

14 § Kirkko ja kaupungin lukemistutkimus sekä Kirkko ja kaupungin ja Jouluradion osuudet Espoon seurakuntien yhteisökuvatutkimuksessa ja Helsingin ja Vantaan seurakuntien tunnettuustutkimuksessa

Päätösehdotus

Viestintäpäällikkö Kimmo Holappa

Kirkko ja kaupungin johtokunta keskustelee lukemistutkimuksesta sekä paikallisista tunnettuustutkimuksista ja merkitsee käydyn keskustelun tiedoksi.

Käsittely

Käsittelyn aikana käytettiin 25 puheenvuoroa.

Päätös

Merkittiin tiedoksi.

Selostus

Kirkko ja kaupunki teetti helmikuun 2019 alussa lukemistutkimuksen. Sen toteutti Innolink Oy internet-paneelikyselynä. Vastaajia oli tuhat, vastaajien määrä suhteutettiin printtilehden jakeluun Helsingissä, Espoossa, Kauniaisissa ja Vantaalla.

Vastaajista 81% lukee tai selailee Kirkko ja kaupungin satunnaisesti. 16% vastaajista lukee koko lehden tai lähes koko lehden. 34% vastaajista lukee muutaman mielenkiintoisen jutun joka numerosta.

Kahdeksan kymmenestä vastaajasta lukee vain paperista Kirkko ja kaupunkia. Heistä 59% ei edes tiedä, että Kirkko ja kaupunki on myös verkkomedia. Kun Kirkko ja kaupungin verkkomedialla kuitenkin on yli 30 000 uniikkia viikkokävijää, se tarkoittaa sitä, että Kirkko ja kaupungin printtimedialla ja verkkomedialla on melko lailla eri käyttäjäkunta.

Onnistuneimmiksi juttutyypeiksi vastaajat arvioivat uutisia taustoittavat jutut (esimerkkeinä Yhteisvastuukeräyksen kotimaan kohteesta kertonut juttu), henkilöjutut (esimerkkinä Sami Jauhojärven haastattelu), kaupunkielämästä kertovat jutut (esimerkkinä lastensairaalan sairaalakloveneista kertonut juttu), seurakuntien ilmoitukset tapahtumista ja messuisista sekä uutiset). Lehteä pidetään rakenteeltaan selkeänä ja lehden kuvia pidetään laadukkaina. Naisvastaajat antavat keskimäärin hieman miesvastaajia parempia onnistumisarvioita. Sisällön osalta lehti saa sitä paremmat onnistumisarviot, mitä tiheämmin sitä luetaan.

Tutkimuksen tulokset ovat Innolink Oy:n verkkojärjestelmässä, ja vastauksia voidaan eritellä vastaajaryhmien mukaan (esimerkiksi asuinpaikan, iän ja sukupuolen mukaan). Kooste tutkimuksen tuloksista on esityslistan liitteenä.

Innolink Oy teki myös yhteisökuvatutkimuksen Espoon seurakuntayhtymälle vuonna 2018. Tutkimuksessa ilmeni, että Kirkko ja kaupunki oli tärkein kanava Espoon seurakuntia koskevan tiedon etsimiseen (48,6% vastaajista). Seuraavaksi tärkeimpiä olivat Espoon seurakuntien verkkosivut (37,6%) sekä Länsiväylä-lehti ja muu paikallinen media (23,1%). Espoon seurakuntien yhteisökuvatutkimuksen vastaajat olivat seurakuntien jäseniä. Heistä 16,4% ilmoitti, ettei tarvitse tietoa Espoon seurakunnista.

Tutkimus tehtiin helmikuussa 2018, jolloin seurakuntien lehti oli ilmestynyt Espoossa vasta reilun vuoden Kirkko ja kaupungin nimellä. Silti 70% vastaajista tunsivat lehden ja kertoivat vähintään selaavansa sitä. Kirkko ja kaupunki oli tärkeä tiedonlähde erityisesti yli 45-vuotiaille espoolaisille kirkon jäsenille.

