

FIFTY5 ■ BLUE

Aikakauslehtien
lukutottumukset
vieraskielisellä
väestöllä 2026

Julkistus

Tarja Pentilä

Fifty5Blue Finland Oy

Toukokuu 2026



AIKAKAUSMEDIA

Äidinkieleltään muunkielisten aikakauslehtien lukutottumusten tutkimus

Tutkimus selvitti ensimmäistä kertaa Suomessa äidinkieleltään muunkielisen väestön, mutta suomea tai englantia riittävästi osaavan, väestönosan lukutottumuksia ja asenteita aikakauslehtiä kohtaan. Muunkielisten osuus väestöstä kasvaa, heitä on jo yli 600 000 ja määrän kasvu on nousujohteinen, mutta heidän suhdettaan aikakauslehtiin ei tunneta.

Tutkimus sai merkittävän rahallisen tuen toteutusta varten Aikakausmedian myöntämästä vuoden 2025 tutkimusapurahasta. Tulen avulla tutkimus oli mahdollista toteuttaa soveltuvimmalla tutkimusmenetelmällä eli puhelinhaastatteluna Dun & Bradstreetin toimittamaan vieraskielisestä väestöstä kieliryhmien koon sekä iän ja sukupuolen suhteessa poimittuun väestönäytteeseen.



Äidinkieleltään muunkielisten aikakauslehtien lukutottumusten tutkimus

Tutkimukseen vastasi 504 muunkielistä henkilöä, joiden kielitaito lukea suomenkieltä oli riittävä aikakauslehtien lukemiseen. Tutkimus toteutettiin suomenkielellä ja tukikielenä oli englanti. Vastaajat arvoivat kielitaitonsa tason itse. Tutkimus kattaa näin ollen tämän kielitaidoltaan riittävän osan muunkielistä väestöä, ja heijastelee heidän lukutottumuksiaan ja mielipiteitään.

Tutkimus toteutettiin puhelinhaastatteluna tammi-maaliskuussa 2026 Fifty5Blue Finlandin toimesta (ent. Kantar Media Finland).



Äidinkieleltään muunkielisten aikakauslehtien lukutottumusten tutkimus

Tutkimuksen tavoite

Tutkimus tuottaa ainutlaatuista tietoa, jonka avulla aikakauslehdet voivat kehittää sisältöjään, erityisesti kun digitaalisten käännösten tuottaminen esim. myös englanniksi on yhä helpompaa. Tutkittu tieto voi auttaa aikakauslehtiä kohdentamaan viestintäänsä ja tavoittamaan uusia yleisöjä. Samalla tutkimus tukee muunkielisten ja mahanmuuttajien yhteiskunnallista osallisuutta ja kielellistä integraatiota: aikakauslehdet voivat toimia sillanrakentajina suomalaiseen kulttuuriin ja yhteisöön sekä harrastuksiin, ovathan harrastelehdet myös merkittävä tapa luoda integraatiota yhteisöihin.

Tulokset hyödyttävät laajasti lehtitaloja, mainostajia ja lukemisen edistämistä, ja muodostavat perustan pitkäjänteiselle mediakehitykselle monikielisessä ja monikulttuurisessa Suomessa. Tutkimus tuottaa täysin uutta ymmärrystä väestönosasta, joka kattaa jo yli 10% väestöstämme.



Sisältö

- 1 Tutkimuksen toteutus
- 2 Kohderyhmän taustatiedot
- 3 Aikakauslehtien lukeminen
- 4 Lehtigenret ja suhtautuminen aikakauslehtiin
- 5 Käännökset, lukemisen esteet ja houkuttimet
- 6 Johtopäätökset ja suositukset

**Tutkimuksen
toteutus**

1

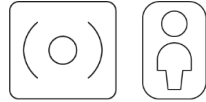
Tutkimuksen toteutus

Target Group



- Muunkielinen väestö Suomessa, joilla on vastaamiseen riittävä suomen- tai englanninkielen taito
- **18 + v**

Näyte



- Näytelähde Dun & Bradstreet puhelinnumero-poiminta
- Tavoite N = 500 +
- **Lopullinen N=504**

Tiedonkeräys



- CATI, puhelinhaastattelut
- Haastattelut toteutettiin suomeksi ja tukikielenä oli englanti
- **Kenttätyö tammikuu-maaliskuu 2026**

Lomake



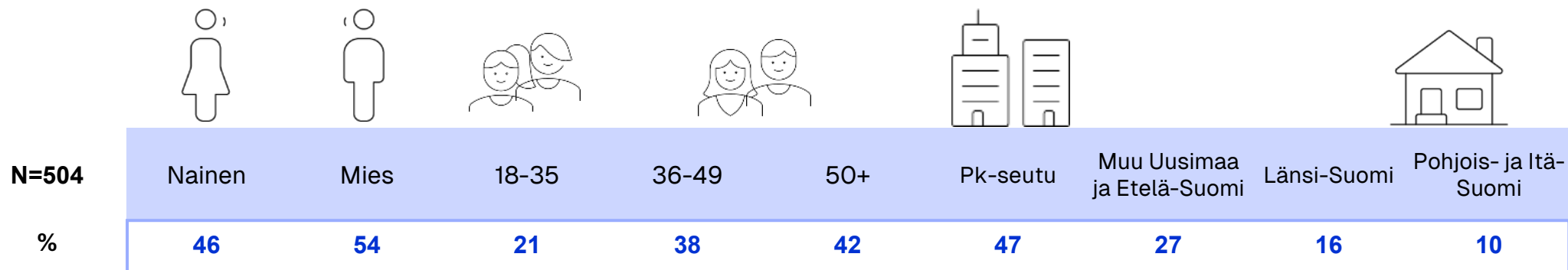
- Lomake suunniteltiin yhteistyössä Aikakausmedian kanssa
- Pituus n. 20+ min
- toteutunut keskiarvo 24 min
- Lomake toteutettiin sekä suomeksi että englanniksi

Raportointi



- PPT -raportti ja pdf
- Excel ristiintaulukoinnit taustietojen kanssa
- Presentaatiomateriaali PPT ja esitys julkistustilaisuudessa 28.5

Haastatellut olivat asuneet Suomessa keskimäärin 16 vuotta. Vain 5 % vastasi syntyneensä Suomessa. Talouden keskikoko oli 4 henkilöä. Talouksista 35 %:lla oli alle 18 v. lapsia.



Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin Fifty5Bluen CATI kentällä puhelinhaastatteluna, puhelinnumeronäyte tilattiin Dun & Bradstreetilta ja se poimittiin kieliryhmien mukaan lähes väestöä vastaavassa suhteessa, sekä muunkielisen väestön iän ja sukupuolen mukaan. Näytettä jouduttiin hankkimaan kaksi kertaa lisää, jotta toivottu vastaajamäärä saatiin kerättyä.

Kenttä toteutettiin pitkällä ajanjaksolla tammi-maaliskuussa 2026.

Vastaajia kertyi 504 kappaletta ja aineisto painotettiin vastaamaan muunkielistä väestöä sukupuolen, iän ja osin äidinkielen mukaan. Keskiesto oli 24 minuuttia.

17997	Näytettä yhteensä
11581	Kontaktoitu
504	Valmiit haastattelut
8258	Kieltäytyneet
125	Valittu alkuspiikin jälkeen "Kielitaito ei riitä haastatteluun"
2694	Puhelinvastaaja, ei vastaa, varattu, jäi sovituksi yms.
24	Keskimääräinen kesto minuuttia

Tutkimuksen toteutus, huomioita tutkimuksen teossa

Tiedonkeruussa huomattiin, että kohderyhmän tavoittaminen oli noin neljä kertaa hankalampaa kuin suomen- ja ruotsinkielisten. Kieltäytyneitä oli paljon, monella syynä oli myös kielitaidon puute.

Vaikka kielitaito hankaloitti osin vastaamista ja englantia tarvittiin usein tukikielenä, haastattelijapalautteissa haastattelut koettiin miellyttävinä tehdä ja useat vastaaja olivat myönteisen yllättyneitä, että tällainen tutkimus tehtiin.

Kulttuurierot näkyivät myös vastaamisessa, joillakin vastaajilla tuli ensin selvittää vastaajan puolisolle tarkasti millä asialla soitetaan ja sitten hän päätti onko ok vastata. Joissakin kulttuureissa taas kielteiset vastaukset olivat sensitiivisiä ja siihen päätyessään vastaajat kokivat tarvetta selittää kielteistä vastausta. Tämä pidensi vastausaikaa. Myös muut kulttuurilliset erot näkyivät osin vastaamisessa. Samoin joidenkin kohdalla havaittiin jopa pelkoa siitä millä asialla soitetaan, jossa taustalla oli pelko viranomaisista ja esim. siitä mitä kokemuksia vastaajan lähtömaassa on ollut.

