	115	439	45,4	19,6
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	340	40,9	10,9

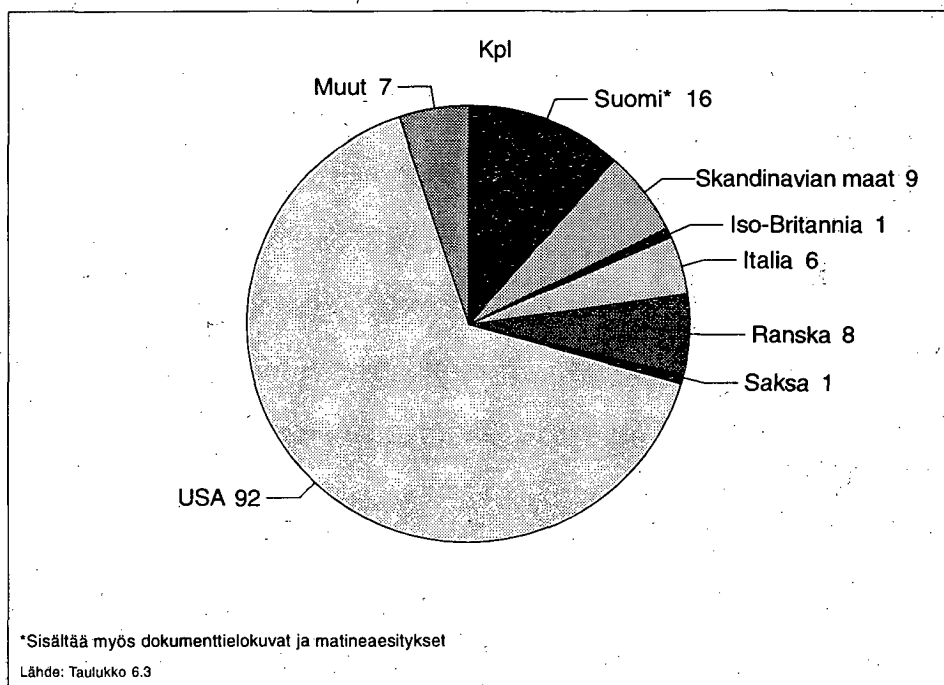
Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot.

6.2 Elokuvateattereiden lukumäärä, kaupunkiteattereiden osuus, istumapaikat, elokuvissa käynnit sekä pääsylipputuotto ja elokuvalipun keskihinta vuosina 1980 – 1992

Vuosi	Elokuva-teattereita	Elokuva-saleja	Elokuva-saleista kaupungeissa	Kuntia, joissa on elokuvateatteri		Istumapaikkoja	Näytännöt	Elokuviissa käyntejä	Käyntejä asukasta kohti	Pääsylippujen tuotot	Elokuvalipun keskihinta
	Kpl	Kpl	%	Kpl	%	1 000 kpl	1 000 kpl	Milj. Kpl	Kpl	Mmk	Mk
1980	317	352	70,7	177	38,1	93,7	163,8	9,9	2,1	133	13,4
1981	312	362	68,2	176	38,2	93,0	176,5	9,4	2,0	141	15,0
1982	305	357	73,4	178	38,6	93,7	163,9	9,1	1,9	149	16,4
1983	318	368	71,2	181	39,3	89,2	167,1	9,1	1,9	173	19,0
1984	312	370	68,6	180	39,0	88,6	167,7	7,6	1,6	167	22,0
1985	305	378	69,0	184	39,9	88,2	164,6	6,7	1,4	165	24,6
1986	271	344	71,2	187	40,6	87,1	156,4	6,3	1,3	156	24,7
1987	256	328	69,8	182	39,5	74,3	144,1	6,5	1,3	136	20,9
1988	261	344	73,5	183	39,7	69,8	152,6	6,7	1,4	152	22,7
1989	262	344	75,6	177	38,7	66,6	150,3	7,2	1,5	187	25,9
1990	264	340	70,6	188	40,9	66,3	148,5	6,2	1,3	182	29,4
1991	252	333	73,3	187	40,7	63,0	135,3	6,0	1,2	184	30,6
1992	246	330	73,9	178	38,7	60,7	132,0	5,4	1,1	174	32,3

Lähde: STV; Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot.

Kuvio 6.3
Elokvien ensi-illat valmistusmaittain 1992



6.3 Elokuviens ensi-illat valmistusmaittain 1980 – 1992

Vuosi	Elokuviens tuotantomaa									
	Suomi*		Skandinavian maat		Iso-Britannia		Italia		NL/Venäjä	
		%		%		%		%		%
1980	8	3,4	10	4,2	21	8,9	18	7,6	8	3,4
1981	10	3,9	9	3,5	19	7,4	5	1,9	17	6,6
1982	17	7,9	6	2,8	14	6,5	4	1,9	13	6,1
1983	14	6,3	8	3,6	18	8,0	10	4,5	15	6,7
1984	20	9,0	4	1,8	20	9,0	7	3,2	15	6,8
1985	15	6,7	6	2,7	18	8,0	7	3,1	11	4,9
1986	29	12,7	10	4,4	15	6,6	4	1,8	14	6,1
1987	17	8,7	8	4,1	13	6,7	8	4,1	18	9,2
1988	16	9,0	9	5,1	9	5,1	3	1,7	7	4,0
1989	15	9,1	4	2,4	6	3,6	5	3,0	5	3,0
1990	15	9,0	9	5,4	6	3,6	0	–	6	3,6
1991	16	9,5	8	4,7	2	1,2	2	1,2	1	0,6
1992	16	11,4	9	6,4	1	0,7	6	4,3	–	–

6.3 Jatkuu

Vuosi	Elokuviens tuotantomaa									
	Ranska		Saksa		USA		Muut		Yhteensä	
		%		%		%		%		%
1980	5	2,1	5	2,1	111	47,0	50	21,2	236	100,0
1981	11	4,3	12	4,7	110	42,6	65	25,2	258	100,0
1982	8	3,7	11	5,1	104	48,6	37	17,3	214	100,0
1983	8	3,6	5	2,2	103	46,0	43	19,2	224	100,0
1984	12	5,4	3	1,4	116	52,3	25	11,3	222	100,0
1985	10	4,5	4	1,8	126	56,3	27	12,1	224	100,0
1986	13	5,7	2	0,9	117	51,1	25	10,9	229	100,0
1987	8	4,1	2	1,0	112	57,4	9	4,6	195	100,0
1988	10	5,6	2	1,1	110	62,1	11	6,2	177	100,0
1989	8	4,8	–	–	110	66,7	12	7,3	165	100,0
1990	10	6,0	1	0,6	110	65,9	10	6,0	167	100,0
1991	4	2,4	–	–	120	71,0	16	9,5	169	100,0
1992	8	5,7	1	0,7	92	65,7	7	5,0	140	100,0

* Sisältää myös dokumenttielokuvat ja matineaesitykset.

Lähteet: STV; Suomen elokuvasäätiö; Elokuvatilastot.

6.4 Pitkien elokuvien ensi-illat elokuvatoimistoittain vuosina 1983 – 1992

Toimisto	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	Yhteensä 1983–1992
Elokuvien lukumäärä											
Finnkino Oy	4	5	4	26	71	66	67	73	94	83	493
Warner Bros Oy	21	27	29	28	26	30	39	38	24	20	282
United Pictures	19	19	31	18	15	24	26	24	20	18	214
Kosmos-Filmi Oy	21	16	13	16	18	7	5	6	1	0	103
Adams Filmi Oy*	16	24	31	12	0	0	0	0	0	0	83
Kinosto Oy*	18	22	26	26	0	0	0	0	0	0	92
Europa Vision Oy	18	11	10	16	22	18	9	5	0	0	109
Suomi-Filmi Oy	19	21	8	3	1	0	0	0	0	0	52
Tralag Oy	9	12	10	3	1	1	0	0	0	0	36
Cine-Studio Oy	12	8	4	0	0	0	0	0	0	0	24
Gaudeamus Oy	6	5	4	7	4	4	2	5	8	5	50
Cic (UIP)	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Senso Film Oy						3	6	5	6	3	23
Walhalla Ry						3	2	4	5	5	19
Muut toimistot**	64	58	50	74	37	32	15	12	21	16	379
Yhteensä	231	228	220	229	195	188	171	172	179	150	1 963

* Adams Filmi Oy ja Kinosto Oy sekä Savoy Filmi Ab yhdistettiin vuonna 1986 Finnkino Oy:hyn. (Savoy Filmi toi maahan yhteensä 14 elokuvaa vuosina 1983 – 1986.)

** Muita elokuvan maahantuojia on esim. vuosina 1983 – 1992 ollut yhteensä yli 50.

Lähde: Suomen elokuväsäätiö: Elokuvatilastot

6.5 Kotimaisten elokuvien tuotanto yrityksittäin vuosina 1983 – 1992

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	Yhteensä 1983–1992
Villealfa Filmproductions Oy	1	1	3	1	4	2	3	3	–	1,5	19,5
Reppufilmi Oy	2	3	1	4	–	–	1	1	2	2	16
Filmituot. Spede Pasanen Oy*	1	2	2	2	2	1	–	–	–	1	11
Jörn Donner Productions Oy	–	3	–	1	2	1	–	1	–	–	8
National-Filmi Oy	1	–	–	0,5 **	–	3	1	2	–	–	7,5
Produktion Visa Mäkinen	1	2	1	1	–	–	1	–	1	–	7
Skandia Filmi Oy	–	1,5 **	–	4	2	–	–	–	–	–	7,5
Filminor Oy	–	1	–	1	1	1	0,5 **	2	2	1,5	10
Funny Films Oy	–	–	–	1	–	–	–	–	–	–	1
Sateenkaarifilmi Oy	2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	2
Oy Kinosto	1	1	–	1	–	–	–	–	–	–	3
Taideteollinen korkeakoulu	–	–	1	1	–	1	–	–	–	–	3
Kinotuotanto Oy	–	–	–	1	1	–	2	–	0,5	1	5,5
Giron-Filmi Oy	–	–	1	–	–	1	–	–	–	1	3
Elovalkia Oy	–	1	–	–	0,5 **	–	1	1	–	–	3,5
Muut valmistajat***	4	4,5	6	11,5	1,5	5	2,5	6	10,5	12	63,5
Yhteensä	13	20	15	29	14	15	12	16	16	20	170

* Myös Spede-Yhtiöt, Spede-Team Oy, Spede-Studio Oy.

** Valmistettu yhteistyössä toisen yrityksen kanssa.

*** Yhteensä 54 korkeintaan 3 elokuvaa vuosina 1983 – 1992 tuottanutta yritystä.

Lähde: Suomen elokuvasaatiö: Elokuvatilastot.

6.6 Vuosina 1980 – 1991 tarkastetut pitkät elokuvat

Vuosi	Ulkomaiset		Kotimaiset			Yhteensä**			Leikatut***Kielletyt**		
	Verotetut	Vero- vapaat*	Yhteensä	Verotetut	Vero- vapaat*	Yhteensä	Verotetut	Vero- vapaat*	Yhteensä		
1980	344	8	352	8	5	13	352	13	365	46	14
1981	412	17	429	12	1	13	424	18	442	63	22
1982	356	18	374	12	7	19	368	25	393	48	15
1983	411	16	427	17	4	21	428	20	448	42	18
1984	389	9	398	17	5	22	406	14	420	20	22
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

* Opetuselokuvia.

** Pl. kielletyt pitkät elokuvat.

*** Yhteensä pitkät ja lyhyet elokuvat.

Lähteet: Valtion elokuvatarkastamo; Suomen tilastollinen vuosikirja.

6.7 Vuosina 1980 – 1992 tarkastetut kotimaiset elokuvat

Vuosi	35 mm:n elokuvia				16 mm:n elokuvia	8 mm:n elokuvia	Video-elokuvia	Kuva-levyjä	Yhteensä	MTV:n mainos-elokuvia	Kolmos-tv:n mainos-elokuvia
	Pitkiä elokuvia*	Lyhyt-elokuvia	Mainos-elokuvia**	Elokuva-mainoksia							
1980	10	18	162	12	104	9	–	–	315	1 448	–
1981	12	19	145	14	97	15	5	–	307	1 553	–
1982	17	23	120	16	88	60	8	–	332	1 496	–
1983	16	18	88	16	107	24	12	–	281	1 559	–
1984	23	21	89	20	57	20	57	–	287	1 817	–
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

* Sisältää pitkien näytelmäelokuvien lisäksi pitkät dokumenttielokuvat.

** Elokuvatteatterissa esitetyt.

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot.

6.8 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat vuosina 1982 – 1992

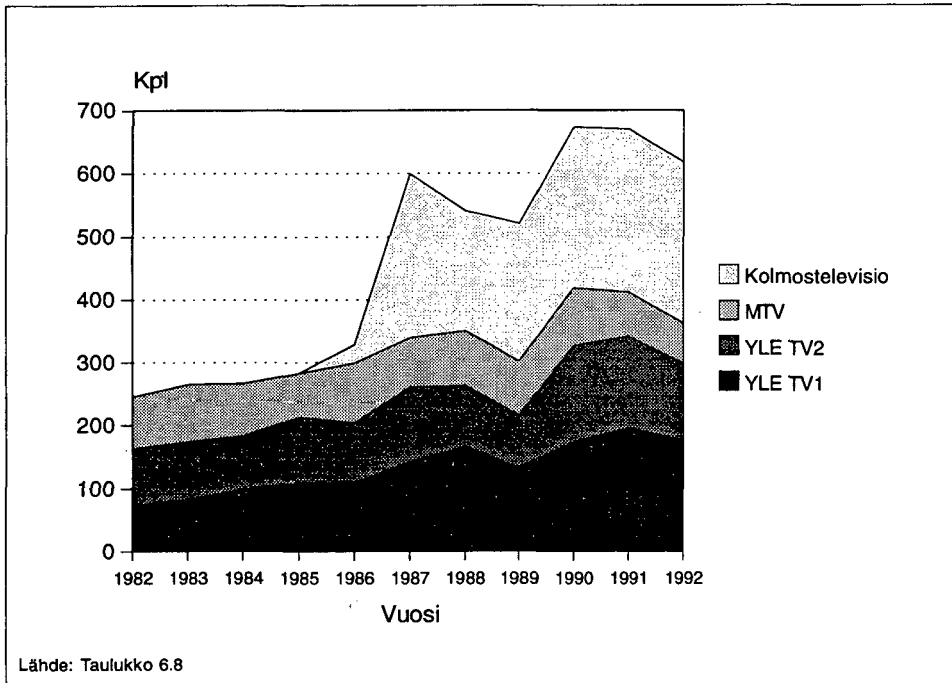
	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	Kotimaisten %-osuus vuonna 1992
TV1*	73	83	99	109	109	143	166	133	174	196	176	22
TV2*	90	91	84	104	95	118	97	83	153	146	122	45
MTV	83	91	84	70	95	79	88	86	92	70	65	5
Kolmostelevisio	–	–	–	–	30	260	190	219	254	258	255	0
Yhteensä	246	265	267	283	329	600	541	521	673	670	618	16

* TV1:n ja TV2:n tiedot 1982–1991 ovat 1.6 alkavilta tilikausilta. Vuodesta 1992 tilastokausi on kalenterivuosi.

** Kolmostelevisio aloitti lähetykset vuoden 1986 lopulla. Vuoden 1986 luku sisältää joulukuussa esitetyt elokuvat.

Lähteet: Oy Yleisradio Ab; MTV Oy; OY Kolmostelevisio Ab.

Kuvio 6.4
Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1982–1992



6.9 Suurimmat elokuvateatteriapaikkakunnat vuonna 1992

Elokuvateatteri- paikkakunta	Elokuva- teattereita	Elokuviissa käyntejä	Osuus kaikista elokuviissa käynneistä	Käyntejä asukasta kohti	Osuus liikevaihdosta
		1 000 kpl	%		%
Helsinki	44	1 998	37,0	4,0	38,0
Tampere	15	405	7,5	2,3	7,7
Turku	13	379	7,0	2,4	7,2
Oulu	12	218	4,0	2,1	4,1
Jyväskylä	5	170	3,1	2,5	3,2
Lahti	6	139	2,6	1,5	2,6
Kuopio	6	134	2,5	1,6	2,5
Vaasa	6	96	1,8	1,8	1,9
Pori	5	97	1,8	1,3	1,8
Lappeenranta	5	87	1,6	1,6	1,6
Yhteensä	117	3 723	68,9		70,6
Koko maa	330	5 400	100,0	1,1	100,0

Lähde: Suomen elokuväsäätiö; Elokuvatilastot.

6.10 Kymmenen suosituimman kotimaisen ja ulkomaisen elokuvan osuudet kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista vuosina 1982 – 1992

	Osuus kokonais- katsojamäärästä	Osuus pääsylipputuotoista
	%	%
1982		
10 suosituinta kotimaista	14,5	..
10 suosituinta ulkomaista	15,7	..
1984		
10 suosituinta kotimaista	17,9	..
10 suosituinta ulkomaista	22,0	..
1986		
10 suosituinta kotimaista	21,4	..
10 suosituinta ulkomaista	29,4	..
1987		
10 suosituinta kotimaista	12,6	13,1
10 suosituinta ulkomaista	31,9	34,1
1988		
10 suosituinta kotimaista	10,8	11,5
10 suosituinta ulkomaista	31,2	34,1
1989		
10 suosituinta kotimaista	7,0	9,2
10 suosituinta ulkomaista	39,8	40,7
1990		
10 suosituinta kotimaista	13,1	14,3
10 suosituinta ulkomaista	29,7	31,0
1991		
10 suosituinta kotimaista	12,0	10,6
10 suosituinta ulkomaista	31,8	33,7
1992		
10 suosituinta kotimaista	10,5	10,0
10 suosituinta ulkomaista	31,0	32,1

Lähde: Suomen elokuväsäätiö; Elokuvatilastot.

6.11 Vuoden 1992 suosituimmat elokuvat

	Ensi-ilta	Katsojia	Pääsylipputuotto 1 000 mk
Kotimaiset elokuvat			
Uuno Turhapuro Suomen Tasavallan...	1992	281 847	8 743
Vääpeli Körmy ja Etelän Hetelmät	1992	104 272	3 284
Veturimiehet heiluttaa	1992	55 503	1 826
Boheemielämää	1992	41 651	1 346
Kaivo	1992	24 699	847
Rölli – hirmuisia kertomuksia	1991	16 743	367
Vääpeli Körmy ja vetenalaiset vehkeet	1991	15 314	378
Pilkkuja ja pikkuhousuja	1992	10 451	356
Uppo Nalle	1991	10 170	162
Zombie ja kummitusjuna	1991	4 522	127
Yhteensä		565 172	17 436
Osuus kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista vuonna 1992 (%)		10,5	10,0
Ulkomaiset elokuvat			
Basic instinct – Vaiston varassa	1992	212 213	7 254
Tappava ase 3	1992	211 330	7 262
Beethoven	1992	191 583	5 958
Cape fear	1992	190 204	5 955
Hook – kapteeni koukku	1992	173 670	5 923
Wayne's world	1992	156 368	5 151
Vuorvetten prinssi	1992	147 961	4 735
J.F.K. Avoin tapaus	1992	140 565	5 089
Kaukainen maa	1992	127 117	4 432
Yksin kotona 2	1992	120 946	4 160
Yhteensä		1 671 957	55 919
Osuus kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista vuonna 1992 (%)		31,0	32,1

Lähde: Suomen elokuvasäätiö: Elokuvatilastot 1991.

6.12 Elokuissa käyminen 6 kk aikana vuosina 1981 ja 1991

	On käynyt	Ei ole käynyt	Yhteensä		On käynyt	Ei ole käynyt	Yhteensä
10 vuotta täyttäneet:				Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia,ikä alle 45 vuotta)			
Kaikki yhteensä				1981	59	40	100
1981	41	57	100	1991	60	40	100
1991	35	65	100	Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ vuotta)			
Naiset				1981	11	85	100
1981	38	60	100	1991	9	91	100
1991	35	65	100	Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45 vuotta)			
Miehet				1981	62	37	100
1981	44	54	100	1991	57	43	100
1991	35	55	100	Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ vuotta)			
Ikä				1981	9	87	100
10-14-vuotta				1991	8	92	100
1981	63	34	100	Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 0-6 v.)			
1991	62	38	100	1981	35	64	100
15-24-vuotta				1991	30	70	100
1981	83	15	100	Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 7-17 v.)			
1991	81	19	100	1981	36	64	100
25-44-vuotta				1991	30	70	100
1981	43	56	100	Yksinhuoltaja (alle 18-v. lapsia)			
1991	40	60	100	1981	49	51	100
45-64-vuotta				1991	42	58	100
1981	14	83	100	Kuntamuoto			
1991	14	86	100	Kaupungit			
65-vuotta				1981	45	54	100
1981	6	89	100	1991	38	62	100
1991	4	96	100	Muut kunnat			
15 vuotta täyttäneet:				1981	29	67	100
Elinvaihe				1991	26	74	100
Vanhempien kotona asuva naimaton (ikä 10-30 vuotta,ei lapsia)							
1981	84	14	100				
1991	82	18	100				

Lähde: Vapaa-aika numeroina 1. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:1. Tilastokeskus, Helsinki 1993

7 Kirjat ja kirjastot

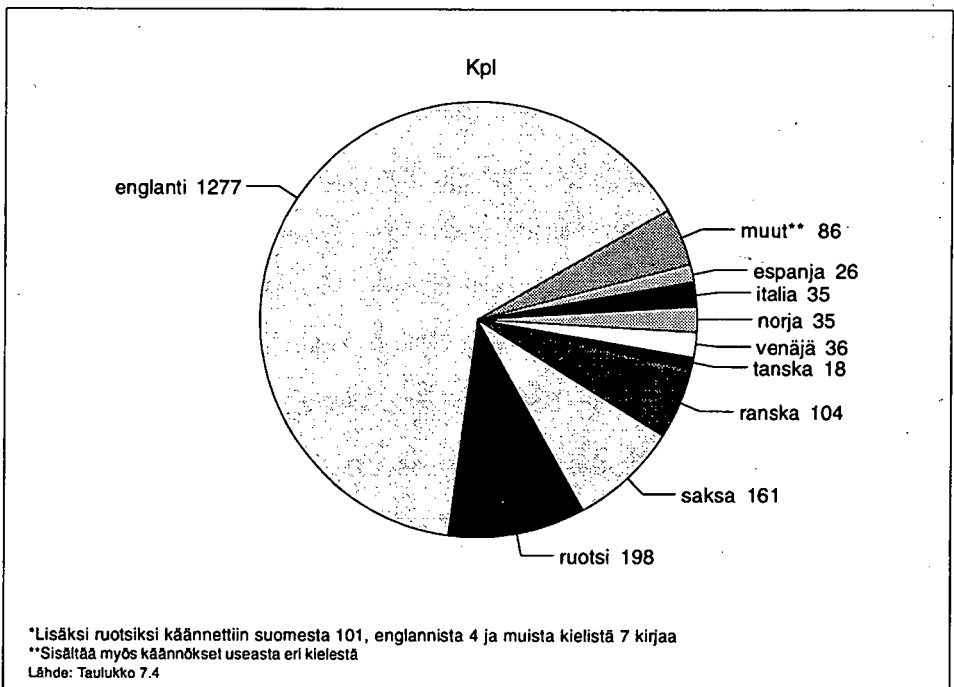
Kirjat

1980-luvun loppuvuosista lähtien Suomessa julkaistuja kirjanimikkeitä on vuosittain ollut yli 10 000. Nimikkeistä valtaosa on tietokirjallisuutta. Aivan 1980-luvun lopulla kaunokirjallisuuden osuus alkoi kuitenkin hieman kasvaa. Vuonna 1991 kaunokirjallisuuden osuus oli Suomen kansallisbibliografian tietojen mukaan 17 prosenttia (1923 nimikettä) kaikista julkaistuista kirjoista (11 208 nimikettä). (Taulukko 7.2.)

Kotimaisen kirjallisuuden osuus nimikkeistä on hitaasti laskenut 80-luvun puolivälistä lähtien. Vuonna 1991 osuus oli 65 prosenttia. Käännöskirjojen osuus on samaan aikaan kasvanut noin kymmenestä lähes kahteenkymmenen prosenttiin. Suomessa julkaistaan runsaasti kirjallisuutta myös muilla kuin kotimaisilla kielillä. Vuonna 1991 jo 16 prosenttia (yli 1800 kirjaa) julkaistuista nimikkeistä oli muunkielisiä kirjoja. Niitä julkaistaan eniten luonnontieteiden, tekniikan, politiikan ja kansantalouden, lääketieteen ja kielitieteen aloilta. (Taulukot 7.1 & 7.3.)

Kuvio 7.1

Julkaistun käännöskirjallisuuden nimikkeet alkuperäkielen mukaan 1991



Englanninkielistä kirjallisuutta käännetään suomeksi selvästi eniten. Osuus on 80-luvun alusta lähtien jonkin verran vaihdellut mutta se ei ole laskenut kertaakaan alle puoleen käännöksistä. Vuonna 1991 osuus oli jo 65 prosenttia. (Kuvio 7.1.)

Edellä esitetyissä luvuissa ovat mukana kaikki Suomessa painetut Unescon suosituksen mukaisen kirjan määritelmän täyttävät julkaisut. Mukana ovat varsinaisten kustannusyrietysten lisäksi mm. yliopistojen ja tutkimuslaitosten julkaisusarjat, julkaisu- toimintaa harjoittavat valtion laitokset, kunnat, järjestöt ja omakustanteet. Mukana ovat myös nk. pienpainatteet (5 – 48-sivuiset julkaisut).

Kaikkiaan Suomessa arvioidaan olevan 500 – 600 jonkinlaista kustannustoimintaa harjoittavaa yhteisöä (ks. esim. Kansallisbibliografian kustantajaluettelo). Varsinaisia kirjankustannusyrietyksiä edustaa Suomen Kustannusyhdistyys. Siihen kuului 60 jäsentä vuonna 1992.

Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenyrietykset julkaisevat noin puolet kirjojen vuosittaisesta kokonaisnimikemäärästä. Vuonna 1992 karkeasti ottaen kolmannes SKY:n jäsenyrietysten julkaisemista nimikkeistä oli kaunokirjallisuutta (siitä noin puolet lasten- ja nuortenkirjoja), toinen kolmannes oli koulu- ja oppikirjoja ja jäljelle jäävä kolmannes tietokirjoja ja suurteoksia. (Taulukko 7.5.)

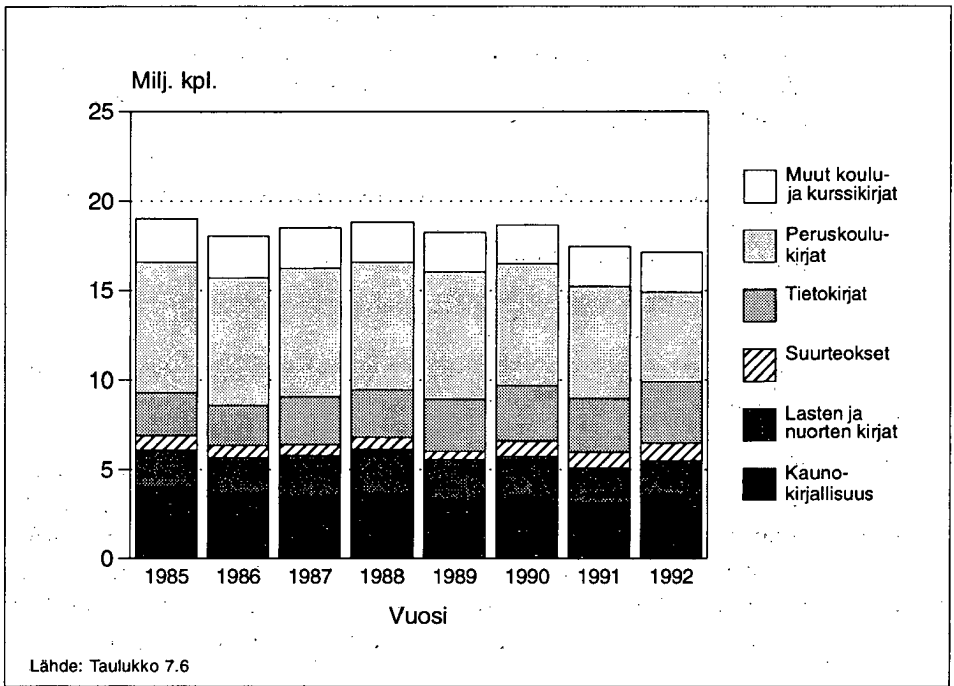
Suomen kirjankustantamot on perinteisesti jaettu kahteen ryhmään: pääkustantajiin ja julkaisuprofiililtaan eriytyneempiin pienkustantajiin. Sen jälkeen kun Weilin+Göös vuonna 1979 osti Kustannusosakeyhtiö Valistuksen, on pääkustantajien ryhmään laskettu yleensä seuraavat seitsemän suurta ja keskisuurta yleiskustantajaa: Gummerus, Karisto, Kirjayhtymä, Otava, Tammi, Weilin+Göös ja WSOY.

Pääkustantajien osuus Kustannusyhdistyksen jäsenten nimiketuotannosta oli noin 60 prosenttia ja sekä marka- että kappalemääräisestä myynnistä noin 70 prosenttia vuonna 1992 (taulukot 7.6 & 7.7). Kappalemääräisestä myynnistä noin 40 prosenttia oli koulu- ja oppikirjoja. Koulujen säästötoimet ovat supistaneet koulukirjojen osuutta pääkustantajien myynnissä. Muiden tietokirjojen ja suurteosten osuus oli neljännes ja loput kolmisenkymmentä prosenttia kappalemyyntistä oli kaunokirjallisuutta.

