



TIEDOTUSVÄLINEILLE

JULKAISTAVISSA 15.12.2011

Kansallinen Mediatutkimus KMT®

KMT Kuluttaja Kevät 2011

Tilaaaja: Levikintarkastus Oy

Toteuttaja: TNS Gallup Oy

44 minuuttia painettua, 11 minuuttia sähköistä

Kansallisesta Mediatutkimuksesta selviää, että 12 vuotta täyttänyt suomalainen käyttää aikaa painettujen lehtien lukemiseen keskimäärin 44 minuuttia päivässä ja vastavasti sähköisten lehtien lukemiseen tietokoneella, matkapuhelimella tai lukulaitteella 11 minuuttia.

Tutkimus kertoo myös, että neljä viidestä suomalaisesta lukee vähintään viitenä päivänä viikossa painettuja lehtiä. Tämä tarkoittaa siis sitä, että painettu media tavoittaa lähes jokaisen.

Sähköisten lehtien lukeminen sitä vastoin vaihtelee väestössä enemmän. Kuitenkin keskimääräisen viikon aikana jo kaksi kolmesta suomalaisesta lukee sanoma- ja aikakauslehtiä sekä painettuna että sähköisenä. Sähköisellä lukemisella tarkoitetaan lehden lukemista tietokoneella, matkapuhelimella tai lukulaitteella.

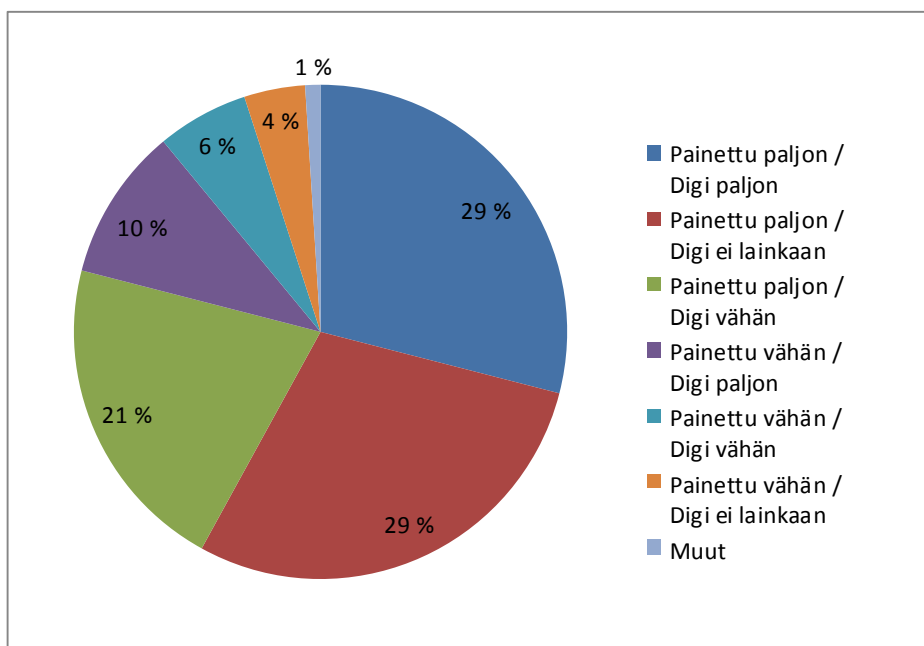
Sitä, että lukee lehteä vähintään viitenä päivänä viikossa, voidaan pitää paljon. Vähäiseksi puolestaan voidaan katsoa lehtien lukemista, jos sitä tapahtuu harvemmin kuin viitenä päivänä viikossa mutta kuitenkin vähintään kerran kuukaudessa.

Näistä lähtökohdista on painetun ja sähköisen lehden lukemisen määrästä muodostettu seitsemän ryhmää, joiden mukaan suomalaisten lukemista ja sen kehittymistä voidaan jatkossakin tarkastella.

- Paljon lehtiä sekä painettuina että sähköisinä lukevia suomalaisia on 29 prosenttia. Ryhmässä on miehiä 57 prosenttia. Keskimääräistä useammin tähän ryhmään kuuluvat ovat ylempiä toimihenkilöitä ja iältään 25–64-vuotiaita sekä usein teknisesti suuntautuneita, sanoo TNS Gallupin tutkimusjohtaja **Ville Rekula** löydöksistään.
- Toisen yhtä suuren ryhmän suomalaisista muodostavat he, jotka lukevat paljon lehtiä painettuina, mutta eivät lainkaan sähköisinä versioina. Tässä ryhmässä on 62 prosenttia naisia ja yli puolet on iältään yli 65-vuotiaita. Keskimääräistä useammin tähän ryhmään kuuluvat ovat humanistisesti suuntautuneita ja toimivat tai ovat toimineet terveys- ja sosiaaalialalla.
- Kolmanteen ryhmään kuuluu viidennes eli 21 prosenttia väestöstä. He lukevat tyypillisesti paljon painettuja lehtiä, mutta netissä niihin tutustutaan vain harvemmin. Ryhmä jakaantuu koko lailla tasan naisten ja miesten välillä. Tämä on myös koulutetuin ja kovatuloisin ryhmä, jolle oikeastaan kaikki tiedotusvälineet ovat tavalla tai toisella tärkeitä, kuvailee Rekula.

- Kymmenen prosenttia väestöstä ei lue juuri lainkaan painettua lehteä, mutta käyttää sen sijaan paljon aikaa lehtienkin lukemiseen sähköisesti ja viettää muutenkin runsaasti aikaa eri sivustoilla. Ryhmässä on 56 prosenttia miehiä. Tähän ryhmään kuuluu keskimääräistä enemmän 12–34-vuotiaita, opiskelijoita sekä suurissa kaupungeissa asuvia.
- Viimeiset kolme ryhmää lukevat painettuja lehtiä kaikkein vähiten. Kuusi prosenttia väestöstä lukee vain vähän sekä painettuja että sähköisiä lehtiä. Neljä prosenttia lukee vain vähän painettuja lehtiä eivätkä lainkaan sähköisiä julkaisuja ja yhtä prosenttia eivät painetut lehdet tavoita lainkaan, toteaa Rekula lopuksi.

Painettu/Digi lukeminen



(lähde: KMT Kuluttaja Kevät 2011)

Lisätietoja:

Tutkimuksen tulokset: tutkimusjohtaja **Ville Rekula**, TNS Gallup Oy, puh. (09) 6135 0774

Tutkimuksen päällikö: toimitusjohtaja **Ullamaija Arasto**, Levikintarkastus Oy, puh. (09) 2287 7334

Kansallinen Mediatutkimus (KMT)

- Kansallinen Mediatutkimus (KMT) on lehtikustantajien, Aikakausmedian ja Sanomalehtien Liiton, Kärkimedia Oy:n ja Markkinointiviestinnän Toimistojen Liiton yhdessä päättämä ja Levikintarkastus Oy:n kautta tilaama tutkimuskokonaisuus. Tutkimuksen toteuttaja on TNS Gallup Oy.
- Tutkimuksen kohderyhmä on 12 vuotta täyttäneet suomalaiset, joiden äidinkieli on suomi tai ruotsi, Ahvenanmaa pois lukien. Kohderyhmän koko on 4 452 000. Tiedot on kerätty Kansallisen Mediatutkimuksen jatkokyselyssä, joka toteutettiin nettikyselynä 10.1.2011–30.6.2011. Jatkokyselyn vastaajamäärä on 4 644.