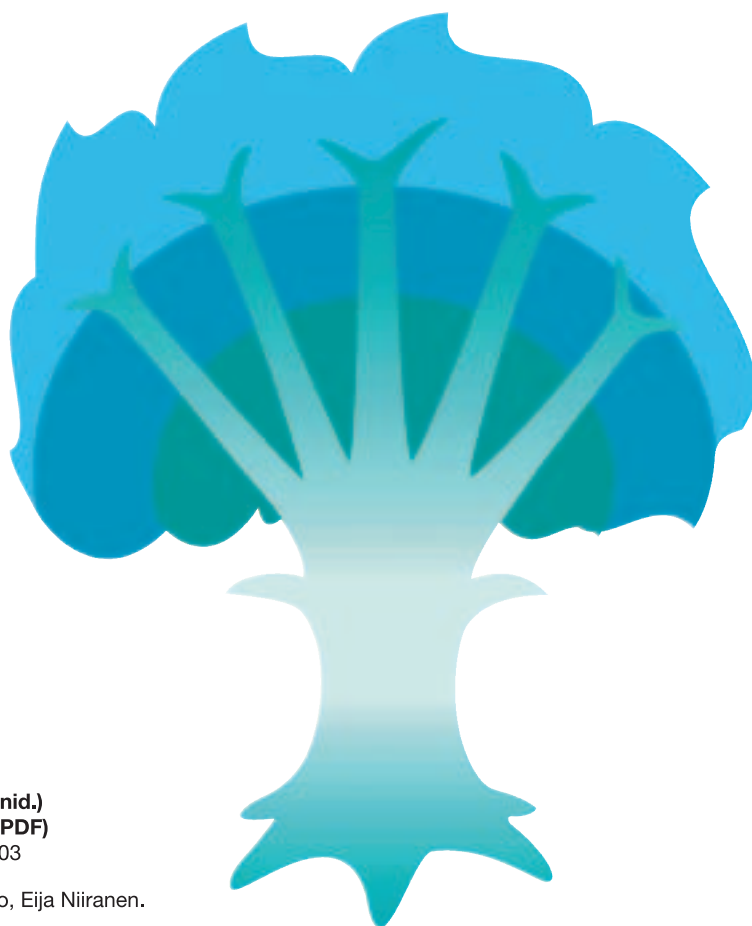


JULKAISUJA 2 • 2003



# MOBIILI VIDEO

Petteri Repo, Kaarina Hyvönen,  
Mika Pantzar & Päivi Timonen



**ISSN 0788-5415**  
**ISBN 951-698-093-7 (nid.)**  
**ISBN 951-698-094-5 (PDF)**  
Digistudio, Helsinki 2003

Valokuvat: Petteri Repo, Eija Niiranen.

Julkaisija

**Kuvailulehti**

Julkaisun päivämäärä

Kuluttajatutkimuskeskus

17.2.2003

Tekijät

Petteri Repo, Kaarina Hyvönen, Mika Pantzar,  
Päivi Timonen

Julkaisun laji

Tutkimus

Julkaisun nimi

## **MOBIILI VIDEO**

Tiivistelmä

Videon eli liikkuvan kuvan katselu matkapuhelimella tuli käytännössä teknisesti mahdolliseksi Suomessa vuoden 2002 jälkipuoliskolla. Tutkimuksessamme etsimme ideoita sille, missä tilanteissa matkapuhelimen videonkatselumahdollisuudelle on käyttöä.

Annoimme videon katseluun soveltuvia matkapuhelimia tutkimukseen osallistuville, jotka katselivat videoita monenlaisissa tilanteissa. He kirjasivat arvionsa katselutilanteiden mielekkyydestä päiväkirjaan.

Vaikuttaa siltä, että videopuhelimille on ainakin kahdenlaisia luontevia käyttötilanteita. Itseänsä voi viihdyttää katselemalla videoita virikkeettömässä tilanteessa kuten bussimatkalla tai kauppajonossa. Videoiden äärellä voidaan lisäksi kokea yhteisiä elämyksiä esimerkiksi karaokevideon ja lasten piirrettyjen parissa.

Asiasanat

Matkaviestinpalvelut, matkaviestimet, video, Internet

Sarjan nimi ja numero

Kuluttajatutkimuskeskus  
Julkaisu 2/2003

ISSN

0788-5415

ISBN

951-698-093-7 (nid.)  
951-698-094-5 (PDF)

Kokonaissivumäärä

31

Kieli

Suomi

Hinta

16,80 €

Luottamuksellisuus

Julkinen

Jakaja

Kuluttajatutkimuskeskus

Kustantaja

Kuluttajatutkimuskeskus

## Författare

Petteri Repo, Kaarina Hyvönen, Mika Pantzar,  
Päivi Timonen

## Typ av publikation

Forskning

Publikation (även den finska titeln)

**MOBIL VIDEO**

## Referat

I slutet av år 2002 har det i praktiken blivit tekniskt möjligt att titta på video med en mobiltelefon i Finland. I vår studie söker vi efter ideér för olika situationer där man kan använda sig av mobilvideobild.

