



Kommunikationstjänsterna förändras

Övergår alla konsumenter till internet?



© Kommunikationsverket 2011
Förfrågningar: markkinaselvitykset@ficora.fi
Uppgifterna får lånas med uppgivande av Kommunikationsverket som källa.

Innehåll

Inledning.....	4
Abonnemang och utrustning	5
Internetanslutningar.....	5
Utrustning	8
Brytningskedje i användningen av kommunikationstjänster	10
Audiovisuella innehåll	12
Hinder för nya tittarvanor.....	13
Att betala för webbinnehåll?	14
Nyhetsuppföljning	14
Kontaktformernas betydelse	17
Kommunikationsformer på internet	17

Inledning

Användningen av kommunikationstjänster befinner sig i ett brytningsskede. Sedan en tid tillbaka har flera tjänster erbjudits över internet, och utbudet av olika slags tjänster ökar hela tiden. Om man betraktar situationen på ett allmänt plan har webbtjänsterna rätt långt främst kompletterat utbudet via traditionella kanaler såsom tv. De som går i spetsen av förändringen är de unga, av vilka många ser på tv-program eller läser nyheter endast via internet. För majoriteten är traditionella kommunikationskanaler dock fortfarande viktigare än internet. Frågan är om de äldre åldersgrupperna kommer att ta modell av de unga och börja konsumera kommunikationstjänster över internet. Eller kommer dagens unga att ta modell av sina föräldrar då de blir äldre?

Internet används normalt för att söka information och sköta ärenden elektroniskt. Praktiskt taget alla internetanvändare gör detta. Användningen av dessa tjänster påverkar inte direkt eller entydigt användningen av andra kommunikationskanaler såsom massmedier eller telefon. Däremot verkar användningen av internet för att ta del av audiovisuellt innehåll eller nyheter i viss mån ersätta mer traditionella kommunikationskanaler. I användningen av internet som ett substitut för massmedier kan man notera en skarp gräns mellan åldersgrupperna. De unga använder internet för att kom-

municera, anlita AV-tjänster och följa nyheter i betydligt högre grad än de äldre. Den ökande konsumtionen av mobila tjänster tillspetsar skillnaderna mellan åldersgrupperna ytterligare, eftersom skillnaden mellan yngre och äldre personers användning av internet via mobiltelefon är ännu skarpare.

I denna översikt granskas nuläget för den elektroniska kommunikationsmarknaden och brytningsskedet i olika kommunikationskanaler via olika åldersgrupper. Ett annat intressant perspektiv är skillnaderna mellan olika regioner. Till exempel användningen och utbredningen av bredbandsabonnemang på landsbygden och i tätorterna granskas närmare i analysen som publiceras i början av 2012.

Uppgifterna i översikten baserar sig på två undersökningar som Kommunikationsverket beställt, såvida ingen annan källa anges. TNS Gallup Oy genomförde en konsumentundersökning om användningen av kommunikationstjänster 2011, där 3 000 konsumenter i Fastlandsfinland intervjuades per telefon i november 2011. IROResearch Oy genomförde en konsumentundersökning om användningen av audiovisuella innehållstjänster 2011, i vilken drygt 4 000 konsumenter i åldern 15-65 år deltog via en internetpanel hösten 2011.

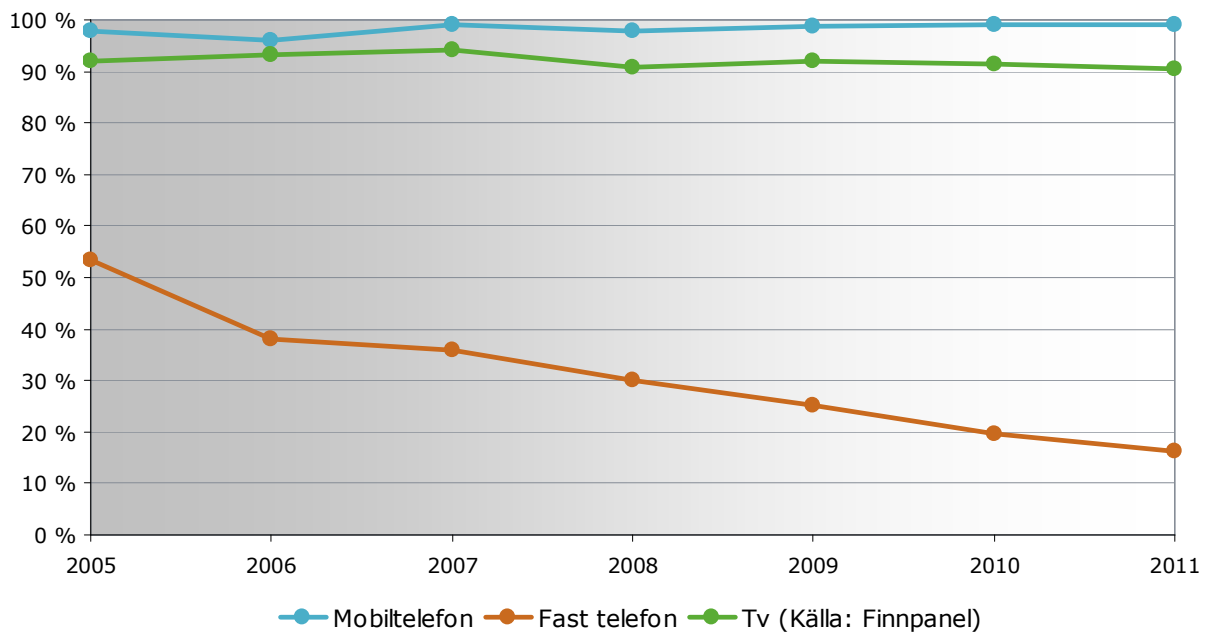
Abonnemang och utrustning

De flesta finländska hushållen har sedan länge använt traditionella kommunikationstjänster såsom tv- och telefonitjänster. Nästan alla finländare har en mobiltelefonanslutning. Således tillhandahålls telefonitjänsterna främst via mobilnätet, och endast 16 procent av de finländska hushållen har i dag en fast telefon.

I början av 2011 fanns det sammanlagt 2 264 000 finländska hushåll som kunde se på tv. Antalet hushåll med tv minskar långsamt, men deras andel är fortfarande något över 90 procent av alla hushåll i Finland. Tv-tittandet sker främst via antenn- och kabelnäten. (Finnpanel, Tv-hushållen i Finland 1/2011.) I en del

hushåll har man också sett på tv via satellitnätet, som främst tjänstgjort som en kompletterande kanal.

Vid sidan av ovan nämnda kommunikationskanaler har användningen av tjänster via internet ökat explosionsartat under de senaste åren. Traditionellt tv-tittande har kompletterats av innehåll via internet, både i form av tv-sändningar och kortare videoklipp. På motsvarande sätt ersätts och kompletteras traditionella telefonitjänster av olika kommunikationsformer på internet från webbsamtal till inlägg på olika forum.

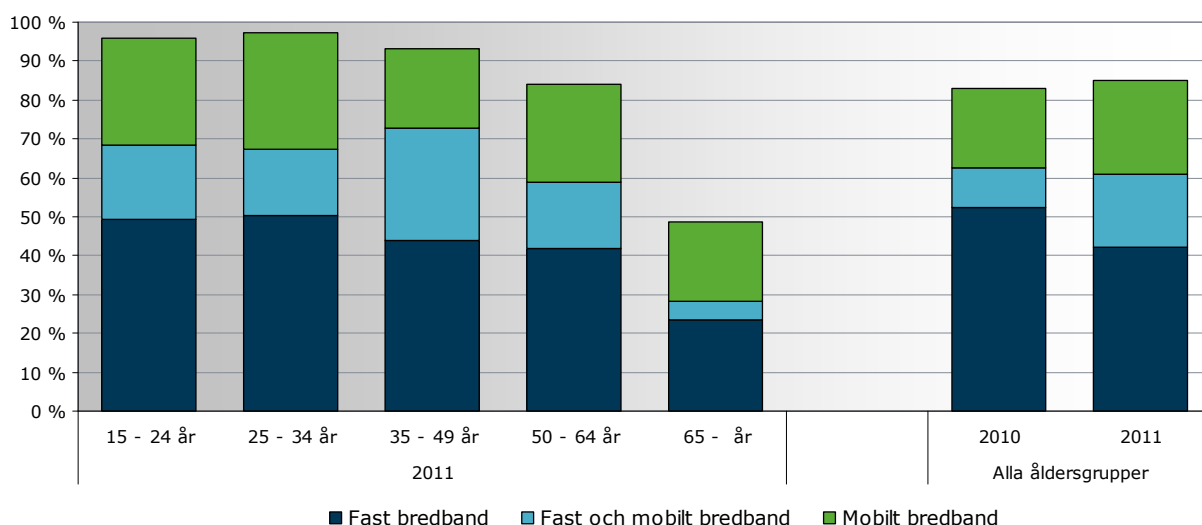


Figur 1. Utbredningen av telefon- och tv-anslutningar.

Internetanslutningar

Sammanlagt 88 procent av hushållen har internetanslutning. Mer än 95 procent av hushållen med under 50-åringar har internetanslutning. Därefter sjunker utbredningen jämnt, och endast något över hälften av dem som fyllt 65 år har internetanslutning. Jämfört med situationen ett år tidigare har internets utbredning endast ökat med ett par procentenheter. Däremot har utbredningen av mobilt bredband ökat med 12 procentenheter på ett år, och i dag har 43 procent av hushållen mobilt bredband.

