

# DNA

## **Digitaaliset elämäntavat -tutkimus 2019**

### **NUORET JA SOSIAALINEN MEDIA**

Yhteenveto medialle

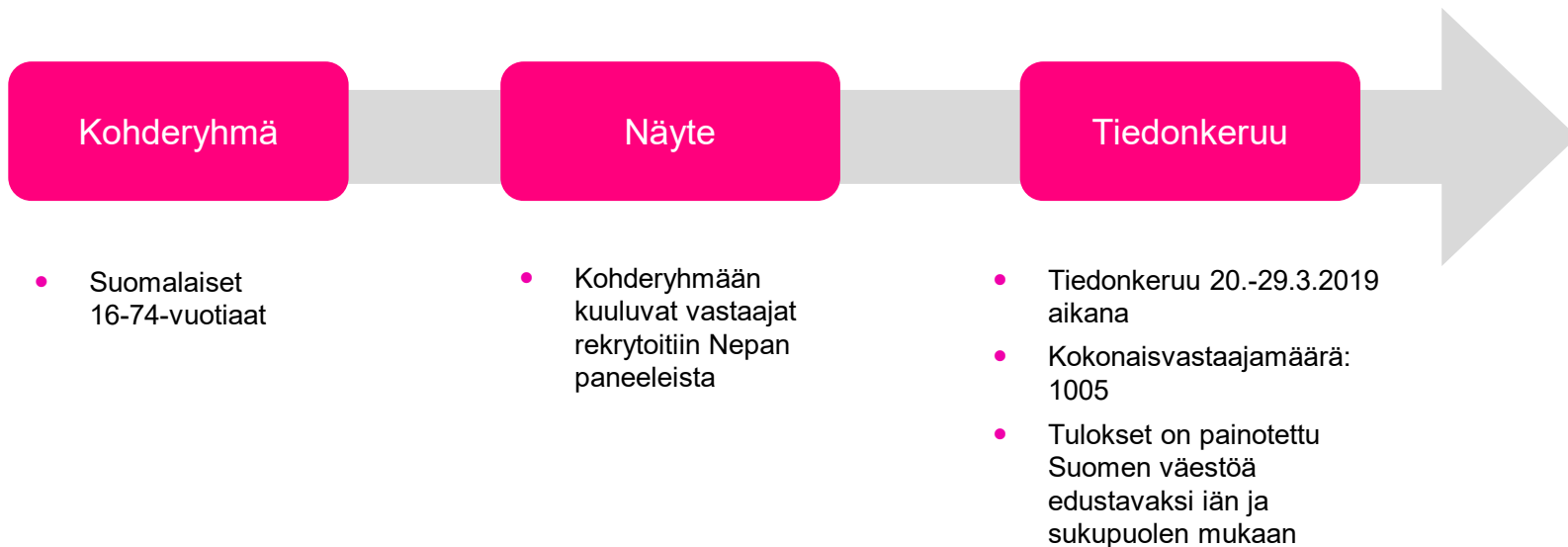
4.6.2019

Lisätietoja:

DNA:n viestintä, puh. 044 044 8000, [viestinta@dna.fi](mailto:viestinta@dna.fi)

Maris Tuvikene, Senior Analyst, Nepa Insight Oy, puh. 040 7742 508, [maris.tuvikene@nepa.com](mailto:maris.tuvikene@nepa.com)

# Tutkimusmenetelmä ja tiedonkeruu



# Yhteenveto 1/2

## Sosiaalisen median käyttö

- Sosiaalisista medioista käytetään päivittäin eniten WhatsAppia ja Facebookia, seuraavaksi YouTubea ja Instagramia (kuvat). Instagramin Stories-ominaisuutta käyttää päivittäin noin joka viides.
- Lähes kaikkien kysytyjen somepalveluiden päivittäinen käyttö on hieman kasvanut edellisvuodesta.
- Facebookin päivittäinen käyttö korostuu hieman naisten keskuudessa, YouTube ja Twitter vastaavasti miesten keskuudessa.
- 16-24-vuotiaat käyttävät päivittäin muita ikäryhmiä selvästi enemmän YouTubea, Instagramia ja Snapchatia.
- Facebookin käytöstä kysyttiin tutkimuksessa erikseen tarkemmin: noin puolet Facebookin käyttäjistä käyttää sitä kuten aiemminkin. Noin neljäsosa sanoo vähentäneensä käyttöä jonkin verran ja 15 % merkittävästi.
- Noin kolmasosa suomalaisista sanoo julkaisevansa itse sisältöjä somessa (aktiivisesti tai jonkun verran) ja vastaavasti noin 60 % ei julkaise lainkaan itse sisältöjä tai tekee sitä hyvin vähän ja seuraa pääosin muiden julkaisuja.

## Ajankäyttö

- Eniten aikaa (kysytyistä toiminnoista) käytetään päivittäin puhelimen käyttöön ja TV-sisältöjen katsomiseen, seuraavaksi musiikin kuunteluun ja sosiaalisen median käyttöön.
- Ajankäytössä ei ole merkittäviä eroja sukupuolen mukaan. Ikäryhmissä puhelimen käyttö yli 2h päivässä korostuu 16-24-vuotiaiden joukossa.
- Edellisvuoteen verrattuna ajankäyttö eri toimintoihin on pysynyt pitkälti samanlaisena.
- Eri toimintojen käytön muutoksista vastaajilta kysyttäessä koetaan ajankäytön kasvaneen eniten puhelimen käytön ja TV-katselun osalta. Hieman suurempi osa arvioi someen käytetyn ajan vähentyneen kuin kasvaneen.

# Yhteenvedo 2/2

## Connected culture – väittämät

- 38 % kokee, että sosiaalisen median kanavat auttavat luomaan tai ylläpitämään ihmissuhteita, mutta 33 % on asiasta eri mieltä. Vastaavasti neljäsosa kokee, että he tapaisivat enemmän ystäviä, mikäli somea ja muita digipalveluita ei olisi. Suurempi osuus (44 %) on väittämän kanssa eri mieltä.
- Naiset kokevat hieman miehiä vahvemmin, että somekanavat auttavat luomaan ja ylläpitämään ihmissuhteita.
- Etenkin nuoret (16-24 v) kokevat somesta olevan hyötyä ihmissuhteiden ylläpidossa, mutta samalla he kokevat netin ja puhelimen äärestä irrottautumisen muita ikäryhmiä vaikeammaksi.
- Neljäsosa vastaajista sanoo rajoittaneensa internetin tai puhelimen äärellä vietettyä aikaa. Keinona ovat esimerkiksi itselleen omien käyttöaikaan liittyviä rajojen asettaminen tai muun tekemisen keksiminen.

## Puhelimen käyttö

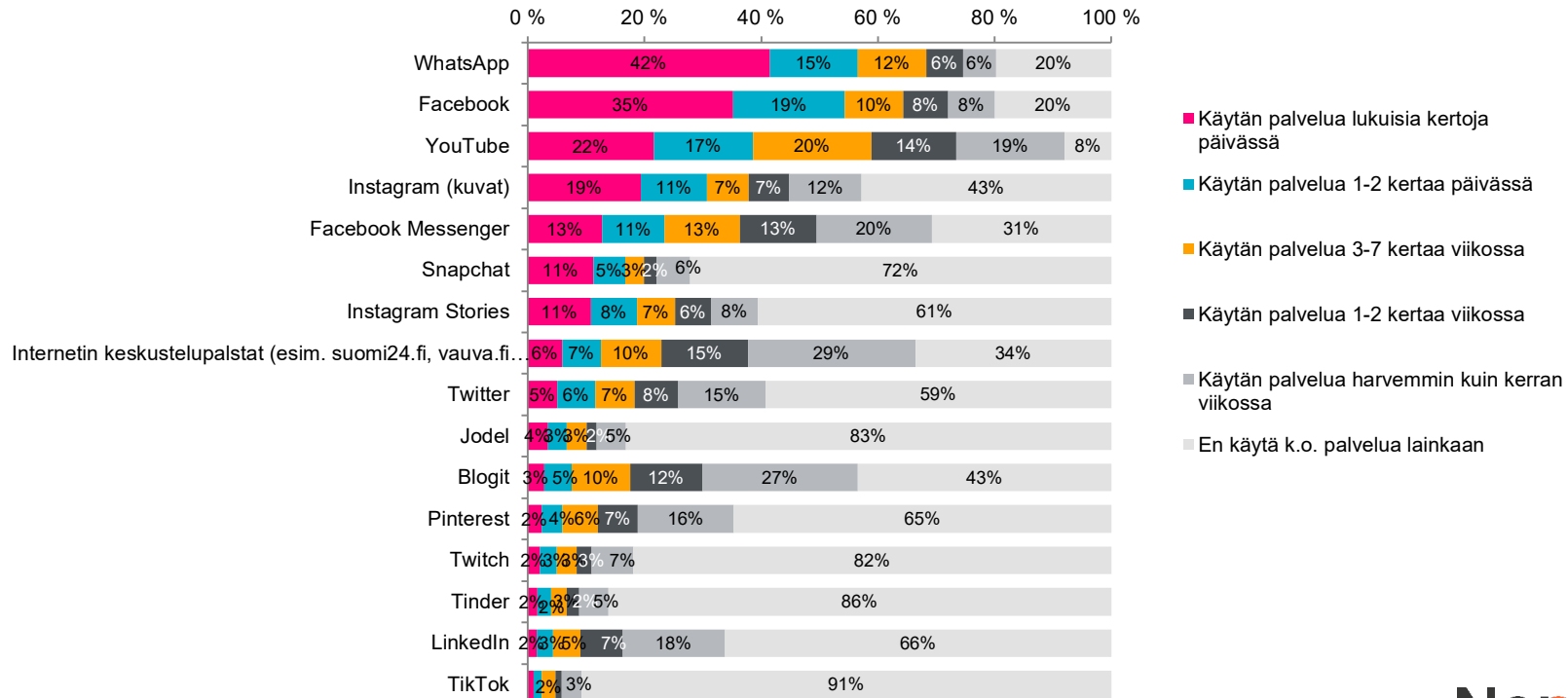
- Älypuhelin on 92 %:lla vastaajista, osuus on kasvanut muutaman prosenttiyksikön verran jo parina vuonna peräkkäin. 16-44-vuotiaista vastaajista yli 95 % omistaa älypuhelimien.
- 61 % pitää puhelintaan päivällä ”äänet päällä”-tilassa, kun taas yöllä puhelin on päällä 42 %:lla vastaajista. Edellisvuoteen nähden puhelinta äänettömällä pitävien osuus on aavistuksen kasvanut. Puhelin on useammin äänettömällä tai värinällä nuoremmilla vastaajilla, sekä öisin että päivisin.
- Neljä viidestä puhuu puhelimeen tyypillisesti ”luuri korvalla”, mutta myös 10 % kaiuttimella. Puhetavassa ei ole merkittäviä eroja ikäryhmittäin.
- Puhelimeensa on hankkinut lisätallennustilaa 37 % älypuhelimien omistajista, valtaosa heistä muistikortin ostamalla. Miehet ovat hankkineet muistikortin hieman todennäköisemmin kuin naiset. 16-34-vuotiaat ovat hankkineet korostuneesti tilaa pilvipalveluista.
- Puhelinta ladataan tyypillisimmin yöllä ja myös aina kotiin tullessa. 16-24-vuotiaat kuljettavat laturia mukanaan muita ikäryhmiä enemmän ladatakseen puhelinta tarpeen mukaan.

# Sosiaalisen median käyttö

---

# Sosiaalisista medioista käytetään päivittäin eniten WhatsAppia ja Facebookia

Mitä seuraavista sosiaalisista medioista käytät? Merkitse myös, miten usein käytät/seuraat k.o palvelua?  
(n = 1005)

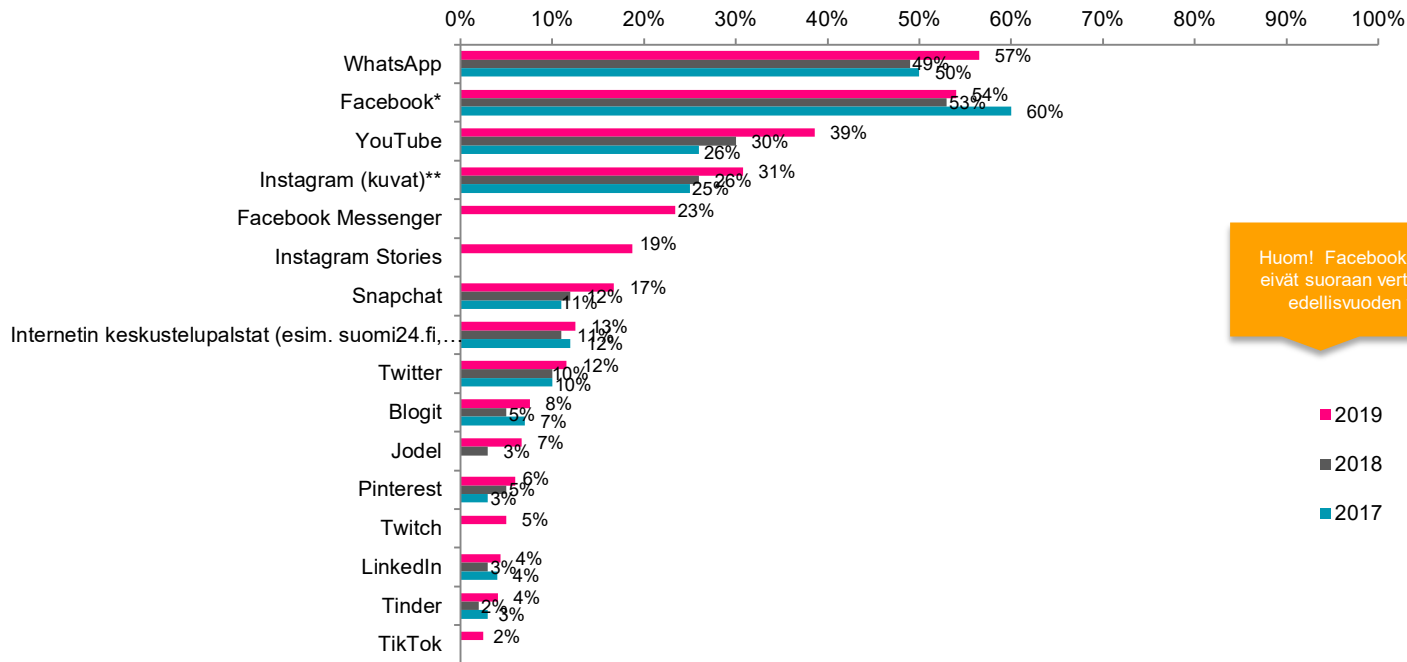


# WhatsApp ja YouTube:n päivittäinen käyttö on kasvussa, Instagramin Stories -ominaisuutta käyttää päivittäin noin joka viides

Mitä seuraavista sosiaalisista medioista käytät? Merkitse myös, miten usein käytät/seuraat k.o palvelua?

**Käyttö päivittäin:** Lukuisia kertoja päivässä + 1-2 krt päivässä.

(n = 1005)



Huom! Facebook & Instagram eivät suoraan vertailukelpoisia edellisvuoden tuloksiin\*

■ 2019  
■ 2018  
■ 2017

\*Facebook kysytty vuonna 2017-2018 muodossa "Facebook (myös Facebook Messenger)"

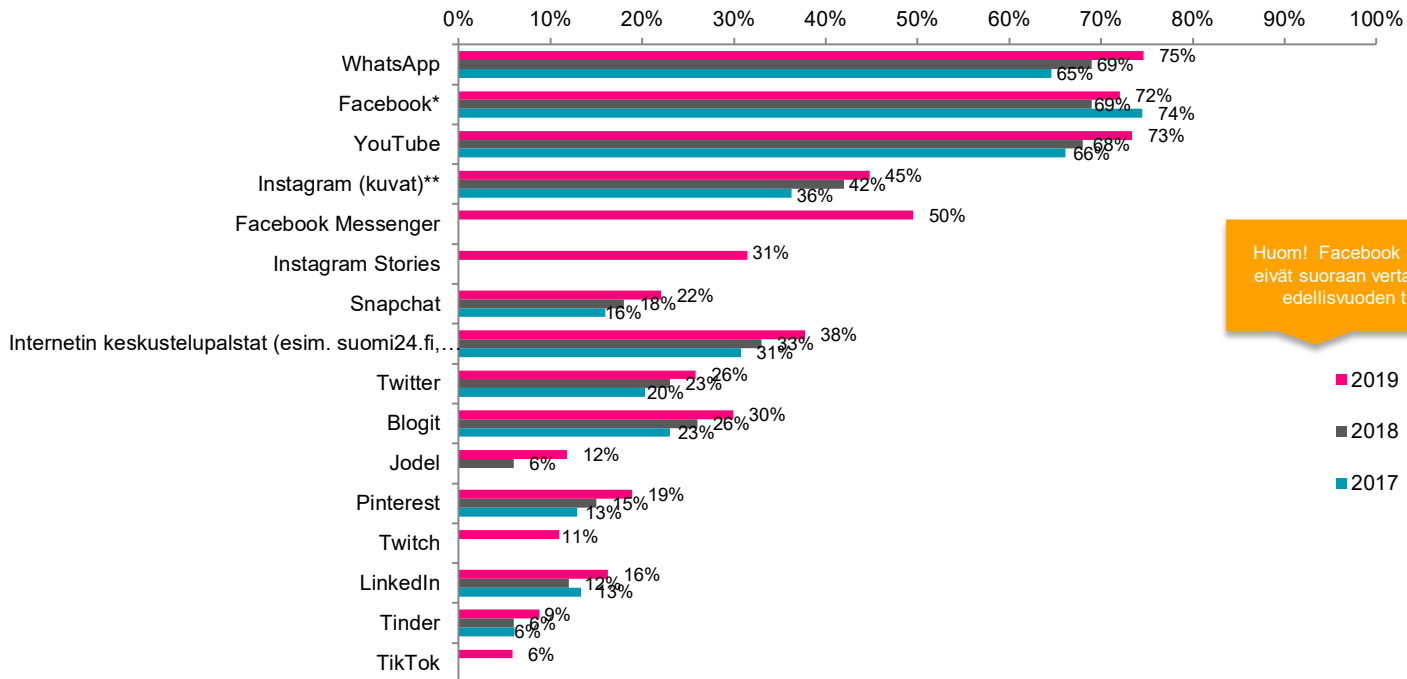
\*\*Instagram (kuvat) kysytty vuonna 2017-2018 muodossa "Instagram"

# Sosiaalisen median käyttöaktiivisuus viikoittain näyttää olevan hienoisessa kasvussa kaikkien medioiden osalta

Mitä seuraavista sosiaalisista medioista käytät? Merkitse myös, miten usein käytät/seuraat k.o palvelua?

