

S T a D I a

HELSINGIN AMMATTIKORKEAKOULU

TV taskussa – tänään ja tulevaisuudessa

Viestinnän koulutusohjelma
Radio- ja televisioilmaisun
koulutusohjelma
Opinnäytetyö
13.11.2006

Aleksandra Kral-Leszczyński



TIIVISTELMÄSIVU

Koulutusohjelma Viestinnän koulutusohjelma		Suuntautumisvaihtoehto Radio- ja televisioilmaisu
Tekijä Aleksandra Kral-Leszczyński		
Työn nimi Televisio taskussa – tänään ja tulevaisuudessa		
Työn ohjaaja/ohjaajat Antti Pönni		
Työn laji Opinnäytetyö	Aika 13.11.2006	Numeroidut sivut + liitteiden sivut 39 + 11
<p>TIIVISTELMÄ</p> <p>Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää, miten mobiili-tv-palvelu tulee vaikuttamaan suomalaisten televisionkatsomiskäyttäytymiseen, sekä erityisesti, minkälainen vaikutus sillä tulee olemaan rajatun kohderyhmän – nuorten, koulutettujen kaupunkilaisten – katselukäyttäytymiseen.</p> <p>Työtäni varten analysoin tarkasti Nokia Oyj:n v. 2005 teettämän mobiili-tv-palvelua koskevan laajan FinPilot-tutkimuksen tulokset ja niiden syventämiseksi toteutin oman, edellä mainitulle rajatulle kohdesegmentille suunnatun käyttäjätutkimuksen.</p> <p>FinPilot-tutkimuksessa haettiin vastauksia mm. siihen, minkä tyyppisiä ohjelmia mobiili-tv:n välityksellä seurattiin, mitä tarkoitusta varten ja missä olosuhteissa. Tutkimuksen tulokset olivat lähes pelkästään dataa. Suorittamani analysointi selvensi tutkimustuloksia ja lisäsi tutkimuksen käyttöarvoa tarjoamalla laajakulmanäkemyksen tutkimuksen sisällöstä. Oma tutkimukseni, joka pohjautui kyselylomakkeiden ohella haastatteluihin, vapaamuotoisiin kirjallisiin kommentteihin ja ryhmäkeskusteluihin, antoi FinPilot-tutkimusta täydentävää, ainutkertaista tietoa tutkimusryhmäni televisiokäyttäytymisestä.</p> <p>Tutkimustulokset osoittivat, että mobiili-tv-palvelu ei lisää oleellisesti television kokonaiskatseluaikaa ja ohjelmien seuraaminen sitä käyttäen on selvästi lyhytkestoisempaa kuin perinteistä vastaanotinta käytettäessä. Oma tutkimukseni osoitti, että nuoret, hyvinkoulutetut kaupunkilaiset ovat keskimäärin muuta väestöä kiinnostuneempia käyttämään mobiili-tv-palvelun tarjoaman lisäarvon. He ovat näin ollen mitä potentiaalisin markkinoinnin kohderyhmä.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella mobiili-tv:n tulevaisuus vaikuttaa varsin valoisalta. Sen käytön hinnoittelun ja sisällön tulee kuitenkin vastata kuluttajien odotuksia ja tarpeita. Kaikki tutkimustulokset vahvistavat, että mobiili-tv-palvelulle on olemassa selvä sosiaalinen tilaus.</p>		
Teos/Esitys/Produktio		
Säilytyspaikka Taideteollisen korkeakoulun kirjasto, Aralis-kirjastokeskus		
Avainsanat mobiili-tv-palvelu, datan analysointi, kohdesegmentti, tulosten ainutkertaisuus, kokonaiskatseluaika, kohderyhmän potentiaalisuus, sosiaalinen tilaus		



Degree Programme in Media		Specialisation Radio and Television Studies*
Author Aleksandra Kral-Leszczynski		
Title TV in a pocket – today and in the future		
Tutor(s) Antti Pönni		
Type of Work Final Project	Date November 13, 2006	Number of pages (report + appendices) 38 + 11
<p>ABSTRACT</p> <p>The objective of my thesis was to find out how mobile TV service will influence TV consumption behaviour of the Finns. In particular the study focuses on the consumption behaviour of a well educated urban people.</p> <p>For my thesis, I provided a detailed analysis of the study results of a large scale questionnaire research FinPilot from the year 2005 based on an assignment of Nokia Ltd. In order to deepen the study results, I focused on the above mentioned group of young people with good education.</p> <p>The goal of the FinPilot research was to give answers to the following questions: what kind of programs, in what kind of circumstances, and for which reasons are they watched when using the mobile television service. The results of the research consisted mainly of data like figures, graphics etc. The data was explained from the helicopter perspective, for it gave additional value to the research and consequently to my own thesis.</p> <p>My study offered complementary, unique information about their needs as it was based on questionnaires supplemented by individual interviews of the group members, their free comments as well as group discussions. The study results proved that mobile TV service did not increase the total TV consumption time. The time used for watching the mobile TV was significantly shorter than the time for watching the traditional TV. According to my study, the young urban people with good education are more interested to adapt the mobile TV service than the average Finns. Being eager to utilize the added value offered by the mobile TVs they are a potential target group in launching and marketing processes.</p> <p>On the basis of the outcome of the thesis, the future of mobile TV service seems very promising. The content and the pricing, however, have to match the user's needs and expectations. All the study results prove that there exists a social order for mobile TV service.</p>		
Work / Performance / Project		
Place of Storage University of Art and Design Library, Aralis Library and Information Centre, Helsinki		
Keywords mobile TV service, data analysis, unique results, total TV consumption time		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	MIKÄ ON MOBIILI-TV-PALVELU?.....	9
3	MOBIILI-TV SUOMESSA: FINPILOT-TUTKIMUS	10
3.1	Mobiili-tv:n katselu viikonpäivittäin ja tunneittain.....	12
3.2	Kanavien katseluosuudet	12
3.3	Mobiili-tv:n käyttötarkoitukset ja kustannukset	13
3.4	Mobiili-tv:n tulevaisuus.....	14
3.5	FinPilot-tutkimuksen analysointia	15
4	OMA TUTKIMUKSENI MOBIILI-TV:N KÄYTTÄJISTÄ.....	18
4.1	Tutkimusmenetelmän valinta.....	18
4.2	Tutkimusryhmän kriteerit	21
4.3	Tutkimuksen sisältö.....	22
4.3.1	Ensimmäinen vaihe – tavanomainen tv:n katselu	22
4.3.2	Ensimmäisen ja toisen tutkimuksen välinen käyttökoulutus	22
4.3.3	Toinen tutkimusvaihe	23
4.3.4	Sharing – jaetut kokemukset	24
4.3.5	Ympäristön reaktiot	24
4.3.6	Vertailu FinPilot-tutkimukseen	24
5	TULOSTEN PURKU.....	26
5.1	Tutkimuksen luotettavuus.....	26
5.2	Ensimmäisen tutkimusvaiheen tulokset	27
5.3	Ennako-oletuksia ennen toista tutkimusvaihetta.....	28

5.4	Toisen tutkimusvaiheen tulokset.....	29
5.4.1	Television seuranta toisen tutkimusvaiheen aikana	30
5.4.2	Mitä mobiilitelevisiosta katsottiin?	31
5.4.3	Millaisissa tilanteissa palvelua käytettiin?.....	33
5.4.4	Muuttuva katseluympäristö.....	36
5.4.5	Kuinka paljon palvelua käytettiin?.....	36
6	OMIEN TUTKIMUSTULOSTEN VERTAILU FINPILOT-TUTKIMUKSEN TULOKSIIN.....	37
6.1	Päivittäiset katseluaajat	38
6.2	Palvelun käyttötilanteet	39
6.3	Palvelun tulevaisuudennäkymät.....	40
7	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	41
8	LÄHTEET	43
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Elämme tänä päivänä hektisessä tietoyhteiskunnassa, jossa informaatiota tulvii ympäri vuorokauden radion, television, päivä- ja aikakauslehdistön, internetin sekä muiden tiedotusvälineiden kanavoimana. Usein olemme tiedon tarjonnan kohteena – aktiivisina tai passiivisina – vaikka emme tietoisesti siihen itse pyrkisikään.

Lapsuusvuosinani katsoimme televisiota yhdessä perheeni ja ystävieni kanssa.

Keräännymme tiettyinä aikoina olohuoneeseen ja seurasimme keskittyneinä suurikokoisen, jalustalla seisovan televisiovastaanottimen välittämiä ohjelmia. Välillä tuli kinaa siitä, osuiko ohjelmavalinta oikeaan, oliko äänenvoimakkuus sopiva tai istuiko joku toisen tiellä. Millaista tulee olemaan televisiokäyttäytyminen tulevaisuudessa, kun yhä useammat ihmiset tulevat omistamaan perinteisen tv-vastaanottimen ohella kannettavan, taskukokoisen television eli mobiili-tv:n?

Muuttuvatko sosiaalisten piirien yhteiset katseluhetket yksinäisiksi tuijotustuokioiksi vai kokoako pieni tv-ruutu katselijat entistäkin läheisempään fyysiseen yhteyteen?

Onko ihmisillä edes kiinnostusta kantaa taskutelevisiota mukanaan heidän liikkueensa kodin ulkopuolella?

Vielä muutama vuosi sitten matkapuhelimen ostopäätöstä tehtäessä oli radion kuuntelumahdollisuus tärkeä mallin valintakriteeri. Hieman myöhemmin moni osti uuden puhelimen saadakseen käyttöönsä samalla myös kameran. Tulevaisuudessa kuluttajan ostopäätökseen vaikuttaa vastaavalla tavalla laitteen tarjoama mahdollisuus television katseluun. Sen on mahdollistanut matkapuhelintekniikan huima kehitys. Sen

nopeutta kuvaa erinomaisen konkreettisesti myös se, että kun käynnistin opinnäytetyötäni syksyllä 2005, mobiili-tv-palvelu edusti alan viimeisintä kehitystä. Se oli todellinen uutispommi, joka herätti suurta kiinnostusta jokaisessa, joka pääsi tutustumaan siihen, vaikka palvelu oli vielä pilottivaiheessa. Opinnäytetyöni valmistuessa mobiili-tv-palvelu on jo lanseerattu ja sen käyttö on monelle kuluttajalle arkipäivää.

Voidaan olettaa, että jo melko lyhyellä aikavälillä mobiili-tv muuttaa suomalaisen televisionkatselukäyttäytymistä. Merkittävän potentiaalisiksi käyttäjiksi osoittautunevat nuoret työssäkäyvät aikuiset. He ovat liikkuvia ja muodostavat jo nyt suuren osan mukana kuljetettavien multimedialaitteiden kuten kannettavien dvd- sekä mp3-soittimien käyttäjistä. Heillä on myös halu kokeilla uutta – elää ns. ajan hermolla. Korkea koulutus ja verrattain nuori ikä madaltavat kynnyksiä uuden teknologian omaksumisessa. Vakiintunut taloudellinen asema mahdollistaa puolestaan laitteen hankinnan.

Uuden merkitykseltään suuren palvelun lanseerausta edeltää yleensä aina kuluttajatutkimusvaihe. Suomessa Nokia, mobiili-tv-palvelun käytön mahdollistama matkapuhelinvalmistaja, toteutti FinPilot-nimisen tutkimuksen. Sen kohderyhmänä oli 900 eri-ikäistä suomalaista, jotka saivat laitteen muutamaksi kuukaudeksi käyttöönsä. Kohderyhmän kokemusten perusteella laitteen tarjoamalle palvelulle todettiin olevan selkeä markkinarako. Nokian teettämä FinPilot-tutkimus on kuitenkin verrattain yleisluontoinen ja se antaa vain yleiskuvan siitä, ketkä tulevaisuudessa tulevat käyttämään mobiili-tv:n palveluja

Opinnäytetyöni alussa esittelen tarkemmin mobiili-tv-palvelua erityisesti Nokia 7710 -matkapuhelimeen pohjautuen. Luvussa 3 analysoin Nokian teettämää FinPilot-tutkimusta, jonka tulokset olivat lähinnä dataa. Millaisia ohjelmia seurattiin? Vähentykö ns. normaalin television katselu taskussa kulkevan televisiovastaanottimen myötä? Kestikö kauan tottua ajatukseen taskutelevisiosta vai lopahdiko käyttö alkuiinnostukseen? Miten kanssaihmiset suhtautuivat laitteen olemassaoloon? Nämä ja monet muut kysymykset mielessäni pyrin kuvailemaan, miten mobiili-tv vaikutti pilottiryhmän yleiseen televisionkatselukäyttäytymiseen.

Kuten jo aiemmin totesin, oletan että ainakin alkuvaiheessa merkittävä osa mobiili-tv:n tulevista käyttäjistä tulee olemaan nuoria hyvin koulutettuja ja hyvin toimeentulevia kaupunkilaisia. Työtäni varten toteutin kyseiset kriteerit täyttävien henkilöiden

keskuudessa pienryhmä-tutkimukseen, joka kuvataan tämän työni luvussa 4. Tekemäni tutkimus on pieniotoksinen ja se antaa ainutkertaista tietoa kyseisen segmentin käyttäytymisestä. Kohderyhmänä oli viisi tarkkaan valittua, tutkimukseen motivoitunutta henkilöä.

Ennen varsinaisen käyttötutkimukseni alkua tutkimushenkilöt pitivät kirjaa tv:n katselustaan, mm. millaisia ohjelmia, mihin aikoihin, kuinka paljon he katsovat jne. Käyttäjätutkimukseni toisessa vaiheessa tutkimushenkilöt saivat käyttöönsä noin kuukauden ajaksi mobiili-tv:n katsomisen mahdollistavat päätelaitteet. Tuolloin he raportoivat kyselylomakkeille seuraamiensa tv-ohjelmien kokonaisuuden sekä perinteisistä vastaanottimista että mobiili-tv:stä.

Ensimmäisen tutkimusviikon jälkeen minulla oli näin ollen kerättynä tietoa siitä, kuinka paljon ja minkä tyyppisiä ohjelmia koehenkilöt katsovat normaalitilanteessa. Tutkimuksen kannalta oli tärkeää tarkastella myös sitä, millaisessa seurassa kiinteää televisiota yleensä katsotaan. Oli mielenkiintoista selvittää, kuinka kannettava televisio kuulokkeineen tulee vaikuttamaan vaikkapa oman olohuoneen sohvalta käsin tapahtuvaan perinteisen television katseluun.

Pieni ruutu, jollainen on mobiili-tv:ssä, ei välttämättä aina eristä katsojia toisistaan. Se saattaa tuoda heidät entistään tiiviimpään yhteyteen. Tällainen sharing- eli jakamisajattelu onkin yksi tutkimuksessa selvitettävistä asioista. Kyselylomakkeiden, päiväkirjamuistiinpanojen ja haastattelujen avulla ryhmäni jäsenillä oli mahdollisuus kertoa, milloin ja mitä kokemuksiaan he olisivat halunnet jakaa jonkun kanssa. Esimerkkinä voisi olla vaikkapa jalkapallo-ottelu, jonka ratkaisumaalin voisi välittää mobiili-tv-palvelun avulla urheilua seuraavalle ystävälle. Tutkimusryhmäni saattaisi antaa juuri oikean signaalin Nokialle siitä, millaisia katselukokemuksia tulevaisuudessa voitaisiin jakaa muiden laitteenomistajien kanssa.

