



Hallituksen politiikkaohjelmat  
Tietoyhteiskunta



# Suomi verkossa –kampanjan työpaja

Säätytalolla 7. kesäkuuta 2005,  
Klo. 12.30-16.00



# **Suomi verkossa –kampanjan työpaja**

**7.6.2005**

**Kansalaisten  
tietoyhteiskuntavalmiudet  
tilastojen valossa**

**Päivi Mutanen-Pirtilä**





## Opastusta tarvitsevat:

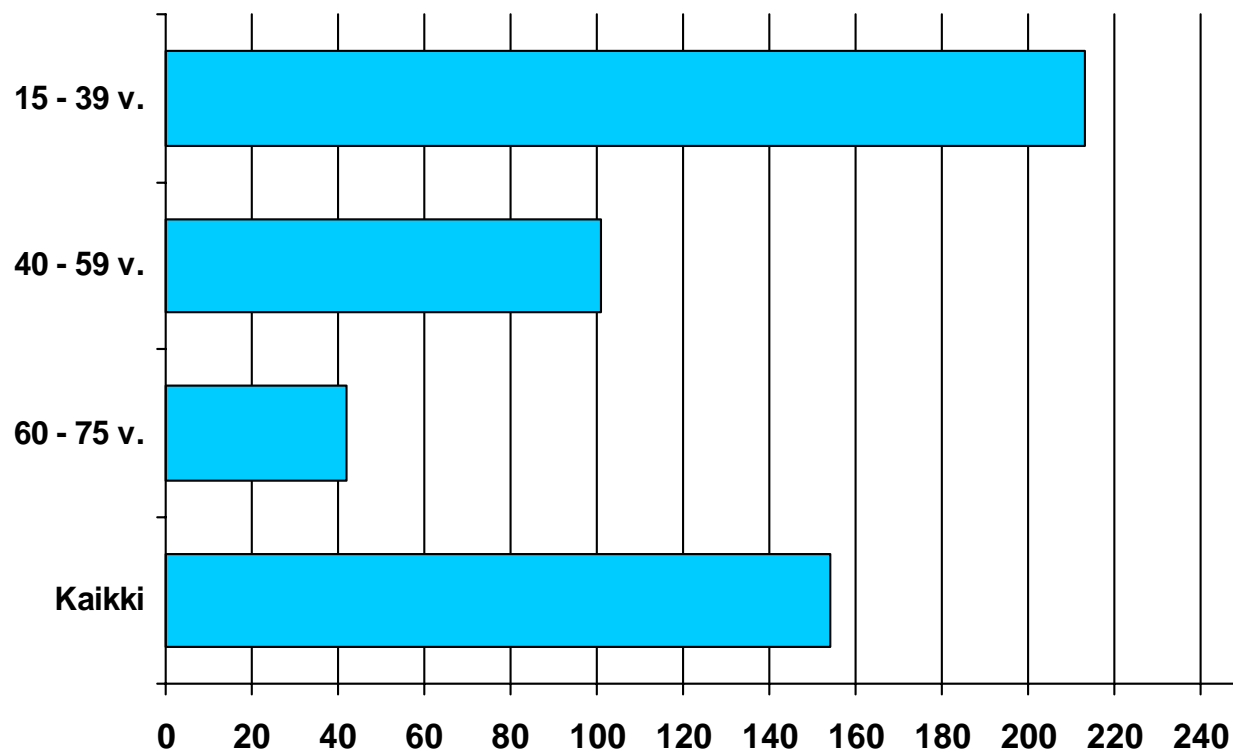
- yli 54-vuotiaat
  - niin työelämässä olevat kuin eläkeläisetkin
  - naiset julkaisuosaamisessa
- vähän koulutetut
- maaseudulla asuvat
  - tietoverkko-osaaminen ja käytön aktiivisuus



Lähde: Suomalaisten viestintävalmiudet 2000-luvun vuorovaikutusyhteiskunnassa –raportti.

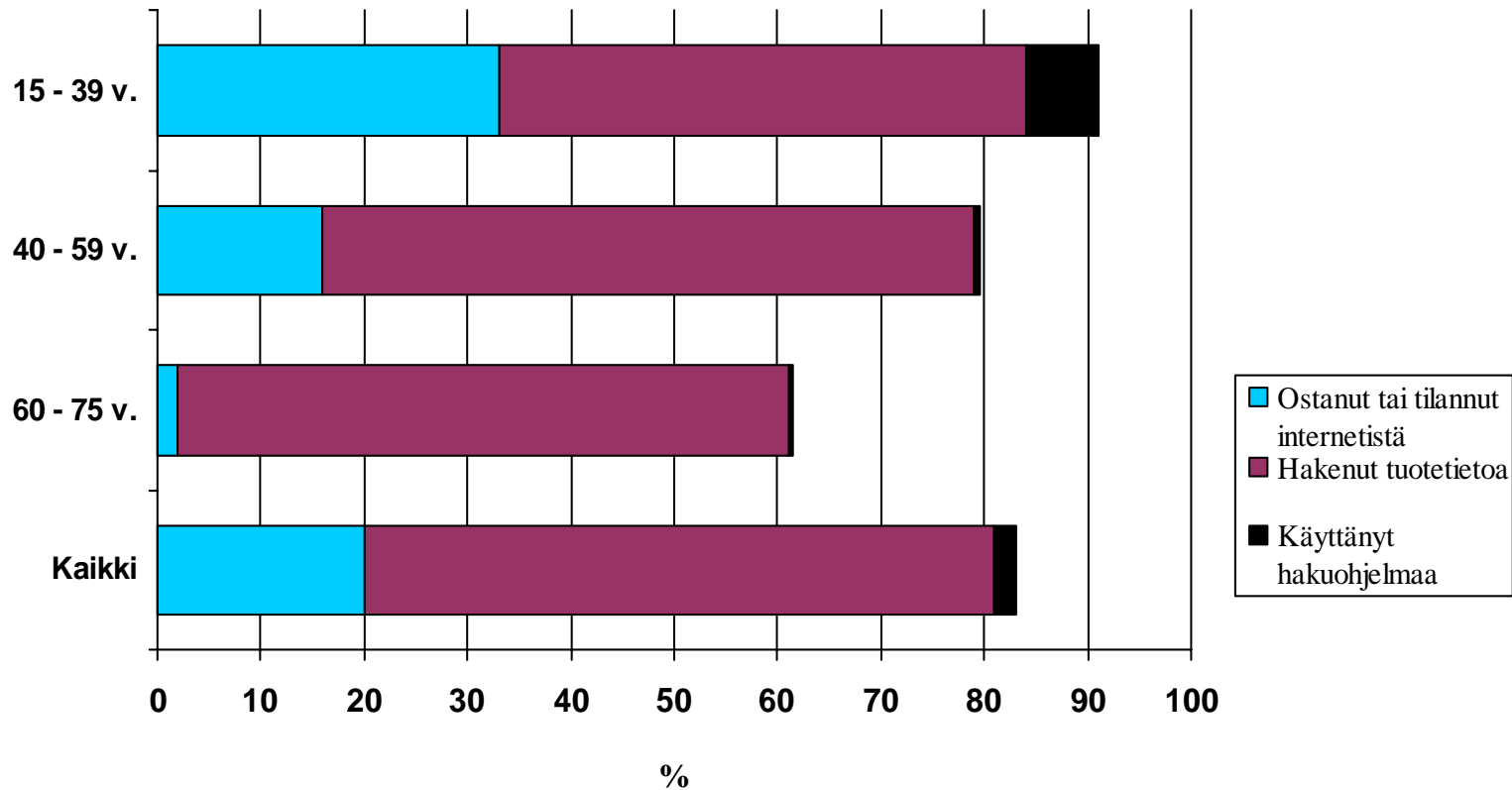


Sähköpostin, chatin tai internetin keskimääräinen käyttöaika minuutteina viimeisen 7 päivän aikana, prosentteina 15-74 -vuotiaista internetiä viimeisen 7 päivän aikana vapaa-ajalla käyttäneistä ikäryhmän mukaan (aika minuutteina)



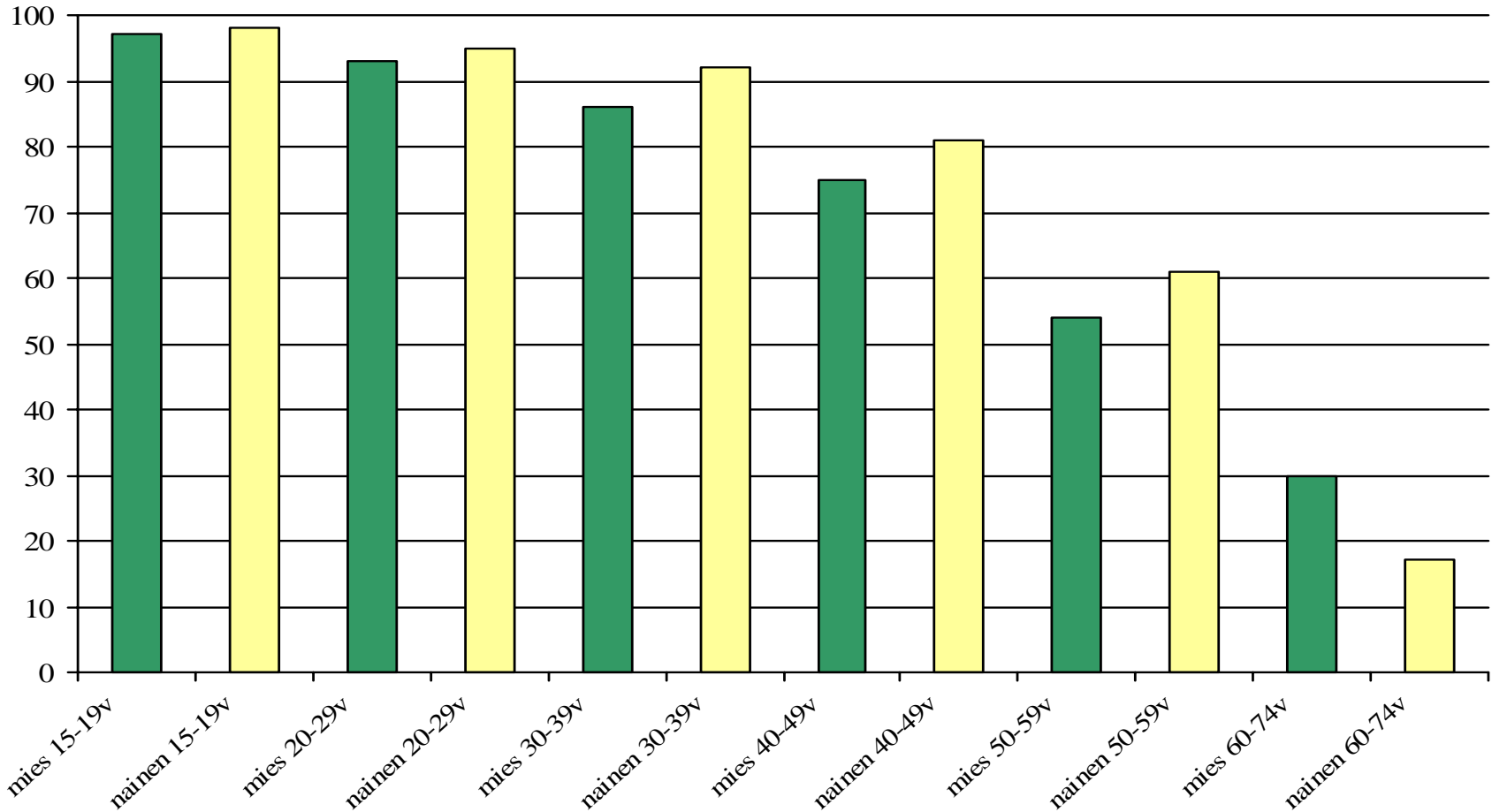


Kolmen kk:n aikana käyttänyt internetin hakukonetta, hakenut internetistä tuotetietoa ja ostanut tai tilannut internetistä, prosentteina 15-74 -vuotiaista internetin käyttäjistä ikäryhmän mukaan