**Käyttö viikoittain:** Lukuisia kertoja päivässä + 1-2 krt päivässä + 3-7 krt viikossa + 1-2 krt viikossa.

(n = 1005)



Huom! Facebook & Instagram eivät suoraan vertailukelpoisia edellisvuoden tuloksiin\*

■ 2019  
■ 2018  
■ 2017

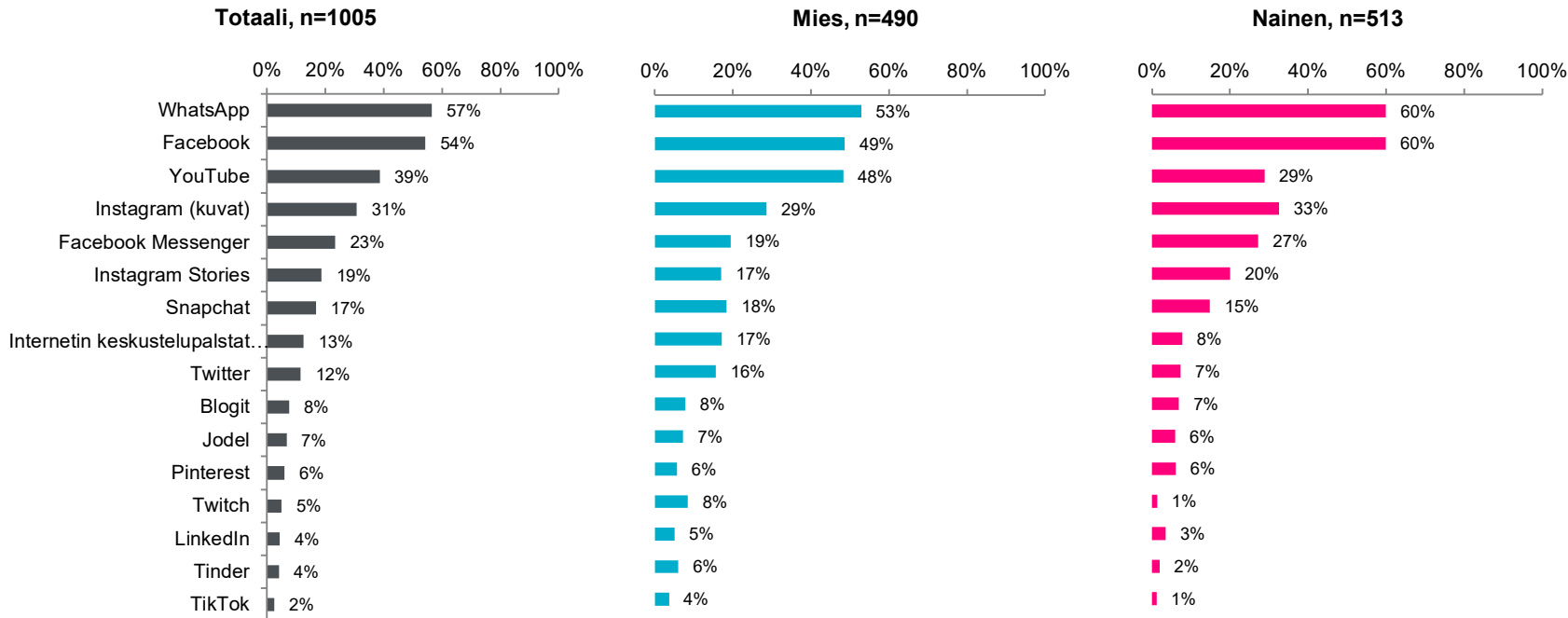
\*Facebook kysytty vuonna 2017-2018 muodossa "Facebook (myös Facebook Messenger)"

\*\*Instagram (kuvat) kysytty vuonna 2017-2018 muodossa "Instagram"

# Facebookin päivittäinen käyttö korostuu hieman naisten keskuudessa, YouTube ja Twitter miesten keskuudessa

Mitä seuraavista sosiaalisista medioista käytät? Merkitse myös, miten usein käytät/seuraat k.o palvelua?

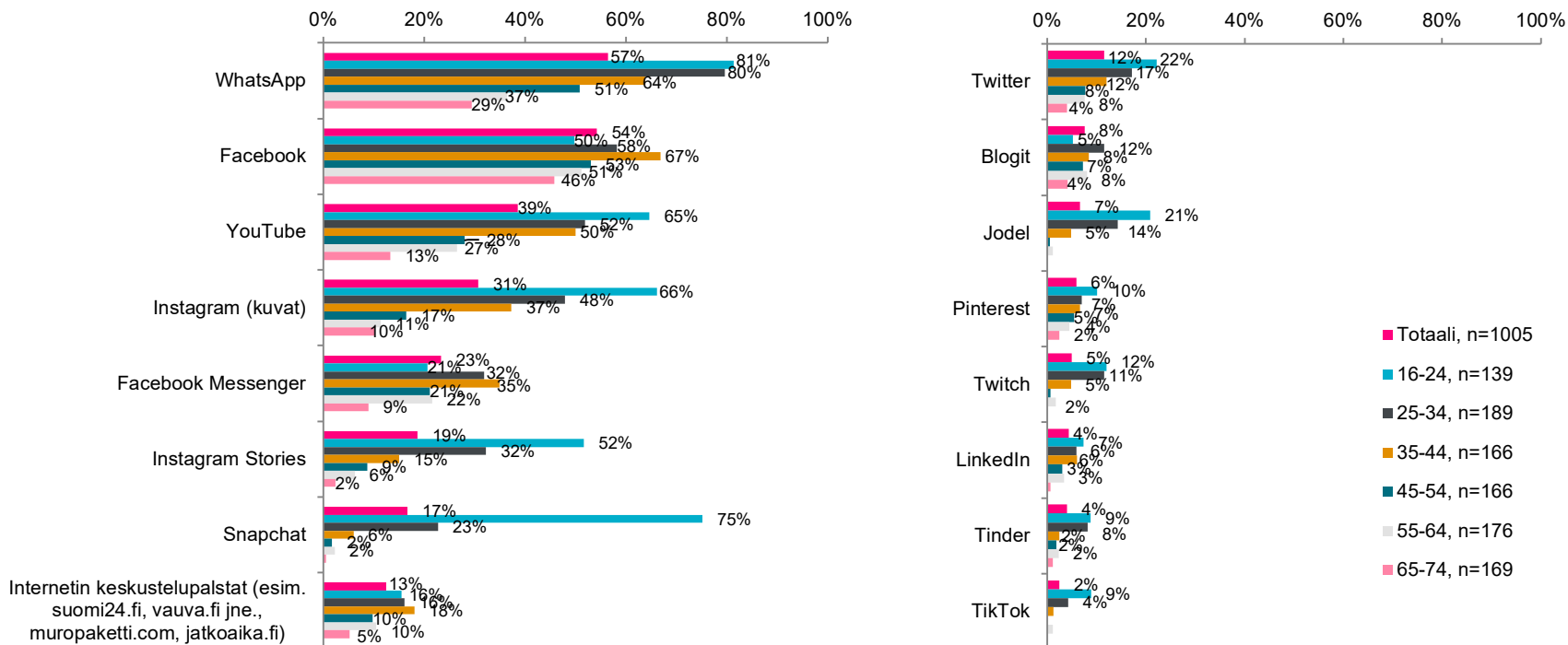
**Käyttö päivittäin:** Käyttö lukuisia kertoja päivässä + 1-2 krt päivässä.



# 16-24-vuotiaat käyttävät päivittäin muita ikäryhmiä selvästi enemmän Snapchatia ja Instagramia

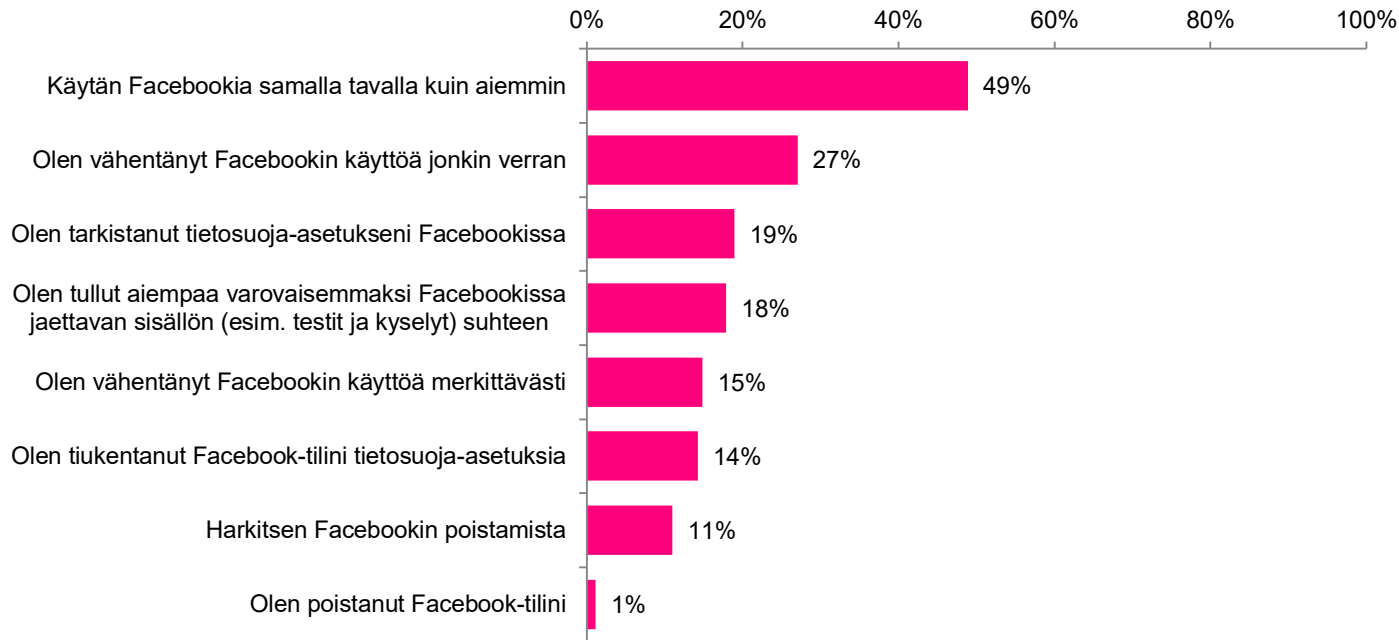
Mitä seuraavista sosiaalisista medioista käytät? Merkitse myös, miten usein käytät/seuraat k.o palvelua?

**Käyttö päivittäin:** Käyttö lukuisia kertoja päivässä + 1-2 krt päivässä.



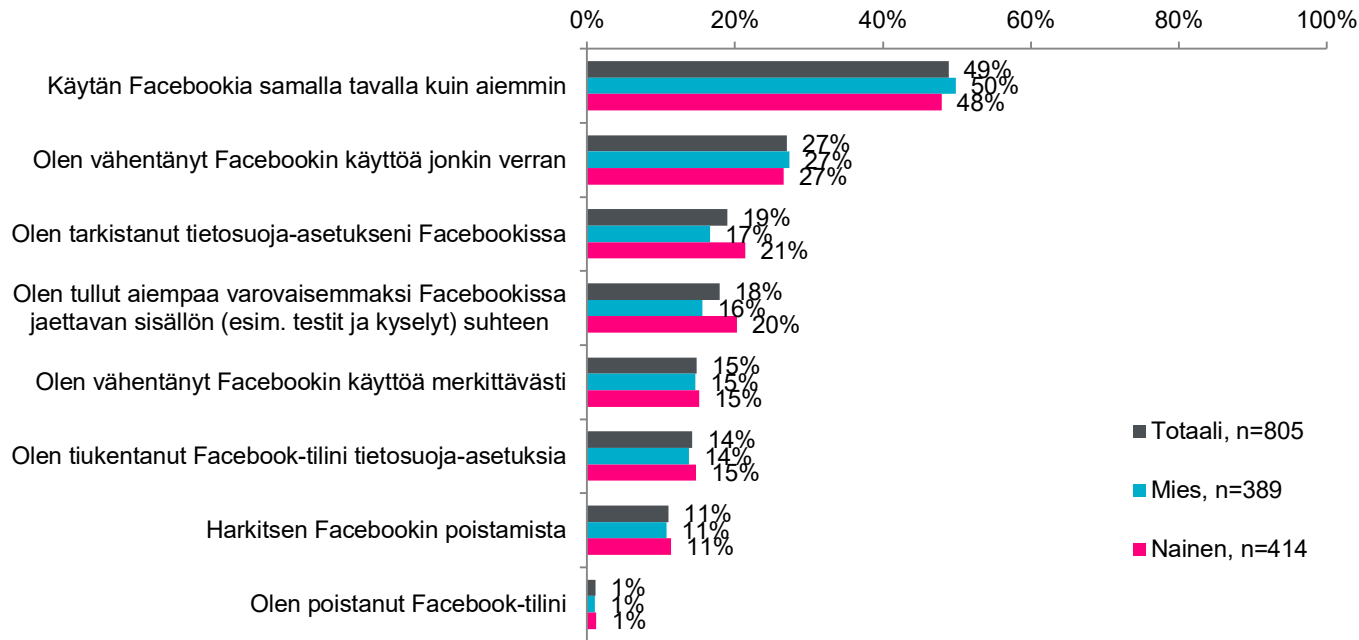
# Noin puolet käyttää Facebookia kuten aiemminkin, noin neljäsosa sanoo vähentäneensä käyttöä jonkin verran ja 15 % merkittävästi

Kun mietit Facebookin käyttöä viimeisten 12 kuukauden aikana, mikä seuraavista pitää parhaiten paikkaansa?  
(n = 805, Facebookin käyttäjät)



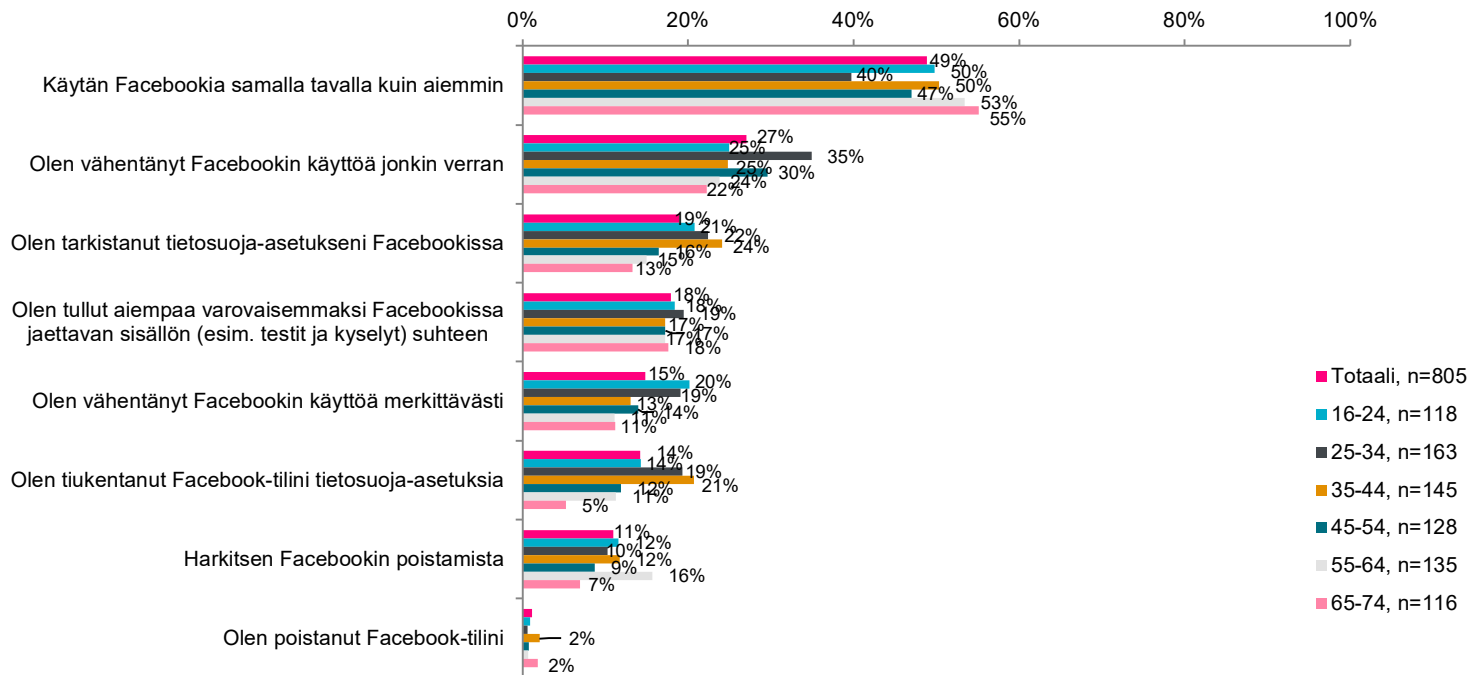
# Facebookin käytön muutos on hyvin samankaltainen miesten ja naisten keskuudessa