Erikoiskustantajien määrä ja niiden julkaisemien kirjojen osuus kirjamarkkinoista on kuitenkin kasvanut. Suomen Kustannusyhdistyksen kirjamyynitilastojen mukaan erikoiskustantamojen osuus kasvoi noin 15 prosentista lähes kolmannekseen vuodesta 1981 vuoteen 1992. Erikoiskustantajien näkyvyys kirjamarkkinoilla onkin selvästi kasvanut sitten 1980-luvun alun. (Taulukko 7.8.) – Kasvun nopeutta arvioitaessa on kuitenkin huomattava, että

Kuvio 7.2

Pääkustantajien kirjojen kappalemääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin 1985 – 1992



aikaisempina vuosina myyntitilaston peittävyys pienkustantajien kohdalla oli nykyistä jonkin verran huonompi, joten niiden markkinaosuus on aiempina-kin vuosina ollut tilaston näyttämää suurempi.

1990-luvun alkuvuosina noin puolet kirjoista on myyty kirjakauppojen ja kirjatukkuliikkeiden kautta. Osuus on 80-lukuun verrattuna laskenut kymmenkunta prosenttiyksikköä. Tilastokeskuksen yritysrekisterin tietojen mukaan Suomessa oli 462 kirjakauppaa (tavaratalojen kirjaosastot eivät sisälly lukuun) ja 218 antikvariaattia vuonna 1991. (Taulukot 7.9 & 7.10.)

Kirjakerhomyynti, josta vain osa sisältyy Kustannusyhdistyksen myyntitilastoihin, on myös tärkeä kirjojen myyntikanava. Vaikka kotimaisten kirjakerhojen määrä on 1980-luvun alusta pudonnut lähes paristakymmenestä kuteen, myydään niiden kautta silti esitettyjen arvioiden mukaan noin viidesosa yleisestä kirjallisuudesta. Kirjakerhot ovat lähinnä suurimpien kustantajien omistuksessa. (Taulukko 7.11.).

Myös suurteosten ja kirjasarjojen osamaksumyynti on Suomessa perinteisesti merkittävä kirjojen myyntikanava. Sen osuus kohosi jopa lähes neljännekseen pääkustantajien markkamääräisestä myynnistä vuonna 1992. (Taulukko 7.7.)

Kirjastot

Yleisillä kirjastoilla oli kaikkiaan noin 1 350 toimipistettä vuonna 1992. Luvussa ovat mukana kuntien yleisten kirjastojen pääkirjastot, sivukirjastot, laitoskirjastot ja kirjastoautot tai -veneet. Määrä on vähentynyt huomattavasti. Vuonna 1980 toimipisteitä oli noin 1800. Erityisesti sivukirjastojen määrä on vähentynyt. (Taulukko 7.12.)

Kirjastojen toimipisteiden määrä on vähentynyt, mutta kirjavarat ovat karttuneet. Vuonna 1992 kirjastojen kokoelmissa oli 36 miljoonaa kirjaa. Asukasta kohden tämä tekee 7 nidettä. (Taulukko 7.13.)

Lainaaajien osuus väestöstä laski 80-luvun lopussa mutta on viime vuosina kasvanut uusiin ennätyslukuihin. Vuonna 1992 väestöstä 48 prosenttia lainasi kirjoja yleisistä kirjastoista. (Taulukko 7.13.)

Kotilainojen määrissä kehitys on kulkenut samansuuntaisesti. Kotilainojen määrä jokaista asukasta kohti vuonna 1992 oli 19 nidettä. Lainaajaa kohden luku oli keskimäärin 40 kirjaa. Kirjalainoista oli 40 prosenttia lastenkirjoja, 35 prosenttia aikuisten kaunokirjallisuutta ja 25 prosenttia aikuisten tietokirjallisuutta. Parin viime vuoden aikana lastenkirjojen osuus lainoista on selvästi vähentynyt ja aikuisten tietokirjojen osuus kasvanut. (Taulukko 7.14.)

Yleiset kirjastot käyttivät kirjahankintoihin noin 156 mmk vuonna 1992. Kirjojen hankintamäärärahat ovat viime vuosina supistuneet. (Ks. luvun 9 taulukko 6.) Tämä vaikeuttaa vähälevikkisen kirjallisuuden myyntiä, koska kirjastot ovat sille tärkeä ostajaryhmä.

Vuonna 1992 yleisissä kirjastoissa työskenteli noin 1 700 kirjastonhoitajaa. Muuta henkilöstöä oli noin 2 000.

Tilastointi

Suomessa julkaistujen kirjanimikkeiden tilastoinnista on vuodesta 1954 lähtien vastannut Helsingin yliopiston kirjasto, jolle kirjapainot ja julkaisijat toimittavat vapaakappaleet julkaisemistaan kirjoista. Tilastojen luotettavuutta haittasi aiemmin (erityisesti 1970-luvulla) se, ettei luettelointia aina ehditty suorittaa kokonaisuudessaan vuosittain. Luokituksessa noudatetaan Unescon suosituksia kirjojen tilastoinnista.

Varsinaisia kirjankustannusyhtiöitä edustava Suomen Kustannusyhdistys laatii vuosittain tilastot jäsenkustantajensa tuotannosta. Tiedot kattavat mm. jäsenten nimiketuotannon sekä kappale- ja markkamääräisen myynnin kirjallisuusryhmittäin. Tiedot esitetään erikseen pääkustantajista, ruotsinkielisistä kustantajista ja kaikista kustantajista. Pääkustantajien tiedot ovat läpi vuosien olleet kattavia, mutta muita pienempiä kustantajia koskevien tietojen laatu ja kattavuus on vaihdellut.

Kirjojen kustantamista ja myyntiä koskevia toimialakohtaisia tietoja on myös Tilastokeskuksen teollisuustilastossa, tukku- ja vähittäiskaupan myyntitilastossa ja Suomen yritykset -vuosikirjassa.

Tiedot yleisten kirjastojen toimintayksiköistä, kirjastoaineistosta, lainaus- ja muusta toiminnasta sekä henkilökunnasta sisältyvät Tilastotietoja yleisistä kirjastoista -vuositilastoihin. Vuoteen 1988 asti julkaisu laadittiin kouluhallituksessa. Vuodesta 1989 sen laadinnasta on vastannut opetusministeriön kulttuuriosasto.

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.

Niemi, Juhani: Kirjallisuus instituutiona. SKS, Helsinki 1991.

Tilastotietoja yleisistä kirjastoista. Kouluhallitus, kirjastotoimisto (-1988)/Opetusministeriö, kulttuuriosasto (1989-). Moniste (eri vuosina).

Uusitalo, Liisa: Kirjojen kustantamisen rakenne Suomessa. Teoksessa Joukkoviestintätilasto. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1989: 3. Tilastokeskus, Helsinki 1989.

- Uusitalo, Liisa & Lassila, Juha: Vanhojen kirjojen kenttä. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 7. Jyväskylä 1988.
- Vakkari, Pertti: Kirjastolaitos. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen viestintäjärjestelmä. Weilin+Göös, Helsinki 1990.
- Vapaa-aika numeroina 2: kirjojen ja lehtien lukeminen, kirjastossa käyminen. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 4. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

7.1 Suomessa julkaistu kirjallisuus vuosina 1980 – 1991 (nimikkeiden kokonaismäärä)*

Vuosi	Kotimainen kirjallisuus				Käännöskirjallisuus				Muunkieliset teokset		Yhteensä		Näistä ensipainoksia
	Suomen-kielinen** Kpl	Ruotsin-kielinen	Yhteensä	% kaikista	Suomen-noksia	Ruotsin-noksia	Yhteensä	% kaikista	Yhteensä	% kaikista	Kpl	%	
1980	4 387	342	4 729	72,6	959	56	1 015	15,6	767	11,8	6 511	100,0	6 294
1981***	5 578	475	6 053	73,6	1 155	68	1 223	14,9	951	11,6	8 227	100,0	8 008
1982	5 040	449	5 489	73,8	884	65	949	12,8	998	13,4	7 436	100,0	7 213
1983	5 881	526	6 407	74,6	874	85	959	11,2	1 228	14,3	8 594	100,0	8 264
1984	5 892	511	6 403	74,8	892	83	975	11,4	1 185	13,8	8 563	100,0	8 098
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

* Tilastointi perustuu kansallisbibliografian Suomen kirjallisuus alan mukaisen osaston aineistoon. Tilastoinnissa on noudatettu Unescon suositusta ks. Unescon tilastollinen vuosikirja. Myös pienpainatetut (5-48 sivua) sisältyvät lukuihin.

** Sisältää myös kaksi- ja useampikieliset kirjat.

*** Uuden vapaakappalelain ja tehostetun tiedotuksen takia saatiin ja luettelotiin paljon edellisten vuosien taannehtivaa materiaalia.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto.

7.2 Tieto- ja kaunokirjallisuuden sekä koulukirjojen ja lastenkirjojen kokonaisnimiketuotanto vuosina 1980 – 1991*

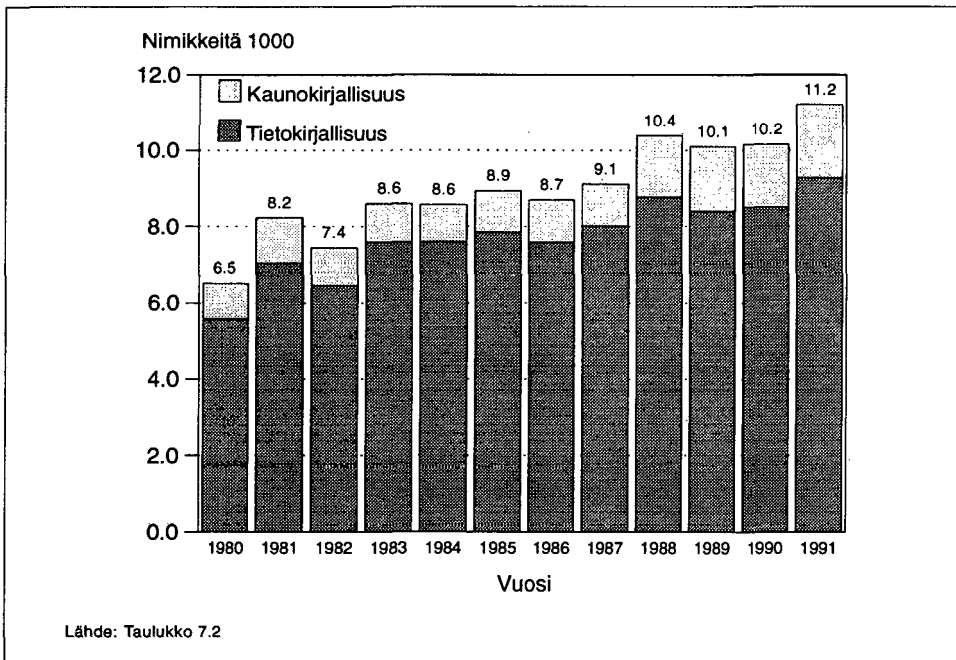
Vuosi	Tietokirjallisuus		Kaunokirjallisuus**		Yhteensä		Tästä			
	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Koulukirjoja		Lastenkirjoja	
							Kpl	%	Kpl	%
1980	5 590	85,9	921	14,1	6 511	100,0	531	8,2	228	3,5
1981	7 049	85,7	1 178	14,3	8 227	100,0	575	7,0	403	4,9
1982	6 454	86,8	982	13,2	7 436	100,0	450	6,1	118	1,6
1983	7 604	88,5	990	11,5	8 594	100,0	542	6,3	254	3,0
1984	7 610	88,9	953	11,1	8 563	100,0	670	7,8	318	3,7
1985	7 847	87,9	1 083	12,1	8 930	100,0	692	7,7	290	3,2
1986	7 588	87,3	1 106	12,7	8 694	100,0	631	7,3	268	3,1
1987	8 021	88,1	1 085	11,9	9 106	100,0	638	7,0	353	3,9
1988	8 777	84,5	1 609	15,5	10 386	100,0	760	7,3	579	5,6
1989	8 395	83,1	1 702	16,9	10 097	100,0	600	5,9	583	5,8
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

* Tilastointi perustuu kansallisbibliografian Suomen kirjallisuus alanmukaisen osaston aineistoon. Tilastoinnissa on noudatettu Unescon suositusta, ks. Unescon tilastollinen vuosikirja. Pienpainatteet (5-48 sivua) sisältyvät lukuihin.

** Kaunokirjallisuus sisältää proosan, lasten- ja nuortenkirjallisuuden sekä runouden.

Lähteet: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto; Suomen tilastollinen vuosikirja.

Kuvio 7.3
Kirjallisuuden kokonaisnimiketuotanto 1980 – 1991



7.3 Suomessa julkaistu kirjallisuus (nimikkeiden kokonaismäärä) lajeittain vuosina 1980 – 1991*

Kirjallisuuden laji	1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1991	Tästä		
									%	Suomen- kielisiä	Ruotsin- kielisiä	Muun kielisiä
Yleisteokset	297	329	325	384	361	397	307	335	3,0	271	26	38
Filosofia, psykologia	165	191	176	188	156	165	165	189	1,7	161	7	21
Uskonto	365	360	333	342	382	326	286	339	3,0	299	22	18
Sosiologia, tilasto	212	233	211	215	194	196	176	219	2,0	165	16	38
Politiikka, kansantalous	564	795	766	807	938	949	776	943	8,4	656	51	236
Oikeus, julkinen hallinto	447	625	582	626	771	727	735	813	7,3	733	42	38
Sotataito ja -tiede	69	61	56	50	65	76	68	94	0,8	81	8	5
Kasvatus	381	533	429	463	597	633	539	617	5,5	526	36	55
Kansatiede, kansanrunous	76	98	78	87	72	77	65	80	0,7	56	7	17
Kielitiede	264	347	316	319	324	310	219	394	3,5	176	67	151
Matematiikka	180	257	219	202	215	208	840	241	2,2	117	8	116
Luonnontieteet	507	683	577	744	710	695	422	905	8,1	512	27	366
Lääketiede	351	415	396	471	490	520	1 041	524	4,7	329	18	177
Insinööritieteet, tekniikka, teollisuus	614	1 053	1 236	1 131	1 247	1 205	297	1 113	9,9	822	26	265
Maa- ja metsätalous	204	433	372	404	391	335	117	374	3,3	326	14	34
Kotitalous	83	121	98	103	114	118	453	111	1,0	107	3	1
Liiketalous, liikenne	217	403	461	453	507	499	544	538	4,8	413	35	90
Arkkitehtuuri, taide	198	330	326	392	404	438	115	625	5,6	550	25	50
Pelit, urheilu	54	98	75	102	124	105	368	129	1,2	121	6	2
Kirjallisuuden historia	35	46	58	56	68	70	59	56	0,5	38	6	12
Kaunokirjallisuus	921	1 083	1 106	1 085	1 609	1 392	1 648	1 923	17,2	1 764	115	44
Maantiede, matkailu	79	111	84	92	115	118	87	110	1,0	87	6	17
Historia, elämäkerrat	228	325	414	390	532	538	472	536	4,8	450	66	20
Luokittelematta**	—	—	—	—	—	—	354	—	—	—	—	—
Yhteensä	6 511	8 930	8 694	9 106	10 386	10 097	10 153	11 208	100	8 760	637	1 811

* Sisältää myös nk. pienpainatteet.

** Vuodesta 1990 tiedot tuotettu Fennica CD-ROM levyllä. Vuoden 1990 levyllä 354 nimikettä, joiden luokitus puuttuu.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto.

7.4 Suomessa julkaistu käännöskirjallisuus alkuperäiskielen mukaan vuosina 1981 – 1991

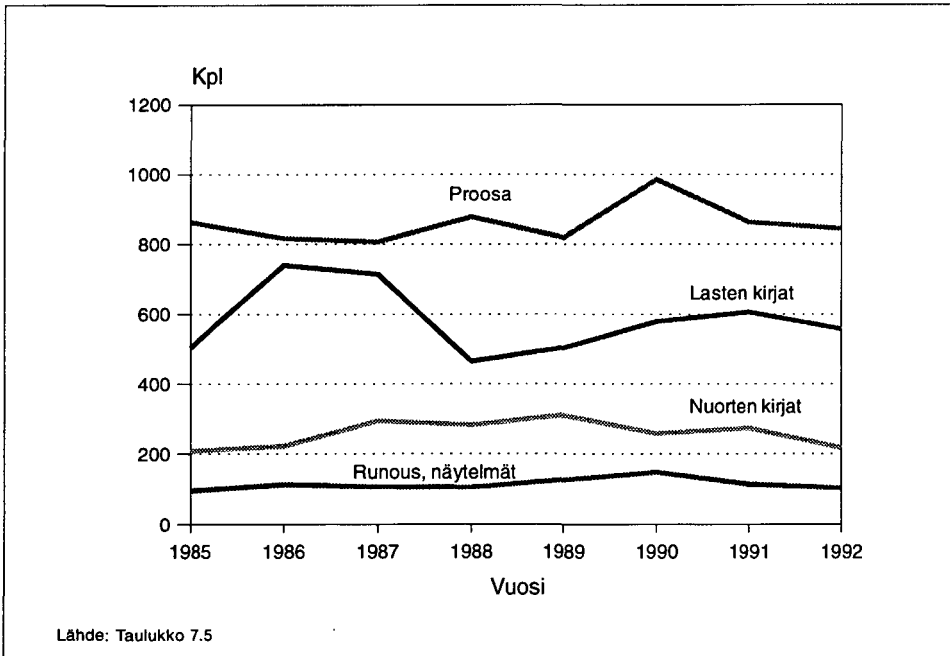
Alkuperäis- kieli	1981		1985		1986		1987		1988		1989		1990		1991	
	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%
Käännökset suomen kielelle																
Englanti	612	53,0	520	57,4	554	55,6	557	57,4	859	58,9	795	56,0	940	60,1	1 277	64,6
Ruotsi	165	14,3	124	13,7	153	15,4	149	15,3	186	12,8	216	15,2	184	11,8	198	10,0
Saksa	103	8,9	96	10,6	96	9,6	74	7,6	117	8,0	147	10,4	128	8,2	161	8,1
Ranska	68	5,9	43	4,7	49	4,9	61	6,3	68	4,7	63	4,4	92	5,9	104	5,3
Tanska	28	2,4	10	1,1	10	1,0	26	2,7	20	1,4	21	1,5	30	1,9	18	0,9
Venäjä	50	4,3	26	2,9	32	3,2	22	2,3	60	4,1	51	3,6	40	2,6	36	1,8
Norja	31	2,7	22	2,4	21	2,1	13	1,3	20	1,4	16	1,1	34	2,2	35	1,8
Italia	17	1,5	11	1,2	9	0,9	16	1,6	27	1,9	28	2,0	28	1,8	35	1,8
Espanja	9	0,8	6	0,7	7	0,7	8	0,8	17	1,2	20	1,4	20	1,3	26	1,3
Muut*	72	6,2	48	5,3	65	6,5	45	4,6	84	5,8	63	4,4	67	4,3	86	4,4
Yhteensä	1 155	100,0	906	100,0	996	100,0	971	100,0	1 458	100,0	1 420	100,0	1 563	100,0	1 976	100,0
Käännökset ruotsin kielelle																
Suomi	63	92,6	86	96,6	89	91,8	68	87,2	124	92,5	101	94,4	103	92,8	101	90,2
Englanti	1	1,5	2	2,2	1	1,0	4	5,1	3	2,2	3	2,8	2	1,8	4	3,6
Muut*	4	5,9	1	1,1	7	7,2	6	7,7	7	5,2	3	2,8	6	5,4	7	6,3
Yhteensä	68	100,0	89	100,0	97	100,0	78	100,0	134	100,0	107	100,0	111	100,0	112	100,0

* Sisältää myös käännökset useasta eri kielestä.

Lähde: Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto.

Kuvio 7.4

Kaunokirjallisuuden nimiketuotanto kirjallisuuslajeittain 1985 – 1992



7.5 Kirjojen nimiketuotanto kirjallisuuslajeittain vuosina 1985 – 1992*

Kirjallisuuden laji	1985		1986		1987		1988		1989		1990		1991		1992	
	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%
Kotimainen kauno- kirjallisuus																
Proosa	392	7,9	312	5,8	337	6,1	332	6,2	330	5,9	365	6,0	383	6,8	319	6,1
Lasten kirjat	141	2,8	177	3,3	140	2,5	138	2,6	154	2,8	164	2,7	157	2,8	168	3,2
Nuorten kirjat	83	1,7	78	1,5	131	2,4	91	1,7	128	2,3	118	2,0	134	2,4	97	1,8
Käännetty kaunokirjallisuus																
Proosa	471	9,4	505	9,4	470	8,5	546	10,2	489	8,8	621	10,3	480	8,5	525	10,0
Lasten kirjat	362	7,3	563	10,5	574	10,4	326	6,1	348	6,3	415	6,9	449	7,9	389	7,4
Nuorten kirjat	125	2,5	144	2,7	163	3,0	191	3,6	182	3,3	140	2,3	140	2,5	120	2,3
Runous, näytelmät																
	95	1,9	113	2,1	106	1,9	105	2,0	126	2,3	148	2,5	114	2,0	103	2,0
Tietokirjat																
Suurteokset	1 371	27,5	1 465	27,4	1 536	27,9	1 606	30,0	1 632	29,3	1 832	30,4	1 653	29,2	1 655	31,4
	52	1,0	65	1,2	89	1,6	79	1,5	92	1,7	138	2,3	160	2,8	140	2,7
Peruskoulukirjat																
Muut koulukirjat	1 063	21,3	1 054	19,7	1 000	18,1	1 066	19,9	1 079	19,4	1 049	17,4	1 102	19,4	795	15,1
	834	16,7	877	16,4	966	17,5	867	16,2	1 001	18,0	1 044	17,3	897	15,8	954	18,1
Yhteensä	4 989	100,0	5 353	100,0	5 512	100,0	5 347	100,0	5 561	100,0	6 034	100,0	5 669	100,0	5 265 **	100,0
Uutuuskien osuus nimike- tuotannosta %																
	53,2		56,2		53,9		57,5		50,2		51,6		52,2		54,6	

* Suomen Kustannusyhdistyksen tiedusteluun osallistuneiden jäsenkustantajien tuotanto. Jäsenkustantajien lukumäärä on vaihdellut. Vuona 1992 tiedusteluun osallistui 59 Suomen Kustannusyhdistyksen 60 jäsenkustantajasta.

** Niistä ensipainoksia 2878 ja uusia painoksia 2387 vuonna 1992.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys ry/ Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos: Kirjojen tuotantotilasto. Eri vuosina.

7.6 Kirjojen kappalemääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin vuosina 1980 – 1992*

Kirjallisuusryhmä	1980		1985		1986	1987	1988	1989	1990		1991		1992	
	1 000 kpl	%	1 000 kpl	%		1 000 kpl			1 000 kpl	%	1 000 kpl	%	1 000 kpl	%
Pääkustantajat**														
Kaunokirjat	3 030	14,9	3 981	20,9	3 643	3 447	3 669	3 285	3 473	18,6	3 135	18,0	3 542	20,7
Lasten ja nuorten kirjat	2 347	11,5	2 085	11,0	1 995	2 326	2 472	2 270	2 263	12,1	1 942	11,1	1 947	11,4
Suurteokset	} 3 617	} 17,8	836	4,4	696	622	667	453	855	4,6	884	5,1	1 002	5,8
Tietokirjat			2 387	12,6	2 252	2 694	2 668	2 925	3 124	16,7	3 040	17,4	3 428	20,0
Peruskoulukirjat	8 974	44,1	7 301	38,4	7 112	7 153	7 116	7 114	6 791	36,4	6 231	35,7	4 989	29,1
Muut koulu- ja kurssikirjat	2 392	11,7	2 416	12,7	2 348	2 282	2 235	2 216	2 158	11,6	2 226	12,8	2 232	13,0
Pääkustantajat yhteensä	20 359	100,0	19 006	100,0	18 046	18 524	18 827	18 263	18 664	100,0	17 458	100,0	17 140	100,0
Muut kustantajat yhteensä	2 835	12,2	1 487	7,3	3 533	4 028	4 424	3 706	6 316	25,3	5 965	25,5	6 901	28,7
Yhteensä	23 194	100,0	20 493	100,0	21 578	22 552	23 251	21 969	24 980	100,0	23 423	100,0	24 040	100,0

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

** Pääkustantajat: WSOY, Otava, Weilin+Göös, Gummerus, Tammi, Kirjayhtymä, Karisto.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys / Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos: Kirjojen tuotantotilasto, eri vuosina.

7.7 Kirjojen markkamääräinen myynti kirjallisuusryhmittäin vuosina 1980, 1985 ja 1992*

Kirjallisuus	1980		1985		1986		1987		1988	
	Milj.mk	%	Milj.mk	%	Milj.mk	%	Milj.mk	%	Milj.mk	%
Pääkustantajat**										
Kaunokirjallisuus	69,4	15,9	125,3	19,4	132,4	20,3	129,2	18,1	131,2	18,4
Lasten ja nuorten kirjat	29,4	6,7	42,2	6,5	43,1	6,6	51,9	7,3	47,2	6,6
Suurteokset	181,0	41,4	120,6	18,7	107,5	16,5	123,6	17,3	92,5	13,0
Tietokirjat			112,0	17,4	105,7	16,2	132,8	18,6	147,1	20,7
Peruskoulukirjat	42,6	9,7	79,1	12,3	83,8	12,9	86,4	12,1	90,2	12,7
Muut koulu- ja kurssikirjat	115,2	26,3	166,5	25,8	179,2	27,5	189,1	26,5	203,4	28,6
Pääkustantajat yhteensä	437,6	100,0	645,7	100,0	651,7	100,0	712,9	100,0	711,6	100,0
Muut kustantajat yhteensä	68,6	13,6	135,7	17,4	163,4	20,0	206,4	22,5	227,0	24,2
Yhteensä	506,2	100,0	781,4	100,0	815,1	100,0	919,3	100,0	938,6	100,0

7.7 jatkuu

Kirjallisuus	1989		1990		1991		1992	
	Milj.mk	%	Milj.mk	%	Milj.mk	%	Milj.mk	%
Pääkustantajat**								
Kaunokirjallisuus	134,9	17,5	148,4	16,7	133,1	15,0	136,7	15,7
Lasten ja nuorten kirjat	55,8	7,2	57,8	6,5	54,5	6,1	48,9	5,6
Suurteokset	109,2	14,2	174,7	19,7	189,3	21,3	211,5	24,3
Tietokirjat	157,4	20,4	183,2	20,7	179,5	20,2	174,6	20,1
Peruskoulukirjat	218,2	28,3	222,1	25,1	222,3	25,0	183,7	21,1
Muut koulu- ja kurssikirjat	95,9	12,4	100,3	11,3	111,4	12,5	113,3	13,0
Pääkustantajat yhteensä	771,5	100,0	886,4	100,0	890,1	100,0	868,7	100,0
Muut kustantajat yhteensä	156,0	16,8	313,7	26,1	340,0	27,6	376,1	30,2
Yhteensä	927,6	100,0	1200,0	100,0	1230,1	100,0	1 244,8	100,0

* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien ilmoittama myynti. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. Vuonna 1992 tiedusteluun osallistui 59 Suomen Kustannusyhdistyksen 60:sta jäsenkustantajasta.

** Pääkustantajat: WSOY, Otava, Weilin+Göös, Gummerus, Tammi, Kirjayhtymä, Karisto.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys ry/ Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos: Kirjojen tuotantotilasto, eri vuosina.

7.8 Pääkustantajien ja erikoiskustantajien lukumäärä ja markkinaosuus* vuosina 1981, 1986, 1991 ja 1992

	Pääkustantajat		Erikoiskustantajat		Yhteensä	
	Luku- määrä	Markkina- osuus %	Luku- määrä	Markkina- osuus %	Luku- määrä	%
1981	7	84,7	37	15,3	44	100,0
1986	7	80,0	49	20,0	56	100,0
1991	7	72,4	55	27,6	62	100,0
1992	7	69,8	53	30,2	60	100,0

* Osuus SKY:n jäsenten markkamääräisestä myynnistä.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys. /Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos: Kirjojen tuotantotilasto, eri vuosina.

7.9 Suomessa kustannetun kirjallisuuden myyntikanavat 1980 – 1991*

Myyntikanava	Nettomyynti**							
	1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
	%							
Kirjakaupat	44,8	49,3	45,9	39,4	38,1	47,3	36,4	37,5
Kirjavälitys Oy	7,1	9,8	10,4	11,5	14,0	13,2	10,0	10,5
Muut tukkuliikkeet	7,7	3,2	7,5	7,3	8,1	2,5	4,4	4,0
Osamaksumyynti	22,6	15,5	14,3	15,1	14,2	14,1	16,8	16,3
Muut kanavat***	17,8	22,2	21,8	26,7	25,7	22,9	32,3	31,7
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1 000 mk	506 200	781 400	815 095	919 274	938 578	927 554	1 200 049	1 229 364

* Luvut eivät ole vuosittain täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja. Esim. vuonna 1992 tiedusteluun osallistui 59 kustantajaa 60:sta Suomen kustannusyhdistyksen jäsenkustantajasta.

** Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien nettomyynti eli kokonaismyynnin arvosta on vähennetty jälleenmyyjien palkkio. Eriyppisistä kirjoista myönnetty palkkio vaihtelee ja on kansa- ja peruskoulukirjoilla 6 %, muilla oppikirjoilla 25 % ja muilla kirjallisuudella 20 – 42 %.

*** Esim. vuonna 1991 muut kanavat olivat suuruusjärjestyksessä: suoramarkkinointi kuluttajille, myynti kunnille, muu jälleenmyynti, myynti kirjakerhoille, myynti kirjastopalvelulle ja myynti ulkomaille.

Huom! Huomattava osa kirjakerhomyynnistä ei sisälly SKY:n tuotantotilaston lukuihin.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys ry/ Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos: Kirjojen tuotantotilasto, eri vuosina.

7.10 Kirjakauppojen ja rautakirjan kioskien määrä vuosina sekä antikvariaattien määrä vuosina 1980 – 1991

Vuosi	Kirjakauppoja*	Rautakirjan kioskeja	Antikvariaatteja
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

* Lisäksi kaupan keskusliikkeiden (EKA, ELANTO, KESKO, SOK, TUKO/ANTTILA) tavarataloissa on runsaasti kirjaosastoja paperiosastojen yhteydessä. Kirjaosastojen määrä ja laajuus saattaa vaihdella huomattavasti.