## Internetin käyttö viimeisen 3 kk aikana iän ja sukupuolen mukaan keväällä 2004, % 15-74 -vuotiaista



Lähde: Nettiosiotutkimus kevät 2004



## Opastusta tarvitsevat:

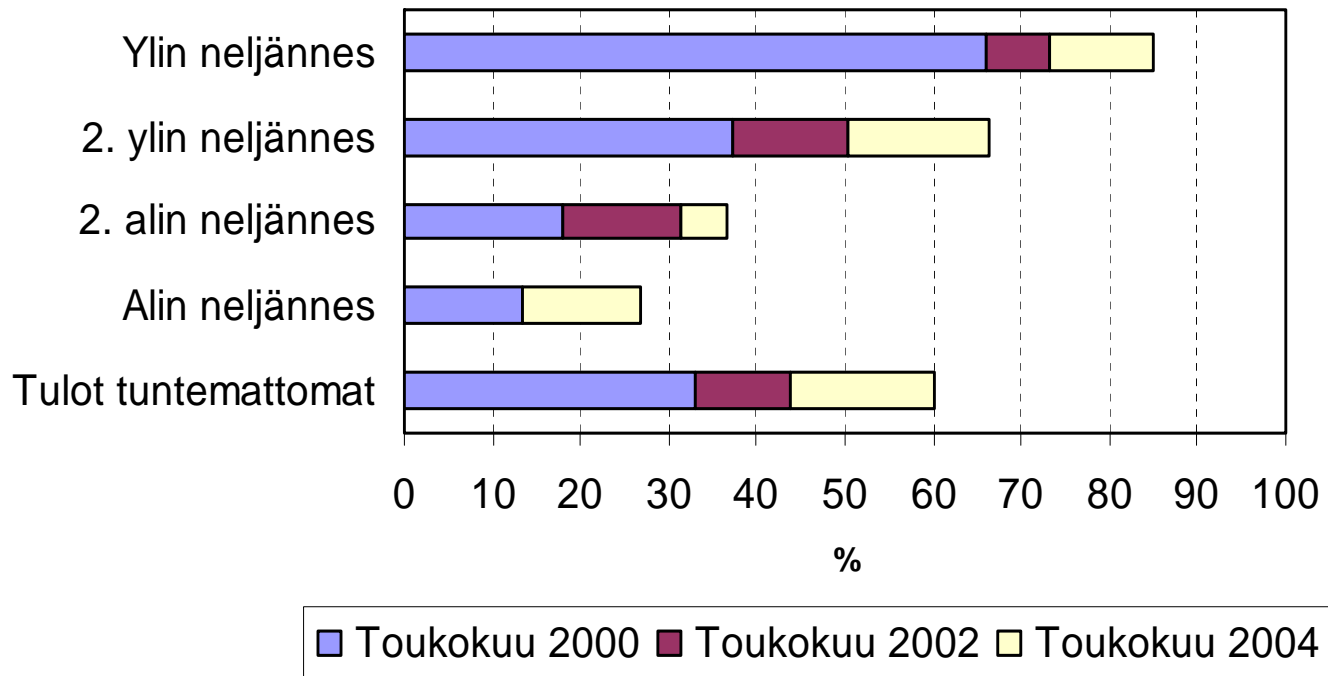
- syrjäytymisvaarassa olevat (25 %)
  - työttömät
  - työkäiset ilman tietotekniikan käyttökokemusta
- yrittäjät
  - eivät kokeneet saavansa hyötyä internetistä



Lähteet: Suomalaisten viestintävalmiudet 2000-luvun vuorovaikutusyhteiskunnassa -raportti ja Palvelut tietoyhteiskunnassa –tutkimuskokonaisuuden yhteenvetoraportti.

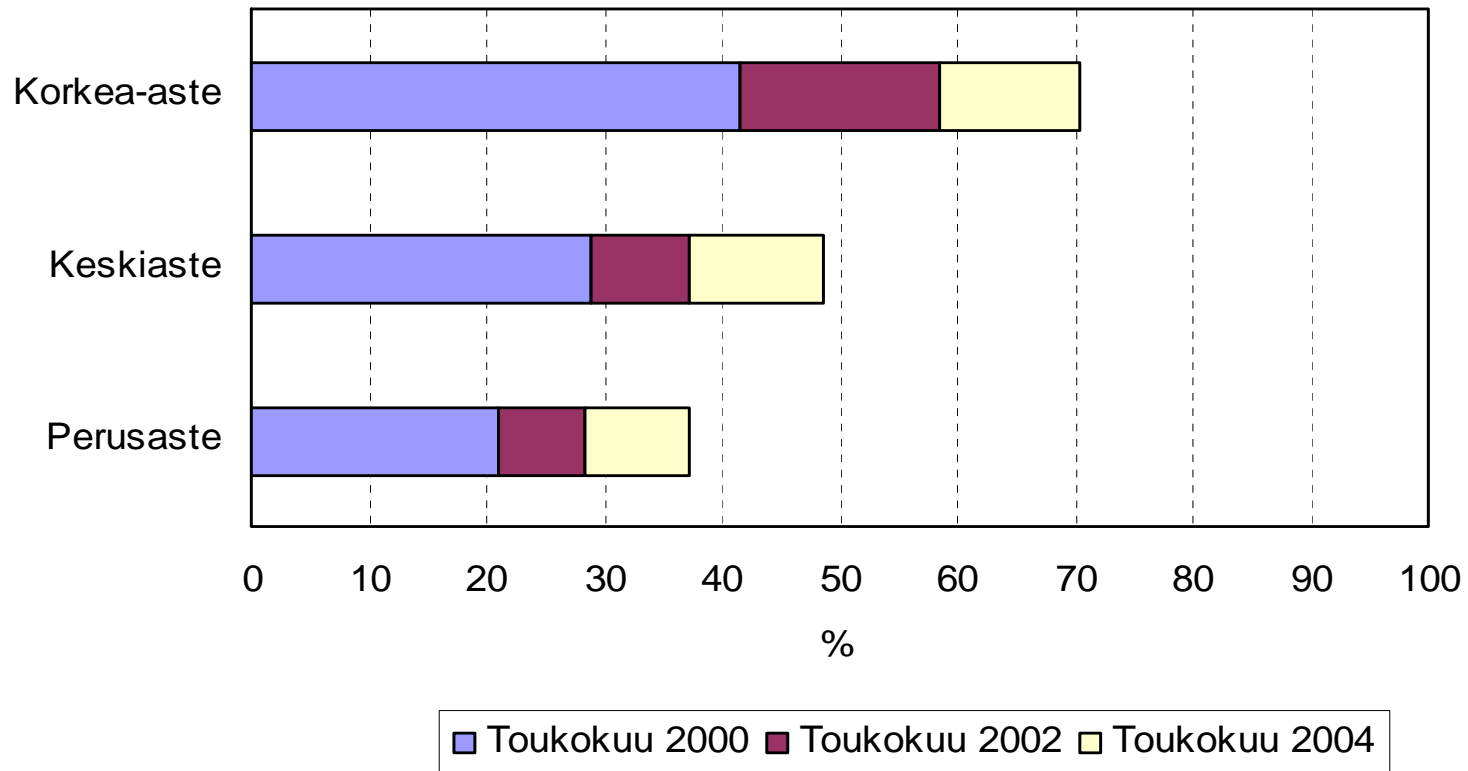


## Internet-yhteys kotitalouksissa bruttotuloluokan mukaan, % talouksista



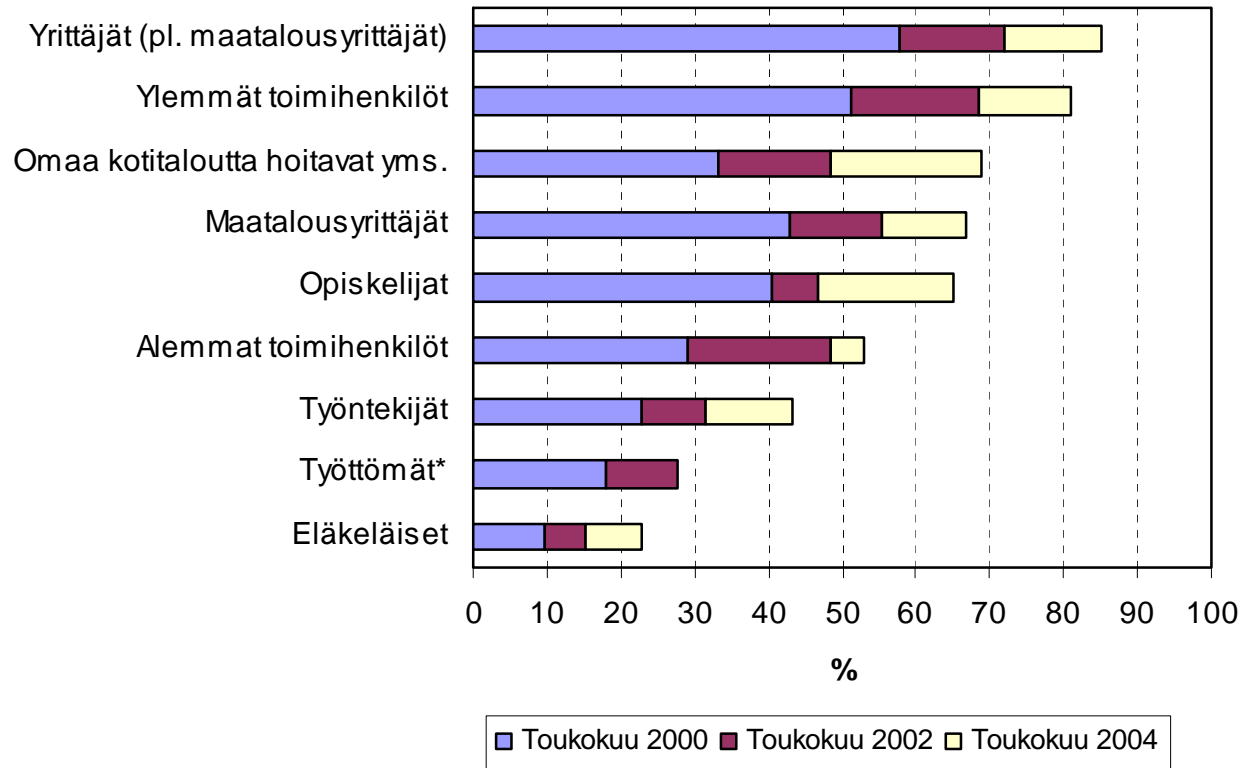


## Internet-yhteys kotitalouksissa koulutusasteen mukaan, % talouksista





## Internet-yhteys kotitalouksissa sosioekonomisen aseman mukaan, % talouksista



\* kotitalouksien, joissa internet-yhteys, osuus laski vuonna 2004 yli 4 prosenttiyksikköä toukokuusta 2002