Kun mietit Facebookin käyttöä viimeisten 12 kuukauden aikana, mikä seuraavista pitää parhaiten paikkaansa?  
(n = 805, Facebookin käyttäjät)



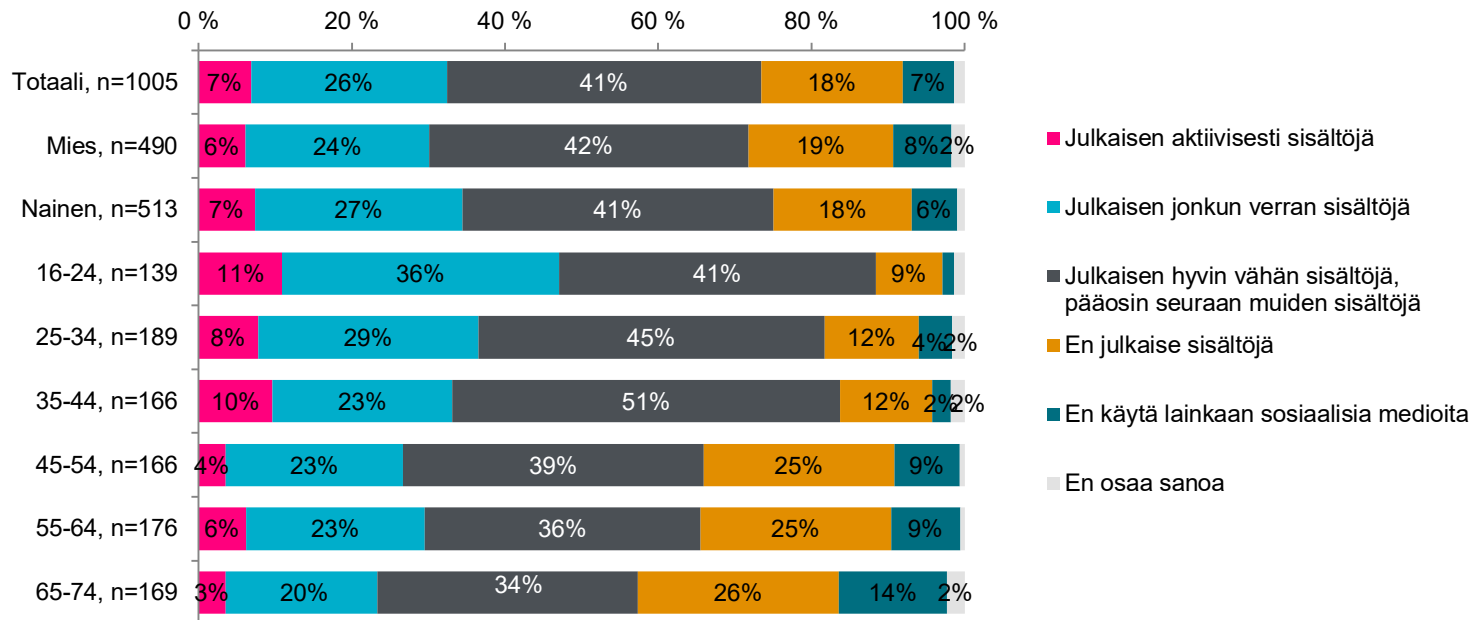
# 25-34-vuotiaat ovat hieman muita ikäryhmiä enemmän vähentäneet Facebookin käyttöä jonkin verran

Kun mietit Facebookin käyttöä viimeisen 12 kuukauden aikana, mikä seuraavista pitää parhaiten paikkaansa?  
(n = 805, Facebookin käyttäjät)



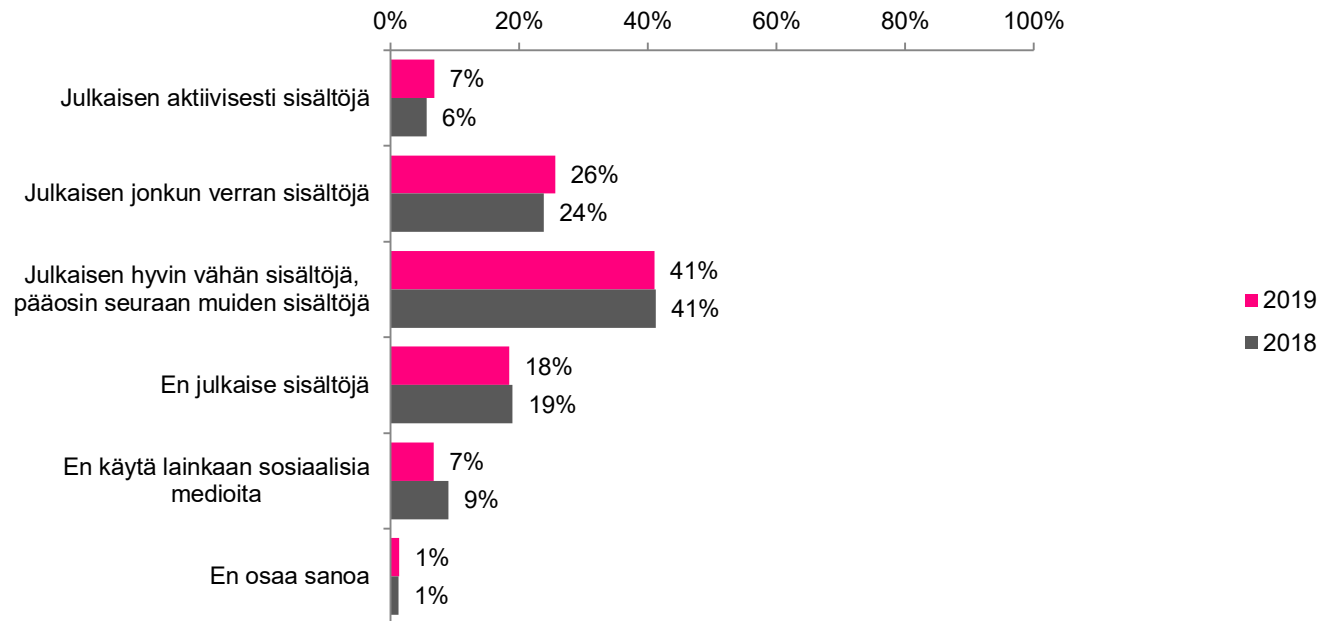
# 16-24-vuotiaat ovat aktiivisimpia julkaisemaan sisältöjä sosiaalisessa mediassa (julkaisee aktiivisesti tai jonkun verran)

Käyttäessäsi sosiaalisia medioita (esim. Facebook, Instagram, blogit, videoblogit jne.), mikä seuraavista sopii tilanteeseesi parhaiten?  
(n = 1005)



# Julkaisuaktiivisuus sosiaalisessa mediassa on pysynyt hyvin samankaltaisena edellisvuoteen nähden

Käyttäessäsi sosiaalisia medioita (esim. Facebook, Instagram, blogit, videoblogit jne.), mikä seuraavista sopii tilanteeseesi parhaiten?  
(n = 1005)

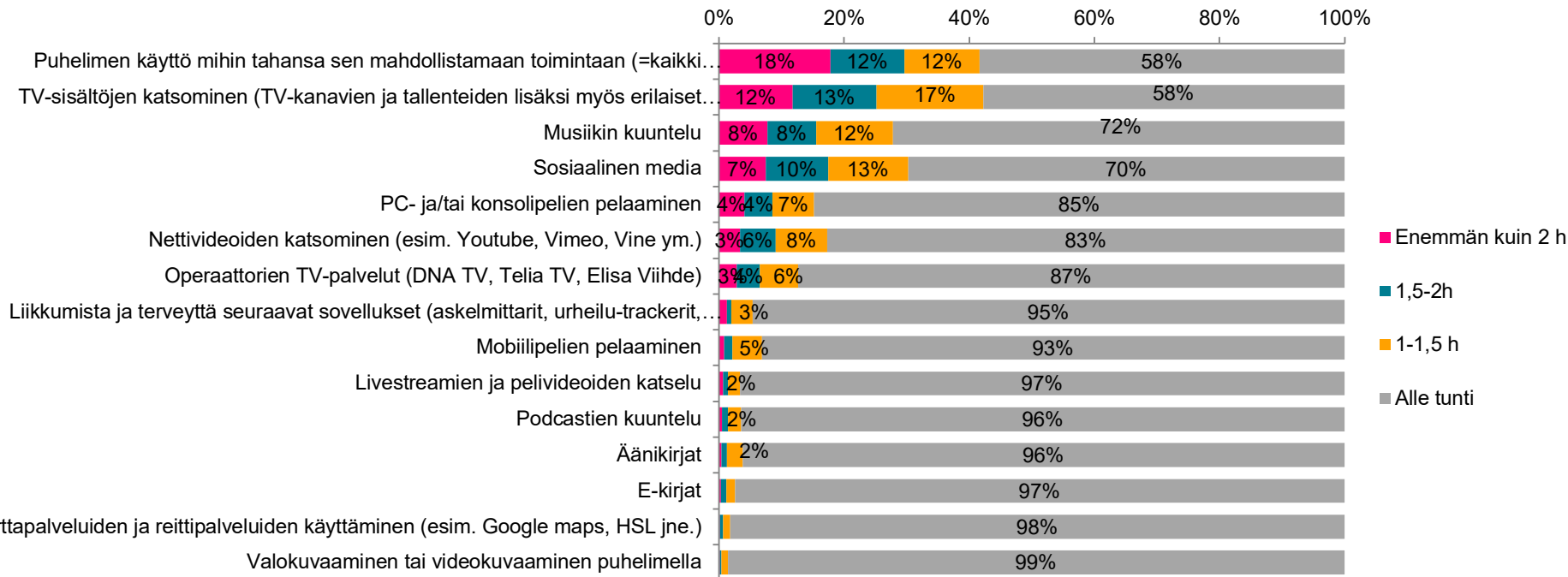


# Connected culture

---

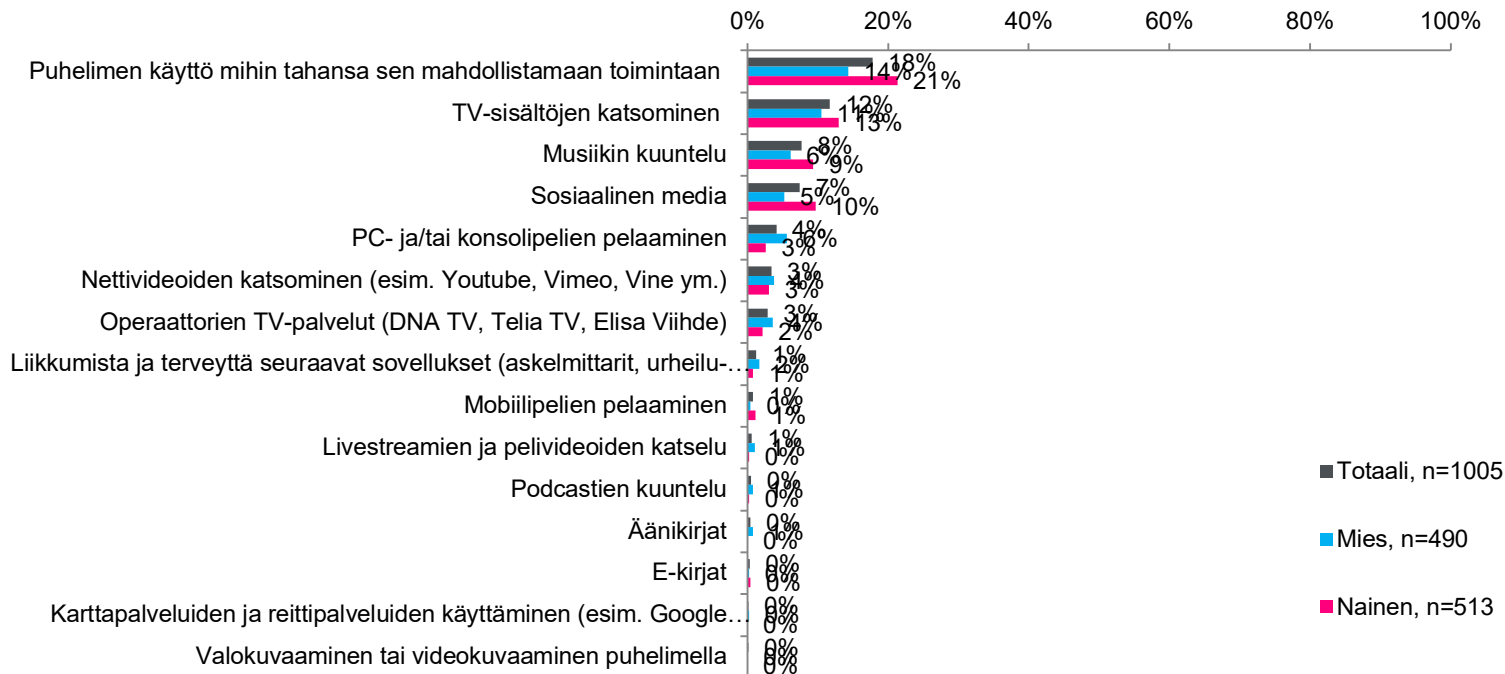
# Eniten aikaa käytetään päivittäin puhelimen parissa ja TV-sisältöjen katsomiseen

Mieti tyypillistä päivääsi. Kuinka paljon arvioit käyttäväsi aikaa seuraaviin toimintoihin yhden päivän aikana?  
(n = 1005)



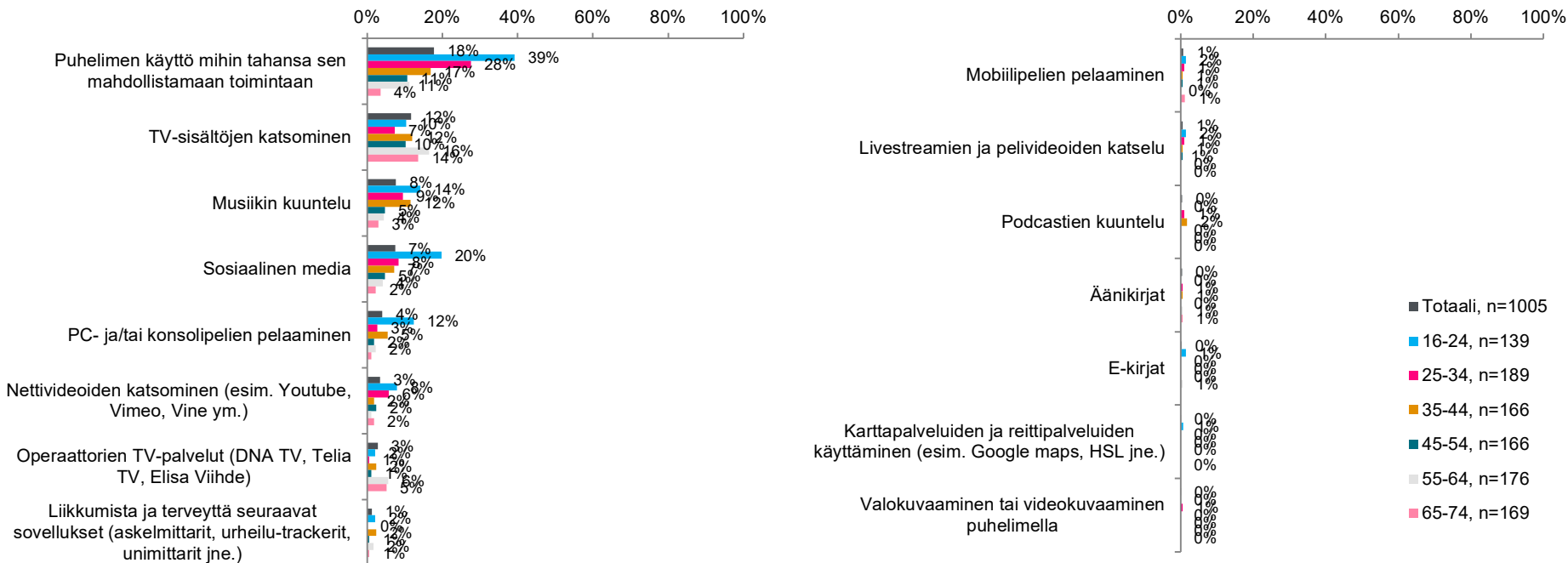
# Miesten ja naisten ajankäyttö on hyvin samankaltaista toiminnoissa, joihin käytetään aikaa yli 2 tuntia päivässä

Mieti tyypillistä päivääsi. Kuinka paljon arvioit käyttäväsi aikaa seuraaviin toimintoihin yhden päivän aikana?  
"2h+"