** 1988 Rautakirjan kioskien tilastointi muuttunut, muut myymälät (esim. videopisteet) eivät sisälly kioskien lukumäärään.

Lähteet: Rautakirja Oy; Tilastokeskus, Yritysrekisteri.

7.11 Kirjakerhot 1991

Kerho	Perustettu	Omistaja	Jäseniä	Liikevaihto Mmk
Suuri Suomalainen Kirjakerho	1969	WSOY 40 % , Otava 40 % , Yhtyneet Kuvalehdet 20 %	189 500	77,7
Uudet Kirjat	1980	WSOY	85 800	31,7
Kirjamaailma	1990	WSOY	29 500	12,0
Johanna	1971	Gummerus	50 000	16,0
Lasten Parhaat Kirjat	1987	Nordisk Bok 50 % , Weilin + Göös 50 %	36 000*	..
Lasten Oma Kirjakerho	1975	Sanoma Osakeyhtiö	45 000*	..

* Tiedot vuodelta 1990.

Lähde: Kirjakerhojen omat ilmoitukset.

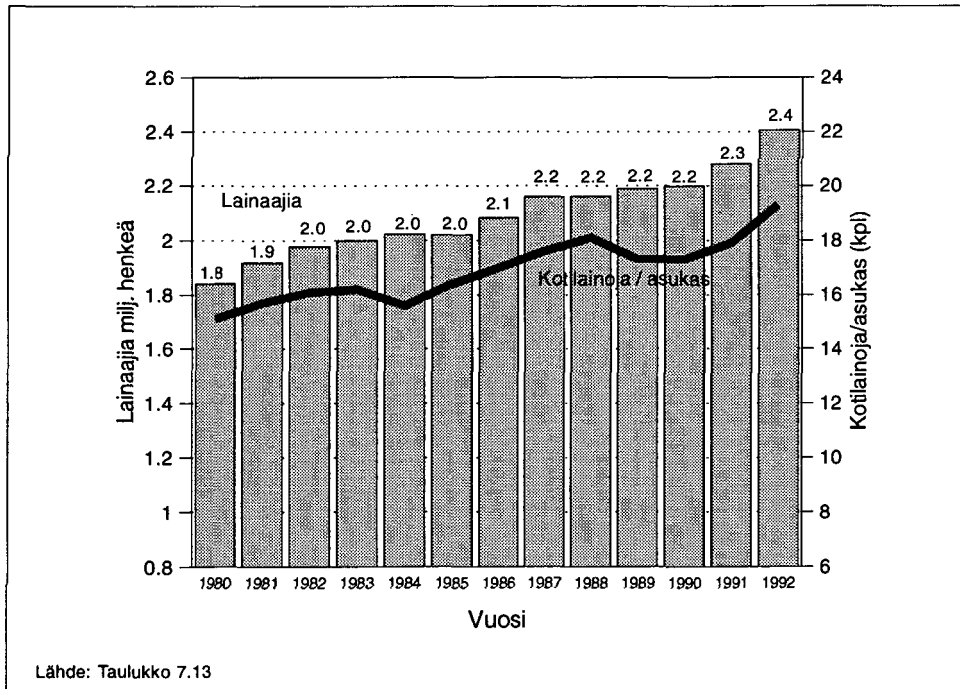
7.12 Yleisten kirjastojen pää-, sivu- ja laitoskirjastot sekä kirjastoautot vuosina 1980 – 1992

Vuosi	Pääkirjastoja	Sivukirjastoja	Laitoskirjastoja	Yhteensä	Kirjastoautoja/ -veneitä
1980	464		1 144	1 608	219
1981	461		1 133	1 594	223
1982	461		1 119	1 580	223
1983	461		1 097	1 558	230
1984	461		1 125	1 586	230
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

* Vuodesta 1990 lähtien Ahvenanmaan maakunta ei mukana tilastossa.

Lähde: Kouluhallitus/ Opetusministeriö: Tilastotietoja yleisistä kirjastoista, eri vuosina.

Kuvio 7.5
Kirjastojen lainaajat ja kotilainat 1980 – 1992



7.13 Yleisten kirjastojen lainaajat, kotilainat ja kirjavarat vuosina 1980 – 1992

Vuosi	Lainaaaja		Kotilainoja*			Sidoksia	
	1 000 henkeä	% väestöstä	1 000 kpl**	Asukasta kohti	Lainaaaja kohti	1 000 kpl	Asukasta kohti
1980	1 842	38,5	72 513	15,1	39,4	23 350	4,9
1981	1 919	39,9	75 352	15,7	39,3	24 881	5,2
1982	1 978	40,9	78 008	16,1	39,4	26 412	5,5
1983	1 999	41,0	78 730	16,2	39,4	27 674	5,7
1984	2 023	41,3	76 545	15,6	37,8	28 917	5,9
1985	2 021	41,2	80 335	16,4	39,8	30 469	6,2
1986	2 084	42,3	83 577	17,0	40,1	30 330	6,2
1987	2 160	43,7	86 985	17,6	40,3	33 004	6,7
1988	2 162	45,2	86 581	18,1	40,0	34 107	7,1
1989	2 191	44,1	85 989	17,3	39,2	34 902	7,0
1990	2 199	44,4	85 714	17,3	39,0	35 502	7,1
1991	2 281	45,9	89 240	17,9	39,1	35 938	7,2
1992	2 405	48,0	96 387	19,3	40,1	36 308	7,3

* Vuonna 1984 ja vuodesta 1990- Ahvenanmaan maakunta ei mukana.

** Sisältää myös AV-aineiston lainat.

Lähteet: Kouluhallitus/ Opetusministeriö, Tilastotietoja yleisistä kirjastoista, eri vuosina.

7.14 Yleisten kirjastojen lainaajat ja kirjalainat vuosina 1985 – 1992*

Vuosi	Lainaaaja 1 000 henkeä	Lainaaajista		Kirjalainoja 1 000 kpl	Lainoista		
		% aikuisia	% lapsia		Aikuisten tietokirjoja %	Aikuisten kaunokirjoja %	Lasten kirjat %
1985	2 021	73,0	27,0	77 914	20,6	37,3	42,1
1986	2 084	74,0	26,0	80 540	20,6	36,6	42,8
1987	2 160	74,0	26,0	80 067	19,7	35,9	44,4
1988	2 162	73,7	26,3	78 341	20,1	35,3	44,6
1989	2 191	73,9	26,1	76 405	21,1	34,5	44,4
1990	2 199	74,3	25,7	75 085	22,1	34,2	43,7
1991	2 281	75,6	24,4	76 023	23,5	34,8	41,7
1992	2 405	76,9	23,1	80 806	25,1	35,1	39,8

* Ahvenanmaan maakunta ei mukana luvuissa.

Lähteet: Kouluhallitus/ Opetusministeriö: Tilastotietoja yleisistä kirjastoista, eri vuosina.

7.15 Kirjojen lukeminen 1981 – 1991

	Kirjojen lukeminen 6 kk aikana								Yhteensä	Kuuluu kirja-kerhoon
	On lukenut	Josta 1–2 kirjaa	3–5 kirjaa	6–9 kirjaa	10–19 kirjaa	Vähintään 20 kirjaa	Ei muista lukumäärää	Ei ole lukenut		
	%									
10 vuotta täyttäneet										
Kaikki yhteensä										
1981	76	12	17	10	16	18	1	24	100	13
1991	75	18	17	10	13	13	3	25	100	11
Miehet										
1981	74	15	18	9	16	14	1	26	100	10
1991	70	21	17	9	10	9	3	30	100	5
Naiset										
1981	77	10	17	11	16	22	0	22	100	15
1991	80	16	17	11	15	18	3	20	100	15
Ikä										
10–14-vuotta										
1981	98	9	16	8	21	41	2	2	100	5
1991	90	17	21	13	19	19	1	10	100	7
15–24-vuotta										
1981	89	10	17	12	22	27	0	11	100	11
1991	86	17	18	14	17	19	2	14	100	6
25–44-vuotta										
1981	78	11	19	11	17	18	0	22	100	21
1991	80	17	18	12	15	14	2	20	100	16
45–64-vuotta										
1981	65	14	19	10	12	9	–	35	100	11
1991	66	19	16	8	10	11	2	34	100	10
65– vuotta										
1981	56	17	13	5	10	8	2	44	100	3
1991	61	21	15	6	7	8	6	39	100	4
15-vuotta täyttäneet										
Elinvaihe										
Vanhempien kotona asuva naimaton (ikä 10–30-vuotta, ei lapsia)										
1981	87	11	16	12	21	26	0	13	100	7
1991	85	19	19	13	15	18	3	15	100	4
Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45-vuotta)										
1981	82	8	20	7	17	30	–	18	100	19
1991	81	12	15	14	19	18	1	19	100	9

jatkuu

7.15 jatkuu

	Kirjojen lukeminen 6 kk aikana							Yhteensä	Kuuluu kirja-kerhoon	
	On luenut	Josta 1-2 kirjaa	3-5 kirjaa	6-9 kirjaa	10-19 kirjaa	Vähintään 20 kirjaa	Ei muista lukumäärää			Ei ole luenut
	%									
Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ vuotta)										
1981	60	11	15	8	12	10	1	40	100	6
1991	60	16	13	7	9	11	5	40	100	6
Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45-vuotta)										
1981	74	8	14	12	19	19	—	26	100	17
1991	83	18	18	14	14	16	1	17	100	14
Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ vuotta)										
1981	62	18	16	8	11	8	0	38	100	8
1991	64	23	16	7	8	9	3	36	100	8
Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 0-6-v.)										
1981	80	12	20	11	20	16	0	20	100	24
1991	80	19	17	11	16	12	3	20	100	19
Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 7-17-v.)										
1981	74	15	21	12	12	13	—	26	100	19
1991	74	18	19	11	13	11	3	26	100	14
Yksinhuoltaja (alle 18-v. lapsia)										
1981	77	8	21	8	15	23	—	23	100	19
1991	85	10	27	8	16	18	4	15	100	24
Kuntamuoto										
Kaupungit										
1981	78	11	18	12	18	18	0	22	100	16
1991	77	18	18	11	13	15	2	23	100	12
Muut kunnat										
1981	67	14	17	8	12	14	1	33	100	10
1991	68	19	15	9	11	10	4	32	100	9

Lähde: Vapaa-aika numeroina 2. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:4. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

7.16 Kirjastossa käyminen 1981 – 1991

	On käynyt kirjastossa 6 kk aikana	Ei ole käynyt kirjastossa 6 kk aikana	Yhteensä		On käynyt kirjastossa 6 kk aikana	Ei ole käynyt kirjastossa 6 kk aikana	Yhteensä
	%				%		
10-vuotta täyttäneet							
Kaikki yhteensä				Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ -vuotta)			
1981	53	46	100	1981	28	71	100
1991	59	41	100	1991	33	67	100
Miehet				Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45-vuotta)			
1981	50	49	100	1981	56	44	100
1991	55	45	100	1991	70	30	100
Naiset				Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ -vuotta)			
1981	56	43	100	1981	56	44	100
1991	62	38	100	1991	70	30	100
Ikä				Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ -vuotta)			
10–14-vuotta				1981	29	69	100
1981	88	11	100	1991	37	63	100
1991	94	6	100	Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 0–6-v.)			
15–24-vuotta				1981	58	41	100
1981	75	24	100	1991	67	33	100
1991	82	18	100	Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 7–17-v.)			
25–44-vuotta				1981	46	52	100
1981	56	43	100	1991	58	42	100
1991	65	35	100	Yksinhuoltaja (alle 18-v. lapsia)			
45–64-vuotta				1981	55	45	100
1981	34	64	100	1991	69	31	100
1991	45	55	100	Kuntamuoto			
65–vuotta				Kaupungit			
1981	22	78	100	1981	55	44	100
1991	28	72	100	1991	59	41	100
15-vuotta täyttäneet:				Muut kunnat			
Elinvaihe				1981	42	57	100
Vanhempien kotona asuva naimaton (ikä 10–30-vuotta, ei lapsia)				1991	51	49	100
1981	74	25	100	Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45-vuotta)			
1991	80	20	100	1981	66	34	100
Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45-vuotta)				1991	70	30	100
1981	66	34	100				
1991	70	30	100				

Lähde: Vapaa-aika numeroina 2. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:4. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

8 Sanomalehdet

Suomi on monessa mielessä vahva sanomalehtimaa. Lehtinimikkeitä on paljon, levikit ja lukijapeitot ovat korkeita; joukkoviestinnän liikevaihdosta sanoma- ja paikallislehdistön osuus on noin kolmannes ja joukkoviestinmainonnasta yli puolet.

Vuonna 1992 Suomessa ilmestyi kaikkiaan 242 sanomalehteä. Sanomalehdet on nykyisin tapana jakaa kansainvälistä käytäntöä noudattaen kahtia päivälehtiin ja muihin sanomalehtiin. Jako perustuu ilmestymistiheyteen. (Taulukot 8.1 & 8.2.)

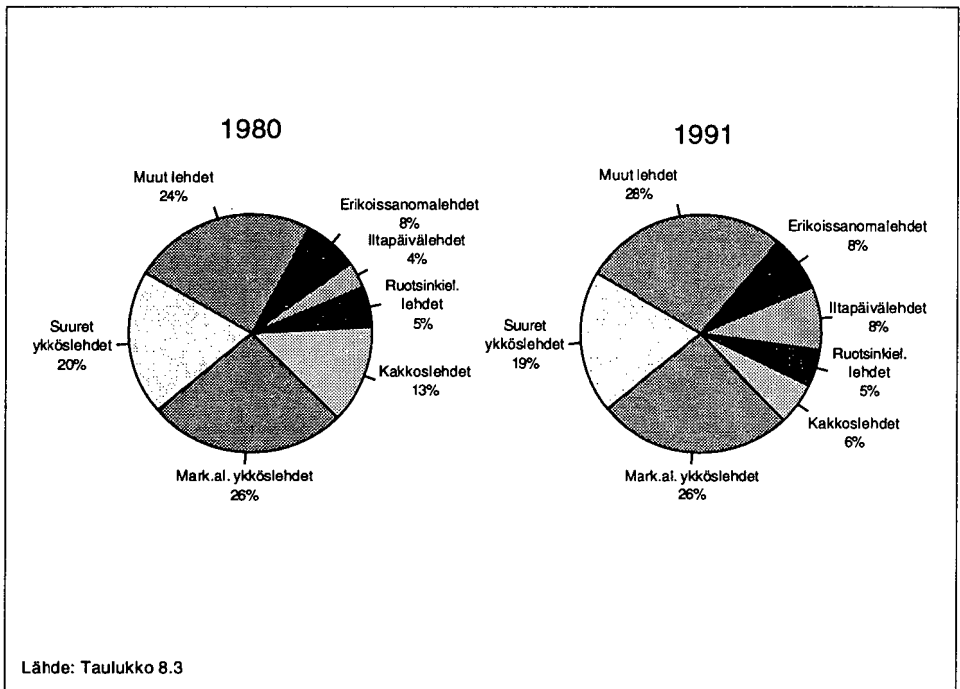
4–7 kertaa viikossa ilmestyvien päivälehtien nimikemäärältään suhteellisen harvalukuisen joukkoon kuuluvien lehtien keskimääräinen levikki on suuri. Vuonna 1992 Suomessa ilmestyi 58 päivälehteä. Niiden keskilevikki oli noin 45 000 kappaletta. Päivälehdet ovat tyypillisesti alueidensa levikkijohdajia eli ns. ykköslehtiä. Päivälehtiä ovat myös iltapäivälehdet sekä osa erikoissanomalehdistä ja ilmestymispaikkakuntiansa kakkoslehdistä.

Muut sanomalehdet ilmestyvät 1–3 kertaa viikossa. Näiden lehtien joukko on suuri, mutta levikiltään ne yleensä ovat pieniä. Vuonna 1992 ryhmään kuului 184 lehteä, joiden keskilevikki oli noin 7 000 kappaletta. Suppealla levikkialueella toimivat ja oman alueensa paikallisiin uutisiin keskittyvät nk. paikallislehdet muodostavat muiden sanomalehtien suurimman ryhmän. Lisäksi ryhmään kuuluu osa ilmestymispaikkakuntiansa kakkoslehdistä 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 yhteinen levikkiosuus oli kaksi kolmasosaa sanomalehtien kokonaislevikistä (66%) vuonna 1992. Jo pelkästään seitsemänpäiväisten lehtien osuus kokonaislevikistä oli noin puolet (46%). Päivälehtien levikkiosuus on tosin laskenut neljä prosenttiyksikköä sitten 1980-luvun alun.

Toinen yleisesti käytössä oleva sanomalehdistön jaottelu perustuu kilpailuasemaan. Kilpailuasemaryhmittäinen tarkastelu osoittaa, että lehdistön rakenteessa on 1980-luvun alkuun verrattuna tapahtunut kaksi selvää muutosta. (Taulukko 8.3.)

Kuvio 8.1
Sanomalehtien levikkiosuudet kilpailuaseman mukaan 1980 ja 1991



Kakkoslehtien kuihtuminen on niistä toinen. Kakkoslehtien levikit ovat laskeneet, ja niiden joukko on harventunut. Suurin yksittäinen leikkaus on ollut Uuden Suomen lakkauttaminen (vuonna 1991). Yksistään se vei kakkoslehtien yhteislevikistä lähes neljänneksen. Kaikkiaan kakkoslehtien levikkiosuus on pudonnut alle puoleen 1980-luvun alkuun verrattuna.

Ilta- ja aamulehtien osuuden kasvu on toinen selvä muutos. Ilta-Sanomien ja Iltalehden (aloitti vuonna 1980) keskinäinen kilpailu kasvatti molempien levikkejä. Niiden yhteinen levikki on lähes kolminkertaistunut ja osuus kaikkien sanomalehtien levikistä on yli kaksinkertaistunut.

Ilta- ja aamulehdet myydään irtonumeroina. Nykyisin noin 95 prosenttia kotimaisten sanomalehtien irtonumeromyynnistä on ilta- ja aamulehtien myyntiä. Irtonumeromyynnin kappalemäärän kasvu 2,5-kertaiseksi johtuikin kokonaan ilta- ja aamulehtien myynnin kasvusta. Muiden – niin kotimaisten kuin ulkomaistenkin – sanomalehtien irtonumeromyynti on Suomessa suhteellisen vähäistä. (Taulukko 8.12.)

Talouden lama on tuntunut myös sanomalehtien levikeissä. 1980-luvun aikana sanomalehtien yhteislevikki kasvoi 3,4 miljoonasta 4,1 miljoonaan.

Sitten yhteislevikki alkoi laskea – ilmeisesti ensimmäisen kerran koko sodanjälkeisenä aikana. Parina viime vuonna sanomalehtien yhteislevikki on pudonnut yhteensä viitisen prosenttia vuosikymmenten vaihteen huippuluvuista. Levikkikappaleina pudotus merkitsee yhteensä noin 220 000 sanomalehden numeroa. (Taulukko 8.2.) Lehtiä on lopetettu, ja monien lehtien levikit ovat kääntyneet laskuun. Lisäksi pari erikoissanomalehteä on viikkolehdeksi muututtuaan siirtynyt aikakauslehdistön riveihin.

1980-luvulla monet lehdet lisäsivät ilmestymiskertojensa määrää. 1990-luvulla sen sijaan on yleistynyt ilmestymiskertojen harventaminen. Vuosina 1991/92 toistakymmentä sanomalehteä harvensi ilmestymiskertojaan.

Yhden, neljän ja kahdeksan suurimman sanomalehtiyhtiöiden levikkiosuuskien kehityksen tarkastelu 1980-luvun puolivälistä 1990-luvulle osoittaa, että muutokset ovat olleet suhteellisen pieniä. Suurimmat muutokset tapahtuivat jaksolla 1986 – 1988. Eniten (5 prosenttiyksikköä) muuttui neljän suurimman osuus jaksolla 1986 – 1988, kun mm. Uusi Suomi Oy siirtyi Tampereen Kirjapainon/Aamulehti-yhtiön omistukseen. Vuodesta 1988 vuoteen 1992 levikkiosuuskien muutokset ovat aika vähäisiä. (Kuvio 8.3.)

Viime vuosina on usein nostettu esiin sanomalehtien omistukset paikallisradio- ja televisiotoiminassa. Sanomalehtiyhtiöiden toiminta graafisen viestinnän eri sektoreilla näyttää kuitenkin edelleen olevan sähköisessä viestinnässä mukanaoloa yleisempää. (Taulukko 8.7.)

Päivälehdet ovat taloudelliselta volyymiltaan edelleen koko joukkoviestinnän merkittävin osa, vaikka 1990-luvun alun talouslama on leikannut huomattavasti niiden ilmoitustuottoja. Vuonna 1992 päivälehtien liikevaihto oli noin 3,9 miljardia markkaa ja osuus koko joukkoviestinnän liikevaihdosta noin neljännes (26%). Joukkoviestinmainonnasta päivälehtien osuus oli yli puolet (52%).

Sanomalehtien Liiton jäsenlehdillä ilmoitustulojen osuus lehtien yhteenlasketuista tuotoista oli 64 prosenttia vuonna 1991 (kuvio 8.4). Talouslama on leikannut ilmoitustuottoja. 1980-luvun lopun taloudellisesti hyvinä vuosina liiton jäsenlehtien tuotoista noin kolme neljäsosaa tuli mainonnasta.

Päivälehtien suurin kuluerä vuonna 1992 oli tekninen valmistus (34 %). Toimituksen osuus oli noin neljäsosa kustannuksista. (Kuvio 8.5.)

Toimituksen aineiston osuus sanomalehtien rekisteröidystä palstatilasta oli vuonna 1992 keskimäärin jonkin verran alle kolme neljännestä. Jäljelle jäävä runsas neljännes on ilmoitusaineistoa. Toimituksen aineiston kolme suurinta ryhmää vuonna 1989 olivat kotimaan aineisto (34%), urheilu (15%) ja ajanvietaaineisto (10%). (Taulukko 8.8.)

Ilmaislehtien määrä ja taloudellinen volyymi kasvoi voimakkaasti 1980-luvun alkupuolella, mutta 1980-luvun puolivälin jälkeen kasvu hidastui. Vuonna 1989 Suomessa ilmestyi 141 ilmaislehteä, joiden kokonaispainos oli 3,7 miljoonaa kappaletta. Tuoreempia kattavia tietoja ilmaislehtikentän kokonaisvolyymista ei ole saatavissa. (Taulukko 8.13.)

Tilastointi

Sanomalehdistön levikki- ja niistä lasketut volyymitiedot perustuvat Levikintarkastus Oy:n tilastoihin.

Sanomalehtien Liitto tilastoi vuosittain monin tavoin jäsenlehtiensä toimintaa, mm. taloutta, lehtitekniikkaa ja toimituksellisia kysymyksiä. Liiton julkaiseman Suomen Lehdistö -lehden vuosittaisessa medianumerossa on useita sanomalehdistöä koskevia tilastoja (ks. esim. Suomen Lehdistö 7-8/93).

Myös Paikallislehtien Liitto julkaisee vuosittain jäsenlehtiensä kootut media-tiedot.

Posti- ja telelaitoksen vuosittaisessa tilastojulkaisussa on tiedot postin kuljettamien sanomalehtien määrästä. Tiedot koti- ja ulkomaisten lehtien irtotonumeromyynnistä löytyvät Rautakirja Oy:n vuosikertomuksista.

Täydentävää kirjallisuutta

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

Gustafsson, Karl Erik: Newspapers in Nordic countries. DDF/NAL/SL/TU, Forssa 1992.

Jyrkiäinen, Jyrki: Joukkotiedotuksen keskittymistutkimus III. Liikenneministeriön julkaisuja 2/89. Helsinki 1989.

Löyttyniemi, Veikko: Sanomalehdistön rakenne ja talous 1940-luvulta 1980-luvulle. Teoksessa Tommila, Päiviö (toim.): Suomen lehdistön historia 3. Kustannuskiila, Kuopio 1988.

Löyttyniemi, Veikko: Sanomalehtien luokitteita on monenlaisia. Suomen Lehdistö 7-8/93.

Posti- ja telelaitos. Tilastot. Helsinki, eri vuosina.

Sauri, Tuomo: Joukkoviestinnän rakenteita 1980-luvulta 1990-luvulle. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 1. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

- Sauri, Tuomo: Sanoma- ja aikakauslehtien lukeminen. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.): Arjen kulttuuria. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.
- Suomen Graafinen teollisuus ja uusi Eurooppa 1-2. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus, Sarja B 3/1991 & 2/1992.
- Vapaa-aika numeroina 2: kirjojen ja lehtien lukeminen, kirjastossa käyminen. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 4. Tilastokeskus, Helsinki 1993.
- Virmavirta, Jarmo: Julkinen sana ja tuki. Selvitys lehdistötuen kehittamisestä. Liikenneministeriön julkaisuja 9/92. Helsinki 1992.

8.1 Sanomalehdet vuosina 1980 – 1992 ilmestymistiheyden mukaan

Vuosi	Päivälehdet	Muut sanomalehdet	Yhteensä
	(7–4-päiväiset)	(3–1-päiväiset)	
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

Lähteet: Löyttyniemi 1988; Sanomalehtien Liiton toimintakertomukset 1980 –; Levikintarkastus Oy.

8.2 Sanomalehtien kokonaislevikin jakautuminen ilmestymistiheyden mukaan vuosina 1980–1992

	Päivälehdet	Muut sanomalehdet	Levikki yhteensä
	(7–4-päiväiset)	(3–1-päiväiset)	
1980			
levikki (1 000 kpl)	2 365	994	3 359
%	70,4	29,6	100,0
1985			
levikki (1 000 kpl)	2 662	1 178	3 840
%	69,4	30,7	100,0
1986			
levikki (1 000 kpl)	2 664	1 195	3 859
%	69,0	30,9	100,0
1987			
levikki (1 000 kpl)	2 719	1 260	3 979
%	68,3	31,6	100,0
1988			
levikki (1 000 kpl)	2 719	1 334	4 053
%	67,1	32,9	100,0
1989			
levikki (1 000 kpl)	2 744	1 346	4 090
%	67,0	33,0	100,0
1990			
levikki (1 000 kpl)	2 780	1 300	4 080
%	68,2	31,9	100,0
1991			
levikki (1 000 kpl)	2 670	1 351	4 021
%	66,4	33,6	100,0
1992			
levikki (1 000 kpl)	2 568	1 300	3 868
%	66,4	33,6	100,0

Lähde: Levikintarkastus Oy; Sanomalehtien Liiton toimintakertomukset 1980 –.

8.3 Sanomalehtien levikit kilpailuaseman mukaan vuosina 1980,1985 ja 1991

	1980	1985	1991
	%		
Suuret ykköslehdet*	19,5	18,3	19,2
Markkina-alueiden ykköslehdet	26,3	24,9	26,2
Kakkoslehdet**	13,4	10,9	5,8
Ruotsinkieliset lehdet***	5,4	5,2	5,0
Iltapäivälehdet	3,6	6,8	8,4
Erikois sanomalehdet	7,5	8,2	7,8
Muut lehdet	24,3	25,8	27,6
Yhteensä	100,0	100,0	100,0
Levikki (1 000 kpl)	3 359	3 840	4 021

* Helsingin Sanomat, Aamulehti, Turun Sanomat

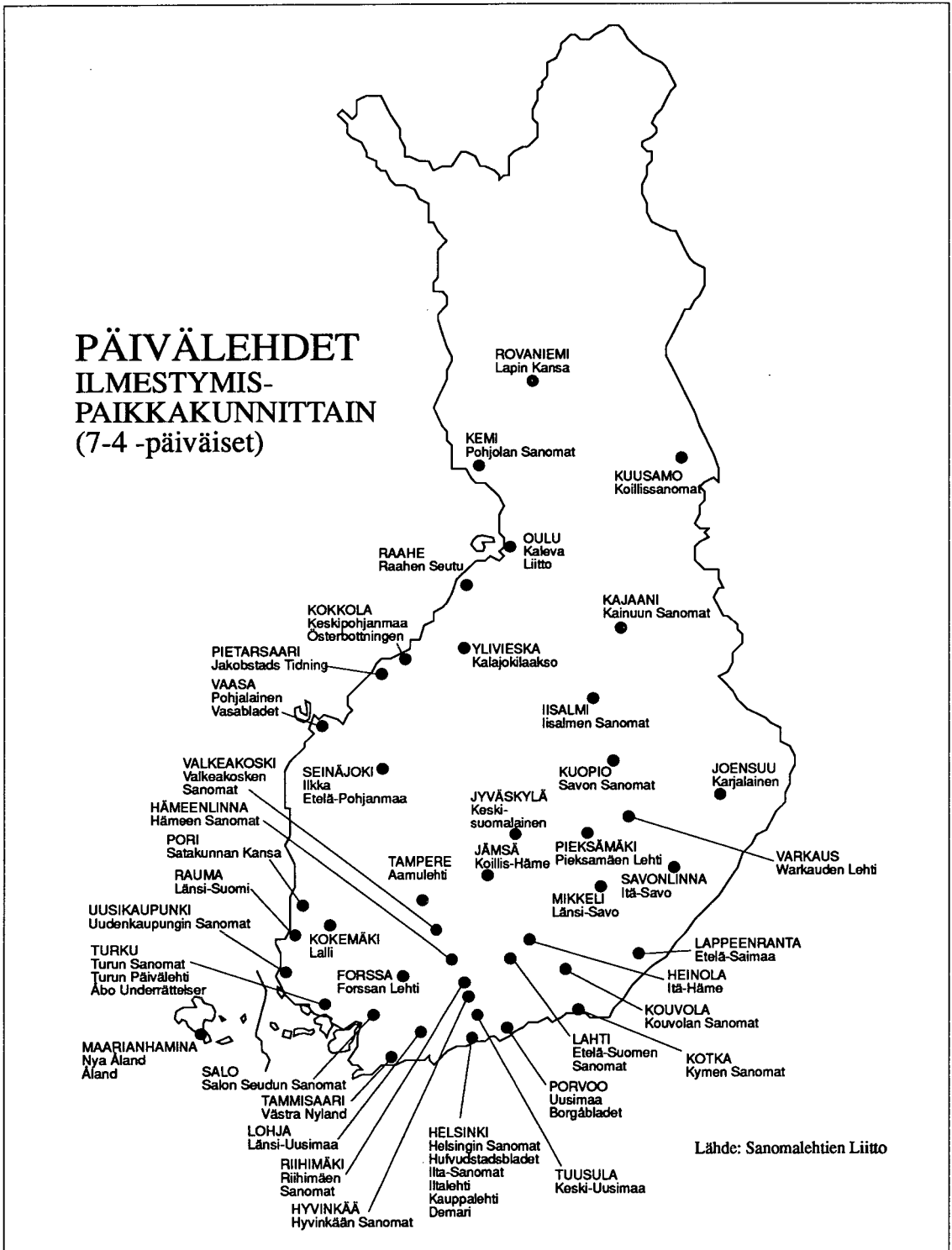
** Ilmestymispaikkakuntiansa kakkoslehdet.