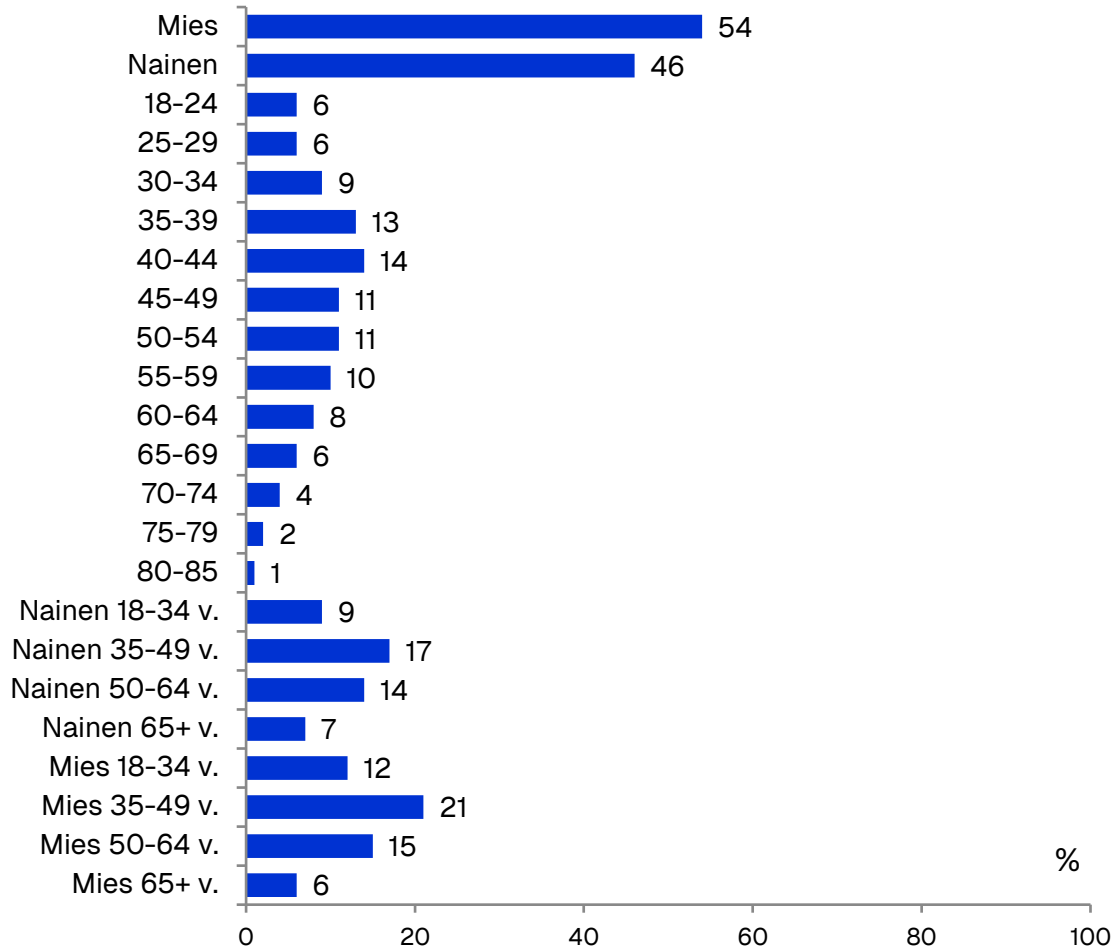
Konseptina etenkin aikakauslehden digiversio oli välillä vaikea hahmottaa, se usein sotkettiin sanomalehtien tai esim. YLE:n nettisivuihin. Haastatteliija oli tässä tukena ja apuna. Tämä heijastelee yleisempää haastetta määrittää netin sisältöjä.

Tämän takia tutkimuksen toteutuksessa tuleekin käyttää erittäin ammattitaitoisia haastatteliijoita, joilla on herkkyyttä ja ymmärrystä em. kulttuuritaustoihin ja kattavaa osaamista puhelinhaastattelujen tekemisestä. Tässä projektissa käytettiin Fifty5Bluen kokeneita puhelinhaastatteliijoita, jotka tekevät mm. myös Kansallisen Mediatutkimuksen haastatteluja sekä vaativia BtoB haastatteluja.

Kohderyhmän taustatiedot

2

Ikä ja sukupuoli



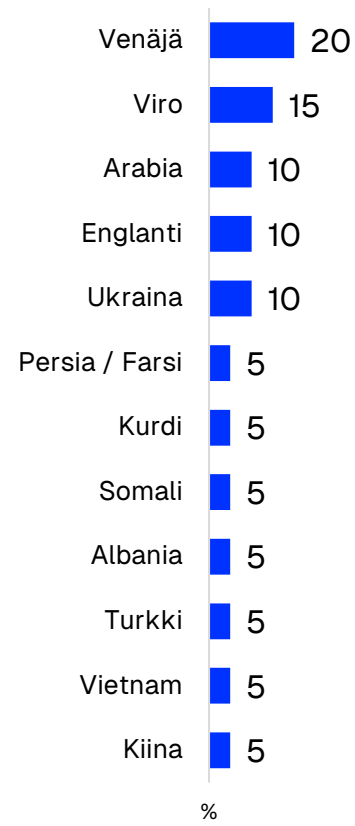
- Vastaajissa oli hieman enemmän miehiä kuin naisia, väestön suhteessa, mutta molemmat sukupuolet olivat kattavasti edustettuina.
- Ikärakenne painottui erityisesti työkäisiin vastaajiin, nuoria ja vanhimpia oli vähemmän.
- Koulutustaso oli melko korkea, erityisesti toisen asteen ja korkeakoulututkinnon suorittaneita oli paljon.
- Mukana oli sekä yksinasuvia että perheellisiä, yleisimpiä olivat pienet ja keskisuuret kotitaloudet.
- Tulotasossa oli vaihtelua, mutta aineisto painottui enemmän keski- ja alempiin keskituloluokkiin.
- Vastaajat painottuivat suuriin kaupunkeihin ja kasvukeskuksiin, erityisesti pääkaupunkiseudulle.

Taustatietoja

Koettu suomenkielen taito



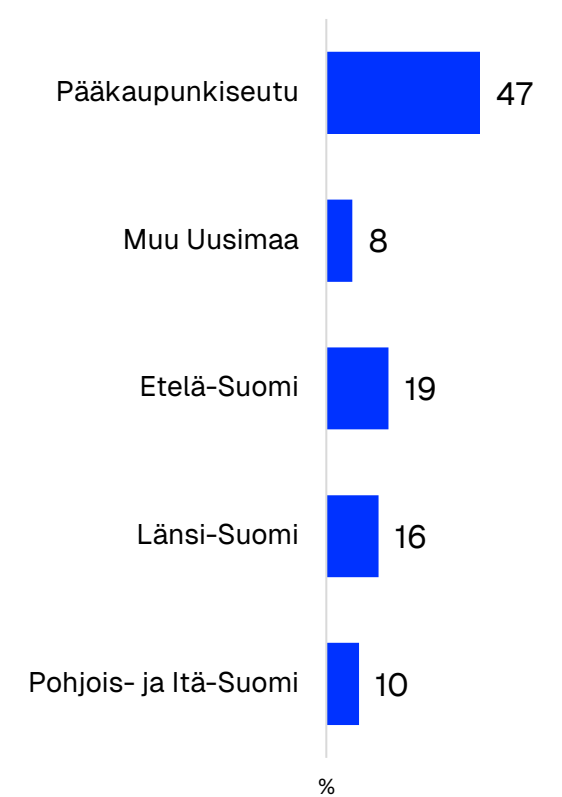
Äidinkieli



Oma ammattiasema



Alue



Taustatietoja

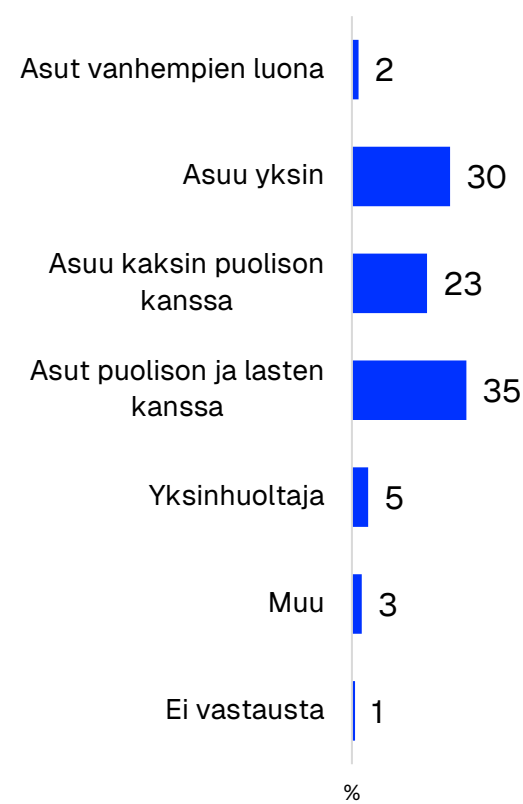
Koulutustaso



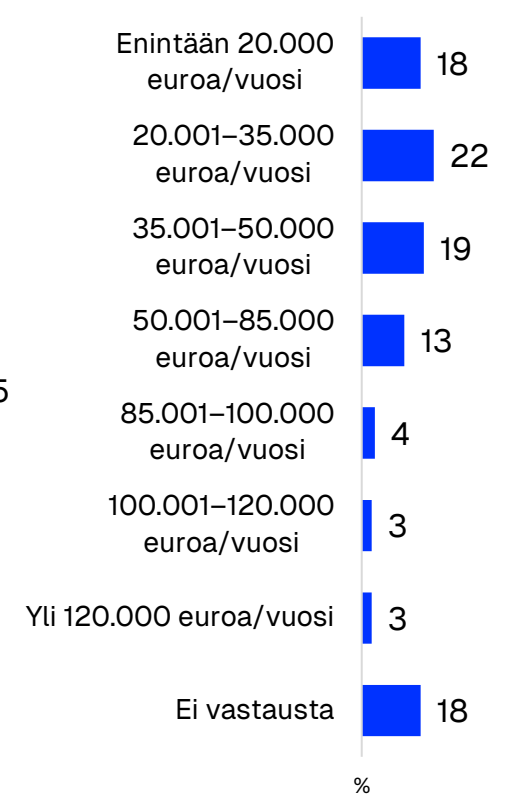
Oma ammattiasema



Elämänvaihe



Talouden tulot



Aikakauslehtien lukeminen

3

Aikakauslehtien lukeminen

Muunkielinen väestö ei ole aikakauslehdille
“kadonnut yleisö”
vaan lukeminen on yllättävänkin yleistä.

