

ÅLANDS
STATISTIK
OCH
UTREDNINGSBYRÅ

Medievanor på Åland 2020

Januari 2021



Syfte och metod

- Underlag för utveckling av Ålands Radio och TV samt för utformning av landskapets framtida mediepolitik
- Till viss del uppföljning av studie 2009
- Urval: 13-80 år bosatta på Åland
- Svarsfrekvens 51 % (508 svar)

Innehåll

- Övergripande medievanor
- Radiolyssnande inkl. Ålands Radios programutbud
- TV-tittande inkl. Ålandskanalen
- Internetvanor inkl. Ålands Radio och TVs webbplats
- Nyhetskonsumtion
- Källor för nyheter/information kring covid-19

Förändrat medielandskap

Nya plattformar, medieformer och aktörer



traditionell
lokal



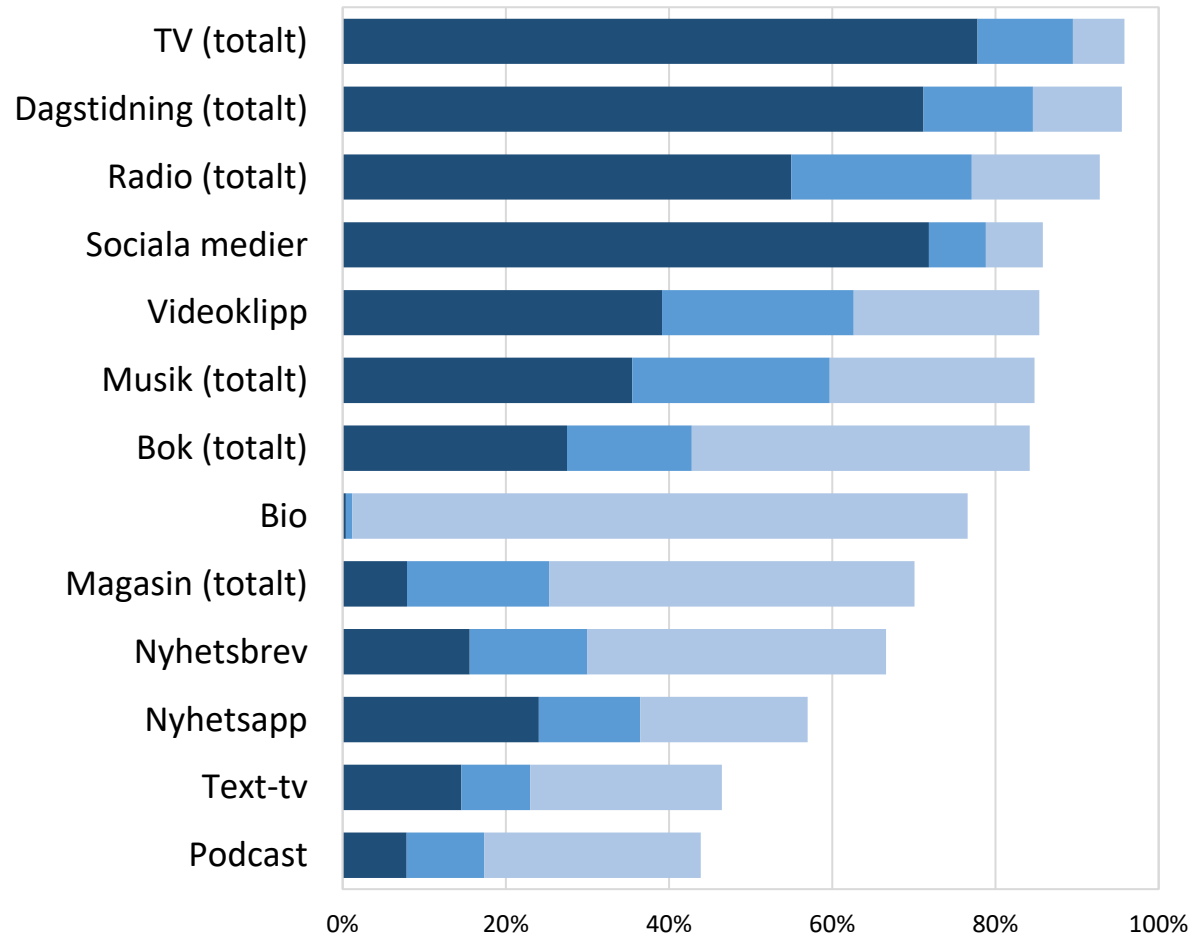
digital
global



Övergripande mediekonsumtion