*** Ruotsinkielisiä ei ole laskettu mukaan muihin lehtityyppeihin

Lähde: Sauri 1993.

Levikkitiedot: Levikintarkastus / Sanomalehtien Liitto

Kuvio 8.2
Päivälehdet ilmestymispaikkakunnittain
(7-4 -päiväiset)



8.4 Päivälehtien ilmestymistiheys, puoluekanta, levikki, levikin muutos 1991/1992, volyymi ja liikevaihto vuonna 1992

Lehti	Ilm./viikko	Puoluekanta	1992 levikki	Levikin muutos 1991/1992*	Volyyymi 1992	Lehden liikevaihto 1992 1 000 mk
				%		
Aamulehti	7	sit	140 236	-3,0	49 924 016	276 000
Borgåbladet	6	sit	10 727	-3,3	3 239 554	12 880
Demari	5	sdp	37 584	4,4	9 396 000	22 300
Etelä-Pohjanmaa	5	sit	11 754	-1,4	2 962 008	8 400
Etelä-Saimaa	7	kesk	35 032	-2,7	12 366 296	61 355
Etelä-Suomen Sanomat	7	sit	69 464	-2,5	24 590 256	120 288
Forssan Lehti	6	sit	15 971	-1,8	4 807 271	25 718
Helsingin Sanomat	7	sit	483 052	0,0	171 966 512	953 223
Hufvudstadsbladet	7	sit	63 649	-3,2	22 468 097	75 900
Hyvinkään Sanomat	6	sit	14 054	-6,5	4 286 470	8 468
Hämeen Sanomat	7	sit	32 129	-3,6	11 373 666	60 288
Iisalmen Sanomat	7	kesk	19 986	-0,2	7 035 072	23 261
Ilkka	7	kesk	56 480	-1,8	19 937 440	65 262
Ilta-Sanomat	6	sit	208 405	-4,7	62 729 905	212 329
Iltalehti	6	sit	116 036	2,2	34 926 836	150 841
Itä-Häme	4	sit	14 440	-2,3	3 003 520	13 635
Itä-Savo	7	kesk	24 025	0,1	8 432 775	29 800
Jakobstads Tidning	6	sit	12 258	1,1	3 689 658	18 884
Kainuun Sanomat	7	kesk	30 034	-1,2	10 602 002	42 958
Kalajokilaakso	5	sit	8 622	0,0	2 172 744	12 500
Kaleva	7	sit	97 149	0,2	34 293 597	126 116
Karjalainen	7	kok	55 693	-1,6	19 771 015	73 900
Kaupparehti	5	sit	82 349	-2,0	20 751 948	148 515
Keski-Uusimaa	7	sit	24 120	-2,4	8 490 240	29 000
Keskipohtjanmaa	7	kesk	35 247	0,4	12 371 697	42 700
Keskisuomalainen	7	sit	82 080	0,3	29 220 480	123 700
Koillis-Häme	4	sit	8 283	-12,4	1 664 883	10 200
Koillissanomat	5	sit	10 434	-2,5	2 691 972	12 062
Kouvolan Sanomat	7	sit	34 201	-0,6	12 141 355	51 048
Kymen Sanomat	7	sit	32 268	-5,2	11 326 068	50 900
Lalli	4	kesk	6 717		1 383 702	5 238
Lapin Kansa	7	sit	42 344	-3,2	14 947 432	60 000
Liitto	5	kesk	7 615		1 911 365	8 174
Länsi Savo	7	sit	29 554	0,9	10 373 454	48 720
Länsi-Suomi	7	sit	19 057	-5,3	6 727 121	18 902
Länsi-Uusimaa	6	sit	14 088	0,3	4 296 840	19 825

8.4 jatkuu

Lehti	Ilm./viikko	Puoluekanta	1992 levikki	Levikin muutos 1991/1992*	Volyyymi 1992	Lehden liikevaihto 1992 1 000 mk
				%		
Nya Åland	4	sit	8 137	-0,9	1 253 098	9 469
Pieksämäen Lehti	5	sit	9 013		2 271 276	6 868
Pohjalainen	7	sit	64 350	-1,0	22 651 200	58 670
Pohjolan Sanomat	7	kesk	42 105	-1,1	14 863 065	53 428
Pyhäjokiseutu	4	sit	9 415	-3,4	1 883 000	9 017
Raahen Seutu	4	sit	8 627	-8,6	1 751 281	6 703
Riihimäen Sanomat	6	sit	13 034	-3,3	3 936 268	11 409
Salon Seudun Sanomat	7	sit	21 506	-1,2	7 591 618	31 417
Satakunnan Kansa	7	sit	61 313	-2,1	21 704 802	92 800
Savon Sanomat	7	sit	83 061	-8,3	29 320 533	127 426
Turun Päivälehti	5	sdp	9 370		2 305 020	5 113
Turun Sanomat	7	sit	127 850	-5,1	32 729 600	267 294
Uudenkaupungin Sanomat	4	sit	8 242	-3,6	1 648 400	7 200
Uusimaa	6	sit	14 087	-2,8	4 268 361	14 700
Valkeakosken Sanomat	5	sit	8 493		2 148 729	10 000
Vasabladet	6	sit	27 353	-0,5	8 233 253	41 700
Västra Nyland	6	sit	12 205	-1,6	3 673 705	13 323
Warkauden Lehti	6	sit	13 471	-13,8	4 041 300	15 728
Ylä-Vuoksi	6	sit	15 416	12,7	4 640 216	18 058
Åbo Underrättelser	5	sit	8 034	1,0	2 024 568	6 300
Åland	5	sit	11 384	-1,0	2 868 768	15 900
Österbottningen	6	sit	5 715		1 714 500	9 500
Yhteensä			2 567 318		839 795 828	3 855 313

* Muutosprosenttia ei ole, jos levikintarkastusta ei ole v.1992.

Lähteet: Levikintarkastus Oy.
Suomen Lehdistö 7-8/1993.

8.5 3–1 päiväisten sanomalehtien ilmestymistiheys, levikki ja volyymi 1992

Lehti	Ilm/viikko	Levikki	Volyymi
Alasatakunta, Eura	2	9 451 –91	964 002
Alavieska, Alavieska	1		
Anjalankosken Sanomat, Anjalankoski	3	7 849 –91	1 200 897
Arbetsblad, Helsingfors	1	3 132	153 468
Elimäen Sanomat, Elimäki	1	3 441 –91	182 373
Eteläranta-Sydkusten, Karjaa	2	2 190 –91	208 050
Folktidningen Ny Tid, Helsingfors	1	1 733	90 116
Hangötidningen, Hangö	3	3 216	492 048
Hankasalmen Sanomat, Hankasalmi	1	3 849 –91	196 299
Harjavallan Seutu, Harjavalta	2	6 408 –91	660 024
Heinäveden Lehti, Heinävesi	1	4 276	222 352
Hevosurheilu, Helsingfors	2	34 744 –91	3 509 144
Hirvensalmen Sanomat, Hirvensalmi	1	2 028 –91	103 428
Hollolan Seutu, Hollola	2	4 951	495 100
Hämeen Kansa, Hämeenlinna	1	4 030	213 590
Hämeenkulma, Oitti	1	4 025	209 300
Hämeenkyrön Sanomat, Hämeenkyrö	2	6 861 –91	686 100
Härmät, Ylihärkä	1	4 624	240 448
Iijokiseutu, Pudasjärvi	2	6 026	608 626
Iitinseutu, Kausala	2	4 792	488 784
Ilmajoki-lehti, Ilmajoki	2	6 102	634 608
Inarinmaa, Inari	1	3 557	184 964
Itä-Suomen Viikko, Kuopio	1	2 692	139 984
Jalasjärven-Peräseinäjoen Kunnallissanomat	2	8 115	819 615
Jokiposti, Kiiminki	1		
Jokivarsi-Lehti, Haapavesi	1	2 911	151 372
Joroisten Lehti, Joroinen	2	3 321	332 100
Joutsan Seutu, Joutsa	1	5 504	291 712
Joutseno, Joutseno	1	4 007	212 371
Jurvan Sanomat, Jurva	1	3 065	159 380
Juvan Lehti, Juva	2	5 443	544 300
Jyväskylän Ympäristö ja Mlk, Jyväskylä	1	6 212 –91	310 600
Järvisuudun Sanomat, Lappajärvi	1	9 259	472 209
Järvisuutu, Alajärvi	2	8 469	829 962
Kaakkoinen, Simpele	2	2 893	289 300
Kaakonkulma, Virolahti	1	5 624	292 448
Kaarina, Kaarina	1	4 004	204 204
Kalajoki, Kalajoki	1	4 708 –91	249 524
Kangasalan Sanomat, Kangasala	2	8 794 –91	861 812
Kangasniemen Kunnallislehti, Kangasniemi	1	4 934 –91	261 502
Kankaanpään Seutu, Kankaanpää	2	10 138 –91	1 064 490
Kansan Tahto, Oulu	3	11 975	1 796 250
Kansan Uutiset, Helsingfors	3	16 136	2 420 400
Kansan Ääni, Vaasa	3
Karjalan Maa, Joensuu	3	7 095	1 021 680
Karkkilan Tienoo, Karkkila	3	5 690	870 570
Karttulan-Tervon-Vesannon Sanomat, Karttula	1	4 006	204 306
Kauhajoen Kunnallislehti, Kauhajoki	2	8 951	895 100
Kauhava, Kauhava	1	4 602	239 304

8.5 jatkuu

Lehti	Ilm/viikko	Levikki	Volyyymi	
Keski-Häme, Lammi	1	5 291	-91	280 423
Kiihtelys-Pyhäselkä Lehti, Hammaslahti	1			
Kiuruvesi, Kiuruvesi	1	9 197		478 244
Koillis Lappi, Kemijärvi	3	8 294		1 252 394
Koillis-Savo, Kaavi	2	7 376		744 976
Kokemäen Sanomat, Kokemäki	2	5 787		601 848
Korpilahti, Korpilahti	1	3 382	-91	175 864
Koti-Karjala, Kitee	3	8 025	-90	1 123 500
Kotimaa, Helsinki	2	68 439		6 843 900
Kotiseudun Sanomat, Pihtipudas	1	6 101		323 353
Kotiseutu-Uutiset, Liperi	2	5 824		582 400
Kotokulma, Turenki	2	5 220	-91	532 440
Kuhmoisten Sanomat, Kuhmoinen	1	3 666	-91	190 632
Kuhmolainen, Kuhmo	2	6 451		670 904
Kunnallinen Viikkolehti, Kyrö	2	10 254	-91	1 045 908
Kunnallislehti Kyrönmaa, Laihia	2	3 457		345 700
Kunnallislehti Paimio-Sauvo-Piikkiö, Paimio	2	7 602		760 200
Kuntasanomat, Halikko	1	2 286	-91	109 728
Kuorevesi-Mänttä-Vilppula, Mänttä	2	8 059	-91	822 018
Kurikka, Kurikka	2	6 257		650 728
Kurkijokelainen, Loimaa	1	2 704	-91	129 792
Kurun Sanomat, Kuru	1	2 373		121 023
Kuusaan Seutu, Kuusankoski	1	2 393		119 650
Kälviän Seudun Sanomat, Kälviä	1	1 842	-91	93 942
Laitilan Sanomat, Laitila	2	5 849	-91	409 430
Landsbygdens Folk, Helsinki	1	11 606	-91	557 088
Lapuan Sanomat, Lapua	2	7 825		782 500
Laukaa-Konnevesi-lehti, Laukaa	1	7 337		374 187
Lauttakylä, Huittinen	2	8 388		847 188
Lempäälän-Vesilahden Sanomat, Lempäälä	2	7 510	-91	735 980
Lestinjoki, Kannus	2	5 641	-91	569 741
Lieksan lehti, Lieksa	3	8 359		1 253 850
Loimaan Lehti, Loimaa	3	10 059		1 488 732
Lopen Lehti, Loppi	1	4 779		248 508
Lounais-Häme, Forssa	1	890		47 170
Loviisan Sanomat, Loviisa	3	4 622		693 300
Luot.-Satakunta/Merikarvian Kunn.lehti, Krist.kaupunki	1	1 454		72 700
Luoteis-Uusimaa, Vihti	3	6 973	-91	1 066 869
Luoteiskunnat, Noormarkku	1	3 673		190 996
Luumäen Lehti, Taavetti	1	3 886		205 958
Maaselkä, Haapajärvi	2	7 298	-91	707 906
Maaseudun Tulevaisuus, Helsinki	3	116 883		17 532 450
Matti ja Liisa, Lapinlahti	1	6 803		360 559
Merikarvia-lehti, Merikarvia	1	2 945	-91	153 140
Meriporilainen, Pori	1			
Miilu, Sonkajärvi	1	5 079		264 108
Mäntsälä, Mäntsälä	2	6 008	-91	630 840
Nastola-Lehti, Nastola	2	4 377	-91	437 700
Nivala, Nivala	2	6 365		649 230
Nokian Uutiset, Nokia	3	8 484		1 315 020
Nurmijärven Sanomat, Nurmijärvi	3	7 448		1 132 096

8.5 3–1 päiväisten sanomalehtien ilmestymistiheys, levikki ja volyymi 1992 jatkuu

Lehti	Ilm/viikko	Levikki	Volyyymi
Orimattilan Sanomat, Orimattila	3	7 293	1 101 243
Oriveden Sanomat, Orivesi	2	6 856	699 312
Outokummun Seutu, Outokumpu	2	6 144	608 256
Padasjoen Sanomat, Padasjoki	1	3 743	198 379
Paikallissanomat, Vammala	1	5 679	295 308
Pargas Kungörelser - Paraisten Kuulutukset, Parainen	1	5 122	271 466
Parikkalan Sanomat, Parikkala	2	5 010	506 010
Perhonjokilaakso, Veteli	1	5 748	298 896
Perniönseudun Lehti, Perniö	1	4 163	220 639
Petäjävesi, Petäjävesi	1	2 076	107 952
Pidisjärvi, Nivala	2	4 870	477 260
Pielavesi-Keitele, Pielavesi	1	7 197	381 441
Pielisjokiseutu, Eno	2	6 512	657 712
Pietarsaaren Sanomat, Pietarsaari	3	3 388	518 364
Pitäjäläinen, Nilsinä	2	5 458	556 716
Pitäjänuutiset, Mäntyharju	2	7 729	587 404
Pogostan Sanomat, Ilomantsi	2	7 468	761 736
Pohjankyrö-Lehti, Isokyrö	2	7 285	728 500
Pohjois-Satakunta, Ikaalinen	2	6 935	700 435
Pohjolan Työ, Oulu	3	7 224	1 047 480
Punkalaitumen Sanomat, Punkalaidun	1	4 517	234 884
Puolanka-lehti, Puolanka	1	2 784	158 688
Puruvesi, Punkaharju	2	9 210	911 790
Puumala-lehti, Puumala	1	3 755	195 260
Pyhtäänlehti-Pyttisbladet, Pyhtää	1	2 332	53 636
Pyhäjärven Sanomat, Pyhäsalmi	1	5 322	282 066
Pyhäjärvisseutu, Säkylä	3	5 150	736 450
Päijät-Häme, Vääkylä	2	4 293	433 593
Päijätseutu, Lahti	1	4 033	213 749
Rannikkoseutu, Raisio	2		
Rantalakeus, Liminka	1	5 757	299 364
Rantapohja, Haukipudas	2	12 758	1 301 316
Rantasalmen Lehti, Rantasalmi	1	3 532	180 132
Reisjärvi, Reisjärvi	1		
Riihimäen Seutu, Riihimäki	1	1 223	64 819
Ruovesi, Ruovesi	1	5 390	280 280
Salmetar, Iisalmi	1	6 754	351 208
Sampo, Saarijärvi	1	6 821	361 513
Satakunnan Työ, Pori	3	7 089	1 063 350
Sieviläinen, Sievi	1	3 483	181 116
Siikajokilaakso, Ruukki	2	7 706	778 306
Sipoon Sanomat, Sipoo	1	3 291	174 423
Sisä-Savon Lehti, Suonenjoki	2	6 921	678 258
Sisä-Suomen lehti, Äänekoski	3	8 740	1 319 740
Soisalon Seutu, Leppävirta	2	5 651	570 751
Somero, Somero	2	5 749	569 151
Sompio, Sodankylä	3	4 404	660 600
Sotkamo-Lehti, Sotkamo	2	5 567	578 968
Sulkava-Lehti, Sulkava	1	2 982	158 046
Suomenmaa, Helsinki	1	12 886	670 072

8.5 jatkuu

Lehti	Ilm/viikko	Levikki	Volyyymi
Suomenselän Sanomat, Virrat	3		
Suupohjan Sanomat, Kristiinankaupunki	2	5 257	525 700
Suur-Keuruu, Keuruu	3	6 957	1 050 507
Syd-Österbotten, Närpiö	3	8 289	1 235 061
Sydän-Hämeen Lehti, Pälkäne	2	7 065	678 240
Säynätsalo, Muurame	1		
Teisko-Aitolahti, Kangasala	1	1 914	101 442
Tejuka, Teuva	1	5 091	269 823
Tervareitti, Muhos	2	7 909	798 809
Tohmajärven-Värtsilän Lehti, Tohmajärvi	1	3 666	190 632
Toijalan Seutu, Toijala	2	5 331	538 431
Turun Tienoo, Lieto	2	6 921	671 337
Tyrvään Sanomat, Vammala	3	10 761	1 549 584
Ulvilan Seutu, Ulvila	2	7 069	678 624
Urijalan Sanomat, Urijala	1	6 147	319 644
Uusi Aika, Pori	3	10 607	1 559 229
Uusi Pohjois-Karjala, Joensuu	1	7 309	365 450
Uutis-Jousi, Siilinjärvi	2	7 069	721 038
Uutis-Valjakko, Turku	1	2 005	96 240
Vaarojen Sanomat, Juuka	2	5 001	500 100
Vakka-Suomen Sanomat, Uusikaupunki	3	9 784	1 457 816
Valkealan Sanomat, Valkeala	1	3 428	178 256
Valpas, Kuopio	1	4 692	234 600
Vanajaveden Seutu, Parola	2	4 116	382 788
Vantaan Sanomat, Vantaa	2	11 637	1 745 550
Vapaus, Mikkeli	1	5 195	249 360
Vastin, Jyväskylä	1	7 190	352 310
Viiala-lehti, Viiala	1	2 465	128 180
Viiden Kunnan Sanomat, Karstula	1	6 061	309 111
Viikko-Eteenpäin, Kotka	1	6 733	350 116
Viikkolehti (Kansan Uutiset), Helsinki	1	41 530	2 159 560
Viiskunta, Alavus	2	8 327	841 027
Viitasaaren Seutu, Viitasaari	1	5 467	278 817
Väylä, Paltamo	2	2 091	209 100
Yhteissanomat, Savitaipale	2	5 793	579 300
Ykkös-Sanomats, Nummi-Pusula	1	4 074	207 774
Ylä-Kainuu, Ämmänsaari	2	8 663	883 626
Ylä-Karjala, Nurmes	3	6 310	940 190
Ylä-Satakunta, Parkano	3	9 030	1 336 440
Ylöjärven Sanomat, Ylöjärvi	1	5 102	265 304
Östra Nyland, Loviisa	3	4 498	679 198
Yhteensä		1 299 920	127 039 369

* Levikki on ilmoitettu lehdistä, joilla on ollut levikintarkastus 1991 ja/tai 1992.

Lähde: Levikintarkastus Oy
Suomen Lehdistö 7-8/1993

8.6 Sanomalehdet lääneittäin 1992*

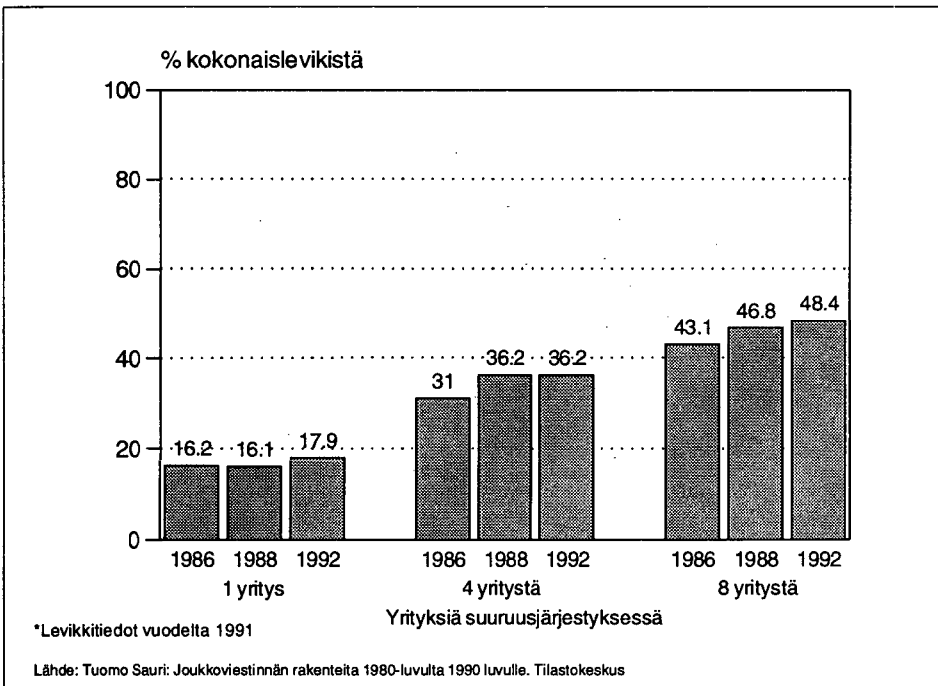
Lääni	Päivälehtiä	Muita sanomalehtiä	Yhteensä
Hämeen lääni	6	26	32
Kaski-Suomen lääni	2	14	16
Kuopion lääni	3	12	15
Kymen lääni	4	11	15
Lapin lääni	2	2	4
Mikkelin lääni	4	11	15
Oulun lääni	7	18	25
Pohjois-Karjalan lääni	1	9	10
Turun ja Porin lääni	8	29	37
Uudenmaan lääni	12	17	29
Vaasan lääni	7	21	28
Ahvenanmaa	2	–	2
Yhteensä	58	170	228

* Taulukossa mukana Sanomalehtien Liiton jäsenlehdet. Kaikkiaan vuonna 1992 ilmestyi 242 sanomalehteä; vrt. taulukko 8.1.

Lähde: Suomen Lehdistö 7–8/93.

Kuvio 8.3

Suurimpien sanomalehtiyritysten osuus levikistä vuosina 1986, 1988 ja 1992*



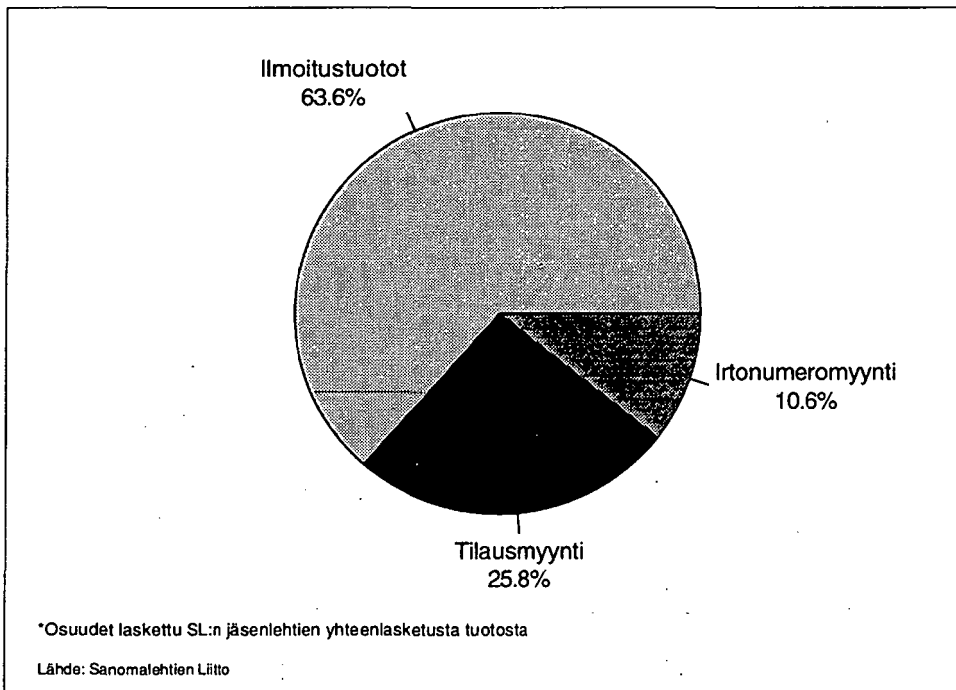
8.7 20 suurimman sanomalehtiyrityksen mediaomistuksia vuonna 1991

Yhtiöitä, jotka julkaisevat/harjoittavat:

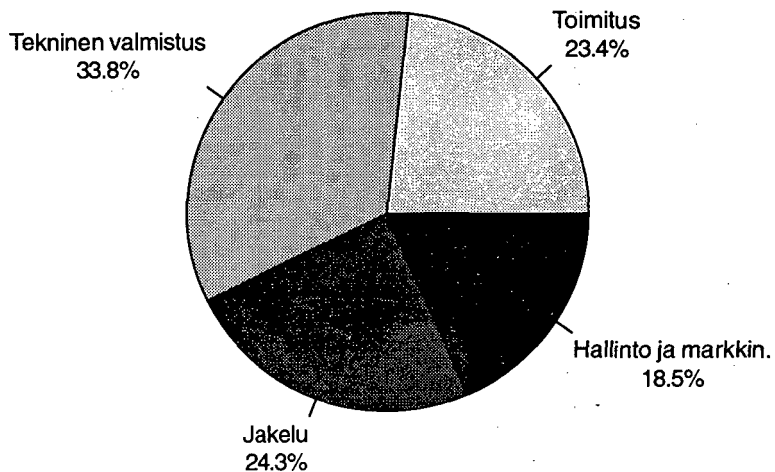
- paikallislehteä/lehtiä	14
- aikakauslehteä/lehtiä	6
- ilmaislehteä/lehtiä	10
- kirjankustannustoimintaa	4
- paikallisradiotoimintaa	9
- kaapeliteleviotoimintaa	8

Lähde: Sanomalehtiyritysten toimintakertomukset

Kuvio 8.4
Sanomalehtien tuottorakenne vuonna 1991



Kuvio 8.5
Päivälehtien kustannusrakenne vuonna 1992



*Osuudet perustuvat 4-7 kertaa viikossa ilmestyneiden sanomalehtien kustannusrakennetietoihin.
Tilastointiin osallistui 44 päivälehteä vuonna 1992.
Lähde: Sanomalehtien Liitto: Toimitustilastot

8.8 Päivälehtien sisältö vuonna 1992*

	%
Toimituksen aineisto	
Artikkeliaineisto	5,7
Kulttuuri	6,8
Kotimaan aineisto	33,9
Ulkomaan aineisto	6,7
Talous	8,0
Urheilu	14,8
Ajanvieteaineisto	10,4
Yleisön osasto	2,6
Sarjakuvat, pilapiirroukset	2,9
Radio- ja televisio-ohjelma-aineisto	8,3
Yhteensä	100,0
Koko rekisteröidystä palstatilasta:**	
Toimituksen aineistoa	71,6
Ilmoitusaineistoa	28,4
Yhteensä	100,0

* Jakauma perustuu 4 – 7 kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.) Jakaumat laskettu palstatilasta. Tilastointiin osallistui 44 lehteä vuonna 1992.

** 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 (3,7 % vuonna 1992)

Lähde: Sanomalehtien Liitto: Toimitustilasto 1992

8.9 Päivälehtien tekstiaineiston lähteet vuonna 1992*

	% tekstilasta
Toimituksen tuottama	45,3
Avustajien tuottama	11,8
Julkaisu oikeudet ostettu/ Tietotoimistojen materiaali	32,0
Lähetetty aineisto**	10,9
Yhteensä	100,0

* Jakauma perustuu 4 - 7 kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.) Jakaumat laskettu palstatilasta. Tilastointiin osallistui 44 lehteä.

** Sisältää tilaamatta lähetetyn aineiston kuten yleisönosastokirjoitukset, lehdistötiedotteet ja radio- ja tv-ohjelmaesittelyt, jotka eivät ole toimituksen tuottamia.

Lähde: Sanomalehtien Liitto: Toimitustilasto 1992.

8.10 Postin kuljettamat sanomalehdet vuosina 1980 – 1992*

	Lehtien määrä			Paikallis- lehdet	Yhteensä
	Sanomalehdet				
	Yhteensä	Postin päiväkanto	Postin erilliskanto**		
	Milj. kpl	%	%		
1980	349,0	77	23	52,6	401,6
1981	388,8	72	28	55,4	444,2
1982	385,0	71	29	59,3	444,3
1983	398,7	62	38	63,8	462,5
1984	399,0	61	39	65,0	464,0
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

* Kotimaiset ja ulkomaille lähtevät.

** Erilliskantoon luetaan kaikki muu kuin päiväkanto. Sanomalehdillä erilliskanto on enimmäkseen varhaiskantoa.

Lähde: Posti- ja telelaitos. Tilastot, eri vuosina.