Suomalaisia aikakauslehtiä kuukausittain lukevat, sekä printissä että digitaalisesti, muodostavat tutkimuksen kaikkein vahvimmin suomalaiseen mediaympäristöön kiinnittyneen ryhmän. He eivät ole satunnaisia käyttäjiä, vaan aikakauslehdet ovat osa heidän normaalia arkeaan ja mediankäyttöään.

Ryhmä on keskimääräistä integroituneempi suomalaiseen yhteiskuntaan, ja heillä on yleensä hyvä tai vähintään toimiva suomen kielen taito. Moni on asunut Suomessa pitkään, käy aktiivisesti työelämässä ja seuraa suomalaisia ilmiöitä, uutisia ja yhteiskuntaa säännöllisesti.

Demografisesti ryhmässä korostuvat erityisesti työikäiset 35–64-vuotiaat, perheelliset sekä korkeampi koulutustaso. He asuvat usein suurissa kaupungeissa tai kasvukeskuksissa ja heidän elämäntilanteensa on melko vakaa. Ryhmässä näkyy myös hieman korkeampi tulotaso.

53%

Lukee aikakauslehtiä
painettuna tai diginä
vähintään kuukausittain

65 % lukee ainakin joskus

Vertailuna: KMT 2025 kk-lukeminen oli 83%

Aikakauslehtien lukeminen kuukausitasolla

Digissä kk-lukijoita on 38 %

- 55 %:lla heistä on maksullinen lehtitilaus kotiin
- Heissä korostuvat erityisesti työkäiset, korkeakoulutetut, kaupunkialueilla asuvat sekä hyvä suomen ja englannin kielitaito.
- Erittäin aktiivisia ja monikanavaisia mediankäyttäjiä, joille digitaalisuus on ensisijainen tapa kuluttaa sisältöjä.
- Käyttävät suomalaisia aikakauslehtiä erityisesti tiedonhakuun, yhteiskunnan seuraamiseen ja suomen kielen kehittämiseen.
- Arvostavat helppoa saavutettavuutta, ajankohtaisia aiheita, hyödyllisiä sisältöjä ja sujuvaa digitaalista käyttökokemusta.
- *Verrattuna KMT 2025 tulokseen 63 %*

Painettuna kk-lukijoita on 35 %

- 59 %:lla heistä on maksullinen lehtitilaus kotiin
- Heissä korostuvat erityisesti yli 45-vuotiaat, perheelliset, pidempään Suomessa asuneet sekä vakaammassa elämäntilanteessa olevat vastaajat.
- Suhtautuvat suomalaisiin aikakauslehtiin kaikkein sitoutuneimmin ja kokevat ne luotettavina sekä laadukkaina medioina.
- Printti yhdistyy rauhalliseen lukemiseen, rentoutumiseen, omaan aikaan ja syvällisempään sisältökokemukseen.
- Kiinnostuvat erityisesti hyvinvoinnista, kulttuurista, yhteiskunnasta, arjen hyötysisällöistä ja suomalaisesta elämäntavasta.
- *Verrattuna KMT 2025 tulokseen 65 %*

Aikakauslehtien lukeminen yleistasolla, lukee vähintään harvemmin

Korostuu vanhemmissa ikäryhmissä, erityisesti yli 45-vuotiailla. Yleisempää vastaajilla, joilla on pidempi asumisaika Suomessa ja parempi suomen kielen taito. Painetun lukeminen on hieman yleisempää korkeammin koulutetuilla verrattuna matalammin koulutettuihin. Sukupuolierot vähäisiä, mutta naiset lukevat hieman useammin kotimaisia painettuja lehtiä.

Lukee suomalaisia lehtiä
painettuna ainakin
harvemmin

48%

Lukee ulkomaisia lehtiä
painettuna ainakin
harvemmin

35%

Selvästi pienempi ryhmä kuin kotimaisten painettujen lukijoiden joukko. Painottuu korkeammin koulutettuihin ja niihin, joilla on vahva englannin tai muu vieras kieli. Yleisempää keski-ikäisissä ja vanhemmissa vastaajissa kuin nuorissa. Usein kyse satunnaisesta, ei säännöllisestä, painetusta lukemisesta.

Digitaalinen lukeminen yleisintä nuorimmissa ikäryhmissä (alle 35-vuotiaat). Korostuu vastaajilla, joilla on hyvä tai keskitasoinen suomen kielen taito. Korkeampi koulutustaso liittyy aktiivisempaan digilukemiseen. Digilukeminen tasaa sukupuolieroja: miehet ja naiset lukevat digissä lähes yhtä paljon.

Lukee suomalaisia lehtiä
diginä ainakin harvemmin

45%

Lukee ulkomaisia lehtiä
diginä ainakin harvemmin

56%

Selvästi yleisin lukemismuoto ulkomaisille lehdille. Korostuu nuorissa, korkeasti koulutetuissa ja opiskelijoissa. Vahva yhteys englannin kielen taitoon ja globaaliin mediankäyttöön. Digikanava madaltaa kynnyistä: myös heikomman suomen kielen taidon omaavat lukevat ulkomaisia lehtiä diginä.

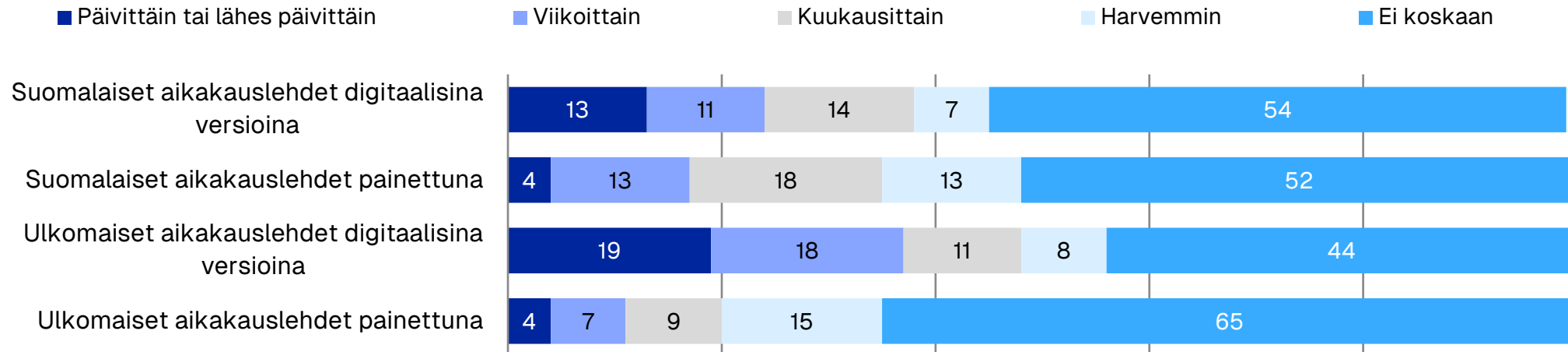
Aikakauslehtien lukeminen

Aikakauslehdet oli selitetty vastaajille: Seuraavaksi kysymme aikakauslehtien lukemisesta painettuna tai digissä.

Aikakauslehdellä tarkoitetaan:

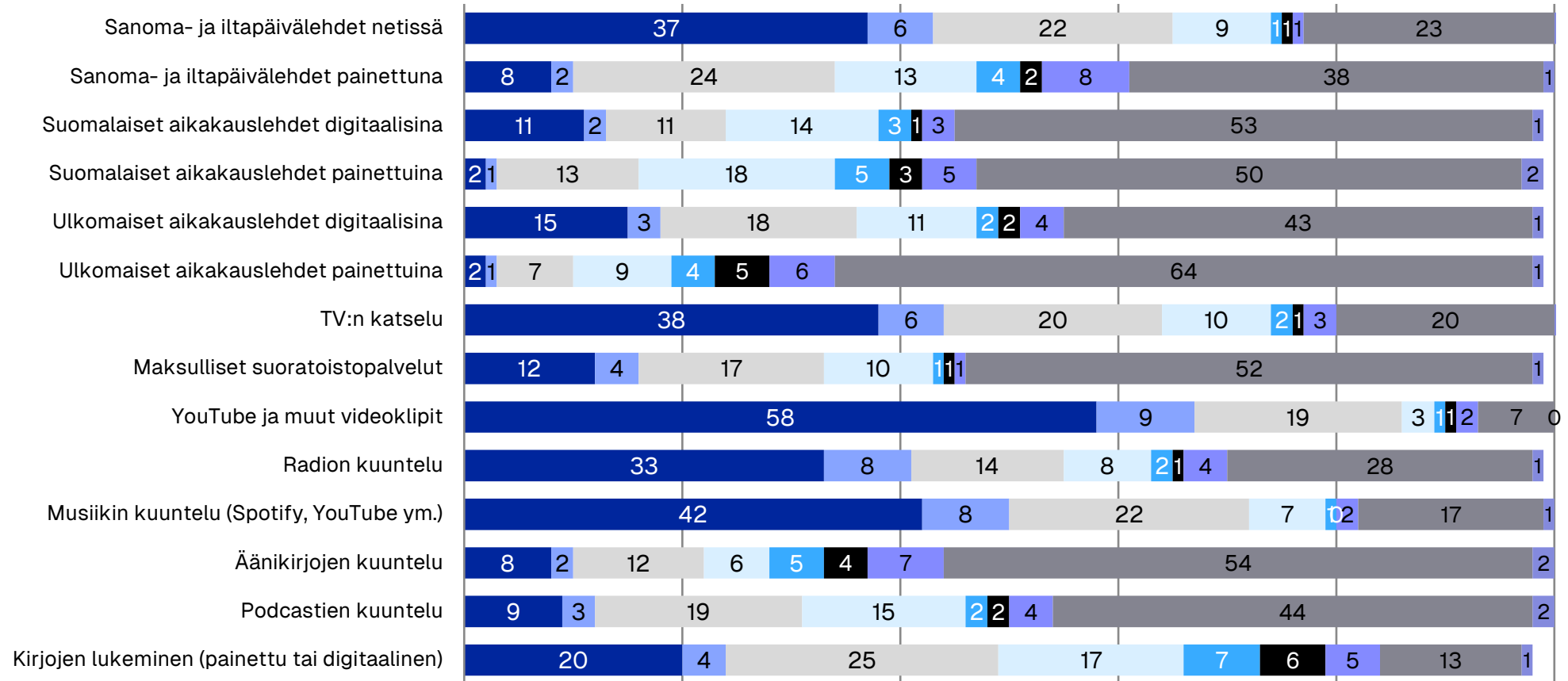
Aikakauslehti tarkoittaa julkaisua, joka ilmestyy säännöllisesti mutta harvemmin kuin sanomalehdet, yleensä viikoittain, kuukausittain tai muutaman kerran vuodessa painettuna ja/tai digitaalisena versiona. Sen sisältö on tyypillisesti pidempää, syvällisempää ja taustoittavampaa kuin päivittäisessä uutismediassa.