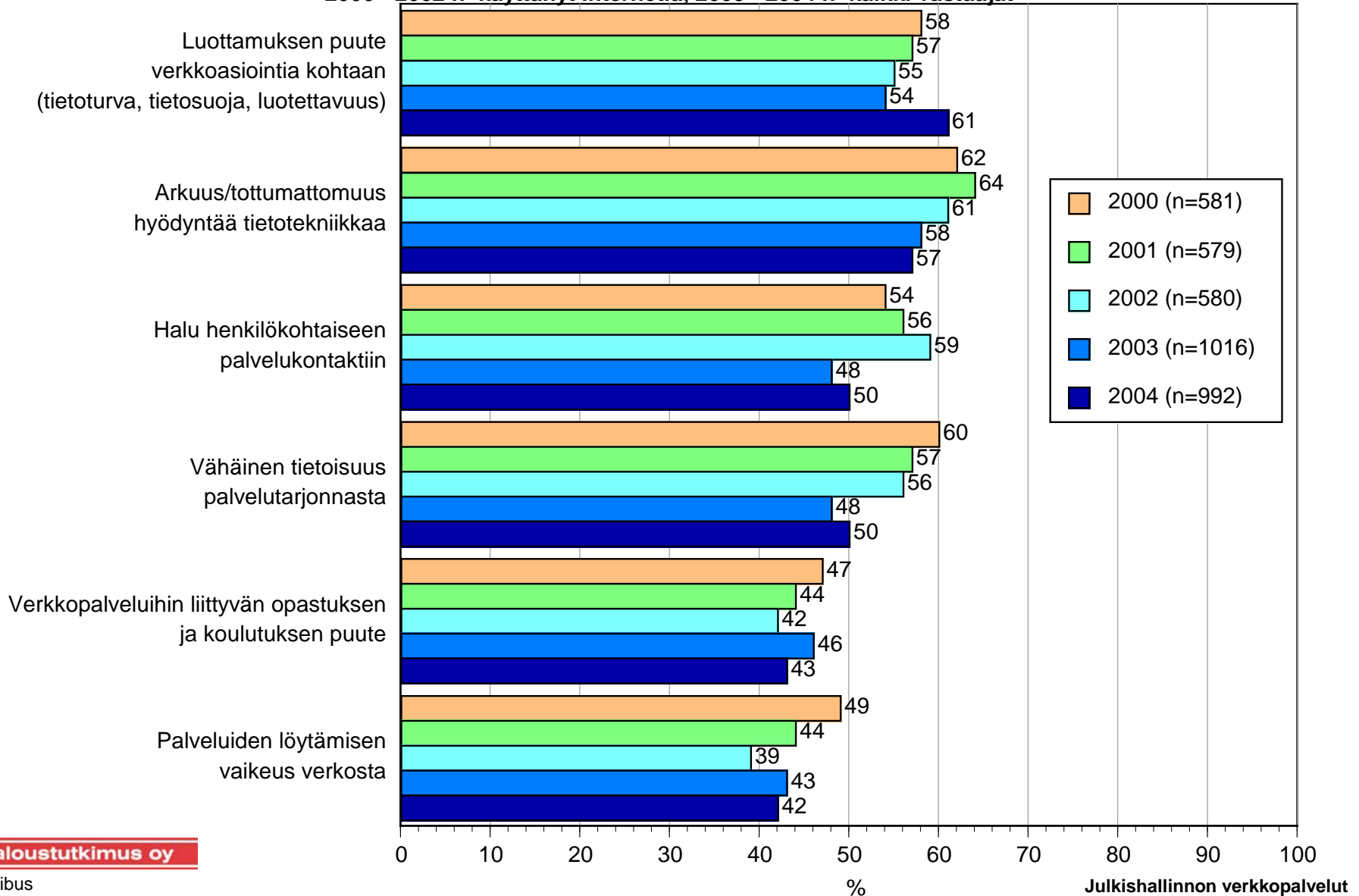
## Esteitä sähköisten palvelujen käytölle:

- perinteisiä palveluja arvostetaan enemmän
- henkilökontaktit tärkeitä
- kynnys tietotekniikan opetteluun korkea
  - henkilökohtainen opetus ja tuki tärkeää
- ei mahdollisuutta käyttää internetiä
  - erityisesti ikääntyneet



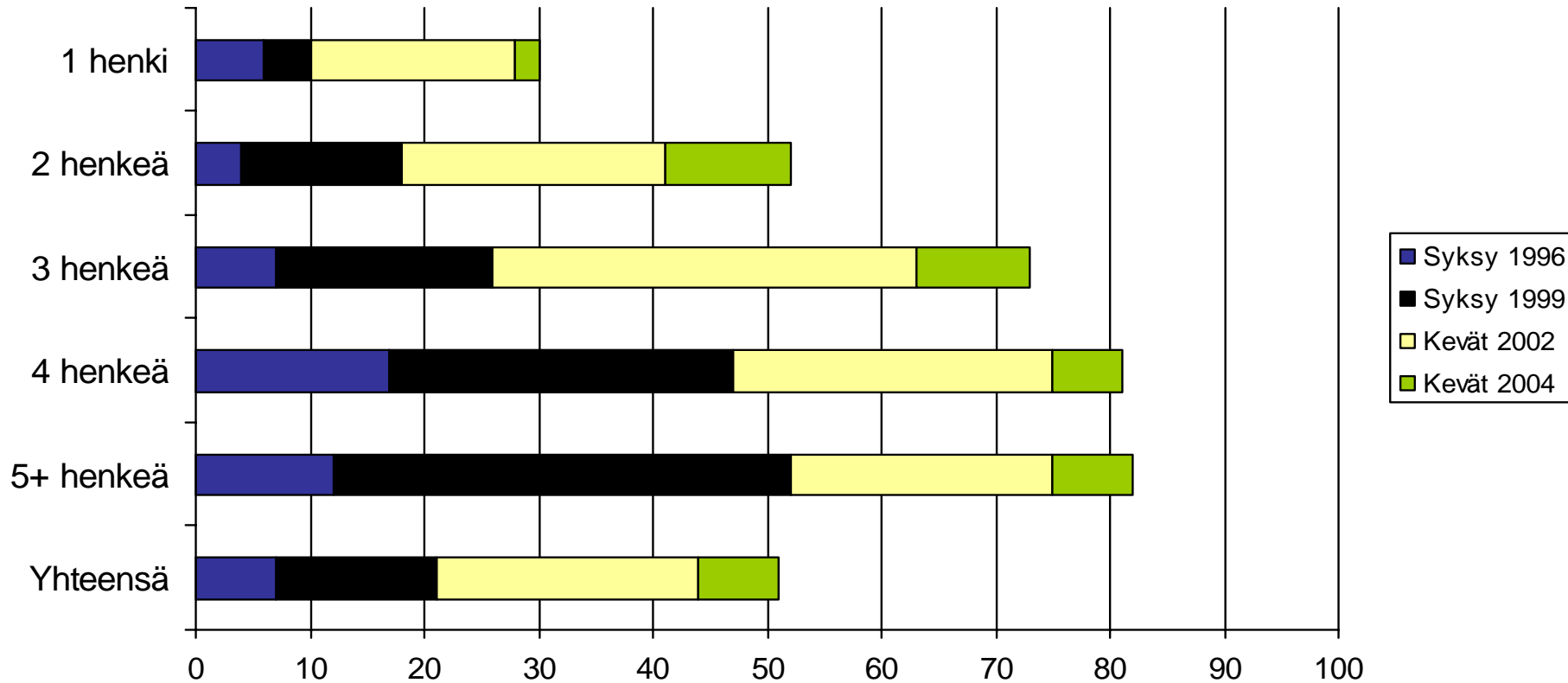
# MINKÄ TEKIJÖIDEN USKOO VAIKEUTTAVAN LÄHITULEVAISUUDESSA JULKISTEN VERKKOPALVELUJEN KÄYTTÖÄ 2000 - 2004 1(2)

