

Julkaisuja ja esitelmiä

Lukuisia artikkeleita alan ammattilehdissä sekä kotimaassa että ulkomailla

Raportteja sekä MTV:n että YLE:n (Yleisradio) julkaisusarjoissa

Vuosikongressien esitelmiä, GEAR (Group of European Audience Researchers), 1983-2002

Kirjoittajana kirjassa “Market Researchers look at Advertising”, Simon Broadbent (ed.), the best Esomar papers 1949-79, Sigmatext 1980

Patterns of Television Viewing in Finland, väitöskirja, Somero 1985

Radio- ja TV-tutkimuksen Vuosikirja, Yleisradio Oy, toimittaja vv. 1991-95

Report on Radio and Television Audience Measurement in Europe, Heikki Kasari & Toby Syfrét Esomar 1995

Towards Harmonization of Radio Audience Measurement Systems, editorial board, EBU (European Broadcasting Union), 1997

Towards Global Guidelines for Television Audience Measurement, editorial board, EBU (European Broadcasting Union), 1999

Trends in Digital Television Audience Measurement – Recent Developments and Market Impact, editorial board, EBU (European Broadcasting Union), 2003

EBU Member Audience Trends 1991-2003, TV-osuuden kirjoittajana, EBU (European Broadcasting Union), 2003, 2004

TV Show Loyalty in Finland, It Won't Work Here, AMA (American Marketing Association) & Esomar (European Society for Opinion and Marketing Research), New York, March 11-14, 1979

Loyalty of Viewing: Are There Any Predictable Patterns? If Yes, How Does This Help Media Planning? Improving Media Research (Esomar), Stockholm (Sweden), 21-23 April 1982

Television Advertising Recognition and Perception of Contents, Broadcasting and Research (Esomar), Englefield Green (UK), 6-8 May, 1985

New Competition Creates a Need for New Methods, New Developments in Media Research (Esomar), Helsinki (Finland), 9-12 April, 1986

Metered TV Audience Measurement in Finland – a User's Point of View, Television Research International Symposium (Communications Options, Inc.), Tarrytown, New York, 15-19 October, 1989

Harmonization of Audience Research – Benefits to Small Countries, Electronic Media and

Research Technologies, ARF (Advertising Research Foundation), New York, December 56, 1995

Organizing for Research – the International ‘JIC’ Story (panel of specialists), Media in Motion, Electronic Media Research Workshop, ARF (Advertising Research Foundation), New York December 8, 1997

TV Viewing Patterns in Internet Access Homes, Week of Audience Measurement (WAM), ARF & Esomar, Cannes (France), 9-14 June, 2002

TV Show Loyalty in Finland, kirjassa “Market Researchers Look at Advertising”, Simon Broadbent (ed.), the best Esomar papers 1949-79, Sigmertext 1980

Patterns of Television Viewing in Finland, väitöskirja, Somero 1985

Yleisö sähköisen viestinnän paineessa, Helsingin Yliopisto, Tiedotusopin Laitos, julkaisuja 1A/5/1988

Joukkoviestinnän tutkimus muutospaineessa, kirjassa Viestinnän valtateillä – Osmo A. Wiio kuusi vuosikymmentä, Yliopistopaino, Helsinki 1988

La première année de fonctionnement du système de mesure audimétrique du public en Finlande, Televisions mesurees et mesures de la television, Etudes de radio-television (38), mars 1988, RTBF (Radio-Télévision belge de la Communauté française)

Radio- ja TV-tutkimuksen Vuosikirja, Yleisradio Oy, toimittaja 1991-98
Report on Radio and Television Audience Measurement in Europe, Heikki Kasari & Toby Syfrét, (toim.), Esomar 1995

Television yleisö tutkimuskohteena, ”Media ja me” – juhla kirja professori Pertti Tiihosen 60-vuotispäivän kunniaksi, Ritva Levo-Henriksson ja Marko Ampuja (toim.), Yliopistopaino, Helsinki 2000

”In conversation with Dr. Heikki J. Kasari” (haast.), EGTA News, EGTA website (www.egta.com), 2001