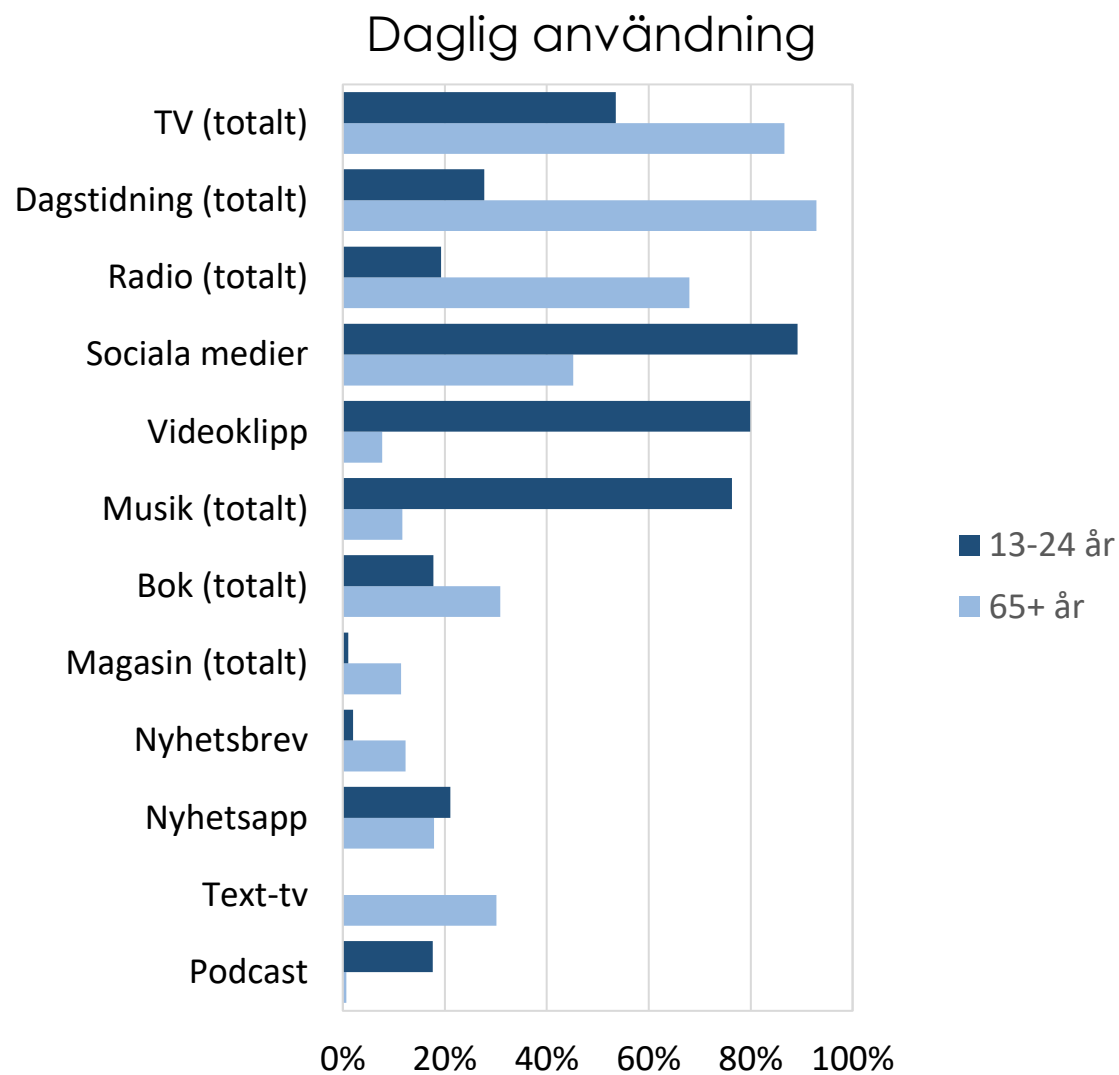


Övergripande mediekonsumtion



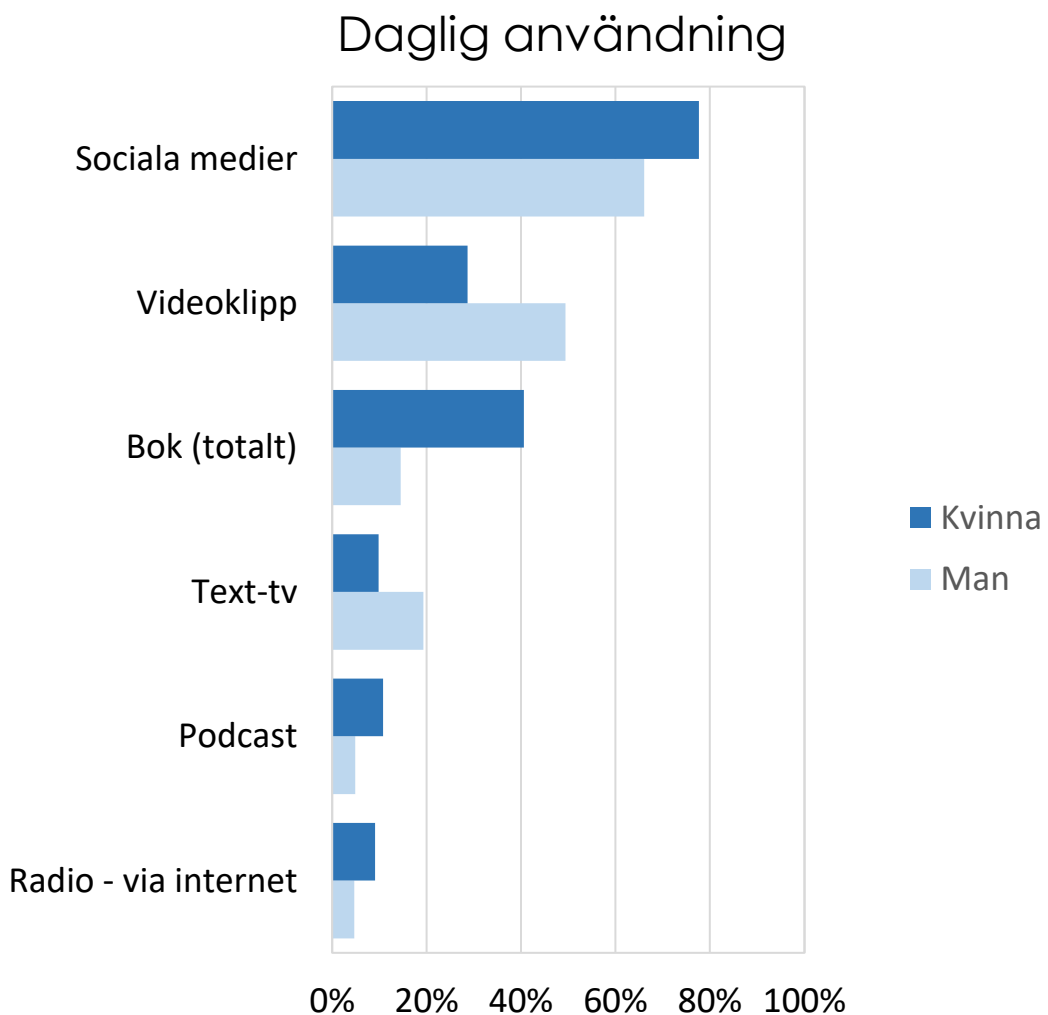
- "Totalt" avser både traditionell och digital version av mediet
- Traditionella medieslag fortfarande vanligast men utmanas av sociala medier

Mediekonsumtion – en generationsfråga



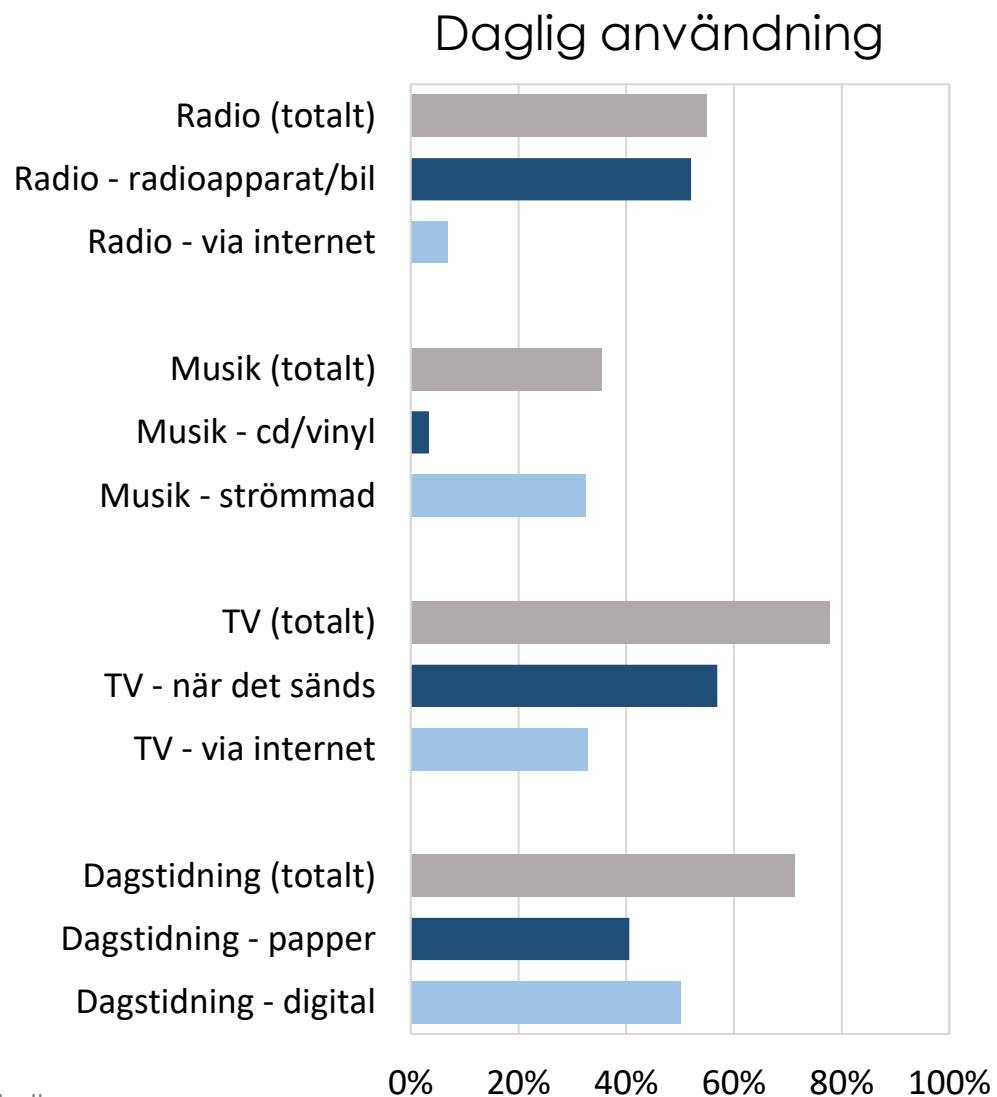
- Den yngsta åldersgruppen dagliga mediekonsumtion domineras av sociala medier, videoklipp och musik
- Den äldsta åldersgruppen använder främst dagstidning, TV och radio

Mediekonsumtion – efter kön



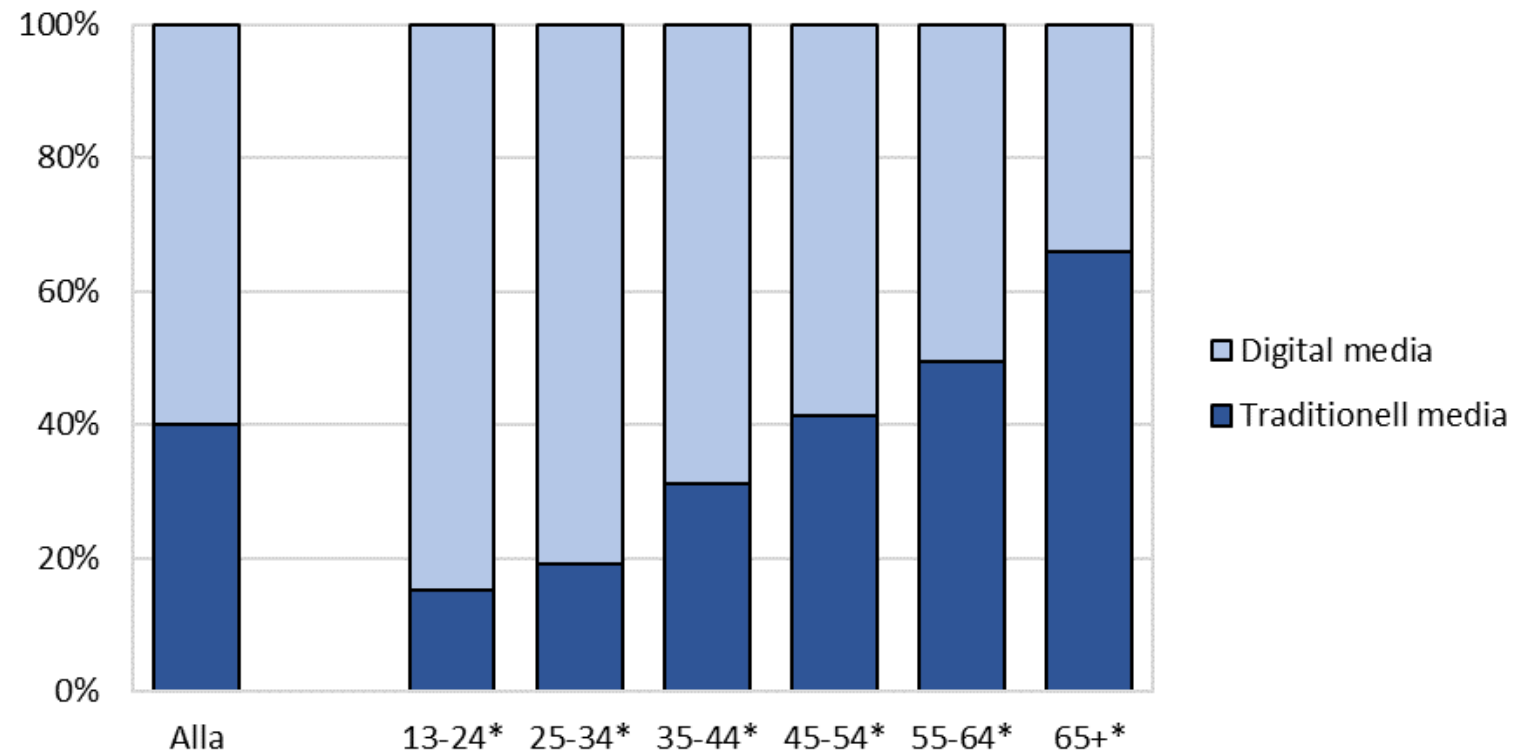
- Visar de medier där skillnader efter kön finns
- Kvinnor: sociala medier, böcker, podcast och digital radio
- Män: videoklipp och text-tv