2000 - 2002 n=käyttänyt Internetiä, 2003 - 2004 n=kaikki vastaajat





## Kotitaloudet, joilla internet-yhteys, syksy 1996 - kevät 2004 talouden koon mukaan, % kaikista kotitalouksista

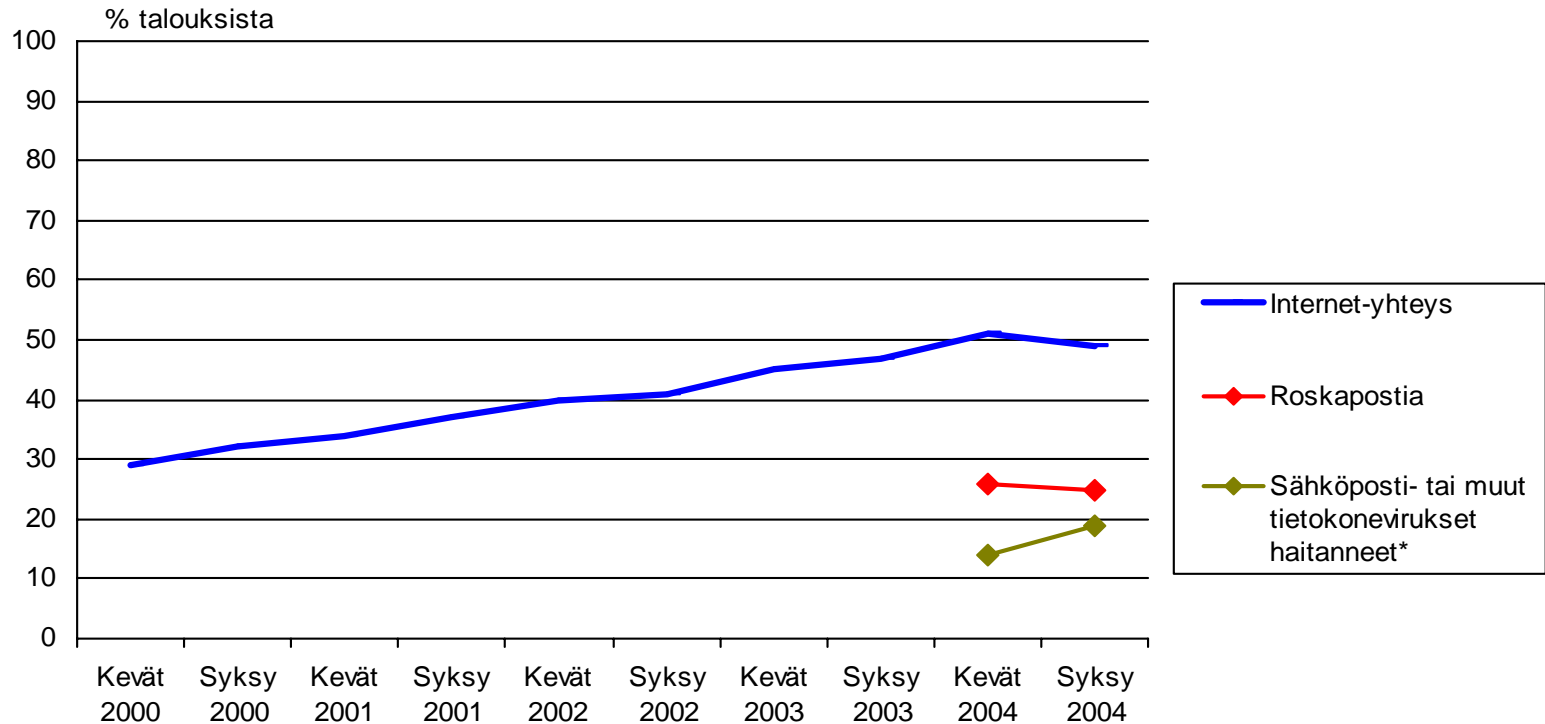


Lähteet: Suomalaiset ja tulevaisuuden tietoyhteiskunta -tutkimukset 1996 ja 1999,

Kuluttajabarometri 2001 ja 2004 Nettiosotutkimukset 2002 ja 2003.



Internet-yhteys kotikoneessa, kevät 2000 - syksy 2004; kotitietokoneelle tullut roskapostia sekä sähköposti- tai muut tietokonevirukset haitanneet kotitietokonetta edeltävän 6 kuukauden aikana, kevät ja syksy 2004, % kaikista kotitalouksista

