






Puolet suomalaisista käyttää perinteisiä ja nettimedioita, neljännes on pääasiassa nettimedioiden suurkuluttajia

Uudistunut KMT-tutkimus mittaa lehtien lukijamäärät painettuina ja digitaalisina versioina. Tutkimuksessa tarkastellaan myös erilaisia mediankäyttäjätyyppejä. Noin puolet suomalaisista käyttää vahvasti sekä perinteisiä että nettimedioita. Reilu viidennes turvautuu pääasiassa perinteisiin medioihin (painetut lehdet, televisio ja radio). Neljännes kansasta kokee olevansa nettimedioiden suurkuluttajia.

Mediankäyttäjätyypit eri ikäryhmissä % vastaajista

Mediankäyttäjätyypit	Koko väestö	12-19 vuotiaat	20-49 vuotiaat	50+ vuotiaat
 Perinteisten medioiden suosijat	21	8	5	39
 Perinteisten ja nettimedioiden suosijat	49	22	53	51
 Nettimedioiden suosijat	25	56	37	7
Ei osaa sanoa	5	15	6	3

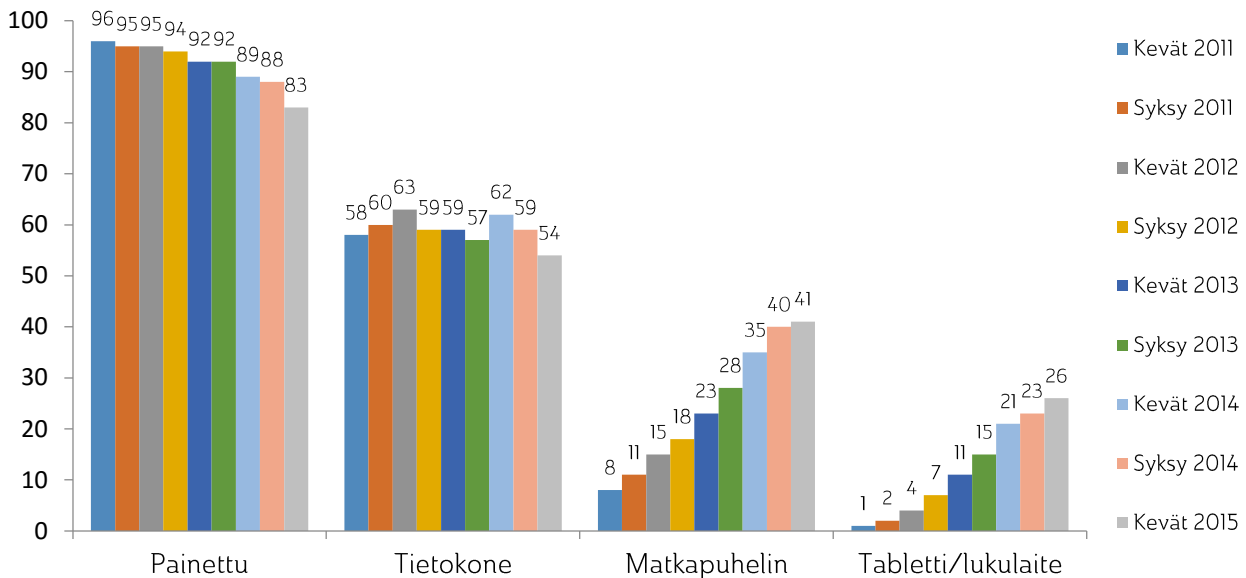
Ryhmiä erottaa toisistaan myös se, mitä netissä tehdään. Perinteisten medioiden suurkuluttajien netin käyttöä leimaa hyöty ja nettimedioiden suurkäyttäjät puolestaan viihde.

Netin käyttötarkoitukset (viikoittain), % vastaajista

	Perinteisten medioiden suosijat (%)	Perinteisten ja nettimedioiden suosijat (%)	Nettimedioiden suosijat (%)
Seuraa uutisia	27	88	94
Lukee yritysten lähettämiä uutiskirjeitä	17	41	37
Seuraa blogeja	6	23	41
Seuraa keskustelupalstoja	6	29	48
Viettää aikaa sosiaalisessa mediassa	15	52	82
Kuuntelee radiota netissä	6	20	33
Kuuntelee musiikkia netissä	11	41	77
Katsoo netti-tv:tä	12	42	61
Katsoo videoita netissä	13	44	79
Hakee tietoa tuotteista, palveluista, tapahtumista	47	93	93

Kokonaisuutena lehtien lukemisen monipuolistuminen jatkuu edelleen digitalisoitumisen myötä. Tähän asti kiihtyvää vauhtia kasvaneen matkapuhelimen käytön kasvu näyttää hieman hidastuneen, mutta tabletin käyttö on edelleen vauhdittunut. Painettu käyttöliittymä on silti edelleen ylivoimaisesti suosituin.

Lehtien seuraaminen eri välineissä 2011-2015, % vastaajista



Mediankäyttäjät ryhmittäin tarkasteltuna erot ovat loogisia. Esimerkiksi perinteisiä medioita suosivien ryhmässä painettua lehteä lukee viikoittain 95 %, kun taas nettimedioita suosivien osalta 60 %. Matkapuhelimella viikoittain lukevien kohdalla suhteet kääntyvät niin, että 71 % nettimedioita suosivista lukee lehteä matkapuhelimella viikoittain, kun taas perinteisiä medioita suosivista 6 %.

KMT -tutkimuksen menetelmää uudistettiin vuoden 2015 alusta. Aikakauslehtitutkimus toteutetaan nyt kokonaan nettilomakkeella, mikä mahdollistaa lukemiskysymysten esittämisen lehden kannen ja logon avulla. Uusi menetelmä parantaa lehden tunnistamista. Vastaava tutkimusmenetelmä on käytössä maailmanlaajuisesti useissa lukijatutkimuksissa, ja testit Suomessa osoittivat sen toimivan hyvin aikakauslehdille. Aikakauslehtien tuoreet KMT tulokset perustuvat tällä kertaa vain puolen vuoden (kevät 2015) tiedonkeruuseen, eikä tuloksia saa verrata aiempiin KMT tuloksiin.

Sanomalehtien lukemista mittaava menetelmä on pidetty ennallaan, koska säännöllisesti tilattavat ja luettavat sanomalehdet muistetaan hyvin ilman visuaalista auttamistakin. Sanomalehtien lukemistiedot raportoidaan koko vuoden tutkimusjaksolta (syksy 2014 ja kevät 2015) ja tulokset ovat vertailukelpoisia aiempiin KMT tuloksiin.

Uudistus on toteutettu siten, että aikakauslehtien ja sanomalehtien lukijavaluutat säilyvät yhteisenä, koska sanomalehtien puhelimella tehtävän tutkimuksen ja aikakauslehtien nettitutkimukseen vastaajajoukko ja lukijamäärittelyt ovat samat. Nettilomakkeella kysytään digitaalisen lukemisen ja yleisen mediakäytön kysymykset kummankin lehtiryhmän osalta.

Liitteenä tuoreet sanomalehtien ja aikakauslehtien lukijamäärät sekä kokonaistavoittavuusluvut.

Lisätietoja:

MediaAuditFinland Oy
Kaija Sinko puh. 0400 489 876
Miikka Merikoski puh. 050 523 1596

TNS Gallup Oy
Ville Rekula puh. 043 820 0750