Vi gav mobiltelefoner som lämpar sig för att titta på video till användare, som tittade på mobila videor i många olika situationer. De skrev ner sina tankar in en dagbok om mobila videorna och deras meningsfullhet.

Det verkar som om det skulle finnas åtminstone två naturliga användningssituationer för mobilvideo. Man kan underhålla sig själv med mobilvideo i vissa långtråkiga situationer, som t.ex. under bussresan eller i butikskön. Mobilvideo erbjuder dessutom gemensamma upplevelser, t.ex. i form av karaokevideo och tecknade filmer för barn.

## Nyckelord

Mobilstationstjänster, mobilterminaler, video, Internet

## Seriens namn och nummer

Konsumentforskningscentralen  
Publikationer 2/2003

## ISSN

0788-5415

## ISBN

951-698-093-7 (nid.)  
951-698-094-5 (PDF)

## Sidoantal

31

## Språk

Finska

## Pris

16,80 €

## Sekretessgrad

Offentlig

## Distribution

Konsumentforskningscentralen

## Förlag

Konsumentforskningscentralen

The publisher

National Consumer Research Centre

## Description

Date of publication

17.2.2003

Authors

Petteri Repo, Kaarina Hyvönen, Mika Pantzar,  
Päivi Timonen

Type of publication

Research

Name of the publication

## MOBILE VIDEO

Abstract

Watching a video, or moving image, on a mobile phone became technically possible in Finland during the latter part of 2002. Our study looks for ideas about the kinds of situations in which such mobile video possibility can be of use.

We gave a mobile phone with video capability to users who then watched mobile videos in different situations. They wrote down their evaluations about the meaningfulness of these situations in a diary.

It appears that there are at least two kinds of situations in which the use of a mobile video phone seems natural. Firstly, users can entertain themselves in boring situations such as during a bus trip or queuing in a store. Secondly, a mobile video offers the opportunity to share experiences, for instance, watching a karaoke video or children's animated cartoons.

Keywords

Mobile communications services, mobile communications devices, video, Internet

Serial name and number

National Consumer Research Centre  
Publications 2/2003

ISSN

0788-5415

ISBN

951-698-093-7 (nid.)  
951-698-094-5 (PDF)

Pages, total

31

Language

Finnish

Price

16,80 €

Confidence status

Public

Distributed by

National Consumer Research Centre

Published by

National Consumer Research Centre

# ESIPUHE

Kuluttajatutkimuskeskuksen Uudet markkinat ja käyttäjätarpeet -tutkimuskokonaisuuden tavoitteena on tuottaa uusia tuloksia ja näkökulmia kuluttajia palvelevan tietoyhteiskunnan kehittämistarpeisiin. Uuden tekniikan tuotekehityksen ja käyttäjien tarpeiden tunnistaminen piirtää samalla rajapintaa modernin kulutuksen ymmärtämissä. Uuden teknologian tuottajien ja käyttäjien välisen vuoropuhelun edistäminen edellyttää uusien metodien kehittämistä nopeasti kehittyvällä teknologian alalla. Mobiilien viestimien kuluttajamarkkinat ovat viime aikoina olleet erityisen vilkkaan innovaatiotoiminnan sekä uusien sovellusten kehityskohde.

Mobiili video -tutkimus on osa tutkimuskokonaisuuden hankkeita. Tutkimus on toteutettu tutkimuspäällikkö, KTT Mika Pantzarin johdolla ja tutkijoina ovat hänen lisäkseen Kuluttajatutkimuskeskuksessa toimineet Petteri Repo, Kaarina Hyvönen sekä Päivi Timonen.

Tutkijoiden ilona oli toimia kuin joulupukit jakaen uusia mobiileja "leluja" tutkimukseen osallistuneille tutkimuskäyttöön – tosin ainoastaan määrääjäksi. Tutkimukseen osallistuneet eivät itse valinneet lahjaansa eivätkä myöskään maksaneet siitä. Heiltä pyydettiin aitoja käyttökokemuksia sekä kriittistä palautetta kyseisestä tuotteesta ja sen palvelusta ja niitä myös saatiin. Tutkimukseen osallistuneet kokivat erittäin mielekkääksi palautteen antamisen omista käyttäjäkokemuksista erilaisissa toimintaympäristöissä ja -tilanteissa.

Kuluttajatutkimuskeskuksen puolesta haluan kiittää kaikkia tutkimukseen osallistuneita henkilöitä. Radiolinjaa kiitämme tutkimukseen luovutetusta laitteistosta ja teknisestä tuesta. Hankkeen joustavasta läpiviennistä kiitämme erityisesti Harri Alamäkeä, Ari Hyytiäistä, Mikko Mattista ja Pasi Nuppusta. Hyvin nopealla sykkeellä toteutettu tutkimus osoittaa mahdolliseksi edistää kuluttajan kriittisen äänen voimistamista tuotekehityksessä yhdessä alan yritysten kanssa.