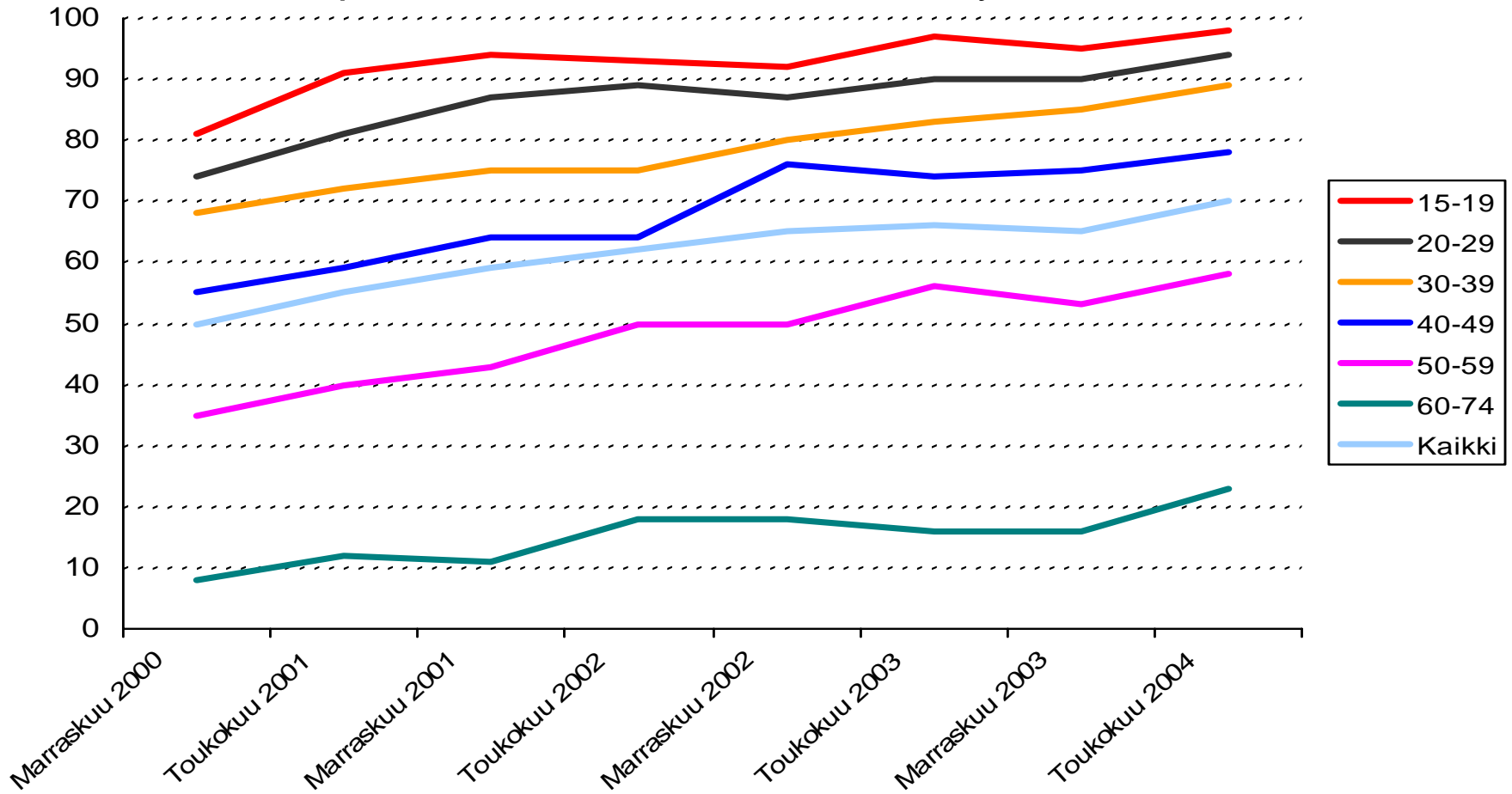


Lähteet: Kuluttajabarometri 2000-2004 ja  
Nettiostotutkimus kevät ja syksy 2004

\* kevät 2004  
kysymysmuoto suppeampi:  
sähköpostivirukset

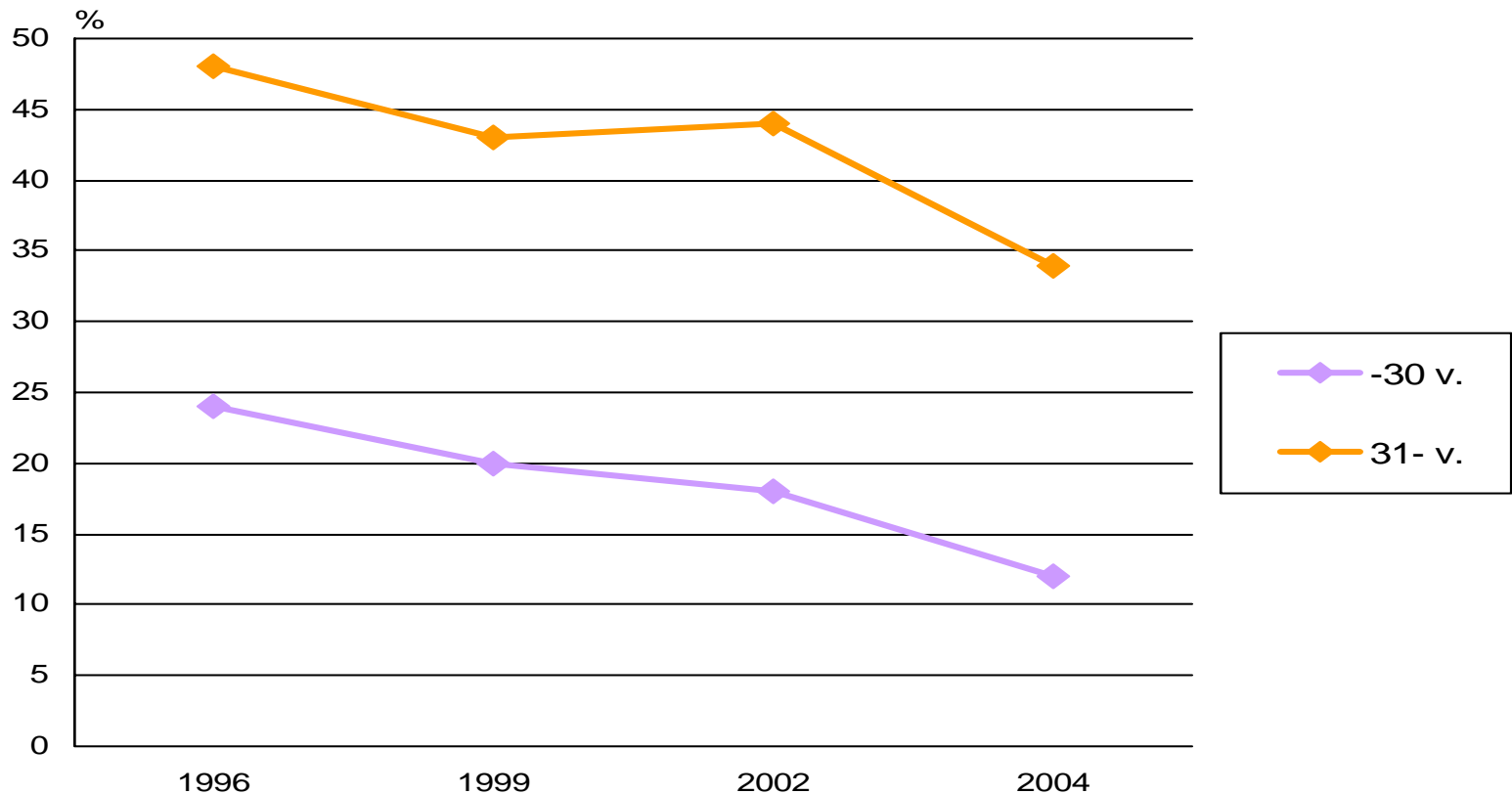


## Internetin käyttö 3 edellisen kuukauden aikana, syksy 2000 - kevät 2004, prosenttia 15-74 -vuotiaista ikäryhmittäin





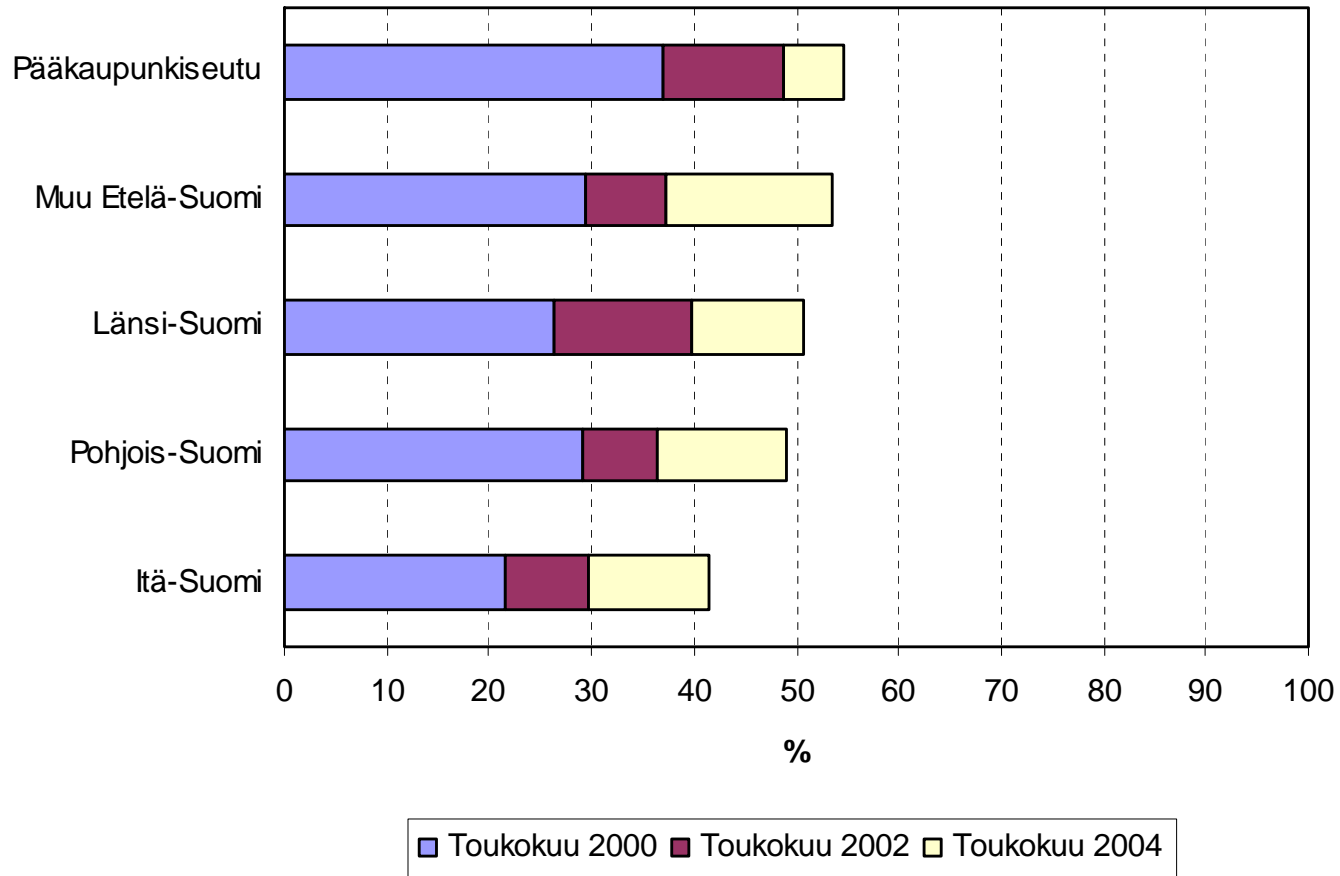
”Tunnen jääneeni täysin tietotekniikan etenemisen jalkoihin” -väittämän kanssa täysin ja jokseenkin samaa mieltä olevat, % 10-74 -vuotiaista



Lähteet: Nettiostotutkimus kevät 2004, Vapaa-aikatutkimus 2002,  
Suomalaiset ja tuleva tietoyhteiskunta 1996-1999