8.11 Tilattujen kotimaisten sanomalehtien eri jakelutapojen osuudet vuosina 1986, 1989 ja 1991*

	1986	1989	1991
	%		
Oma jakelu	16	9	6
Yhteisjakelu	48	53	59
Postin varhaisjakelu	11	14	16
Postin päiväjakelu	25	24	19
Yhteensä	100	100	100
(Vastanneita lehtiä)	(48)	(45)	(56)

* Laskettu jakelumäärästä numerokappaleina. Tiedot perustuvat kyselytutkimuksiin, joihin vastanneiden lehtien joukko vaihtelee. Vastanneiden lehtien määrä ja koko vaikuttavat jakaumiin. Luvut eivät sisällä irtonumeromyyntiä, ks. taulukko 8.12.

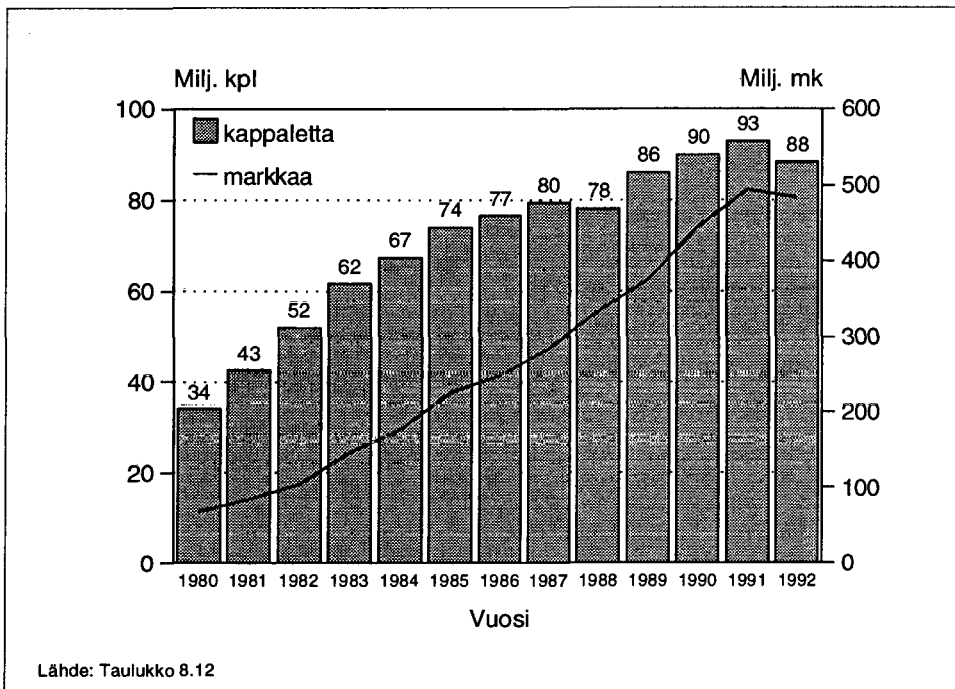
Lähde: Sanomalehtien Liitto.

8.12 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynti vuosina 1980–1992

	Kotimaiset sanomalehdet		Niistä iltapäivälehtiä				Ulkomaiset sanomalehdet	
	Milj.kpl	Milj.mk	Milj.kpl	%	Milj.mk	%	Milj.kpl	Milj.mk
1980	40,4	84,7	34,0	84,2	68,1	80,4	1,1	4,0
1981	48,5	103,4	42,5	87,6	84,2	81,4	1,0	4,2
1982	58,3	124,4	52,0	89,2	104,1	83,7	1,1	5,0
1983	67,8	168,8	61,7	91,0	146,0	86,5	1,0	5,3
1984	73,1	198,7	67,4	92,2	176,7	88,9	0,9	4,5
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

Lähde: Rautakirja Oy

Kuvio 8.6
Iltapäivälehtien irtonumeromyynti 1980 – 1992



8.13 Ilmaislehtien määrä, kokonaispainos/numero, volyymi ja ilmoitustulot vuosina 1984 ja 1989

	1984	1989
Ilmaislehtiä	131	141
Kokonaispainos (milj.kpl)	3,3	3,7
Volyymi (milj.kpl)	185	230
Ilmoitustulot (milj.mk)	215	315

* 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.

Lähteet: Suomen Lehdistö 4/1985.
Suomen Lehdistö 4/1990.

8.14 Sanoma- ja ilmaislehtien lukeminen 1991

	Seuraa säännöllisesti:		
	7-3-päiväisiä sanomalehtiä	2-1-päiväisiä sanomalehtiä	Ilmaislehtiä
	%		
10 vuotta täyttäneet			
Kaikki yhteensä	93	33	51
Miehet	93	32	52
Naiset	92	33	50
Ikä			
10-14-vuotta	72	18	24
15-24-vuotta	91	29	50
25-44-vuotta	94	34	54
45-64-vuotta	96	35	57
65--vuotta	95	37	48
15 vuotta täyttäneet			
Elinvaihe			
Vanhempien kotona asuva naimaton (ikä 10-30-vuotta, ei lapsia)	92	33	43
Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45 vuotta)	89	24	50
Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ vuotta)	89	32	51
Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45 vuotta)	94	28	61
Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ vuotta)	99	38	54
Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 0-6-v.)	94	37	55
Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 7-17-v.)	97	36	54
Yksinhuoltaja (alle 18-v. lapsia)	91	28	57
Kuntamuoto			
Kaupungit	94	20	61
Muut kunnat	94	55	40

Lähde: Vapaa-aika numeroina 2. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:4. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

9 Aikakauslehdet

Aikakauslehtien valikoima on laaja. Suomessa ilmestyy kaikkiaan noin 2500 erinimistä aikakauslehteä. Nämä lehdet on merkitty Postin lehtiluetteloon 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 aikakauslehtinimikkeen joukosta Helsingin yliopiston bibliografisen osaston tilastoihin viitaten. Määrään on silloin laskettu mukaan kaikki vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvät aikakautiset julkaisut. (Taulukko 9.1.)

Seuraavassa aikakauslehdistöllä tarkoitetaan kuitenkin edellä mainittua noin 2 500 lehden joukkoa. Nykyisin 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;
- 2 Ammatti- ja järjestölehdet, jotka jaetaan aihealan mukaan 16 alaryhmään;
- 3 Mielipidelehdet, joiden alaryhmiä ovat yhteiskunta ja politiikka, kulttuuri, uskonto sekä muut aatteelliset lehdet;
- 4 Asiakas- ja yrityislehdet.

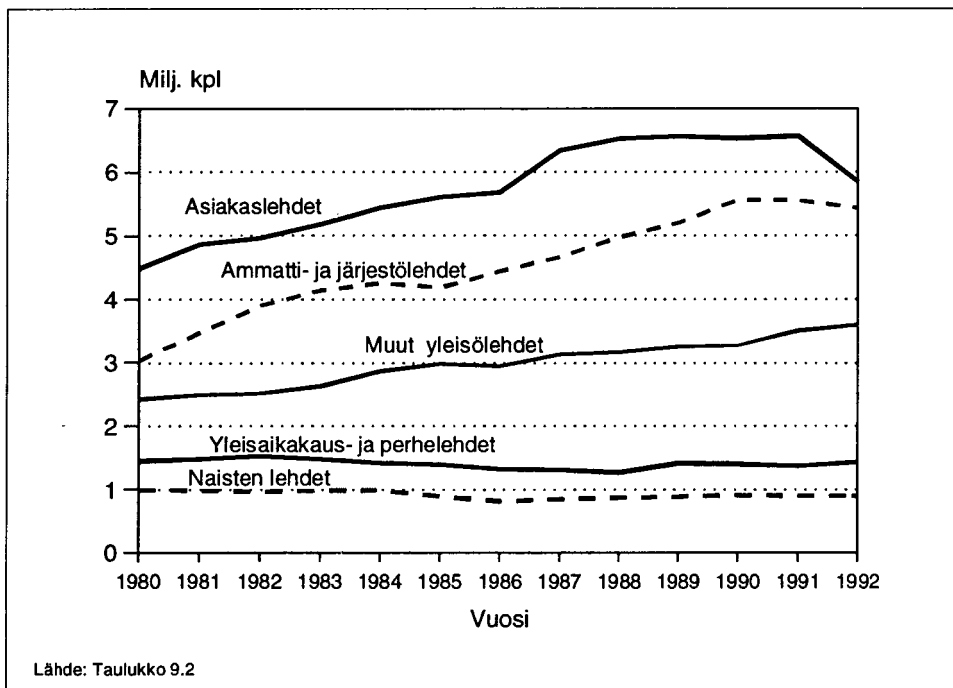
Posti on tilastoinut kuljettamansa aikakauslehdet vuoden 1992 osalta lehtityypeittäin tämän luokituksen mukaisesti (taulukko 9.6). Kun myydyt irtotonumerot (taulukko 9.7) lisätään Postin kuljettamiin lehtiin yleisölehtien luokkaan, aikakauslehtien volyymin (= levikki kerrottuna ilmestymiskertojen määrällä) ryhmittäinen jakauma näyttää seuraavalta:

– Yleisölehdet	37 %
– Ammatti- ja järjestölehdet	39 %
– Mielipidelehdet	3 %
– Asiakaslehdet	21 %

Postin jakamien lehtien volyymitiedot on eritelty ensi kertaa lehtiryhmittäin vuonna 1992. Yleiskuvan eri lehtiryhmien osuuksien muutoksista voi saada Levikintarkastus Oy:n aikasarjatiedoista, joissa mukana tietenkin ovat vain levikkinsä tarkastuttaneet lehdet. Niiden määrä vaihtelee vuosittain. Lisäksi volyymeihin ja levikkeihin perustuvat aikasarjat antavat hieman toisistaan poikkeavan kuvan lehtiryhmien kehityksestä, koska lehtien ilmestymistiheydet vaihtelevat. (Kuvio 9.1 & taulukko 9.2.)

Eri lehtiryhmistä muut yleisölehdet eli erikoisaikakaus- ja harrastelehdet samoin kuin ammatti- ja asiakaslehdet ovat kasvattaneet levikkejään. Näissä lehtiryhmissä levikkinsä tarkastuttaneiden lehtien nimikemäärä on selvästi kasvanut, mikä osaltaan selittää yhteislevikkien huomattavaa kasvua.

Kuvio 9.1
Eräiden aikakauslehtiryhmien yhteislevikit 1980 – 1992



(Vuonna 1992 asiakaslehtien levikki tosin laski selvästi Kauppa ja Koti -lehden lakkauttamisen vuoksi.) Naistenlehtien yhteislevikin trendi on laskeva. Yleisaikakaus- ja perhelehtien yhteislevikki heilahtelee tarjolla olevien nimikkeiden määrän mukaan. (Taulukko 9.2.)

Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti on laskenut 1980-luvun alusta lähtien (taulukko 9.7). Samaan aikaan iltapäivälehtien myynti on voimakkaasti kasvanut (vrt. luvun 8 taulukko 12).

Ulkomaisten aikakauslehtien kappalemyynti lisääntyi etenkin 1980-luvun puolivälissä, mutta pysähtyi sitten. 1990-luvun alku näytti muodostuvan uudeksi kasvujaksoksi. Vuonna 1992 ulkomaisten aikakauslehtien myynti kuitenkin laski selvästi. (Taulukko 9.7.)

Myydyt ulkomaisten lehtien irtonumerot ovat ennen kaikkea erikoisaikakauslehtiä ja harrastelehtiä. Yleisaikakaus- ja perhelehtien osuus ulkomaisten lehtien (markkamääräisestä) myynnistä oli viidennes vuonna 1992. (Taulukko 9.9.)

Aikakauslehdistö on päivälehtien jälkeen toiseksi suurin joukkoviestinnän ala. Sen liikevaihto oli noin 2,7 miljardia vuonna 1992. Vuonna 1992 sen osuus joukkoviestinnän koko liikevaihdosta oli noin 19 prosenttia.

Aikakauslehdet saavat valtaosan tuloistaan tilauksista ja irtonumeromyynistä. Talouden lama on supistanut ilmoitustuloja. Ilmoittelun osuus aikakauslehtien tuotoista lienee nykyisin 20 prosentin tuntumassa. Kattavia tilastotietoja viime vuosilta ei tuottojen jakaumasta ole saatavissa. Taloudellisesti parempina aikoina mainostulojen osuus tuotoista oli noin 25 prosenttia.

Suomessa on nykyisin kolme selvästi muita suurempaa aikakauslehtien kustantajaa: Yhtyneet Kuvalehdet, Sanoma Yhtymä ja A-lehdet Oy.

Lehtimiehet Oy:n ostolla Yhtyneet Kuvalehdet kasvoi selvästi suurimmaksi aikakauslehtiyritykseksi. Myös Sanoma Yhtymä on vahvistanut asemaansa. A-lehdet sen sijaan on pitänyt lehtivalikoimansa ja volyyminsa suurin piirtein ennallaan 1980-luvun puolivälin tilanteeseen verrattuna. (Taulukko 9.4.)

Nämä kolme suurinta kustantajaa julkaisivat vuoden 1991 lopussa yhteensä 58 yleisölehtinimikettä, joiden yhteinen volyyymi oli 102,5 miljoonaa kappaletta.

Kolmen suurimman kustannustalon osuus aikakauslehdistön koko volyyymistä oli siten hieman runsas neljäsosa (28%) ja yleisölehtien volyyymistä noin 80 prosenttia vuonna 1991. Osuudet on arvioitu Postin ja Rautakirja Oy:n volyymitietojen perusteella.

Tilastointi

Levikintarkastus Oy tarkastaa vuosittain aikakauslehtien nettolevikkejä.

Aikakauslehtien Liitto tilastoi liiton jäsenlehtien toimintaa sekä julkaisee vuosittain mediaoppaan (esim. Suomen aikakauslehdistö 1993) jäsenlehdistään. Opas sisältää myös joitakin tilastotietoja aikakauslehdistöstä.

Helsingin yliopiston kirjaston bibliografinen osasto tilastoi Suomessa ilmestyviä aikakauslehtinimikkeitä.

Posti- ja telelaitoksen vuositilastoissa on tiedot postin kuljettamista lehdistä. Rautakirja Oy:n vuosikertomuksissa on tiedot koti- ja ulkomaisten lehtien irtonumeromyynnistä.

Tilastokeskuksen vuoden 1991 vapaa-aikatutkimuksessa on yksityiskohtaisia tietoja aikakauslehtien lukemisesta ja siinä havaittavista muutoksista.

Täydentävää kirjallisuutta

Aikakauslehdistön voimatekijät. Aikakauslehtien Liitto, Helsinki 1991.

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

Jyrkiäinen, Jyrki: Joukkotiedotuksen keskittymistutkimus III. Liikenneministeriön julkaisuja 2/89. Helsinki 1989.

KM 1989: 31. Aikakauslehtien toimintaedellytykset Suomessa. Liikenneministeriö, Helsinki 1989.

Kohvakka, Rauli: Aikakauslehdistö 1980-luvulla. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1991: 1. Tilastokeskus, Helsinki 1991.

Sassi, Sinikka: Pienlehdistö ja uusi tekniikka. Liikenneministeriön julkaisuja 38/90. Helsinki 1990.

Sauri, Tuomo: Joukkoviestinnän rakenteita 1980-luvulta 1990-luvulle. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 1. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Sauri, Tuomo: Sanoma- ja aikakauslehtien lukeminen. Teoksessa Liikkanen & Pääkkönen (toim.): Arjen kulttuuria. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 2. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

Suomen lehdistön historia. Osat 8–10: Aikakauslehdistön historia. Kustannuskiila, Kuopio 1991–91.

Vapaa-aika numeroina 2: kirjojen ja lehtien lukeminen, kirjastossa käyminen. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993: 4. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

9.1 Aikakauslehdistön lukumääräinen kehitys ilmestymistiheyden mukaan vuosina 1980 – 1991*

Vuosi	Ilmestyy					Yhteensä	Siitä			
	Kerran viikossa	1–2 kertaa kuukaudessa	4–11 kertaa vuodessa	2–3 kertaa vuodessa	2–11 kertaa vuodessa yhteensä		Suomenkielisiä	Suomen- ja ruotsinkielisiä	Ruotsinkielisiä	Muun kielisiä
1980	68	546	2 992	3 606	3 080	271	195	60
1981	85	583	3 265	3 933	3 291	309	244	89
1982	93	640	3 583	4 316	3 608	322	261	125
1983**	109	593	3 608	4 310
1984	115	517	3 800	4 432	3 817	285	233	97
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

* Aikakauslehtien määrään sisältyy tässä vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvät lehdet.

** Vuodesta 1983 lähtien alle kolme kertaa viikossa ilmestyvät valtakunnalliset sanomalehdet on siirretty aikakauslehtiin. Vain osan vuotta ilmestyneitä sanomalehtiä ei ole laskettu tilastoon.

*** Vuonna 1990 lisäksi noin 400 lehteä, joiden luokitus ilmestymistiheyden mukaan puuttuu.

Lähteet: Suomen tilastollinen vuosikirja;
Helsingin yliopiston kirjasto, Bibliografinen osasto.

9.2 Eräiden aikakauslehtiryhmien yhteislevikit vuosina 1980 – 1992*

	Yleisaikakaus- ja perhe- lehdet**	Naisten lehdet***	Muut yleisölehdet	Yleisölehdet yhteensä	Ammatti- ja järjestölehdet	Asiakas- lehdet
	1 000 kpl					
1980	1446,2	987,6	2420,5	4854,3	3030,8	4492,4
1981	1481,2	978,8	2483,4	4943,4	3472,0	4846,8
1982	1525,9	960,3	2508,7	4994,9	3903,3	4967,5
1983	1475,6	980,4	2626,7	5082,7	4145,0	5191,2
1984	1419,6	984,1	2860,2	5263,9	4260,4	5443,4
1985	1392,5	884,8	2975,1	5252,4	4190,2	5616,4
1986	1316,4	810,7	2941,9	5069,0	4445,9	5692,5
1987	1306,7	842,8	3121,8	5271,3	4668,3	6348,5
1988	1263,7	861,3	3157,4	5282,4	4981,2	6529,3
1989	1410,9	881,4	3249,6	5541,9	5203,8	6569,8
1990	1396,3	902,9	3266,6	5565,8	5567,8	6537,3
1991	1364,6	893,3	3507,1	5765,0	5564,4	6574,3
1992	1429,9	893,9	3599,1	5922,9	5434,6	5856,5 ****

* Levikkinsä tarkastuttaneet lehdet. Huom! Mukana olevien lehtien määrä vaihtelee eri vuosina.

** Apu, Hymy, Kuriren, Nykyposti, SE! (1989-), Seura, Suomen Kuvalehti, Valitut Palat, 7 päivää (1992-)

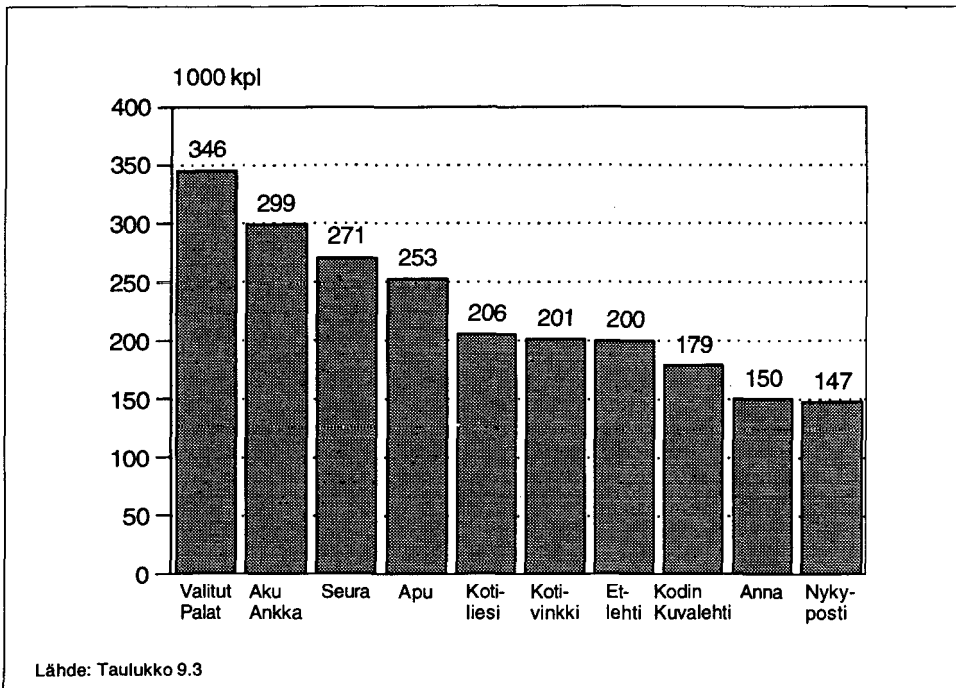
*** Anna, Eeva, Gloria (1987-), Jaana (-1984), Kaks' Plus, Kauneus ja Terveys, Kotiliesi, Me Naiset, Muoti+Kauneus, Prima(1983-1985), Trendi, (1990-), Uusi Nainen.

**** Yhteislevikin huomattava lasku vuonna 1992 johtuu ennen kaikkea Kauppa ja Koti -lehden lakkauttamisesta.

Lähde: Levikintarkastus Oy; Aikakauslehtien Liitto.

Kuvio 9.2

Kymmenen suurimman yleis-, perhe-, erikois- ja harrasteaikakauslehden levikit 1992



9.3 Suurimpien aikakauslehtien ilmestymistiheydet, levikit ja kustantajat 1992*

Lehti	Ilmestymis- kertoja/ vuosi	Levikki 1992	Muutos 1991/92 %	Kustantaja
Yleisaikakaus- ja perhelehdet				
Valitut Palat	12	345 866	-1,2	Oy Valitut Palat – Reader's Digest Oy Ab
Seura	52	271 150	-1,2	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Apu	52	252 912	-0,7	A-lehdet Oy
Nykyposti	12	147 250	7,4	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Hymy	12	111 661	-15,3	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Suomen Kuvalehti	52	111 534	-1,6	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
7 päivää	52	92 394		Aller Julkaisut Oy
SE!	12	76 681	-7,4	Sun Press Ky
Suurimmat erikoisaikakaus- ja harrastelehdet (Levikki yli 30 000)				
Kotiliesi	24	205 536	5,1	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Kotivinkki	12	201 391	0,3	Kustannus Oy Forma
ET-lehti	12	200 049	6,2	Sanomaprint
Kodin Kuvalehti	24	178 773	-1,4	Sanomaprint
Anna	52	150 247	-1,9	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Suuri Käsityölehti	12	122 314	6,6	Sanomaprint
Tekniikan Maailma	20	111 828	-7,0	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Suomen Luonto	10	111 315		Suomen Luonnonsuojeluliitto ry
Eeva	12	99 049	-5,8	A-lehdet Oy
Me naiset	54	94 576	-5,1	Sanomaprint
Suosikki	12	93 225	2,5	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Tuulilasi	12	89 385	-3,8	A-lehdet Oy
Veikkaaja	52	79 411	1,6	Oy Veikkaus Ab
Katso	52	70 496	-5,4	A-lehdet Oy
Voi hyvin	6	66 913	-9,4	A-lehdet Oy
Pellervo-lehti	20	64 540	-12,4	Pellervo-seura ry
Kauneus ja terveys	12	63 161	-4,3	A-lehdet Oy
Kaks Plus	12	63 087	0,7	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Trendi	4	60 451	9,5	Kustannus Oy Forma
Kotilääkäri	12	58 722	8,0	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Tieteen Kuvalehti	12	58 242	-5,1	Bonnier Julkaisut Oy
Alibi	12	57 271	-8,5	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Talouselämä	43	54 001	-1,1	Oy Talentum Ab
Gloria	12	51 680	-3,6	Sanomaprint
Avotakka	12	51 396	-6,1	A-lehdet Oy
Muoti+Kauneus	9	50 757	5,3	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Koululainen	12	47 590	-2,6	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Eläinmaailma	12	46 238	-6,6	Sanomaprint
Koneviesti	22	45 974	-11,3	Viestilehdet Oy
Erä	12	44 434	8,0	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Hyvä Terveys	9	41 035	4,2	Sanomaprint
Kunto Plus	12	40 009	-0,7	Bonnier Julkaisut Oy
Lasten Pyhäkoululehti	10	39 115	-10,0	Suomen Ev.lut Pyhäkouluyhdistys ry
Meidän talo & Koti	12	38 147	-4,8	A-lehdet Oy
Tiede 2000	8	37 978	-10,5	Sanomaprint
Vauhdin Maailma	12	36 996	6,7	Yhtyneet Kuvalehdet Oy

9.3 jatkuu

Lehti	Ilmestymis- kertoja/ vuosi	Levikki 1992	Muutos 1991/92 %	Kustantaja
Mikro Bitti	12	35 747	-9,1	Sanomaprint
Metsästys ja kalastus	12	34 322	-0,4	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Vene	10	31 104	-4,6	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Regina	24	30 928	-14,4	Kolmiokirja Oy
V8-Magazine	8	30 112	-13,1	Veekasi Oy
Suurimmat sarjakuvalehdet (Levikki yli 20 000)				
Aku Anka	52	299 432	-2,4	Sanomaprint
Roope-setä	12	51 888	-0,0	Sanomaprint
Nalle Puh	12	37 304	-6,3	Sanomaprint
Villivarsa	12	23 822	-4,9	Lehtimiehet Oy
Nalle Puh Puuhalehti	6	22 857	-10,5	Lehtimiehet Oy
Suurimmat ammatti- ja järjestölehdet (Levikki yli 100 000)				
Kunta ja Me	24	228 246		KTV ry
Akava	4	206 208		Akava ry
Kirkko ja kaupunki	48	182 075	2,3	H:gin ev.lut. seurakunnat
STTK-FTFC	11	165 802		STTK r.y.
SPR	4	155 486		Suomen Punainen Risti
Taloustaito	9	151 995	11,8	Verotieto Oy
Puntari-Pyndaren	21	127 515		Liikealan ammattiliitto ry
Sotaveteraani	8	115 188		Suomen Sotaveteraaniliitto ry
Sydän	7	110 281		Suomen sydäntautiliitto ry
Tekniikka & Talous	48	100 105	1,5	Talentum Oy
Suurimmat asiakaslehdet (Levikki yli 100 000)				
Pirkka	12	1 655 725	-2,8	Kauppiaitten Kustannus Oy
Sähköviesti	4	1 351 912	-10,6	Suomen Sähkölaitosyhdistys ry
Kulta YV	12	619 182	-8,0	OP-Julkaisut Oy
Yhteishyvä	12	365 625	-13,9	SOK
Me	12	340 048	11,2	Viestintärensas Oy
Silver News	4	179 606	-10,7	OP-Julkaisut Oy
Hippo (suomenk.)	6	173 551	-2,5	OP-Julkaisut Oy
Ykkösklubi	4	162 777	-14,9	SP-Palvelu Oy
Elanto	12	141 190		Oy Kaupparengas Ab

* Lehdet, joiden levikki on tarkastettu vuonna 1991 ja/tai 1992. Levikin muutos on ilmoitettu lehdistä, joiden levikki on tarkastettu molempina vuosina.

Lähde: Levikintarkastus Oy; Aikakauslehtien Liitto

9.4 Suurimpien aikakauslehtien kustantajien keskinäiset volyymiosuudet 1987, 1989 ja 1991

Yhtiö	Volyymi		Volyymi		Volyymi	
	1987		1989		1991	
	milj.kpl	%	milj.kpl	%	milj.kpl	%
Yhtyneet Kuvalehdet Oy	36,4	35,4	48,2	45,5	45,8	44,7
Lehtimiehet Oy*	12,3	12,0	–	–	–	–
Sanoma Yhtymä	29,7	28,9	33,1	31,3	33,7	32,9
A-lehdet Oy	24,5	23,8	24,6	23,2	23,0	22,4
Yhteensä	102,9	100,0	105,9	100,0	102,5	100,0

* Lehtimiehet Oy siirtyi vuodenvaihteessa 1988/89 Yhtyneille Kuvalehdille.

Levikkittiedot: Levikintarkastus Oy.

9.5 Postin kuljettamat aikakauslehdet vuosina 1980 – 1992*

	Aikakauslehdet	Tuettomat lehdet**
	Milj. kpl	
1980	333,5	–
1981	345,7	–
1982	336,1	–
1983	345,7	–
1984	349,0	–
1985	339,8	–
1986	338,0	–
1987	336,1	–
1988	335,9	61,4
1989	323,5	71,0
1990	320,1	77,1
1991	313,1	65,3
1992	301,1	61,4

* Kotimaiset ja ulkomaille lähtevät.

** Lehdet, jotka eivät ole oikeutettuja valtion yleiseen kuljetustukeen.

Lähde: Posti- ja telelaitos. Tilastot, eri vuosina.