Mediekonsumtion – traditionellt/digitalt



- Visar de fyra största dagliga medierna med både traditionell och digital version
- Radio i huvudsak traditionell
- Musik i huvudsak digital
- TV och dagstidning används både traditionellt och digitalt

Andel traditionella och digitala medier av den dagliga mediekonsumtionen



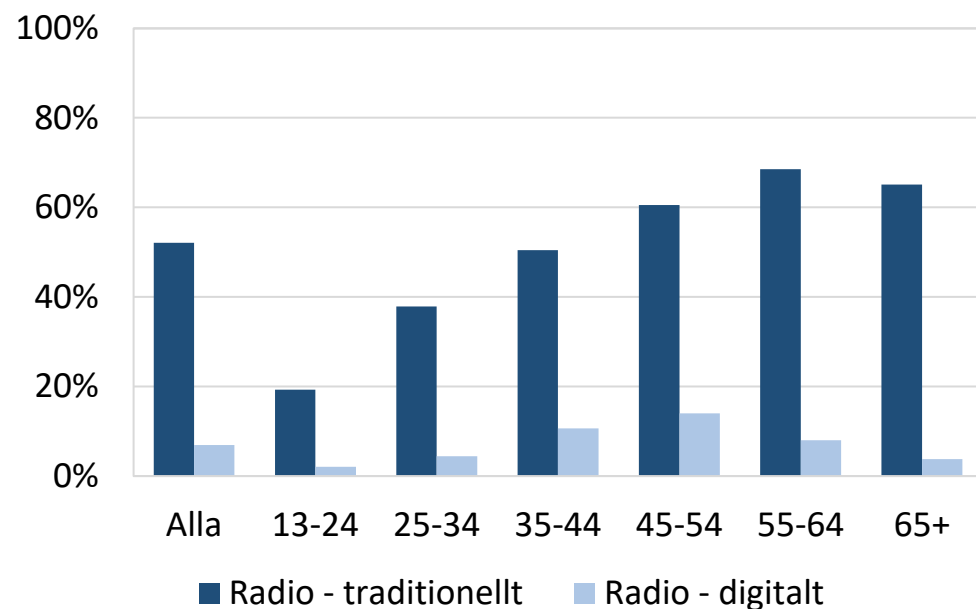
Radio- lyssnande



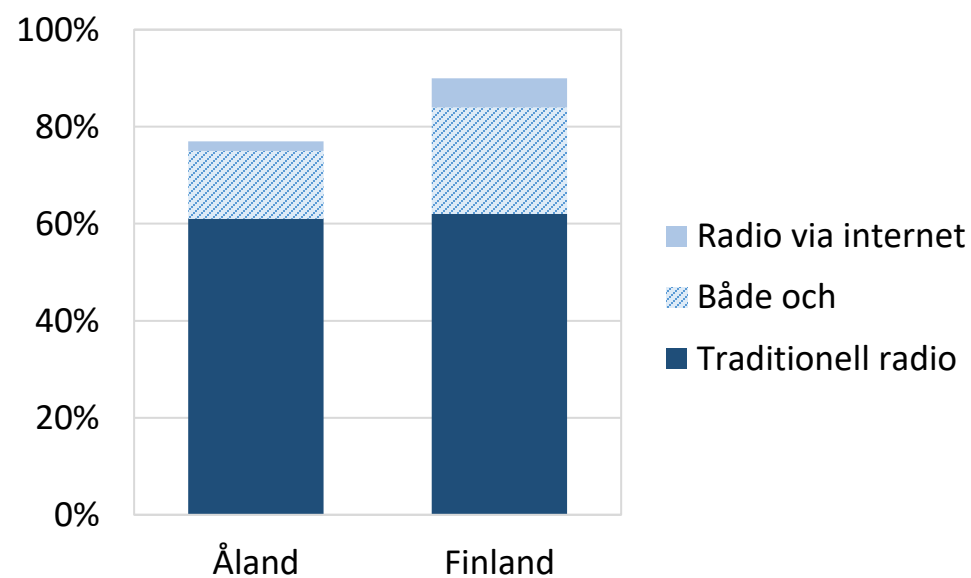
Radiolyssnande

- 93 % lyssnar totalt, 77 % varje vecka, 55 % dagligen
- Stor variation i åldrar
- Majoriteten lyssnar traditionellt (främst 35-54-åringar som lyssnar digitalt)

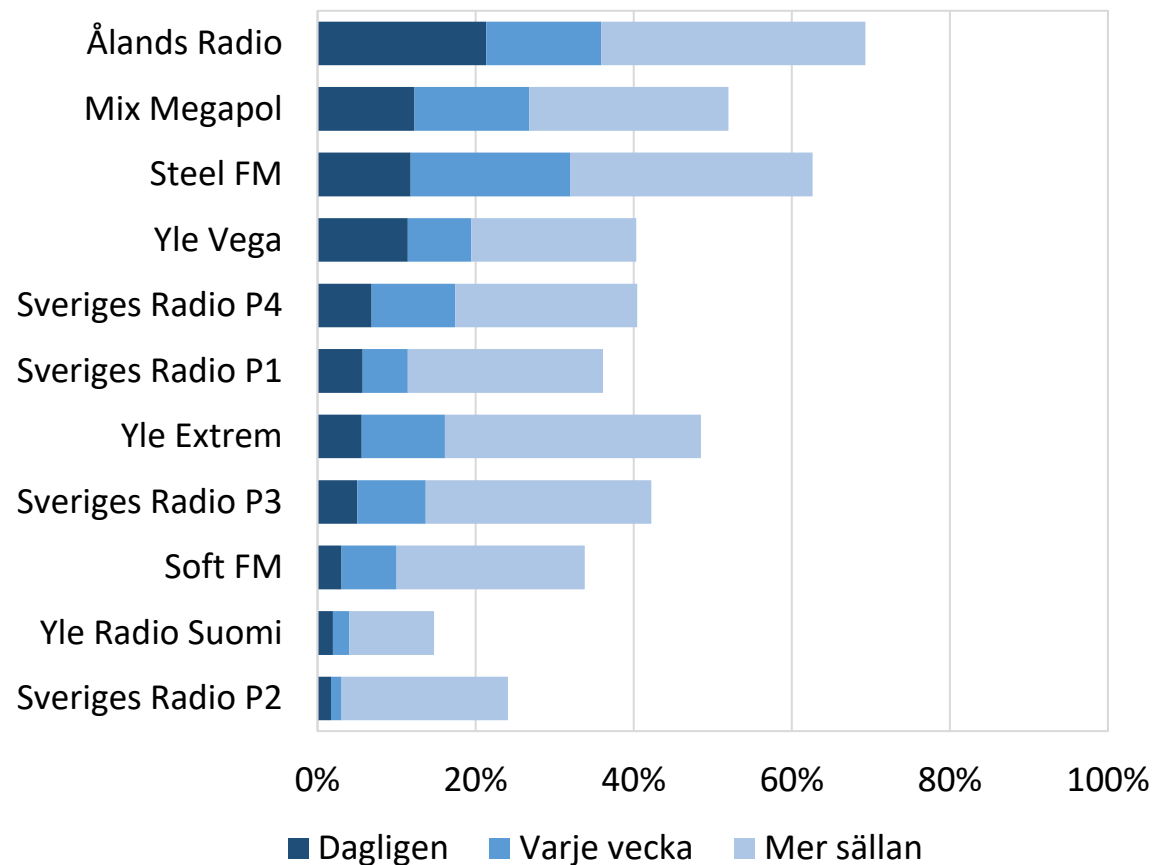
Åldersfördelning (daglig lyssning)