Största delen av de mobila bredbandsanslutningar som anskaffades i fjol köptes som komplement till fasta anslutningar. År 2011 hade 21 procent av internethushållen både mobilt och fast bredband, medan motsvarande andel året innan endast var 12 procent. Sammanlagt 28 procent av hushållen har endast mobilt bredband som internetanslutning. År 2011 hade 48 procent av hushållen endast fast anslutning, medan motsvarande siffra året innan var 61 procent.

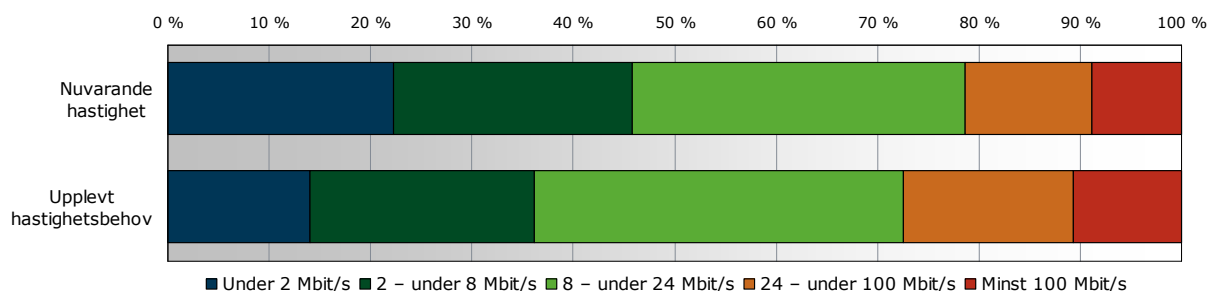


Figur 2. Utbredningen av fasta och mobila bredbandsanslutningar.

Drygt 70 procent av finländarna med internetanslutning känner till anslutningens dataöverföringshastighet. Av dessa användare har något över hälften en internetanslutning med en hastighet på minst 8 Mbit/s. Andelen sådana anslutningar som möjliggör till exempel högupplösta sändningar har ökat med cirka 10 procentenheter från 2010. Sammanlagt 22 procent av användarna med en långsammare anslutning ansåg att de behövde en anslutning på minst 8 Mbit/s. Det största behovet av en snabbare anslutning hade hushåll med en anslutning på en megabit. Av dem ansåg rentav 44 procent att

de behövde en snabbare anslutning. Å andra sidan ansåg en tredjedel av dessa hushåll att en dataöverföringshastighet på under 8 Mbit/s var tillräcklig.

Cirka 9 procent av hushållen hade anslutningar på minst 100 Mbit/s, och dessutom ansåg cirka 4 procent av användarna med en långsammare anslutning att de hade behov av en sådan anslutning. Å andra sidan hade 21 procent av användarna av dylika mycket snabba bredband inte behov av så snabba hastigheter.



Figur 3. Nuvarande hastighet hos internetanslutning och upplevt hastighetsbehov.

Den vanligaste orsaken till anskaffningen av mobilt bredband 2011 var fortfarande möjligheten att använda anslutningen var som helst och även när man rör sig. Drygt 40 procent skaffade anslutningen främst på grund av mobiliteten, medan motsvarande andel 2010 var fem procentenheter större. På motsvarande sätt var olika servicepaket, i vilken mobilt bredband ingick, en allt vanligare orsak till anskaffningen av anslutningen.

Cirka 60 procent av dem som använde mobilt bredband med mobiltelefonen hade skaffat anslutningen på grund av mobiliteten. Det finns skäl att observera att det hela tiden blir allt

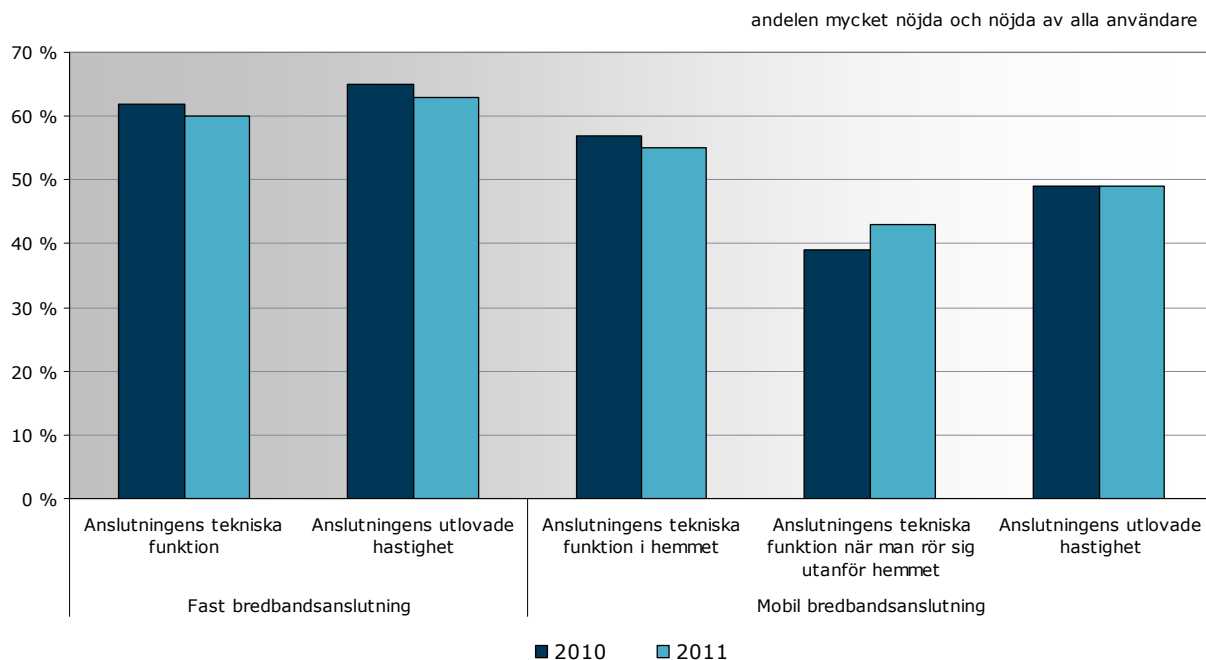
vanligare att använda en anslutning i flera enheter, och därför uppskattar till och med de som använder mobilt bredband i en stationär dator mobiliteten.

Sammanlagt 28 procent av internethushållen har endast mobilt bredband, vilket är fyra procentenheter mer än 2010. Andra än de som endast använder mobilt bredband skulle allt mer sällan välja mobilt bredband som enda anslutning. Sammanlagt 60 procent av dem som använder fast bredband anser att de inte skulle klara sig bara med mobilt bredband. År 2010 var motsvarande siffra 48 procent. Då kunde 16 procent inte säga om de skulle klara sig bara

med mobilt bredband. Ett år senare hade motsvarande siffra krympt till nio procent. I synnerhet män och unga anser att de inte skulle klara sig bara med mobilt bredband.

Konsumenterna anser att de tekniska kvalitetsfaktorerna är mycket viktiga både i mobila och fasta bredband. Det finns små skillnader i konsumenternas nöjdhet med bredbandsanslut-

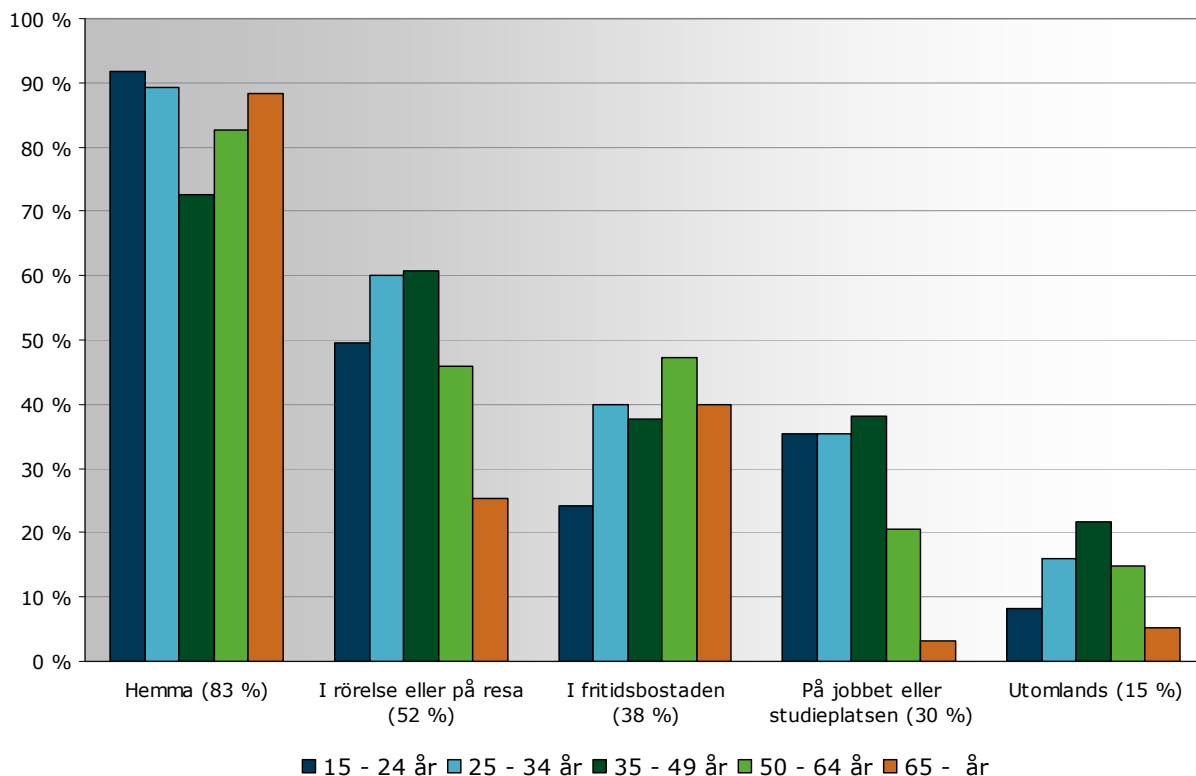
ningarnas tekniska kvalitet vad gäller fasta och mobila bredband. De fasta anslutningarna anses fungera något bättre än de mobila bredbanden. Användarna anser särskilt att mobila bredband kunde fungera bättre när man är i rörelse. Å andra sidan har situationen förbättrats något jämfört med året innan. Även den utlovade hastigheten realiserar något sämre i mobila än i fasta bredband.