Opinnäytetyössäni vertaan oman pienen ja tarkasti rajatun käyttäjäryhmän syvähaastatteluihin pohjautuvaa tutkimustani Nokian laajaan FinPilot 2005 - tutkimukseen. Kuten Nokian teettämästä tutkimuksestakin voidaan todeta, alalla on tapana tehdä lähinnä laajoja ja jokseenkin yleisluontoisia käyttäjätutkimuksia. Ne antavat sinänsä paljon tietoa, mutta tutkimusten anti jää usein varsin numeraaliseksi.

Oman tutkimukseni tarkoitus oli selvittää, miten mobiili-tv tulee vaikuttamaan kohdesegmenttini televisionkatselukäyttäytymiseen. Työni antaa täten myös tietoa

Nokialle siitä, kuinka laitetta kannattaa markkinoida kyseiselle kohderyhmälle ja millaisia lisäominaisuuksia kyseiset käyttäjät siihen kaipaavat. Luvussa 6 olevasta tutkimustulosten vertailussa selviää, miltä osin tutkimusryhmäni käyttötottumukset ja toiveet eroavat keskivertokatsojan vastaavista.

2 MIKÄ ON MOBIILI-TV-PALVELU?

Mobiili-tv-nimitystä käytetään, kun käyttäjän mukana kulkevissa laitteissa voi katsoa televisiota langattomasti ja liikkeessä. Tällaisia laitteita ovat mm. matkapuhelin sekä PDA-laitteet¹. Suomen mobiili-tv-pilotissa tv-kanavien lähetyksiin käytettiin DVB-H²-radioverkkoa, joka on suunniteltu nimenomaan televisiolle tyypillisen sisällön lähetykseen mobiililaitteille. DVB-H-standardi perustuu pitkälti DVB-T³-standardiin, joka esim. Suomessa tunnetaan maanpäällisenä digitaalitelevisioverkkona. DVB-H-standardin suurimmat erot DVB-T:hen tulevat vaatimuksista, jotka liittyvät mobiilin vastaanottoon, bittinopeuteen per tv-kanava sekä palveluiden salaukseen. DVB-H tarjoaa nimenomaan reaaliaikaista televisiolähetystä käyttäjilleen. Mobiili-tv-nimitystä käytetään usein myös tallennetun tv-sisällön yhteydessä. DVB-H:n lisäksi tv- ja radioverkkoihin perustuvia teknologioita ovat DMB-T ja S⁴, Media FLO⁵ sekä ISDB-T⁶. Koska DVB-H on radioverkko, lähetykset siinä perustuvat ajastettuun lähetykseen, kuten yleensä tv- ja radioverkoissa. Telekommunikaatioverkoista 3G⁷ eli UMTS-verkko

¹ PDA-laite eli kämmentietokone on nimensä mukaisesti kämmenellä pidettävä kannettava tietokone, jossa on yleensä pystysuunnassa oleva näyttö ja jota usein ohjataan muutaman toimintonäppäimen lisäksi styluksella eli osoitinkynällä.

² DVB = digital video broadcasting eli digitaalisen videotuotanto. H = Handheld = kädessä pidettävä.

³ T = Terrestrial = maanpäällinen

⁴ Korealaisten kehittämä teknologia, joka perustuu DAB-verkon eli digitaalisen radio-verkon käyttöön.

⁵ Amerikkalaisen Qualcomm-yhtiön kehittämä teknologia.

⁶ Japanilaisten digi-tv-standardi.

⁷ 3G (engl. third generation) on yleinen lyhenne ns. "kolmannen sukupolven" matkapuhelinteknologioille. Tämän ajattelun mukaan ensimmäistä sukupolvea (1G) edustavat analogiset standardit kuten NMT ja toista sukupolvea digitaaliset standardit kuten GSM.

pystyy myös tarjoamaan rajoitetusti mobiili-tv-palveluita kapasiteettinsa puolesta. DVB-H:n eduksi voidaan laskea se, että palvelun laatu pystytään takaamaan kaikille eli se ei ole riippuvainen käyttäjien määrästä. Useat eurooppalaiset puhelinyhtiöt ja -valmistajat ovat ilmoittaneet panostavansa DVB-H-standardiin, joka siis käyttää televisiosignaalia datan siirtoon. Vielä ei ole kuitenkaan varmuutta siitä, mikä teknologia vakiintuu kännykkätelevision standardiksi. (Seppänen 2006, 36-38.)

Nokia on lanseerannut yhdessä matkapuhelinoperaattoreiden kanssa v. 2006 aikana kuluttajille palvelun, jonka avulla television katselu on mahdollista matkapuhelimen välityksellä. Sen tekee mahdolliseksi mobiilitelevisiota tukeva laite. Oleellista on kuitenkin, että ihmiset eivät osta esineitä; he ostavat ratkaisuja ongelmiinsa. Nokia valmistaa matkapuhelimia, mutta ”Connecting people” eli ihmisten yhdistäminen on se, mitä yritys myy. Mobiili-tv-palvelu on syntynyt innovaatioiden kehityslogiikkaa noudattaen. Tuote- ja prosessi-innovaatio antaa herätteen palveluinnovaation synnylle. (Steinbock, 2005, 35-51.)

Aloittaessani opinnäytetyöni syksyllä 2005 mobiili-tv:n vaatima PDA-laite ei ollut vielä kuluttajien saatavilla. Myöhemmin ensimmäisenä markkinoille lanseerattiin Nokian PDA-laitteella varustettu 7710-mallin matkapuhelin, jonka prototyyppeä tutkimusryhmäni käytti kevättalvella 2006 suorittamassani tutkimuksessa. Nokian osalta haastattelin Senior Product Manager Tero Naumia, jonka antamiin tietoihin tämän luvun tekniset tiedot perustuvat.

3 MOBIILI-TV SUOMESSA: FINPILOT-TUTKIMUS

Ennen uusien teknologiatuotteiden lanseerausta tutkitaan aina niiden toimivuutta samoin kuin kuluttajakäyttäytymistä. Kuluttajien käyttäytymiseen vaikuttavat sekä kuluttajakohtaiset että kuluttajan ympäristöön vaikuttavat tekijät. Demografiset eli väestötieteelliset tekijät vaikuttavat kuluttajan käyttäytymiseen sekä suorasti että epäsuorasti. Epäsuorat vaikutukset näkyvät mm. informaation hankinnassa ja päätöksentekotavoissa. Demografiset tekijät määrittävät myös pitkälti kuluttajan elämäntyyliä. Esimerkiksi ikä, sukupuoli ja taloudellinen tilanne vaikuttavat siihen, millaisia tarpeita kuluttajalla yleensä on. Myös Nokia teetti kehittämästään mobiili-tv-palvelusta kuluttajatutkimuksen. (Kotler 2000, 167-169.)

Nokian pilottitutkimuksen aikana mobiili-tv-laitteella oli mahdollista seurata 16 tv-kanavaa. Muutama kanavista oli kuitenkin käytössä vain osan tutkimuksen ajasta.

Mukana olivat kotimaisten pääkanavien lisäksi Subtv, MTV3 Extra, Urheilukanava sekä ulkomaiset CNN, Eurosport, Fashion TV, IndicaTV, BBC World, Viva Plus, SnadiTV sekä Euronews. Tutkimuksen aikana kanavavalikoimassa tapahtui pieniä, kokonaistuloksen kannalta melko olemattomia muutoksia. Suomen pilotissa Research International hoiti kaikki kyselyt ja niiden arvioinnit, Finnpanel seurasi eri palveluiden käyttämistä laitteista tulleen datan avulla (ns. Usage logging⁸ oli käytössä näissä laitteissa). Nämä yhdessä muodostivat Finnish Mobile TV-pilotin (FinPilot) tulokset.

Huhtikuusta kesäkuuhun 2005 järjestettyjä kolmen viikon mittaisia tutkimusjaksoja oli kolme. Tutkimuksen toteutti Finnpanel. Näytekoko vaihteli 255 ja 351 henkilön välillä, yhteensä tutkimushenkilöitä oli mukana 889. He kirjasivat ylös 17395 mobiili-tv:n katselutapahtumaa. Nämä luvut kertovat tutkimuksen olleen Suomen mittakaavassa melko laaja. Tutkimushenkilöt edustivat iän, sukupuolen ja sosiaalisen aseman huomioiden laaja-alaisesti 18–70-vuotiaita suomalaisia.

Tutkimushenkilöistä 65 % käytti mobiilitelevisiota viikoittain. FinPilot-tutkimuksen heterogeeninen otantajoukko jakautui tulosten analysointivaiheessa kolmeen, palvelun käyttökerroiltaan ja katselukokemusten kestoiltaan toisistaan poikkeavaan ryhmään.

Kolmasosa tutkimushenkilöistä muodosti aktiivikäyttäjien ryhmän. Ryhmän jäsenten television katselu muodosti 85 % koko tutkimuksen aikana tapahtuneesta palvelunkäytöstä. Aktiivikäyttäjät katsoivat mobiilitelevisiota keskimäärin kaksi kertaa viikossa. Keskimääräinen käyttöaika kertaa kohden oli 30–40 minuuttia.

Toinen kolmannes FinPilot-tutkimukseen osallistujista muodosti kokeilijat-ryhmän. Kokeilijat katsoivat tv:tä noin 10 % tutkimuksen aikana tapahtuneesta kokonaiskatselusta. Kokeilijat käyttivät palvelua keskimäärin kerran viikossa, noin kymmenen minuuttia kerrallaan.

Viimeinen kolmanneksen otantajoukosta muodostanut ryhmä käytti mobiili-tv-palvelua ainoastaan satunnaisesti. Heidän osuutensa muodosti vain 5 % kokonaiskatselusta. (FinPilot 2005.)

⁸ Usage loggingilla tarkoitetaan palvelua, jonka avulla käyttötiedot rekisteröityvät tutkijalle (Finnpanelille) automaattisesti.

3.1 Mobiili-tv:n katselu viikonpäivittäin ja tunneittain

Pilottitutkimuksen aikana selvitettiin mobiili-tv:n katselua myös viikonpäivittäin. Saavutettujen tutkimustulosten mukaan laitteen käyttö jakautui hyvin tasaisesti eri viikonpäivien kesken, ainoastaan viikonloppuna mobiilitelevisiota käytettiin kahdesta viiteen prosenttia arkipäiviä vähemmän.

Finnpanel Oy:n tekemästä *Suomi 2004: Television katselu arkivuorokauden aikana* -mittauksesta selviää, että suomalaiset katsovat ns. normaalia televisiota ylivoimaisesti eniten iltaisin kello kuuden ja kahdentoista välillä. Erityinen katsojapiikki muodostuu iltaseitsemän ja yhdentoista välille.

FinPilot-tutkimuksesta selviää, että mobiili-tv:n tavoittavuus on hyvä lähes ympäri vuorokauden. Mobiili-tv:n käyttömahdollisuus nosti katselulukuja päivisin kello kymmenen ja viidentoista välillä, mutta ei aiheuttanut samanlaista iltaseitsemän ja yhdentoista välistä katsojapiikkiä kuin mikä syntyi seurattaessa vain ns. perinteisen televisiovastaanottimen käyttöä.

3.2 Kanavien katseluosuudet

Pilotin aikana oli siis mobiili-tv:n välityksellä mahdollista seurata yhteensä kuuttatoista televisiokanavaa, rajoituksina YLE TV2 ja Subtv, joita ei ollut mahdollisuus seurata huhtikuussa. Kuukausittain ei tapahtunut suurta vaihtelua, joten tarkastelen seuraavassa kolmannen tutkimusjakson 23.5.2005 -16.6.2005 tuloksia. Ylivoimaisesti suosituimmaksi kanavaksi muodostui lähes 30 %:n katsojaosuudella MTV3, YLE TV1 keräsi 16 %:n katsojaosuuden, 10 %:n vaiheille pääsivät Nelonen, YLE TV2, Subtv sekä Eurosport. Seuraavaksi eniten katsojia, mutta huomattavasti edellisiä vähemmän saivat CNN, MTV3 Extra sekä BBC World. Muut tutkimuksessa mukana olleet kanavat ylsivät korkeintaan kahden prosentin katsojaosuuksiin. Hännän huippuna oli EuroNews 0,3 prosentilla.

Kokonaisuudessaan kotimaiset yleiskanavat (YLE TV1 ja TV2, MTV3, Nelonen ja Subtv) keräsivät 75 % kokonaiskatseluosuudesta. Urheiluaiheiset kanavat (Eurosport sekä Urheilukanava) 10 %, uutiskanavat (CNN, BBC Word ja Euronews) 7 %. Loput 8 % katseluosuudesta keräsivät muut kanavat (MTV3 Extra, Fashion TV sekä Indica TV).

Vaikka yksinomaan urheiluun keskittyvien kanavien katseluosuus jäi kymmeneen prosenttiin, nousivat urheiluohjelmat kokonaistuloksissa listan kärkeen. Esimerkiksi monipuolista ohjelmaa lähettävän MTV3:n neljä katsotuinta ohjelmaa ajanjaksolla

huhtikuusta kesäkuuhun olivat kaikki joko formulaa tai jääkiekkoa. YLE TV1 sai kärkikolmikkoon kaksi urheiluohjelmaa. TV2:n kymmenen katsotuimman ohjelman joukossa (touko-kesäkuussa) oli peräti seitsemän urheilulähetystä. Ainoastaan yhdet TV-uutiset, Euroviisufinaali sekä yksi dokumenttiohjelma onnistuvat murtautumaan TV2:n TOP10-ohjelman joukkoon. Myös Nelosen kolme katsotuinta ohjelmaa ovat yksinomaan urheiluaiheisia.

Vertailtaessa kaikkien kanavien katsotuinta ohjelmia pääsee kymmenen suosituimman ohjelman listalle vain yksi ei urheiluaiheinen ohjelma: sijalla kymmenen on TV1:n Tutkittu juttu. (FinPilot 2005.)

3.3 Mobiili-tv:n käyttötarkoitukset ja kustannukset

Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että mobiiliteleviointia käytetään lähinnä ajanvietteeksi sekä ajan tasalla pysymiseen. Tutkimushenkilöistä 73 % käytti palvelua vähintään silloin tällöin ajan kuluttamiseen esim. työpaikalla tai odottaessa jotain. Lähes yhtä suuri osa käytti mobiiliteleviointia ajan tasalla pysymiseen katsomalla esim. uutisia. Mobiiliteleviointia käytettiin taustaviihdykkeenä yleensä vain silloin tällöin. Oman tilan luomiseen esim. julkisissa tiloissa tai liikennevälineissä käytettiin palvelua myös silloin tällöin, samoin kakkostelevisiolla kun kodin varsinainen televisio oli muiden käytössä. Kolme suosituinta mobiili-tv:n käyttöpaikkaa olivat julkiset liikennevälineet, koti sekä työpaikka.