Jämförelse Finland (veckolyssning)



Radiokanalernas räckvidd

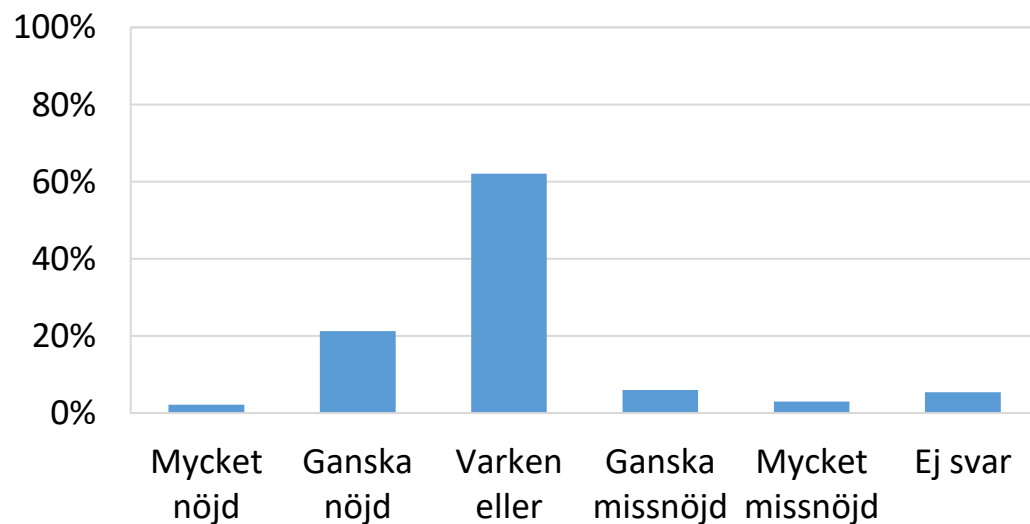


Radiokanalernas rangordning i princip oförändrad jämfört med 2009 års undersökning.

Inställning programutbud

- De flesta nöjda eller neutrala
- Delade åsikter kring sport och musik
- Mer djupgående reportage, dokumentärer, personporträtt och nyheter
- Mindre reprisar och mellanprat

"Jag tycker att Ålands Radio och TV börjar bli lite förlegad, man borde satsa mer på ungdomar/unga vuxna, likt P3 i Sveriges Radio. Majoriteten av alla unga vuxna lyssnar på podcasts och Ålands Radio borde hänga med i svängen."



Urval: de som lyssnar på Ålands Radio

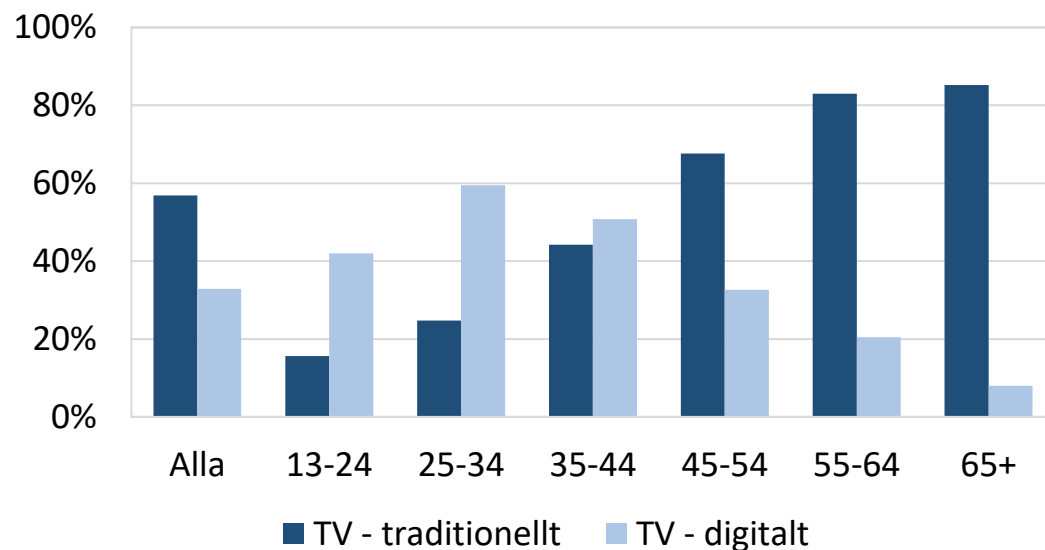
TV-
tittande



TV-tittande

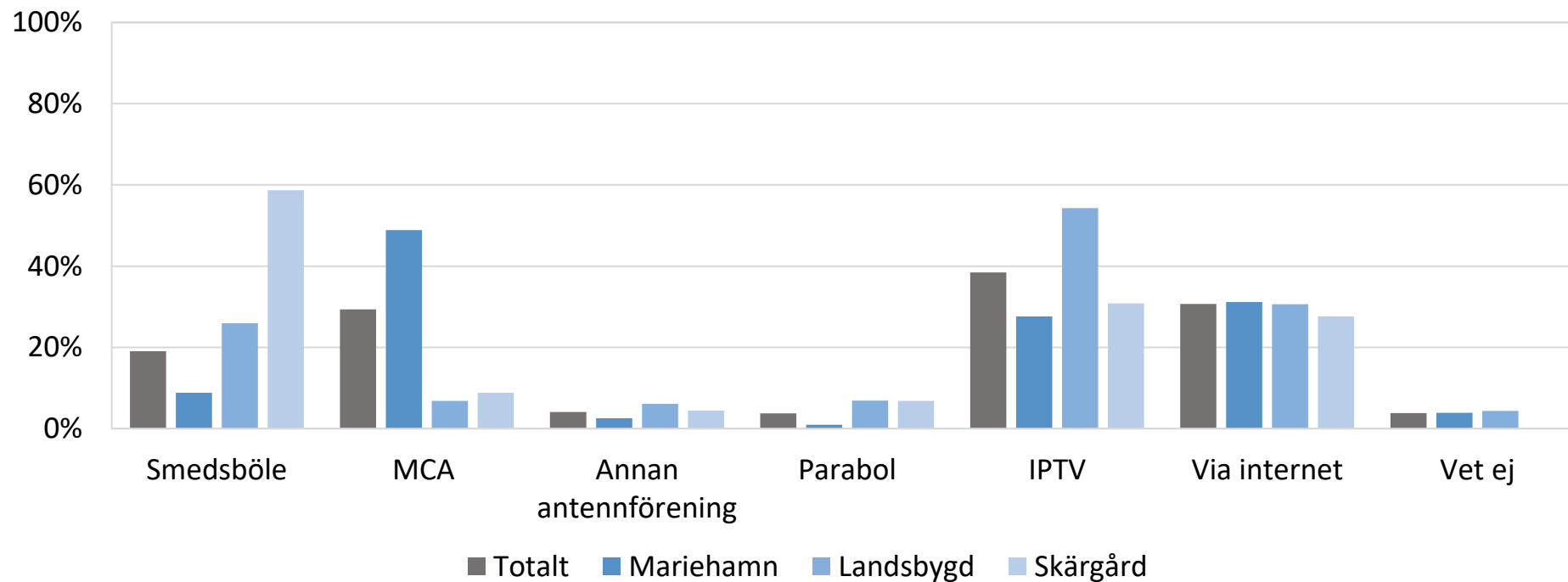
- 96 % tittar totalt, 90 % varje vecka, 78 % varje dag
- Stor variation i format och tittarandel efter ålder
- Generellt lägre andel digitalt tittande på Åland än i Sverige, troligen pga bristen på tillgång till utbudet på de svenska kanalernas playtjänster

Åldersfördelning (dagligt tittande)