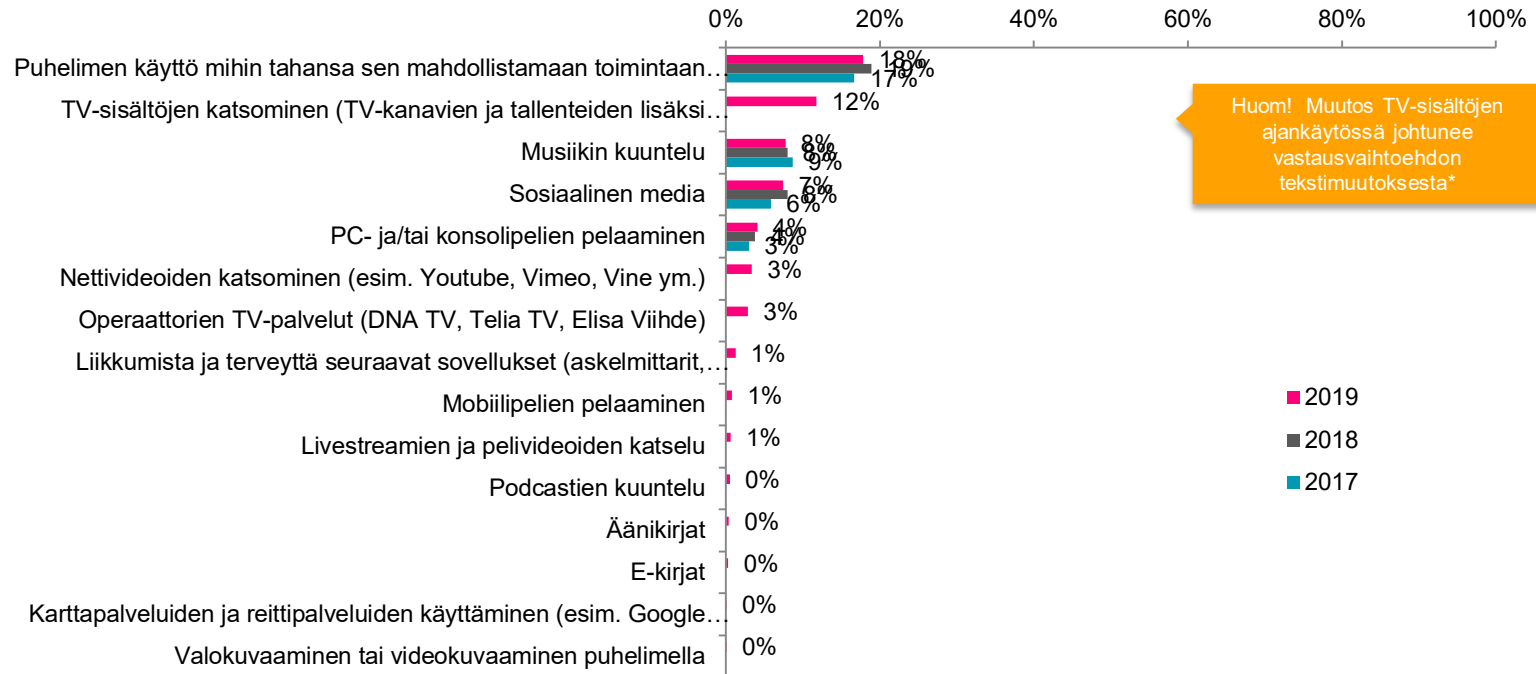
# 16-24-vuotiaiden keskuudessa korostuu puhelimen käyttö eri toimintoihin

Mieti tyypillistä päivääsi. Kuinka paljon arvioit käyttäväsi aikaa seuraaviin toimintoihin yhden päivän aikana?  
"2h+"



# Ajankäyttö eri toimintoihin on pysynyt samana

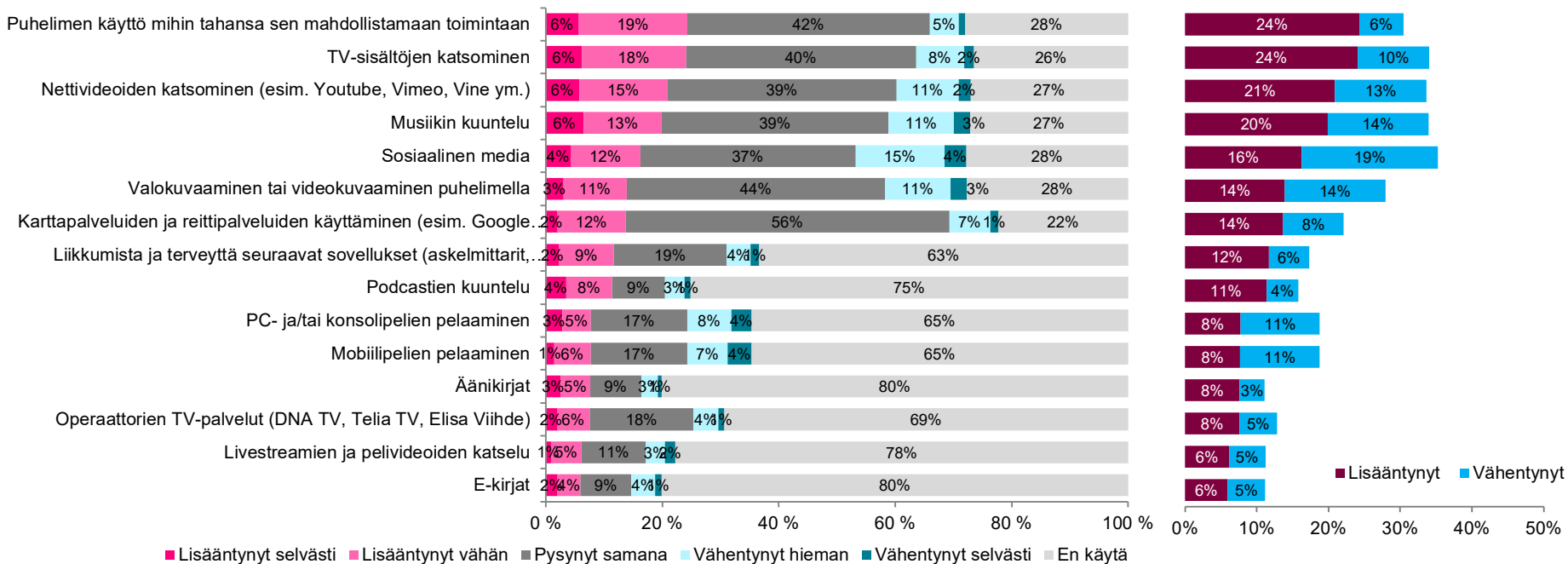
Mieti tyypillistä päivääsi. Kuinka paljon arvioit käyttäväsi aikaa seuraaviin toimintoihin yhden päivän aikana?  
"2h+"



\*Vuonna 2018 ja aiemmin TV-sisällöt -vaihtoehto muodossa: "TV-sisältöjen katsominen (myös Netflix, Viaplay, HBO, C More, Yle Areena, Ruutu, Katsomo ym. palvelut). Ota huomioon kaikilla eri laitteilla katsomasi TV-sisällöt." Vuonna 2019 lisätty myös erikseen vaihtoehto "Operaattorien TV-palvelut".

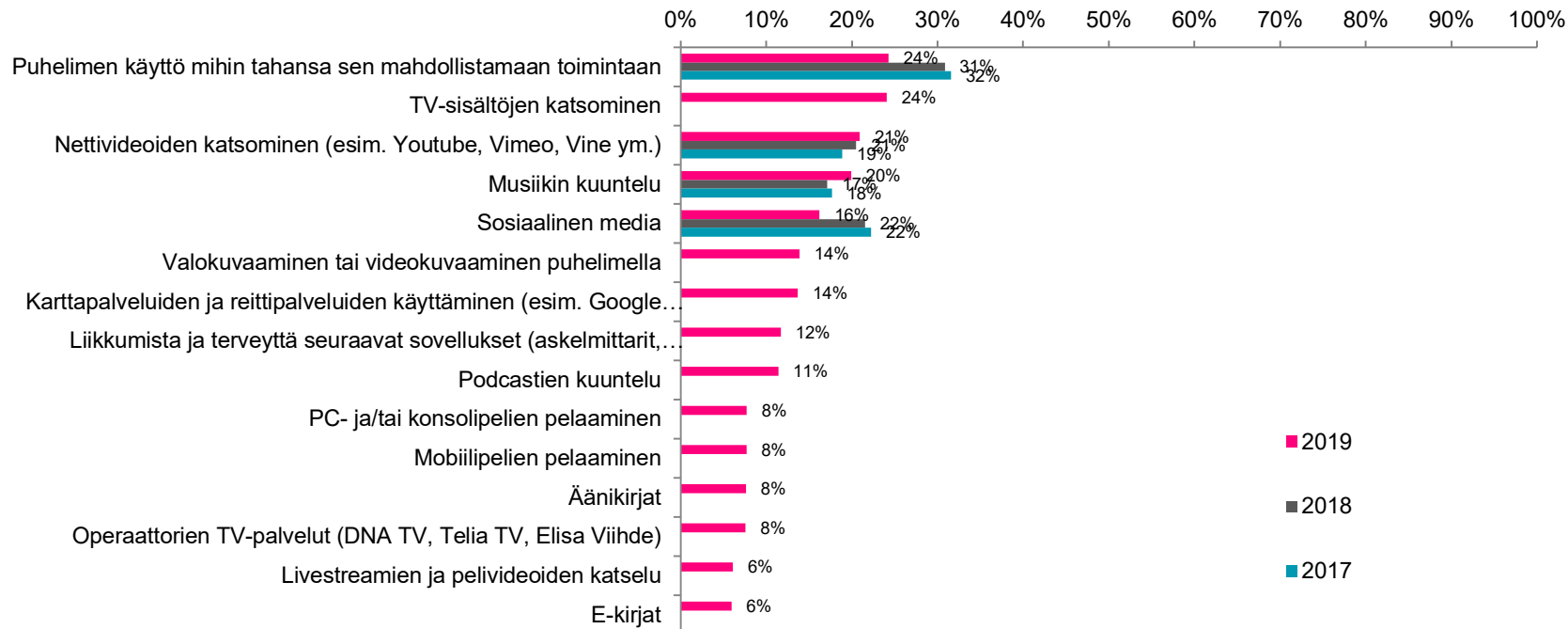
# Puhelimenkäytön ja TV-katselun koetaan kasvaneen eniten. Hieman useampi arvioi someen käytetyn ajan vähentyneen kuin kasvaneen

Mieti edelleen omaa arkeasi. Miten näet oman ajankäyttösi muuttuneen seuraavien toimintojen suhteen kuluneen 12 kuukauden aikana?  
(n = 1005)



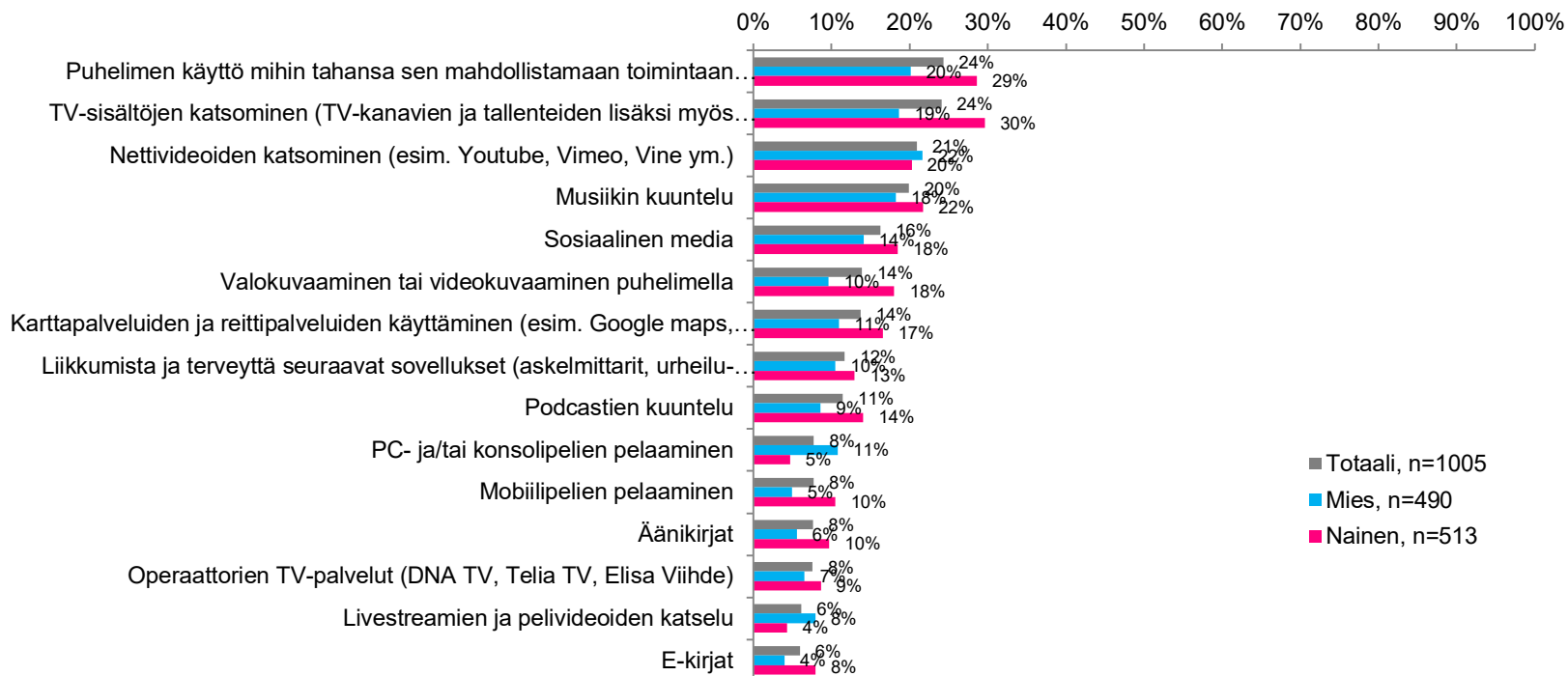
# Puhelimen ja somen käyttö eivät vaikuta kasvavan enää yhtä voimakkaasti kuin aiempina vuosina

Mieti edelleen omaa arkeasi. Miten näet oman ajankäyttösi muuttuneen seuraavien toimintojen suhteen kuluneen 12 kuukauden aikana? "Lisääntynyt" (n = 1005)



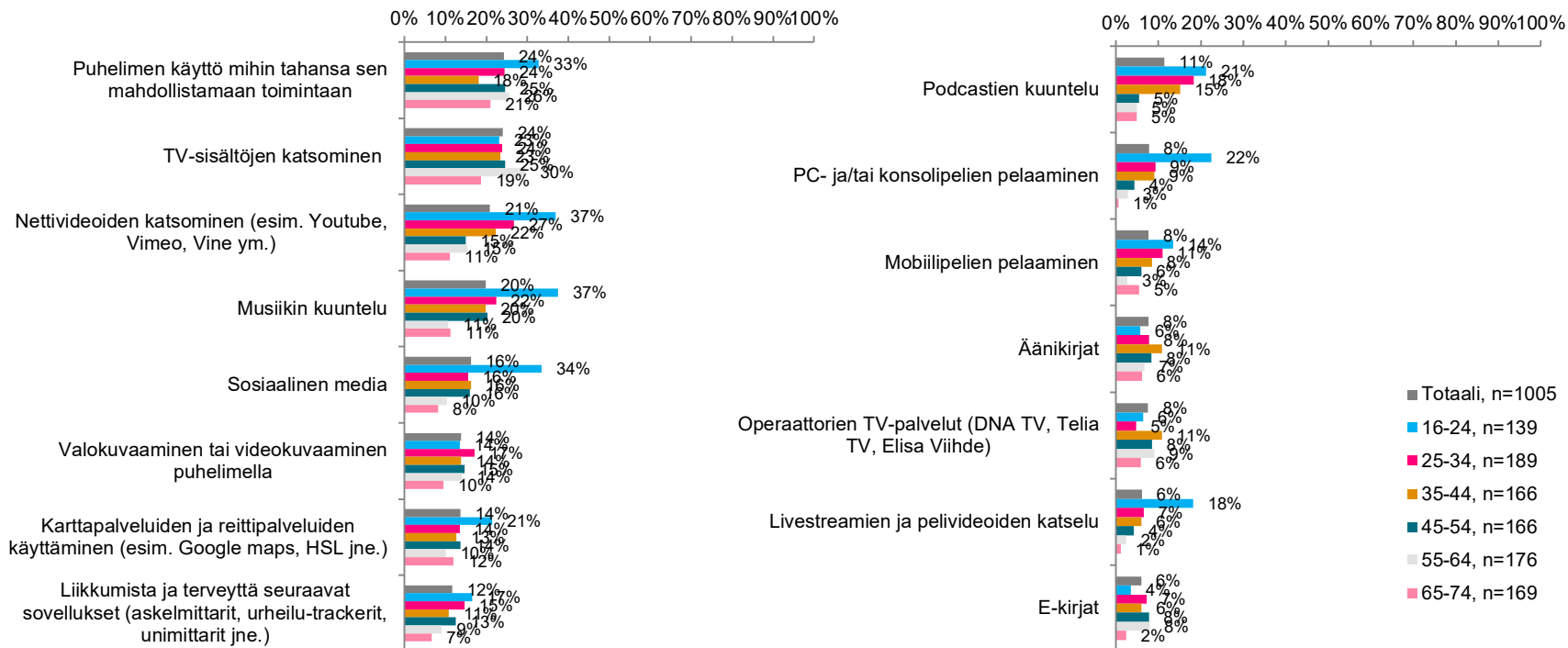
# Miehet kokevat ajankäyttönsä lisääntyneen eniten nettivideoiden katselun osalta