Figur 4. Konsumenternas nöjdhet med bredbandsanslutningens kvalitet.

Mobilt bredband används på flera ställen. Merparten, dvs. cirka 80 procent av kunderna med mobilt bredband, använder dock anslutningen hemma. Något över hälften av användarna behöver anslutningen även när de rör sig och reser i hemlandet. Fritidsbostaden är den tredje vanligaste användningsplatsen, och där använder cirka 40 procent av användarna mobilt bredband. Bland dem som fyllt 50 år är fritidsbostaden den näst vanligaste användningsplat-

sen för mobilt bredband efter hemmet. Närmare en tredjedel av användarna av mobilt bredband använder anslutningen på jobbet eller studieplatsen och 15 procent utomlands. Personer i medelåldern använder anslutningen mer utanför hemmet och mindre i hemmet än andra åldersgrupper. Kvinnor använder mobilt bredband i hemmet något mer än männen, medan männen använder mobilt bredband betydligt mer när de reser eller rör på sig.



Figur 5. Användningsplatser för mobilt bredband.

Utrustning

Sammanlagt 58 procent av tv-hushållen hade en tv-mottagare enligt undersökningen från början av 2011. Cirka 42 procent av tv-hushållen hade två eller flera tv-mottagare. Den vanligaste tv-mottagaren var platt-tv, som fanns i 70 procent av tv-hushållen. Sammanlagt 52 procent av tv-hushållen hade fortfarande tv-apparater med bildrör. Något över 1 procent av tv-hushållen hade videokanon. (Källa: Finnpanel, Tv-hushållen i Finland 1/2011)

För varje år blir hushållens tv-apparater allt större, medan variationerna i datorernas skärmstorlek ökar så att både större och mindre skärmar blir allt vanligare. Hälften av tv-hushållens tv-skärmar hade storleken 24"-32", vilket var den normala storleken innan platt-tv blev allt vanligare. Redan över 45 procent av tv-hushållen har större skärmar. Den

vanliga datorskärmen varierar mellan 14" och 23" i rentav 79 procent av hushållen med dator.

Den vanligaste apparaten som kopplas till tv:n är en separat digitaltevemottagare. Cirka 78 procent av hushållen hade en sådan. Sammanlagt 56 procent av tv-hushållen hade en DVD- eller Bluray-spelare och 27 procent hade en spelkonsol. Även videoapparaterna var fortfarande vanliga, eftersom cirka 32 procent av tv-hushållen hade en sådan kopplad till tv:n. Sammanlagt 19 procent av tv-hushållen hade en HD-adapter som krävs för HD-sändningar.

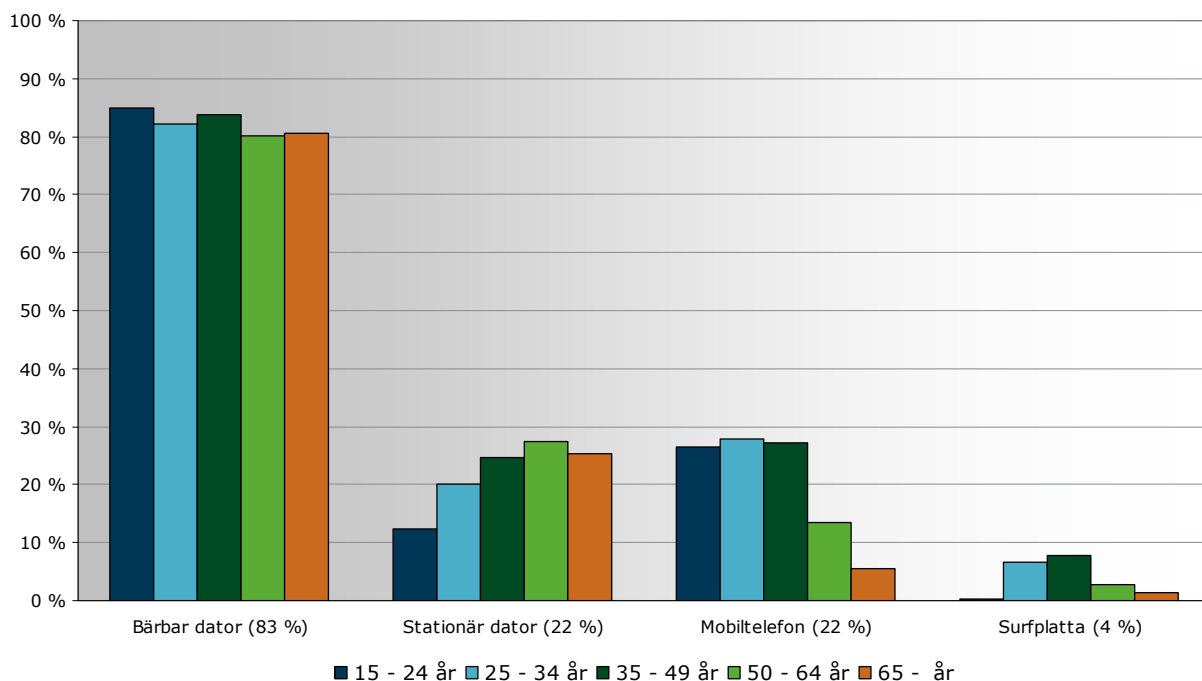
Tv-tittande endast via dator är relativt sällsynt, eftersom bara en halv procent av tv-hushållen ser på tv endast via datorn. Å andra sidan använder cirka 31 procent av tv-hushållen datorn för att se på tv-program. (Källa: Finnpanel, Tv-hushållen i Finland 1/2011)

Sammanlagt 83 procent av kunderna med mobilt bredband använder mobilt bredband i bärbar dator. Sammanlagt 22 procent använder anslutningen i stationär dator, 20 procent i mobiltelefon och 4 procent i surfplattor. Nästan var tredje använder mobilt bredband i flera enheter. Året innan var dessa användares andel knappt en femtedel.

Användningen av mobilt bredband har ökat mest i mobiltelefoner. Kvinnornas användning av mobilt bredband via mobiltelefonen var en och en halv gånger större än året innan. Under 50-åringarna använder mobilt bredband via mobiltelefonen betydligt mer än över 50-åringarna. Över 65-åringarna använde mest mobilt bredband i stationära datorer år 2010. Ett år senare hade användningen av stationära

datorer jämnat ut sig, och över 65-åringarna har i allt högre grad börjat använda bärbar dator. I surfplattor används mobilt bredband främst av 25-49-åringar.

Knappt 60 procent av dem som har fast bredband har ett trådlöst lokalt nät hemma. De kan alltså använda det fasta bredbandet som ett mobilt bredband i hemmet. Även med mobiltelefonen kommer man till internet via lokalt nät. Beträktat enligt åldersgrupp stiger andelen bredbandshushåll med lokalt nät långsamt från de yngsta användargrupperna till 35-49-åringarna, där andelen redan är 70 procent. I de äldre över 50 år gamla åldersgrupperna faller andelen hushåll med lokalt nät brant till under 40 procent.



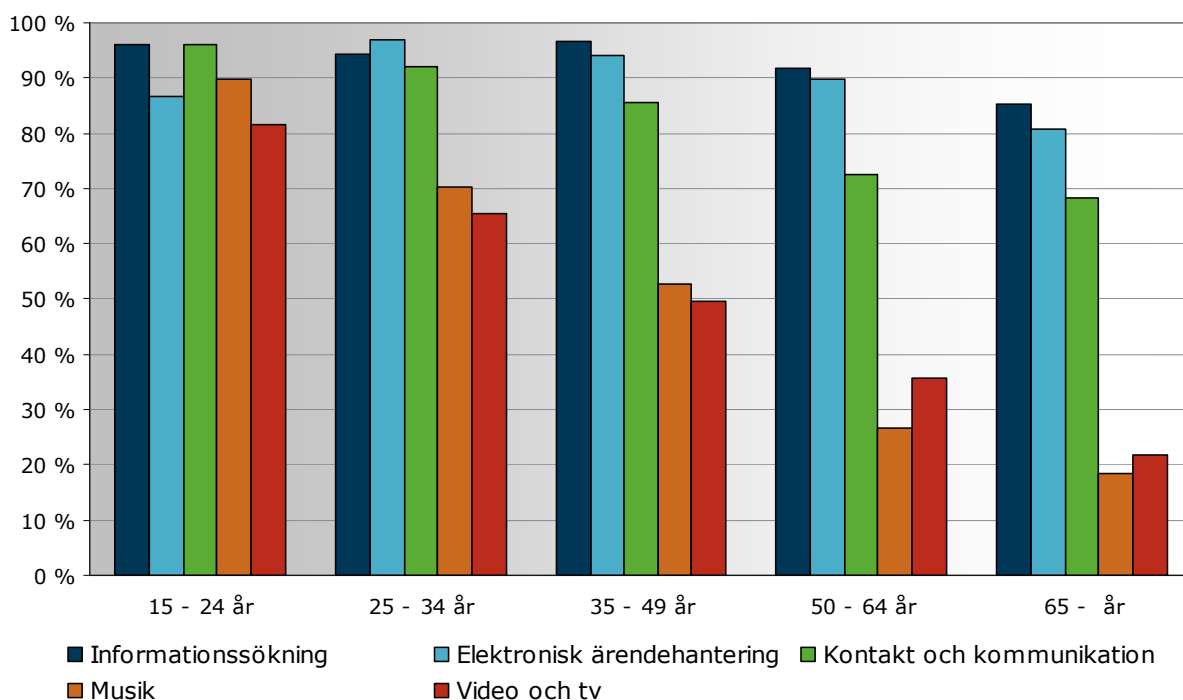
Figur 6. Användning av mobilt bredband med olika terminaler.