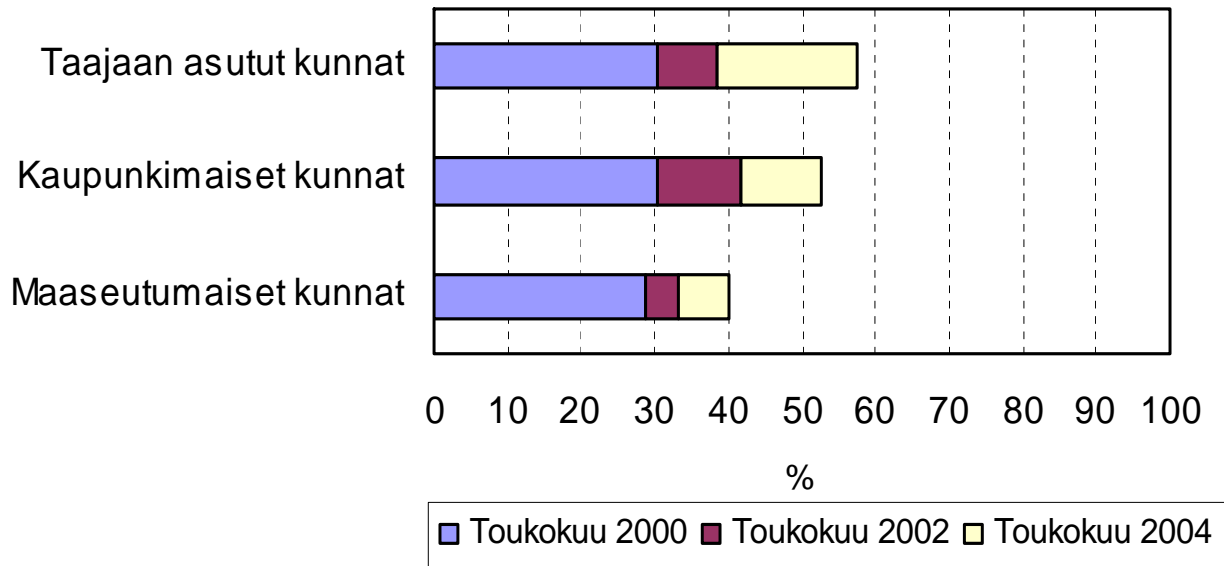


## Internet-yhteys kotitalouksissa suuralueittain, % talouksista



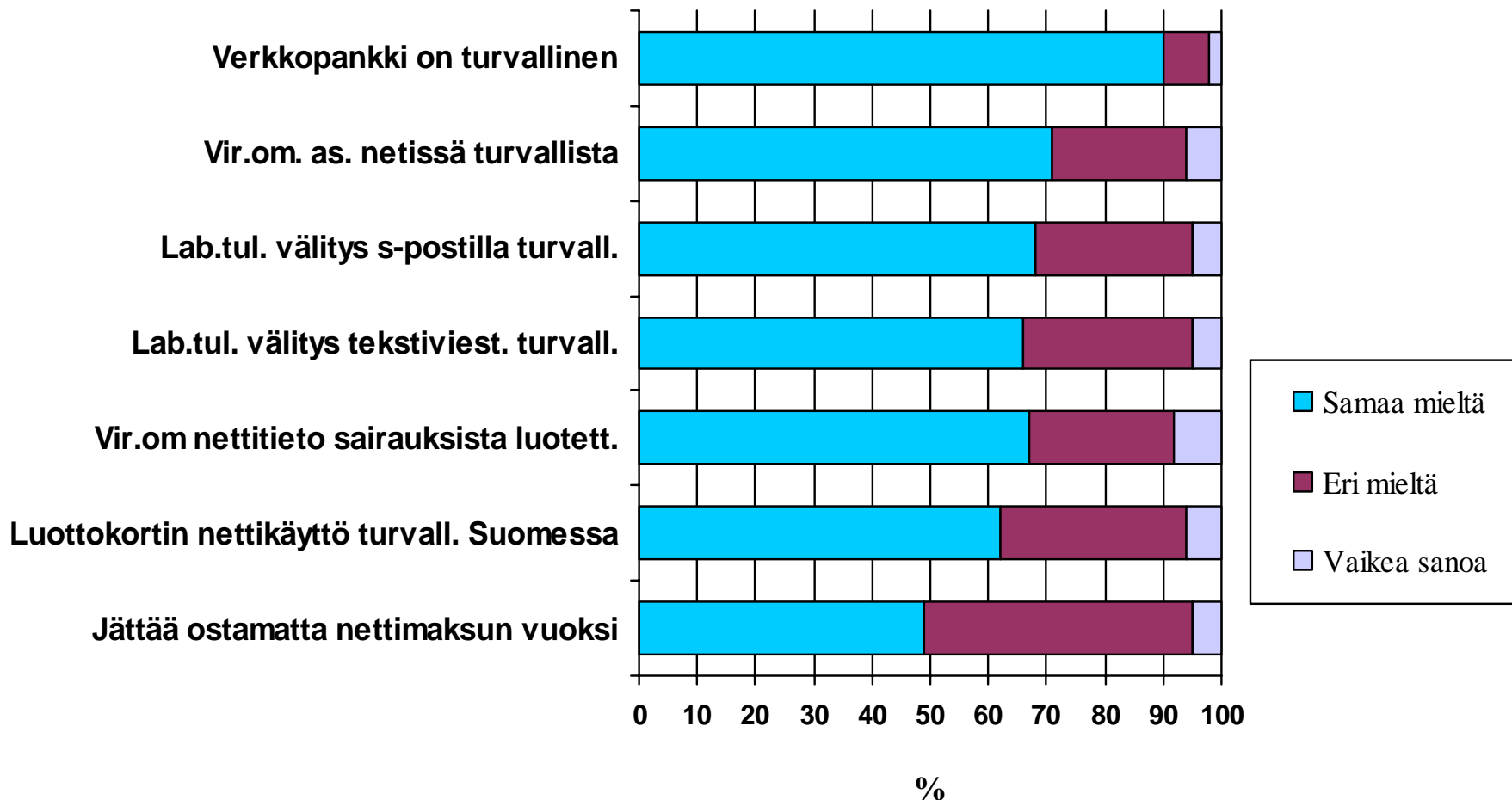


## Internet-yhteys kotitalouksissa kuntaryhmittäin, % talouksista



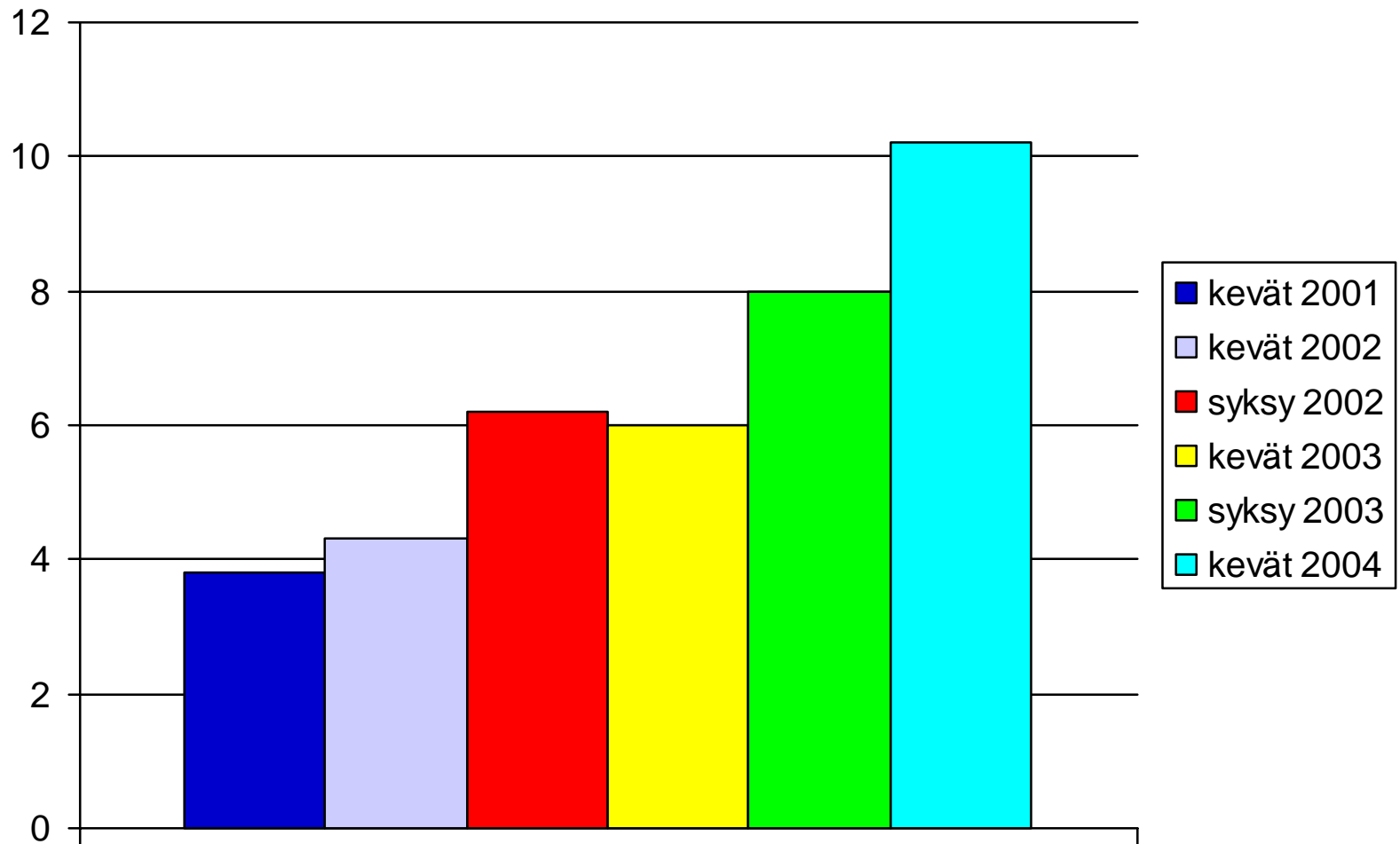


## Internetin palvelujen turvallisuutta koskeviin mielipideväitteisiin suhtautuminen nettiä joskus käyttäneiden ryhmässä, marraskuu 2004



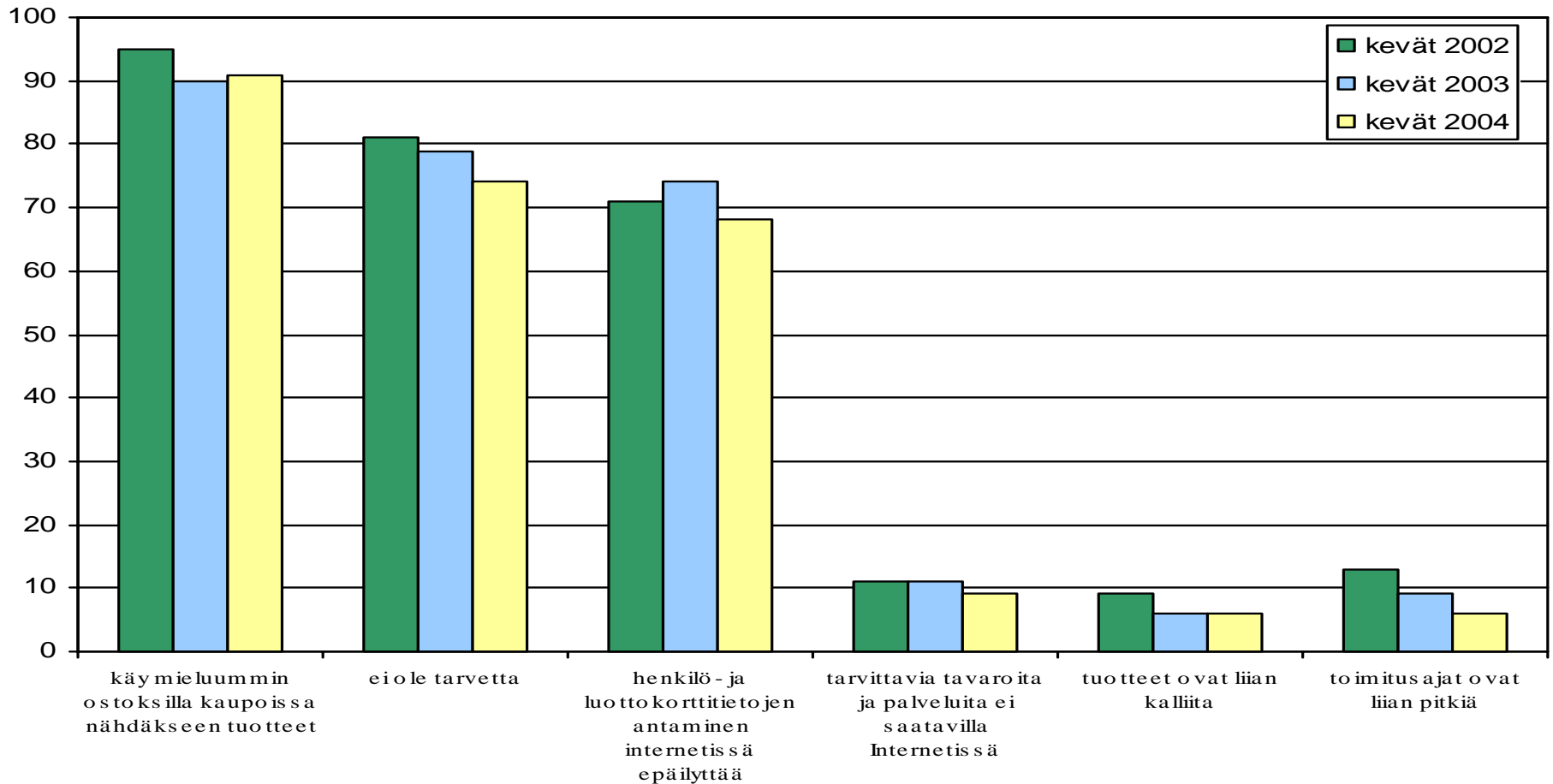


## Tehnyt ostoksia viimeisen 3 kuukauden aikana verkkokaupasta, maksaen ne välittömästi, prosenttia 15-74 -vuotiaista





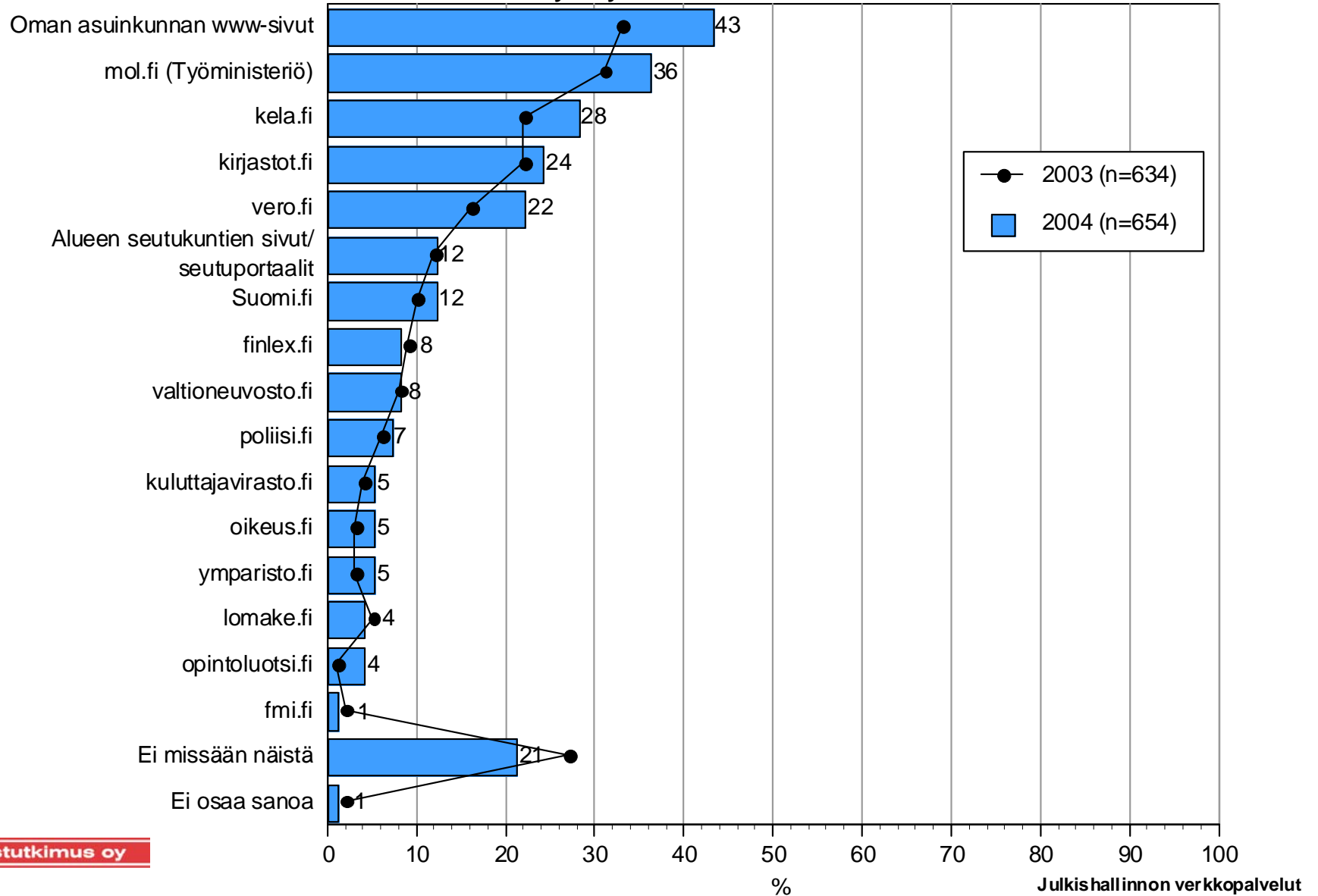
## Nettiosostamisen esteet, prosenttia internetin käyttäjistä, jotka eivät ole hankkineet verkkokaupasta