Mieti edelleen omaa arkeasi. Miten näet oman ajankäyttösi muuttuneen seuraavien toimintojen suhteen kuluneen 12 kuukauden aikana?  
"Lisääntynyt"



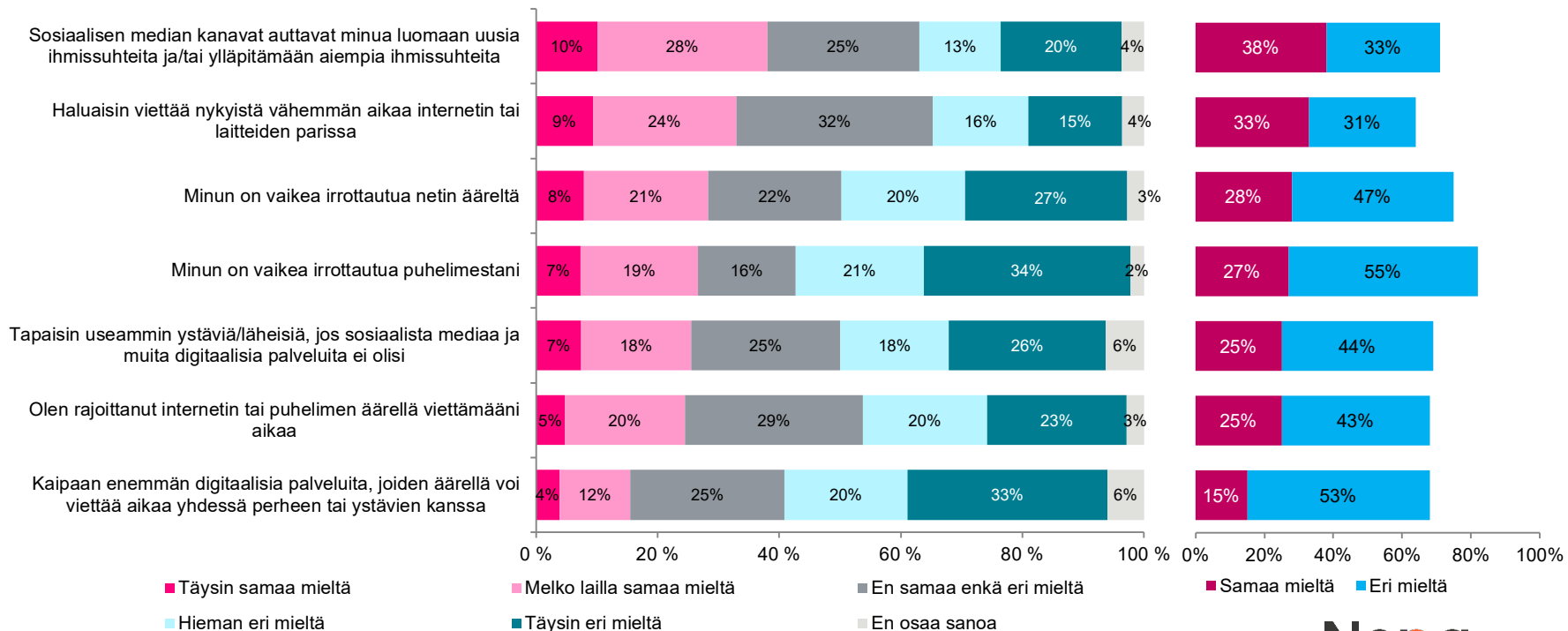
# 16-24-vuotiaat arvioivat ajankäyttönsä lisääntyneen eniten nettivideoiden katselun, musiikin kuuntelun ja somen kohdalla

Mieti edelleen omaa arkeasi. Miten näet oman ajankäyttösi muuttuneen seuraavien toimintojen suhteen kuluneen 12 kuukauden aikana?  
"Lisääntynyt"



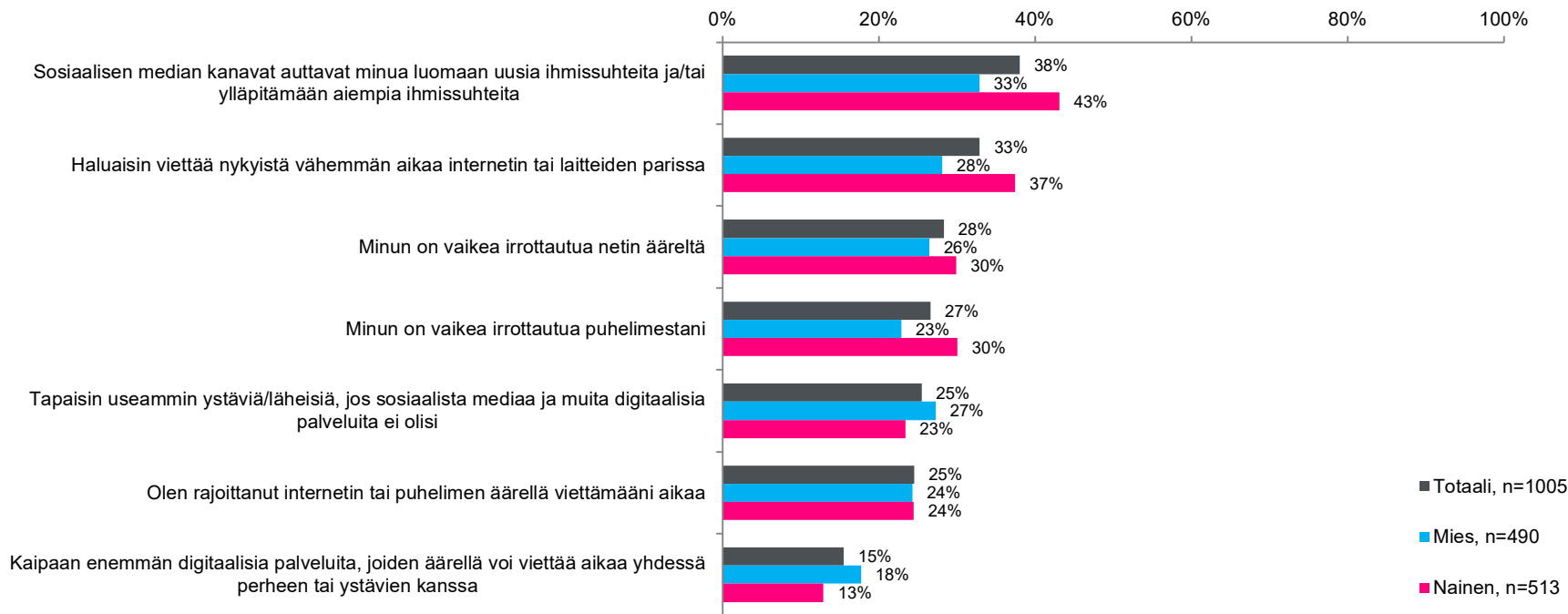
# 38 % kokee, että sosiaalisen median kanavat auttavat luomaan tai ylläpitämään ihmissuhteita

Miten väittämät mielestäsi kuvaavat sinua tai käsityksiäsi? Väittämät 1/2  
(n = 1005)



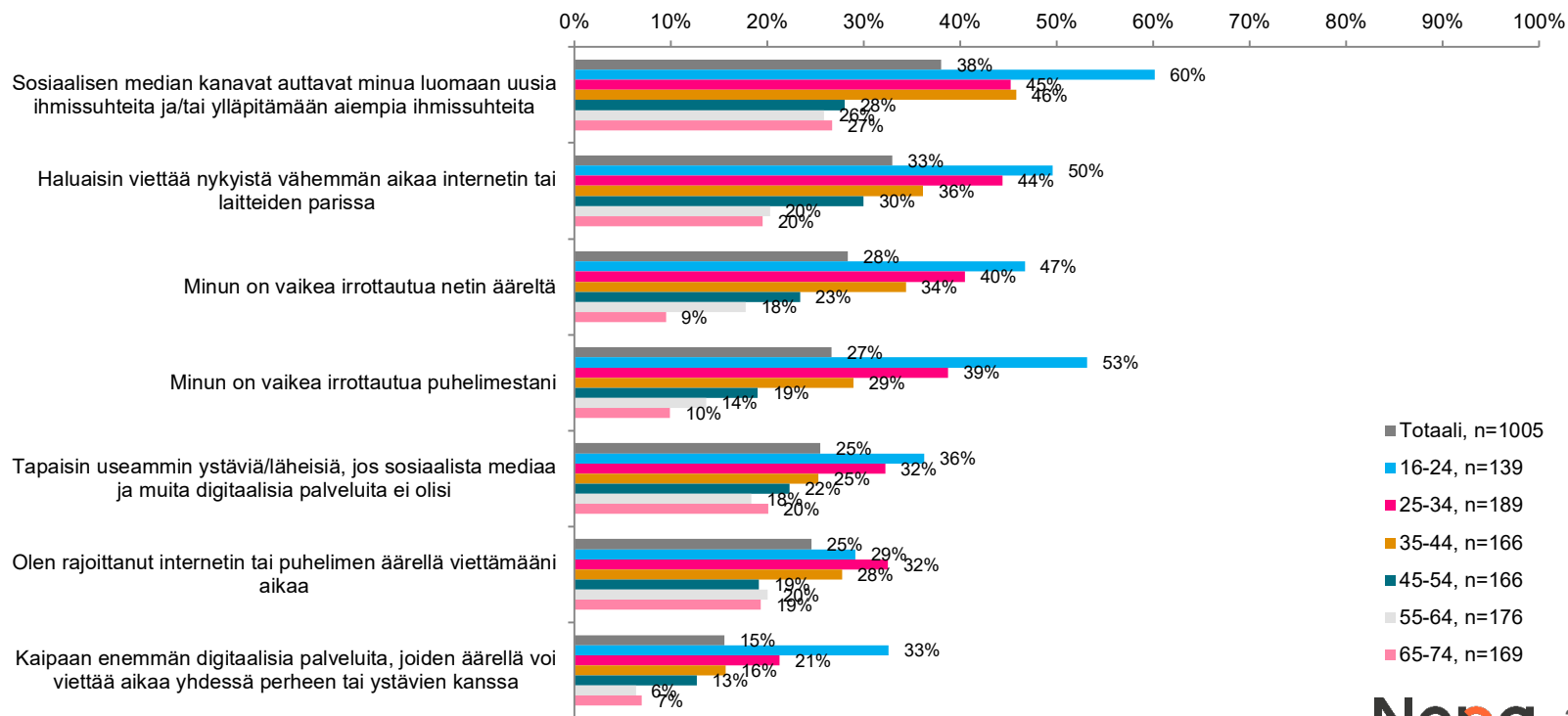
# Naiset kokevat hieman miehiä vahvemmin, että somekanavat auttavat luomaan ja ylläpitämään ihmissuhteita

Miten väittämät mielestäsi kuvaavat sinua tai käsityksiäsi? Väittämät 1/2  
"Täysin + melko lailla samaa mieltä"



# Etenkin nuoret (16-24) kokevat somesta olevan hyötyä ihmissuhteiden ylläpidossa, mutta netin ja puhelimen äärestä irrottautumisen vaikeaksi

Miten väittämät mielestäsi kuvaavat sinua tai käsityksiäsi? Väittämät 1/2  
"Täysin + melko lailla samaa mieltä"



# Digitaalisten kanavien äärellä vietettyä aikaa on vähennetty esim. asettamalla omia aikarajoja tai keksimällä muuta tekemistä

Vastasit, että olet rajoittanut digitaalisten kanavien, internetin tai puhelimen äärellä viettämäsi aikaa. Millä tavoin olet tämän tehnyt?  
(n = 247)



## Nostoja avoimista vastauksista:

*"avaan tietokoneen vain aamulla ja iltapäivällä, ja suljen koneen tehtyäni tarpeelliset asiat."*

*"Iloitus puhelimesta pois, ei kännykkää sänkyyn, tietoinen ajattelu vähentämisestä. Olen myöskin ladannut sovelluksen joka kertoo paljonko käytän aikaa"*

*"Laitan illalla kännykän ajoissa pois enkä enää mene nettiin"*

*"Luomalla itselle sääntöjä, milloin puhelimella saa olla, ja milloin siitä tulee irrottautua."*

*"Olemalla enemmän lapsen kanssa"*

*"Olen keksinyt muuta tekemistä. En ns. Luppoaikoina tartu puhelimeen (esim odottaminen jossakin)."*

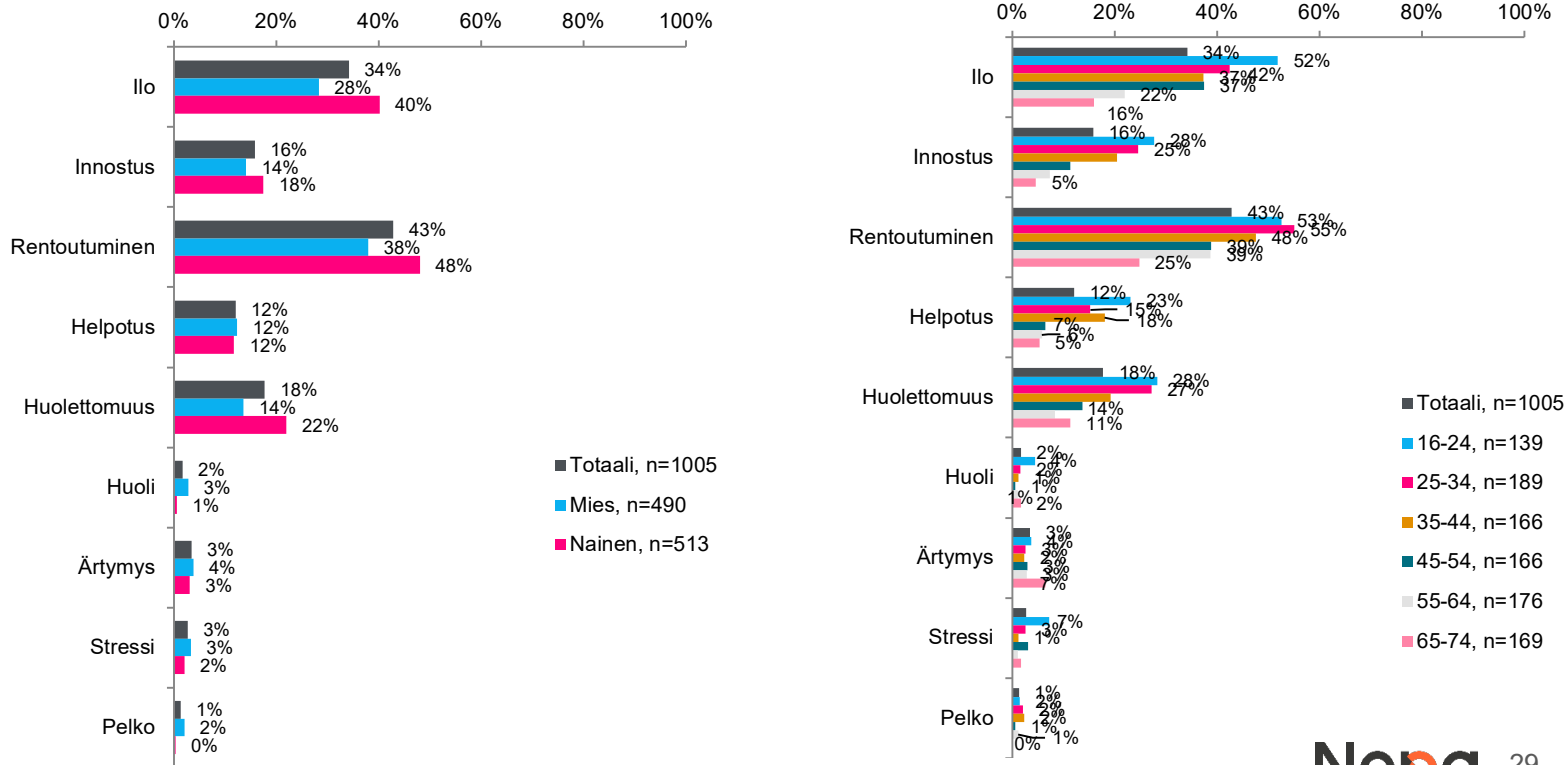
*"Poistanut puhelimesta sovelluksia joiden kanssa kuluu turhaa aikaa"*

*"Puhelimen ominaisuuksia käyttämällä (ruutu aika rajoitus, unikello)"*

*"Puhelimen sulkemalla tietyksi ajaksi päivää, puhelimen pitäminen äännettömällä lähes koko ajan"*