Brytningsskede i användningen av kommunikationstjänster

I och med att utbudet av tjänster över internet blivit allt mångsidigare är en del av dessa tjänster redan vardag för de flesta finländare. Informationssökning, elektronisk ärendehantering och kommunikation är de vanligaste syftena med att använda internet.

Skillnaderna mellan olika åldersgrupper är inte stora vad gäller informationssökning och elektronisk ärendehantering. Däremot finns det statistiskt signifikanta skillnader i kommunikationssätten mellan åldersgrupperna. De yngre håller mer kontakt med varandra via internetbaserade applikationer såsom e-post, snabb-

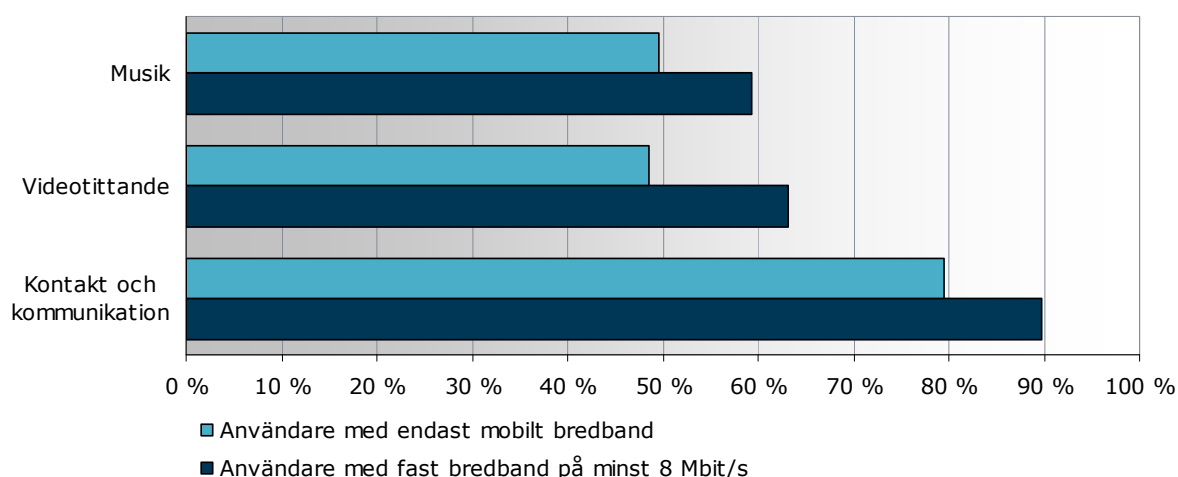
meddelanden eller på olika forum. Även merparten av de som fyllt 65 år håller kontakt med andra via internet, främst per e-post. Bland de yngsta är det lika vanligt att lyssna på musik samt se på tv och videor som att söka information. Bland de äldre är det betydligt mer sällsynt att lyssna på musik och se på audiovisuellt innehåll. Trenden är densamma i distansarbete, datorspel samt nedladdning av programvara och stora filer. De yngre använder dem via internet betydligt mer än de äldre. Vad gäller hela befolkningen har inga större förändringar inträffat i användningen av internet sedan 2010.



Figur 7. Internetanslutningens användningssyften.

Ett annat perspektiv på användningen av webbtjänster får man när man granskar dem som använder snabba fasta anslutningar på över 8 Mbit/s och dem som endast använder mobila bredbandsanslutningar. Skillnaderna mellan användargrupperna är relativt små men

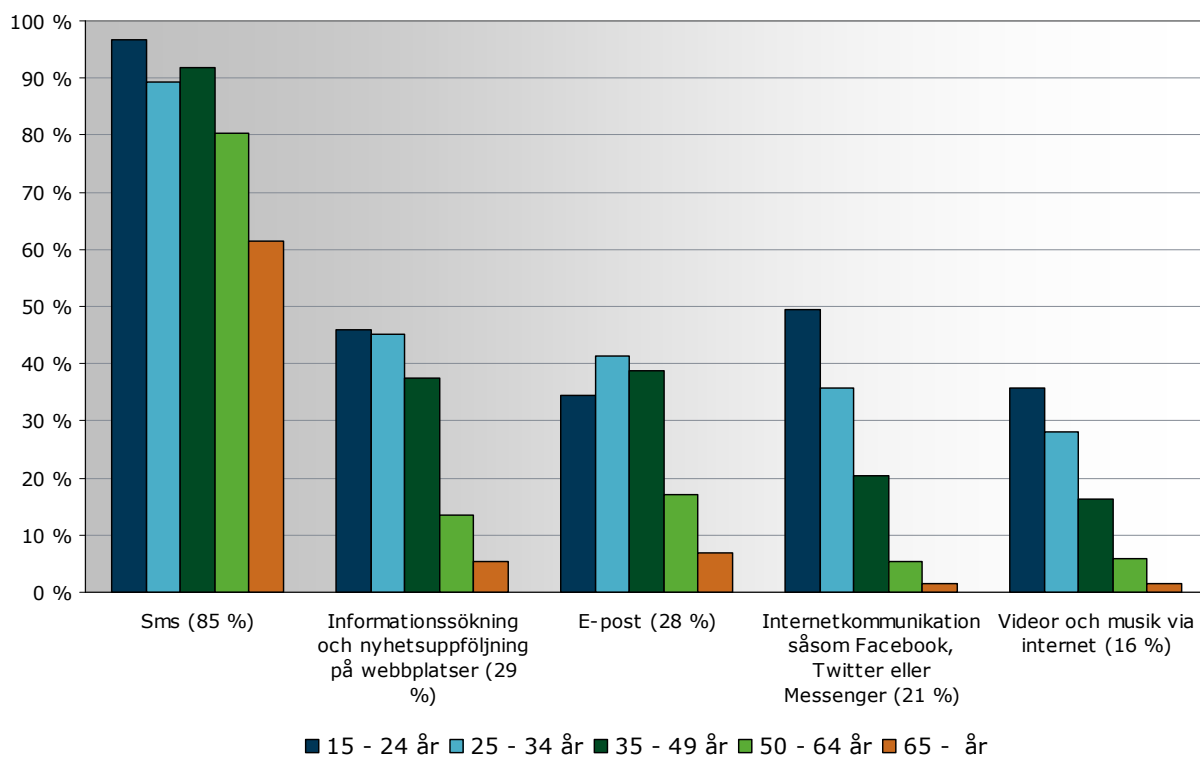
tydliga. Skillnaden vad gäller kontakter och kommunikation, videotittande och musiklyssnande är cirka 10 procentenheter bland användarna. Närmare 50 procent av dem som endast har mobilanslutning ser också på videor och lyssnar på musik över webben.



Figur 8. Anslutningstypens inverkan på användningen av internet.

Även användningen av internettjänster via mobiltelefonen varierar tydligt mellan åldersgrupperna. I synnerhet användningen av internetbaserade kommunikationstjänster sjunker mycket kraftigt från de yngre till de äldre. Medan nästan hälften av 15–24-åringarna använder till exempel Facebook eller snabbmeddelanden med mobiltelefonen kommunicerar endast en procent av över 65-åringarna på

webben med mobiltelefonen. En så gott som likadan trend mellan åldersgrupperna gäller också musiklyssnandet och videotittandet. Vad gäller användningen av e-post och informationssökning går gränsen vid dem som är under och över 50 år. Männen använder mer webbtjänster med mobiltelefonen än kvinnorna med undantag för internetkommunikation som används lika mycket av kvinnor och män.



Figur 9. Tjänster som används via mobiltelefon.

Audiovisuella innehåll

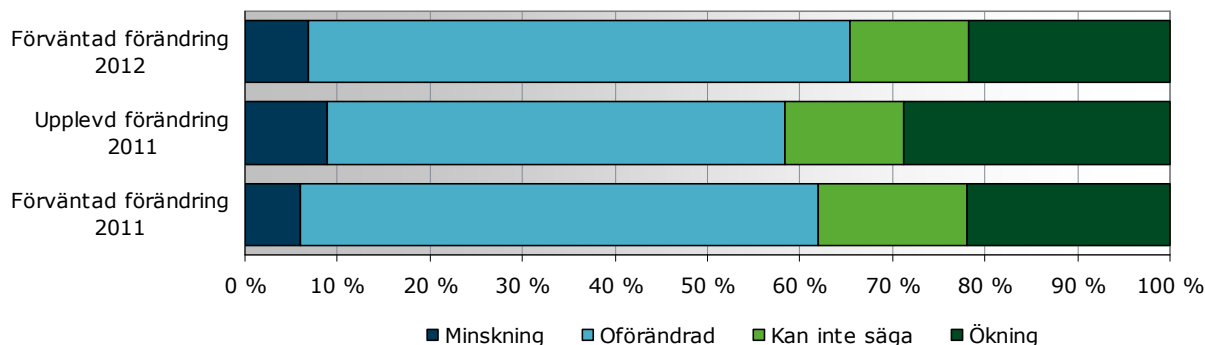
Att ta del av audiovisuella innehåll över internet ökar kraftigt i de unga åldersgrupperna. Bland alla 15–65 år gamla internetanvändare har webbtittandet ökat i en jämn takt. Då cirka 40 procent tittade på tv-programliknande innehåll via webben var motsvarande siffra för 2011 redan närmare 50 procent. Förändringen är dock kraftigast i de yngre åldersgrupperna. Drygt 70 procent av internetanvändarna i åldern 15–24 år berättar att de åtminstone ibland ser på AV-innehåll på webben. Bland 35–44-åringarna är andelen cirka 50 procent. Bland 45–54-åringarna tar knappt 40 procent del av AV-innehåll på webben, medan motsvarande andel bland 55–65-åringarna är cirka 30 procent.