FinPilot-tutkimukseen osallistuneilta veloitettiin mobiili-tv:stä 4,90 euron kuukausihinta. Osallistuneet pitivät kiinteää kuukausihintaa yleisesti palvelulle parhaana hinnoittelumallina. Veloitettu kuukausihinta oli osallistujien mielestä hyväksyttävällä tasolla. Tosin puolet heistä olisi ollut valmiita maksamaan palvelusta myös 10 euroa kuukaudessa. Pilottiin osallistuneet pystyivät ostamaan erikseen Formula1- ja GP2-lähetyskäsineitä harjoituksista, aika-ajoista ja itse kilpailuista 50 sentin päivämaksulla. Tämä hinnoittelumalli todettiin toimivaksi pilottilaisten keskuudessa.

Tällä hetkellä (10/2006) mobiili-tv-palvelua tarjoavat suomalaisoperaattorit eivät veloita tv:n katselusta erillistä maksua. Tilanne muuttunee kuitenkin ensi vuonna, sillä tämänhetkinen hinnoittelumalli on voimassa vain vuoden 2006 loppuun. (Ks. esim. Sonera.)

Yksi mobiili-tv:n käyttökustannuksiin vaikuttava asia ovat tv-lupamaksut. Useimmat Euroopan maat ovat korvanneet perinteisen televisioluvan verotukseen sisältyvällä

mediamaksulla tai kaapelitelevisioyriytysten kuukausimaksuilla. Joissakin maissa, kuten Espanjassa ei televisiolupaa ole koskaan ollutkaan, eikä mobiilitelevisio tuo tilanteeseen muutosta. Suomessa on kuitenkin toistaiseksi voimassa esimerkiksi Britanniassakin oleva tv-lupakäytäntö. Kännykkätelevisiosta tulee tehdä television käyttöönottoilmoitus, mikäli perheessä ei ole ennestään voimassaolevaa televisiomaksua. Yksi maksu kattaa kuitenkin kaikki perheen jäsenten käytössä olevat tv-vastaanottimet, myös kännykkätelevisiot. (Seppälä 2006, 36–38; Viestintävirasto.)

Suomessa käydään kuitenkin parhaillaan neuvotteluja tv-lupamaksukäytännön muuttamisesta. Mikäli tv-maksukäytäntö muuttuu vaikuttaa se myös mobiili-tv:n lupasioihin. (Hellman 2006.)

3.4 Mobiili-tv:n tulevaisuus

Mobiili-tv:n käyttäjätutkimuksia ovat teettäneet Nokian lisäksi useat muutkin telealan yritykset. Brittiläisen Jupiter-Researchin tutkimus- ja kehitysjohtaja Mike Short toteaa, että kännykkätelevisiota käytetään usein erityisesti työmatkoilla. Tutkimuksissa on kuitenkin tullut ilmi myös yllätyksiä. Käyttäjätesteissä kävi ilmi, että 36 prosenttia käytti palvelua kotonaan. Tämä selittyy sillä, että kännykkä toimii ikään kuin lisävastaanottimena. Mobiilitelevision käyttäjä on vapaa valitsemaan omat ohjelmansa, jos muu perhe haluaa katsoa jotain muuta. (Seppälä 2006, 36–38.)

Mobiili-tv:n tulevaisuutta laajasti tutkineen brittiläisen 3G-operaattorin toimitusjohtaja Bob Fuller on vakuuttunut mobiilitelevision kasvumahdollisuuksista. Matkapuhelin on televisiovastaanottimen luonnollinen jatke, joka antaa ohjelmantuottajille mahdollisuuden tavoittaa liikkeellä olevia kuluttajia. (Seppälä 2006, 36–38).

Tutkimustulosten perusteella mobiili-tv:n tulevaisuus vaikuttaa hyvinkin valoisalta. Suotuinen kehitys edellyttää kuitenkin suotuisia olosuhteita: käytön hinnoittelun ja sisällön tulee vastata kuluttajien odotuksia ja tarpeita.

Yli puolet (58 %) Suomen pilottitutkimukseen osallistuneista uskoo mobiili-tv:n suosioon tulevaisuudessa. Merkittävää on, että vain yksi prosentti vastaajista ei uskonut käyvän näin.

Tuotteen menestymisen kannalta on tärkeää tiedostaa potentiaaliset käyttäjät. Pilottitutkimukseen osallistuneista 41 % voidaan katsoa olevan tulevaisuudessa mobiili-tv-palvelun potentiaalisia ostajia. Tähän ryhmään kuuluvat nk. innovaattorit, varhaiset

omaksijat sekä varhainen enemmistö. Innovaattoreiksi kutsutaan henkilöitä, jotka hankkivat palvelun ja siihen sopivan puhelimen heti kun se vain on mahdollista. Tyypillinen varhainen omaksuja on puolestaan 30–40-vuotias mies, jolla on jo käytössään älypuhelin tai vähintään kameralla varustettu kännykkä. Tyypillinen varhainen omaksuja kokeilee aktiivisesti uusia mobiilipalveluita, hän seuraa aktiivisesti uutisia ja kuuntelee musiikkia myös ulkona. (FinPilot, 2005.)

Suurimman osan potentiaalisista käyttäjistä muodostaa kuitenkin myöhäinen enemmistö, he seuraavat miten tilanne kehittyy ja saattavat hankkia palvelun tulevaisuudessa.

Pilottiin osallistuneet antoivat tietoa paitsi siitä, mitä ja milloin mobiili-tv:tä käytettiin myös tärkeää informaatiota siitä, mitkä asiat vaikuttavat laitteen omaksumiseen. Koska kyse on ennen kaikkea matkapuhelimen käyttöominaisuudesta, itse päätelaitteen on toimittava moitteettomasti myös puhelimenä. Matkapuhelimen hyvät ominaisuudet eivät saa vaarantua tv-ominaisuuden takia. Positiivinen käyttäjäkokemus edellyttää myös laitteen hyvää teknistä suorituskykyä ja luotettavuutta. Mobiili-tv-palvelua on voitava käyttää vaivattomasti ja sisällön on oltava mieleistä. Sen tulee soveltua myös epäsäännölliseen ja lyhytkestoiseen katseluun. (FinPilot 2005.)

Mobiilitelevisiota voidaan pitää myös Finpilot-tutkimustulosten perusteella tulevaisuuden menestyspalveluna. Yli 40 % pilottitutkimukseen osallistuneista on mobiili-tv:n potentiaalisia ostajia. Sitä pidettiin kiinnostavana ja yli puolet FinPilot-tutkimukseen osallistuneista uskoi sillä olevan potentiaalia tulevaisuudessa.

Mobiilitelevision keskeisin tavoite on tarjota viihdettä, urheilua ja uutisia, joita voidaan katsoa spontaanisti riippumatta olinpaikasta ja ajasta. Eniten tarvetta palvelulle on julkisissa liikennevälineissä. Tutkimuksen mukaan sillä tulee olemaan käyttöä niin ikään kotona ja työpaikalla. Suosituimmaksi hinnoittelumalliksi osoittautui kuukausihinta, jota voidaan täydentää ohjelmakohtaisella hinnoittelulla. (FinPilot, 2005.)

3.5 FinPilot-tutkimuksen analysointia

Minulla ei ollut käytössä FinPilot-tutkimuksen analyysia vaan ainoastaan dataa. Voidakseni myöhemmin vertailla sen tuloksia oman tutkimukseni tuloksiin, minun tuli ensin analysoida FinPilotin tutkimukset.

Research Internationalin tutkimustulosten mukaan mobiilitelevisiota käytetään useimmiten ajan kuluttamiseen. Ajan tasalla pysyminen oli toinen keskeinen syy seurata mobiili-tv:tä. Tutkimushenkilöistä 76 % käytti palvelua joko melko usein tai silloin tällöin ajan kuluttamiseen esimerkiksi työmatkalla tai odottaessa jotain, vaikkapa kulkuneuvoa. Tällainen televisionkatseluhan ei ole mahdollista ns. perinteisellä televisiolla ja uskonkin juuri ajan kuluttamisen olevan suurin syy, miksi palvelua tulevaisuudessa käytettäisiin. Kun mobiilitelevisiota on jatkossa mahdollista seurata paikasta riippumatta (palvelun alkuvaiheessa rajoittunut tiettyihin kaupunkeihin), saa esimerkiksi kaukoliikenteessä matkustaminen aivan uusia ulottuvuuksia. Aivan kuten kannettava radio on lyönyt itsenä läpi juuri matkaseurana, myös mobiilitelevisiolla on lähes rajattomat mahdollisuudet viihdyttää.

Yli 70 % testihenkilöistä käytti palvelua ainakin silloin tällöin ajan tasalla pysymiseen esim. seuraamalla uutisia. Mobiili-tv sopiikin hyvin juuri nopeaan tiedonhankintaan. Sen avulla saa ympäri vuorokauden visuaalista tietoa maailman tapahtumista riippumatta omasta olinpaikasta. Mielenkiintoista on, että vaikka Research Internationalin tutkimustulokset osoittavat juuri uutisten seuraamisen olevan lähes jokaisen mobiili-tv-käyttäjän listalla, ei vastaavaa ilmiötä kuitenkaan näy Finnpanelin katseluosuusvertailussa. Finnpanelin tulosten mukaan vain 7 % seuratuista ohjelmista oli varsinaisten uutiskanavien kuten CNN:n, BBC Worldin tai Euronewsin tuotantoa. Toki myös kotimaiset kanavat, joiden katseluosuus kohosi 75 %, lähettävät uutisia. Toisaalta kotimaisten kanavien kymmenen katsotuimman ohjelman joukosta löytyi lähes poikkeuksetta vain urheilu- sekä viihdeohjelmia.

Perinteistä televisiota on totuttu käyttämään taustaviihdykkeenä. Vastaanotin laitetaan usein päälle tilaan saavuttaessa ja suljetaan vasta tuntien kuluttua, vaikka mitään varsinaista ohjelmaa ei sillä seurattaisikaan. Perinteinen televisio, etenkin kiihtyvällä vauhdilla suositaan kasvattavat suuret taulutelevisiot, sopivat hyvin laajan kuvaruutunsa ja laadukkaan äänentoistonsa ansioista taustaviihdykkeeksi. Perinteistä televisiota voi vaivatta seurata ns. sivusilmällä. Mobiili-tv vaatii taas pienestä näytöstä johtuen intensiivisempää seurantaa. Vain 16 % pilottitutkimukseen osallistuneista käytti mobiilitelevisiota usein taustaviihdykkeeksi muun tekemisen ohessa. Toisaalta pieni kuvaruutu voi myös olla katsojia yhdistävä tekijä heidän joutuessaan väistämättä fyysiseen läheisyyteen pystyäkseen seuraamaan pientä kuvaa. Tällaisessa tilanteessa toteutuu juuri omassa käyttöseurannassani tarkemmin tutkittu sharing-menetelmä.

Research Internationalin tutkimuksen mukaan kolme mobiili-tv:n suosituinta käyttöpaikkaa ovat julkiset liikennevälineet, koti sekä työpaikka. On luonnollista, että palveluiden käyttö on suosittua paikoissa, joissa perinteistä televisiota ei ole yleensä käytettävissä. Tällaisia paikkoja ovat juuri odotustermiinaalit, liikennevälineet, koulut ja työpaikat. Yllättävää tutkimustuloksissa on kodin sijoittuminen toiseksi suosituimmaksi mobiili-tv:n katselupaikaksi. Kolmanneksi suosituin katselupaikka oli työympäristö. Ehkä palvelu sopiikin juuri sellaisiin töihin, jossa pitää vaikkapa päivystää ja aikaa kulutettaisiin muuten esimerkiksi lukemalla tai kuuntelemalla radiota. Toisaalta esimerkiksi radion taustakuunteleminen ei juuri häiritse muuta toimintaa, pienen mobiili-tv-ruudun katseleminen sen sijaan vaatii keskittymistä. Uskon, että mobiili-tv:n yleistyessä siitä tulee suosittu ajanviete myös koululaisten ja opiskelijoiden keskuudessa. Palveluahan voi käyttää kuulokkeilla, joten sen ”salaseuraaminen” vaikkapa luennon aikana on helppoa.

Pilottiin osallistuneilta veloitettiin palvelun käytöstä 4.90 euroa kuukaudessa. Tutkimushenkilöt pitivät summaa yleisesti sopivana, puolet heistä ei pitänyt kymmenen euron kuukausimaksua liian suurena. Vaikka kymmenenkään euron kuukausimaksulla päivittäinen katselumaksu ei nousisi kuin hieman päälle 30 senttiin vuorokaudessa, uskoisin sen rajoittavan palvelun hankintakynnystä. Tällöin palvelun hinta-laatusuhde kohtaisi lähinnä vain aktiivikäyttäjien tarpeet. Heitä oli 30 % tutkimukseen osallistuneista. Kokeilijat katsoivat mobiilitelevisiota keskimäärin kymmenen minuuttia viikossa, tällöin heille kertyisi palvelun käytöstä 25 sentin minuuttimaksu. Tällainen summa ei varmastikaan houkuttelisi ainakaan jatkuvampaan tai säännölliseen palvelun käyttöön. Ottaen huomioon että 50 sentin päivämaksulla sai katsella rajattomasti tarjottuja erikoislähetyksiä (Formula 1 ja GP), tuntuu 25 sentin minuuttitaksa ns. normaalilähetyksen seuraamisesta huomattavan korkealta. (FinPilot, 2005.)

4 OMA TUTKIMUKSENI MOBIILI-TV:N KÄYTTÄJISTÄ

Tutkimuksen päätavoite on selvittää, miten mobiili-tv-palvelu tulee vaikuttamaan noin 25-vuotiaiden, korkeasti koulutettujen ja paljon liikkuvien kaupunkilaisten muodostaman perusjoukon televisionkatselukäyttäytymiseen. Ensimmäisen ja toisen tutkimusvaiheen tuloksia vertaamalla oli tarkoitus selvittää, miten perusjoukon televisionkatselukäyttäytyminen muuttuisi heidän saadessaan käyttöönsä mobiili-tv-palvelun. Tavoitteenani oli tarkastella erityisesti sitä, tuleeko tv:n kokonaiskatselumäärä muuttumaan. Lisäksi pyrin selvittämään, miten katselupaikat muuttuvat. Muita tavoitteitani oli selvittää, katsotaanko ns. perinteistä televisiota vähemmän, kun uutisia voi seurata vaikkapa bussissa jo ennen kotiin saapumista? Muuttuko television katselu sosiaalisesta tapahtumasta yksinäiseksi pikkuruudun tuijottamiseksi? Näihin ja muihin kysymyksiin saan vastauksen tutkimukseni tuloksia analysoimalla.