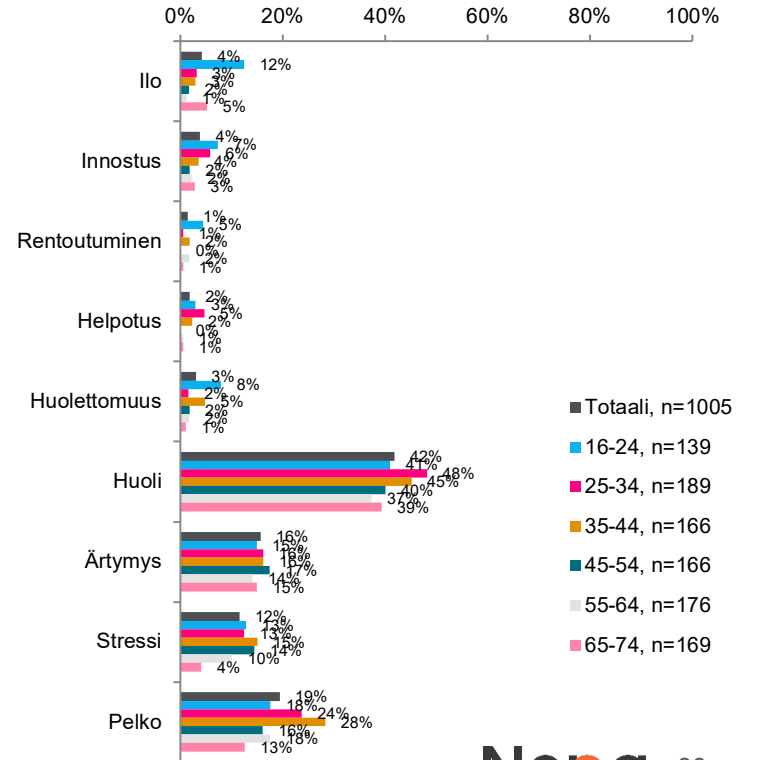
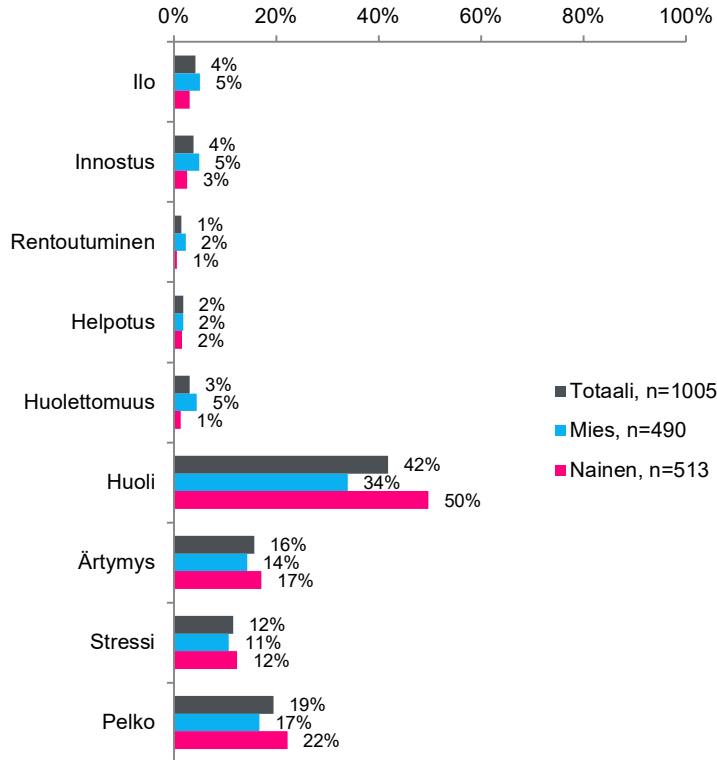
# Musiikin kuuntelu älypuhelimella herättää ilon ja rentoutumisen tunteita korostuneesti naisten ja nuorten keskuudessa

Millaisia tunteita seuraavat digitalisaatioon liittyvät ilmiöt/tilanteet sinussa herättävät?  
**Musiikin kuuntelu älypuhelimella**



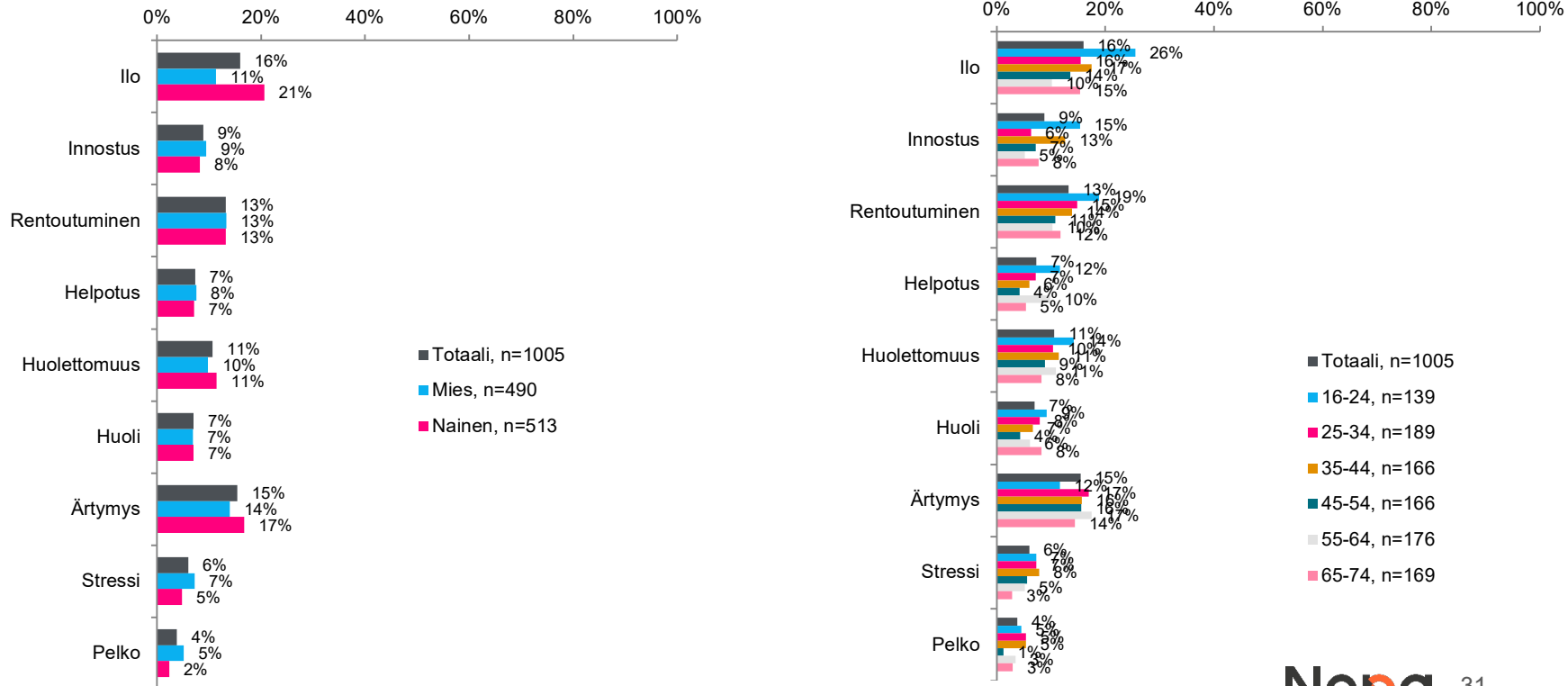
# Alaikäisten lasten somen käyttö herättää huolta kaikissa ikäryhmissä ja hieman enemmän naisten keskuudessa

Millaisia tunteita seuraavat digitalisaatioon liittyvät ilmiöt/tilanteet sinussa herättävät?  
Alaikäisten lasten somen käyttö



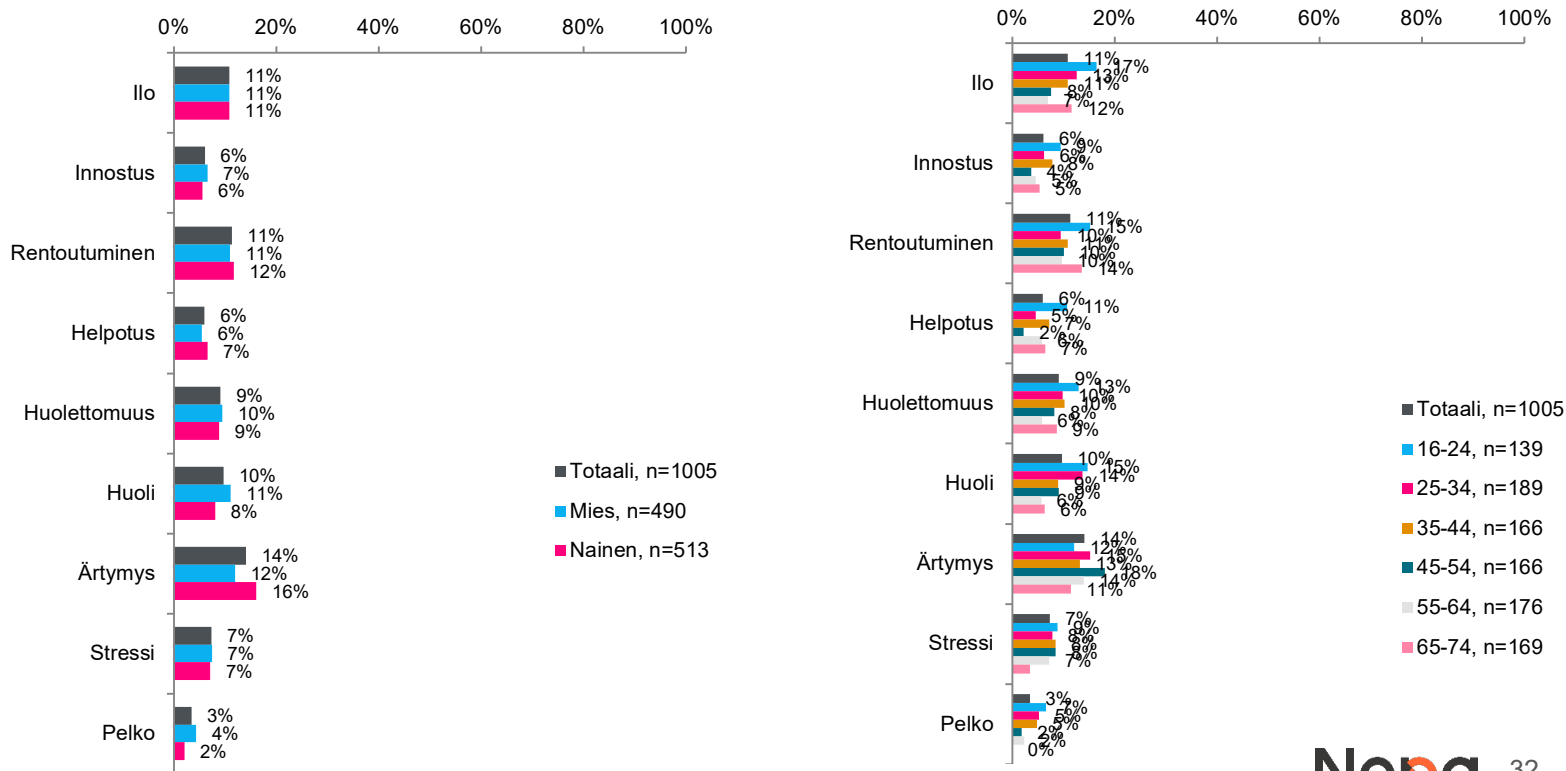
# Aikuisten ystävien somen käyttö herättää sekä ilon että ärtymyksen tunteita, 16-24-vuotiaiden keskuudessa ilon tunne korostuu

Millaisia tunteita seuraavat digitalisaatioon liittyvät ilmiöt/tilanteet sinussa herättävät?  
**Aikuisten ystävien somen käyttö**



# Aikuisten perheenjäsenten somen käyttö herättää monenlaisia tunteita, kohderyhmien keskuudessa ei merkittäviä eroja

Millaisia tunteita seuraavat digitalisaatioon liittyvät ilmiöt/tilanteet sinussa herättävät?  
**Aikuisten perheenjäsenten somen käyttö**

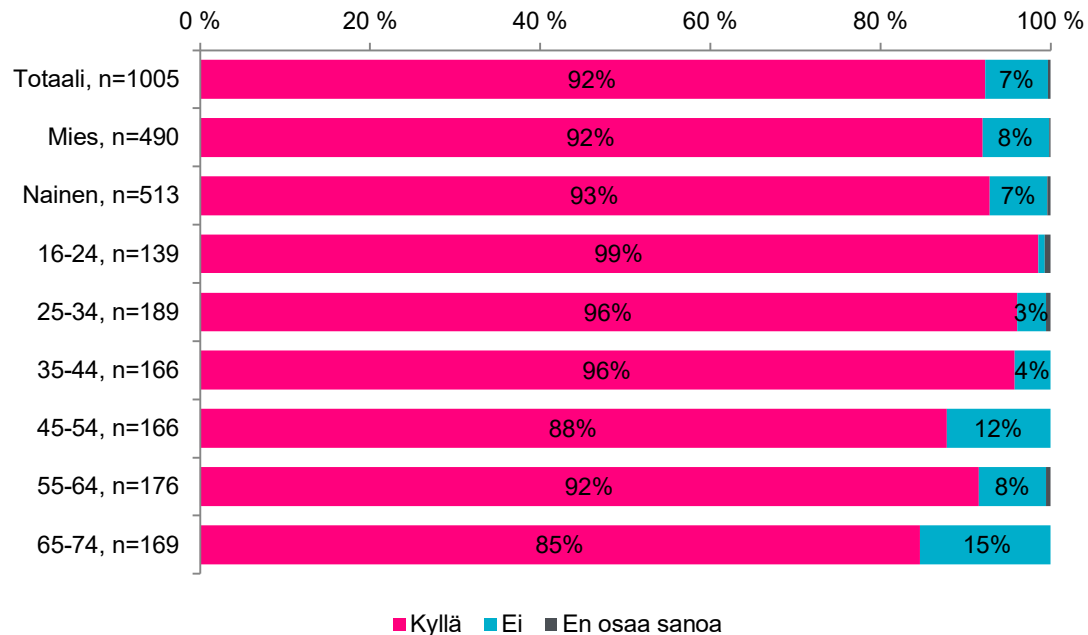


# Puhelimen käyttö

---

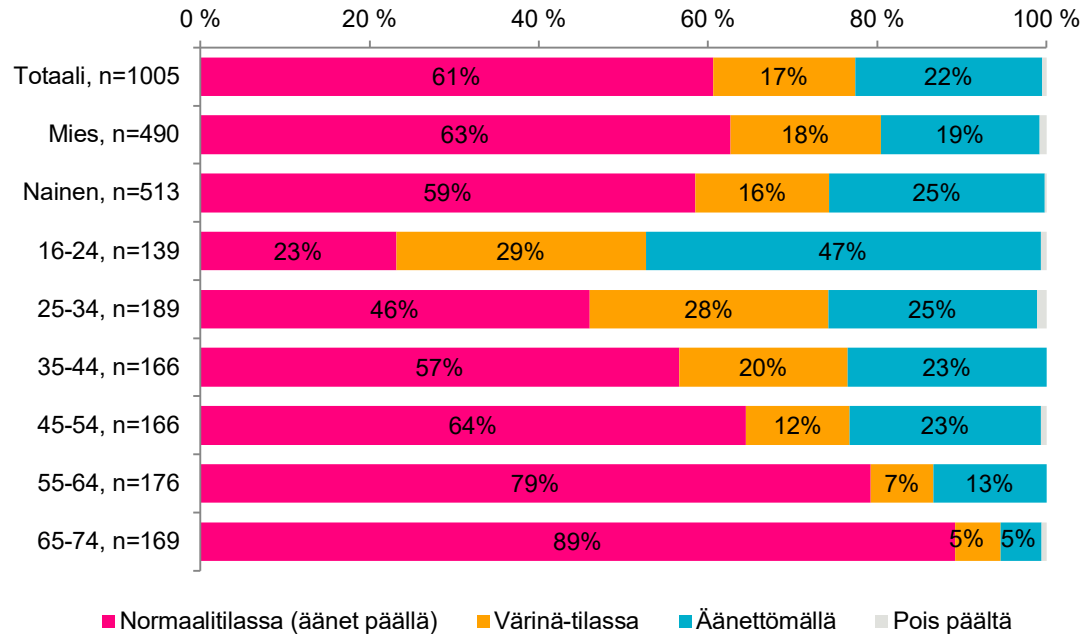
# 16-44-vuotiaista vastaajista yli 95% omistaa älypuhelimien

Onko puhelimesi älypuhelin?  
(n = 1005)



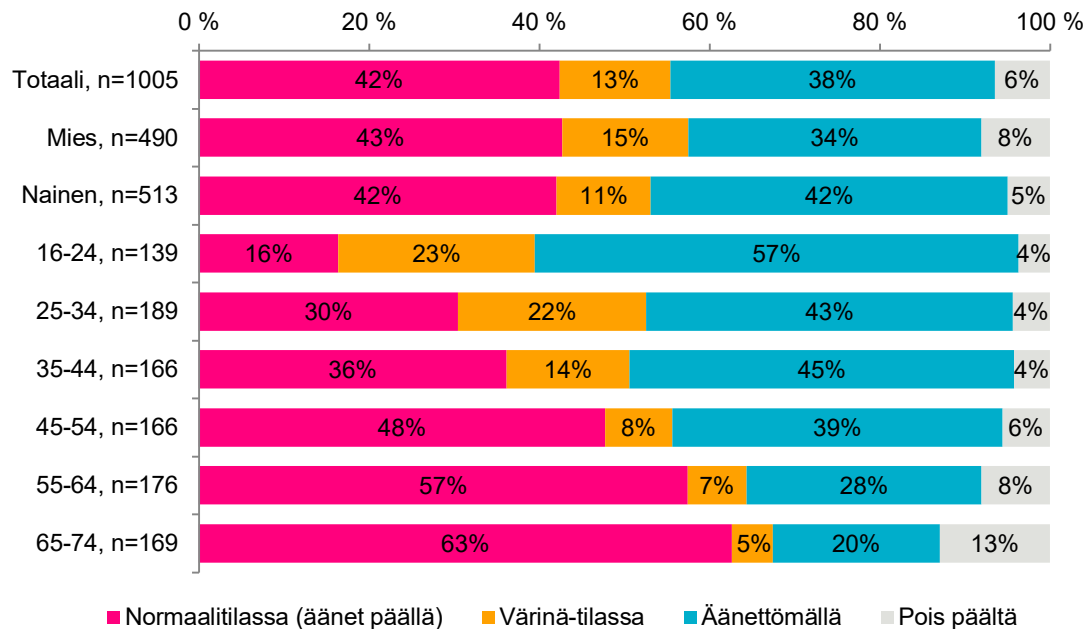
# Mitä nuorempi vastaaja, sitä useammin puhelin on äänettömällä tai värinätilassa