9.6 Postin kuljettamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 1992

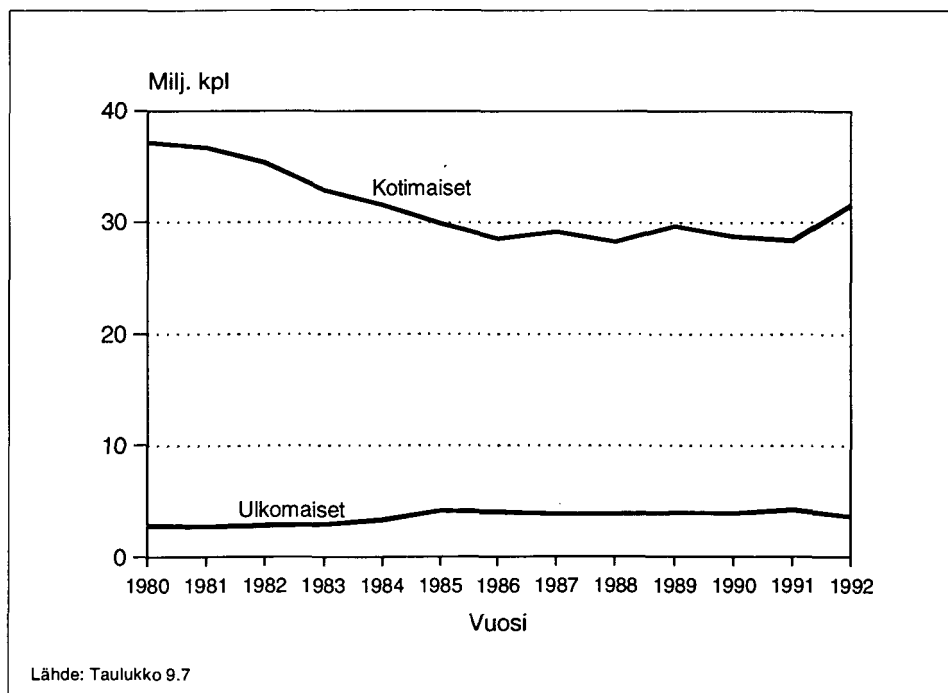
	1992	
	Milj.kpl	%
Yleisaikakaus- ja perhelehdet	40,1	11,9
Naisten yleis- ja erikoislehdet	20,9	6,2
Miesten yleis- ja erikoislehdet	0,7	0,2
Lasten ja nuorten lehdet	20,4	6,1
Erikoisaikakaus- ja harrastelehdet	26,0	7,7
Yleisölehdet yhteensä	108,1	32,1
Maa, metsä, karja, kala, kotit.	8,9	2,6
Teollisuus, tekniikka	20,4	6,0
Arkkiteht. rak.toimi, kiint.	8,8	2,6
Kauppa, palvelut, suurtalous	6,2	1,8
Tietoliikenne, tietojenkäsittely	4,5	1,3
Auto, moott, liiken, kulj, matk.	7,6	2,2
Talouselämä, yritystoiminta	8,8	2,6
Rahoitus, vakuutus	0,8	0,2
Markkinointi, viestintä	1,4	0,4
Julkinen hallinto, yhteisk.	16,8	5,0
Sosiaali- ja terveysala	18,9	5,6
Opetus, kasvatus	4,2	1,2
Uskonto, kirkko	13,4	4,0
Virkistys, kulttuuri, harrast.	9,8	2,9
Urheilu	10,9	3,2
Ammatti- ja järjestölehdet yhteensä	141,4	41,9
Yhteiskunta ja politiikka	7,2	2,1
Kulttuuri	0,2	0,1
Uskonto	4,4	1,3
Muut aatteelliset lehdet	1,4	0,4
Mielipidelehdet yhteensä	13,2	3,9
Asiakaslehdet	74,6	22,1
Aikakauslehdet yhteensä	337,4	100,0

Lähde: Posti- ja telelaitos, lehtipalvelut.

9.7 Koti- ja ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti vuosina 1980 – 1992

	Aikakauslehdet					
	Kotimaiset		Ulkomaiset		Yhteensä	
	Milj.kpl	Milj.mk	Milj.kpl	Milj.mk	Milj.kpl	Milj.mk
1980	37,2	239,2	2,8	21,9	40,0	261,1
1981	36,7	276,9	2,7	23,9	39,4	300,8
1982	35,4	300,4	2,8	26,7	38,2	327,1
1983	32,9	319,8	2,9	30,0	35,8	349,8
1984	31,6	337,3	3,3	36,8	34,9	374,1
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

Lähde: Rautakirja Oy

Kuvio 9.3
Aikakauslehtien irtonumeromyynti 1980 – 1992

9.8 Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 1992

Lehtityyppi	1 000 kpl	Mmk
Yleisaikakauslehdet	7 296	103,5
Naistenlehdet	4 532	68,5
Miestenlehdet	696	21,5
Nuorten lehdet ja musiikki	1 125	17,0
Muoti ja käsityöt	364	9,6
Ristikolehdet	2 104	28,7
Terveys ja kauneudenhoito	558	14,4
Asuminen ja rakentaminen	193	5,2
Auto, vene ja moottori	807	23,1
Valokuvaus ja elektroniikka	232	6,0
Sarjakuvalehdet	2 315	25,1
Lukemistot	886	13,9
Urheilu ja rahapelit	3 172	19,5
Muut lehdet	2 949	38,3
Albumit	2 031	39,9
Alman. kalent.	89	3,0
Kertajulkaisut	21	1,7
Naisten sarjakirjat	366	8,7
Miesten sarjakirjat	22	0,5
Taskukirjat	57	1,8
Tarjousarjakirjat	338	4,2
Muut lukutuotteet	1 437	0,5
Yhteensä	31 590	454,5

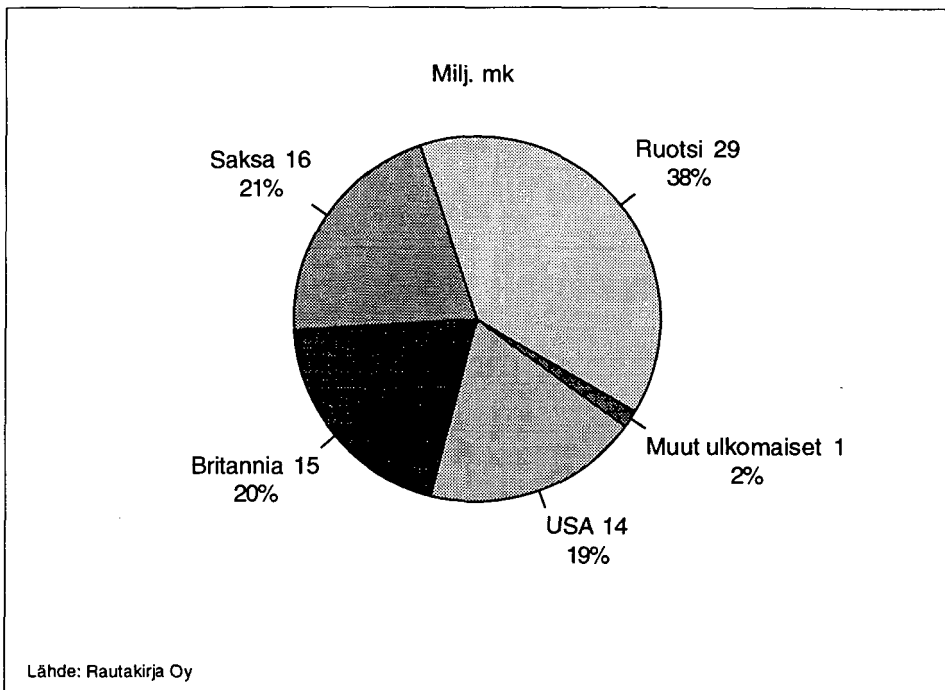
Lähde: Rautakirja Oy.

9.9 Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin vuonna 1992

Lehtityyppi	Milj.mk	%
Yleisaikakauslehdet	16,4	21,3
Nuortenlehdet	8,6	11,2
Muoti ja käsityö	10,4	13,5
Naistenlehdet	8,7	11,3
Miestenlehdet	5,9	7,7
Valokuvaus ja elektroniikka	7,7	10,0
Auto, vene ja moottori	6,0	7,8
Sarjakuvalehdet	4,2	5,4
Urheilu	2,8	3,6
Asuminen ja rakentaminen	2,3	3,0
Kauneus ja terveydenhoito	0,5	0,6
Ristikkolehdet	0,4	0,5
Muut lehdet	3,9	5,1
Yhteensä	77,1	100,0

Lähde: Rautakirja Oy

Kuvio 9.4
Ulkomaisten aikakauslehtien myynti alkuperämaittain 1992



9.10 Aikakauslehtien lukeminen 1981 ja 1991

	Lukenut aikakauslehtiä				Yhteensä
	Vähintään kerran viikossa	Vähintään kerran kuukaudessa	Harvemmin	Ei koskaan tai ei osaa sanoa	
	%				
10 vuotta täyttäneet					
Kaikki yhteensä					
1981	79	14	3	4	100
1991	69	28	1	1	100
Miehet					
1981	78	14	3	5	100
1991	67	29	1	0	100
Naiset					
1981	80	14	2	3	100
1991	70	27	1	1	100
Ikä					
10–14-vuotta					
1981	77	12	3	7	100
1991	57	35	2	2	100
15–24-vuotta					
1981	86	11	1	1	100
1991	73	25	0	0	100
25–44-vuotta					
1981	78	19	2	1	100
1991	69	29	1	0	100
45–64-vuotta					
1981	81	11	3	5	100
1991	71	27	1	0	100
65—vuotta					
1981	73	10	3	13	100
1991	65	27	2	1	100
15 vuotta täyttäneet:					
Elinvaihe:					
Vanhempien kotona asuva naimaton (ikä 10–30-vuotta, ei lapsia)					
1981	86	10	2	2	100
1991	73	26	0	0	100
Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45-vuotta)					
1981	75	18	4	3	100
1991	71	26	2	—	100

9.10 jatkuu

	Lukenut aikakauslehtiä				Yhteensä
	Vähintään kerran viikossa	Vähintään kerran kuukaudessa	Harvemmin	Ei koskaan tai ei osaa sanoa	
	%				
Muu naimaton, eronnut tai leski (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ vuotta)					
1981	72	12	4	12	100
1991	63	28	2	4	100
Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä alle 45-vuotta)					
1981	79	20	1	1	100
1991	73	25	1	0	100
Naimisissa tai avoliitossa (ei alle 18-v. lapsia, ikä 45+ vuotta)					
1981	79	10	3	8	100
1991	72	26	0	0	100
Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 0–6-v.)					
1981	79	18	2	0	100
1991	67	32	1	–	100
Naimisissa tai avoliitossa (nuorin lapsi 7–17-v.)					
1981	82	15	1	1	100
1991	71	28	1	–	100
Yksinhuoltaja (alle 18-v. lapsia)					
1981	79	21	–	–	100
1991	66	31	3	–	100
Kuntamuoto					
Kaupungit					
1981	80	15	3	2	100
1991	71	26	1	0	100
Muut kunnat					
1981	79	13	3	6	100
1991	67	29	1	1	100

Lähde: Vapaa-aika numeroina 2. SVT, Kulttuuri ja viestintä 1993:4. Tilastokeskus, Helsinki 1993.

10 Joukkoviestinnän julkinen tuki

Joukkoviestintäjärjestelmän ne osat, joiden toimintaan kohdistuu valtion taloudellisia tukitoimia, ovat graafisesta joukkoviestinnästä sanoma- ja aikauslehdistö ja kirjallisuus. Sähköisen joukkoviestinnän ja tallenneviestinnän eri sektoreista tukea saavat elokuva, kuvatalennnetuotanto, yleisradiotoiminta ja äänitetuotanto.

Lehdistön julkinen tuki (suora tuki ja kuljetustuki) on supistunut erittäin selvästi. Vuonna 1993 tukea leikattiin niin, että sen arvo lähes puolittui. (Taulukko 10.1)

Vuoden 1994 tulo- ja menoarvioesityksessä lehdistön suoraan taloudelliseen tukeen on varattu 111 mmk. Suora tuki oli enimmillään 158 mmk (vuonna 1991).

Lehdistön suoran tuen muotoja (ks. taulukko 10.1) ovat:

- Valtioneuvoston jakama tuki, jota myönnetään sanomalehtien kuljetus-, jakelu- ym. kustannusten alentamiseen, kehittämishankkeisiin sekä uutis- ja tietotoimistojen toiminnan tukemiseen.
- Nk. puoluetuki, joka jaetaan eduskunnassa oleville puolueille niiden lehdistön tukemiseen eduskunnan voimasuhteiden mukaan ja Ahvenanmaan maakunnalle tiedotustoiminnan tukemiseen.
- Yhteisjakelutukea myönnetään sanomalehtien ja jakeluorganisaatioiden yhteisjakelukustannuksiin ja yhteisjakelun kehittämiseen.
- Mielipidelehtitukea on jaettu vuodesta 1979 ja uskonnollisten lehtien tukea vuodesta 1977.

Lehdistön epäsuoraksi taloudelliseksi tueksi lasketaan yleinen kuljetustuki, nykyiseltä nimeltään maaseutujakelun tuki. Lehdistön epäsuoraan tukeen (postille maksettava korvaus lehtien postimaksuallennuksista) on varattu 98 miljoonaa vuoden 1994 menoarviossa. Suurimmillaan tämä tuki oli 358 miljoonaa (vuonna 1989) eli nimellisarvoltaan se oli noin 3,5-kertainen nykytasoon verrattuna.

Epäsuora tuki maksetaan Posti- ja telelaitokselle. Vuoteen 1990 asti Posti piti rekisteriä yleisen kuljetustuen laskennallisista lehtikohtaisista määristä. Vuoden 1991 alusta tuki muuttui kokonaistueksi Posti- ja telelaitokselle lehtiliikenneverkon ylläpitämisestä, maaseudun lehtijakelun turvaamisesta ja lehtiliikenteen kustannuksia alemmasta postimaksutasosta.

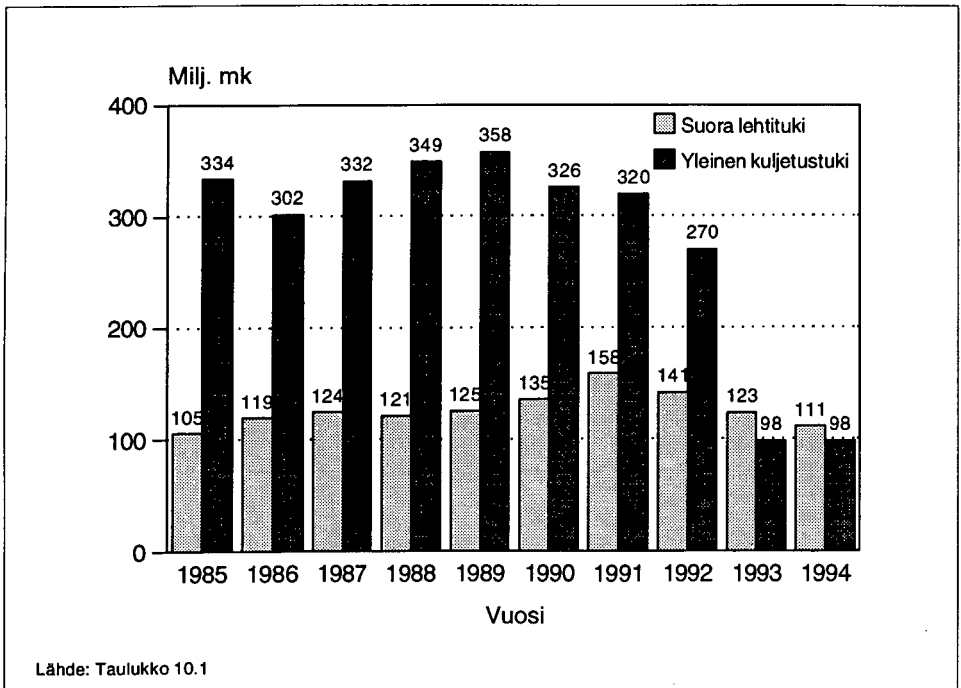
Vuoden 1994 menoarviossa tuki on rajattu korvaamaan kannattamatonta leh-
tien jakelua lähinnä maaseudulla. Yleisen kuljetustuen kohdentuminen lehti-
ryhmittäin eri vuosina ilmenee kuviosta 10.2.

Kirjallisuustuki (taulukot 10.3 & 10.4) on valtaosin kirjailijatukea, joka jae-
taan hakemusten perusteella yksityisille henkilöille - kirjailijoille ja kääntä-
jille - sekä vähäisemmässä määrin tukea kirjallisuuden yleiseen edistämiseen
ja kirjailijajärjestöille.

Keskeiset kirjailijatu-
en muodot ovat eripituiset kirjallisuuden taiteilija-apura-
hat, kohdeapurahat sekä kirjastokorvausapurahat. Viimeksimainitut ovat
luonteeltaan valtion maksamia tekijänoikeuskorvauksia, joihin tulo- ja meno-
arviossa osoitetaan vuosittain 10 prosenttia yleisten kirjastojen kirjahan-
kintoihin käyttämästä rahasta. (Arviomääräraha 14 mmk vuonna 1993.)

Eripituisia kirjallisuuden taiteilija-apurahoja (taulukko 10.4) sai vuonna 1992
noin 100 kirjailijaa (vuosikustannukset noin 7,1 mmk).

Kuvio 10.1
Valtion tuki lehdistölle 1985 – 1994



Muut tukimuodot ovat suuruusluokaltaan kirjailijatukea selvästi vähäisempiä. Esimerkiksi kustantajille suunnatun kirjallisuuden julkaisutuen (vähälevikkisen laatukirjallisuuden julkaisemiseen) ja kirjallisuuden ostotuen (pien-ten yleisten kirjastojen vähälevikkisen kirjallisuuden hankintaaan) yhteismäärä vuodelle 1993 oli noin 2,2 miljoonaa.

Valtionosuus yleisten kirjastojen käyttö- ja perustamiskustannuksiin on 598 miljoonaa markkaa vuodelle 1994. Parin viime vuoden aikana kirjastomäärärahat ovat nopeasti supistuneet. (Taulukko 10.5.)

Hankittujen kirjojen määrä ja kirjallisuuden hankintamäärärahojen osuus kirjastojen kaikista aineistomenoista alkoi laskea jo 80-luvun jälkipuolella. Muiden aineistomenojen (lehdet, av-aineisto) osuus on vastaavasti noussut. (Taulukko 10.6.)

Valtion elokuvataiteelle ja -tuotannolle osoittamat määrärahat kasvoivat vuosikymmenen vaihteessa selvästi, mutta vuonna 1993 myös elokuvatuki laski. Elokuvalle osoitettua taloudellista tukea voivat saada sekä alan yritykset että yksityiset henkilöt. Tukea jaetaan niin elokuvatuotantoon, elokuvateattereille kuin yksittäisten elokuvien esittämiseen. Tuotanto- ja jakelutuesta osa käytetään televisio- ja videotuotannon ja jakelun edistämiseen. (Taulukot 10.7 – 10.9.)

Tekijänoikeuden valvontaan ja korvaamiseen liittyvät kollektiiviset sopimusjärjestelyt ovat yleistyneet parin viime vuosikymmenen aikana ja eräin osin korvausten hallinnointi ja jako on saanut julkista tukea muistuttavia piirteitä. (Taulukot 10.10 – 10.15). Perusluonteeltaan tekijänoikeuskorvaukset ovat yksityisoikeudellisia korvauksia teosten käytöstä yksityisille tekijöille.

Videotuotannolle ja -levitykselle tärkeä tuen lähde on ollut Audiovisuaalisen viestintäkulttuurin edistämiskeskus AVEK, jonka tuki rahoitetaan tekijänoikeudellisilla kasettimaksuilla. Myös elokuväsäätion kautta kanavoitua videotuotannon tukea rahoitetaan kasettimaksutuotoilla. (Taulukot 10.11 & 10.12.)

Kasettimaksu on nauhoituksessa käytettävien äänittämättömien kasettien hintaan vuodesta 1984 sisältynyt tekijänoikeudellinen korvausosuus. (Kasettimaksu on vuodesta 1991 ollut suuruudeltaan ääninauhoista 3 p/min ja kuvanauhoista 4,5 p/min.) Kasettimaksukertymä oli 46,8 mmk vuonna 1992. (Taulukko 10.10.) Kasettimaksun tuotto on viime vuosina laskenut. Syitä tähän ovat pariin otteeseen toteutetut kuvakasettimaksun minuuttihinnan alentamiset, erilaiset kasettimaksun kiertokeinot ja yleinen taloudellinen taantuma. Opetusministeriö vahvistaa kasettimaksun tuoton käyttösuunnitelman vuosittain. Varoista yksi kolmannes tilitetään suoraan oikeudenhaltijoille ja kaksi kolmannesta kanavoidaan tekijänoikeudellisten yhteisöjen välityksellä tukitoimintaan.

Myös äänitetuotannon tuki rahoitetaan tekijänoikeudellisin kasettimaksuvaroin, joiden käyttösuunnitelman hyväksyy opetusministeriö. (Taulukot 10.11 & 10.13.)

Valokopioinnin korvaukset jaetaan tekijöitä ja teosten kustantajia edustavien Kopioston jäsenjärjestöjen kautta kollektiivikäyttöön. (Taulukot 10.14 & 10.15.)

Oy Yleisradio Ab on valtioenemmistöinen osakeyhtiö, jonka toiminnassa on lukuisia julkisoikeudellisia piirteitä. Niinpä se mm. vuonna 1951 vapautettiin tuloverosta lupamaksujen julkisoikeudellisen luonteen ja yleisradiotoiminnan yleishyödyllisyyden nojalla. Yleisradiotoiminnan kokonaistuotoissa suoran valtion tuen osuus on pieni. Esimerkiksi tilikaudella 1991/92 tuen osuus yhtiön tuotoista oli 0,5 prosenttia (8,5 mmk). (Ks. luvun 2 taulukko 1.)

Tilastointi

Joukkoviestinnän julkiseen tukeen suunnatut määrärahat löytyvät valtion tulo- ja menoarvioesityksistä sekä valtion tilinpäätöksistä opetusministeriön ja liikenneministeriön pääluokkien eri momenteilta.

Posti- ja telelaitos laatii vuosittain jakamiensa sanoma- paikallis- ja aikakauslehtien volyyymiin perustuvan arvion kuljetustuen lehtiryhmittäisestä kohdentumisesta.

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.

Täydentävää kirjallisuutta

Km 1989: 15. Viestintäkulttuuritoimikunnan I mietintö. Opetusministeriö, Helsinki 1989.

Lehdistön yleisen kuljetustuen muutostarpeet. Liikenneministeriön julkaisuja 15/91. Helsinki 1991.

Viestintäpoliittisia kannanottoja. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos, Julkaisuja. Sarja D 43/1990. Tampere 1990.

Virmavirta, Jarmo: Julkinen sana ja tuki. Selvitys lehdistötuen kehittämisestä. Liikenneministeriön julkaisuja 9/92. Helsinki 1992.

10.1 Valtion tuki lehdistölle vuosina 1980 ja 1985 – 1994

Tukimuoto	1980		1985		1986		1987		1988		1989	
	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%
Valikoiva lehdistötuki*												
– valtioneuvoston jakama	32	11,4	45	10,2	49	11,5	60	13,2	61	13,0	63	13,2
– puolueiden kautta	32	11,4	45	10,2	47	11,1	40	8,8	41	8,7	42	8,9
Uutis- ja tietotoimistojen tuki**	3	1,0	5	1,0	5	1,1	5	1,1	5	1,1	6	1,2
Sanomalehtien yhteisjakelutuki	1	0,1	7	1,5	15	3,5	15	3,3	10	2,1	9	2,0
Mielipidelehtituki	1	0,3	1	0,3	2	0,4	2	0,4	2	0,4	2	0,5
Uskonnollisten lehtien tuki	1	0,5	2	0,3	2	0,4	2	0,4	2	0,4	2	0,5
Suora lehtituki yhteensä	70	24,7	105	23,5	119	28,0	124	27,2	121	25,7	125	26,3
Yleinen kuljetustuki***	210	74,9	334	76,1	302	71,7	332	72,7	349	74,2	358	73,7
Tuki yhteensä	280	100,0	439	100,0	421	100,0	456	100,0	471	100,0	475	100,0

10.1 jatkuu

Tukimuoto	1990		1991		1992		1993		1994	
	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%
Valikoiva lehdistötuki*										
– valtioneuvoston jakama	66	14,3	73	15,3	69	16,8	62	28,1	55	26,3
– puolueiden kautta	45	9,8	49	10,2	43	10,5	38	17,2	35	16,7
Uutis- ja tietotoimistojen tuki**	6	1,3	7	1,4	4	1,0	–	–	–	–
Sanomalehtien yhteisjakelutuki	16	3,4	24	5,0	20	4,9	18	8,1	17	8,1
Mielipidelehtituki	2	0,5	3	0,5	2	0,6	2	1,1	4	1,9
Uskonnollisten lehtien tuki	2	0,4	2	0,4	3	0,6	2	1,1		
Suora lehtituki yhteensä	135	29,3	158	33,0	141	34,3	123	55,6	111	53,1
Yleinen kuljetustuki***	326	70,7	320	67,0	270	65,7	98	44,3	98	46,9
Tuki yhteensä	461	100,0	478	100,0	411	100,0	221	100,0	209	100,0

* Tuki sanomalehdistön kuljetus- jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseen.

** Uutis- ja tietotoimistojen sekä niiden asiakaslehtien telekustannusten alentamiseen.

*** Tuki maksetaan Posti- ja telalaitokselle lehtien kuljetusmaksujen alentamiseksi. Momentin nimike muutettu vuoden 1994 talousarviossa: Lehtien maaseutujakelun korvaus.

Lähteet: Valtion tilinpäätökset.

Valtion tulo- ja menoarvioesitykset.

10.2 Yleisen kuljetustuen kohdentuminen lehtiryhmittäin vuosina 1980 ja 1985 – 1992*

Lehtiryhmä	1980		1985		1986		1987		1988		1989*		1990		1991		1992	
	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%	Mmk	%
Sanomalehdet	135	64,3	213	63,7	183	60,6	204	61,4	214	61,4	229	64,2	222	68,1	208	65,0	161	59,7
Paikallislehdet	13	6,2	24	7,1	24	7,9	27	8,1	29	8,3	45	12,6	34	10,4	38	12,0	40	14,7
Aikakauslehdet	62	29,5	97	29,0	95	31,4	101	30,4	106	30,4	83	23,3	70	21,5	74	23,0	69	25,6
Yhteensä	210	100	334	100	302	100	332	100	349	100	357	100	326	100	320	100,0	270	100,0

* Tuki maksetaan Posti- ja telelaitokselle 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 volyymin perusteella.

Lähteet: Aikakauslehtityöryhmän mietintö, Liikenneministeriön julkaisuja 1/88;
Aikakauslehtien toimintaedellytykset Suomessa. Kom.miet. 1989:31;
Posti- ja telelaitos, lehtiyksikkö.

10.3 Valtion kirjallisuusmäärärahat vuosina 1980 ja 1985 – 1993*

	1980		1985		1986	1987	1988	1989
	1 000 mk	%	1 000 mk	%	1 000 mk	1 000 mk	1 000 mk	1 000 mk
Suomenkielisen kaunokirjallisuuden edistämiseen	65	1,2	95	0,6	100	100	100	100
Ruotsinkielisen kaunokirjallisuuden edistämiseen	40	0,7	85	0,6	90	90	90	90
Lukemisharrastuksen edistämiseen	190	3,4	370	2,5	370	370	380	430
Suomalaisen kirjallisuuden kääntämiseen ja julkaisemiseen	120	2,1	190	1,3	200	200	210	300
Kirjailija- ja kirjoittajakoulutukseen	135	2,4	200	1,4	250	250	260	270
Kirjailijajärjestöille	325	5,8	760	5,2	800	800	870	910
Suomen maakuntakirjailijat ry:lle	110	2,0	160	1,1	170	180	190	260
Suomen nuorisokirjallisuuden instituutille	–	–	220	1,5	235	235	300	340
Kirjallisuuden ostotuki	–	–	350	2,4	1 000	1 000	1 200	1 400
Kirjallisuuden julkaisutuki	–	–	–	–	–	–	–	200
Kirjastokorvausapurahat	4 600	82,4	12 300	83,5	13 000	15 070	15 710	16 141
Yhteensä	5 585	100,0	14 730	100,0	16 215	18 295	19 310	44 990

10.3 jatkuu

	1990		1991		1992		1993	
	1 000 mk	%	1 000 mk	%	1 000 mk	%	1 000 mk	%
Suomenkielisen kaunokirjallisuuden edistämiseen	100	0,4	105	0,4	105	0,4	100	0,5
Ruotsinkielisen kaunokirjallisuuden edistämiseen	90	0,4	100	0,4	100	0,4	95	0,5
Lukemisharrastuksen edistämiseen	470	2,1	500	2,1	500	2,1	–	0,0
Suomalaisen kirjallisuuden kääntämiseen ja julkaisemiseen	400	1,8	700	3,0	950	3,9	850	4,3
Kirjailija- ja kirjoittajakoulutukseen	290	1,3	300	1,3	300	1,2	700	3,6
Kirjailijajärjestöille	960	4,3	1050	4,5	1 050	4,3	1 230	6,3
Suomen maakuntakirjailijat ry:lle	290	1,3	305	1,3	305	1,3	–	0,0
Suomen nuorisokirjallisuuden instituutille	370	1,6	400	1,7	400	1,7	340	1,7
Kirjallisuuden ostotuki	1 550	6,9	1 650	7,1	1 650	6,8	1 524	7,8
Kirjallisuuden julkaisutuki	500	2,2	750	3,2	850	3,5	700	3,4
Kirjastokorvausapurahat	17 475	77,7	17 500	74,9	18 000	74,3	14 000	71,7
Yhteensä	22 495	100,0	23 360	100,0	24 210	100,0	19 539	100,0

* Käyttösuunnitelman mukaan.

Lähteet: Valtion tulo- ja menoarviot
Valtion tilinpäätökset
ARIS 4/92.

10.4 Kirjallisuuden osuus valtion taiteilija-apurahoista 1992

	Kirjailijoiden ja kääntäjien apurahat	Vuosikustannukset
	kpl	1 000 mk*
Taiteilija-apurahat:		
15-vuotiset	33	2 200
5-vuotiset	17	1 133
3-vuotiset	33	2 200
1-vuotiset**	23	1 533
Taiteilija-apurahat yhteensä	106	7 067

* Laskennallinen osuus vuoden 1992 budjetin arviomäärärahasta.

** Puolitettut yksivuotiset apurahat on laskettu yhteen yksivuotisiksi apurahoiksi

Lähde: Taiteen keskuslaitos.

10.5 Valtion tuki yleisille kirjastoille vuosina 1980 ja 1985 – 1993

Tukimuoto	1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
	Mmk										
Valtionosuus yleisten kirjastojen käyttökustannuksiin	207	384	419	471	517	565	621	701	741	606	563
Valtionosuus kirjastojen perustamiskustannuksiin	20	25	28	30	30	36	42	40	41	39	35
Rakennuslainat kirjastoille	4	11	2	–	–	–	–	–	–	–	–
Yhteensä	231	419	449	501	547	601	663	741	782	645	598

Lähde: Valtion tilinpäätökset; Valtion tulo- ja menoarviot.