Oletukseni oli, että nuoret, alle 30-vuotiaat korkeasti koulutetut kaupunkilaiset omaksuvat mobiili-tv-palvelun nopeasti. Oletukseni oli niin ikään, että he muodostavat mobiili-tv-palvelun varteenotettavimman käyttäjäryhmän. Tämä korostunee mobiili-tv:n lanseerausvaiheessa, koska nuoret omaksuvat uuden teknologian tarjoamat mahdollisuudet vanhempaa väestöä nopeammin. Edellä mainituista syistä päätin keskittyä omassa mobiili-tv:n käyttäjätutkimuksessani juuri tämän kuluttajaryhmän televisionkatselukäyttäytymiseen ja ennen muuta mobiili-tv-palvelun tuomaan mahdollisiin televisionkatselukäyttäytymisen muutoksiin.

4.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Empiiristä tutkimusta suunniteltaessa tulee määrittää menetelmä, jolla perusjoukosta valitaan tietty joukko tutkimuksen kohteeksi. Perusjoukolla tarkoitetaan sitä havainnointiyksiköiden muodostamaa joukkoa, josta halutaan tehdä havainnot. Mikäli tutkimuksessa tutkitaan koko perusjoukkoa, kutsutaan sitä kokonaistutkimukseksi.

Uusitalon mukaan tutkimusjoukko valitaan otannan avulla. Otantaa tarvitaan, koska useinkaan ei ole mahdollista tai edes järkevää ottaa tutkittavaksi kaikkea saatavilla olevaa aineistoa. Perusjoukosta valitaan otos, jonka ominaisuuksia, käyttäytymistä, mielipiteitä tms. tarkastellaan. Esimerkiksi vaaleja edeltävät mielipidegallupit ovat usein otantatutkimuksia, kun taas väestönlaskenta suoritetaan kokonaistutkimuksena. Tutkimusjoukko koostuu tutkimusyksiköistä, jotka voivat olla esimerkiksi ihmisiä, eläimiä tai organisaatioita. (Uusitalo 1999, 71.)

Tutkimukseni kannalta ei ollut järkevää eikä mahdollista tutkia kaikkia nuoria, urbaaneja pääkaupunkiseudun asukkaita. Näin ollen valitsin otannan avulla tutkimusjoukon, joka demografisten, sosiaalisten ja palvelujen käyttöön liittyvien tekijöiden osalta edusti hyvin suomalaisia nuoria. Olennaista on, että otantani on tilastollisesti edustava, eli että se aidosti vastaa tutkittavaa ihmisryhmää.

Otoksen koko riippuu tutkimuksen tavoitteista ja siitä, millaisia analyyseja tutkimuksen pohjalta halutaan tehdä. Perusjoukon koko ei vaikuta tutkimusotoksen kokoon. Mitä useampia tekijöitä halutaan yhtäaikaisesti tarkastella, sitä suurempi tulisi otoksen olla. (Uusitalo 1999,73.) Vaikka tutkimuksessani olikin useita muuttujia, päädyin kuitenkin pienehkön viiden hengen tutkimusjoukon valintaan. Syynä oli erityisesti se, että Nokia toivoi tutkimuksessa keskittyvän myös sharing-ajattelun tutkintaan. Tv-puhelimen mahdollistaman sharingin hyödyntäminen edellyttää, että tutkimusjoukon yksilöillä on yhtäläiset mahdollisuudet käyttää televisiota. Koska tv-puhelimia ei vielä ollut markkinoilla, päädyin valitsemaan otoksekseni tutkimusryhmän, jonka yksilöt tunsivat toisensa. Näin he pystyivät halutessaan hyödyntämään sharingiä. Muuttujien analysoinnissa hyödynsin kokonaisvaltaisesti kaikkea keräämäni aineistomateriaalia, niin kyselykaavakkeita, syvähaastatteluja kuin ryhmäkeskustelujakin.

Tutkimusongelmasta ja käytettävissä olevista resursseista riippuen tutkimukset suoritetaan joko kvantitatiivisina tai kvalitatiivisina. Kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien käyttö oli huipussaan yhteiskuntatieteen klassisessa vaiheessa viime vuosisadan alussa. Kvantitatiiviset tutkimusmenetelmät yleistyvät toisen maailmansodan jälkeen, mutta 1960-luvulta lähtien ilmiöitä mittaamaan pyrkivää yhteiskuntatiedettä vastaan alkoi nousta kritiikkiä. Tutkimusmenetelmät ja etenkin tutkimustulosten analysoinnissa käytettävät apuvälineet ovat viime vuosikymmeninä kehittyneet suuresti. Tänä päivänä käytetään molempia tutkimusmenetelmiä.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään kerätyn aineiston avulla selvittämään tutkimuskohteen ominaisuuksia, käyttäytymistä, mielipiteitä tms. Tutkimuksen suorittaminen on vahvasti aineistosidonnaista. Tutkimustapojen keskeisimmät erot ilmenevät oheisesta kaaviosta. (Uusitalo 1999, 79-82.)

KVANTITATIIVINEN	KVALITATIIVINEN
Aineisto edustaa tilastollisesti perusjoukkoa	Aineisto edustaa tutkimuskohteen olennaisia piirteitä, on teoreettisesti merkittävää
Aineiston kerääminen, käsittely ja analyysi ovat toisistaan erottuvia vaiheita	Aineiston kerääminen, käsittely ja analyysi kietoutuvat tiiviimmin yhteen
Täsmällisesti rajattu aineisto, joka on esitettävissä lukuina ns. havaintomatriisin avulla	Aineiston rajat ”avoimet”, aineisto verbaalista tai kuvallista
Tyypilliset tutkimusaineistot: koe-, kysely, ja haastattelututkimukset, tilastot, sisällönanalyysi	Tyypilliset tutkimusaineistot: kenttähavainnointi, vapaamuotoiset haastattelut, erilaiset dokumentit, kulttuurin tuotteet
Havaintomatriisin tilastollinen analyysi	Analyysin tavat vahvemmin aineistosidonnaisia ja vähemmän sääntöihin sidottavissa
Tilastollisen analyysin taitavuus ja onnistuneisuus Tutkimuksen toistettavuus	Aineiston kylläntyminen: uudet tapaukset eivät enää tuo uusia piirteitä Aineiston kattavuus: tulkinta ei perustu satunnaisiin poimintoihin
Mittauksen validiteetti ja reliabiliteetti	Analyysin arvioitavuus: lukijan on mahdollista seurata tutkijan päättelyä Analyysin toistettavuus: yksiselitteiset luokittelu- ja tulkintasäännöt

Teoriaa koetteleva	Teoriaa kehittelevä

Kaavio 1. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen eroja. (Uusitalo 1991,81.)

Oma tutkimukseni on kvalitatiivinen. Tutkimusaineistoni edustaa tutkimuskohteeni olennaisia piirteitä, eli sen jäsenet ovat nuoria, korkeakoulutettuja ja hyvin toimeentulevia kaupunkilaisia. Aineiston kerääminen, käsittely ja analysointi, jotka kietoutuivat tiiviisti yhteen, tapahtuivat pohjautuen lomakkeiden, haastattelujen ja keskustelujen avulla. Esimerkiksi ryhmäkeskusteluissa käsittelin ja analysoin saamiani tietoja jo niitä kerätessäni. Aineistoni on suurelta osin verbaalista, eli hyödynsin runsaasti tutkimushenkilöideni suoria kommentteja ja keskusteluja. Tutkimusaineistoni koostui kvalitatiivisille tutkimuksille ominaisista kyselylomakkeista, vapaamuotoisista haastatteluista ja ryhmäkeskusteluista. Havaintoaineistoni analysointi tilastollisin menetelmin ei ollut mielekästä, vaan pitkälti tapauskohtaisesti muokattavissa olevaa. Esittelen tutkimusmenetelmäni ja tutkimusongelmiini saamani vastaukset selkeästi. Lisäksi perustelen johtopäätelmäni aiempiin tutkimusvaiheisiin viitaten.

4.2 Tutkimusryhmän kriteerit

Omaa tutkimusryhmääni kootessa kiinnitin erityisesti huomioita ryhmän jäsenten yhtenäisyyteen. Halusin löytää suuren ja moninaisen joukon sijaan pienen ja tiiviin ryhmän, jonka kaikilla jäsenillä on useita yhteisiä nimittäjiä. Tärkeimmät kriteerit olivat noin 25 vuoden ikä, hyvä koulutus ja vakituinen työpaikka. Tutkimushenkilöiden oli myös asuttava pääkaupunkiseudulla. Ulkoisten kriteereiden lisäksi oli kiinnitettävä huomiota siihen, että tutkimushenkilöt olivat motivoituneita käyttämään mobiili-tv-palvelua ja raportoimaan siitä tutkimuslomakkeiden avulla. Koska tutkimuksen yhteydessä pidettiin kirjaa myös sharing-tapahtumista, oli hyvä, että tutkimushenkilöt tunsivat toisensa entuudestaan. Tämä lisäsi osaltaan koehenkilöiden valinnan haastavuutta.

Haastatteluiden jälkeen valitsin tutkimusryhmääni viisi pääkaupunkiseudulla asuvaa jäsentä, kolme naista ja kaksi miestä. Kaikki olivat innostuneita tutkimuksesta.

Omaehtoinen motivoituminen oli tärkeää, sillä tutkimushenkilöille ei maksettu osallistumisesta mitään korvauksia.

4.3 Tutkimuksen sisältö

Tutkimukseni muodostui kahdesta osasta. Ensimmäisessä vaiheessa seurattiin tv-katselukäyttäytymistä ilman että käytössä oli mobiili-tv-palvelu. Toisessa vaiheessa kirjattiin ylös kaikki tv:n katselu – niin perinteisen vastaanottimen kuin kannettavan päätelaitteen välityksellä tapahtunut. Ensimmäisen ja toisen vaiheen välissä oli mobiili-tv-palvelun ja Nokian 7710 -laitteen perehdyttämisvaihe.

4.3.1 Ensimmäinen vaihe – tavanomainen tv:n katselu

Ensimmäisen, viikon pituisen tutkimusjakson aluksi ryhmäni jäsenille jaettiin seurantalomakkeet. Niihin he kirjasivat päivittäin tarkasti kaiken televisionkatseluun liittyvän toimintansa. Seurantalomakkeissa kysyttiin, mitä ohjelmia he olivat kunakin päivänä katsoneet, mikä oli katsottujen ohjelmien lajityyppi ja minkä maalaisia ne olivat. Lisäksi kaavakkeissa kysyttiin katsannon intensiteettiä eli sitä, katsottiinko ohjelma kokonaan vai oliko televisio kenties taustaviihdykkeenä. Lomakkeisiin merkittiin myös, missä ja millaisessa seurassa televisiota katseltiin. (Liite 1. tutkimuslomake.)

Ensimmäisen seurantaviikon tutkimustulokset muodostivat FinPilot-tutkimustulosten ohella käyttäjätutkimukseni vertailupohjan. Tästä syystä oli tärkeää saada tutkimushenkilöt motivoitumaan merkitsemään kaikki televisionkatsomiset raportointilomakkeisiin, vaikka tässä vaiheessa heillä ei ollut vielä käytössä itse mobiili-tv-palvelua.

4.3.2 Ensimmäisen ja toisen tutkimuksen välinen käyttökoulutus

Tutkimuksen toista vaihetta edelsi perehdyttämisvaihe. Perehdyttämisvaiheessa tutkimusryhmäläisillä oli keskimäärin kolme viikkoa aikaa tutustua Nokian 7710 -puhelimeen ja ennen kaikkea laitteen mahdollistamaan mobiili-tv-palveluun. Perehdytysvaiheen, kuten koko muunkin tutkimuksen aikana, oli tutkimushenkilöillä mahdollisuus saada apua laitteen tai palveluun liittyviin teknisiin ongelmiin. Koska mobiili-tv-palvelu oli kaikille tutkimushenkilöille ennestään melko tuntematon, oli käyttökoulutusvaihe tärkeä mahdollisimman luotettavien tutkimustulosten saavuttamiseksi. Muuten tutkimuksen toisessa vaiheessa olisi kulunut enemmän aikaa

palvelun olemassaolon muistamiseen ja laitteen käyttöön totuttautumiseen. Näin tehokas tutkimusaika olisi mennyt hukkaan.

Ennen toisen tutkimusvaiheen alkua pyydettiin vastaamaan seuraaviin kysymyksiin (suorat lainaukset kysymyslomakkeista). Kuinka paljon olet katsellut televisiota tähän mennessä (päiväkohtainen arvio)? Uskotko televisionkatselukäyttäytymisen muuttuvan mobiili-tv:n käyttömahdollisuuden myötä? Millaisissa tilanteissa/paikoissa uskot käyttäväsi mobiilitelevisiota? Voisitko kuvitella hankkivasi itsellesi mobiili-tv-päätelaitteen?

4.3.3 Toinen tutkimusvaihe

Toinen tutkimusvaihe toteutettiin käyttämällä lomakkeita, suorittamalla haastatteluja ja järjestämällä yhteisiä keskusteluja. Keskusteluja ei nauhoitettu, mutta tein niistä tarkat muistiinpanot. Koeryhmällä oli jatkuvasti mahdollisuus käyttää mobiili-tv-palvelua. Toinen vaihe kesti kuukauden. Sen aikana tutkimushenkilöillä oli kolme viikkoa aktiivista seuranta-aikaa ja viikko vapaapäiviä, jolloin seuranta oli omaehtoista. Seuratut 21 päivää olivat siis koehenkilöiden itse valittavissa. Vapaapäivät olivat tärkeitä, sillä ne mahdollistivat myös unohdukset ilman, että varsinainen tutkimustulos olisi kärsinyt.

Toisessa vaiheessa tutkimushenkilöille jaettiin toisen vaiheen kyselylomakkeet. (Ks. Liite 2.) Lomakkeet oli rakennettu ensimmäisen tutkimusvaiheen tavoin helposti täytettäväksi. Näin koehenkilöt pystyivät ympyröimään haluamiansa vaihtoehtoja annetuista, jolloin lomakkeiden täyttö oli myös nopeaa. Ainoastaan katsotun ohjelman nimi ja katsomisen kesto tuli kirjoittaa itse annetuille paikoille.

Ohjelmatyyppin sai valita neljästä annetusta, viides vaihtoehto oli kysymys muu, mikä? Annetut tyyppivaihtoehdot olivat: uutis- ja ajankohtaisohjelma, urheiluohjelma, draama sekä elokuva. Myös toisessa vaiheessa pyydettiin merkitsemään, oliko katsottu ohjelma ulkomainen vai kotimainen. Kysymyksen uskottiin antavan vastauksen siihen, vaikuttaako pieni ruudun koko katsottuihin ohjelmiin. Vastausta haettiin siihen, haluavatko käyttäjät kuunnella suomen kieltä vai mieluummin lukea pientä tekstiä näyttöruudulta.

Muita sekä ykkös- että kakkosvaiheen lomakkeessa kysyttäviä tietoja olivat, katsottiinko ohjelmaa säännöllisesti, seurattiinko ohjelma kokonaan vai osittain sekä missä ja kenen kanssa televisiota katsottiin.