Onko puhelimesi päivällä useimmiten:



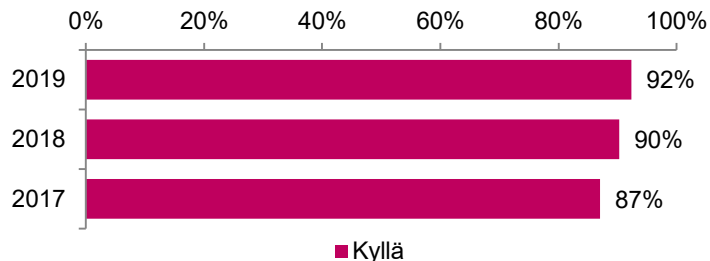
# Myös yöllä nuoret pitävät puhelintaan muita ikäryhmiä useammin äänettömällä tai värinätilassa

Onko puhelimesi nukkuessasi useimmiten:

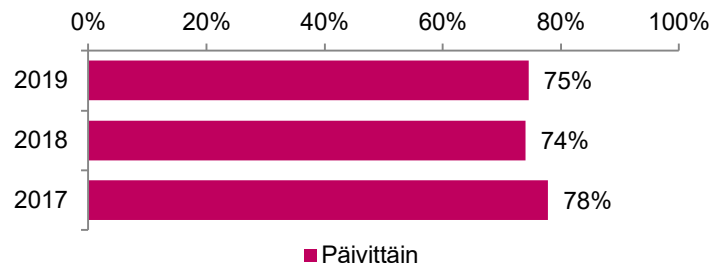


# Yhä useampi omistaa älypuhelimien, mutta puhelinta pidetään entistä vähemmän äänet päällä

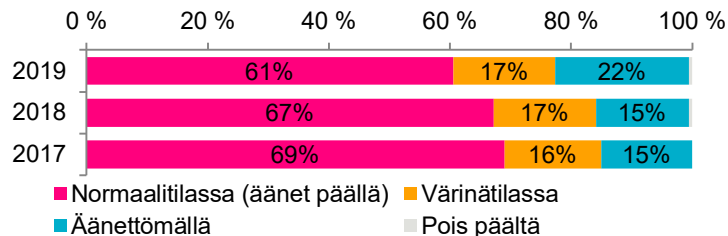
## Onko puhelimesi älypuhelin?



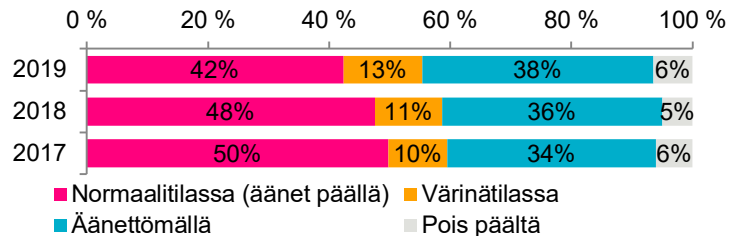
## Kuinka usein puhelimestasi on hyötyä jonkin askareen tai tehtävän hoitamisessa?\*



## Älypuhelimien tila päivällä



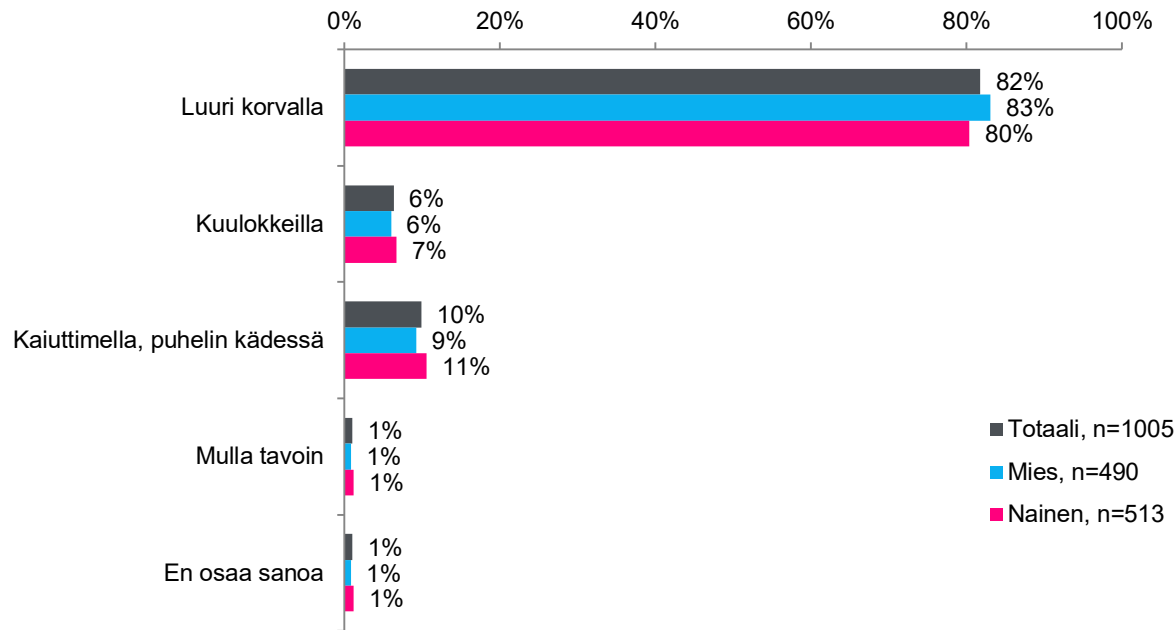
## Älypuhelimien tila yöllä



\*2017 kysymysteksti: Mieti hetki omaa puhelimen käyttöäsi tavallisena arkipäivänä. Kuinka usein puhelimesi hyödyttää sinua jonkun askareen tai tehtävän hoitamista (valveillaoloaikana)?

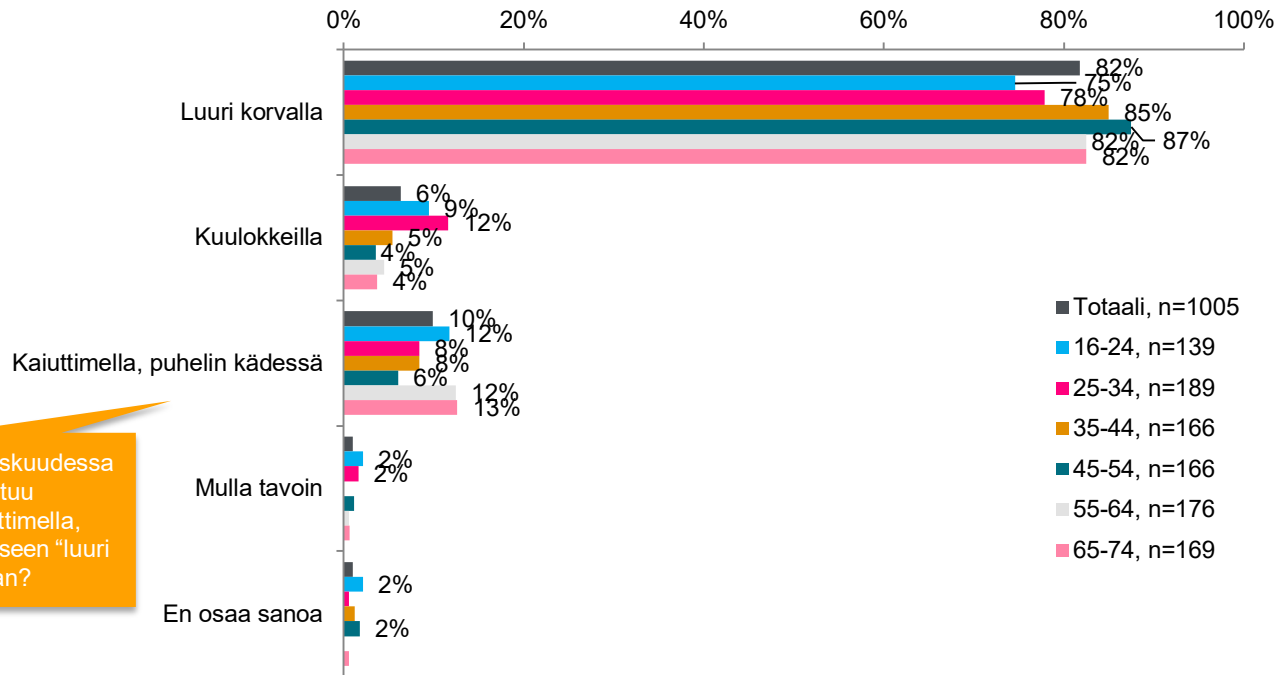
# Neljä viidestä puhuu puhelimeen tyypillisesti ”luuri korvalla”, mutta myös 10 % kaiuttimella

Millä tavalla puhut useimmiten puhelimeesi?



# Eri ikäiset puhuvat puhelimeen pääosin samalla tavalla ”luuri korvalla”

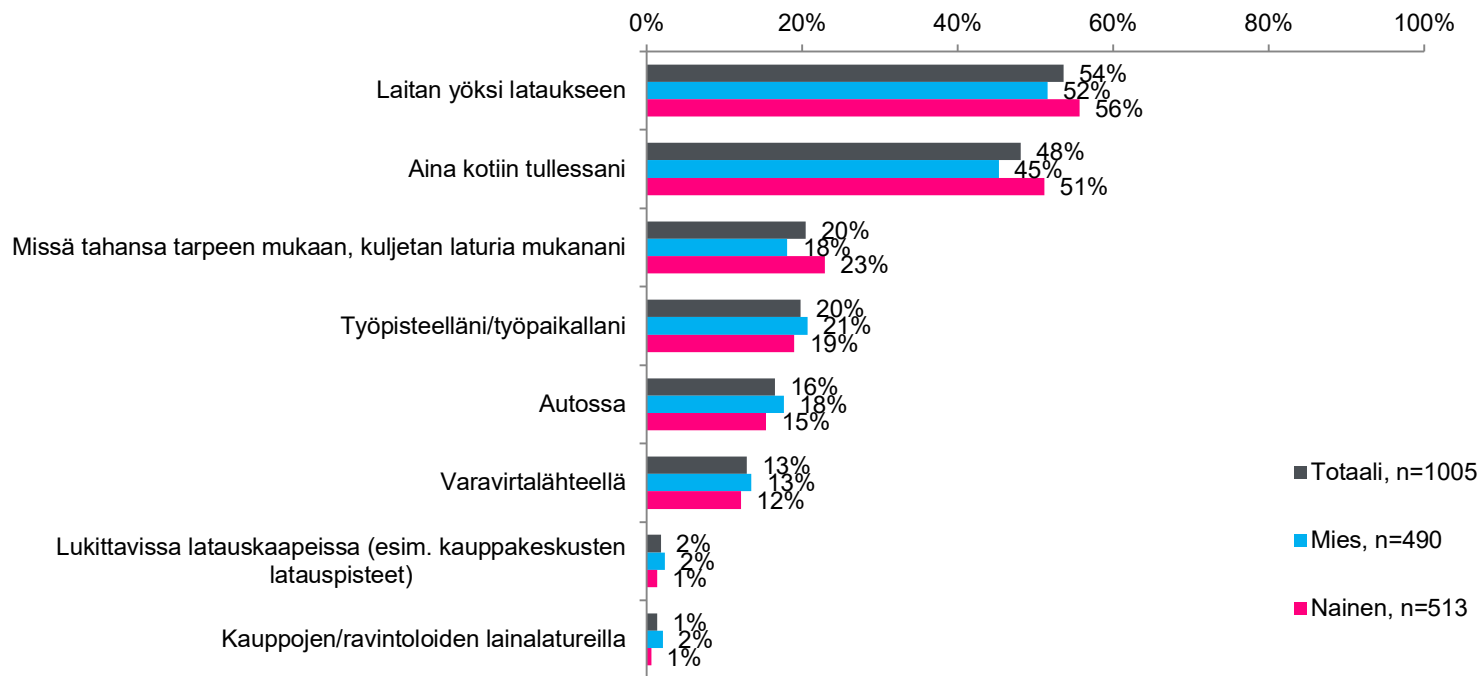
Millä tavalla puhut useimmiten puhelimeesi?



Huom, 55-74-vuotiaiden keskuudessa mahdollisesti sekoittuu vastausvaihtoehto ”kaiuttimella, puhelin kädessä” ns tavalliseen ”luuri korvalla” puhetapaan?

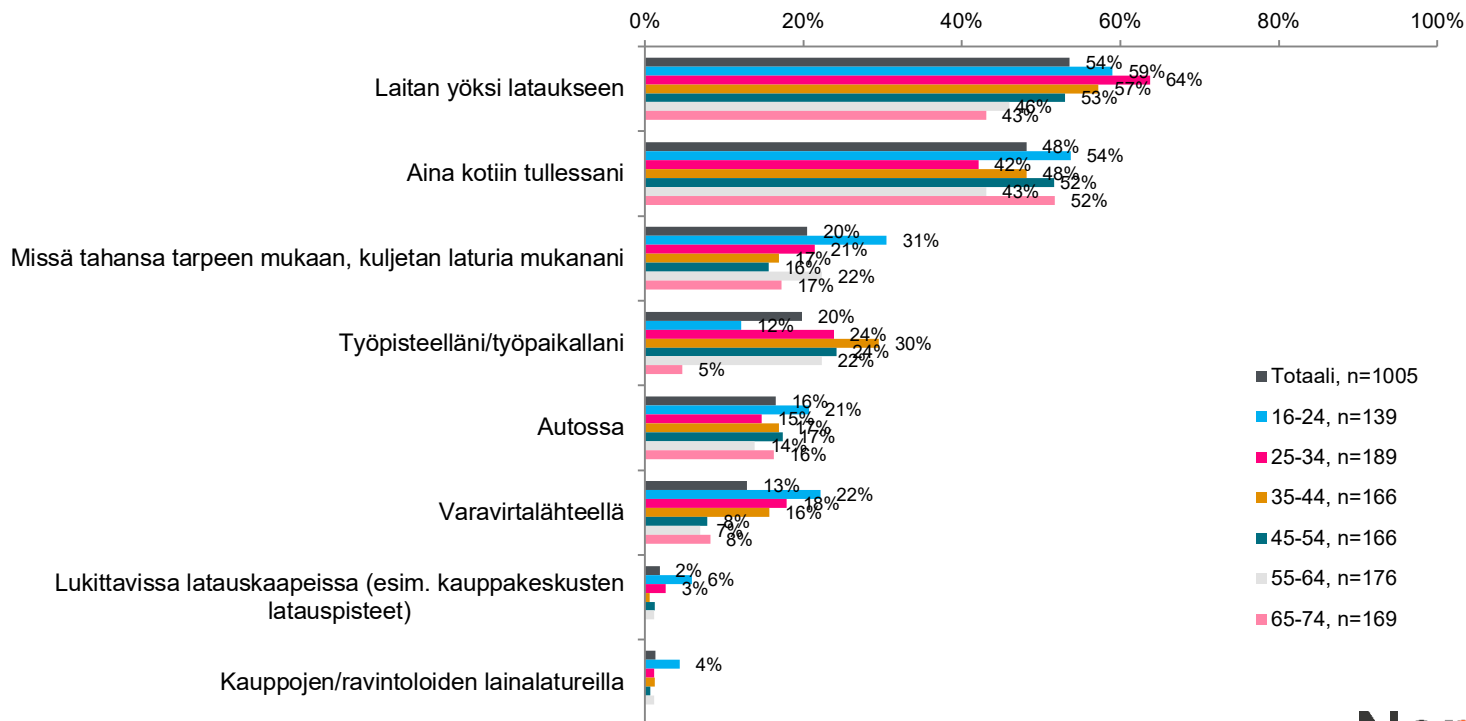
# Puhelinta ladataan tyypillisimmin yöllä ja myös aina kotiin tullessa

Millaisissa tilanteissa tyypillisesti lataat puhelintasi? Valitse kaikki sinua koskevat lataustavat.



# Puhelimen yölataus on tyypillisintä 25-34-vuotiailla ja 16-24-vuotiaat kuljettavat laturia mukanaan muita ikäryhmiä enemmän

Millaisissa tilanteissa tyypillisesti lataat puhelintasi? Valitse kaikki sinua koskevat lataustavat.