10.6 Yleisten kirjastojen aineistomenot ja kirjahankinnat 1980 ja 1985 – 1992

Vuosi	Hankittuja kirjoja	Kirjallisuuden hankintamenot	Kirjastojen aineistomenot yhteensä
	1 000 kpl	Mmk	Mmk
1980	1 962	72,8	..
1985	2 405	142,9	175,1
1986	2 390	149,9	188,2
1987	2 442	156,4	199,7
1988	2 361	160,3	206,6
1989	2 316	171,9	224,6
1990	2 318	178,3	240,9
1991	2 056	174,3	243,3
1992	1 808	156,3	224,7

Lähteet: Kouluhallitus/Opetusministeriö: Tilastotietoja yleisistä kirjastoista vuosilta 1980, 1985–1992; Opetusministeriö, Kulttuuriasian osasto.

10.7 Valtion elokuvataiteen määrärahat vuosina 1980 ja 1985 – 1993

Tukimuoto	1980		1985	1986	1987	1988	1989
	1 000 mk	%	1 000 mk				
Kotimaisen elokuva- ja ohjelmatuotannon sekä jakelun tuki	6 250	59,5	17 400	19 500	19 300	19 000	21 000
Elokuva-alan järjestöille	200	1,9	360	500	1 300	1 300	1 730
Elokuvataiteen tukemiseen	750	7,1	2 450	2 700	2 700	2 700	–
Elokuvasäätiölle	–	–	–	–	–	–	4 700
Elokuvateknisiä laitteita varten Elokuväsäätiön käytettäväksi	–	–	1 600	1 600	1 600	1 200	1 200
Elokuvasäätiön rahoitukseen säätiön ja YLE:n sopimuksen mukaan	–	–	–	–	–	2 200	2 200
Alueellisille elokuvakeskuksille	490	4,7	1 150	1 200	1 200	1 200	1 500
Elokuvateattereiden kunnostamiseen	–	–	1 000	1 200	1 200	1 200	–
Elokvakopioiden tarjonnan lisäämiseen	170	1,6	360	700	700	1 200	–
Elokuvateatteritukeen	–	–	–	–	–	–	2 400
Suomen elokuva-arkisto	2 647	25,2	8 659	8 829	9 246	9 154	9 933
Suomen maksuosuus Eurimages-rahastoon	–	–	–	–	–	–	–
Suomen maksuosuus AV-Eurekan kustannuksista	–	–	–	–	–	–	–
Yhteensä	10 507	100,0	32 979	36 229	37 246	39 154	44 663

10.7 jatkuu

Tukimuoto	1990		1991		1992		1993	
	1 000 mk	%	1 000 mk	%	1 000 mk	%	1 000 mk	%
Kotimaisen elokuva- ja ohjelmatuotannon sekä jakelun tuki	31 500	55,1	43 000	58,1	44 000	57,7	38 500	55,5
Elokuva-alan järjestöille	1 830	3,2	2 150	2,9	2 000	2,6	1 760	2,5
Elokuvataiteen tukemiseen	–	–	–	–	–	–	–	–
Elokuvasäätiölle	5 200	9,1	7 500	10,1	8 000	10,5	6 000	8,6
Elokuvateknisiä laitteita varten	–	–	–	–	–	–	–	–
Elokuvasäätiön käytettäväksi	1 000	1,7	1 050	1,4	1 050	1,4	1 000	1,4
Elokuvasäätiön rahoitukseen säätiön ja YLE:n sopimuksen mukaan	2 200	3,8	2 500	3,4	2 500	3,3	2 500	3,6
Alueellisille elokuvakeskuksille	1 650	2,9	1 800	2,4	1 800	2,4	1 584	2,3
Elokuvateattereiden kunnostamiseen	–	–	–	–	–	–	–	–
Elokuvan laaturukeen	–	–	–	–	–	–	1 500	2,2
Elokvakulttuurin tukemiseen	–	–	–	–	–	–	1 000	1,4
Elokvakopioiden tarjonnan lisäämiseen	–	–	–	–	–	–	–	–
Elokuvateatteritukeen	3 400	5,9	3 700	5,0	3 910	5,1	3 610	5,2
Suomen elokuva-arkisto	9 859	17,2	11 378	15,4	11 799	15,5	9 950	14,3
Suomen maksuosuus Eurimages-rahastoon	550	1,0	800	1,1	1 000	1,3	1 169	1,7
Suomen maksuosuus AV-Eurekan kustannuksista	–	–	180	0,2	260	0,3	303	0,4
Jakamaton määräraha	–	–	–	–	–	–	500	0,7
Yhteensä	57 189	100,0	74 058	100,0	76 319	100,0	69 376	100,0

Lähteet: Valtion tilinpäätökset; Tulo- ja menoarvioesitykset; ARSIS 4/92.

10.8 Elokuvan osuus valtion taiteilija-apurahoista 1992

	Elokuvataiteilijoiden apurahat	Vuosikustannukset
	kpl	1 000 mk*
Apurahat		
15-vuotiset	6	400
5-vuotiset	5	333
3-vuotiset	9	600
1-vuotiset**	6	400
Taiteilija-apurahat yhteensä	26	1 733

* Laskennallinen osuus vuoden 1992 budjetin arviomäärärahasta.

** Puolitetut yksivuotiset apurahat on laskettu yhteen yksivuotisiksi apurahoiksi.

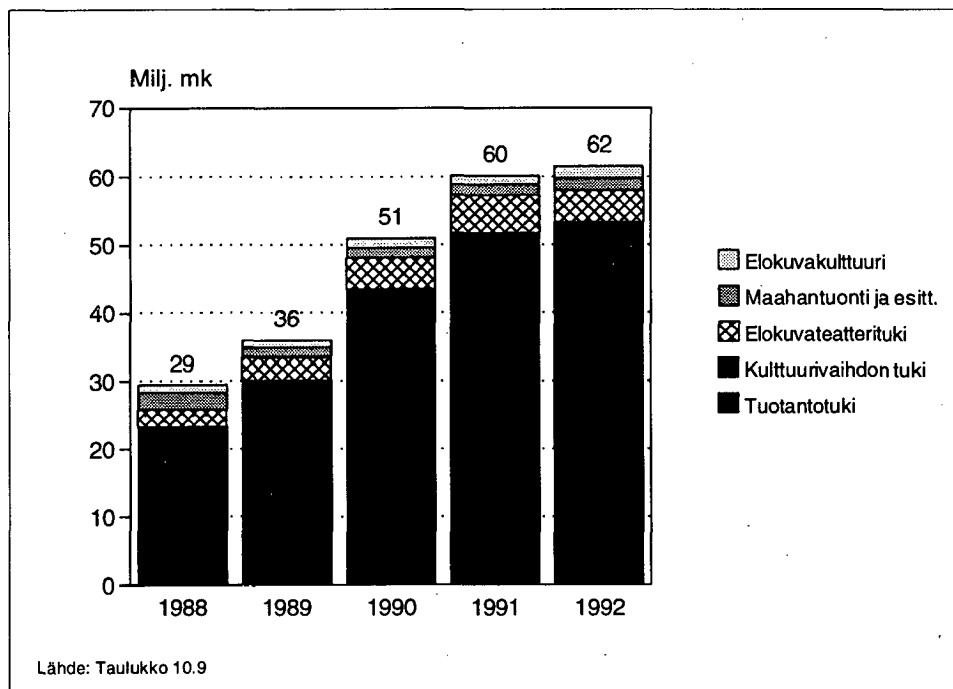
Lähde: Taiteen keskustoimikunta.

10.9 Suomen elokuväsäätiön tukitoiminta 1988 – 1992

	1988		1989		1990		1991		1992	
	1 000 mk	%	1 000 mk	%	1 000 mk	%	1 000 mk	%	1 000 mk	%
Tuotantotuki	22 698	77,1	29 438	81,7	42 460	83,3	50 462	83,8	51 976	84,4
Kulttuurivaihdon tuki	570	1,9	683	1,9	969	1,9	1 196	2,0	1 304	2,1
Elokuvateatteri tuki	2 533	8,6	3 360	9,3	4 644	9,1	5 551	9,2	4 620	7,5
Maahantuonti ja esittäminen	2 453	8,3	1 383	3,8	1 567	3,1	1 655	2,7	1 944	3,2
Elokvakulttuuri	1 173	4,0	1 147	3,2	1 340	2,6	1 347	2,2	1 716	2,8
Yhteensä	29 427	100,0	36 011	100,0	50 980	100,0	60 211	100,0	61 560	100,0

Lähde: Suomen elokuväsäätiön toimintakertomus 1992.

Kuvio 10.2
Elokuvasäätiön tukitoiminta 1988 – 1992



10.10 Tyhjäkasettimaksun nettotuotto 1985 – 1992*

	Mmk	Ääninauhoista %	Kuvanauhoista %
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

* Maksu kerätään 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. Kasettimaksun perinnän hoitaa Teoston kasettimaksutoimisto.

Lähde: Teoston toimintakertomukset.

10.11 Tyhjäkasettimaksun käyttö 1988 – 1992

	1988	1989	1990	1991	1992
	1 000 mk				
Välillisinä korvauksina					
AVEK	4 400	4 600	4 200	2 500	2 700
Kopioisto ry/AVEK	7 500	11 800	12 400	13 500	13 000
Suomen elokuvasäätiö	7 000	5 000	3 500	4 800	3 000
ESEK	7 425	7 430	7 400	7 000	5 810
LUSES	4 325	4 200	4 170	3 790	2 650
Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus	400	250	250	250	250
Kirjallisuuden edistämiskeskus	250	650	650	630	570
Kuvasto r.y.					250
Kuurojen liitto r.y.	50	50	50	50	50
Suomen Tekijänoikeudellinen Yhdistys	200	100	100	95	640
Visuaalisten taiteiden edistämiskeskus	300	300	300	300	
Teosto r.y.	450	750	650	550	
Siirretty erikseen jaettavaksi	6 712	3 995	5 916	3 465	1 636
Yhteensä	39 012	39 125	39 586	36 930	30 556
Suorina korvauksina oikeudenhaltijoille					
	19 505	19 563	21 378	19 856	16 248

Lähde: Opetusministeriö

10.12 Aveckin tukitoiminta 1991/92*

	1991/92		
	Hyväksytyt hakemuksia kpl	Myönnetty tuki 1000 mk	Osuus haetusta tuesta %
Tuotantotuki:	192	10 689	20
Tuottaja	34	423	—
Käsikirjoitus	55	707	26,0
Ennakkovalmistelu	21	662	25,0
Tuotanto	57	7 813	17,0
Levitys	17	592	63,0
Muu tuotantotuki	6	241	26,0
Väliaikainen rahoitus	2	250	27,0
Koulutustuki:	81	1 152	17,0
Henkilökohtaiset apurahat	79	1 112	16,0
Koulutusmateriaali	2	40	33,0
Tutkimus- ja julkaisutuki	16	335	16,0
Videopajatuki	9	350	9,0
Muu av-kulttuurin tuki	22	601	53,0
Yhteensä	320	13 127	20,0

* Toiminta rahoitetaan kasettimaksuvaroista

10.13 Esekin jakama tuki edistämistarkoituksiin 1992*

	1992	Kevyt musiikki	Vakava musiikki	Yhteensä
	1 000 mk	%	%	%
Äänitetuotantoon	7 134	76	24	100
Audiovisuaalisiin musiikkiohjelmiin	2 548	87	13	100
Esiintymistilaisuuksiin	4 066	52	48	100
Koulutustoimintaan	421	35	65	100
Julkaisu- ja muuhun toimintaan	43	6	94	100
Yhteensä	14 169			

* Toiminta rahoitetaan pääosin ulkomaisen musiikin esittämisestä Suomessa perityillä korvauksilla ja kasettimaksutuotoilla.

Lähde: Gramex ry:n toimintakertomus 1992.

10.14 Kopioston perimät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1985 – 1992

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	1 000 mk							
Valtio/koulukopiointi*	5 240	5 650	5 875	6 080	6 320	6 570	10 035	10 867
Valtionhallinnon kopiointi	630	660	685	710	740	770	805	833
Kunnallishallinnon kopiointi	381	478	482	627	682	726	788	1 040
Kirkkohallitus/Ev.lut.ja ortod. kirkon kopiointi	195	221	246	262	314	367	381	418
Yritykset/elinkeino-elämän kopiointi	262	274	313	437	457	545	713	707
Muut**	–	–	1	8	8	40	79	108
Yhteensä	6 708	7 283	7 602	8 124	8 521	9 018	12 801	13 973

* Kouluiissa, korkeakouluissa ja valtion henkilöstökoulutuksessa suoritettavasta kopioinnista.

** Summa koostuu vuodesta 1988 lähtien lähinnä kaupallisella pohjalla toimivien kieliopistojen kopiointikorvauksista.

Lähde: Kopioston toimintakertomukset.

10.15 Kopioston jäsenjärjestöilleen tilittämät valokopioinnin tekijänoikeuskorvaukset 1992

	1 000 mk	%
Kaunokirjallisuus	309	2,5
Tekijäjärjestöt	201	1,6
Kustantajajärjestöt	108	0,9
Kuva	1 823	14,6
Tekijäjärjestöt	1 235	9,9
Kustantajajärjestöt	588	4,7
Lehdistö	2 473	19,9
Tekijäjärjestöt	1 237	9,9
Kustantajajärjestöt	1 237	9,9
Päätoimittajajärjestöt puoleksi kumpienkin osuudesta	124	1,0
Nuotit	752	6,0
Tekijäjärjestöt	376	3,0
Kustantajajärjestöt	376	3,0
Tietokirjallisuus	7 096	57,0
Tekijäjärjestöt	2 834	22,8
Kustantajajärjestöt	4 258	34,2
Yhteensä	12 453	100,0

Lähde: Kopiosto, toimintakertomus 1992.

11 Kansainvälisiä vertailutietoja

Tähän lukuun on kerätty eräitä joukkoviestintää koskevia kansainvälisiä vertailutietoja. On hyvä muistaa, että tilastojen standardisointipyrkimyksistä huolimatta eri maiden tilastointiperusteet saattavat poiketa toisistaan. Tietojen täydelliseen vertailukelpoisuuteen ei siksi välttämättä useinkaan päästä.

Esimerkiksi tietoja satelliittikanavien levinneisyydestä on saatavissa useista muistakin lähteistä kuin tässä käytetystä. Eri lähteiden tiedot varsinkin pienempilevikkisten kanavien osalta poikkeavat toisistaan. Tietoja on siksi pidettävä näiltä osin vain likimääräisinä.

Myös vertailulaskelmissa sovellettavat erilaiset laskentakriteerit saattavat antaa toisistaan hyvinkin poikkeavia tuloksia. Esim. TBI Yearbookin vuoden 1993 laitoksessa esitetään kolme erilaista listaa suurimmista joukkoviestintäyrityksistä. Suuruusjärjestykset niissä poikkeavat oleellisesti toisistaan juuri erilaisten laskentakriteerien vuoksi.

Unescon tilastollinen vuosikirja on yleisesti käytetty kansainvälisiä vertailutietoja sisältävä lähdeos. Gearin vuosittain ilmestyvä tilastojulkaisu sisältää runsaasti tietoja viestintävälineiden levinneisyydestä, tavoitavuudesta, ajankäytöstä ja mainonnasta.

Pohjoismaisia vertailutietoja joukkoviestinnästä ja sen käytöstä löytyy yhteispuhjoismaisista tilastojulkaisusta, esimerkiksi Yearbook of Nordic Statistics ilmestyy vuosittain.

Täydentävää kirjallisuutta

Ahlin, Torbjörn: Kulturvanor i Norden. Nordisk statistisk skriftserie 62. Nordisk statistisk sekretariat, Köpenhamn 1993.

Carlsson, Ulla & Anshelm, Magnus (toim.): MedieSverige 1993. Nordicom-Sverige, Göteborg 1993.

Commission green paper: Pluralism and media concentration in the internal market. Commission of the European communities. EN documents 16. Office for official publications of the European communities, Luxembourg 1992.

Euro-Factbook 1992. ORF-Medienforschung/GEAR, Wien 1992.

Euromedia research group: The media in Western Europe. The euromedia handbook. Sage, London 1992.

- European marketing pocket book 1993. NTC publications ltd., Henley-on-Thames 1992.
- Gustafsson, Karl Erik: Newspapers in Nordic countries. DDF/NAL/SL/TU, Forssa 1992.
- Månsson, Sten: Kulturindikatorer i Norden. Nordisk statistisk skriftserie 63. Nordisk statistisk sekretariat, Stockholm 1993.
- Soramäki, Martti: Mediat yli rajojen. Näkökulmia joukkoviihteen tuotantoon, jakeluun ja kulutukseen. Gaudeamus, Helsinki 1990.
- Soramäki, Martti: Julkisen palvelun asema, tiedossa oleva kehitys ja arviot tulevasta Euroopan eri maissa. Teoksessa Tausta-aineistot sähköisen viestinnän selvitystä varten. Oy Yleisradio Ab 1993 (moniste).
- TBI yearbook 1993. 21st century publishing, London 1993.
- Trappel, Josef: Medien Macht Markt. Medienpolitik westeuropäischer Kleinstaaten. Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, Wien 1991.
- World press trends 1993. FIEJ, Paris 1993.
- Yearbook of nordic statistics 1992. Nordic council of ministers & Nordic statistical secretariat, Stockholm 1991.

11.1 Päivälehtien levikki eri maissa vuosina 1988, 1991 ja 1992

	Levikkikappaleita/ 1 000 asukasta				1988 1991 1992		
	1988	1991	1992		1988	1991	1992
Norja	550	600	619	Slovakia	246	187	179
Japani	580	591	584	Irlanti	176	183	177
Ruotsi	519	518	522	Belgia	182	173	173
Suomi	550	539	521	Israel	135	158	–
Saksa	336 *	396	426	Ranska	157	157	–
Sveitsi	432	416	415	Puola	–	–	126
Itävalta	357	337	409	Italia	117	113	115
Tsekki	–	–	396	Malesia	–	112	–
Englanti	391	367	362	Kypros	102	96	91
Singapore	281	329	348	Kreikka	127	92	83
Tanska	355	327	340	Espanja	79	81	81
Luxemburg	–	320	333	Argentiina	–	–	79
Alankomaat	313	317	317	Turkki	55	69	56
Uusi Seelanti	–	301	264	Etelä Afrikka	41	43	44
USA	255	251	244	Filippiinit	–	43	–
Venäjä	337	210	222	Porugal	–	39	39
Kanada	221	218	214	Uruguay	–	–	35
Australia	–	220	199	Tunisia	–	–	30
Viro	430	409	195	Intia	21	23	24
				Brasilia	12	15	15

* Entinen Länsi-Saksa.

Lähde: World press trends, FIEJ 1993.

11.2 Yleisaikakauslehtien levikki eräissä Euroopan maissa, USA:ssa ja Japanissa vuonna 1989

	Levikki/ 1 000 asukasta
Belgia	330
Hollanti	1 040
Iso-Britannia	620
Norja	620
Ranska	580
Ruotsi	780
Saksa	1 720
Suomi	2 560
Sveitsi	620
Tanska	390
Japani	1 890
USA	1 490

Huom! Laskennassa mukana olevien lehtien rajausta vaihtelee eri maissa. Tiedot ovat lähinnä suuntaa antavia.

Lähde: FIPP Survey of the magazine business 1988 – 1989.

11.3 Kirjatuotanto Euroopassa vuonna 1990

	Nimikkeitä/10 000 asukasta
Belgia*	6,9
Bulgaria	10,0
Espanja	9,3
Hollanti	9,2
Islanti	59,4
Italia	4,4
Itävalta**	13,4
Entinen Jugoslavia	4,1
Kreikka	3,2
Entinen Länsi-Saksa	9,6
Entinen Neuvostoliitto*	3,4
Norja***	8,8
Portugali*	6,2
Puola	2,7
Ranska	7,4
Romania	0,9
Ruotsi	14,1
Suomi	20,4
Sveitsi	20,6
Tanska	21,6
Tsekkoslovakia	5,5
Ukraina	1,4
Unkari	7,9
Valko-Venäjä	2,7

* Tieto vuodelta 1989

** Ei sisällä koulukirjoja

*** Ei sisällä koulukirjoja eikä julkishallinnon kirjanimikkeitä.

Lähde: Unesco statistical yearbook 1992.

11.4 Tietoja viihde-elektroniikan omistuksesta ja viestintävälineiden käytöstä Euroopassa, USA:ssa ja Japanissa 1991/92

	Belgia	Bulgaria	Espanja	Hollanti	Irlanti	Iso-Britannia	Italia	Itävalta	Japani	Norja	Portugali	Puola
14 vuotta täyttänyt väestö	4,0/4,7	7,5	32,0/4,9	12,1	2,6	47,2	48,4	6,5	102,7	3,6	8,4	29,0
Kotitalouksien lukumäärä	1,4/2,3	3,0	11,3/1,9	6,1	1,1	22,7	19,9	3,1	41,8	1,8	3,3	12,0
BKT henkeä kohden kuukaudessa	1 669	568	1 127	1 585	1 030	1 479	1 653	1 746	2 262	2 065	479	–
Viihde-elektroniikan ja viestintäpalvelujen levinneisyys:	%:lla kotitalouksista											
Puhelin	80/82	61	74/87	98	71	87	90	88	98	90	41	34
Televisio	96/99	54	99/100	98	96	97	99	97	99	97	97	99
Väritelevisio	90/95	–	94/99	96	93	92	91	93	99	95	71	74
Kaksi tai useampi tv	21/14	–	33/45	27	25	49	42	32	75	30	26	31
Kaukosäädin	69/74	–	49/72	75	62	67	86	74	87	74	21	40
Videonauhuri	40/41	–	44/62	56	50	63	29	42	85	60	36	40
Teksti-tv	–/21	–	8/11	53	20	38	23	26	4	36	–	12
Stereotelevisio	–/29	–	–/18	40	–	15	–	22	–	–	–	–
Videopöytä	11/–	–	10/–	–	8	10	6	6	34	10	–	–
Kotitietokone	16/8	–	9/12	21	13	29	12	8	31	16	3	7
Autoradio	45/73	–	51/50	65	60	61	32	54	88	75	33	33
Hifi-stereolaitteet	67/72	–	28/26	90	36	54	–	52	29	70	20	15
CD-soitin	19/21	–	7/4	55	9	18	8	17	42	20	2	2
Yhteisantenni	4/0,1	–	47/61	1	–	5	43	11	–	16	–	–
Kaapeli-tv-liittymä	97/96,1	–	7/3	92	38	10	–	33	14	38	4	17
Päivittäinen tavoitavuus:	% aikuisväestöstä											
Televisio												
– kansalliset lähetykset	–/52	93	90/80	67	77	79	–	69	97	69	70	82
– ulkomaiset lähetykset	–/–	2	1/1	–	41	0	–	26	0	–	2	6
– televisio yhteensä	75/70	93	90/–	77	–	79	75	71	97	–	70	83
Radio												
– kansalliset lähetykset	53/–	77	52/53	64	67	47	–	75	47	–	39	–
– ulkomaiset lähetykset	19/–	6	–	–	–	0	–	8	0	–	0	–
– radio yhteensä	–/77	77	52/–	78	87	47	58	78	47	70	39	–
Päivälehdet	55/64	19	32/37	75	66	62	41	73	88	–	26	–
Ajankäyttö:	Min/päivä											
Keskimääräinen television katselu-aika												
– kansalliset lähetykset	97/99	145	186/203	72	–	223	–	98	201	78	168	192
– ulkomaiset lähetykset	104/41	5	1/–	68	–	0	–	29	0	13	4	–
– televisio yhteensä	201/140											
		150	187/–	140	206	223	197	127	201	91	172	–
Keskimääräinen radion kuuntelu-aika												
– kansalliset lähetykset	129/–	80	117/106	128	215	90	–	140	33	–	95	–
– ulkomaiset lähetykset	42/–	2	–	38	9	0	–	12	0	–	–	–
– radio yhteensä	171/229											
		82	117/–	166	224	90	87	152	33	125	–	–
Televisio/Radiolupamaksut (US\$)	218	–	0	105	33	133	114	246	127	208	35	8

Erilaisista keräystavoista johtuen eri maiden tiedot eivät kaikilta osin ole vertailukelpoisia. - Laitteomistustiedot kotitalouksista paitsi Sveitsin, Tanskan ja Unkarin tiedot väestöstä. - Muut tiedot väestöosuksista. - Tiedot Sveitsin saksan/ranskan/italiankielisestä väestöstä erikseen. - Tiedot Belgian ranskan/flaaminkielisestä väestöstä erikseen. - Espanjan tiedot erikseen koko väestöstä ja Katalonian väestöstä. - Belgian laiteomistustiedot vuosilta 1989 ja 1990. - Portugalin tiedot vuodelta 1989. - Norjan laiteomistustiedot vuodelta 1989. - Turkin tiedot vuosilta 1989 ja 1990. - Unkarin laiteomistustiedot vuodelta 1989. - Venäjän tiedot vuodelta 1990.

11.4 Jatkuu

	Ranska	Ruotsi	Saksa	Serbia	Slovakia	Slovenia	Suomi	Sveitsi	Tanska	Tseki	Turkki	Unkari	USA	Venäjä
14 vuotta täyttänyt väestö	45,3	7,0	48,1	5,8	4,1	1,6	4,1	4,1/1,3/	4,3	8,1	32,7	8,4	203,0	7,5
Kotitalouksien lukumäärä	21,5	3,8	24,8	1,7	1,7	0,6	2,0	1,9/0,6/	2,3	3,8	8,5	3,8	93,1	-
BKT henkeä kohden kuukaudessa	1 751	2 294	1 631	-	-	527	2 098	2 768	2 104	-	156	741	1 830	-
Viihde-elektronikan ja viestintäpalvelujen levinneisyys:	%:lla kotitalouksista													
Puhelin	95	99	98	-	34	56	90	96/94/95	96	23	88	19	99	90
Televisio	97	94	98	-	99	74	98	93/95/98	98	99,9	96	98	98	99
Väritelevisio	92	93	97	-	63	79	95	92/95/97	94	79	-	72	98	69
Kaksi tai useampi tv	35	36	22	-	22	20	42	13/10/21	25	30	-	39	67	10
Kaukosäädin	72	81	89	-	-	-	63	84/83/92	67	35	-	31	87	-
Videonauhuri	48	64	51	-	12	35	59	45/53/49	49	16	-	34	75	1
Teksti-tv	-	59	32	-	3	17	47	40/33/40	50	3	-	3	-	-
Stereotelevisio	-	21	46	-	-	-	24	-/-/-	38	7	-	-	-	-
Videopelejä	17	19	11	-	-	-	7	4/9/6	22	2	-	-	-	-
Kotitietokone	16	18	10	-	4	-	20	-/-/-	22	6	-	6	-	-
Autoradio	66	73	74	-	-	18	62	71/68/66	69	30	-	24	95	6
Hifi-stereolaitteet	50	82	74	-	-	-	76	-/-/-	81	12	-	50	-	19
CD-soitin	33	28	21	-	5	-	21	45/49/25	29	4	-	-	-	-
Yhteisantenni	32	41	-	-	40	38	50	-/-/-	52	50	-	27	61	-
Kaapeli-tv-liittymä	5	47	39	-	24	60	61	74/74/73	49	6	-	46	-	18
Päivittäinen tavoitavuus:	% aikuisväestöstä													
Televisio														
- kansalliset lähetykset	84	70	-	79	78	-	64	55/55/50	-	87	-	-	48	74/37
- ulkomaiset lähetykset	-	18	-	1	10	-	8	-/-/-	-	6	-	-	-	-
- televisio yhteensä	-	78	69	-	80	80	66	70/69/69	74	87	-	86	-	-
Radio														
- kansalliset lähetykset	77	73	-	42	-	85	68	53/40/61	78	80	39	86	78	61
- ulkomaiset lähetykset	1	0	-	-	-	20	1	11/23/13	3	10	3	2	-	10
- radio yhteensä	77	73	89	-	-	90	82	76/63/70	78	82	-	86	78	-
Päivälehdet	-	83	82	-	-	-	90	45/36/46	76	-	-	-	61	-
Ajankäyttö:	Min/päivä													
Keskimääräinen television katselu-aika														
- kansalliset lähetykset	-	86	-	-	-	118	106	39/49/47	117	173	180	128	-	135/85
- ulkomaiset lähetykset	-	18	-	-	-	29	3	79/88/89	30	6	-	3	-	-
- televisio yhteensä	190	104	160	177	-	147	109	118/137/	147	180	-	131	242	-
Keskimääräinen radion kuuntelu-aika														
- kansalliset lähetykset	-	117	-	-	-	156	144	159/78/1	152	201	60	130	163	113
- ulkomaiset lähetykset	-	0	-	-	-	47	62	24/41/23	4	13	-	-	-	-
- radio yhteensä	145	117	-	85	-	203	206	183/119/	156	214	-	-	-	-
Televisio/Radiolupamaksut (US\$)	120	248	160	-	-	-	190	282	264	31	-	20	-	0

Erilaisista keräystavoista johtuen eri maiden tiedot eivät kaikilta osin ole vertailukelpoisia. - Laitteomistustiedot kotitalouksista paitsi Sveitsin, Tanskan ja Unkarin tiedot väestöstä. - Muut tiedot väestöosuuksista. - Tiedot Sveitsin saksan/ranskan/italiankielisestä väestöstä erikseen. - Tiedot Belgian ranskan/flaaminkielisestä väestöstä erikseen. - Espanjan tiedot erikseen koko väestöstä ja Katalonian väestöstä. - Belgian laiteomistustiedot vuosilta 1989 ja 1990. - Portugalin tiedot vuodelta 1989. - Norjan laiteomistustiedot vuodelta 1989. - Turkin tiedot vuosilta 1989 ja 1990. - Unkarin laiteomistustiedot vuodelta 1989. - Venäjän tiedot vuodelta 1990.

Lähde: Euro-Factbook. Basic Hardware&Audience Data. GEAR 1992.