I alla åldersgrupper anser internetanvändarna dock att de fortfarande mest tar del av AV-innehåll på traditionellt sätt via tv. Jämfört med andra plattformar är tv överlägset vanligast i alla åldersgrupper utom bland 20–24-

åringarna. Bland dem är skillnaderna mellan tittandet på olika medier mycket små, vare sig det handlar om tittande under sändningstid eller efteråt eller tittande på hela program eller klipp på webben. Denna åldersgrupp avviker också från de andra vad gäller andelen uppskjutet tittande.

Även tittandet på tv-programaktiga innehåll via mobiltelefonen har blivit vanligare, och i dag gör nästan var tionde av svararna det åtminstone ibland. Ökningen beror främst på det ökade mobiltittandet bland 20–34-åringarna. De mest typiska mobiltittarna är 25–34 år gamla. Alla 15–65 år gamla internetanvändares uppskattningar av minskningen i det traditionella tv-tittandet är större än de förutsåg ett år tidigare. Skillnaden är störst bland under 35-åringarna.

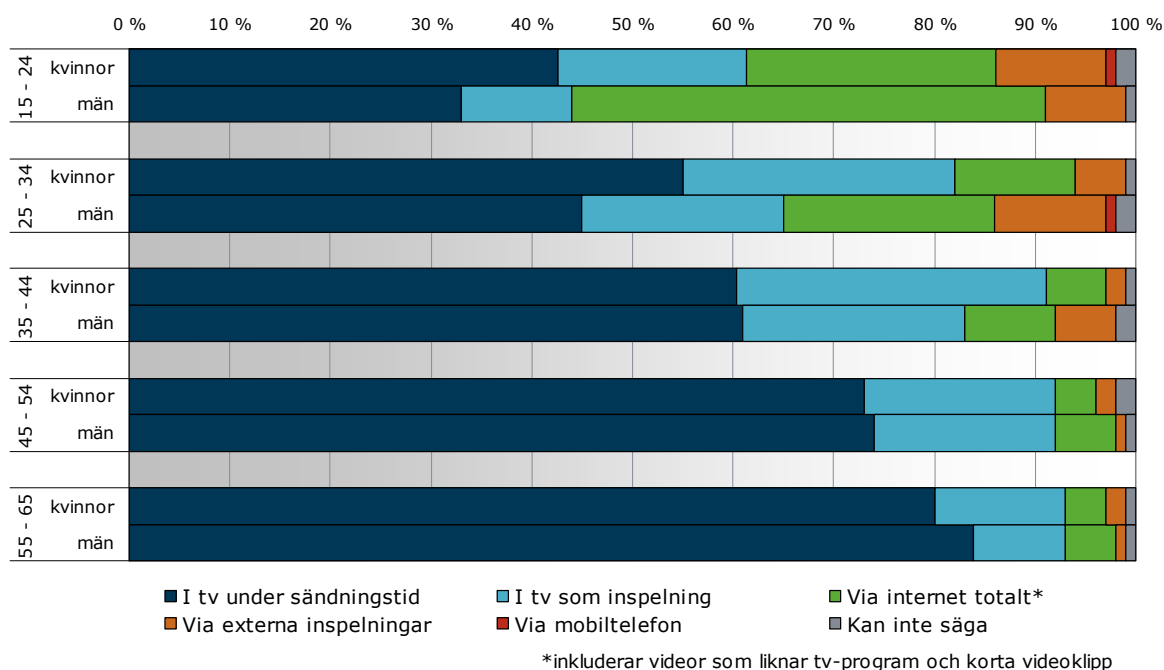
Skillnaderna mellan det förutsedda och upplevda webbtittandet är inte lika stora som minskningen i tv-tittandet, men återigen störst bland de yngre åldersgrupperna.



Figur 10. Upplevd och förväntad förändring i den tid som används för webbtittande.

Enligt alla 15–65 år gamla personer är tv fortfarande det viktigaste mediet för AV-innehåll. Skillnaderna mellan åldersgrupperna är dock mycket stora: medan drygt 80 procent av de som fyllt 55 år anser att tv är det viktigaste mediet, är endast drygt 40 procent av 15–19-åringarna av samma åsikt. Av 20–24-åringarna anser endast knappt 40 procent att tv är det

viktigaste mediet. I synnerhet unga män avviker mest från de andra grupperna: för män under 25 år är internet det viktigaste mediet före tv, om man beaktar tittandet på både hela program och videoklipp. Var femte i denna grupp anser att videoklipp är den viktigaste formen för AV-innehåll.



Figur 11. De viktigaste medierna för uppföljning av AV-innehåll.

Traditionellt tittande på AV-innehåll via tv blir allt viktigare med åldern. Endast 17 procent av dem som fyllt 55 år meddelade att något annat medium var viktigare för inhämtande av AV-innehåll än tv-tittande.

Bland de två yngsta åldersgrupperna är webbtittande på hela program det näst vanligaste användningssättet. Bland de andra åldersgrupperna är det näst viktigaste användningssättet att se på tv-program i efterhand. Detta tittarsätt är särskilt viktigt bland kvinnor i åldern 25-45 år.

Hinder för nya tittarvanor

De vanligaste hindren för webbtittande - föga intresse, skärmens storlek eller ljudkvaliteten och besväret att söka programmen - varierar inte särskilt mycket bland åldersgrupperna.

Däremot stör anslutningens långsamhet allt mer ju yngre tittare det är fråga om. I synnerhet bland 25-44-åringarna är datorns dåliga placering i hemmet ett hinder för webbtittande.

De vanligaste hindren för mobilt tittande är skärmens storlek eller ljudkvaliteten samt litet intresse. I den yngsta åldersgruppen med 15-19-åringar är avgifterna för tjänsterna det överlägset största hindret. Priset var en viktig faktor även i den följande åldersgruppen med 20-24-åringar. 55-65-åringarna sade sig däremot använda mobiltelefonen endast för grundläggande kommunikation dvs. samtal och sms.

Då skärmen för hushållets primära dator är minst 24" ökar tittandet på AV-innehåll på webben betydligt. Svararna tittar ändå på korta videoklipp på små skärmar lika ofta som på hela program på stora skärmar.

Andelen personer som tar del av olika slags AV-innehåll via internet				
	Alla svarare	Datorskärmens storlek		
		<14"	14" - 23"	23"<
Videor som liknar tv-program	48 %	48 %	46 %	63 %
Korta videoklipp	64 %	64 %	63 %	74 %

Tabell 1. Skärmstorlekens inverkan på webbtittande.

Att betala för webbinnehåll?

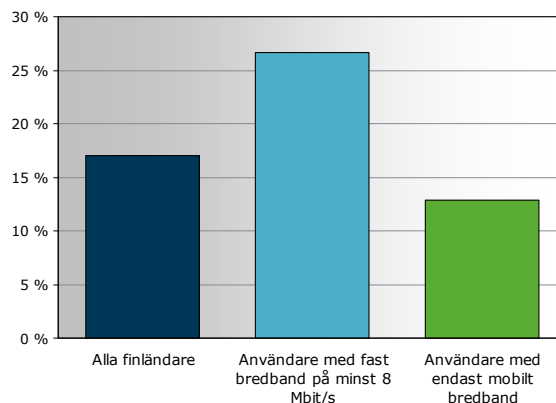
Fyra procent av finländarna sade sig betala för webbtjänster såsom elektroniska tidningar och spel, och dessutom skulle 13 procent av finländarna kunna tänka sig att betala för dessa tjänster. Sammanlagt 17 procent av finländarna anser med andra ord att de kan tänka sig att betala för webbtjänster. Majoriteten, 81 procent, skulle inte betala för dessa tjänster.

Bland dem som har snabbt fast bredband meddelade betydligt fler, över en fjärdedel, att de betalat eller skulle kunna betala för dessa webbtjänster. Bland dem som endast använde mobilt bredband var betalningsbenägenheten däremot mindre än i genomsnitt. Om man ser på åldersgrupperna så har 15–24-åringarna betalat mer för dessa tjänster än de andra åldersgrupperna, och de är också mer villiga att betala för dem. Sammanlagt 30 procent av denna åldersgrupp sade sig betala eller kunna betala för dessa tjänster. Om man ser på åldersgrupperna har inga större förändringar inträffat i betalningsviljan under året.