Aikakauslehdet keskittyvät usein tiettyyn teemaan kuten elämäntyyliin, terveyteen, talouteen, harrastuksiin, kulttuuriin tai ammattialoihin. Ne sisältävät artikkeleita, reportaaseja, haastatteluja, kuvia ja analyysyjä, jotka on tarkoitettu tarjoamaan inspiraatiota, tietoa tai viihdettä.



Medioiden käyttöfrekvenssit

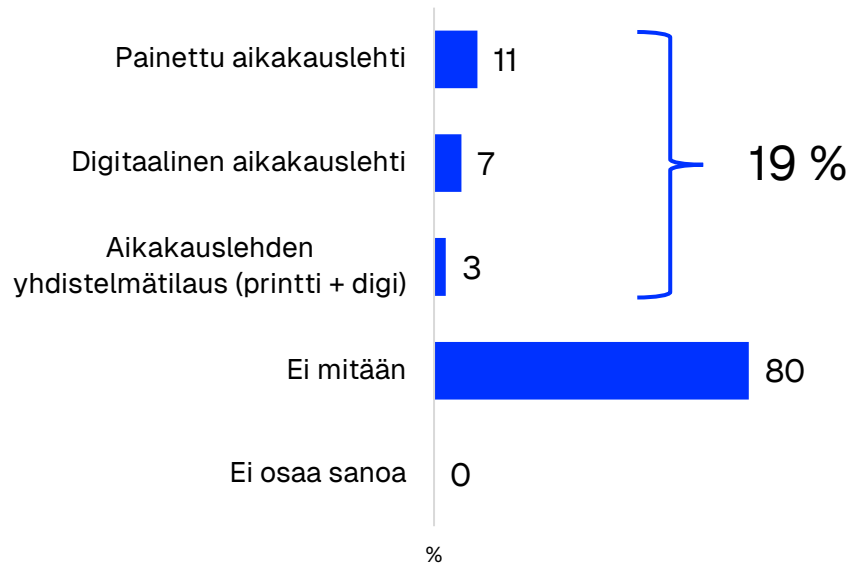
■ Päivittäin
 ■ 5–6 pv / vko
 ■ 1–4 pv / vko
 ■ Kuukausittain
 ■ Puolen vuoden aikana
 ■ Vuosittain
 ■ Harvemmin
 ■ Ei koskaan
 ■ EOS



Lehtien tilaaminen ja maksuhalukkuus

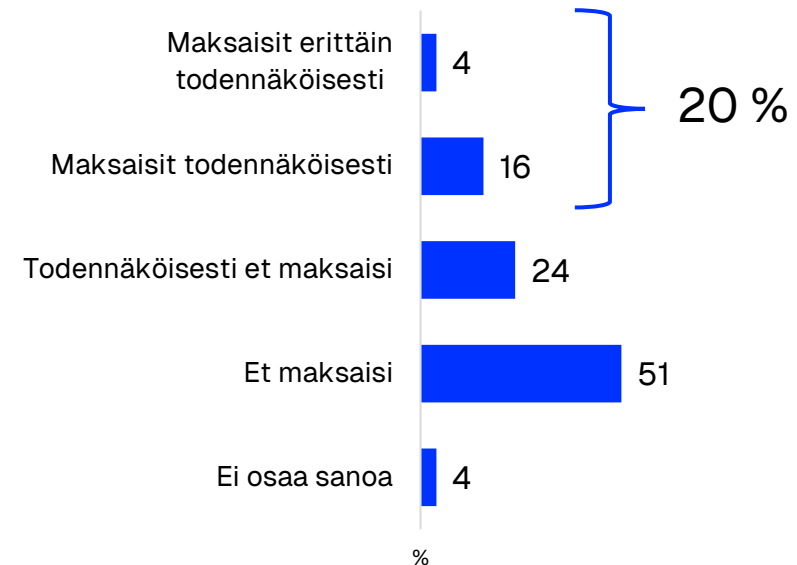
Millaisia maksullisia suomalaisia aikakauslehtiä talouteesi tilataan?

Valitse kaikki sopivat.



- Valtaosa vastaajista ei tilaa mitään maksullisia aikakauslehtiä, mikä korostuu erityisesti nuorimmissa ikäryhmissä ja lyhyemmän aikaa Suomessa asuneilla.
- Painetut tilaukset painottuvat vanhempiin ja korkeammin koulutettuihin vastaajiin, joilla suomen kielen taito on hyvä.
- Digitaaliset tilaukset ja yhdistelmät ovat harvinaisia koko aineistossa, mutta suhteellisesti yleisempiä nuorilla aikuisilla ja opiskelijoilla.
- Sukupuolten välillä erot ovat pieniä, mutta naiset tilaavat hieman useammin kotimaisia aikakauslehtiä kuin miehet.

Kuinka todennäköisesti maksaisit suomalaisen aikakauslehden sisällöistä painettuna tai digitaalisesti seuraavan viiden vuoden aikana?



- Enemmistö ei ole valmis maksamaan, mikä korostuu nuorissa ja matalammin koulutetuissa ryhmissä.
- Maksuhalukkuus on suurinta vastaajilla, joilla on korkea koulutustaso, hyvä suomen kielen taito ja aktiivinen nykyinen lukusuhde lehtiin.
- Erittäin tai melko todennäköisesti maksavat ovat useammin yli 35-vuotiaita ja pidempään Suomessa asuneita.
- Heikko maksuhalukkuus liittyy usein kokemukseen, ettei sisältö tunnu omalta tai kielellisesti riittävän saavutettavalta.

Kohderyhmä: Jos lukenut aikakauslehtiä vähintään harvemmin N=427

Lehtien lukeminen, keskiarvot luettujen lehtien lukumäärästä ja lukuajasta



Kuinka montaa suomalaista aikakauslehteä luet digitaalisesti netissä?

LKM keskiarvo

1,7

Kuinka montaa suomalaista aikakauslehteä luet painettuna paperilehtenä?