11.5 Julkisen palvelun televisioyhtiöiden yleisöosuudet Euroopassa vuonna 1991

	%		
Belgia, Wallonia	23	RTBF	(2 kanavaa)
Espanja	57	TVE	(2 kanavaa)
Hollanti	54	NOS	(3 kanavaa)
Irlanti*	67	RTE	(2 kanavaa)
Iso-Britannia	55	BBC	(2 kanavaa), Channel Four
Italia	49	RAI	(3 kanavaa)
Itävalta	49	ORF	(2 kanavaa)
Kreikka	22	ET	(2 kanavaa)
Norja*	80	NRK	(1 kanava)
Portugali*	91	RTP	(2 kanavaa)
Ranska	33	A2, FR3	
Ruotsi*	84	SvT	(2 kanavaa)
Saksa	64	ARD	(2 kanavaa), ZDF
Suomi	55	YLE	(2 kanavaa 1993–)
Sveitsi, saks.kiel	37	SRG	(1 kanava per kieli-alue)
Tanska	76	DR, TV2	

* Kaupallista maanpäällistä kilpailua on tulossa tai sitä on jo tullut, mikä ei näy vielä mittauksissa.

Lähde: Soramäki 1993.

11.6 Yleiseurooppalaisten* satelliittikanavien liittymät kohdemaittain kesällä 1993

Kanava	Kieli	Liittymät								
		Suomi	Ruotsi	Norja	Tanska	Iso-Britannia	Irlanti	Ranska	Belgia	Hollanti
		1 000 kpl								
BBC World Service TV	englanti	22	243	66	469			540		
MTV Europe	englanti	655	1 749	449	706	519	47	789	3 551	4 808
Eurosport	englanti	650	1 550	200	621	485		775	3 509	5 303
Super Channel	englanti	742	792	533	908	488	296	328	2 028	4 324
Filmnet	englanti	52	230	50	100				110	110
TV5 Europe	ranska	660	1 357	411	1 100	354	34	1 089	1 610	5 082
TV3	ruotsi		2 245	691	1 023					
CNN	englanti	2	394	167	514	305	27	405	3 138	4 543
Children's Channel	englanti	22	391	96	566	585	350			797
Euronews	englanti	391	128	257	105	283		896	1 742	606
Sky News	englanti	5		16	58	606	150			
TNT Cartoon	englanti			524		340			200	261
CMT Europe	englanti	60	60	80	100	400				
TV1000	ruotsi		240	65	25					
Arte	ranska/ saksa							1 339	1 800	
MCM	ranska		100	100	500	10		850		
Discovery	englanti	27	260	118	782	491	36			1 700

* Taulukossa mukana kanavat, joilla liittymiä yli kielialuerajojen. Lisäksi mukana kaupalliset pohjoismaiset satelliittikanavat, joilla liittymiä ainakin kahdessa Pohjoismaassa.

Lähteet: Cable & Satellite Europe 12/1993.

11.6 jatkuu

Kanava	Kieli	Liittymät								Rahoitusmuoto
		Luxem- burg	Saksa	Sveitsi	Itävalta	Espanja	Slovenia/ Kroatia	Unkari	Yhteensä	
		1 000 kpl								
BBC World Service TV	englanti		5	25		2			1 372	julk.rah., tilaaja- maksut
MTV Europe	englanti	80	12 453	1 587	661	75	99	466	28 694	mainosrahoitt.
Eurosport	englanti	110	12 950	2 134	711	600	150	800	30 548	mainosrahoitt.
Super Channel	englanti	95	12 568	1 919	623	976	150	539	27 309	mainosrahoitt.
Filmnet	englanti								652	maksu-tv
TV5 Europe	ranska	84	11 400	1 360	439	72		597	25 649	julk. rahoitus
TV3	ruotsi									mainosrahoitt.
CNN	englanti	19	7 535	1 767	351	1 406	396		20 969	til.m.,mainosr.
Children's Channel	englanti								2 807	til.m.,mainosr.
Euronews	englanti	25	4 658	388	93	128		125	9 825	julk.rahoitus
Sky News	englanti								835	til.maks., mainosr.
TNT Cartoon	englanti	75							1 400	til.maks., mainosr.
CMT Europe	englanti								700	til.maks.,mainosr.
TV1000	ruotsi								330	maksu-tv
Arte	ranska/ saksa		12 000						15 139	julk.rahoitus
MCM	ranska								1 560	julk.rahoitus
Discovery	englanti								3 414	til.maks.,mainosr.

11.7 Radion kuuntelun jakautuminen julkisen palvelun ja kaupallisille kanaville Euroopassa vuonna 1991

Maa	Julkisen palvelun yhtiö	Julkisen palvelun osuus %	Yksityisen radion osuus %	Ulkomaisten radion osuus %
Belgia (ranskankielinen)	RTBF	73	15	12
Hollanti*	NOS	77	–	23
Irlanti	RTE	66	34	–
Iso-Britannia (1990/91)	BBC	65	35	–
Italia	RAI	39	61	–
Itävalta*	ORF	93	–	7
Ruotsi*	SR	99	–	1
Saksa (Länsi-)	SR	72	27	1
Suomi	YLE	70	30	–
Sveitsi	SRG			
–saksankielinen		56	31	13
–retoromaninen		53	14	33
–italiankielinen		77	8	15
Tanska	DR	67	33	–
Tšekkoslovakia*	CR	95	–	5
Keskimäärin				
(A) Kaikki 12 maata		72	20	8
(B) Ne 8 maata, joissa on kaupallisia radioita		64	29	7

* Ei kaupallisia radioita.

Lähde: GEAR, Radio Survey 1991.

11.8 Äänitemyynti Euroopassa, USA:ssa ja Japanissa 1992

	Single	LP	Kasetti	CD	Myynti yhteensä
	Milj. kpl				Milj. US\$
Belgia	4,1	0,0	2,5	14,1	320,5
Espanja	1,3	9,6	21,3	20,1	586,7
Hollanti	4,2	0,6	1,8	33,2	647,4
Irlanti	0,8	0,06	2,3	1,1	61,6
Islanti	–	0,05	0,05	0,4	12,3
Iso-Britannia	52,9	6,7	56,4	70,5	1 998,2
Italia	1,1	3,1	21,2	23,6	653,8
Itävalta	1,7	1,9	3,3	9,6	288,6
Kreikka	–	4,1	1,9	1,8	61,5
Norja	0,7	0,4	4,5	11,0	232,5
Portugali	0,0	0,8	1,7	2,8	74,0
Puola	–	0,6	18,0	2,1	64,4
Ranska	16,8	0,3	35,5	78,5	1 935,4
Ruotsi	3,3	2,0	4,5	15,4	201,8
Saksa	26,6	5,0	55,6	123,7	2636,9
Suomi	0,5	2,6	4,6	5,5	124,1
Sveitsi	1,0	0,6	3,8	13,7	321,9
Tanska	0,8	2,0	1,5	0,5	192,0
Venäjä	100,0	..	150,0
Japani	90,3	0,8	31,7	181,8	4 328,5
USA	111,7	2,3	366,4	407,5	8 866,6

Lähde: IFPI world sales 1992.

11.9 Videotalouksien osuus ja vuokrauksen ja myynnin markkinaosuudet eräissä Euroopan maissa ja USA:ssa vuonna 1991

	Videotaloudet % tv-talouksista	Markkinaosuus:	
		Vuokraus %	Osto %
Espanja	41	63	37
Hollanti	58	60	40
Irlanti	40
Iso-Britannia	72	35	65
Italia	32
Japani	77	64	34
Ranska	47
Ruotsi	65
Saksa	49	53	47
Suomi	66	60	40
Sveitsi	61
USA	73	48	52

Lähde: 1991 IVF market database.

11.10 Elokuviskäynnit asukasta kohden Euroopassa vuosina 1989 – 1991 ja näyttämöiden määrä vuonna 1991

	Elokuviskäynnit/henkilö			Elokuvanäyttämöiden lukumäärä
	1989	1990	1991	1991
Belgia	1,5	1,7	1,7	431
Espanja	2,0	2,0	2,0	1,806
Hollanti	1,1	1,0	1,0	418
Irlanti	2,0	2,1	2,3	173
Iso-Britannia	1,7	1,7	1,8	1,789
Italia	1,7	1,6	1,5	3,100
Itävalta	1,5	1,3	1,3	394
Kreikka	1,7	1,3	1,0	350
Luxsemburg	1,3	1,4	1,6	18
Norja	3,0	2,7	2,5	428
Portugali	1,3	1,1	1,2	200
Ranska	2,1	2,2	2,1	4,441
Ruotsi	2,3	1,7	1,8	1,144
Saksa	1,6	1,6	1,7	3,686
Suomi	1,5	1,2	1,2	333
Sveitsi	2,3	2,1	2,2	401
Tanska	2,0	1,9	1,8	322

Lähde: European marketing pocket book, NTC 1993.

11.11 Mainonnan jakautuminen mainosvälineittäin Euroopassa vuonna 1991 (%)

	Yhteensä	Sanomalehdet	Aikakauslehdet	Televisio	Radio	Elokuvateatterit	Ulko- ja liikenne-mainonta
Belgia	100	34,5	20,2	26,9	4,1	1,2	13,1
Espanja	100	38,0	14,8	29,8	10,8	0,9	5,6
Hollanti	100	50,1	25,3	13,4	2,3	0,4	8,4
Irlanti	100	62,7	4,4	20,4	7,6	..	4,9
Iso-Britannia	100	44,0	18,3	31,6	2,1	0,6	3,4
Italia	100	27,1	23,0	45,0	1,4	..	3,6
Itävalta	100	53,0	17,5	16,6	7,5	0,4	5,0
Kreikka	100	20,7	21,6	50,3	3,6	..	3,9
Norja	100	76,4	15,5	3,3	1,2	1,3	2,3
Portugali	100	24,9	21,1	39,9	6,2	..	7,8
Ranska	100	27,0	26,6	27,2	6,5	0,6	12,0
Ruotsi	100	75,4	14,7	4,7	..	0,6	4,5
Saksa	100	50,1	23,2	17,6	4,5	1,1	3,7
Suomi	100	67,8	10,6	15,0	4,0	0,1	2,5
Sveitsi	100	58,8	18,9	6,9	2,0	0,9	12,5
Tanska	100	63,3	15,8	16,8	1,4	0,7	2,0

Lähde: European marketing pocket book 1993, NTC 1993.

11.12 Mainonnan jakautuminen mainosvälineittäin Euroopassa 1981 ja 1990

	1981	1990
	%	%
Sanomalehdet	47,7	44,8
Aikakauslehdet	25,6	21,7
TV	16,7	23,0
Radio	4,0	4,3
Ulko/liikennemainonta	5,2	5,6
Elokuva	0,9	0,7

Lähteet: Tapio Kähkönen: Mitä mainonnan tilastot Länsi-Euroopassa kertovat? Suomen Lehdistö 1/1992
International Advertising Expenditure Statistics, EAT, 1991
European Market & Media Facts, Zenith, 1990.

11.13 Euroopan ja pohjoismaiden suurimmat joukkoviestintäyritykset 1992

	Liikevaihto joukkoviestinnästä	Joukkoviestinnän osuus koko liikevaihdosta
	Milj. US\$	%
Bertelsmann (Saksa)	8 522	95
Fininvest (Italia)	5 712	43
ARD* (Saksa)	3 910	100
Hachette (Ranska)	3 532	64
RAI* (Italia)	3 343	100
Havas (Ranska)	3 210	74
BBC* (Iso-Britannia)	2 682	100
RTVE* (Espanja)	2 103	100
Reed Int. (Iso-Britannia)	2 102	75
Axel Springer (Saksa)	1 968	90
Pohjoismaat:		
Bonnier (Ruotsi)	931	93
Egmont (Tanska)	545	85
Sanoma (Suomi)	520	90
Schibstedt (Norja)	367	95

* Yritykset ovat julkisia yleisradioyhtiöitä.

Lähde: TBI Yearbook 93.
Media Sverige 1993.

Asiahakemisto

	Taulukko/kuvio
Aikakauslehdet	
■ aikakauslehtien lukeminen	1.22, 9.10
■ henkilökunta (kustant.)	1.7
■ irtolumeromyynti	9.7–9.9
■ kuljetustuki	10.2
■ kulutusmenot	1.20
■ kustantajat	9.3, 9.4
■ lehtityyppi	9.2, 9.3, 9.6, 9.8, 9.9
■ levikki	9.2, 9.3, 11.2
■ liikevaihto	1.1
■ lukumäärä	9.1
■ mainonta	1.3, 1.4, 11.11, 11.12
■ postin kuljettamat aikakauslehdet	9.5, 9.6
■ tuki mielipidelehdille	10.1
■ tuki uskonnollisille lehdille	10.1
■ volyyymi	9.4
Ajankäyttö	1.22
Bruttokansantuote	1.3
Elektroniset viihdelaitteet, ks. viihde-elektronikka	
Elokuva	
■ alkuperä (kotimaiset-ulkomaiset)	6.3, 6.4
■ elokuvamainonta	1.3, 1.4
■ elokuvateatterit	6.2, 6.9
■ elokuvatoimistot	6.4
■ elokuvien tarkastus	6.6, 6.7
■ elokuvien tuotanto	6.5
■ ensi-illat	6.1, 6.3, 6.4
■ katsojat, katsojamäärät	6.1, 6.2, 6.10–6.12
■ katsotuinimmat elokuvat	6.10, 6.11
■ käynnit	6.1, 6.7, 11.10
■ liikevaihto	1.1
■ maahantuonti	6.2
■ näytännöt	6.1
■ elokuva-arkisto	9.6
Suomen elokuvasäätiö	9.6, 9.7, 9.8
■ televisiossa esitetyt elokuvat	2.12
■ valtion tuki	9.6, –9.8
■ yritykset	6.4, 6.5
Graafisen julkoviestinnän liikevaihto	1.1
Graafinen teollisuus	1.5, 1.7–1.14
Henkilökunta	
■ elektronisten viihdelaitteiden valmistus	1.15
■ graafinen tuotanto	1.7
■ kustannustoiminta	1.7
■ radio	2.5, 3.5
■ tietoliikennev. valmistus	1.15
■ televisio	2.5–2.7
Ilmaislehdet	8.13, 8.14

Ilmestymistiheydet	
■ aikakauslehtien	9.1, 9.3
■ sanomalehtien	8.1, 8.2, 8.4, 8.5
Joukkoviestinmainonta	1.3, 1.4
Kaapelitelevisio	
■ henkilökunta	2.7
■ kaapeli-tv -liittymät	2.9, 2.10
■ katselu	2.18–2.21
■ liikevaihto	1.1, 2.4
■ mainonta	1.4, 2.4
■ ohjelmopalvelut	2.10
■ satelliitti-tv -kanavat	2.10
■ toimitukset	kuvio 2.6
Kasetit, ks. äänitteet	
Kaukosäädin	kuvio 15, taul. 11.4
Kasettinauhurit, ks. äänentoistolaitteet	
Kirjat	
■ kaunokirjallisuus	7.2, 7.3, 7.5–7.7
■ kirjakaupat	7.9, 7.10
■ kirjakerhot	7.11, 7.15
■ kirjallisuuslajit	7.1–7.3, 7.5–7.7
■ kirjojen lukeminen	1.22, 7.15
■ kotimainen kirjallisuus	7.1, 7.5–7.7
■ koulukirjat	7.2, 7.4, 7.8
■ kulutusmenot	1.20
■ kustantajat	7.6–7.8, 7.11
■ käännöskirjallisuus	7.1, 7.4, 7.5
■ lastenkirjat	7.2, 7.5–7.7, 7.11, 7.14
■ myynti	7.6, 7.7, 7.9–7.11
■ nimiketutanto	7.1–7.5, 11.3
■ tietokirjallisuus	7.2, 7.3, 7.5–7.7, 7.14
■ valtion kirjallisuusmäärärahat	10.3, 10.4
Kirjankustannus	
■ liikevaihto	1.1
Kirjastoautot	7.12
Kirjastot	
■ aineistomenot	10.6
■ kirjallainat	7.14
■ kirjavarat	7.13
■ kotilainat	4.7, 5.9, 7.13
■ lainaajat	4.7, 5.9, 7.13, 7.14, 7.16
■ lukumäärä	7.12
■ valtion tuki	10.5, 10.6
■ videotallenteet	5.10
■ äänitteet	4.7
Kuvatallenteet, ks. videotallenteet	
Laitemyynti	1.18, 1.19
Laiteomistus	1.21, 11.4
Lehdistö, ks. aikakauslehdet, sanomalehdet	
Lehtimainonta	1.3, 1.4

Levikki	
■ aikakauslehtien	9.2, 9.3
■ sanomalehtien	8.2–8.5, kuvio 8.3
Levysoitin, ks. äänentoistolaitteet	
Liikevaihto, liikevaihdon kehitys	1.1, 1.2
Lukeminen	1.22, 7.15, 8.14, 9.10
Mainonta	1.3, 1.4
Mainospainotuotteet	1.3, 1.4, 1.9
MTV, ks. myös Yleisradio	
■ henkilökunta	2.6
■ liikevaihto	2.3
■ lähetystuntimäärät	2.11
■ ohjelmatyypit	2.12, 2.13
■ ohjelmien alkuperämaat	2.13–2.14, 2.22
■ ohjelmien kotimaisuus	2.13
■ ohjelmien tarjonta ja kulutus	2.12–2.14, 2.18–2.22
Paikallisradiot, yksityiset	
■ henkilöstö	3.5
■ kuuntelu	3.7–3.10
■ liikevaihto, tuotot ja kulut	1.1, kuvat 3.4, 3.5
■ lähetysajat, viikkotuntimäärät	3.2
■ radioasemat	3.3, 3.4
Paikallislähetykset, Yleisradion	
■ asemat	3.6
■ lähetykset	3.1, 3.6
Radio, ks. myös Yleisradio, paikallisradiot	
■ kuuntelu	3.7–3.10, kuvio 3.7; 11.7
■ laitteiden keskihinnat	1.10, 1.19
■ laitteiden myynti	1.18
■ lähetystuntimäärät	3.1, 3.2
■ radiomainonta	1.3, 1.4, 11.11, 11.12
■ vastaanotinten tuonti	1.17
■ vastaanotinten valmistus	1.15, 1.16
■ vastaanotinten vienti	1.17
Sanomalehdet	
■ henkilökunta	1.5
■ ilmestymistiheys	8.1, 8.2, 8.4, 8.5
■ irtonumeromyynti	8.12
■ jakelu	8.10, 8.11
■ kuljetustuki	10.1, 10.2
■ lehtiyhtiöt	8.7, kuvio 8.3
■ levikki	8.2–8.5, 11.1
■ liikevaihto, tuotot, kulut	1.1, 1.2, kuvat 8.4, 8.5
■ lukeminen	1.22, 8.14
■ lukumäärä	8.1
■ mainonta	1.3, 1.4, 11.11, 11.12
■ puoluekanta	8.4
■ postin kuljettamat lehdet	8.10, 8.11
■ sisältö	8.8, 8.9
■ valtion tuki	10.1, 10.2
■ volyyymi	8.4, 8.5
Satelliitti-tv -kanavat	2.10, 11.6
Suurimmat joukkoviestintäyritykset	1.2, 11.13

Sähköinen joukkoviestintä	
■ liikevaihto	1.1
Tallenteet, ks. äänitteet ja videotallenteet	
■ liikevaihto	1.1
Tekijänoikeuskorvaukset	10.10–10.15
Teletietopalvelu	
■ liikevaihto	1.1
Teksti-tv	
■ katselu	2.23
■ yleisyys	kuvio 15, taul. 11.4
Televisio, ks. myös kaapelitelevisio, MTV, Yleisradio	
■ ohjelmien alkuperämaat	2.14
■ ohjelmien kotimaisuus	2.13
■ ohjelmamyynti	2.15–2.17
■ television katselu	2.18–2.23, 11.4
■ televisiолupamaksut	2.1, 2.2, kuvio 2.4, 11.4
■ televisiолuvat	2.8
■ televisiomainonta	1.3, 1.4, 11.11, 11.12
■ vastaanottimet	1.15–1.19, 1.21, kuvat 1.4–1.5; 11.4
Videokamerat	1.18, 1.19
Videokasetit, tallentamattomat	5.1
Videonauhurit	1.16–1.19, 1.21, 11.4
Videotallenteet	
■ alkuperämaat	5.2, 5.4
■ hankinta kirjastoihin	5.9
■ katselu	5.7, 5.8
■ katselu kirjastoissa, lainat kirjastoista	5.9
■ liikevaihto	1.1, 5.3
■ myynti	5.3, 5.6
■ nimikemäärät	kuvio 5.5
■ ohjelmatyypit	5.5
■ suurimmat levitysyrietykset	kuvio 5.4
■ tarkastus	5.4
■ tuonti	5.1, 5.2, 5.4
■ valmistus	5.1
■ vuokraus	5.3, 5.6
Viestintä	
■ kulutusmenot	1.20
■ liikevaihto	1.1
Viihde-elektronikka, ks. myös video, radio, televisio äänentoistolaitteet	
■ keskihinnat	1.19
■ laitteiden tuonti	1.17
■ laitteiden valmistus	1.16
■ laitteiden vienti	1.17
■ laitteiden vähittäismyynti	1.18
■ omistus	1.21, kuvat 1.4, 1.5; 11.4
Yleisradio, ks. myös radio, televisio	
■ henkilökunta	2.5
■ kuuluvuusalueet	3.6
■ liikevaihto	1.2, 2.1
■ lupamaksut	2.1, 2.2, kuvio 2.4

■ ohjelmat ohjelmatyypeittäin	2.12
■ radiolähetykset	3.1, 3.6
■ radiolähetysten kuuntelu	3.7–3.10
■ televisiolut	2.8
■ televisiolähetykset	2.11
■ televisiolähetysten katselu	2.18–2.23
■ tulot	2.1
■ valtionavustukset	2.1
Äänentoistolaitteet (levysoittimet, nauhurit)	
■ keskihinnat	1.19
■ tuonti	1.17
■ vienti	1.17
■ vähittäismyynti	1.18
Äänitteet (äänilevyt, kasetit)	
■ kuuntelu	4.7, 4.8
■ kotilainat kirjastoista	4.8
■ liikevaihto	1.1, kuvio 4.3
■ myynti	4.5, 4.6, 11.8
■ myydyimmät äänitteet	4.9, 4.10
■ nimiketuotanto	4.3
■ tuonti	1.17, 4.1, 4.2
■ valmistus	4.1, 4.4
■ äänitetuotannon tuki	10.11, 10.13
■ vienti	1.17
■ äänitteiden kuuntelu	4.8
Äänittämättömät kasetit	
■ tuonti	1.17, 4.1
■ vienti	1.17

Joukkoviestintäalan virastojen, laitosten ja järjestöjen osoitteita:

Aikakauslehtien liitto ry

Lönnrotinkatu 33 A
00180 Helsinki
puh. 90/641 516

Elektroniikan tukkukauppiat ry

Mannerheimintie 76 A
00250 Helsinki
puh. 90/494 651

Gallup Oy Suomen

Itälahdenkatu 21
00120 Helsinki
puh. 90/ 69 601

Graafinen Keskusliitto

Lönnrotinkatu 11
00120 Helsinki
puh. 90/602 911

Gramex ry Esittävien taiteilijoiden ja äänitteiden tuottajien tekijänoikeusyhdistys

Hietaniemenkatu 2
00100 Helsinki
puh.90/494 280

Helsingin yliopisto

Tiedotusopin laitos/ Valtiotieteellinen
tiedekunta
Aleksanterinkatu 7
00100 Helsinki
puh. 90/ 1911

Helsingin yliopiston kirjasto

Vapaakappaletoimisto
Teollisuuskatu 23
00510 Helsinki
puh. 90/ 70 851

Jyväskylän yliopiston kirjasto

Ääniteluettelointi
Seminaarinkatu 5
40100 Jyväskylä
puh. 941/ 603 448

Jyväskylän yliopisto

Nykykulttuurin tutkimusyksikkö
Seminaarinkatu 5
40100 Jyväskylä
puh. 941/601 211

Kopiosto ry

AVEK Audiovisuaalisen viestintäkulttuurin
edistämiskeskus
Hietanimenkatu 2
00100 Helsinki
puh. 90/406 197

Levikintarkastus Oy

Runeberginkatu 19 A
00100 Helsinki
puh. 90/496 793

Liikenneministeriö

Viestintähallinto-osasto
Etelä Esplanadi 16 PL 31
00131 Helsinki
puh. 90/17 361

Opetusministeriö

Taiteen keskustoimikunta
Mariankatu 5
00170 Helsinki
puh. 90/134 171

Opetusministeriö

Kulttuuriosasto
Meritullinkatu 10 PL 293
00171 Helsinki
puh. 90/134 171

Paikallislehtien Liitto ry

Arkadiankatu 18 A
00100 Helsinki
puh. 90/441 366

Posti- ja telehallitus

Taluosasto/tutkimus- ja tilastotoimisto
Mannerheimintie 11
00100 Helsinki
puh. 90/602 200

Puhelinlaitosten Liitto ry

Sinebrychoffinkatu 11
00120 Helsinki
puh. 90/602 200

Sanomalehtien Liitto

Kalevankatu 4
00100 Helsinki
puh.90/607 786

Suomen elokuva-arkisto

Pursimiehenkatu 29–31 PL 177
00150 Helsinki
puh. 90/171 417

Suomen Elokuvakerhojen Liitto ry

Annankatu 13 C
00120 Helsinki
puh. 90/648 354

Suomen elokuvasäätö

Kanavakatu 12 K 13
00160 Helsinki
puh. 90/177 727

Suomen Elokvateatteriliitto SEOL ry

Kaisaniemenkatu 3 B
00100 Helsinki
puh. 90/635 898

Suomen Journalistiliitto

Hietalahdenkatu 2 B
00180 Helsinki
puh. 90/647 326

Suomen Kaapelitelevisioliitto ry

Asemamiehenkatu 2 C
00520 Helsinki
puh. 90/144 718

Suomen kirjastoseura ry/Kirjastolehti

Museokatu 18 A
00150 Helsinki
puh. 90/441 984

Suomen Kustannusyhdistys ry

Merimiehenkatu 12 A 16
00150 Helsinki
puh. 90/179 135

Suomen Paikallisradioliitto ry

Itälahdenkatu 22 b C
00210 Helsinki
puh. 90/682 1322

**Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat
ÄKT ry**

Runeberginkatu 15 A
00100 Helsinki
puh. 90/440 877

**Säveltäjän Tekijänoikeustoimisto
TEOSTO**

Lauttasaarentie 1
00200 Helsinki
puh. 90/6922 511

Tampereen yliopisto

Tiedotusopin laitos
PL 607
33101 Tampere
puh. 931/156 111

**Tekijänoikeuden tiedotus- ja
valvontakeskus**

Hietaniemenkatu 2
00100 Helsinki
puh. 90/493 371

Telehallintokeskus

Vattuniemenkatu 8 PL 53
00211 Helsinki
puh. 90/69 661

**Tieteellisen informoinnin neuvosto
(TINFO)**

Pohjoisranta 4 A
00170 Helsinki
puh. 90/1341 7200

Tieteellisten kirjastojen atk-yksikkö

Teollisuuskatu 23
00510 Helsinki
puh. 90/70 851

Tilastokeskus

Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot
00022 Tilastokeskus
puh. 90/17 341

Tullihallitus

Erottajankatu 2
00130 Helsinki
puh. 90/6141

Turun kauppakorkeakoulu

Viestintäalan taloudellinen tutkimussäätiö
PL 110
20521 Turku
puh. 921/638 311

Valtion elokuvatarkastamo

Jaakonkatu 5 B
00100 Helsinki
puh. 90/17 341

Valtion teknillinen tutkimuskeskus VTT

Graafinen laboratorio
PL 115
02151 Espoo
puh. 90/4561

Videolevityksen valvontalautakunta

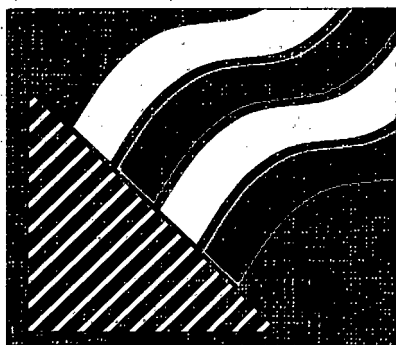
Runeberginkatu 15 A
00100 Helsinki
puh. 90/440 877

Yleisradio OY Ab

Tutkimus- ja kehitysosasto
Viestinnän kehitysryhmä
PL 10
00241 Helsinki
puh. 90/441 141



Joukkoviestintätilasto 1993



Joukkoviestintätilasto on artikkeleihin ja tilastoaineistoon perustuva monipuolinen katsaus Suomen joukkoviestinnän tilaan. Julkaisun tilasto-osassa tarkastellaan joukkoviestimiä seuraavina kokonaisuuksina: joukkoviestinnän talous ja kulutus, televisio, radio, äänitteet, videot, elokuva, kirjat ja kirjastot, sanoma- ja aikakauslehdet sekä joukkoviestinnän julkinen tuki. Julkaisussa on myös kansainvälisiä vertailutietoja sisältävä luku. Jokaisesta joukkoviestinnän sektorista on tilastolukujen yhteydessä lisäksi tiiviit yhteenvetoartikkelit.

Erillisissä teema-artikkeleissa tarkastellaan elokuvan jakelukanavia Euroopassa, EU:n viestintä- ja audiovisuaalista politiikkaa, Suomen graafisen teollisuuden kansainvälistymisen näkymiä, joukkoviestinnän keskittymisen ja sisällön keskinäissuhdetta sekä joukkoviestintien käyttöä ja käyttötapoja suomalaisten vapaa-ajassa.

SARJASSA AIEMMIN ILMESTYNEITÄ JULKAISUJA:

- Joukkoviestinnän rakenteita. 1993: 1
- Arjen kulttuuria..Vapaa-aika ja kulttuuriharrastukset vuosina 1981 ja 1991. 1993: 2
- Vapaa-aika numeroina 1-4. 1993: 3-6
- Yritysten tuki taiteille 1990. 1993: 7

Julkaisujen myynti:

Försäljning:

Hinta - Pris

Tilastokeskus
PL 504
00101 Helsinki
(90) 17 341

Statistikcentralen
PB 504
00101 Helsingfors
(90) 17 341

180 mk

ISSN 0784-8765
= Kulttuuri ja viestintä
ISSN 0784-5584