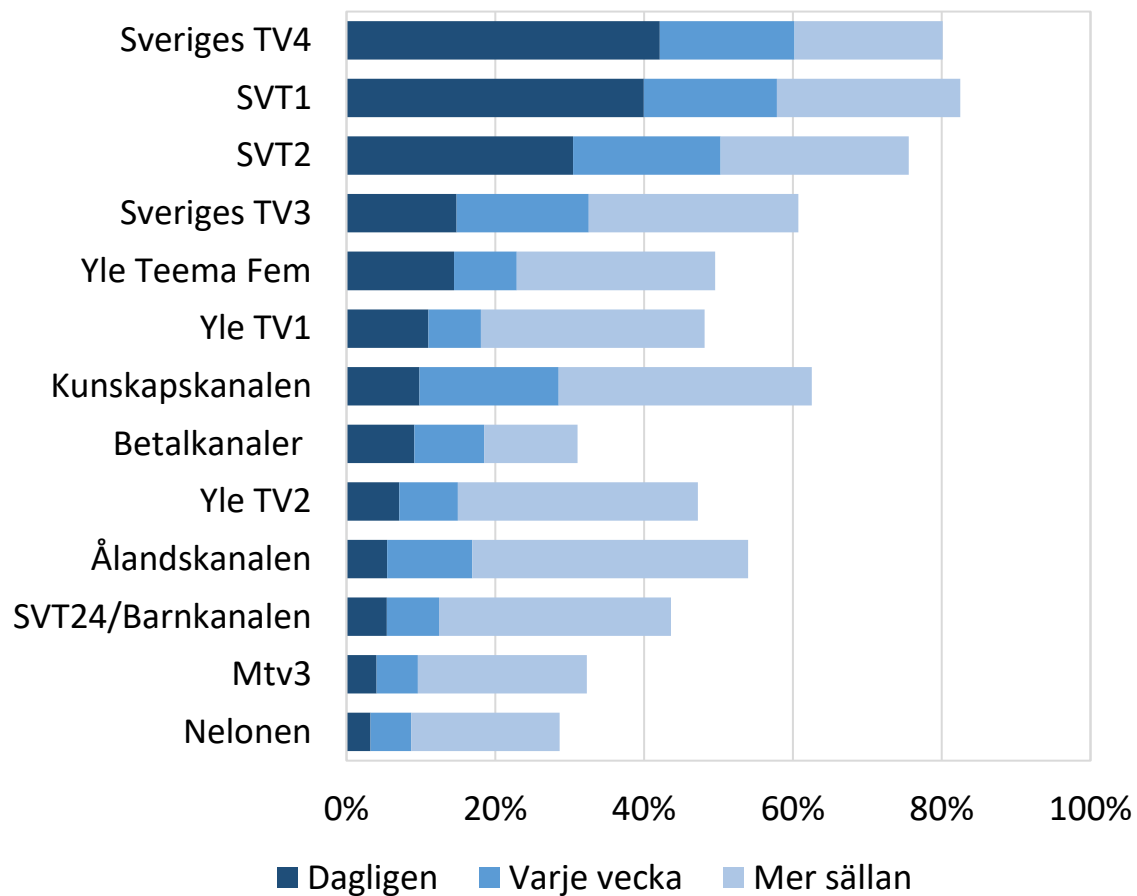


Tillgång till kanaler

- Förflyttning från Smedsböle och antennföreningar till internet & IPTV



TV-kanalernas räckvidd

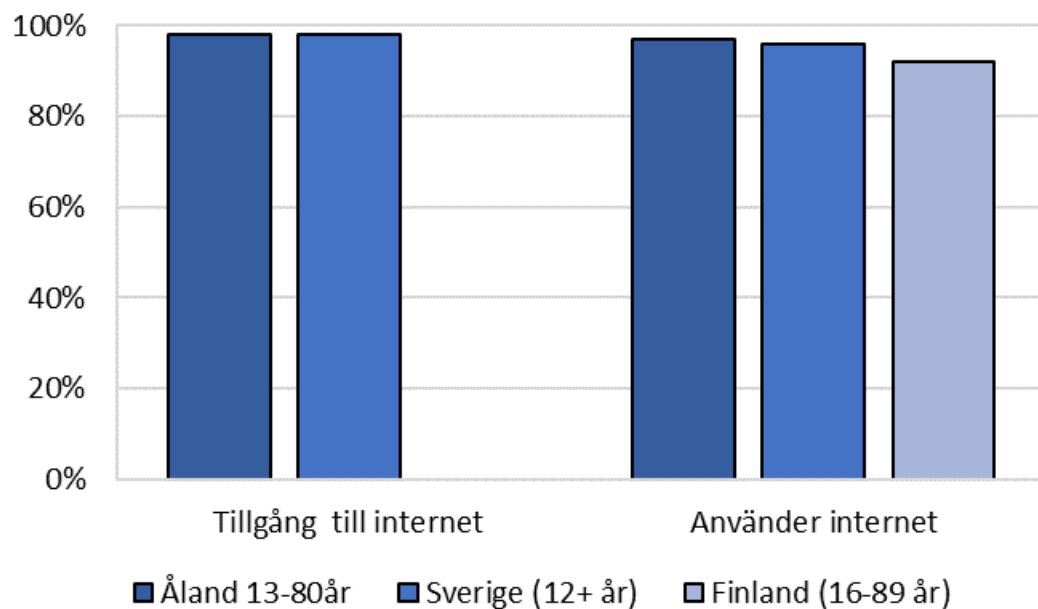


TV-kanalernas rangordning i princip oförändrad jämfört med 2009 års undersökning, dock har Ålandskanalen fått en lägre position.