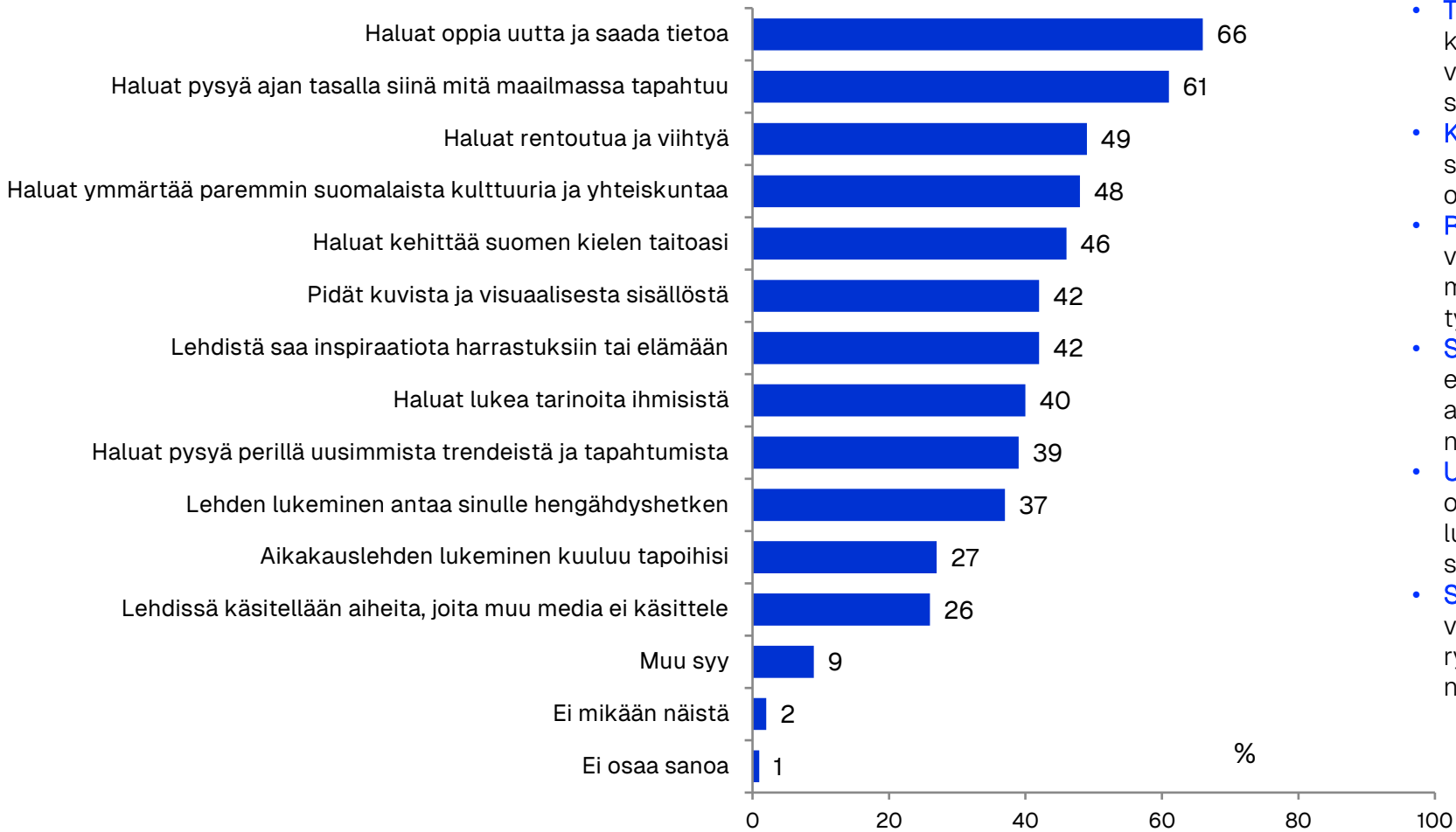
LKM keskiarvo

1,9

Lukuaika painettu tai digi keskimäärin 14-30 min per lukukerta

Aikakauslehtien lukemisen motiivit

Miksi luet aikakauslehtiä? (multi)
(valitse kaikki, jotka sopivat sinuun)



Kohderyhmä: Jos lukenut aikakauslehtiä vähintään harvemmin N=427

- **Tiedon ja ymmärryksen lisääminen** korostuu erityisesti korkeammin koulutetuilla ja pidempään Suomessa asuneilla vastaajilla. Aikakauslehtiä käytetään keinona ymmärtää suomalaista yhteiskuntaa ja ajankohtaisia ilmiöitä.
- **Kielitaidon kehittäminen** on keskeinen motiivi niille, joilla suomen kielitaito on kehittyvä tai keskitasoinen. Tämä motiivi on voimakkaampi digilukijoilla kuin painetun lehden lukijoilla.
- **Rentoutuminen ja ajanvietto** painottuvat lukijoilla, joilla on jo vakiintunut lukusuhde aikakauslehtiin ja hyvä kielitaito; motiivi on heikompi niillä, joille lukeminen on kielellisesti työlästä.
- **Samaistuminen ja osallisuuden kokemus** nousevat tärkeiksi erityisesti vastaajilla, jotka eivät koe itseään suomalaisten aikakauslehtien ydinkohderyhmäksi. Tämä motiivi korostuu naisilla hieman enemmän kuin miehillä.
- **Uusien harrastusten ja kiinnostuksen kohteiden löytäminen** on yleisempää nuorilla ja opiskelijoilla, mutta myös niillä, jotka lukevat aikakauslehtiä satunnaisesti eivätkä vielä säännöllisesti.
- **Suomalaisen kulttuurin ymmärtäminen** on tärkeä motiivi vastaajille, joiden asumisaika Suomessa on lyhyempi; tämä ryhmä lukee lehtiä enemmän oppimisen kuin viihteen näkökulmasta.

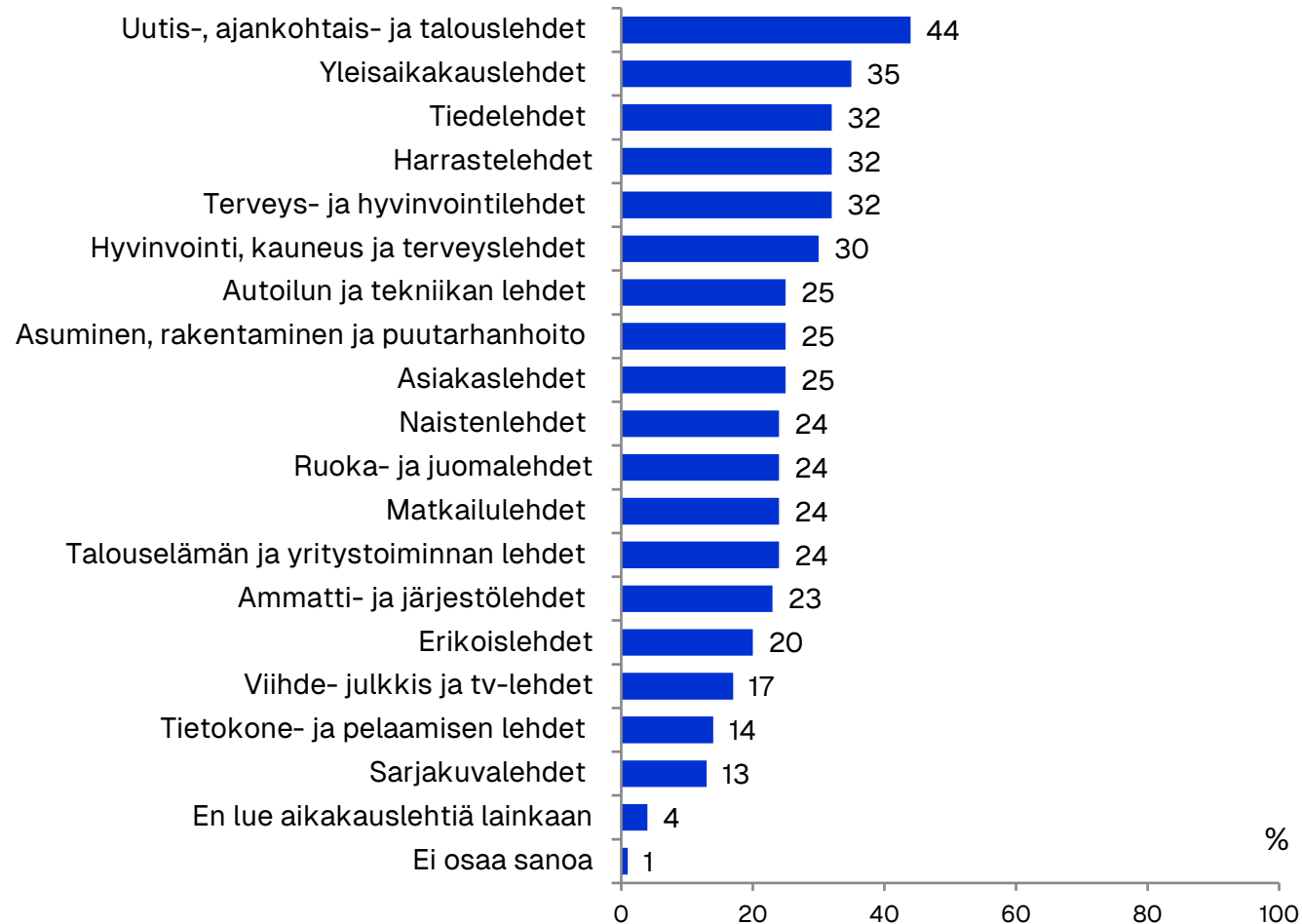
**Lehtigenret ja
suhtautuminen
aikakauslehtiin**

4

Lehtigenret

Minkä tyyppisiä aikakauslehtiä luet ainakin joskus, joko painettuna tai digitaalisena?

(Valitse kaikki, jotka sopivat)



Kohderyhmä: Jos lukenut aikakauslehtiä vähintään harvemmin N=427

Tulokset osoittavat, että aikakauslehdiltä haetaan ennen kaikkea:

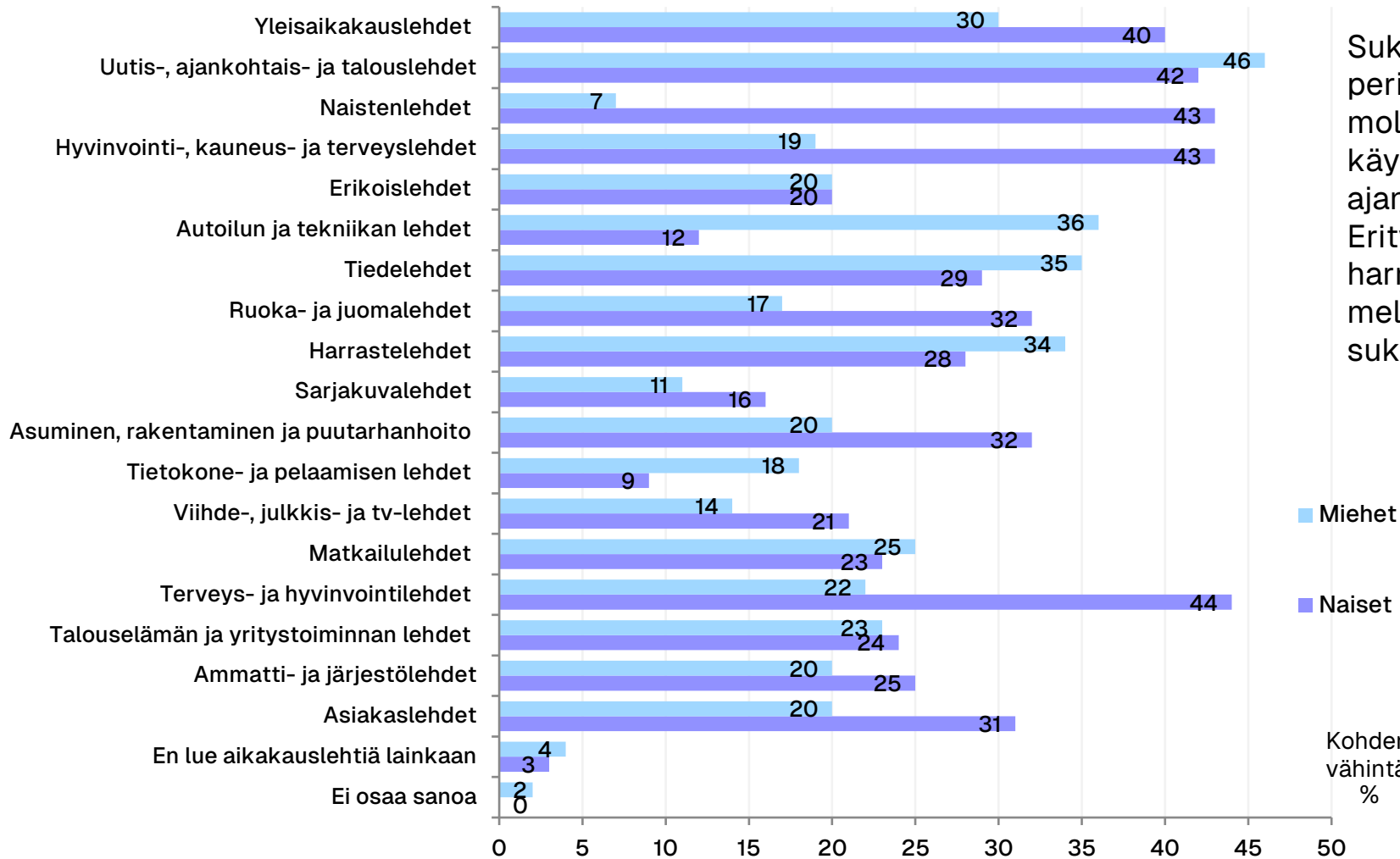
- tietoa
- hyötyä
- ajankohtaisuutta
- oman elämän ja arjen kannalta relevantteja sisältöjä

- nuoremmat vastaajat suosivat enemmän harraste-, peli- ja teknologiasisältöjä
- vanhemmat vastaajat lukevat enemmän hyvinvointi-, uutis- ja yleisaikakauslehtiä
- korkeakoulutetut korostuvat tiede-, uutis- ja talouslehtien käyttäjinä
- perheelliset lukevat enemmän hyvinvointi-, ruoka-, asumis- ja asiakaslehtiä
- aktiiviset suomalaislehtien heavy-lukijat käyttävät monipuolisesti lähes kaikkia lehtigenrejä

Lehtigenret, naiset ja miehet

Minkä tyyppisiä aikakauslehtiä luet ainakin joskus, joko painettuna tai digitaalisena?

(Valitse kaikki, jotka sopivat)



Sukupuolten erot näkyvät melko perinteisinä, mutta yhteistä molemmille on kiinnostus käytännöllisiin, hyödyllisiin ja ajankohtaisiin sisältöihin. Erityisesti tiede-, hyvinvointi- ja harrastesisällöt kiinnostavat melko tasaisesti molempia sukupuolia.

Miehet

Naiset

Kohderyhmä: Jos lukenut aikakauslehtiä vähintään harvemmin N=427
%

Lehtigenret ja lukukieli

Millä kielellä luet aikakauslehtiä?
(multi)



- Suomeksi lukevat pääasiassa ne, joilla on hyvä suomen kielen taito ja pidempi asumisaika Suomessa.
- Englanniksi lukeminen korostuu nuoremmilla, korkeasti koulutetuilla ja kansainvälisissä ympäristöissä elävillä.
- Omalla äidinkielellä lukevat erityisesti ne, joiden suomen kielitaito on kehittyvä tai jotka etsivät samaistuttavaa sisältöä.
- Ruotsiksi ja muilla kielillä lukeminen on harvinaista ja koskee pieniä erityisryhmiä.

“It would be really nice if the texts were both in English and in Finnish.”

“Multilingual content.”

“More multilingual magazines, so that I can read in my own language..”

Kohderyhmä: Jos lukenut aikakauslehtiä vähintään harvemmin N=427

Aikakauslehtien lukutottumukset vieraskielisellä väestöllä 2026

Asenteet: kieli

Täysin + osittain samaa mieltä

Tuloksissa korostuu erittäin vahvasti kielen merkitys aikakauslehtien käytölle. Selvä enemmistö kokee, että aikakauslehdet auttavat suomen kielen oppimisessa ja että helpompi kieli lisäisi lukemista edelleen. Yli puolet arvioi myös lukevansa enemmän suomalaisia lehtiä, jos kielitaito olisi parempi.

Tulokset osoittavat, että aikakauslehdet nähdään paitsi sisältömediana myös tärkeänä välineenä kielen oppimiseen ja suomalaisen yhteiskunnan ymmärtämiseen.

Korostuvat erityisesti:

- nuoremmat ja työikäiset
- korkeakoulutetut
- pidempään Suomessa asuneet
- aktiiviset digi- ja heavy-lukijat

71 %

Aikakauslehdet auttavat parantamaan suomen kielen taitoa

57 %

Toivoisi enemmän helposti luettavia tekstejä ja selkosuomea aikakauslehtiin

55 %

Lukisi enemmän suomenkielisiä lehtiä, jos kielitaitosi olisi parempi

55 %

Aikakauslehtiä on helppo lukea suomeksi

Asenteet: kulttuuri

Täysin + osittain samaa mieltä

Aikakauslehdet nähdään vahvasti kulttuurin ja suomalaisen yhteiskunnan ymmärtämisen välineenä. Enemmistö kokee lehtien auttavan tutustumaan suomalaisiin harrastuksiin, elämäntapaan ja kulttuuriin sekä lisäävän yhteyttä suomalaiseen yhteiskuntaan. Samalla lähes puolet kokee, että suomalaiset aikakauslehdet voisivat kertoa enemmän kansainvälisestä elämästä Suomessa, mikä viittaa **tarpeeseen vahvistaa monikulttuurisia näkökulmia sisällöissä.**

Korostuvat erityisesti:

- perheelliset
- pidempään Suomessa asuneet
- suomalaisia lehtiä aktiivisesti lukevat
- hyvä suomen kielen taito

62 %

Aikakauslehdet auttavat löytämään uusia harrastuksia ja kiinnostuksen kohteita

61 %

Aikakauslehdet lisäävät yhteenkuuluvuuden tunnetta suomalaiseen kulttuuriin

55 %

Aikakauslehdet tarjoavat uusia näkökulmia elämään Suomessa

46 %

Suomalaiset aikakauslehdet voisivat kertoa enemmän eri kulttuuritaustoista olevien ihmisten elämästä Suomessa

Asenteet: sisällöt

Täysin + osittain samaa mieltä

Sisällöissä korostuvat samaistuttavuus, monipuolisuus ja kiinnostavuus. Yli puolet kokee saavansa aikakauslehdistä uusia näkökulmia ja samaistuvansa ainakin osittain lehtien henkilöihin ja ilmiöihin. Noin kolmannes kokee kuitenkin edelleen, ettei löydä lehdistä riittävästi itseään kiinnostavia sisältöjä tai omaa arkea puhuttelevia aiheita. **Tulokset viittaavat siihen, että sisältöjen saavutettavuudessa ja kohderyhmien huomioimisessa on edelleen kasvupotentiaalia.**

Korostuvat erityisesti:

- nuoremmat ja digitaaliset käyttäjät
- korkeakoulutetut
- kaupunkialueilla asuvat
- aktiiviset suomalaislehtien heavy-lukijat

55 %

Aikakauslehdet tarjoavat samastuttavia tarinoita myös muille kuin suomea äidinkielenään puhuville

51 %

Aikakauslehdet voisivat huomioida paremmin monikielisiä ja monikulttuurisia yleisöjä

35 %

Aikakauslehdissä näkyy liian vähän eri kulttuurien kirjoittajia

32 %

Et koe olevasi suomalaisten aikakauslehtien kohderyhmää

Asenteet: digitaalisuus

Täysin + osittain samaa mieltä

Tuloksissa korostuu vahva digitaalinen mediankäyttö. Selvä enemmistö lukee aikakauslehtiä mieluummin verkossa kuin paperilla, mikä kertoo erityisesti digitaalisen saavutettavuuden ja helppokäyttöisyyden merkityksestä. Lähes puolet haluaa lukea aikakauslehtiä mieluiten omalla äidinkielellään, mikä korostaa kielen merkitystä myös digitaalisessa mediaympäristössä. Samalla lähes 40 % kertoo lukevansa pääasiassa ulkomaisia aikakauslehtiä, mikä kuvastaa vahvaa kansainvälistä mediankäyttöä ja kilpailua globaaleista sisällöistä.