Convergence in Media, Audience and in Audience Research Methodology, kirjassa Das Publikum als Programm, Matthias Steinmann – forschler, unternehmer un autor, Oppenheim, Stolte & Zölch (toim.), Stämpfli Verlag AG, Bern 2002

Towards Harmonization of Radio Audience Measurement Systems, toimitusneuvoston jäsen, EBU 1997

Towards Global Guidelines for Television Audience Measurement, toimitusneuvoston jäsen, EBU 1999

Trends in Digital Television Audience Measurement – Recent Developments and Market Impact, toimitusneuvoston jäsen, EBU (European Broadcasting Union), 2003

EBU Member Audience Trends 1991-2002, TV-osuuden kirjoittaja, EBU (European Broadcasting Union), 2003

EBU Member Audience Trends 1992-2003, TV-osuuden kirjoittaja, EBU (European Broadcasting Union), 2004

Artikkeleita – ulkomaiset lehdet

Television Advertising in Finland, Media International, 3, 1978

Television – Concentrating on Informative Commercials, Media International, 3, 1979
TV Programme Loyalty in Finland, Admap, 10, 1979

Show Loyalty Data May be of Value to Advertiser (interview), Marketing News (AMA), Vol. XII, No. 22, May 1979

Television – a National Medium with an International Future, Media International, 3, 1980

Analyzing Television Audiences by Life Style, Admap, 7, 1980

Where are the Light Viewers – Can the Imperatives Find Them? Admap, 9, 1980

Ein Solo aus Suomi – Schatten für Skandinavien, Werben & Verkaufen, 15, 1981
The Implications of Social Change as Monitored by European TV Companies, European Research, (Esomar), 1, 1981

Firmly Planted in the Air, Media International, 3, 1985

Fernsehforschung: Wiedererkennen und Perzeption von Werbeinhalt, Blickpunkte (ZDF), 12, 1985

Ad Market Responds to New Options, Media International, 3, 1987

Mehr Markenwerbung ins Fernsehen, Werbern & Verkaufen, 19, 1987

Metered TV Audience Measurement, How Finland Went It alone, Admap, 10, 1987

How TV Audiences React to Increased programme Supply, Admap, April 1989
European Radio Audiences, Admap, February 1993

Radio Audience Measurement in Europe, Newsbrief (Esomar), Nr. 2, March 1993

Metered TV Audience Measurement in Finland, EBU (European Broadcasting Union) Review, Vol. XLI No. 1, January 1990

Radio Audience Measurement in Europe, Diffusion (EBU), Summer 1993

Metered Television Audience Measurement in Finland, Nordicom Information, No. 4, 1994

Accountability, Performance Indicators, Internal Efficiency, Diffusion (EBU), Spring 1996

Écoute télévisuelle hors foyer en Finlande, Diffusion (UER), Printemps 1997

Out-of-home Viewing in Finland, Diffusion (EBU), Spring 1997

Harmonizing Audience Research in a Small country, Diffusion (EBU), Summer 1998

Higher Internet Penetration, More TV Viewing? Admap, November 2000

TV and the Internet: new synergy, Diffusion (EBU), 2001/3

Mathematical estimates of PSP performance are important but should not be misleading, Diffusion (EBU), 2002/4

Artikkeleita – kotimaiset lehdet

Löytyykö katsomishalukkuuden perusteella ohjelmatyyppejä, MARK, 4, 1977

Eroaako television katsominen kulutustavaroitten käyttämisestä? MARK, 5, 1978

AMA-Esomar: It won't work here, MARK, 2, 1979

Kansallisesta kansainväliseen mielipiteen seurantaan, MARK, 6, 1980

Tutkittiin television katsomista Suomessa, Mainosuutiset, 4, 1980

Kriittinen tarkastelu, Mainosuutiset, 6, 1980

Kuvanauhurin käyttö lisää tv:n katsomista USA:ssa, MARK, 1, 1981

Mainossanomien toistaminen: tehoa vai tautologiaa? MARK, 2, 1981

Suomalaisista 15%:lla on kaksi tai useampia tv-vastaanottimia, MARK, 4, 1981

Mistä mainonnan tehon mittausmenetelmät ovat peräisin? MARK, 8, 1981

Miksi Suomi on kesällä kiinni? Mainosuutiset, 5, 1981

Väri vastaanotin jo noin 60%:lla suomalaisista, MARK, 1, 1982

Mainonta on tehokasta juuri siksi, ettei se ole tärkeää, MARK, 6, 1982

Mainonnan luovuus joutuu kovalle koetukselle, MARK, 6, 1982

Säilyykö nykyisten kansallisten tv-verkkojen asema tulevaisuudessa? MARK, 9, 1982