Jokaisen kakkosvaiheessa seuratun ohjelman jälkeen vastattiin myös seuraaviin kysymyksiin: Tuliko mieleen miten olisit halunnut hyödyntää sharing-ajattelua? (Ks. 4.3.4) Aiheutuiko mobiili-tv:n katselusta sosiaalisia paineita, kommentteja kanssaihmisiltä tms.? Koitko jonkin asian mobiilitelevisiossa huonommaksi tämän ohjelman katselun kannalta verrattuna perinteiseen tv-vastaanottimeen? Mitä positiivista koit, kun sinulla oli käytössäsi mobiili-tv? Entä negatiivista? (Liite 2. Tutkimuksen 2. vaiheen tutkimuslomake)

4.3.4 Sharing – jaetut kokemukset

Tutkimushenkilöthän ovat keskenään tuttuja, joten he voivat ilmoittaa toisilleen mikäli mobiili-tv tarjoaa jonain tiettyinä hetkenä kokemuksia, jotka hän haluaisi jakaa jonkun muun kanssa. Tätä ilmiötä nimitetään käsitteellä *sharing* eli jaetut kokemukset. Nykyäänhän on tapana lähettää esimerkiksi positiivisia tai muuten erikoisia tunteita herättäviä tekstiviestejä ja sähköposteja eteenpäin ja jakaa näin kokemuksia toisten kanssa. Tutkimushenkilöille painotettiin, että he kirjaisivat tällaisia potentiaalisia mobiilitelevisiollakin jaettavia asioita ylös välittämättä tämänhetkisistä teknisistä toteutusmahdollisuuksista. Ehkäpä tulevaisuudessa voidaan välittää vaikkapa onnistuneita jääkiekkomaaleja taikka lumilautailusuorituksia videoleikkeinä myös sellaisille mobiili-tv:n käyttäjille, jotka eivät ole juuri sillä hetkellä seuranneet muuten televisiolähetystä.

4.3.5 Ympäristön reaktiot

Tutkimuksellani halusin selvittää myös, kuinka ympärillä olevat ihmiset, kuten julkisten liikennevälineiden kassamatkustajat tai muut samassa tilassa oleskelevat, suhtautuvat palvelun käyttöön. Herättikö kannettava televisio kiinnostusta tai ehkä paheksuntaa? Tuliko käyttäjille kenties joskus olo, että heitä tuijotetaan palvelun käytön seurauksena. Uskoakseni uusi laite ja palvelu saa monet kanssaihmiset sekä hämmästyään että myös kiinnostumaan. Palvelun käyttäjä saattaa näin joutua tahtomattaan sosiaaliseen kanssakäymiseen myös ventovieraiden kanssa. Onko näin ja onko tällainen kanssakäyminen negatiivinen vai positiivinen asia, riippuu varmastikin palvelun käyttäjästä ja sen hetkisestä tilanteesta. Varsinkin iäkkäämmille ihmisillä juuri tällaisen huomion kohteeksi joutuminen saattaisi tuntua kiusalliselta.

4.3.6 Vertailu FinPilot-tutkimukseen

Opinnäytetyöni yksi oleellinen osa oli dataan perustuvien FinPilot-tutkimustulosten analysointi. Sen lisäksi suoritin oman käyttäjätutkimuksen. Tässä luvussa vertailen omia

tutkimustuloksiani FinPilot-tutkimuksen tuloksiin. FinPilot on esitelty tarkemmin luvussa 3. Halusin omassa tutkimuksessani selvittää, kuinka paljon nuorten hyvin toimeentulevien ja paljon liikkuvien kaupunkilaisten mobiili-tv:n käyttö eroaa laajan FinPilot-tutkimuksen tuloksista. Lähtöoletuksena pidin asetelmaa, että nuoret olisivat luonnostaan kiinnostuneita uudesta teknologiasta ja he omaksuisivat palvelun käytön keskimääräistä nopeammin. Lisäksi nuoret liikkuvat paljon, joten oletin mobiili-tv-palvelun sopivan heille hyvin mukana kulkevaksi tiedonhankintavälineeksi ja viihdykkeeksi. Mikäli tutkimusryhmäni olisi ollut esimerkiksi yli 60-vuotiaat, en uskoisi heidän kaipaavan niin hektistä elämää, että informaation ja viihteen tulisi olla käden ulottuvilla tilanteessa kuin tilanteessa.

5 TULOSTEN PURKU

Tässä luvussa puran ja analysoin tutkimustuloksia kertomalla ensin tutkimukseni vaiheen 1 ja 2 tuloksista ja vertaamalla niitä sekä omana tutkimuksena että FinPilot-tuloksiin.

Omaa tutkimusmateriaalia kertyi noin kaksisataa sivua vastaajaa kohden. Koehenkilöitä oli viisi. Lisäksi minulla oli käytettävissäni noin kaksisataa sivua suomen- ja englanninkielistä Research Internationalin sekä Taloustutkimus Oy:n tuottamaa FinPilot-tutkimusmateriaalia.

5.1 Tutkimuksen luotettavuus

Suunnittelin tutkimukseni siten, että siinä saavutettaisiin mahdollisimman korkea reliabiliteetti. Mittauksen reliabiliteetti tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Tulosten ei haluta olevan sattumanvaraisia, joten tavoitteena on korkea reliabiliteetti. Tästä syystä valitsin tutkimushenkilöikseni mahdollisimman monilta demografisilta ja palvelujen käyttöön liittyviltä ominaisuuksiltaan kohdesegmenttiin soveltuvia henkilöitä. Satunnaisvirheitä syntyy niin haastattelu- kuin kyselytutkimuksissakin esimerkiksi siitä syystä, että vastaaja muistaa tai ilmaisee jonkin asian väärin tai ymmärtää tutkijan esittämän kysymyksen väärin. Esitettyjen kysymysten tulee olla yksiselitteisen selkeitä, ja vastauksia käsiteltäessä tulee olla erityisen huolellinen. Erityisen tärkeitä nämä seikat ovat kvalitatiivisissa tutkimuksissa. (Uusitalo 1999, 84.) Satunnaisvirheiden välttämiseksi kävin läpi kyselylomakkeet kaikkien tutkimushenkilöideni kanssa henkilökohtaisesti.

Pienessä tutkimusryhmässä yhdenkin koehenkilön vastaus olisi muuttanut kokonaistulosta 20 %:lla. Tutkimushenkilöni tiedostivat suuren roolinsa ja harkitsivat vastauksia tarkkaan. Siksi tuloksia voidaan pitää luotettavina sekä vertailukelpoisina. Kyselylomakkeet käytiin myös läpi jokaisen tutkimushenkilön kanssa henkilökohtaisesti. Tutkimushenkilöillä oli myös mahdollisuus saada tukea ja neuvontaa koko tutkimuksen ajan. Näin luotiin hyvät edellytykset mahdollisimman korkean reliabiliteetin saavuttamiseksi. (Uusitalo 1999, 84.)

Validiteetilla tarkoitetaan mittarin eli kysymyskaavakkeiden kysymysten kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Validiteettia voidaan mitata vertaamalla tutkimustuloksia todelliseen tietoon tutkitusta ilmiöstä. Käytännössä tämä on hankalaa,

usein mahdotontakin. Mittauksista riippumatonta todellista tietoa ei yleensä ole saatavilla.

On kuitenkin tapauksia, joissa mittarin validiteetista saadaan tieto vasta jälkikäteen. Tällaisissa tapauksissa puhutaan ennustevaliditeetista. Tutkimukseni validiteetti saadaan selville vasta pitkän ajan kuluttua, kun selviää käyttävätkö tutkimusyksiköt mobiili-tv-palvelua todellisuudessa. Tutkimuksen aikana mobiili-tv-palvelu ei ollut vielä julkisessa käytössä.

5.2 Ensimmäisen tutkimusvaiheen tulokset

Ensimmäinen viikon kestänyt tutkimusvaihe on esitelty tarkemmin luvussa 4.3.1.

Viikon aikana tutkimushenkilöt merkitsivät tutkimuslomakkeisiin katsomansa televisio-ohjelmat, niiden lajityypit, kestot yms. Sen aikana heillä ei ollut vielä käytössään mobiili-tv-palvelua.

Ennen tutkimuksen alkua tutkimushenkilöt arvioivat käyttävänsä päivittäin television katseluun yleisesti yhdestä kolmeen tuntiin, yksi arvioi katsovansa televisiota jopa 6 tuntia päivässä. Tuloksista selvisi omien televisionkatsomisaika-arvioiden olleen jokseenkin realistisia. Yleisesti televisiota katsottiin 2–4 tuntia päivässä.

Perinteisellä televisiovastaanottimella seuratut ohjelmat edustivat laajasti eri ohjelmatyyppejä. Suosituimpia olivat ulkomaiset draamasarjat, myös urheilua ja elokuvia seurattiin tutkimusryhmäläisten keskuudessa päivittäin. Tavallista oli seurata televisiota useita tunteja peräkkäin. Alle puolen tunnin yhtäjaksoista katselua ei juuri esiintynyt. Uutiset edustivat lyhyintä katsotuista ohjelmatyypeistä, mutta niidenkin seuraamisen jälkeen päädyttiin lähes aina istumaan avonaisen televisiovastaanottimen ääreen ilman sen suunnitellumpaa katsomistapahtumaa.

Juuri ennalta suunnittelemattomuus ilmeni hyvin ensimmäisen seurantaviikon tuloksista. Usein televisiota alettiin katsoa kotiin saavuttaessa, vaikka käyttäjällä ei ollutkaan tarkkaa tietoa millaisia ohjelmia oli juuri sinä hetkenä tarjolla. Toisaalta raporteista ilmeni hyvin tiettyihin ohjelmiin kohdistunut uskollisuus. Erityisesti juuri koti- ja ulkomaisia draamasarjoja seurattiin säännöllisesti ja koko ohjelman keston ajan. Tutkimushenkiöiltä kysyttiin myös, olisivatko he täydentäneet mahdollisesti keskeneräiseksi jäänyttä katsomiskokemusta mobiili-tv-laitteella, mikäli siihen olisi ollut mahdollisuus. Tässä tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessahan mahdollinen mobiili-tv:n käyttö oli vielä hypoteettista, eikä keskenjääneitä ohjelmia olisi haluttu sillä

seurata. Tulokseen vaikutti varmasti osaltaan, ettei tutkimushenkilöillä ollut vielä kokemuksia mobiili-tv-laitteesta. Tällöin heille ei ehkä tullut mieleenkään, että keskeneräistä katsomiskokemusta olisi voinut täydentää vaikkapa linja-automatkan aikana.

Ensimmäinen tutkimusviikko osoitti television katselun olevan usein sosiaalinen tapahtuma. Noin kolmannes katselukokemuksista kirjattiin tapahtuvan vähintään yhden muun henkilön seurassa. Usein katsojakumppani oli ystävä. Televisiota katsottiin lähes aina joko oman tai ystävän kotisohvalla istuen. Yli puolet katsomiskokemuksista syntyi yksin oltaessa, tällöin oltiin lähes aina omassa kodissa. Yksin katselun määrää lisäsi varmasti se, että kaikki tutkimushenkilöt edustivat yhden hengen kotitalouksia ja heillä kaikilla oli käytössään omat tv-vastaanottimet.

5.3 Ennako-oletuksia ennen toista tutkimusvaihetta

Ensimmäisessä viikon kestäneessä tutkimusvaiheessa koehenkilöillä ei ollut vielä mahdollisuutta seurata ohjelmia mobiili-tv-laitteen välityksellä. Tutkimushenkiöiltä tiedusteltiin kyselylomakkeessa, olisivatko he mahdollisesti täydentäneet kesken jääneitä katselukokemuksia mobiilitelevisiolla, mikäli heillä olisi ollut siihen mahdollisuus. Lähes kaikki vastaajat pitivät ajatusta keskeneräisen ohjelman katsomista vaikkapa liikennevälineessä utopistiselta. Oikeammin kysymys oli siitä, että mahdollisuus ei tullut heille mieleenkään.

Ajatusta taskussa kulkevasta televisiosta he pitivät kuitenkin mielenkiintoisena. Kaikki tutkimukseen osallistuneet uskoivat käyttävänsä laitetta, mikäli sille ei ilmaantuisi teknisiä esteitä. Erityisesti tutkimukseen osallistuneet naishenkilöt (kolme yhteensä viidestä tutkimushenkilöstä) olivat etukäteen hieman huolestuneita mahdollisista eteen tulevista teknisistä ongelmista.

Jotta tällaiset seikat eivät vaikuttaisi varsinaisiin tutkimustuloksiin, oli tärkeää saada tutustua mobiili-tv-laitteeseen ennen tutkimuksen toisen vaiheen alkua. Tätä varten ensimmäisen ja toisen tutkimusvaiheen välissä oli kolmen viikon mittainen tutustumisvaihe. Tutustumisvaiheen aikana he saivat vapaasti käyttää tutkimuksen päätelaitteena toiminutta Nokia 7710 -mallin matkapuhelinta sekä siihen asennettua mobiili-tv-palvelua. Tutkimushenkilöt perehdytettiin laitteen käyttöön sekä suullisten että kirjallisten ohjeiden avulla. Teknistä tukea (unohtamatta henkistä motivoimista) oli tarjolla koko kaksi kuukautta kestäneen tutkimusprojektin ajan.

Tutustumisvaihe osoittautui erittäin tarpeelliseksi. Kaikilla tutkimushenkilöillä kului noin kaksi viikkoa, kunnes he muistivat heidän käytössään olevan mobiili-tv-palvelun. Todellisuudessa palvelun kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen kuluu aikaa varmasti reilusti kauemminkin, aivan kuten minkä tahansa muun uuden palvelun tai tuotteen rutiininomaiseen sisäistämiseen.

Etenkin ensimmäisen tutustumisviikon aikana heräsi paljon laitteen ja palvelun tekniikkaan liittyviä kysymyksiä. Toisen viikon aikana uuden tuotteen luoma alkuinnostus alkoi selvästi hiipua, mutta kolmannen tutustumisviikon aikana käyttöön tuli selviä rutinoitumisen merkkejä.

Kolmannella tutustumisviikolla laitetta ja palvelua kokevat mielikuvat olivat yleisesti selkeytyneet ja muuttuneet positiivisimmiksi. Kaikki tutkimushenkilöt nimesivät myös päivittäin katsomatta jääneitä ohjelmia, mitä he uskoivat seuraavansa mikäli, heillä olisi jo ollut käytössä mobiili-tv-palvelu.