Internet- vanor

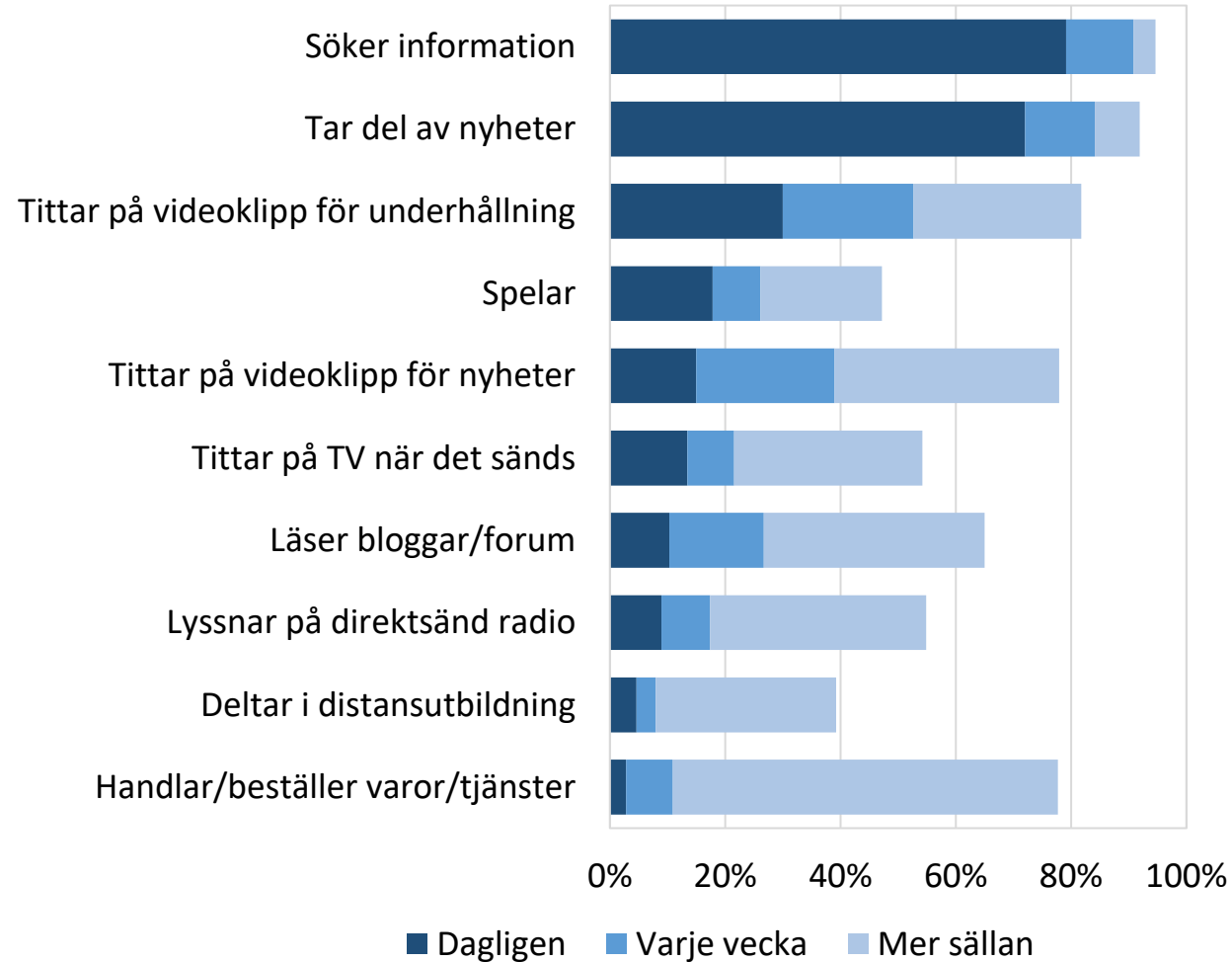


Internettillgång och -användning

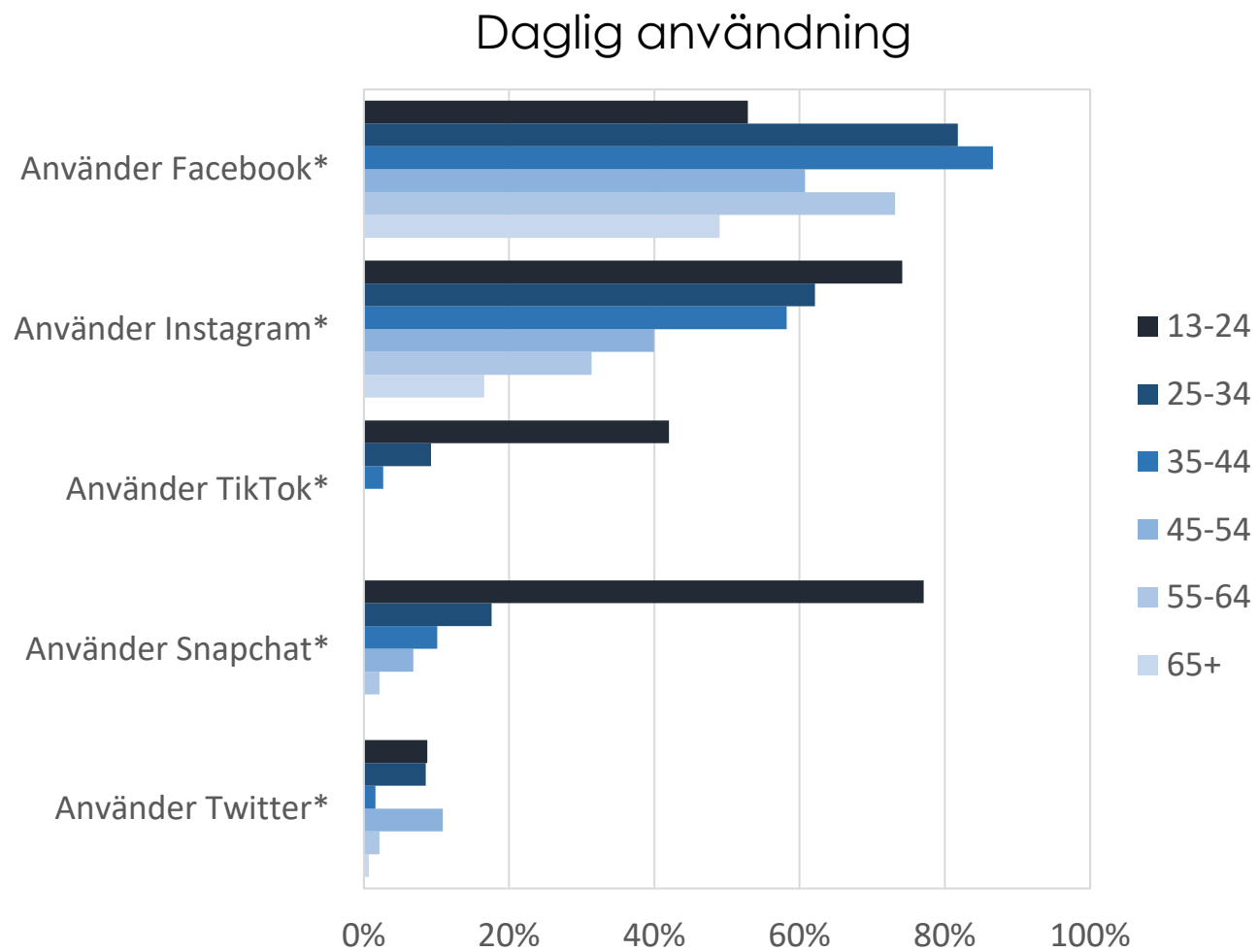


- 98 % har tillgång till internet
 - 82 % i åldersgruppen 75+
- 97 % använder internet
 - 73 % i åldersgruppen 75+
- Digitalt utanförskap

