

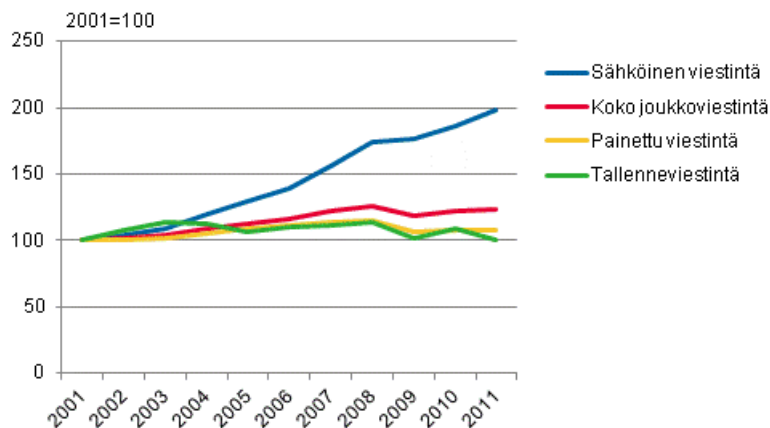
# Joukkoviestintä 2011

## Joukkoviestintämarkkinat

### Sähköisen viestinnän liikevaihto on kaksinkertaistunut vuosituhannen vaihteesta

Joukkoviestintämarkkinoiden kasvu on 2000-luvulla ollut valtaosin sähköisen viestinnän varassa. Television, radion ja verkkomedian yhteenlaskettu liikevaihto on kaksinkertaistunut. Painettu viestintä ja erityisesti tallennemarkkinat olivat vuonna 2011 vain niukasti vuoden 2001 tason yläpuolella.

#### Joukkoviestinnän markkinakehitys, 2001=100



Vuonna 2011 mediamarkkinat kokonaisuutena kasvoivat vain hieman (+1 %). Joukkoviestintämarkkinoiden arvo oli yhteensä 4,3 miljardia euroa. Sähköinen viestintä kasvoi edelleen selvästi (+ 7 %) vuonna 2011. Televisio ylitti ensimmäisen kerran miljardin euron rajan. Painettu viestintä säilyi edellisvuoden tasolla. Tallenneviestintä laski 8 prosenttia. Videotallenteissa tapahtui suurin pudotus (- 12 %).

## Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 2010 - 2011, miljoonaa euroa

|   | 2010<br>Milj. € | 2011<br>Milj. € | 2011<br>%  | Muutos %<br>2010 - 11 |
|---|-----------------|-----------------|------------|-----------------------|
| Päivälehdet (7-4-päiväiset) <sup>1)</sup> | 986             | 1 001           | 23         | 2                     |
| Muut sanomalehdet <sup>1)</sup>           | 125             | 127             | 3          | 1                     |
| Ilmaislehdet <sup>1)</sup>                | 78              | 83              | 2          | 7                     |
| Aikakauslehdet                            | 705             | 680             | 16         | -4                    |
| Kirjat <sup>1)</sup>                      | 577             | 581             | 13         | 1                     |
| Painetut hakemistot & suoramainonta       | 298             | 291             | 7          | -2                    |
| <b>Graafinen joukkoviestintä yhteensä</b> | <b>2 769</b>    | <b>2 763</b>    | <b>64</b>  | <b>0</b>              |
| Televisio <sup>2)</sup>                   | 970             | 1 028           | 24         | 6                     |
| Radio                                     | 55              | 60              | 1          | 10                    |
| Internetmainonta                          | 204             | 221             | 5          | 8                     |
| <b>Sähköinen viestintä yhteensä</b>       | <b>1 229</b>    | <b>1 309</b>    | <b>30</b>  | <b>7</b>              |
| Äänitteet <sup>1)</sup>                   | 80              | 77              | 2          | -4                    |
| Video                                     | 148             | 130             | 3          | -12                   |
| Elokuvateatterit                          | 69              | 68              | 2          | -2                    |
| <b>Tallenneviestintä yhteensä</b>         | <b>297</b>      | <b>274</b>      | <b>6</b>   | <b>-8</b>             |
| <b>Koko joukkoviestintä</b>               | <b>4 294</b>    | <b>4 346</b>    | <b>100</b> | <b>1</b>              |

1) Sisältää myös digitaalisen myynnin.