Oman tutkimukseni kyselylomakkeissa oli sekä kvantitatiivisia sekä kvalitatiivisia kysymyksiä. Molemmat kysymystyypit olivat välttämättömiä kokonaisvaltaisen tutkimusaineiston saamiseksi. Kvantitatiivisilla kysymyksillä sain tietoa muun muassa televisionkatselukertojen määristä ja kestoista. Kvalitatiivisilla kysymyksillä tutkin puolestaan muun muassa seurattujen ohjelmien lajityyppejä. Tiukasti strukturoitujen kysymysten lisäksi lomakkeissa oli tilaa myös vapaamuotoisemmille kysymyksille sekä vastauksille. Tällaisia olivat esimerkiksi kysymykset: kuvaile millaisia reaktioita mobiili-tv:n käyttö aiheutti kanssaihminen kuten toisten linja-automatkustajien keskuudessa? Kuvailevilla kysymyksillä hain ja sain laaja-alaisempaa tietoa mobiili-tv:n vaikutuksista käyttäjän arjessa. Näitä laajempia kysymyksiä käytettiin lähinnä tutkimuksen haastatteluosuuksissa sekä kakkosvaiheessa. Ensimmäisen tutkimusviikon lomake koostui pääosin kvantitatiivisista sekä kvalitatiivisista kysymyksistä, joihin tutkimushenkilö vastasi ympäröimällä annetuista vaihtoehdoista parhaiten tilannetta kuvaavan vaihtoehdon. Viikon kestäneen tutkimusvaiheen aikana kertyi viideltä tutkimushenkilöltä yhteensä noin 250 sivua tutkimuslomakkeita. (Liite 1. Tutkimuslomake.)

5.4 Toisen tutkimusvaiheen tulokset

Tutkimukseni toinen vaihe oli kestoltaan neljän viikon mittainen. Tänä aikana tutkimushenkilöillä oli mahdollisuus seurata televisio-ohjelmia sekä niin sanotun

perinteisen tv-vastaanottimen että mobiili-tv-päätelaitteen avulla. Tarkoitus oli kirjata ylös mahdollisimman tarkasti kaikki television seuranta. Jotta unohdukset, mahdolliset matkat sekä muut poikkeustilanteet eivät vaikuttaisi tuloksiin, tutkimushenkilöt saivat valita vapaasti kuukauden aikana 21 seurantapäivää. Vapaapäivät osoittautuivat hyvin tarpeellisiksi, sillä osallistujien motivoiminen tutkimuslomakkeiden täyttöön osoittautui ennako-oletuksia työläämmäksi. Ilman lähes päivittäistä yhteydenpitoa tutkimushenkilöihin olisi luultavasti puolet katselukokemuksista jäänyt kirjaamatta kyselylomakkeisiin.

Koska tutkimusryhmäni oli vain viiden henkilön suuruinen pidin erittäin tärkeänä jokaisen osallistujan täydellistä sitoutumista tutkimukseen. Yhdenkin koehenkilön välinpitämättömyys heijastuisi näin pienessä otoksessa välittömästi kokonaistuloksiin. Tavoitteenani oli luonnollisesti mahdollisimman laaja materiaali sekä totuudenmukainen tutkimustulos.

Toisen tutkimusvaiheen kyselylomakkeet myötälivätkin ensimmäisen tutkimusviikon lomakkeita (esitely tarkemmin kohdassa 4.3.3.). Materiaalia kertyi keskimäärin 150 sivua tutkimushenkilöä kohden, yhteensä siis 750 sivua. Osasy runsaaseen materiaaliin oli kyselynasettelussa. Tutkimushenkilöt eivät kuitenkaan kokeneet raporttilomakkeiden määrää ongelmaksi. Päinvastoin he pitivät lomakkeiden täyttöä nopeana ja vaivattomana - sellaiseksi ne olivat suunniteltukin. Kysymysten asettelusta syntyi siis ylimääräistä vaivaa ainoastaan raportointilomakkeiden analysoijalle. Sillä ei ollut minkäänlaista vaikutusta tutkimustuloksiin.

5.4.1 Television seuranta toisen tutkimusvaiheen aikana

Toisen tutkimusvaiheen aikana kirjattiin ylös kaikki sekä perinteisillä televisiovastaanottimilla että mobiili-tv-päätelaitteen avulla katsotut ohjelmat. Tämä siksi, että halusin saada kokonaiskuvan siitä muuttaako kannettava päätelaite tv:n katselua yleensäkin. Mikäli tutkimuksessa olisi saanut käyttää ainoastaan mobiilitelevisiota, tulos ei olisi ollut objektiivinen. Tällöinhän ei olisi saatu tietoa siitä, miten nuorten aikuisten televisionkatselukäyttäytyminen muuttuu mobiili-tv:n myötä. Luultavimmin tuloksena olisi ollut vain ensimmäisen tutkimusviikon vastausten toistuma. Ainoana erona se, että nyt ohjelmat oli seurattu perinteisen päätelaitteen sijaan modernilla mobiilitelevisiolla.

Toisen tutkimusjakson alkaessa tutkimushenkilöt arvioivat sitä, miten mobiili-tv tulisi vaikuttamaan heidän televisionkatseluunsa. Kaikki vastaajat uskoivat käyttävänsä palvelua. Etukäteen mobiilitelevisiota uskottiin käytettävän uutis-, ajankohtais- ja urheiluohjelmien katsomiseen, silloin kuin perinteinen televisiovastaanotin ei olisi käytettävissä. Mobiili-tv:n käytölle otollisina paikkoina pidettiin julkisia liikennevälineitä sekä työpaikkoja. Myös tuttavien uskottiin olevan kiinnostuneita palvelusta. Lähes kaikki tutkimushenkilöt uskoivatkin katselevan laitetta myös seurassa, tällöin toteutuisi myös tutkimuksen osa-alueena ollut sharing-ajattelu.

5.4.2 Mitä mobiilitelevisiosta katsottiin?

Kuten ennakko-oletuksissa arvioitiin, katseltiin kannettavalla päätelaitteella lähinnä uutis- ja ajankohtaisohjelmia. Myös urheiluohjelmia seurattiin, joskin vain satunnaisesti. Tutkimuksen aikana käytettävissä olivat kaikki valtakunnalliset kotimaiset tv-kanavat (YLE TV1, MTV3, Nelonen, SubTV sekä Urheilukanava) lukuun ottamatta YLE TV2 – kanavaa, joka näkyi vain silloin tällöin. Kiinnostusta urheiluohjelmiin lisäsi varmastikin käynnissä olleet Torinon olympialaiset. Tosin kilpailulähetykset näytettiin pääosin juuri TV2 -kanavalla, jonka vuoksi niitä ei voinut juurikaan seurata mobiili-tv-päätelaitteen avulla. Kaikki tutkimukseen osallistuneet olisivat kuitenkin käyttäneet mobiilivastaanotinta kilpailulähetyksen (erityisesti jääkiekko-otteluiden) seurantaan, mikäli se olisi ollut mahdollista. Tutkimus osoitti, että toimiessaan moitteettomasti mobiilivastaanotin on oivallinen laite jännittävien ja laajaa yleisöä kiinnostavien urheilu- ja uutistapahtumien seurannassa.

Esimerkkitilanteena toimii hyvin tutkimuksen aikana pelattu Suomen ja Ruotsin välinen jääkiekko-ottelu. Pelin ollessa kiivaimmillaan tutkimushenkilö C joutui velvollisuuden tunnosta istumaan jäähallin katsomossa seuraamassa junioriurheilutapahtumaa. Puoli katsomoa kiemurteli penkeissään odottaen väliaikatietoja naapurimaiden olympiaottelusta. Se mitä helsinkiläishallissa tapahtui samaan aikaan tuntui samantekevältä. Monet kuuntelivat olympiapelin selostusta esimerkiksi matkapuhelimissa olevien radioiden välityksellä. Mobiili-tv olisi ollut enemmän kuin tervetullut tilanteen pelastaja. Valitettavasti TV2 ei löytänyt signaalia.

Myös tutkimushenkilö A oli kutsuttu katsojaksi edellä kuvattuihin taitoluistelukilpailuihin. Hän kuvailee katsojapäiväkirjassaan tilannetta näin:

Tähän väliin on todettava, että olin vakaasti aikonut tulla katsomaan samaan aikaan olleita muodostelmaluistelun SM-kisoja mutta pitkän pohdinnan jälkeen jääkiekko voitti ja suuntasin sitä kummin luo katsomaan. Tästä voi kyllä osin syyttää mobiili-tv:n puutetta, koska jos kakkonen olisi näkynyt niin olisin voinut tulla seuraamaan luisteluita ja seurata samalla myöskin peliä.

Vaikka tuona kertana mobiili-tv ei pelastanutkaan päivää, niin tapaus kuvaa mielestäni hyvin niitä moninaisia mahdollisuuksia, joita palvelu tulee kehittyessään tarjoamaan. Vaikka pienen ruudun katsomista pidetään usein yksinäisenä ja epäsosiaalisena toimisi mobiili-tv edellä kuvatun esimerkin kaltaisissa tapauksissa koostaan huolimatta todella suuren joukon tiedonjakovälineenä. Tämä on myös yksi osoitus siitä, miten sharing-ajattelu voisi toimia palvelun käytön yhteydessä.

Yleisesti ottaen mobiili-tv:n katselu oli normaaliin televisionkatseluun nähden epäsäännöllistä. Laitetta ei kovin usein katsottu määrätyn ohjelman vuoksi vaan lähinnä ajanvietteenä. Poikkeuksen muodostavat eräät urheilutapahtumat. Uutisten aikaan palvelua käytettiin tarkoituksellisesti juuri tiettyinä kellonaikana, mutta muulloin laite pantiin päälle lähinnä ajanvietteeksi ns. kokeilumielessä. Tämä kävi hyvin ilmi mm. tutkimushenkilö D:n katselupäiväkirjasta:

Tämän päivän mobiili-tv-kokemus tuli jälleen ulkoillessa koiran kanssa. Tällä kertaa tosin ajankohta oli monesta muusta päivästä poikkeava, mutta uutisia katsoin tälläkin kertaa.

Jostain kumman syystä tuli otettua taas puhelin mukaan ulkoilureissulle ja sormet meinas paleltua talousuutisia katsellessa. Yks toinen koiranulkoiluttaja pysähtyi juttelemaan ja ihmettelemään mikä laite miulla on mukana samaan aikaan kun koirat sotkivat hihnat solmuun.

Kuten tutkimushenkilö D:n kommenteista voi päätellä, luo palvelun käyttö ainakin näin alkuvaiheessa uusia sosiaalisia suhteita. Ilman että tutkimushenkilö D olisi käyttänyt ulkoillessaan mobiili-tv-palvelua vieras henkilö tuskin olisi pysäyttänyt häntä metsäpolulla. Palvelun yleistyessä tällaiset uutuudenviehätykseen pohjautuvat kontaktit lienevät kuitenkin harvinaisempia.

Muutaman kerran mobiili-tv-laitetta käytettiin julkisissa liikennevälineissä keskeneräisen katselukokemuksen (perinteisellä tv-vastaanottimella seurattua ohjelmaa

ei ehditty katsoa loppuun kotona) loppuun saattamiseksi. Palvelu täydensi eräänä iltana tutkimushenkilö E:n kokemusta seuraavasti:

Katsoin tuttuun tapaan Salkkareita kotona, mutta sitten piti tauon aikana kiiruhtaa bussiin. Viimeminuutit tulikin sitten seurattua mobiili-tv:n avulla.

Ohjelmaa seurattiin näin ollen perinteisellä tv-vastaanottimella niin pitkään kuin se oli mahdollista ja katsomista jatkettiin mobiili-tv:n välityksellä.

Myös muutaman ohjelman seuranta aloitettiin vastaavasti mobiililaitteella ennen kotiin saapumista ja jatkettiin kotona perinteisellä laitteella. Tällaisissa tapauksissa kyseessä olivat koehenkilöiden vakituisesti seuraamat draamasarjat (kerran elokuva).

Tutkimushenkilö D ilahtui työmatkalla muistaessaan taskusta löytyvän television:

Töissä meni myöhään ja huolestuin, etten näe lempisarjaani Teho-osastoa alusta. Sitten istuessani ratikassa tajusin, että mullahan on telkkari taskussa ja näinkin melkein koko jakson! Laitteesta oli siis tänään ehkä ekaa kertaa oikeasti jotain konkreettista hyötyä.

Tutkimustulosten mukaan mobiili-tv ei kuitenkaan korvannut missään tilanteessa perinteistä vastaanotinta, mutta toimi tietyissä tilanteissa puuttuvan perinteisen tv-vastaanottimen hyvänä täydentäjänä.

5.4.3 Millaisissa tilanteissa palvelua käytettiin?

Perinteisesti television katselua pidetään rentoutuskeinona. On mukavaa istua sohvalla, seurustella ystävien kanssa, syödä - ja katsoa samalla televisiota. Välillä voi piipahtaa jääkapilla taikka pihalla tupakalla. Televisiolla on perinteisesti ollut myös tunnelman luoja-rooli. Televisiota on totuttu pitämään auki usein silloinkin, kun sitä ei ole katsottu. Suuren kokonsa ansiosta perinteistä tv-vastaanotinta on ollut helppo seurata niin kutsutusti sivusilmällä muiden askareiden ohessa. (Hietala 1996.)

Mobiili-tv on kooltaan hyvin pieni, kuvaruutu on vain muutamien neliösenttimetrien kokoinen. Kokonsa puolesta se ei siis sovellu kovinkaan hyvin taustaviihdykkeeksi. Uuden ohjelman alkua taikka mainoskatkon loppua ei huomaa ellei toiminta ole fokusoitunut mobiili-tv:n seuraamiseen. Tästä johtuen perinteisen tv:n ja mobiili-tv:n käyttötilanteet eroavat toisistaan huomattavasti.

Tutkimusten mukaan mobiili-tv:lle suotuisia käyttötilanteita ovat hetket, jolloin muuta tekemistä on tarjolla erittäin niukasti. Tästä hyvänä esimerkkinä toimivat julkiset

liikennevälineet. Matka-aika on istuttava paikallaan, samalla ei voi vaikkapa laittaa ruokaa taikka siivota (tyypillisiä perinteisen tv-vastaanottimen päällä ollessa suoritettavia askareita). Bussissa tai junassa istuessa on helppo syventyä pienen ruudun välittämään materiaalin, korvakuulokkeista tuleva ääni auttaa puolestaan eristäytymään ympäröivästä maailmasta. (FinPilot 2005; Northern Sky Research 2005; Jupiter-Research 2005.) Tämä kävi ilmi mm. tutkimushenkilö B:n katselupäiväkirjasta.

Tänään aikaa kului jälleen rutkasti bussissa ja metrossa istuen. Ei ollut oikein mitään tekemistä niin viihdytin itseäni mobiilitelevisiolla. Vähän häiritsi kun signaali meni välillä metrossa huonoksi, mutta muuten palvelu sopii hyvin ajan kuluttamiseen. Kuulokkeet eristävät hyvin muusta melusta eli ei haitannut vaikka vieressä matkustaneet juttelivat keskenään.

Näin tutkimushenkilö B kuvaili ajanviettoaan tilanteessa, missä aikaa oli vietettävä paikallaan istuen, tuntemattomien ihmisten seurassa. Tosin tällaisissa tilanteissa tutkimuksen osallistujat huomasivat usein kanssaihmissen kiinnostavan huomiota mobiilitelevisioon. Yksityiseksi katselukokemukseksi tarkoitettu tilanne vaihtuikin lähes aina sharing-tyyppiseen jaettuun elämykseen. Esimerkiksi tutkimushenkilö B löytää mobiilitelevisiosta monia hyviäkin puolia:

Taskutelkku on toisaalta tosi kätevä vaikka bussissa, mutta on välillä suorastaan häiritsevää kun ihmiset alkaa tuijottamaa tai jotkut jopa kyselemään laitteesta. Ei siinä muuten mitään ongelmaa ole, mutta jos just seuraa jotain ohjelmaa niin silloin se kyllä häiritsee. Tänään kävi just niin ja olis tehnyt mieli sanoa sille uteliaalle miehelle et oo hiljaa, mä katon tätä sarjaa!