Aktiviteter på internet

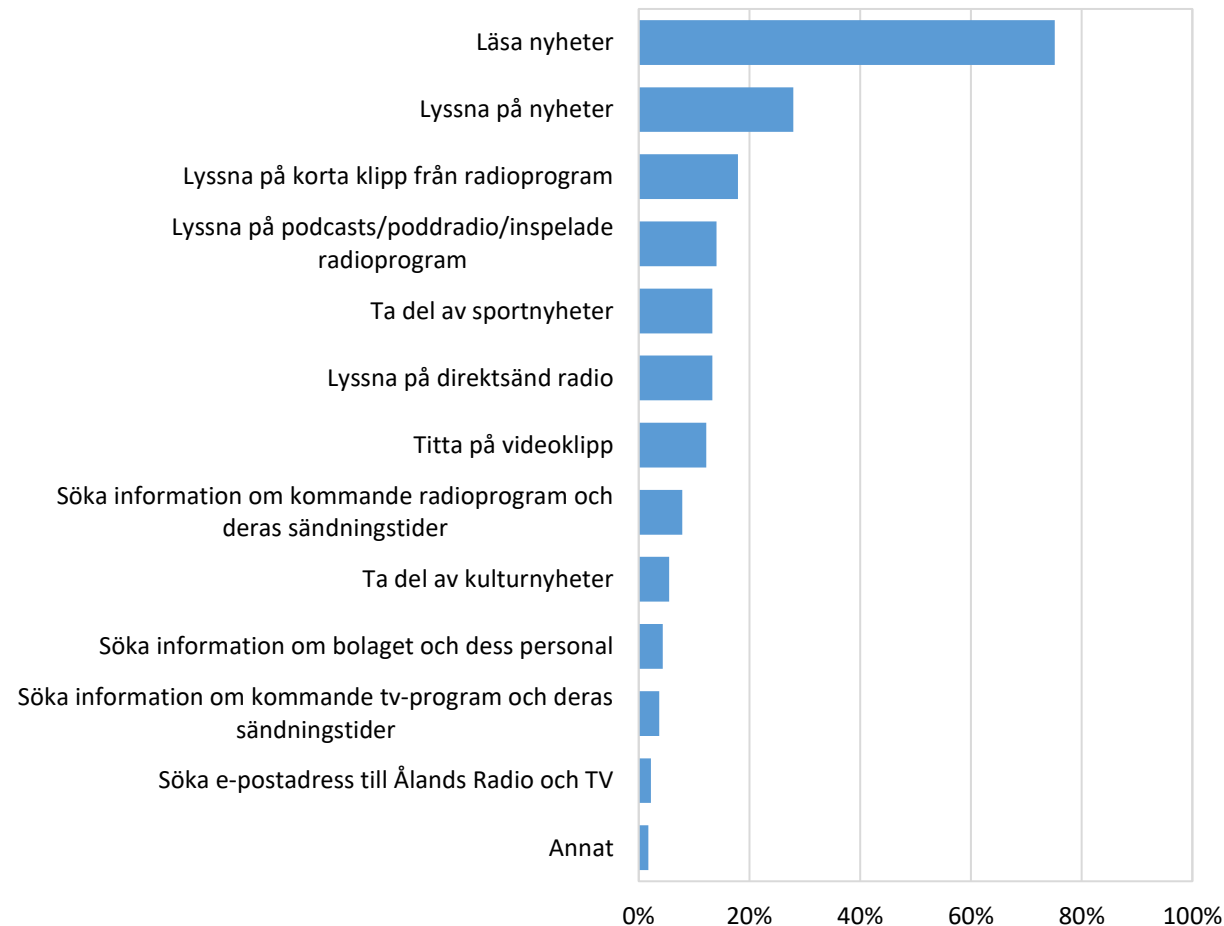


Sociala medier



Ålands Radio och TVs webbplats

Syfte med besök

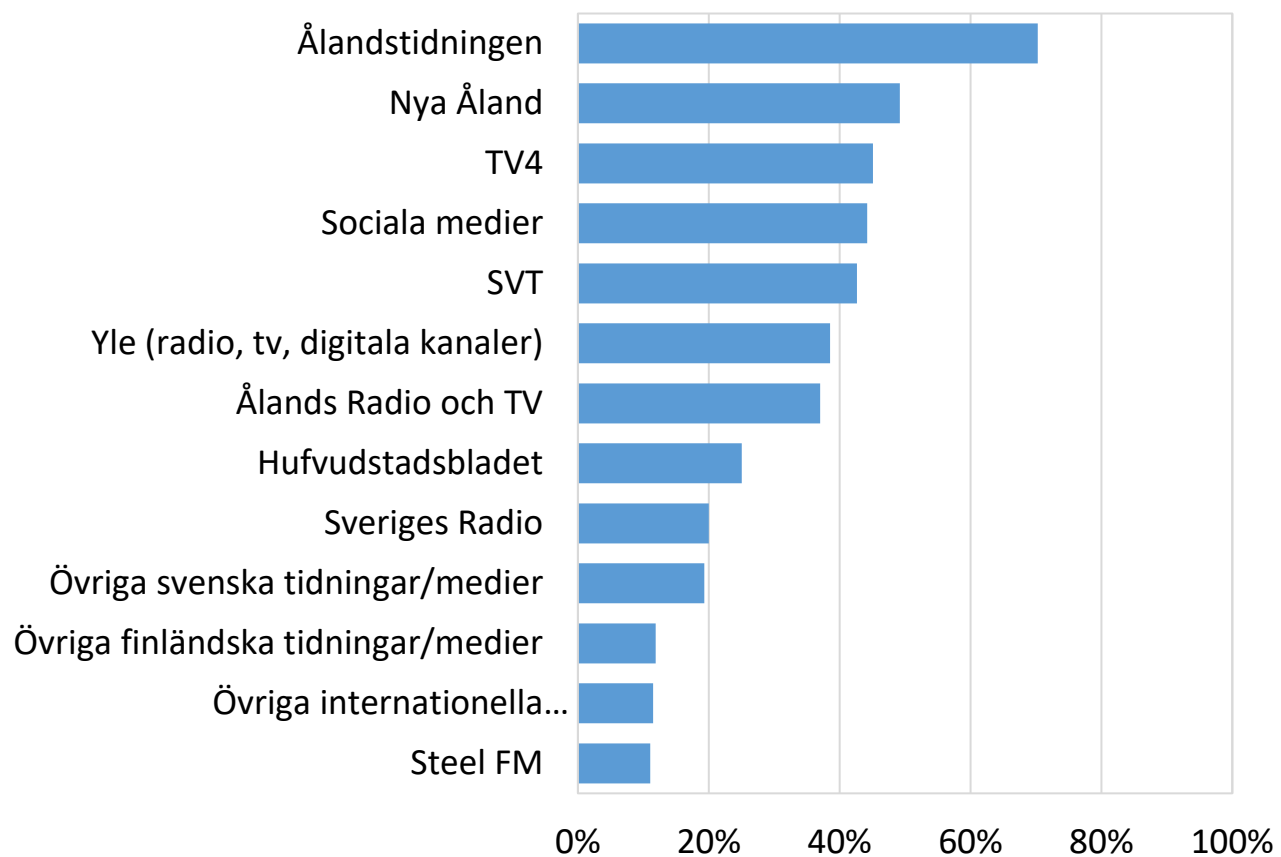


- Hälften av alla svarande besöker webbplatsen någon gång
- En tredjedel besöker varje månad (35-54 år mest, 13-24 år minst)
- Främsta syftet: läsa nyheter
- 65 % upplever det lätt att hitta, endast 4 % svårt
- Önskar:
 - Utförligare nyheter i text
 - Bättre webbspelare
 - Bättre arkiv

Nyhets- konsumtion



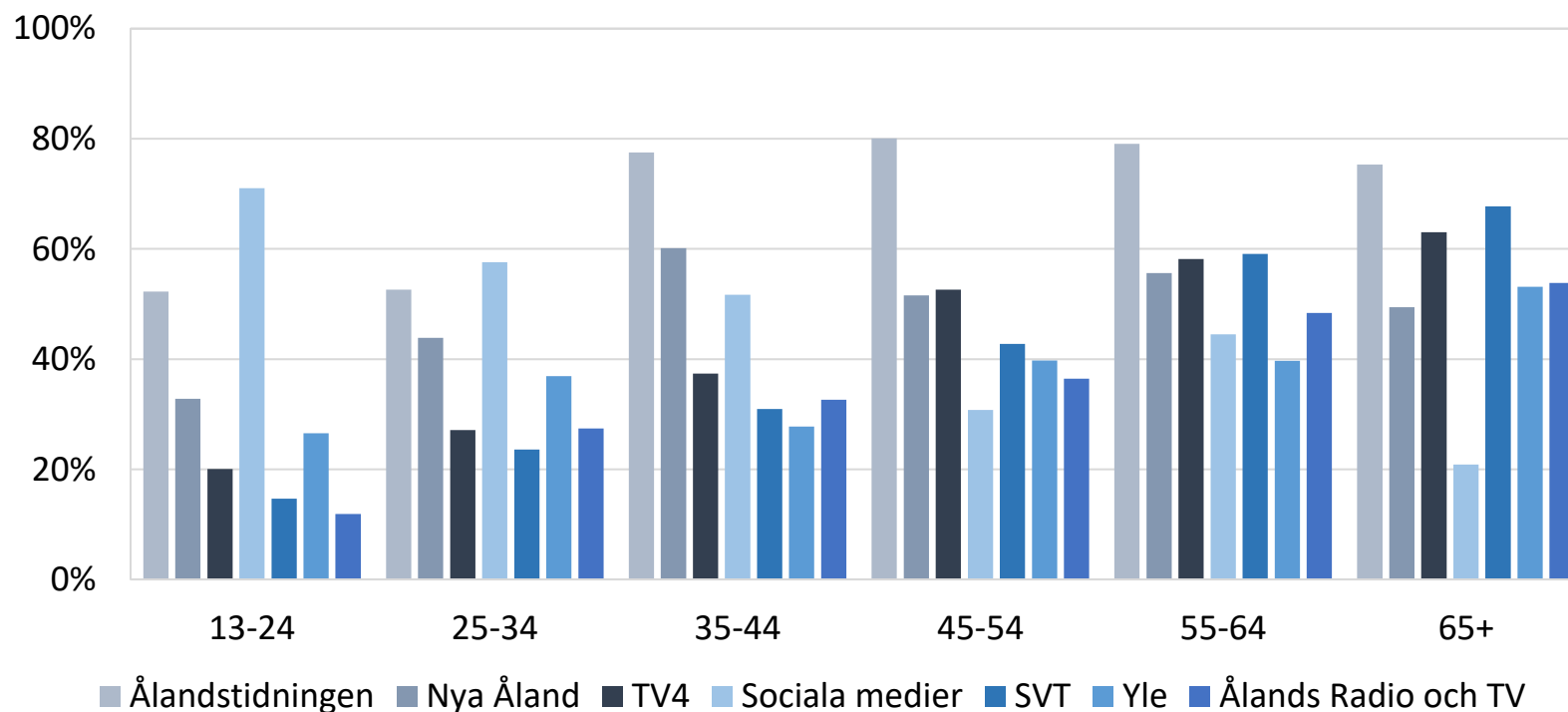
Dagliga nyhetsmedier



Dagliga nyhetsmedier

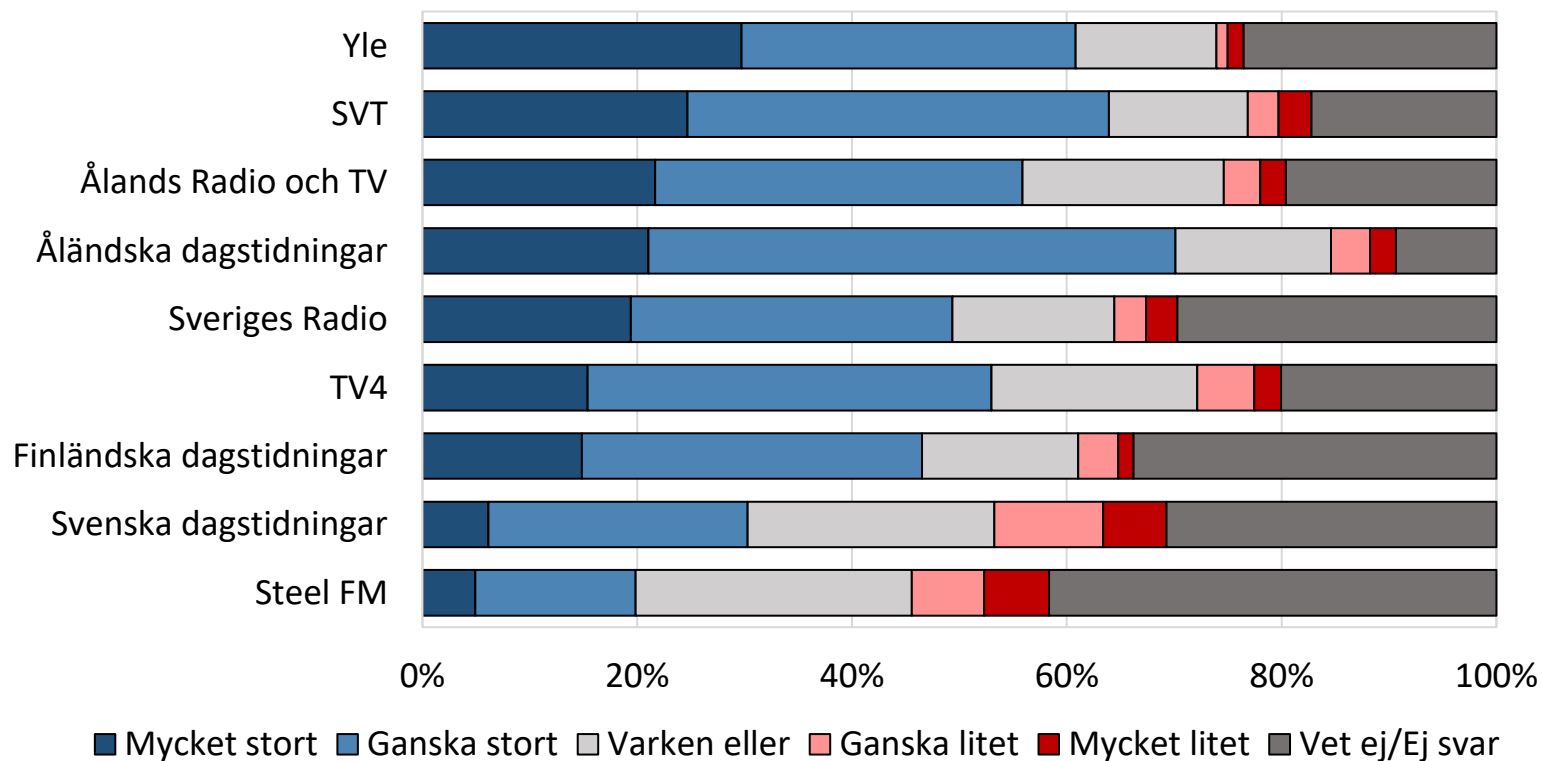
- 13-34 år: sociala medier och dagstidningar
- 45-64 år: dagstidningar och TV
- 65+ år: dagstidningar, TV och radio

"Det sättet jag följer nyheter på är genom Ålands Nyheter på Facebook och där dyker det upp nyheter från Ålands Radio titt som tätt."