Korostuvat erityisesti:

- nuoremmat ikäryhmät
- korkeakoulutetut
- aktiiviset digi- ja heavy-lukijat
- pääkaupunkiseudulla ja suurissa kaupungeissa asuvat vastaajat

61 %

Lukee aikakauslehtiä mieluummin verkossa kuin paperilehtinä

48 %

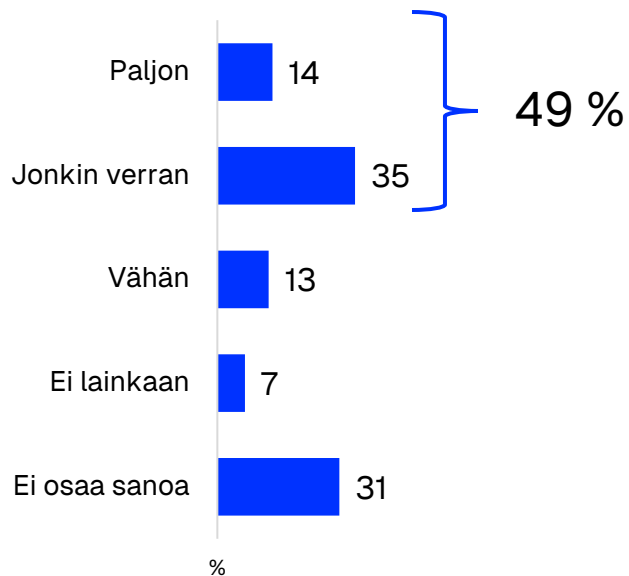
Haluaa lukea aikakauslehtiä mieluiten omalla äidinkielellä

39 %

Lukee pääasiassa vain ulkomaisia aikakauslehtiä

Monikulttuurisuus

Kuinka paljon koet, että aikakauslehdet antavat tilaa eri kulttuurien äänille Suomessa?



Eri kulttuurien äänien näkyvyys aikakauslehdissä – taustatekijöittäin

Ikä:

Arvio “paljon” tai “jonkin verran” korostuu yli 45-vuotiailla, kun taas nuorimmissa ikäryhmissä “ei osaa sanoa” on selvästi yleisempää.

Sukupuoli:

Naiset raportoivat useammin, että aikakauslehdet antavat ainakin jonkin verran tilaa eri kulttuurien äänille. Miehillä epävarmuus (ei osaa sanoa) korostuu.

Koulutustaso:

Korkeasti koulutetut arvioivat usein tilan määrän kriittisemmin (“jonkin verran” tai “vähän”), kun taas matalammin koulutetuilla “ei osaa sanoa” -vastaukset ovat yleisempiä.

Suomen kielen taito:

Vastaajat, joilla on hyvä suomen kielen taito, antavat useammin arvion tilan määrästä. Heikomman kielitaidon ryhmissä arviot jäivät useammin epäselviksi.

Asumisaika Suomessa:

Pidempään Suomessa asuneet muodostavat selvemmin näkemyksen aiheesta, kun taas lyhyemmän aikaa asuneet vastaavat useammin “ei osaa sanoa”.

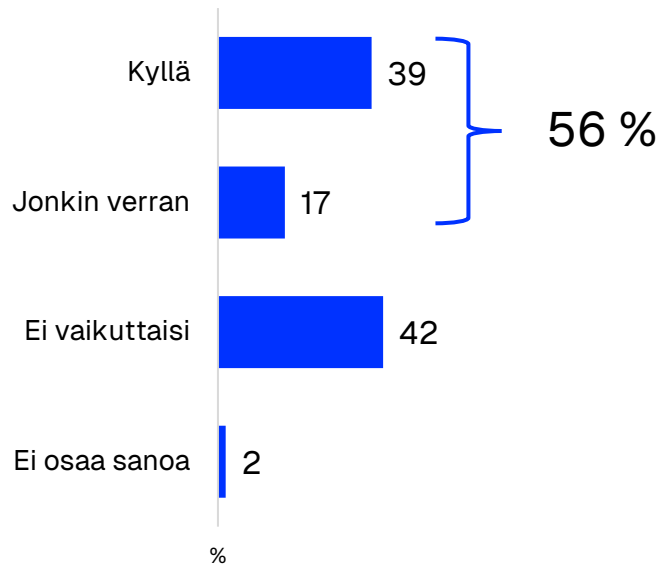
Kohderyhmä: totaali N=504

**Käännökset,
lukemisen esteet ja
houkuttimet**

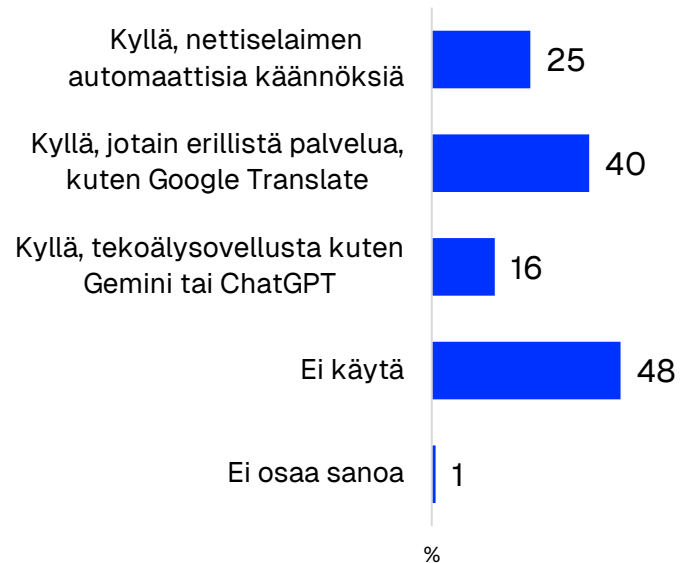
5

Käännökset

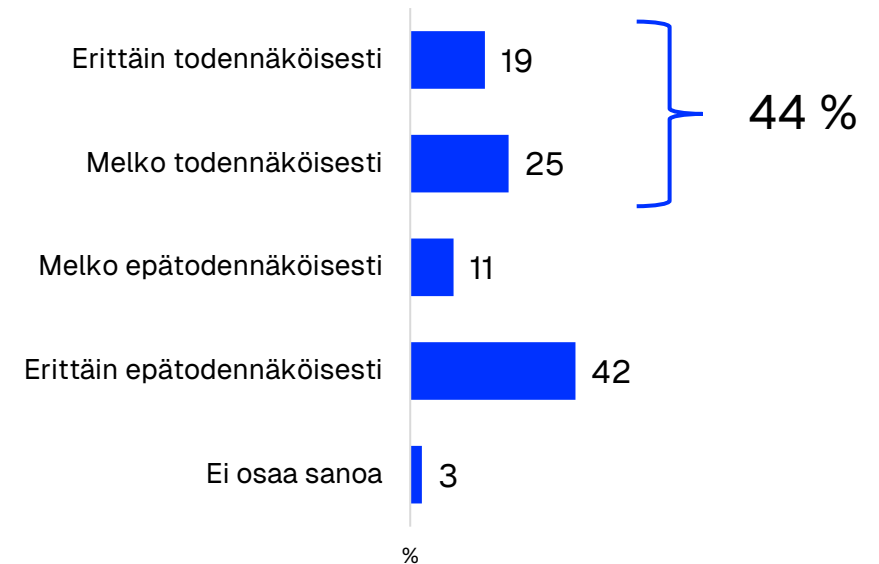
Jos suomalaiset aikakauslehdet olisivat automaattisesti käännettävissä verkossa englanniksi tai omalle kielellesi, lisäisikö se kiinnostustasi lukea niitä?



Käytätkö käännöstyökaluja suomalaisten aikakauslehtisisältöjen lukemiseen?



Jos suomalainen aikakauslehti tarjoaisi sisältöjään digitaalisena netissä myös englanniksi, miten todennäköisesti lukisit sitä?



Kohderyhmä: totaali N=504

Lukemisen esteet

Mikä estää tai vaikeuttaa suomenkielisten aikakauslehtien lukemista?

Valitse kaikki, jotka sopivat sinuun.



Keskeisimmät lukemisen esteet – taustatekijöittäin

Kieli on liian vaikeaa (44 %)

Korostuu selvästi vastaajilla, joilla on heikompi tai keskitasoinen suomen kielen taito sekä lyhyempi asumisaika Suomessa. Myös nuoremmissa ikäryhmissä kielikuorma nousee keskeiseksi esteeksi.

Luet tai katsot mieluummin netistä (43 %)

Yleisin este nuorilla aikuisilla, opiskelijoilla ja korkeasti koulutetuilla, joille digitaaliset ja audiovisuaaliset sisällöt ovat ensisijaisia verrattuna perinteisiin lehtiin.

Lehtien ostaminen ja tilaaminen on liian kallista (38 %)

Korostuu erityisesti nuoremmilla, perheellisillä ja matalammin koulutetuilla, joilla taloudellinen harkinta vaikuttaa mediavalintoihin.

Aihepiirit eivät kiinnosta (34 %)

Näkyvät ryhmässä, jotka eivät koe suomalaisten aikakauslehtien sisältöjä itselleen suunnatuiksi; korostuu vastaajilla, joilla on kansainvälisempi mediankäyttö.

Luet mieluummin omalla äidinkielellä (31 %) tai englanniksi (25 %)

Yleisempää nuoremmilla ja korkeasti koulutetuilla, sekä niillä, joiden suomen kielen taito ei ole vielä vahva. Tämä ohjaa lukemista pois suomenkielisistä lehdistä.

Ajan puute (30 %)

Korostuu työssäkäyvillä ja perheellisillä, joille pitkäkestoinen lukeminen kilpailee muun arjen kanssa.

Kohderyhmä: totaali N=504

Lukemisen houkuttimet

Mikä saisi sinut lukemaan suomenkielisiä aikakauslehtiä useammin?

Valitse kaikki, jotka sopivat sinuun.



