

Kuuleminen eduskunnassa 9.1.2024  
Ville Mäkipelto (pj), Jussi Koski (varapj)



Suomen  
Videovaikuttajat

# Suomen videovaikuttajat ry

- Yleishyödyllinen sosiaalisen median videovaikuttajia kokoava järjestö ja edunvalvoja
- Jäseniä tällä hetkellä noin 600 – mukana sekä ammattilaisia, puoliammattilaisia että harrastajia: jäsenten somekanavien reach lasketaan miljoonissa
- Suurin osa jäsenistä tuottaa videoita YouTubeen, TikTokiin, Instagramiin ja Twitch-striimialustalle

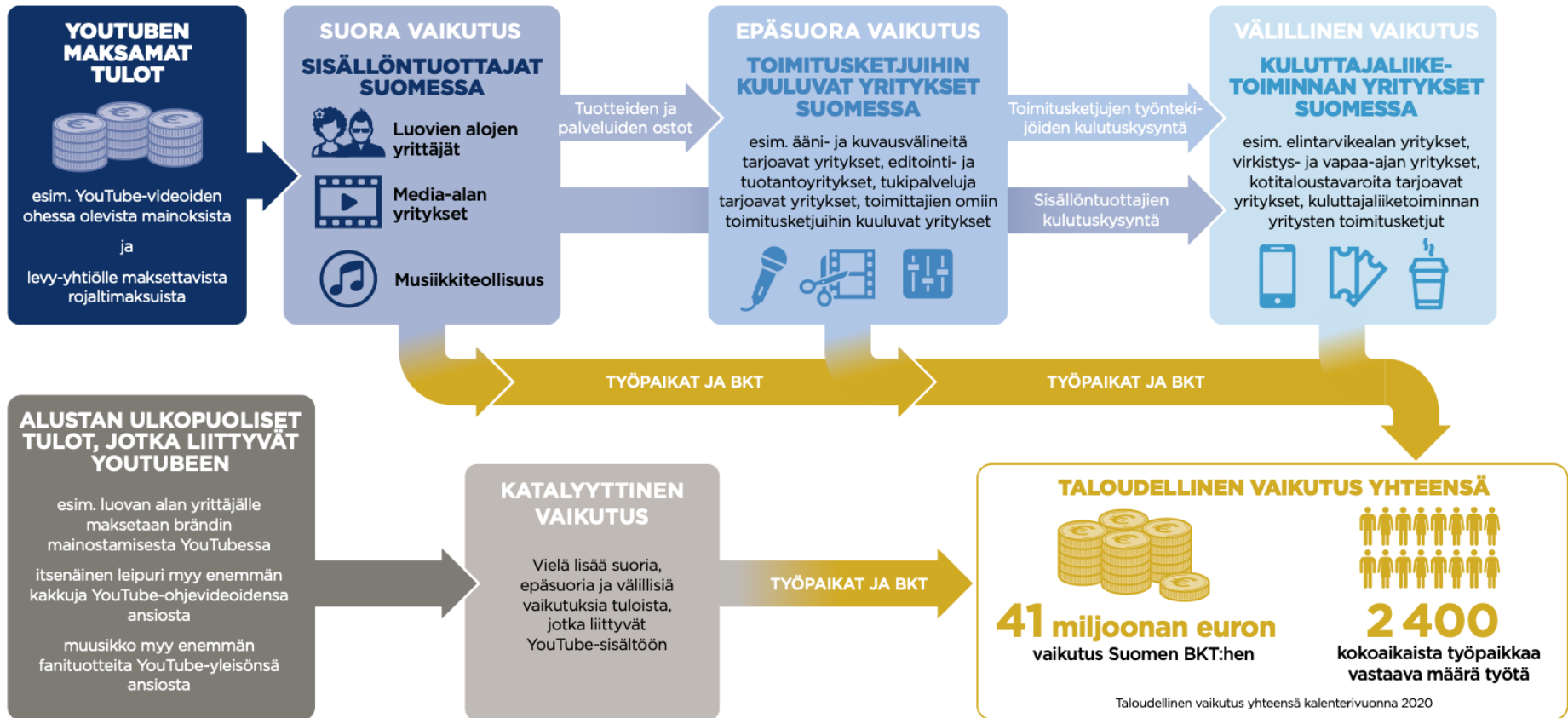


# Toimialasta

- Suurin osa internetin liikenteestä on videota (65%, [Sandvine 2023](#)); maailmanlaajuisesti YouTubea katsotaan yli miljardi tuntia videoita joka päivä
- Suomalaisilla somevideopalvelut ovat ohittaneet lineaarisen television nuoremmissa ikäryhmissä, kaikissa ikäryhmissä 69% suomalaisista katsonut YouTubea kuukauden aikana; 16–34 -vuotiaista TikTokia katsoo viikottain 51% ([Dagmar 2023](#))
- Suurin osa ammatillisista sisällöntuottajista toimii yrittäjinä, joiden tulot muodostuvat enimmäkseen alustojen mainostuloista ja kaupallisista yhteistöistä
  - Suomessa on esimerkiksi noin 500 YouTube-kanavaa, joilla on yli 50 000 tilaajaa (lähde: suomitube.fi) eli voisivat mainostulojen puolesta tehdä sisältöä päätoimisesti
  - Suurimmilla tekijöillä vuosittainen liikevaihto satoja tuhansia ja työllistävät muita



# YOUTUBEN LUOVAN EKOSYSTEEMIN TALOUDELLINEN VAIKUTUS YHTEENSÄ



# Yle videovaikuttajien näkökulmasta

- Monet videovaikuttajat ovat tehneet hedelmällistä yhteistyötä Ylen kanssa; Yle on työllistänyt heitä omilla kanavillaan
- Ylen toiminta uusilla sosiaalisen median alustoilla on ollut videovaikuttajien näkökulmasta tarkoituksenmukaista ja alustojen toimintakulttuuria hyvin tuntevaa
- Somealustoilla tarvitaan myös journalistisesti laadukasta ja puolueetonta sisältöä
  - Yksittäinen videovaikuttaja rakentaa ensisijaisesti omaa henkilöbrändiään ja ajaa omaa näkökulmaansa, myös disinformaatio on ongelma alustoilla
- Videovaikuttajat eivät koe Yleä haitallisena kilpailijana