Vantaan ja Helsingin seurakunnat osallistuivat syksyllä 2018 toteutettuun valtakunnalliseen seurakuntien tunnettuustutkimukseen. Tutkimuksen mukaan 70 % helsinkiläisistä vastaajista oli ”kohdannut Helsingin seurakuntia viimeisen vuoden aikana” jossain mediassa, mukaan lukien seurakuntalehdet. Tietoa etsitään ja saadaan käytännössä täsmälleen saman verran Kirkko ja kaupungista ja Kirkko Helsingissä – verkkosivuilta, hieman alle 40 % vastaajista.

Helsinkiläisistä naisista 61 % ja miehistä 54 % kertoo tuntevansa Kirkko ja kaupungin ja on myös selaillut tai lukenut sitä. Vanhemmat ikäluokat tietävät ja tuntevat lehden paremmin kuin nuoremmat ikäryhmät: ero ikäryhmien välillä on jopa yli 30 prosenttiyksikköä.

Naisista noin 60 % ja miehistäkin vähän yli puolet lukee tai ainakin selailee vähintään joka toisen lehden, käytännössä siis avaa aviisin ainakin kerran kuussa. Nuorempi väki lukee lehteä selvästi laiskemmin kuin keski-ikäiset ja seniorit.

Kirkko ja kaupunkia lukemattomista helsinkiläisistä puolet kertoo, ettei ole kiinnostunut lehdestä. Reilulle kolmannekselle lehti ei tule kotiin (vastaajien oma arvio), mutta vain reilut 10 % kertoo, ettei ylipäätään lue mitään lehtiä.

Kirkko ja kaupungin käsittelemistä jutut kiinnostavat tasaisen maltillisesti aiheesta riippumatta. Aavistuksen muita kiinnostavimmiksi aihealueiksi mainittiin yhteiskunnalliset aiheet, auttamistyö ja diakonia sekä paikalliset aiheet ja ilmiöt. Häntäpäähän listattiin kristillisen uskon peruskäsitteet ja etiikka sekä Helsingin seurakuntien toiminta/tapahtumat. Naiset arvioivat kautta linjan aiheet noin puoli numeroa (asteikolla 1-7) mielenkiintoisemmaksi kuin miehet.

Yli 80 % vastaajista ei ole koskaan käynyt kirkkojakaupunki.fi-verkkomedian sivuilla. Vajaat 20 % on lukenut median sisältöjä verkosta edes joskus. Vain yksittäiset henkilöt käyvät sivuilla säännöllisesti.

Kyselyn mukaan noin puolet vastaajista ei tunne Jouluradiota lainkaan. FM:nä sitä kuuntelee joulun alla noin 30 % vastaajista: karkeasti laskien ja mutkat oikaisten Jouluradio tavoittaa reilut 200 000 helsinkiläistä. Naiset kuuntelevat joulumusiikkia nettiradiosta 3-4 kertaa aktiivisemmin

kuin miehet. Ikäryhmien erot ovat huomattavasti pienemmät kuin lehden osalta: erot mahtuvat noin 10 prosenttiyksikön haarukkaan.

Yli puolelle vastaajista TV-kanavat sekä on-demand-TV ja päivälehdet ovat tärkeimmät mediat. Helsinkiläisnaisille Facebook on lähes tuplasti merkittävämpi media kuin miehille.

Saman tutkimuksen mukaan 80% vantaalaisista miehistä ja 86% vantaalaisista naisista tuntee Kirkko ja kaupungin. Median brändi on siis erittäin vahva. Vantaalaisista miehistä 55% ja naisista 60% ilmoittaa lukevansa tai selailevansa Kirkko ja kaupunkia. Lehden jokaisen numeron lukee tai selailee 36% vantaalaismiehistä ja 52% vantaalaisnaisista.

Vantaalaiset tuntevat Jouluradion keskimäärin aavistuksen paremmin kuin helsinkiläiset, silti 44% miehistä ja 34% naisista ei tunne Jouluradiota lainkaan. Tätä tietoa on mielenkiintoista verrata Kansallisen Radiotutkimukseen, sillä sen mukaan Jouluradio oli joulukuussa 2018 Suomen viidenneksi kuunnelluin radioasema. Sen edellä olivat Ylen Radio Suomi, Ylen Radio Ykkönen, Radio Nova ja Radio Suomipop. Pääkaupunkiseudulla kohderyhmässä 25-54-vuotiaat naiset Jouluradio oli kaikkein tavoittavin radioasema.

Liitteet

- 1 Kirkko ja Kaupunki - Lukijatutkimus 2019