# MILLÄ SEURAAVILLA JULKISHALLINNON WWW-SIVUILLA ON KÄYNYT VIIMEISEN 3 KUUKAUDEN AIKANA

Kaikki vastaajat

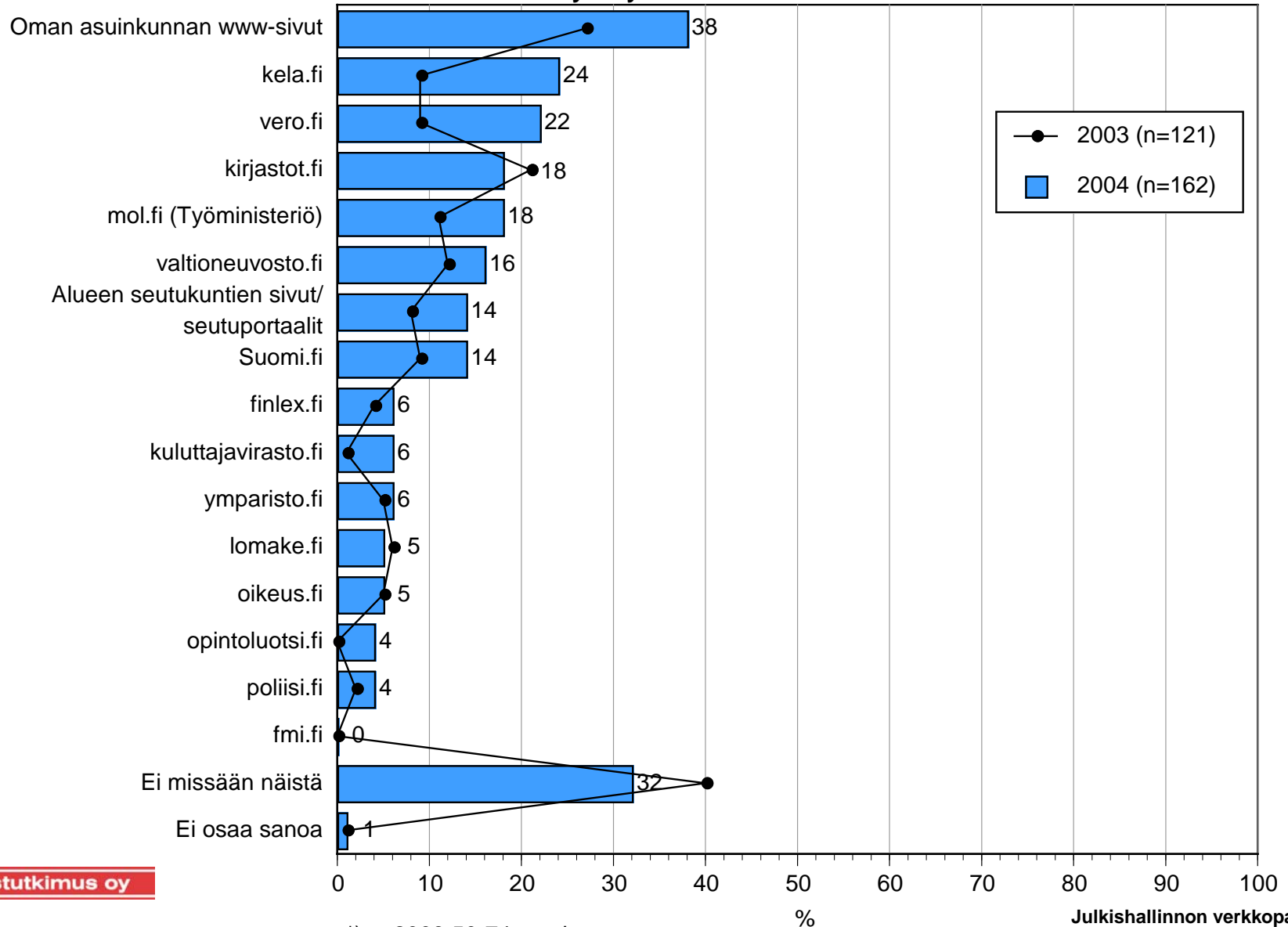
n=käyttänyt Internetiä



# MILLÄ SEURAAVILLA JULKISHALLINNON WWW-SIVUILLA ON KÄYNYT VIIMEISEN 3 KUUKAUDEN AIKANA

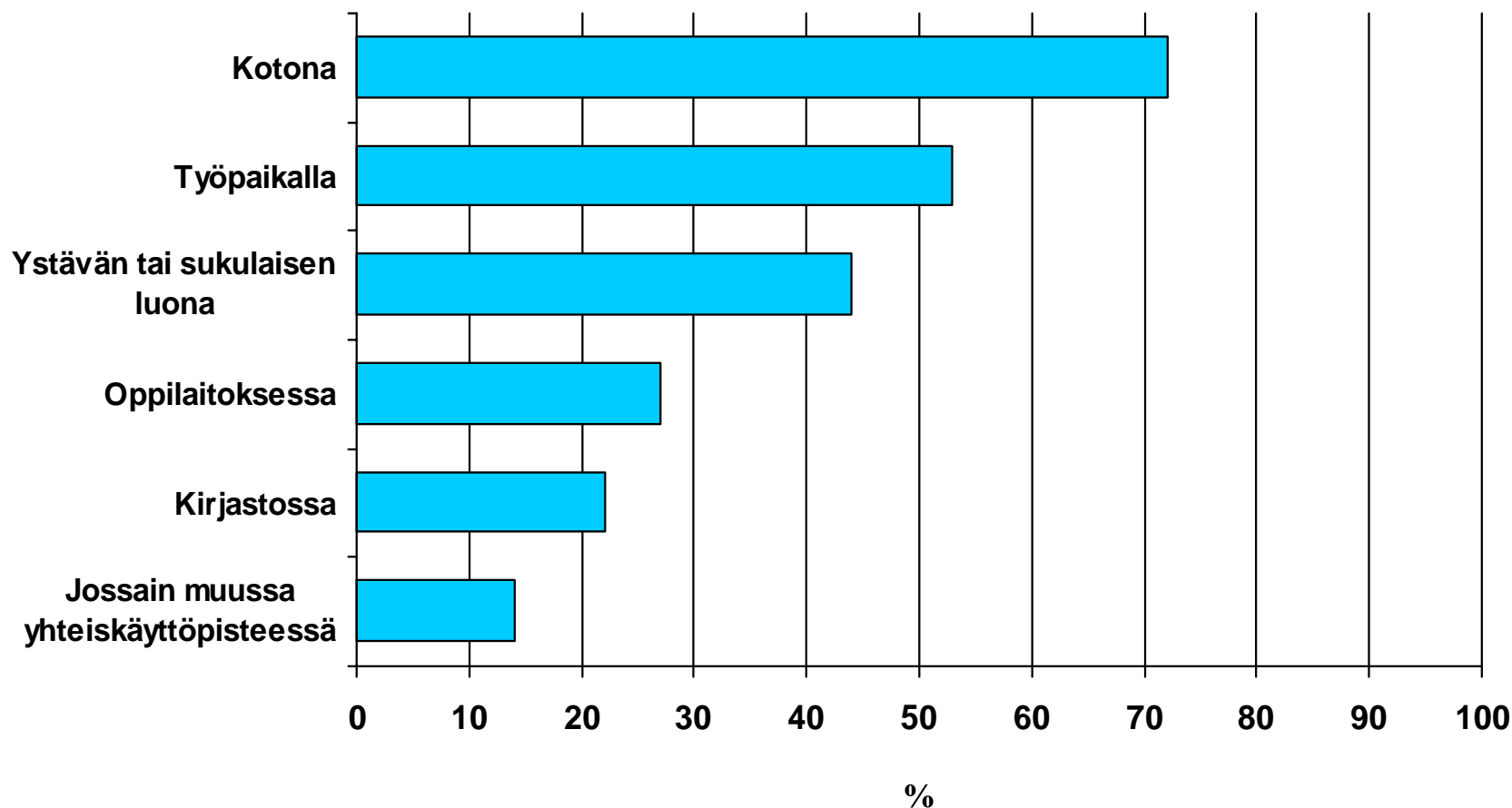
50-79-vuotiaat\*

n=käyttänyt Internetiä





## Internetin käyttöpaikat kuluvan vuoden aikana prosentteina internetiä joskus käyttäneistä, marraskuu 2004





## Yhteenvedoksi

- opastusta tarvitaan
  - yli 54-vuotiaille
  - vähän koulutetuille
  - maaseudulla asuville
  - syrjäytymisvaarassa oleville
- yli 54-vuotiaiden netin käyttö on nuorempia useammin tiedon hakemista
  - opastusta asiointiin!
- yrittäjät omistavat yhteyksiä, mutta hakevat vielä hyötypalveluja





# SUOMI VERKOSSA -KAMPANJA

Työpajatilaisuus 7.6.2005, Säätytalo





## Pääviesti

Tietoyhteiskunta on arkipäivää.  
Sähköiset palvelut, tietokoneet, kännykät  
ja internet helpottavat ihmisten elämää  
ja auttavat ylläpitämään  
hyvinvointia ja palveluita Suomessa.