Förtroende nyhetsmedier

- Starkast förtroende för Yle, men högst totalt förtroende för de åländska dagstidningarna
- Förtroendet för ÅRTV högre bland kvinnor och lägre i 25-34 år.



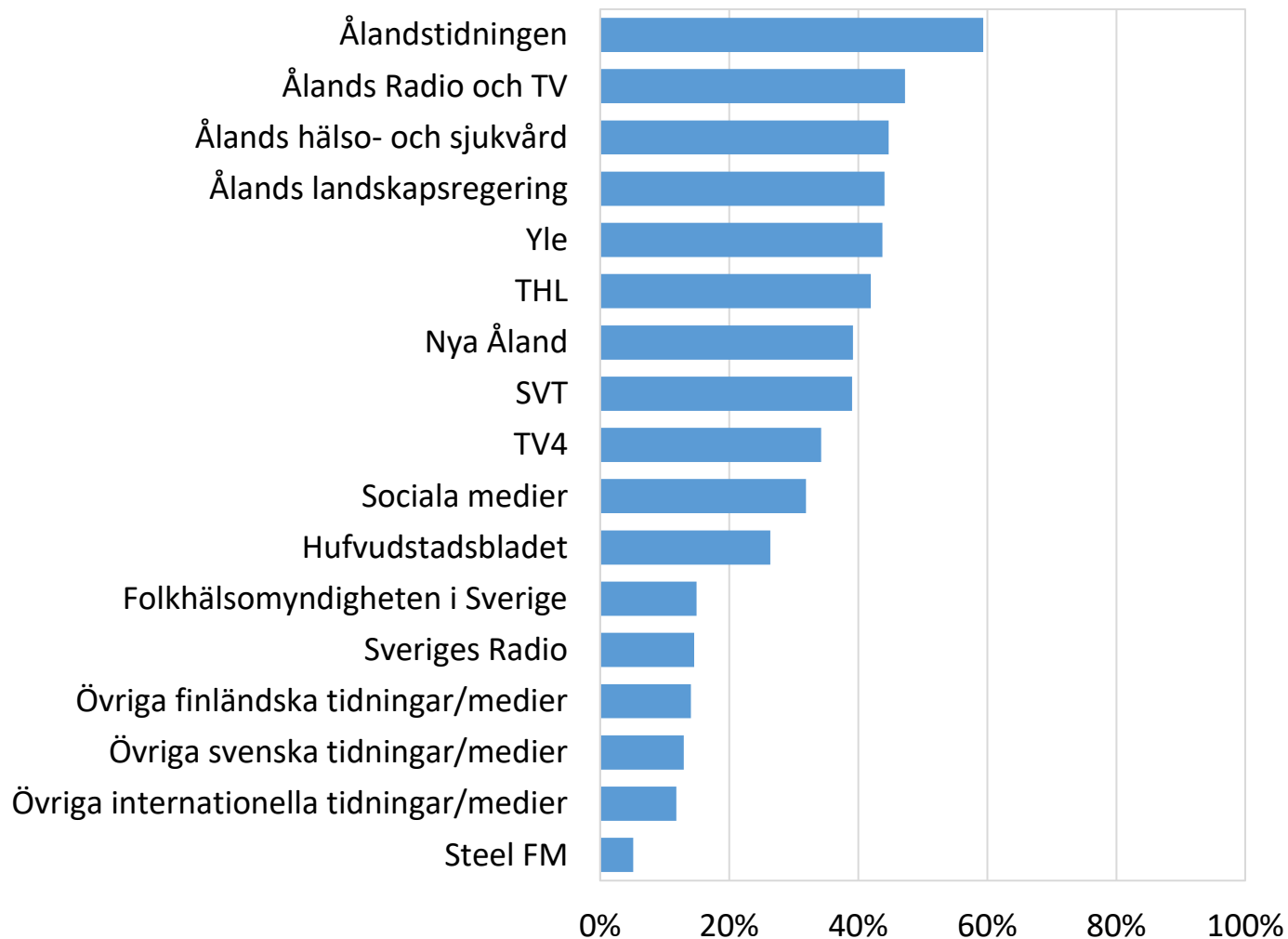
Information kring covid-19



Information kring covid-19

- Nyhetskonsumtion ökat i Finland och Sverige under pandemin
 - Finland: TV, dagstidningar och sociala medier ökade mest
 - Sverige: public serviceföretagens, TV4:s och morgontidningarnas nyhetssajter samt nationell radio ökade mest
- Ålands Radio och TVs webbplats
 - Antal besök per månad ökat med drygt 70 % (2020 vs 2019)
 - Mars 2020 tredubblades antalet besök jämfört med mars 2019

Källor för information/nyheter kring covid-19



Urval: alla

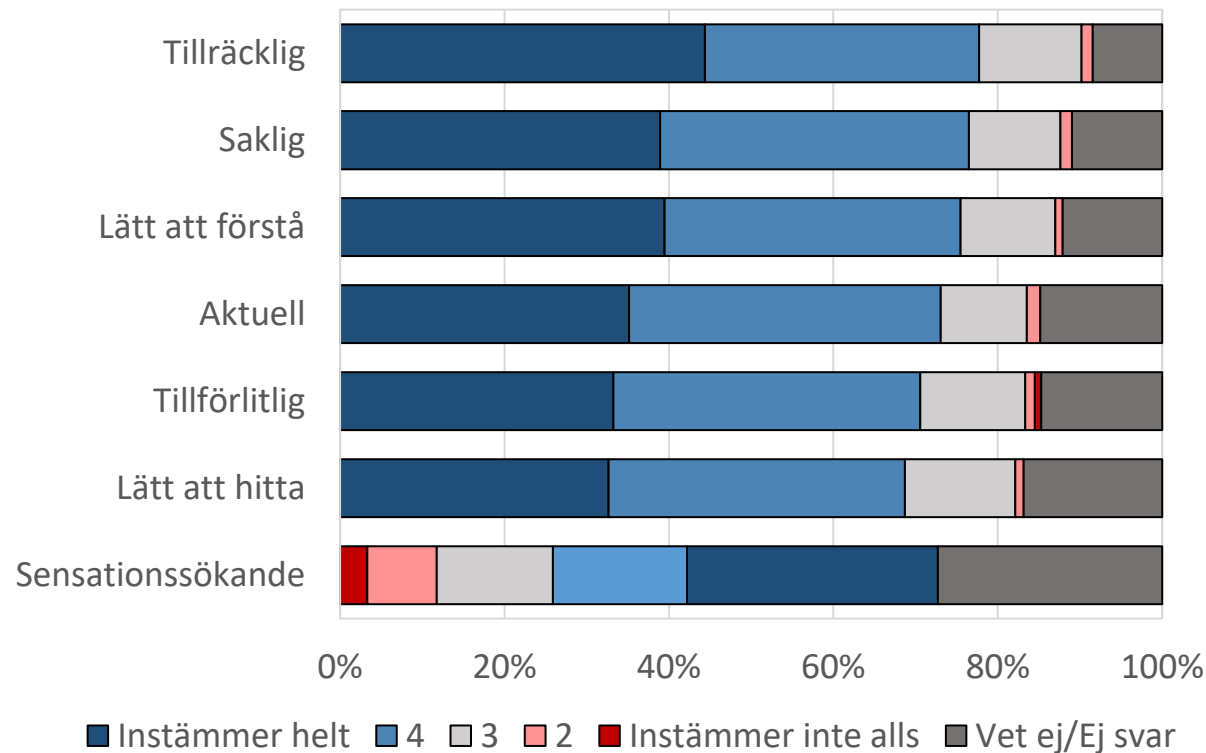
Jämfört med den vanliga nyhetskonsumtionen:

- Ålandstidningen fortsatt den största nyhetskällan
- Ålands Radio och TVs position förstärkts i samtliga åldersgrupper, främst i 13-24 år
- Finländska medier förstärkt position

Största medier efter ålder:

- 13-24: sociala medier
- 35-44 år: de åländska dagstidningarna
- 65+ år: ÅRTV, Yle, SVT samt Ålandstidningen

Inställning till ÅRTVs rapportering kring covid-19



Överlag mycket positiv inställning:

- 70-80 % instämmer helt eller delvis i de påståenden som klassas som positiva
- Endast 12 % anser att rapporteringen varit sensationssökande

Tack för visat
intresse!



www.asub.ax



www.facebook.com/AASUB