Vielä aiheesta lukija- ja katsojamääritys, Mainosuutiset, 7, 1982

Lukijat ja katselijat, Mainosuutiset, 6, 1982

TV-yleisön mielipiteet tutkitaan välittömästi viewdatan avulla, MARK 1, 1983

Television levikki edelleen kasvussa, MARK, 1, 1983

Mainonnan kokonaiskustannukset ja mediajakautuma v. 1982, MARK, 5, 1983

Rating-ajattelu: uusi tapa kuvata tv-kampanjoiden laajuutta, MARK, 8, 1983

Lisääntykö television katsominen Suomessa? MARK, 1, 1984

Tehoa tv-mainontaan, MARK, 2, 1984

Väestönmuutokset Yhdysvalloissa vaikuttavat markkinointiin, MARK, 8, 1984

Suomalainen katsoo valikoiden, MARK, 9, 1984

Onko mainosalan kehityksen ennustaminen sittenkin mahdollista? MARK, 1, 1985

Taivaallinen viestintä: katsaus viestintäsateelliittien käyttöön, MARK, 2, 1985

Olisiko aika romuttaa OTS-mytologia myös Suomessa? MARK, 4, 1986

Commercial TV and European Children (kirja-arvostelu), MARK, 8, 1986

Miksi mainonnan tehosta tiedetään niin vähän? MARK, 10, 1986

Suomalaiset katsovat kotimaisia ohjelmia, Helsingin Sanomat 13.4.1986

Päiväkirjoista mittareihin, MARK, 7, 1987

Tehokasta tv-mainontaa, MARK, 5, 1988

Onko katsojat unohdettu? Uusi Suomi 29.1.1989

Eri tulokset eri menetelmillä – suomalaisen mediatutkimuksen tragedia, MARK, 2, 1989

Television muuttuva yleisö, vieraskynä, Helsingin Sanomat, 20.2.1993

Digitaalinenkin on normaali TV, Helsingin Sanomat, 15.8.2001

Häviääkö TV nettiliittymälle?, vieraskynä, Helsingin Sanomat, 21.3.2002

Monta tapaa katsoa televisiota, Helsingin Sanomat 30.3.2003

Alakerrat (kolumni) sanomalehdessä KALEVA

- Yleisradiotoiminta muutosten edessä 10.6.2006
- Digiaika tarjoaa uusia mahdollisuuksia 21.4.2007
- YLE:n rahoitusuudistus esimerkiksi Euroopalle 20.10.2007
- Teräväpiirto-TV voitolle Suomessakin 3.1.2008
- Digitaalisen television ja radion kehitys kesken 13.4.2008
- Viestinnän valvontaan oppia Englannista 22.11.2008
- Televisiotasavero - ojasta allikkoon 3.5.2009
- YLE-maksu toteutuu arvostelusta huolimatta 8.10.2009
- YLE-maksuun tuumaustauko 21.3.2010
- TV-ohjelmien kotimaisuus laskee - katselu lisääntyy 9.9.2010
- Internet-TV on edelleen tulevaisuuden lupaus 4.7.2011
- YLE:n rahoituksesta jotain selvyyttä ehkä joulukuussa 15.9.2011
- YLE-vero nostaa TV-maksua monissa perheissä 11.4.2012
- Yhdysvallat suurin asiaohjelmien tuottaja Suomessa 2.8.2012
- Päästäänkö Suomessakin nauramaan tekstitysvirheille? 12.1.2013
- Kotimainen televisio-ohjelmatarjonta nousussa 11.9.2013
- Kuuntelijat unohtuivat radiotoiminnan kehittäjiltä 29.7.2014
- Tositelevisio valtasi Suomen 27.10.2014