## Tavoitteet

- ü Puolueettoman ja luotettavan tiedon levittäminen sisällöistä ja palveluista
- ü Sähköisten palveluiden tunnettavuuden lisääntyminen
- ü Tietoyhteiskuntapalveluihin kohdistuvien ennakkoluulojen ja pelkojen vähentyminen
- ü Positiivinen vaikutus tietoyhteiskuntaosaamiseen ja motivaatioon sekä omien sisältöjen tuottamiseen
- ü Positiivinen vaikutus palveluiden käyttäjämääriin





## Elementit

- ü Suomi verkossa - Tietoyhteiskuntapalveluiden ja -sisältöjen kampanjaviikko kirjastoissa ja yhteispalvelupisteissä
- ü Pääministerin parhaiden käytäntöjen jälkimarkkinointi
- ü Tietoyhteiskuntaneuvoston raportin levittäminen
- ü Kansainväliset tapahtumat (WSIS)
- ü Kansallinen tietoturvapäivä 8.2.2005
- ü Digitv-tiedotuskampanja





- ü Kirjastoverkko tavoittaa ihmiset ikään, alueeseen tai sosiaaliseen asemaan katsomatta
- ü Kirjastojen käyttö jatkuvassa kasvussa (fyysiset käynnit, tietokannat, asiointi asiakaspäätteillä)
- ü Kirjastoista tietoyhteiskunnan kohtauspisteisiin (esimerkkinä Lasipalatsi-hanke)
- ü Panostukset asiakaspäätteisiin ja sisältöjen kehittämiseen (opastaminen)





## TILANNE SUOMESSA:

- ü Yhteensä noin 5 500 – 6 000 päätettä
- ü 3 633 näistä kirjastoissa ja 189 yhteispalvelupisteissä
- ü Työvoimatoimistoissa 716 päätettä
- ü Päätteitä myös valtion ja kuntien virastoissa  
nuorisotiloissa, työttömien tuvissa, kylätaloissa jne.





## ONGELMAKOHTIA:

- ü Päätteet pienillä paikkakunnilla
- ü Kirjastoautot
- ü Yhteispalvelupisteet
- ü Laajakaistayhteydet
- ü Vanhentunut laitekanta
- ü Päätteillä ruuhkaa
- ü ATK-tuen puuttuminen
- ü Opastuksen ja neuvonnan puute





Suomi verkossa -kampanja  
-kohderyhmät

Kohderyhmänä  
kansalaiset ja pienyrittäjät

Erityishuomio työkäisiin, ikääntyneisiin  
ja pienyrittäjiin





## Suomi verkossa -kampanja -toteutus

- ü Osio I: Kirjasto- ja yhteispalvelupisteiden henkilökunnan kouluttaminen opastamaan sähköisiä palveluita ja tietokoneen käyttöä.
- ü Osio II: Kampanjaviikon aikana kansalaisilla on mahdollisuus saada tehostetusti apua sähköisten palveluiden käyttöön (sekä julkiset että yksityiset) kirjastoissa ja yhteispalvelupisteissä.
- ü Osio III: Kampanjaviikon aikana maakuntakirjastoissa järjestetään tietoyhteiskuntapalveluiden kiertue (Roadshow), joka sisältää yleisöluentoja, tietoiskuja paikallisista tietoyhteiskuntapalveluista jne.



Kampanjan sisältö täsmennetään yhdessä mukaan tulevien kumppanien kanssa

Ville-Veikko Ahonen, tietoyhteiskuntaohjelman toimisto





## Suomi verkossa -kampanja -Osio I

- ü Koulutukset toteutetaan maakunnittain lääninhallitusten koordinoimana
- ü Osallistua voivat sekä kirjasto- että yhteispalvelupisteiden henkilökunta
- ü Koulutuksen osioina: mediakriittisyys, julkishallinnon sähköinen asiointi ja muu sähköinen asiointi
- ü Opastusmateriaalin tuottaminen
- ü Yhden päivän koulutus
- ü 3-4 kouluttajaa
- ü Kutsu koulutuksiin kesäkuussa





- ü 7.11.-11.11.2005
- ü Julkiset ns. sähköiset massapalvelut (esim. Verohallinto, Kela ja työvoimahallinnon palvelut)
- ü Yksityisen puolen palvelut, kuten pankkipalvelut, matka- ja pääsylippujen varaus sekä pienyrittäjille suunnatut palvelut
- ü Kolmannen sektorin palvelut
- ü Mobiilipalvelut
- ü Pääministerin kutsu kirjastoille kesäkuussa





- ü Roadshow-tilaisuuksia suurimmissa maakuntakirjastoissa
- ü Yleisöluentoja, tietoiskuja paikallisista tietoyhteiskuntapalveluista jne.
- ü Mahdollisia esimerkkejä: pienyrittäjille suunnatut palvelut ja kansalaisille suunnatut digitv-infotilaisuudet





- ü Kansalaisvaikuttaminen ja omien sisältöjen tuottaminen (?)
- ü Palautteen keruu sekä henkilökunnalta että käyttäjiltä
- ü Palautteen hyödyntäminen palveluiden kehittämisessä ja seminaareissa
- ü Aktiivinen asiakaspäteysteistyö





Suomi verkossa -kampanja  
-toteutus

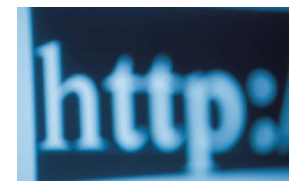
- ü Televisiospotit YLE:llä ja MTV:llä
- ü Lehtimainonta (mitkä lehdet?)
- ü Digitekstitelevisiossa päivittäin vaihtuvat teemat
- ü Yhteistyökumppanien tiedotuskanavat
- ü Normaali tiedottamistoiminta
- ü Muu, mikä?
- ü Tarjouspyyntö kesäkuussa liikkeelle





Suomi verkossa -kampanja  
-organisointi

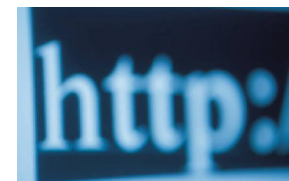
- ü Projektiryhmä (tietoyhteiskuntaohjelman toimisto, Suomen Kirjastoseura, OPM, VM, Kansalaisten tietoyhteiskuntavalmiuksien kehittämisjaosto, Lasipalatsi sekä muiden tahojen edustajat)
- ü Johtoryhmänä toimii tietoyhteiskuntaohjelman ministeriryhmä
- ü Työpajatilaisuuksia koko yhteistyöverkostolle
- ü Työryhmäohjelmisto syksyllä 2005





## Suomi verkossa -kampanja -aikataulu

- ü Huhtikuu: yhteistyökumppanien kartoitus, ideapaperi ministeriryhmässä
- ü Toukokuu: alustava projektisuunnitelma
- ü Kesä: projektisuunnitelman täsmentäminen, kutsut kirjastoille, ennakkomarkkinoinnin tarjouspyyntö
- ü Alkusyysy: suunnitelman hyväksyminen ministeriryhmässä ja opastajien koulutus
- ü Lokakuu: ennakkomarkkinointi medioissa
- ü Marraskuu: kampanjaviikon toteuttaminen





## Projektisuunnitelman ministeriryhmässä 18.8.2005

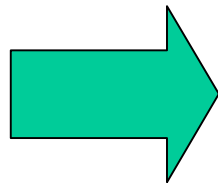
- ü Projektisuunnitelma valmis
- ü Opastusmateriaalin luonnos
- ü Ennakkomarkkinoinnin tarjoukset
- ü Kirjasto- ja yhteispalveluverkosto kartoitettu
- ü Koulutuspaketti lähes valmis
- ü Yhteistyökumppanien integrointi hyvässä vauhdissa





## Resurssit

- ü Tietoyhteiskuntapalveluiden kampanjaviikko: 145 000 euroa
- ü Digitv-tiedotuskampanja: 25 000 euroa
- ü WSIS-huippukokouksen Suomen osasto: 10 000 euroa
- ü Tietoturvapäivä 2005: 20 000 euroa
- ü Yhteensä 200 000 euroa



Lisäksi yhteistyökumppanien panokset:  
rahoitus, henkilötyö, tiedotus ja sisällöt





Hallituksen politiikkaohjelmat  
Tietoyhteiskunta

Suomi verkossa -kampanja  
-yhteistyökumppanit

- ü MTV, YLE
- ü Suomen Kirjastoseura
- ü Operaattoreita (Elisa, TeliaSonera)
- ü Pankkeja (Osuuspankki, Nordea)
- ü Ministeriöitä (OPM, SM)
- ü Pohjois-Karjalan ja Keski-Pohjanmaan maakuntaliitot
- ü Kaupunkeja (Espoo, Vantaa, Tampere, Turku)
- ü TietoEnator
- ü Virastoja (Stakes, Verohallitus, Tekes, VRK, Kela)
- ü Suomen Posti
- ü Tietosuojavaltuutetun toimisto
- ü Suomi.fi:n toimitus
- ü Tieke
- ü Tietotekniikan Liitto
- ü Etujärjestöt ja kolmas sektori (FiCom, Suomen Yrittäjät, Erilaiset oppijat, Ikäihmiset ja tietoyhteiskunta –projekti, A-klinikkasäätiö, Työväen Sivistysliitto TSL)



Ville-Veikko Ahonen, tietoyhteiskuntaohjelman  
toimisto





## Suomi verkossa -kampanja -yhteistyökumppanien rooli

- ü Osallistuminen sisältöjen tuottamiseen
- ü Osallistuminen tiedottamiseen ja mediatilan antaminen
- ü Henkilötyö mm. omien resurssien valjastaminen opastamiseen
- ü Vähimmäisvaatimuksena tiedottaa kampanjasta omien kanavien kautta
- ü Rahoitus kohdennetaan erikseen neuvoteltaviin kohteisiin. Tavoitteena pysyvät vaikutukset, kuten laitehankinnat jne.
- ü Yhteistyötavat täsmennetään kesän aikana käytävissä neuvotteluissa





## Työpajatyöskentely -kysymykset

- ü Mitkä keskeiset sisällöt ja palvelut tulisi kampanjassa näkyä?
  - ü Kampanjan teemoina ovat mediakriittisyys, sähköinen asiointi julkishallinnossa sekä muu sähköinen asiointi. Mitkä ovat kunkin teeman keskeisimmät sisällöt, jotka tulisi nostaa esille kampanjaviikon aikana?
- ü Miten varmistetaan, että kampanjassa onnistutaan?
  - ü Miten saadaan välitettyä haluttu viesti valituille kohderyhmille?
  - ü Miten saadaan kohderyhmät tulemaan kirjastoihin ja yhteispalvelupisteisiin?
  - ü Kuka auttaa henkilökuntaa opastamisessa?
  - ü Mitä kanavia tiedottamisessa voitaisiin hyödyntää?





Työpajatyöskentely  
-työskentely

1. Kysymyksiin liittyvien käsitteiden selventäminen
2. Ideariihi (noin 10-15 minuuttia)
3. Tulosten jäsentely ja määrittely (noin 30 minuuttia)
4. Ryhmän tulokset
5. Tulosten esittely (noin 10 minuuttia)