Noin puolet tutkimukseen osallistujista piti laitteen avaamia sosiaalisia kontakteja positiivisina. Toiselle puolikkaalle tällainen tiirailu ja kysely aiheutti kuitenkin myös negatiivisia tunteita. Esimerkkinä mainittakoon häpeä, sillä laitteen tuoma käyttäjästatus kuvasti tutkimushenkilöistä erittäin varakasta henkilöä. He eivät kuitenkaan kokeneet olevansa erityisen varakkaita. Tutkimushenkilö C ahdistui liiasta huomiosta bussiterminalissa:

Ajattelin katsoa mobiilitelevisiota bussiterminalissa. Otin sen kyllä esiin, mutta sitten alkoi tuntua että mua tuijotettiin. Johtui varmasti siitä kun ei ollut niitä kuulokkeita mukana. No alkoi kuitenkin olla epämukavan painostava ilmapiiri, ihmiset todella

tuijottivat! Tuntui, että olisin ollut joku megaluokan juppi. Se oli epämukavaa eli panin puhelimen pois ja katsomiskokemus jäi suunniteltua lyhyemmäksi!

Televisiolla on myös suuri rooli yhteiskunnan tiedonvälityksessä. Tiedonvälitykseen myös mobiili-tv soveltuu hyvin. Tutkimuksen aikana koehenkilöt saattoivat käyttää palvelua hyvinkin vaihtelevissa paikoissa (työpaikka, kuntosali, yliopisto, ravintola) vain katsoakseen uutislähetysten. Tällaisissa tilanteissa sharing-tapahtumaa ei pidetty juuri koskaan häiritsevänä, päinvastoin ruudun ääreen pyydettiin usein muitakin katselijoita. Hyvinä esimerkkeinä tällaisesta käy tutkimushenkilö E:n katselupäiväkirjassa kuvailemat tilanteet:

Päivällä töissä ollessa surffailtiin eri kanavia mobiili-tv:llä iltapäiväkahvien yhteydessä työkavereiden kanssa, kun kaikki heistä eivät olleet mobiilitelevisiota aiemmin nähneet. Emme katsoneet tarkemmin mitään vaan hypittiin kanavalta toiselle. Kuvan laatu ei ollut paras mahdollinen ja kun jollain kanavalla oli tekstitys, niin siitä ei saanut selvää. Työkaverit miettivät sitä minkälaisella tekniikalla mobiili-tv on toteutettu ja samalla puhuttiin siitä miten kätevää olisi jos TV2 ois myöskin näkynyt, aika moni olisi kuulemma seurailut töiden lomassa olympiakisoja.

Päivällä työkavereiden kanssa ihmeteltiin taas mobiili-tv:tä ruokailun yhteydessä. Työkaverit halusivat surffaila kanavia läpi. Tuosta puhelimesta on kyllä sanottava, että se on saanut monet ihmiset tulemaan juttelemaan ja kyselemään asiasta. Ja tätä kiinnostusta on tullut enimmäkseen miespuolisten taholta, ilmeisesti meitä kaksilahkeisia vaan kiinnostaa tekniikka enemmän, vaikka töissä on kyllä tekniikanalan naisiakin, mutta nämä eivät ole tulleet kyselemään. Sekin on kyllä sanottava, että mobiili-tv on kyllä melkoinen akun syöjä, saa olla vähän väliä puhelinta lataamassa.

Palvelun käyttö oli yleistä myös tutkimushenkilö A:n työpaikalla:

Mobiili-tv herätti edelleenkin kiinnostusta työpaikan perjantaikahvien yhteydessä. Jostain syystä tv-oppaan päivitys ei meinannut onnistua, mutta lopulta kolmannella yrityksellä onnistui. Katselun aiheena oli todella mielenkiintoisia mobiilipelejä sekä jotain urheilu-uusintaa Eurosportilta. Kuvan laatu edelleenkin huonon signaalin takia heikko.

5.4.4 Muuttuva katselu ympäristö

Yksi tutkimukseni tavoitteista oli selvittää, muuttuuko kohderyhmän televisionkatselu ympäristö mobiilivastaanottimen tarjoamien mahdollisuuksien myötä. Hypoteettisesti katselupaikkojen uskoisi muuttuvan runsaastikin. Mobiilivastaanotin vapauttaa katsojan seuraamaan tv-ohjelmia siellä missä hän ikinä liikkuukaan. Enää ei olla riippuvaisia siitä, minne tv-vastaanotin on asennettu taikka missä on sähkövirtaa.

Tutkimukseni ensimmäisessä vaiheessa selvitin, millaisissa paikoissa perinteistä televisiota yleensä katsottiin. Paikkoina olivat lähes poikkeuksetta oma taikka ystävän koti. Vain ani harvoin ohjelmia seurattiin yksityiskotien ulkopuolella, ainoana poikkeuksena olivat baareissa seuratut jääkiekko-ottelut.

Tarkastellessani tutkimustuloksia on kuitenkin helppo todeta mobiilivastaanottimen laajentavan tv:n katselu ympäristöä huomattavasti. Kuten jo aiemmin todettiin, mobiiliteleviosta seurattiin mitä moninaisimmissa paikoissa: julkisissa liikennevälineissä, juna- ja bussiterminaaleissa, oppilaitoksissa, työpaikoilla, erilaisissa jonotustilanteissa jne. Näissä missään ei ollut muuten mahdollisuutta seurata ohjelmia perinteisellä tv-vastaanottimella. Ilman mobiilivastaanotinta ohjelmat olisivat siis jääneet näkemättä. Sen sijaan kotona tutkimusryhmäni jäsenet käyttivät laitetta lähinnä esitellessään sitä tuttavilleen.

5.4.5 Kuinka paljon palvelua käytettiin?

Tutkimustuloksista kävi ilmi, että yleisimmin yksittäinen mobiili-tv-katselukokemus oli kestoltaan viidestä minuutista korkeintaan puoleen tuntiin. Mobiili-tv:n katselumahdollisuus ei kuitenkaan merkittävästi lisännyt television katseluun käytettyä kokonaisuutta. Tutkimushenkilö C: kuvaakin katselupäiväkirjassa palvelun käyttöä seuraavasti:

Vaikka telkku kulkee mukana niin ei se ole lisännyt ruudun ääressä käyttämäni aikaa. Katson kännykkätelkkuälyä yleensä vaan muutaman minuutin, ei niin pientä ruutua viitsi pitkään tuijottaa. Silmähän siinä väsy.

Perinteisestä tv-vastaanotinta käytettäessä katsomisajat olivat selvästi pidempiä. Ote tutkimushenkilö D:n katselupäiväkirjasta:

Tänään kyllä vietin taas useamman tunnin telkun ääressä sohvalla röhnöttäen.

Tyypillinen sunnuntai siis. Jos olisin ollut vaikka mökillä missä ainoa telkku on tämä

mobiili-tv niin sitä en kyllä olisi varmasti jaksanut niin kauaa katsoa. Olisin keksinyt muuta puuhaa.

Tutkimuksen aikana yksikään koehenkilö ei seurannut mobiili-tv:n välityksellä useaa ohjelmaa peräkkäin (poikkeuksena uutiset + niitä välittömästi seuranneet urheilu-uutiset). Tästä voidaan päätellä mobiili-tv:n soveltuvan juuri lyhytaikaiseen selektiiviseen katseluun.

Vastaanotetun kuvan laatu on hyvä sekä mobiili-tv:ssä että perinteisessä tv-vastaanottimessa. Tutkimuksen toinen vaihe osoitti, että mobiilivastaanottimen pieni kuvaruutu edellyttää kuitenkin tarkkaa keskittymistä meneillään olevaan ohjelmaan. Suora lainaus tutkimushenkilö B:n katsojapäiväkirjasta:

Olen huomannut, että mobiilitelevisiota katsellessa pitää keskittyä ohjelmaan todella paljon kun ruutu on niin pieni. Normaalialtelkkua tulee katseltua usein sivusilmällä vaikkei ohjelmaa sinänsä seuraisikaan. Mobiilitelkkua ei tule käytettyä taustaviihdykkeenä.

Myöskään kanavan vaihto ei ole mobiilitelevisiolla yhtä vaivatonta kuin perinteisellä vastaanottimella. Niinpä laite suljettiin usein nopeasti, mikäli sopivaa kanavaa ei heti löytynyt.

6 OMIEN TUTKIMUSTULOSTEN VERTAILU FINPILOT-TUTKIMUKSEN TULOKSIIN

Oman mobiili-tv-käyttäjätutkimukseni sekä vertailututkimuksena käytettävän FinPilot-tutkimuksen lähtökohdat poikkesivat toisistaan merkittävästi. FinPilot-tutkimuksen teetti mobiili-tv-päätelaitteiden valmistaja Nokia tarkoituksenaan selvittää palvelun kannattavuus sekä kehittääkseen laitteen ominaisuuksia. Tutkimuksen suorittivat suuret tutkimusyrietykset Research International Finland sekä Finnpanel. Tutkimukseen osallistui yhteensä 889 tutkimushenkilöä. Laaja-alainen otanta antoi hyvän kokonaiskuvan siitä miten mobiili-tv-palvelua käytettiin yleisellä tasolla.

Oma tutkimukseni oli verrattain pienimuotoinen. Viiden hyvin samantapaisen taustan sekä elämäntilanteen omaavan nuoren aikuisen mobiili-tv:n käyttö poikkeaisi hypoteesin mukaan koko väestörakenteen kattavista tuloksista. Uskoin nuorten urbaanien aikuisten suhtautuvan palveluun kokonaisväestöä optimistisemmin sekä heidän omaksuvan palvelun vertailuryhmää nopeammin. Vertailemalla saatuja tutkimustuloksia voidaankin huomata tutkimusryhmien kulutuskäyttäytymisessä eroja.

6.1 Päivittäiset katselujat

FinPilot-tutkimukseen osallistujat edustivat koko väestöjakaumaa, sen vuoksi eri käyttäjätyyppien edustajia oli runsaasti. Oman tutkimukseni osallistujat olivat sen sijaan kaikki nuoria, urbaaneja ja työssäkäyviä, joten he edustivat jo lähtötilanteessa huomattavasti tarkemmin segmentoitua kohderyhmää. Myös vertailuryhmien koot (FinPilot 889 henkeä ja oma tutkimukseni 5 henkeä) vaikuttivat luonnollisesti tuloksiin. Kun sata FinPilot-tutkimushenkilöä käytti palvelua bussissa oli suuren otannan perusteella saatujen tulosten yleinen edustavuus luonnollisesti suurempi kuin oman tutkimukseni kohteena olleen pienryhmän. Tutkielmani tarkoitus oli kuitenkin täydentää FinPilot-tutkimusta tarjoamalla syventävää tietoa valitsemaani kohdesegmenttiin kuuluvien henkilöiden mobiili-tv:n käytöstä.

Ennen tutkimukseni alkua selvitin, kuinka paljon sekä tutkimusryhmäläiseni että suomalaiset keskimäärin käyttävät aikaa television katseluun. Omat tutkimusryhmäläiseni katsoivat televisiota jopa kuusi tuntia päivässä, keskimäärin kuitenkin 2-4 tuntia. Finnpanel Oy:n tekemien koko väestön kattavien tutkimusten mukaan suomalaiset katsovat päivittäin televisiota keskimäärin n. kolme tuntia. Näin ollen voisi todeta omienkin tutkimusryhmäläisten edustavan suomalaista keskiaverto tv:n katselijaa. (Finnpanel Oy.)

Tutkimustuloksia tarkastelemalla voidaan havaita, ettei mobiili-tv-palvelu juurikaan lisää ihmisten television katseluun käyttämää aikaa. Palvelun käyttö oli molemmissa tutkimuksissa kerrasta riippuen kestoiltaan vain minuutista puoleen tuntiin. FinPilot-tutkimukseen osallistujat käyttivät palvelua keskimäärin yhdestä kahteen kertaan viikossa. Omaan tutkimukseeni osallistujat katselivat mobiiliteleviisiota sen sijaan useammin, jopa muutamia kertoja päivässä. Tosin kolmen viikon tutkimusjaksoon mahtui myös päiviä, jolloin palvelua ei käytetty lainkaan.

Mobiili-tv:n katseluun käytettyä aikaa vertaamalla voidaan todeta nuorten urbaanien työssäkävien käyttävän selvästi enemmän aikaa mobiili-tv:n katseluun mitä keskiavertosuomalaiset yleensä. Toisaalta, kuten jo aikaisemmin olen tutkimuksessani maininnut, nuoret omaksuvat uudet teknologiapalvelut esimerkiksi vanhuksia ja keski-ikäisiäkin nopeammin. Tämän vuoksi luotettavampia tutkimustuloksia on mahdollista saada vasta, kun palvelu on ollut käytössä pitkään ja on muuttunut osaksi arkipäivää. Tähän kuuluu luultavasti vielä vuosia.

6.2 Palvelun käyttötilanteet

FinPilot-tutkimukseen osallistujat käyttivät mobiili-tv-palvelua eniten ajan kuluttamiseen esimerkiksi työmatkalla tai odottaessaan jotain. Samat syyt olivat yleisimpiä myös oman tutkimukseni koehenkilöillä. Omaan tutkimusryhmäni jäsenet käyttivät palvelua kuitenkin FinPilot-tutkimukseen osallistujiin verrattuna useammin julkisissa paikoissa, kuten busseissa ja junissa. Tällaisissa paikoissa palvelun käyttö aiheutti usein väistämättä tahattoman sharing-ilmion kanssamatkustajien tai muiden läsnäolijoiden reagoidessa mobiili-tv:n päälläoloon. Vaikka myös omat tutkimusryhmäläisensä pitivät usein tällaista tahatonta huomiota kiusallisena (Ks. luku 4.3.5), ilmeni julkisen paineen aiheuttamat negatiiviset tunteet etenkin FinPilot-tutkimuksen käyttäjien keskuudessa. Uskonkin kanssaihminen tahattoman huomion heräämisen olevan suurin syy siihen, miksi useat varsinkin hieman iäkkäämmät henkilöt eivät koe palvelun käyttöä mielekkääksi julkisissa paikoissa. Ongelma tulee kuitenkin poistumaan lähes täysin palvelun yleistyttyä. (FinPilot 2005.)

Kummankin tutkimuksen tuloksissa oli havaittavissa palvelun merkitys tiedonvälittäjänä. Uutiset olivatkin yleisin syy katsella mobiilitelevisiota. Uutisten vakiintuneet ajankohdat ovat helppo muistaa ilman käytettävissä olevia televisio-ohjelmatietoja, joten palvelun käyttö haluttuina ajankohtina on vaivatonta liikkeellä ollessakin. Eniten palvelua käytettiin liikennevälineissä.