2) Sisältää myös Yleisradion julkisen palvelun radiotoiminnan.

Edellä esitetyt laskelmat joukkoviestintämarkkinoista ovat loppukäyttäjätasoisia: esimerkiksi sanomalehtimarkkinoiden kokoa kuvaava luku muodostuu lehtien vähittäishintaisesta tilaus- ja irtonumeromyynistä sekä mainostuloista. Luvut sisältävät kotimaisen tuotannon ja tuonnin, mutta eivät vientiä.

Internetmainonta ja sanomalehdet sisältävät päällekkäisyyttä.

# Sisällys

## *Taulukot*

### **Liitetaulukot**

Liitetaulukko 1. Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 2001 - 2011.....4

Laatuseloste: Joukkoviestintä.....5

# Liitetaulukot

**Liitetaulukko 1. Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 2001 - 2011**

|      | Gaafinen viestintä<br>milj. € | Sähköinen viestintä<br>milj. € | Talenneviestintä<br>milj. € | Yhteensä<br>milj. € |
|------|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|---------------------|
| 2001 | 2 579                         | 660                            | 272                         | 3 511               |
| 2002 | 2 586                         | 688                            | 292                         | 3 566               |
| 2003 | 2 628                         | 722                            | 309                         | 3 660               |
| 2004 | 2 722                         | 789                            | 304                         | 3 815               |
| 2005 | 2 796                         | 857                            | 288                         | 3 942               |
| 2006 | 2 871                         | 915                            | 300                         | 4 085               |
| 2007 | 2 945                         | 1 027                          | 303                         | 4 275               |
| 2008 | 2 964                         | 1 148                          | 309                         | 4 421               |
| 2009 | 2 738                         | 1 162                          | 276                         | 4 175               |
| 2010 | 2 769                         | 1 229                          | 297                         | 4 294               |
| 2011 | 2 763                         | 1 309                          | 274                         | 4 346               |

# ***Laatuseloste: Joukkoviestintä***

## ***1. Relevanssi***

Tilasto kuvaa joukkoviestinnän eri osa-alueita ja niiden muodostamaa kokonaisuutta. Joukkoviestintä on jaettu seuraaviin kokonaisuuksiin: joukkoviestinnän talous ja kulutus, sanomalehdet, aikakauslehdet, televisio, radio, verkkomedia. Kirjoja sekä ääni- ja kuvatalenteita kuvataan suppeasti joukkoviestinnän taloutta ja kulutusta koskevan yleiskatsauksen yhteydessä.

Joukkoviestintää kuvataan tilastossa useista eri näkökulmista kuten talous, yritys rakenne, vienti ja tuonti, työvoima, sisällöt ja tarjonta, käyttö ja kulutus.

Tiedot kuvaavat koko Suomea. Tilasto ei sisällä alueellisia tarkasteluja.

Tilasto sisältää myös kansainvälisiä vertailutietoja.

Joukkoviestintätilastot perustuvat useisiin eri lähteisiin. Valtaosa primäärlähteistä on ulkopuolisten tahojen (mm. viestintäsektorin toimialajärjestöt sekä markkinatutkimuslaitokset) tuottamia tilastoja, tutkimuksia ja muita aineistoja. Osa lähteistä on Tilastokeskuksen tutkimuksia ja muita aineistoja (mm. yritysrekisteri, kulutustutkimus, ulkomaankauppatilastot, ajankäyttö- ja vapaa-aikatutkimukset).

Tilasto on tarkoitettu monien eri toimijoiden kuten hallinnon, tutkijoiden, yritysten, alan koulutuslaitosten, järjestöjen ja joukkoviestimien käyttöön.

Joukkoviestintätilaston tietosisältöä arvioidaan ja uudistetaan jatkuvasti.