# Puhelimen tyypillisimmät lataustavat pysyneet samana edellisvuoteen nähden

Millaisissa tilanteissa tyypillisesti lataat puhelintasi? Valitse kaikki sinua koskevat lataustavat.  
(n=1005)

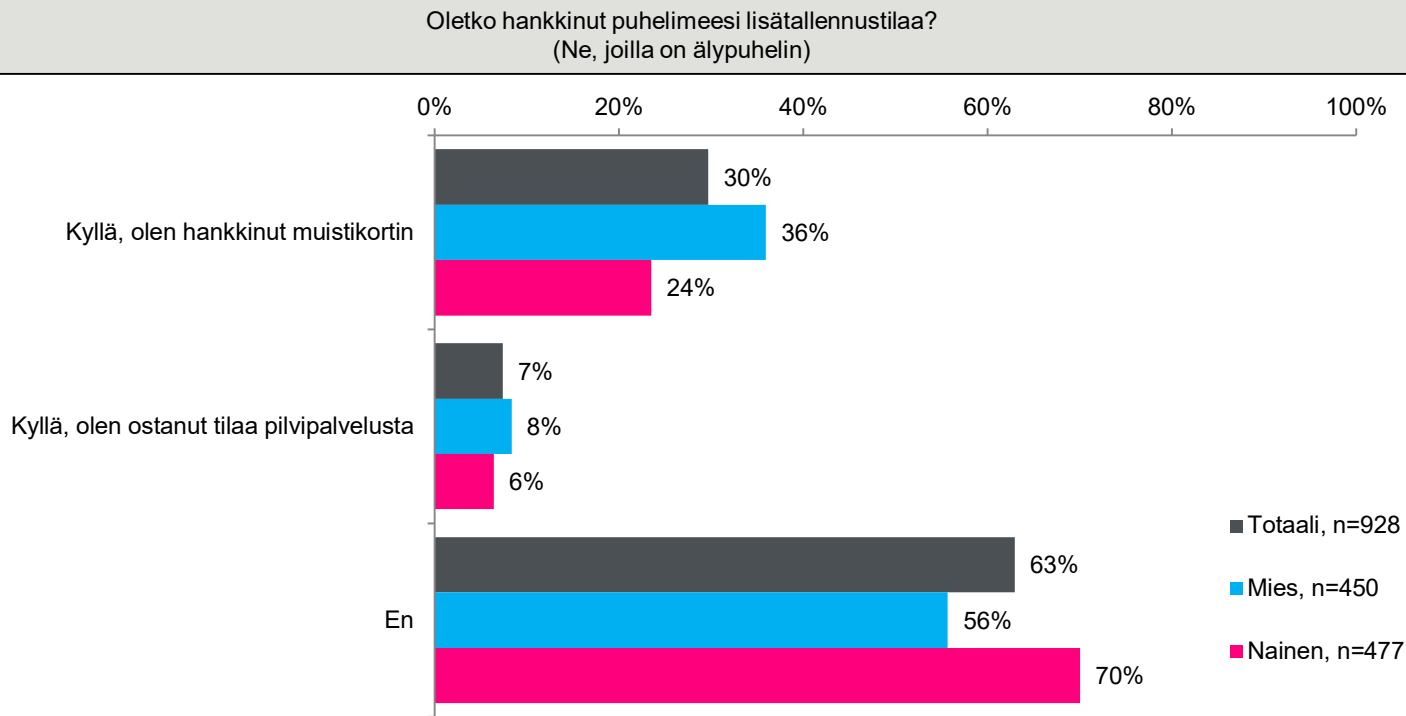
## Tyypillisimmät lataustavat 2019:

1. Laitan yöksi lataukseen
2. Aina kotiin tullessani
3. Missä tahansa tarpeen mukaan, kuljetan laturia mukani
4. Työpisteelläni/työpaikallani

## Tyypillisimmät lataustavat 2018:

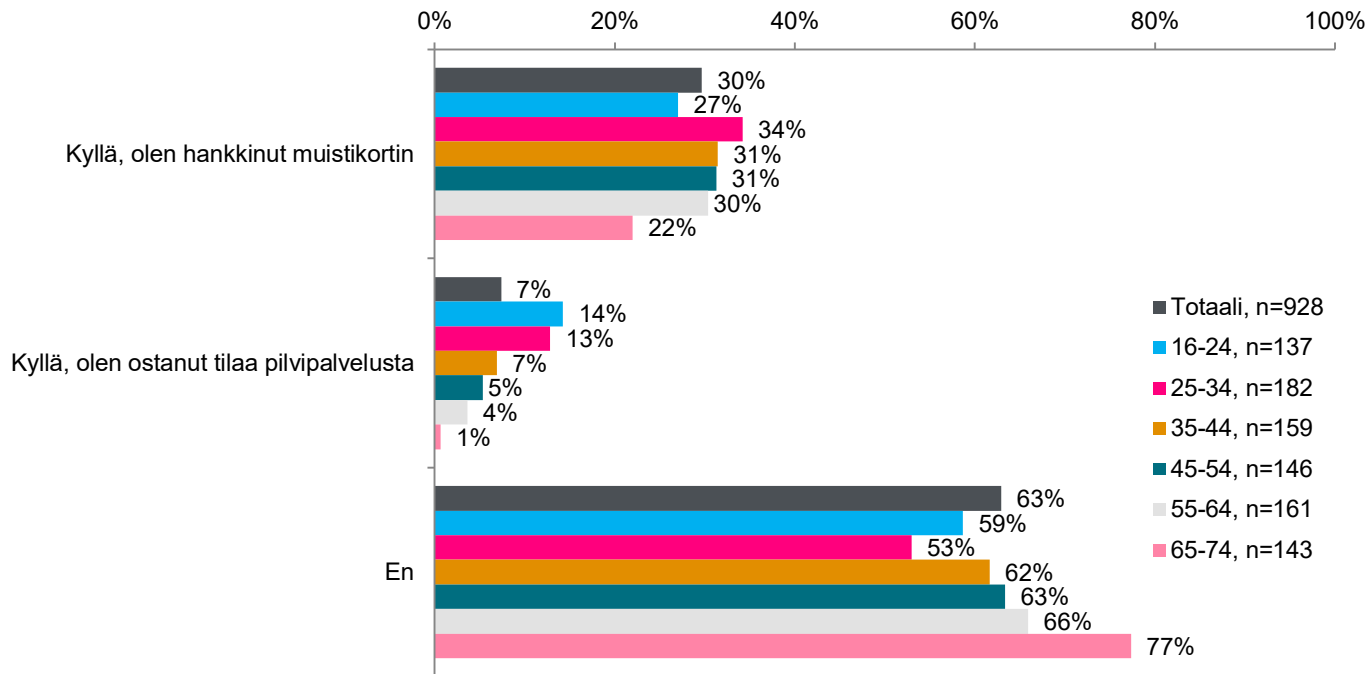
1. Laitan yöksi lataukseen
2. Aina kotiin tullessani
3. Missä tahansa tarpeen mukaan, kuljetan laturia mukani
4. Työpisteelläni/työpaikallani

# Muistikortin on puhelimeensa hankkinut 30 %, miehet hieman enemmän kuin naiset



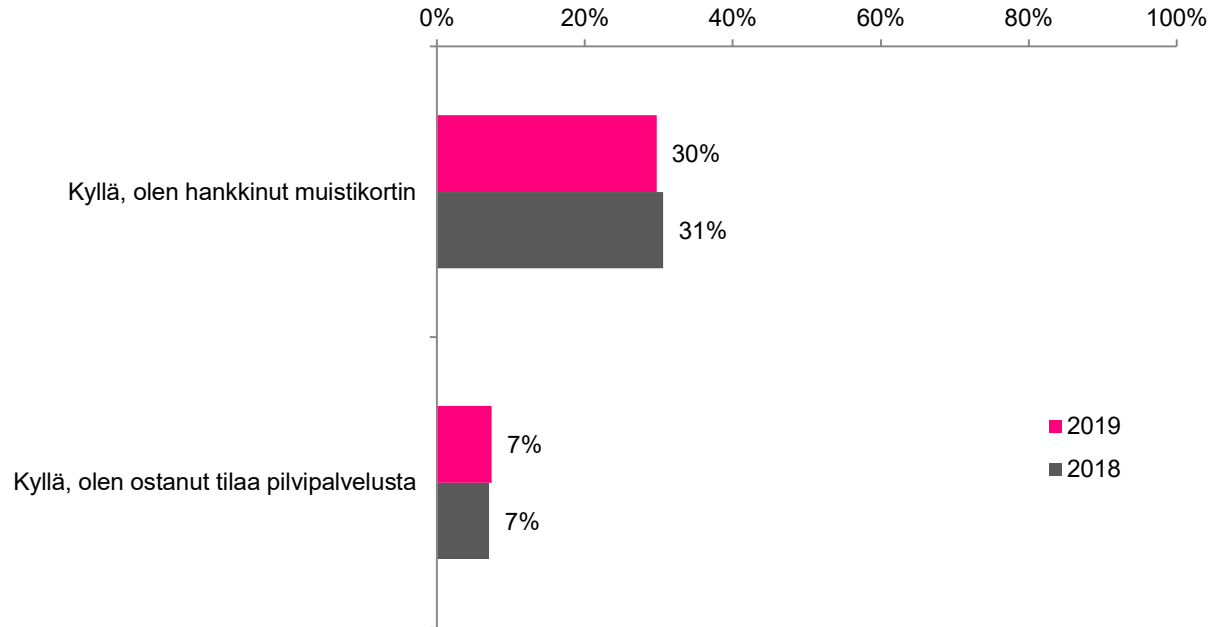
# 16-34-vuotiaat ovat ostaneet muita ikäryhmiä enemmän lisätilaa pilvipalvelusta

Oletko hankkinut puhelimeesi lisätallennustilaa?  
(Ne, joilla on älypuhelin)



# Muistikortin ja pilvipalvelun käyttö on pysynyt samalla tasolla kuin edellisvuonna

Oletko hankkinut puhelimeesi lisätallennustilaa?  
(Ne, joilla on älypuhelin, n=928)

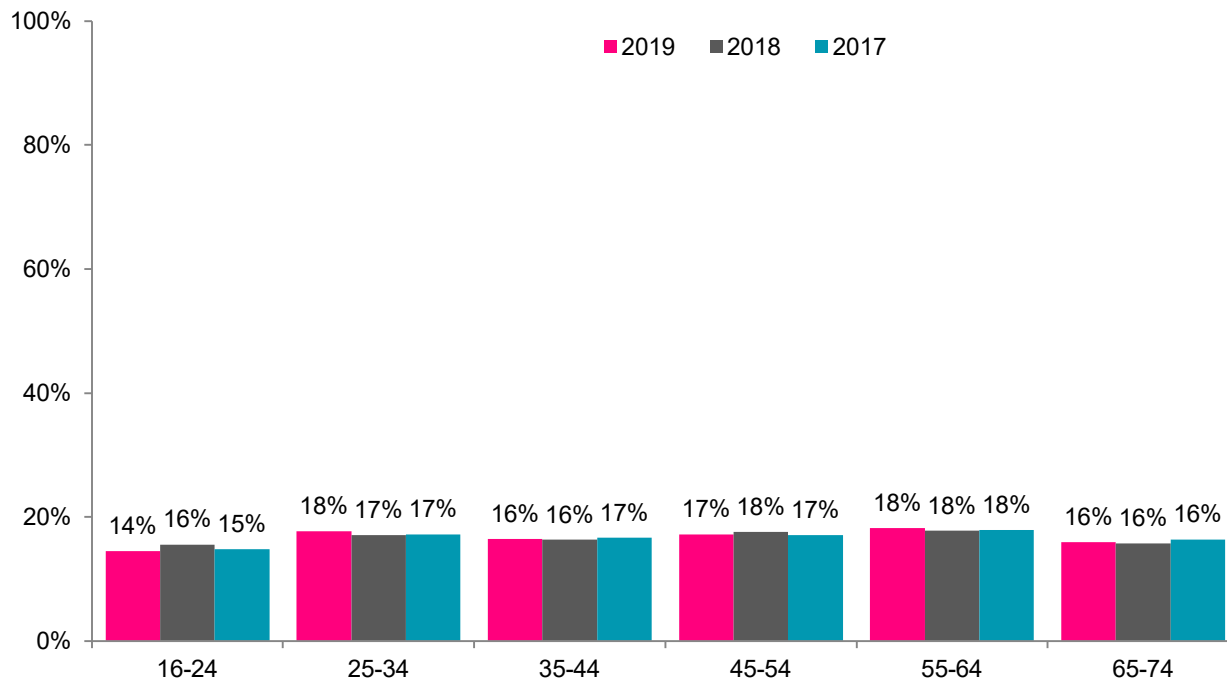


# Liite: Vastaajajoukon rakenne

---

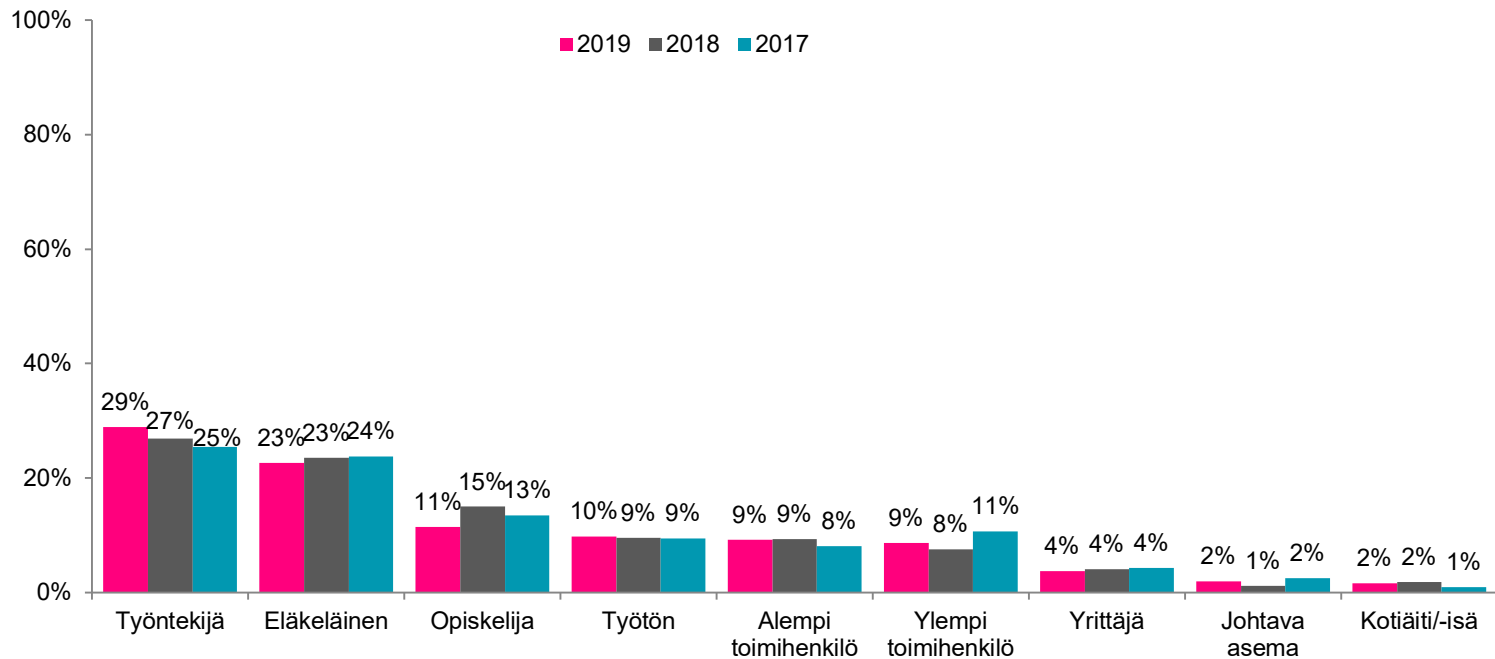
# Vastaajajoukon rakenne: Ikäryhmä

Kaikki vastaajat, 2019, n=1005



# Vastaajajoukon rakenne: Ammattiasema

Kaikki vastaajat, 2019, n=1005



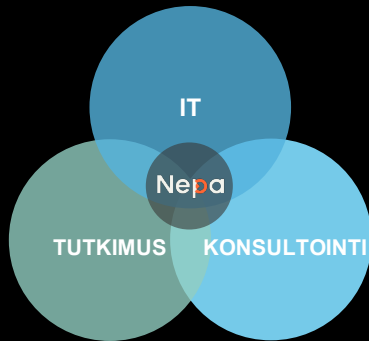
# Tutkimuksen toteuttajasta

---

- Perustettu 2006 Tukholmassa
- Yli 350 asiakasta, joille tehdään tutkimusta yli 55 eri maassa
- Toimistot: Tukholma, Kööpenhamina, Helsinki, Oslo, Lontoo, Mumbai ja New York
- Yli 300 työntekijää globaalisti, joista Suomen toimistossa 17 työntekijää
- ESOMAR-palkittu brand tracking, jota tehdään yli 140 kategorian osalta
- Listautui Nasdaq first north-pörssiin huhtikuussa 2016



Stockholm (HQ) – Oslo - Helsinki – Copenhagen – London – Mumbai – New York



Nepan vahvuus on markkinatutkimuksen, johdon konsultoinnin ja ohjelmistokehittämisen yhdistäminen



# Nepalla on laaja markkinatutkimuspaneeli, jonka hallinta toteutetaan tarkasti ESOMARin ohjeita seuraten ja varmoja tiedonkeruumenetelmiä käyttäen

Laaja tutkimuspaneeli, korkeat vastausprosentit ja alhainen poistuma



**Laaja tutkimuspaneeli**  
Tutkimuspaneelien verkosto, jossa yhteensä yli 80 000 vastaajaa Suomessa



**Vastausprosentti**  
30% - 65%



**Alhainen poistuma**  
0,03% - 0,2%

Monipuoliset panelistien rekryointimenetelmät edustavuuden varmistamiseksi



Hajautettu tiedonkeruu mahdollisen vinouman välttämiseksi



# Lisätietoa

DNA:n viestintä, puh. 044 044 8000, [viestinta@dna.fi](mailto:viestinta@dna.fi)

Nepa, Maris Tuvikene, Senior Analyst, puh. 040 7742 508, [maris.tuvikene@nepa.com](mailto:maris.tuvikene@nepa.com)

**Kiitos!**