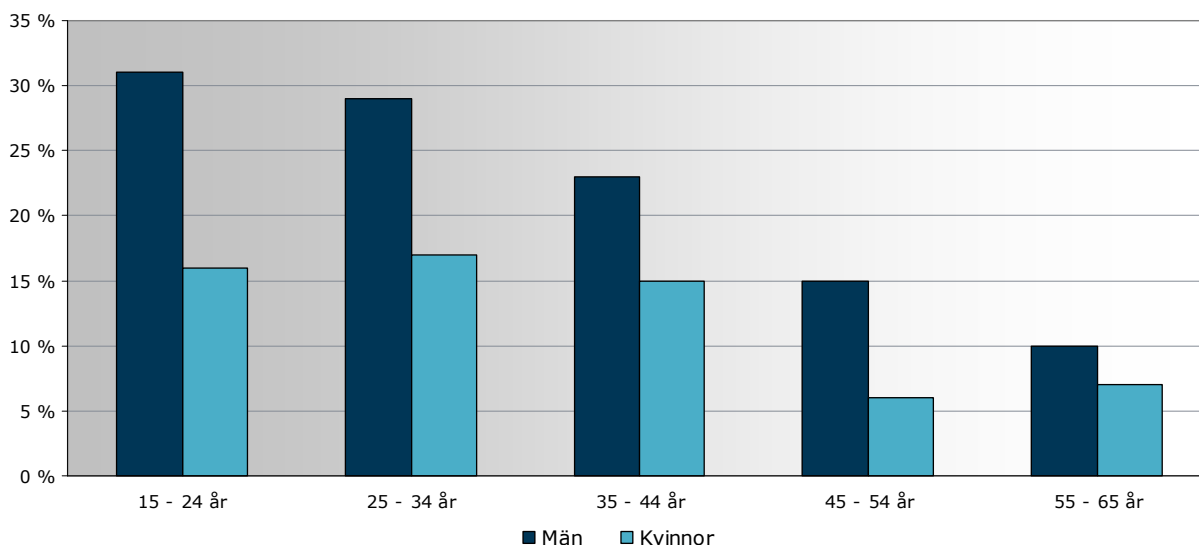
Det är rätt sällsynt att ta del av avgiftsbelagda AV-innehåll på internet. Då 74 procent av 15–65-åringarna sade att de ser på vissa AV-

innehåll via internet, hade endast 17 procent av dem någon gång köpt AV-innehåll. Med köp avses här till exempel köp av tittarrättigheter till en film som ses via internet.

Köp av AV-innehåll via internet är mycket könsbundet och delvis också åldersbundet. De flitigaste köparna av innehåll är män i åldern 15–44 år. Bland 55–65-åringarna är det sällsynt att köpa webbinnehåll och någon större skillnad mellan könen förekommer inte heller.



Figur 12. Andel användare som betalar eller kan tänka sig att betala för webbtjänster.



Figur 13. Andelen personer som köpt AV-innehåll bland alla som tar del av AV-innehåll via webben.

Nyhetsuppföljning

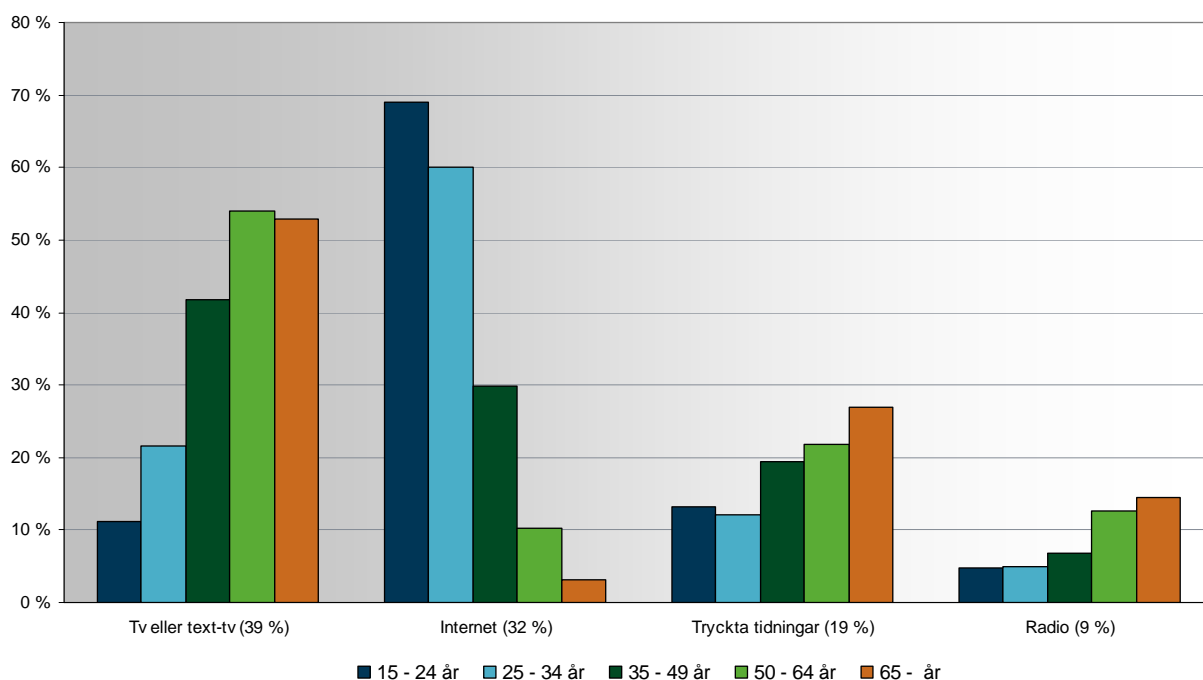
Förändringarna i nyhetsuppföljningen återspeglar tydligt brytningsskedet i användningen av kommunikationstjänster. Människorna följer nyheter främst via fyra kanaler: tv, tryckta tidningar, radio och internet. Internet, som är den nyaste nyhetskanalen, har varje år ökat sin andel som den viktigaste nyhetskanalen bland finländarna medan de andra medierna tappat andelar. Tills vidare är tv dock den vik-

tigaste nyhetskanalen bland finländarna. Internet kommer dock redan på andra plats före tryckta tidningar och radio.

För under 35 år gamla finländare är internet den absolut viktigaste nyhetskanalen, och dess betydelse har ökat ytterligare från i fjol. Nästan 70 procent av 15–24-åringarna säger att internet är den viktigaste nyhetskanalen på fritiden. På motsvarande sätt är internet viktigast för 60 procent av 25–34-åringarna. I de äldre

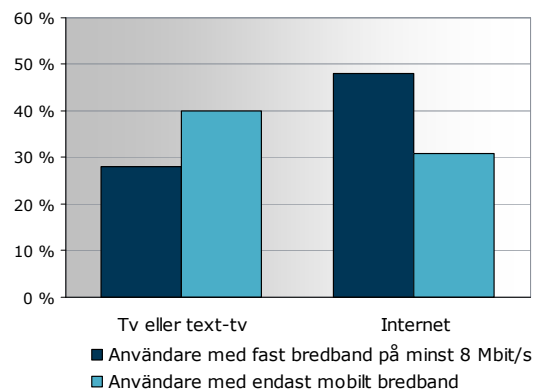
Åldersgrupperna faller användningen av internet som nyhetskanal brant. För över 34-åringarna är tv den viktigaste nyhetskanalen. Bland över 50-åringarna är dagstidningar den

näst viktigaste och radio den tredje viktigaste nyhetskanalen. Däremot är internet en nyhetskanal som används sällan i denna åldersgrupp.



Figur 14. De populäraste nyhetskanalerna.

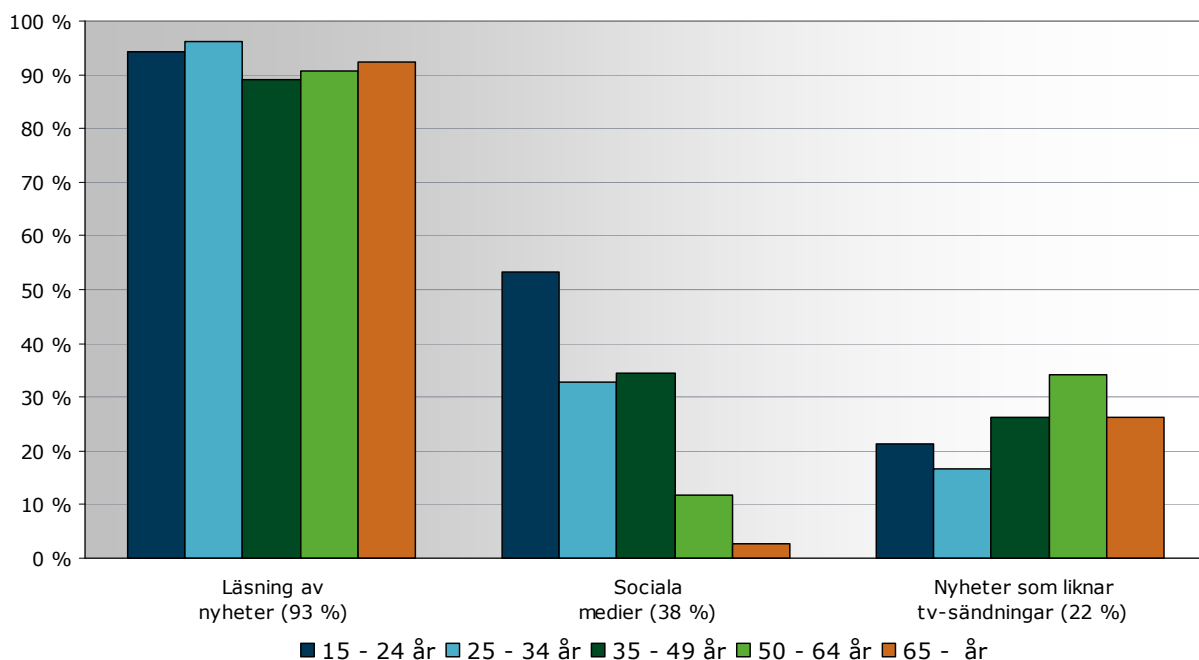
Nyhetskällorna bland dem som har snabba fasta internetanslutningar och dem som har mobila bredband avviker delvis från varandra. Nästan hälften av dem som har en snabb fast internetanslutning anser att internet är den viktigaste nyhetskanalen, medan motsvarande andel bland dem som har mobilt bredband är under en tredjedel. På motsvarande sätt följer de med mobilt bredband oftare nyheter via tv. Mobilanvändarna representerar genomsnittsanvändarna vad gäller nyhetsuppföljningen, eftersom tevens betydelse som nyhetskanal ökar markant bland personer med långsamma anslutningar.