## ***2. Menetelmäkuvaus***

Tilaston tiedot perustuvat erityyppisiin lähteisiin. Osa on hallinnollisiin ja muihin rekistereihin perustuvia kokonaisaineistoja. Osa lähteistä taas on otostutkimuksia.

Primäärlähdeaineistot ovat lähtökohtaisesti muualla julkaistuja. Ulkopuoliset tahot tuottavat kuitenkin osan tiedoista pyynnöstä omista rekistereistään.

Merkittävä osa joukkoviestintätilastojen taulukoista on jatkojalostettuja.

Aineistoa valittaessa ja taulukoiden jalostusvaiheessa sovelletaan laatuarkintaa ja lähdekritiikkiä. Osa-alueiden kuvauksessa käytettävistä lähteistä samoin kuin lähdeaineistojen käytettävyydestä tehdään taustaselvityksiä.

Keskeisimmät metatiedot kerrotaan taulukoiden alaviitteissä. Tilastokeskuksen muihin tilastoihin ja tutkimuksiin perustuvien taulukoiden laajemmat metatiedot löytyvät kyseisten tilastojen ja tutkimusten laatuselosteista Tilastokeskus.fi:ssä. Muiden lähteiden tietoihin perustuvien taulukoiden metatietoja on saatavissa kyseisistä organisaatioista. Tietolähde mainitaan kunkin yksittäisen taulukon yhteydessä. Joukkoviestimet - Finnish Mass Media -kokoomajulkaisuissa on myös lähteiden tuottajien yhteystiedot.

## ***3. Oikeellisuus ja tarkkuus***

Tilastojen luotettavuuteen vaikuttavia seikkoja ja epävarmuustekijöitä kerrotaan taulukoiden alaviitteissä. Tarkemmat tällaiset tiedot löytyvät tietojen alkuperäislähteiden metatiedoista.

## ***4. Ajantasaisuus***

Joukkoviestintätilastot päivitetään vuosittain. Valtaosa tiedoista on vuosittaisia aikasarjatietoja.

Tiedot ovat lopullisia tietoja. Mikäli tieto on ennakkotieto, se kerrotaan alaviitteessä.

## **5. Saatavuus**

Tiedot julkaistaan kahden vuoden välein ilmestyvässä Joukkoviestimet - Finnish Mass Media -kirjassa. Välivuosina osa tiedoista julkaistaan Tilastokeskus.fi:ssä. Tietoja on rajoitetusti saatavissa myös tietopalveluna Tilastokeskuksesta.

## **6. Vertailukelpoisuus**

Aikasarja-aineisto on pääosin vuosittain vertailukelpoista. Mahdolliset katkokset aikasarjoissa on merkitty taulukoihin.

## **7. Yhtenäisyys**

Joukkoviestintätilaston tietosisältöä arvioidaan ja uudistetaan jatkuvasti säilyttäen samalla tasapainoinen kokonaiskuva ilmiöalueesta. Joukkoviestintää kuvataan tilastossa vakiintuneista näkökulmista kuten talous, yritys rakenne, vienti ja tuonti, työvoima, sisällöt ja tarjonta, käyttö ja kulutus.

### Lisätietoja

Tuomo Sauri 09 1734 3449

Vastaava tilastojohtaja:

Riitta Harala

[joukkoviestimet.tilastokeskus@tilastokeskus.fi](mailto:joukkoviestimet.tilastokeskus@tilastokeskus.fi)

[www.tilastokeskus.fi](http://www.tilastokeskus.fi)

Lähde: Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot. Tilastokeskus

*Asiakaspalaute: [www.tilastokeskus.fi/palaute](http://www.tilastokeskus.fi/palaute)*

---

*Tietopalvelu, Tilastokeskus  
puh. 09 1734 2220  
[www.tilastokeskus.fi](http://www.tilastokeskus.fi)*

*Julkaisutilaukset, Edita Publishing Oy  
puh. 020 450 05  
[asiakaspalvelu.publishing@edita.fi](mailto:asiakaspalvelu.publishing@edita.fi)  
[www.editapublishing.fi](http://www.editapublishing.fi)*

*ISSN 1796-0479  
= Suomen virallinen tilasto  
ISSN 2323-6329 (pdf)*