Lisäksi omat tutkimushenkilöni käyttivät palvelua myös sellaisissa paikoissa, joissa ollaan perinteisesti totuttu olemaan sosiaalisessa kontaktissa katsomatta kuitenkaan televisiota. Tällaisia paikkoja ovat esimerkiksi kuntosalit, opiskelu- sekä työpaikat, ravintolat ja kahvilat. Käytettäessä palvelua juuri tällaisissa sosiaaliseen kanssakäymiseen otollisissa paikoissa palvelee mobiili-tv kerralla laajempaa katselijajoukkoa. Sharing-ajattelu toteutui siis varsin usein. Edellä kuvatuissa ympäristöissä käytettynä palvelu ei myöskään aiheuttanut käyttäjilleen kiusallisia tunteita. Päinvastoin laitteen omistaja tunsikin usein olevansa ”haluttu ja hyödyllinen”. Joskus jopa tutkimushenkilö pyydettiin varta vasten kahvilaan näyttämään suosittua televisio-ohjelmaa. Tutkimushenkilö A kertoi haastattelussa seuraavanlaisesta tilanteesta:

Olisin mennyt jo keskustasta kotiin, mutta kaverit pyysivät mukaan kahville kun halusivat katsella samalla kännykästäni Maikkarin O.C. –sarjaa. Tuntui kivalta olla jotenkin erikoisen hyödyllinen niin lähdin mukaan kahvilaan.

6.3 Palvelun tulevaisuudennäkymät

FinPilot-tutkimukseen tutkimusyksiköiltä kysyttiin ennen palvelun käytön aloittamista, miten he uskoivat sen menestyvän markkinoilla. Osallistujista 12 % uskoi palvelun oleva varma menestystuote. Melko varmaan menestykseen uskoi 46 % osallistujista. Lähes kolmannes eli 28 % vastaajista ei osannut arvioida palvelun potentiaalia tulevaisuudessa. FinPilot-tutkimukseen osallistuneista 12 % oli ennen varsinaisen käyttötutkimuksen alkua melko varma, ettei palvelulla olisi markkinoita. Yksi prosentti vastaajista oli aivan varma, että tuote ei tulisi menestymään. Kokonaisuudessaan FinPilotin tutkimushenkilöistä 58 % uskoi aivan tai melko varmasti palvelun menestykseen, joten lähtöasetelmaa voitiin pitää jokseenkin positiivisena. (FinPilot 2005.)

Tutkimuksiin osallistuneet voidaan jakaa viiteen eri kuluttajaryhmään palveluun kohdistuvan oletusostokäyttäytymisen mukaan. Innovaattorit hankkivat palvelun ja siihen sopivan puhelimen heti kuin se on saatavilla. Varhaiset omaksujat hankkivat palvelun todennäköisimmin seuraavan puhelimen oston yhteydessä. Varhainen enemmistö hankkii palvelun todennäköisesti, kun sen käyttö on yleistynyt. Myöhäinen enemmistö saattaa hankkia palvelun joskus tulevaisuudessa. Kieltäytyjät eivät usko hankkivansa palvelua milloinkaan. Palvelun potentiaaliin ostajiin lasketaan innovaattorit, varhaiset omaksujat sekä varhainen enemmistö. Heitä oli FinPilot-tutkimuksen osallistujista 41 %.

Oman tutkimukseni osallistujasta kaikki kuuluivat joko varhaisiin omaksujiin taikka varhaiseen enemmistöön. Näin ollen jokainen tutkimukseni koehenkilöistä oli palvelun potentiaalinen ostajia. Kaikki tutkimushenkilöt uskoivat palvelun menestyvän tulevaisuudessa.

Erot ryhmien suhtautumisessa voidaan selittää helposti ikä- ja tulojakauman avulla. Nuoret urbaanit aikuiset ovat esimerkiksi maaseudulla asuvia vanhuksia kiinnostuneempia uudesta teknologiasta. He seuraavat trendejä ja vaihtavat puhelimia usein muulloinkin kun edellisen rikkoutuessa. Nuoret urbaanit aikuiset liikkuvat paljon, jolloin mobiili-tv-palvelua voidaan käyttää silloin kun ns. perinteistä tv-vastaanotinta ei ole käytettävissä. Yksin elävillä ja säännölliset ansiotulot omaavilla korkeakoulutetuilla nuorilla on myös suuremmat taloudelliset valmiudet sijoittaa uusiin teknologialaitteisiin.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Suorittamani tutkimuksen tulokset vahvistivat, että mobiili-tv:lle on olemassa selvä sosiaalinen tilaus. Tutkimus vahvistaa, että tulevaisuudessa se saavuttanee samanlaisen vakiintuneen aseman kuin markkinoille aiemmin lanseeratut muutkin erityisominaisuuksin varustetut matkapuhelintyytit.

Mobiili-tv:n katselumahdollisuus ei kuitenkaan juuri lisää television seuraamiseen käytettyä kokonaisaikaa. Yleisimmin yksittäinen mobiili-tv-katselutapahtuma oli kirjausten mukaan kestoltaan viidestä minuutista korkeintaan puoleen tuntiin. Perinteisellä tv-vastaanottimella ohjelmia seurattaessa katsomisajat olivat selvästi pidempiä, keskimäärin puolesta tunnista kahteen tuntiin.

Mobiili-tv:n katseluun käytettyä aikaa tarkastamalla voidaan todeta nuorten urbaanien työssäkäyvien käyttäneen enemmän aikaa mobiili-tv:n katseluun kuin mitä keskivertosuomalaiset yleensä tekivät. Etukäteen oletinkin näin tapahtuvan ainakin alkuvaiheessa siitä syystä, että nuorten on helppoa omaksua uusia teknologiapalveluita ja he ovat usein myös varsin kiinnostuneita tekniikan tarjoamista uusista elämyksistä.

Oman tutkimukseni tulosten pohjalta n. 25-vuotiaat hyvin koulutetut, työssäkäyvät nuoret ovat kokonaisväestöä potentiaalisimpia mobiili-tv-palvelun tulevia käyttäjiä.

Tulokset osoittivat, että perinteisellä tv-vastaanottimella katsotaan monesti useita peräkkäisiä ohjelmia. Tutkimusryhmässäni mobiili-tv:n välityksellä kukaan ei seurannut useaa ohjelmaa peräkkäin Poikkeuksen muodostivat uutiset ja niitä välittömästi seuranneet urheilukatsaukset. Tästä voidaan päätellä mobiili-tv:n soveltuvan erityisesti lyhytkestoiseen, selektiiviseen katseluun.

Vaikka vastaanotetun kuvan laatu on hyvä sekä mobiili-tv:ssä että perinteisessä tv-vastaanottimessa tarjoaa perinteinen vastaanotin kuitenkin muutoin mielekkäämmän katsomiskokemuksen. Perinteisin vastaanottimen välittämä suuri kuvan koko madaltaa kynnystä vähemmän keskittyneeseen ohjelmien seurantaan. Mobiilivastaanottimen pieni kuvaruutu edellyttää puolestaan tarkkaa keskittymistä meneillä olevaan ohjelmaan.

Jatkuvasti uudistuva tv-teknologia luo koteihin lähes elokuvateatteritasoiset puitteen lähetysvirran seuraamiseen. Niinpä pidemmät ohjelmakokonaisuudet tultaneen jatkossakin seuraamaan perinteisiä tv-vastaanottimia käyttäen. Kyseinen seikka tuskin kuitenkaan vähentää mobiili-tv:n käyttöä sen vakiinnutettua asemansa kuluttajien

keskuudessa. Se vain tuo lisää uusia haasteita myös mobiili-tv:n kehittäjille. Jatkossa mobiili-tv tulee varmasti olemaan entistä enemmän myös juuri mobiilivastaanottimelle kehitetyn erikoismateriaalin välittäjä.

LÄHTEET

Kirjalliset

FinPilot-tutkimus 2005.

Finnpanel Oy. 2005. Suomen mobiili-tv: Logidataan perustuvat analyysit.

Hellman, Heikki. Kansanedustajat uskovat yhä tv-maksuun. 2006. Helsingin Sanomat.

Hietala, Veijo. 1996. Ruudun hurma – johdatus tv-kulttuuriin. Jyväskylä: YLE-opetuspalvelut..

Kotler, Philip. 2000. Marketing Management. Millenium edition. International edition.

Research International. 2005. Suomen mobiili-tv-pilotti.

Seppänen, Raili. Televisio tunkee taskuun. 2006. Talouselämä 11/2006, 36-38.

Sonera. [www-dokumentti]. (http://www.sonera.fi/artikkeli2/0,3843,1-fi_h-13444,00.html). Luettu 12.10.2006.)

Steinbock, Dan. 2005. The Mobile Revolution. Lontoo: Kogan Page Limited.

Viestintävirasto.[www-dokumentti]. <http://www.tv-maksu.fi/navi7.html#2._Televisiomaksua_edellyttävät_laitteet/laite-yhdistelmät> (luettu 19.10.2006.)

Suullinen ja kirjallinen (sähköpostitse)

Naumi Tero. Senior Product Manager. Nokia Corporation. Lokakuu 2005 – lokakuu 2006.

LIITE 1

(3/4)

Katsoitko ohjelman 1 .kokonaan 2. osittain

Jos vastasit 2 olisitko täydentänyt katsomisaikaa mobiili-tv:llä? 1. kyllä 2. en

Missä katsoit? 1. kotona 2. muualla, missä?

Kenen kanssa? 1. yksin 2. seurassa, kenen kanssa?

4. (päivän neljäs ohjelma)

Seurattu ohjelma ja sen kesto _____

Esityskanava ja lähetysaika _____

Ohjelmatyyppi: 1. uutis- ja ajankohtaisohjelma 2. urheilu

3. draama 4. elokuva 5. muu, mikä

Ohjelma on: 1. kotimainen 2. ulkomainen

Seuraatko ohjelmaa 1. säännöllisesti 2. satunnaisesti

3. en seuraa (ympyröi vaihtoehto)

Katsoitko ohjelman 1 .kokonaan 2. osittain

Jos vastasit 2 olisitko täydentänyt katsomisaikaa mobiili-tv:llä? 1. kyllä 2. en

Missä katsoit? 1. kotona 2. muualla, missä?

Kenen kanssa? 1. yksin 2. seurassa, kenen kanssa?

5. (päivän viides ohjelma)

Seurattu ohjelma ja sen kesto _____

Esityskanava ja lähetysaika _____

Aleksandra Kral-Leszczynski

Mobiili-tv-käyttäjätutkimus

Tutkimushenkilön nimi _____

Syntymäaika _____

Arvio kuinka monta tuntia katson päivittäin televisiota (ennen tutkimusta) _____

Onneksi olkoon ja kiitos! Olet nyt selvinnyt mobiili-tv-käyttäjätutkimuksen toiseen vaiheeseen. Muista yhä, että olet yksi viidestä tutkimushenkilöstä, joten jokaisella vastauksellasi on merkitystä tutkimustuloksen kannalta.

Seuranta-aika on 3 viikkoa, jolloin mobiili-tv:n käyttö ei ole estynyt! Huomioi mobiili-tv:n rajallinen katselualue!

Täytä kyselylomake aina heti katsottuasi televisiota, joka ohjelman yhteydessä tulee täyttää uusi kyselykokonaisuus. Jos huomaat surffailevasi usein kanavalta toiselle katsomatta ohjelmaa sen tarkemmin voit kirjoittaa siitä päiväkirjaraporttiin ja jättää kyselylomakkeen tältä osin täyttämättä. Pohdi tällöin tapahtuuko kanavasurffailua enemmän mobiili-tv:llä vai perinteisellä vastaanottimella.

Voit vapaasti valita seitsemän päivää jolloin pidät taulukkopäiväkirjan sijasta kuvailevaa päiväkirjaa. Näinä päivinä voit kertoa kirjallisesti omin sanoin kyseisen päivän televisionkatselukokemuksistasi käyttäen runkona kyselylomakkeista tuttuja kysymyksiä. Muista aina ilmoittaa kauanko katsoit televisiota yhteensä ja milloin käytit mobiili-tv:tä.

Vastaa seuraaviin kysymyksiin nyt heti:

Kuinka paljon olet katsellut televisiota tähän mennessä (oma päiväarvio)? _____

Uskotko televisionkatselukäyttämisen muuttuvan mobiili-tv:n myötä? _____

Jos kyllä,
miten _____

_____.

LIITE 2

(2/7)

Millaisissa tilanteissa/paikoissa uskot käyttäväsi mobiili-
tv:tä? _____

_____.

Voisitko kuvitella hankkivasi itsellesi oman mobiili-tv-
laitteen? _____.

Jos kyllä paljonko olisit valmis siitä
maksamaan? _____.

Tutkimuspäivän numero: _____, viikonpäivä: _____, päivämäärä: _____

1. (päivän ensimmäinen ohjelma)

Seurattu ohjelma ja kesto _____.

Seurasin ohjelmaa mobiili-tv:llä: 1. kyllä 2. en

Esityskanava ja lähetysaika _____.

Ohjelmatyypit: 1. uutis- ja ajankohtaisohjelma 2. urheilu 3. draama
 4. elokuva 5. muu, mikä

Ohjelma on: 1. kotimainen 2. ulkomainen

Seuraatko ohjelmaa 1. säännöllisesti 2. satunnaisesti

3. en seuraa (ympyröi vaihtoehto)

Missä katsoit? 1. kotona 2. muualla, missä?

Kenen kanssa? 1. yksin 2. seurassa, kenen kanssa?

Jos käytit mobiili-tv:tä:

Tuliko mieleen miten olisit halunnut hyödyntää sharing-ajattelua? Voit ideoida vapaasti
välittämättä siitä onko asia teknisesti
toteutettavissa. _____

_____.

Ohjelmatyyppi: 1. uutis- ja ajankohtaisohjelma 2. urheilu 3. draama
4. elokuva 5. muu, mikä

LIITE 2

(6/7)

Ohjelma on: 1. kotimainen 2. ulkomainen
Seuraatko ohjelmaa 1. säännöllisesti 2. satunnaisesti
3. en seuraa (ympyröi vaihtoehto)
Missä katsoit? 1. kotona 2. muualla, missä?
Kenen kanssa? 1. yksin 2. seurassa, kenen kanssa?

Jos käytit mobiili-tv:tä:

Tuliko mieleen miten olisit halunnut hyödyntää sharing-ajattelua? Voit ideoida vapaasti välittämättä siitä onko asia teknisesti toteutettavissa. _____

_____.

Aiheutuiko mobiili-tv:n katselusta sosiaalisia paineita, kommentteja kanssaihmisiltä tms.? _____

_____.

Koitko jonkin asian mobiili-tv:ssä huonommaksi tämän ohjelman katselun kannalta verrattuna perinteiseen tv-vastaanottimeen? _____

_____.

Mitä positiivista koit kun sinulla oli käytössäsi mobiili-tv? _____

_____.

Mitä positiivista koit kun sinulla oli käytössäsi mobiili-
tv? _____