Figur 15. Inverkan av internetanslutningen på nyhetsuppföljningen.

Över 90 procent av dem som främst följer nyheter via internet tar del av nyheterna som text. Skrivna nyheter tillhandahålls av till exempel dagstidningarnas eller tv-kanalernas webbplatser såsom hs.fi eller mtv3.fi. Den näst viktigaste nyhetskällan på internet är sociala medier såsom Facebook och Twitter. För kvinnor är sociala medier en betydligt viktigare

nyhetskälla än för män. Nästan hälften av kvinnorna anser att sociala medier är en viktig nyhetskälla medan endast en tredjedel av männen är av samma åsikt. För den yngsta åldersgruppen är sociala medier också en mycket viktig nyhetskanal, eftersom närmare 60 procent av dem anser att de är en viktig nyhetskanal.

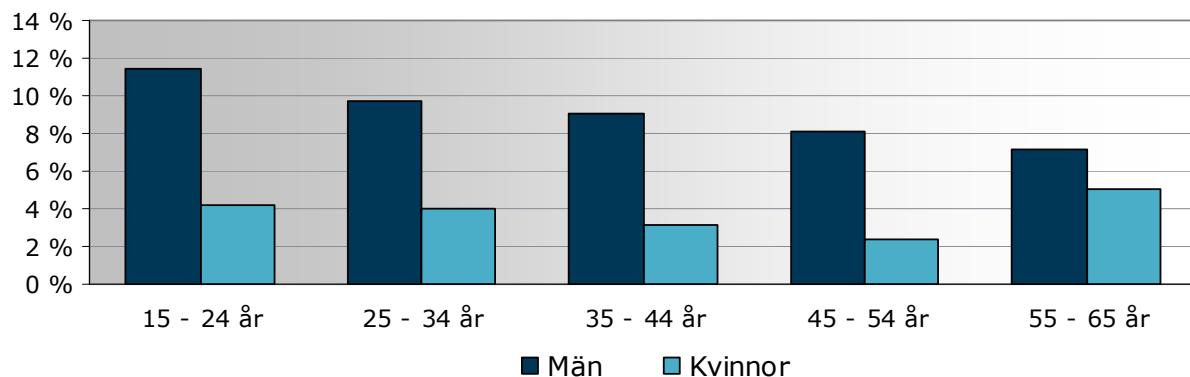


Figur 16. Uppföljning av nyheter via internet.

I den dagliga uppföljningen av audiovisuella nyhetssändningar är tv fortfarande en vanligare plattform än internet. I alla åldersgrupper följs nyheter mer via tv än internet. Beträktat enligt åldersgrupp är skillnaderna dock stora: minst 70 procent av dem som fyllt 45 år följer dagligen nyheter via tv, medan motsvarande andel bland 15-24-åringarna är drygt 20 procent. I alla åldersgrupper följer männen nyhe-

terna mer regelbundet via tv än kvinnorna, och skillnaderna är störst bland 25-44-åringarna.

Nyhetsuppföljningen via internet separerar inte åldersgrupperna lika kraftigt. Däremot är könsskillnaderna stora i alla åldersgrupper med undantag för den äldsta gruppen med personer som fyllt 55 år, där skillnaderna jämnas ut betydligt.



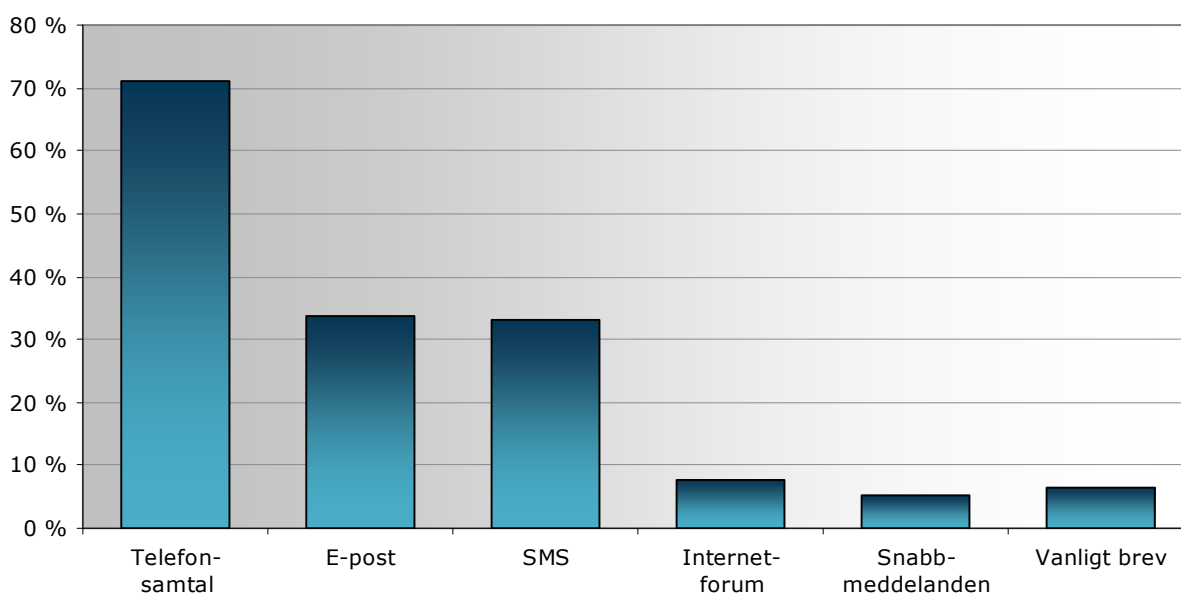
Figur 17. Daglig uppföljning av audiovisuella nyhetssändningar.

Kontaktformernas betydelse

Om man jämför kommunikationstjänsternas betydelse för finländare som personliga kommunikationskanaler så är telefonsamtal den överlägset viktigaste kontaktformen. Cirka 70 procent av finländarna skulle inte klara sig utan möjligheten att hålla kontakt per telefon. De näst viktigaste rätt jämnstarka kontaktformerna är e-post och sms. Cirka en tredjedel säger att de inte skulle klara sig utan dem. Skillnaderna mellan åldersgrupperna är rätt markanta. Den yngsta åldersgruppen med 15–24-åringar skulle klara sig utan telefonens samtalsegenskap oftare än andra åldersgrupper, och för dem är sms viktigare än e-post. Endast få finländare skulle inte klara sig utan

diskussionsforum på internet, vanliga brev och snabbkommunikationsmedel. En tiondedel av under 50-åringarna anser dock att de inte skulle klara sig utan diskussionsforum på internet, medan 15 procent av 15–24-åringarna inte skulle klara sig utan snabbmeddelanden. Av dem som fyllt 65 år klarar sig 99,6 procent bra utan snabbmeddelanden. Däremot kan 10 procent av de som fyllt 65 år inte tänka sig att leva utan brev som kommunikationsmedel.

Om man jämför betydelsen av kommunikationsformerna med situationen ett år tidigare har betydelsen av samtal och brev sjunkit något. Däremot har betydelsen av e-post, sms, internetforum och snabbmeddelanden stigit något.



Figur 18. Kommunikationsformer som användarna inte kan leva utan.