Keskeisimmät lukemisen houkuttimet – taustatekijöittäin

Sisällön kiinnostavuus ratkaisee eniten (56 %)

Korostuu kaikissa ryhmissä, mutta erityisesti nuorilla, korkeasti koulutetuilla ja aktiivisesti digimediassa liikkuvilla, jotka vertaavat aikakauslehtiä muihin sisältöihin.

Helpompi ja ymmärrettävämpi kieli (47 %)

Vahvin houkutin vastaajilla, joilla on heikompi tai keskitasoinen suomen kielen taito sekä lyhyempi asumisaika Suomessa.

Halvempi hinta (47 %)

Korostuu nuorilla, opiskelijoilla ja perheellisillä, joilla hintaherkkyys vaikuttaa suoraan lukupäätöksiin.

Helppo digitaalinen saavutettavuus (41 %)

Yleisintä nuorissa ja korkeasti koulutetuissa ryhmissä, joille mobiili ja sovellukset ovat ensisijainen lukukanava.

Suosituksien ja portinvartijoiden vaikutus (42 % ystävä/koulu/kirjasto; 35 % henkilökohtaiset suositukset)

Korostuvat vastaajilla, joilla on heikompi tuntemus suomalaisista aikakauslehdistä ja lyhyempi kotoutumishistoria.

Monikulttuurisuus ja kansainväliset näkökulmat (39 %)

Erytisen merkittävä korkeasti koulutetuilla ja globaalisti suuntautuneilla vastaajilla.

Multimediallisuus: ääni, video ja sosiaalinen media (32–33 %)

Vetää erityisesti nuoria ja opiskelijoita, joille lukeminen kilpailee muun mediankulutuksen kanssa.

Käännökset ja englanninkielinen sisältö (24–27 %)

Kiinnostavat enemmän nuoria ja korkeasti koulutettuja, mutta jäävät selvästi kieli- ja sisältöhaukuttimia heikommiksi.

Kohderyhmä: totaali N=504

Avoimista vastauksista poimittua

tutkimuksen lopussa oli avoin kysymys ”*Mitä toivoisit suomalaisilta aikakauslehdiltä tulevaisuudessa?*”

Avoimissa vastauksissa korostui erittäin vahvasti tarve helpommalle ja saavutettavammalle kielelle. Selkosuomi, lyhyemmät tekstit, helpommin ymmärrettävä suomen kieli sekä englanninkielinen tai kaksikielinen sisältö nousivat selvästi yleisimmiksi toiveiksi. Moni vastaaja näki aikakauslehdet myös välineenä suomen kielen oppimiseen ja suomalaisen yhteiskunnan ymmärtämiseen. Toinen suuri teema oli monikulttuurisuus ja kansainvälisyys.

”Ei ole mitään toiveita, olen tyytyväinen.”

”I would like the language to be easier. More digital content in English.”

”Ytimekkäitä tekstejä ja selkokielellä.”

”Toivoisin, että pysyisi painettuna lehtenä myös ettei menisi pelkästään digitaaliseksi.”

Enemmän näkyvyyttä somessa ja enemmän ulkomaalaisille kohdistettua mainontaa.”

”S2 opettajana toivon suomen kieltä toisena kielenä puhuville suunnattuja kevyitä viihdelehtiä selkokielisenä. Suosittelen konsultoimaan suomen kieltä vieraskielisille opettavia opettajia.”

”Että ne olisivat halvempia ja niitä mainostettaisiin paljon enemmän kuin nyt, en tiedä millaisia aikakauslehtiä on olemassa. Voisi olla joitakin ilmaisia ja joitakin maksullisia julkaisuja kuten sanomalehdissä.”

”More ability to translate to own language, simpler Finnish words and language”

”Articles about immigrants and what they are doing in Finland.”

”Lehdet ovat hieman liian kalliita. Kestotilauksen irtisanominen oli ennen vaikeaa. En tiedä mikä tilanne nykyään. Muuten olen tyytyväinen. On kiinnostavia.”

**Yhteenveto ja
suositukset**

6

Yhteenveto

Tutkimus osoittaa, että suomalaisilla aikakauslehdillä on merkittävä rooli muunkielisten arjessa, erityisesti niille vastaajille, joilla on vahvempi suhde suomen kieleen ja suomalaiseen yhteiskuntaan.

Eryteisesti painetuilla aikakauslehdillä on vahva asema vanhemmissa ikäryhmissä sekä pidempään Suomessa asuneilla vastaajilla. Lehdet nähdään paitsi tiedonlähteenä myös tapana oppia suomen kieltä, ymmärtää suomalaisia ilmiöitä ja seurata yhteiskuntaa.

Keskeisin kehitystoive liittyy helpompaan kieleen. Selkokieli, lyhyemmät tekstit ja selkeämpi ilmaisu nousivat tutkimuksessa erittäin vahvasti esiin. Moni vastaaja koki, että aikakauslehdet voisivat olla tärkeämpi osa arkea, jos niiden kieli olisi helpommin lähestyttävää.

Tärkeimmät löydökset teemoittain

Suomalaisen printin vahvuudet

- Painettu aikakauslehti koetaan rauhalliseksi ja laadukkaaksi mediaksi
- Printtiä arvostavat erityisesti vanhemmat ja pidempään Suomessa asuneet
- Paperilehti tarjoaa hengähdyshetken ja syvällisemmän lukukokemuksen
- Printtiin liittyy vahvempi luottamus ja sitoutuminen

Digitaalisuus

- Digitaalinen lukeminen on vahvaa erityisesti nuoremmassa ryhmässä
- Verkkosisällöiltä odotetaan helppoa saavutettavuutta
- Some toimii tärkeänä sisältöjen löytämiskanavana
- Aktiivinen digitaalinen läsnäolo lisää kiinnostusta lehtiä kohtaan

Suomalaiset aikakauslehdet

- Lehdet koetaan luotettaviksi ja asiantunteviksi
- Heavy-lukijat suhtautuvat suomalaisiin lehtiin erittäin positiivisesti
- Lehdet auttavat ymmärtämään suomalaista yhteiskuntaa ja kulttuuria
- Moni näkee lehdet myös suomen oppimisen tukena

Kieli ja saavutettavuus

- Selkokieli oli tutkimuksen selvästi tärkein kehitystoive
- Helpompi suomen kieli lisäisi lukemista merkittävästi
- Lyhyemmät tekstit ja selkeämpi rakenne kiinnostavat
- Englanninkielisiä osioita toivottiin täydentäväksi tueksi

Tärkeimmät löydökset teemoittain

Maksuhalukkuus

- Heavy-lukijat ovat selvästi valmiimpia maksamaan sisällöstä
- Laatu, hyöty ja kiinnostavat aiheet lisäävät maksuhalukkuutta
- Hintaa pidetään kuitenkin yleisesti melko korkeana
- Digitaalisilta maksullisilta palveluilta odotetaan joustavuutta ja helppokäyttöisyyttä

Demografiset erot

- Nuoremmat painottuvat digitaaliseen lukemiseen
- Vanhemmat arvostavat enemmän printtiä
- Korkeasti koulutetut käyttävät aktiivisemmin aikakauslehtiä
- Parempi suomen kielen taito lisää suomalaisen median käyttöä

Sisällöt ja saavutettavuus

- Lisää selkokielisiä artikkeleita ja tiivistelmiä
- Tarjotaan tärkeimmistä jutuista englanninkieliset tiivistelmät
- Käyttöön AI-käännöksiä ja "translate article" -toimintoja
- Lisää kuvia, infografiikkaa ja audio-versioita
- Lyhyemmät ja helpommin hahmotettavat digiformaatit

Digitaalisuus ja löydettävyys

- Vahvempi näkyvyys:
 - Instagramissa
 - TikTokissa
 - Facebookissa
 - YouTubessa
- Personoidut sisältösuositukset
- Helpompi digitaalinen saavutettavuus

Keskeinen strateginen johtopäätös

Suomalaisilla aikakauslehdillä on vahva asema erityisesti:

- luotettavana tietolähteenä
- suomen oppimisen tukena
- suomalaisen yhteiskunnan avaajana
- laadukkaana ja rauhallisena lukukokemuksena

Tutkimuksen perusteella suomalaisilla aikakauslehdillä on vahva mahdollisuus kasvattaa merkitystään muunkielisten keskuudessa erityisesti:

- helpomman kielen
- digitaalisen saavutettavuuden
- kiinnostavien hyötysisältöjen
- sekä suomalaisen arjen ja kulttuurin avaamisen kautta.

Mitä tutkia seuraavaksi?

Kvantitatiivinen jatkotutkimus

- Rakennetaan tarkemmat kohderyhmäsegmentit
- Tutkitaan maksuhalukkuutta ja liiketoimintamalleja
- Selvitetään digitaalinen käyttäjäpolku ja sisältöjen löydettävyys

Laadullinen tutkimus

Focus groupit

- nuoret digikäyttäjät
- suomen oppijat
- heavy-lukijat
- eri kieliryhmät
- lapsiperheet

Testattavat konseptit

- selkokieლისet jutut
- kaksikieliset sisällöt
- AI-käännökset
- digiformaatit
- sisältösuositukset



Keskeinen johtopäätös

Muunkieliset ovat aktiivisia median käyttäjiä ja kiinnostuneita Suomesta, kielestä ja yhteiskunnasta.

Suurin mahdollisuus suomalaisille mediataloille on tehdä sisällöistä:

- helpommin saavutettavia
- monikielisempiä
- digitaalisempia
- Sekä vielä paremmin arkeen ja integraatioon liittyviä.

FIFTY5 ■ BLUE

Kiitos!

Lisätietoja
Tarja Pentilä
Tarja.pentila@fifty5blue.com