Kommunikationsformer på internet

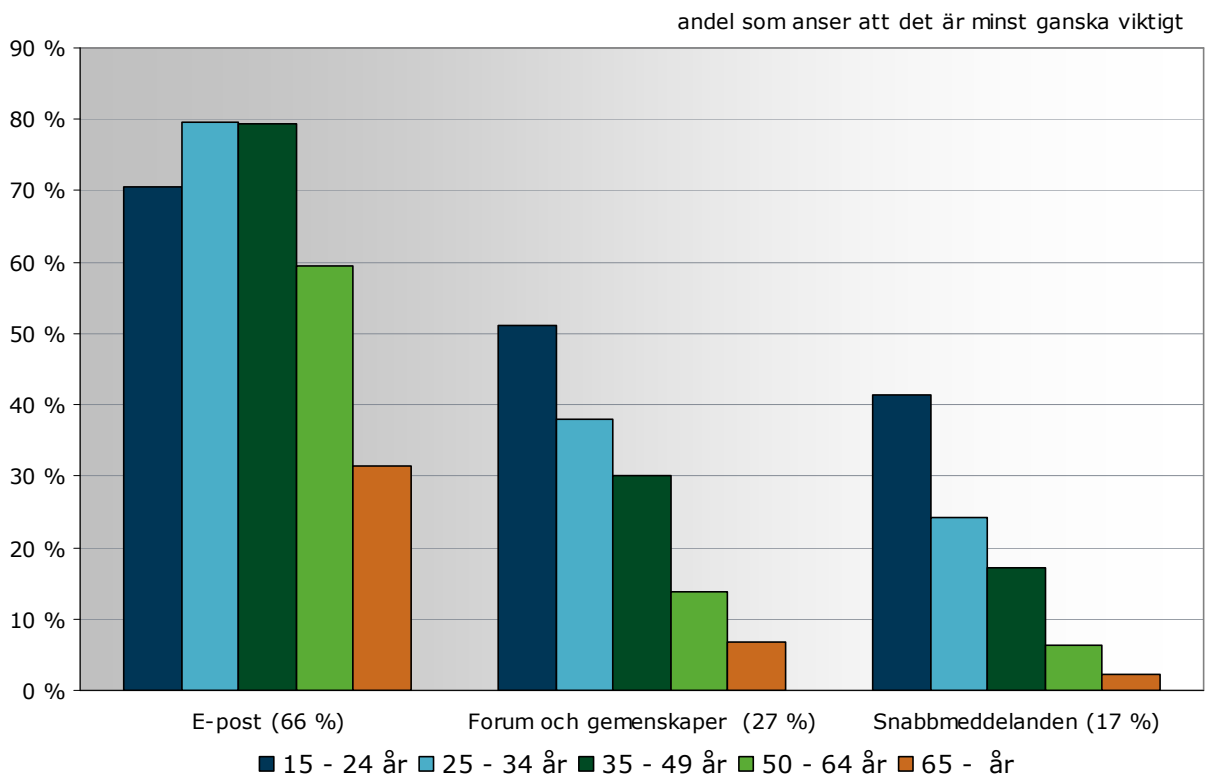
Brytningsskedet i användningen av kommunikationstjänster syns tydligt även om man granskar kommunikationsformerna på internet. Det finns även skarpa skillnader mellan åldersgrupperna i fråga om betydelsen av dessa kommunikationsformer och hur aktivt de används.

Alla svarare uppmanades att bedöma kommunikationsformerna över internet med hjälp av en skala med fyra steg: Så viktig att jag inte kan vara utan; ganska viktig; inte så viktig; knappt alls viktig.

Betydelsen av internetforum och snabbmeddelanden är i en klass för sig bland 15–24-

åringarna jämfört med dem som fyllt 50 år. Cirka hälften av 15–24-åringarna anser att internetforum är minst ganska viktiga, och cirka 40 procent av dem anser att snabbmeddelanden är minst ganska viktiga. Bland dem som fyllt 50 år är snabbmeddelanden ganska viktiga endast för knappt 5 procent.

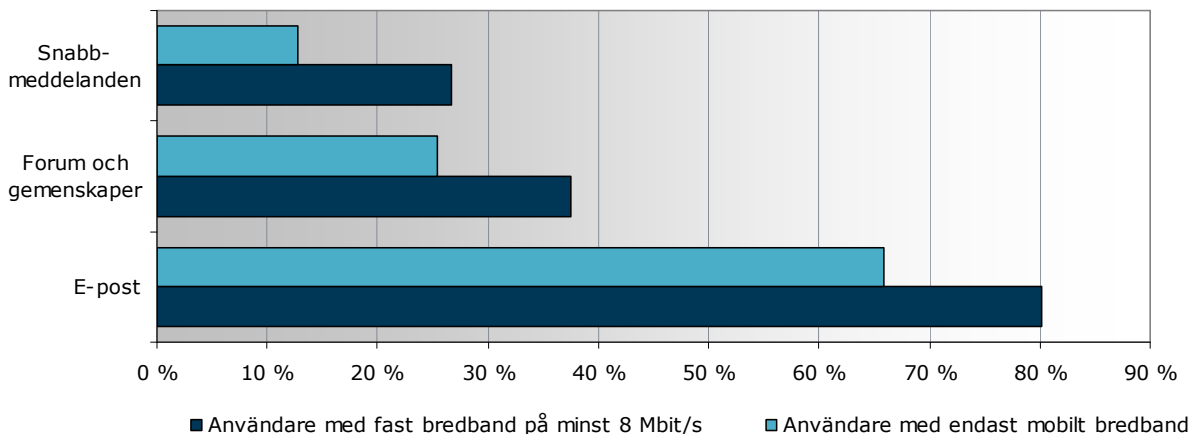
Vad gäller kommunikationsformerna på internet faller e-postens betydelse inte så brant som betydelsen av olika forum och snabbmeddelanden. E-post har varit en populär kommunikationsform en längre tid, och således har även de äldre åldersgrupperna anammat den rätt väl. Över 70 procent av under 50-åringarna anser att e-post är minst ganska viktig. E-postens betydelse minskar bland dem som fyllt 50 år, men e-posten är minst en ganska viktig kommunikationsform bland dem som fyllt 65 år.



Figur 19. Upplevd betydelse av kommunikationsformer på internet enligt åldersgrupp.

Användare med en snabb fast bredbandsanslutning anser att webbaserade kommunikationsformer är viktigare än användare med endast mobilt bredband. Skillnaden är särskilt stor för snabbmeddelanden, som mer än 25 procent av användarna med snabbt fast bredband anser vara viktiga, medan endast något över 10 procent av användarna med en-

bart mobilt bredband är av samma åsikt. Betydelsen av snabbmeddelanden för dem som endast använder mobilt bredband är liten även jämfört med alla finländare. Vad gäller betydelsen av andra kommunikationsformer via internet ligger användarna av endast mobilt bredband nära genomsnittet bland alla finländare.



Figur 20. Internetanslutningens inverkan på kommunikationsformerna.

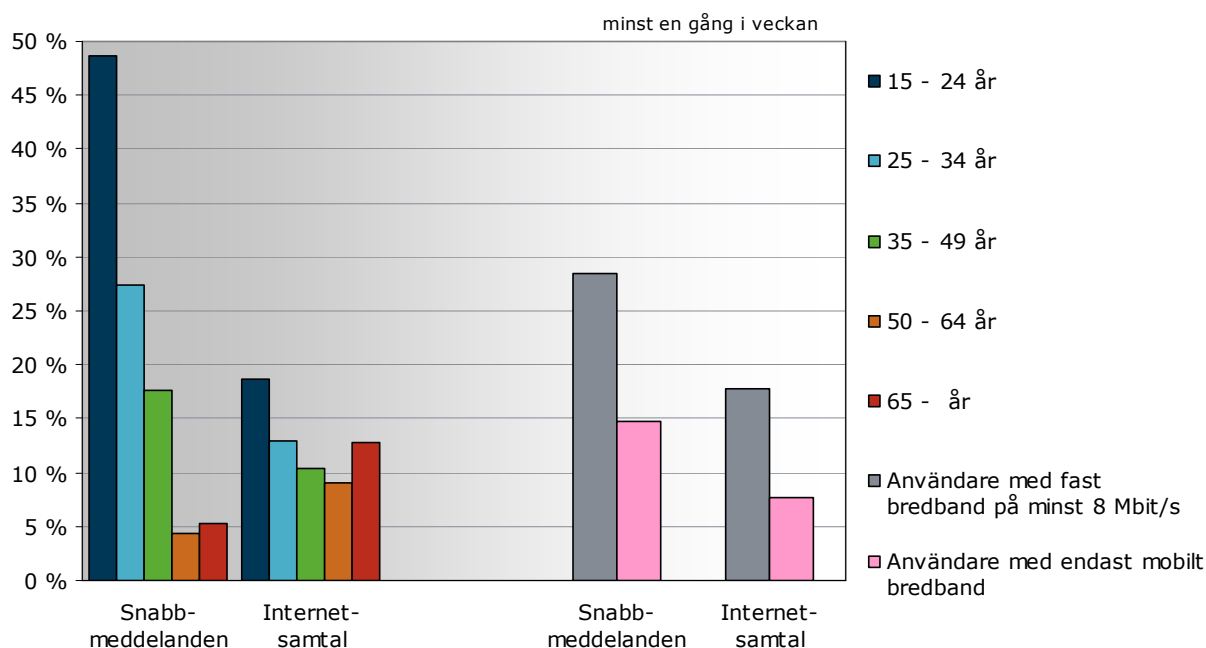
Frågan om användningen av internetsamtal och snabbmeddelanden ställdes till alla som har internet. I dessa procentandelar inräknades endast de som sade sig använda dessa tjänster varje dag eller vecka. Det finns inga markanta skillnader i internetsamtal mellan

åldersgrupperna. Internetsamtalen minskar svagt med åldern, men stiger igen i den äldsta åldersgruppen med över 65-åringar. Däremot använder de unga snabbmeddelanden betydligt mer än de äldre. I den yngsta åldersgruppen med 15-24-åringar som har tillgång till

internet använder cirka 50 procent snabbmeddelanden minst varje vecka. Bland dem som fyllt 50 år och som har tillgång till internet använder endast cirka 5 procent snabbmeddelanden.

Det är värt att notera att användningen av snabbmeddelanden bland de yngsta åldersgrupperna med 15-34-åringar är vanligare än användningen av samtalstjänster via internet, medan användningen av samtalstjänster via internet är vanligare än snabbmeddelanden bland dem som fyllt 50 år.

En betydligt större andel av ägarna med ett fast bredband på över 8 Mbit/s använder både internetsamtal och snabbmeddelanden varje vecka än de som endast har tillgång till mobilt bredband. Andelen personer som anlitar internetsamtal varje vecka är över dubbelt mer och knappt dubbelt mer i fråga om snabbmeddelanden. Andelarna bland dem som endast har mobilt bredband är även mindre än bland alla internetanvändare.



Figur 21. Användning av internetsamtal och snabbmeddelanden.



Kommunikationsverket

Kontaktuppgifter

PB 313
Östersjögatan 3A
00181 Helsingfors
tfn. 09 69 661
fax. 09 6966 410
www.ficora.fi