Helsingissä helmikuussa 2003

Johtaja

Eila Kilpiö

# SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
2	MOBIILIVIDEON KATSELUN MIELEKKYYS	3
3	KATSELIJAT JA VIDEOT	5
3.1	Kokemuksia päiväkirjaan	5
3.2	Mobiilivideot	7
4	KATSELUKOKEMUKSET	12
4.1	Ensikosketus mobiilivideoon	12
4.2	Kokemusten vahvistuminen	17
5	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KESKUSTELUA	24
5.1	Katselukokemusten tulkintaa	25
5.2	Mobiilivideon tarpeen keksiminen	27
	VIITTEET	30
	LIITTEET	
	Liite 1: Ohjeet mobiilivideon katseluun	
	Liite 2: Päiväkirjapohja	

# 1 JOHDANTO

Suomen taloushistoriasta tuskin löytyy ajanjaksoa, jossa suomalaiset kuluttajat ja yritykset olisivat yhtä selkeästi määrittelemässä globaalien kuluttajamarkkinoiden suuntaa. Tämä koskee erityisesti kolmannen sukupolven matkaviestinten kehitystä. Viimeistään tekstiviestien yllättävän menestyksen myötä on tullut selväksi myös yrityksissä, että tuotteiden ja palvelusten kehityksen rajat eivät ole ainoastaan teknis-taloudellisia (esim. kaistanleveys ja muistikapasiteetti), vaan mitä oleellisimmin yhteiskunnallis-inhimillisiä (vrt. Kopomaa 2000). Markkinoiden luomisessa on kysymys täysin uusien tuote- ja tarvekategorioiden luomisesta.

Yksi Euroopan Unionin kuten myös Suomen kansallisen tietoyhteiskuntastrategian painopiste on käyttäjäystävällinen tietoyhteiskunta. Kuluttajat ovat nousemassa myös ICT-alalla entistäkin keskeisempään asemaan. Käyttötavan ja jopa kuluttajan ”luominen” on osa kotien teknistä modernisaatiota eikä vain prosessin loppupää. Teknologian sosiaalisen muokkaantumisen näkökulma (Bijker 1992, Bijker, Hughes & Pinch 1987, Mackay & Gillespie 1992) korostaa uuden esineen tai palvelun tarpeen oikeuttamista julkisessa keskustelussa ja erilaisten intressiryhmien vaikutusta tarpeen määrittelyyn. Kuluttajat ovat aktiivisia osapuolia tässä prosessissa.

Kulutuksen unelmat muuntuvat konkreettisiksi tuotteiksi ja kulutuspäätöksiksi tuotekehittelyyn, muotoilun, markkinoinnin ja innovatiivisten kuluttajien vuorovaikutuksessa. Tematiikan ympärille onkin kehitetty viime vuosina monia uusia käsitteellisiä näkökulmia: "User as collaborator, user as producer, constructive technology assessment, role of active experimenter, contextual design, emphatic design" (laajemmin ks. Pantzar 1996, 2000).



Tuottajan ja kuluttajan vuoropuhelun muoto vaikuttaa innovaatioiden sisältöön. Eräs ilmeisiä epäonnistuneiden tuotekehityshankkeiden syitä on se, että insinöörien, markkinoijien ja muotoilijoiden käsitykset tuotteesta, tarpeesta ja kuluttajasta ovat usein liian etäällä toisistaan (Deuten & Rip 2000, Griffin & Huaser 1996, Kaulio 1997). Vielä vakavampi ongelma on se, että kuluttajakuva on yleensä varsin yksipuolinen (esim. Latour 1996, Schnaars 1989). Kuva kuluttajasta on lähellä tuotekehityksestä vastaavien ihmisten omaa teknistä maailmaa. Niinpä esimerkiksi kodinkoneiden, älykkäiden esineiden ja vuorovaikutuksellisten esineiden kehitys-hankkeissa kysyntälähtöistä tutkimusta on tehty hyvin vähän (ks. esim. Dholakia, Mundorf & Dholakia 1996).

Kolmannen sukupolven (3G) matkaviestimet ja matkaviestinpalvelut ovat nopean kehityksen kohteina. 3G-puhelin onkin aikakautemme puhelin, radio, levysoitin ja televisio. Se on sekä uusi keksintö että vanhan mediateknologian yhdistelmä. 3G-puhelimeen on asetettu valtavia toiveita, mutta kehitystyö on ollut kuten aikaisemminkin varsin teknologiavetoista, vaikka loppukäyttäjät mielellään mainitaankin visioissa (vrt. Pantzar & Repo 2003, Repo & Pantzar 2003, Repo 2002).

Mobiilivideon katselun tarvetta ollaan nyt keksimässä. Emme vielä tiedä, mihin tarkoitukseen katselumahdollisuutta on luontevaa käyttää. Myös palvelujen keksiminen ja kehittäminen on kesken. Teknologian nopean kehityksen sijasta tässä tutkimuksessa olemme kiinnostuneita erityisesti tilanteista, joissa käyttäjät pitävät videon katselua mielekkäänä. Puheenvuorollamme haluamme tuoda kriittisen kuluttajan äänen varhaiseen tuotekehitykseen.

## 2 MOBIILIVIDEON KATSELUN MIELEKKYYS

Videon eli liikkuvan kuvan katselua matkapuhelimessa on visioitu ja tavoiteltu pitkään, eivätkä kaikki asiantuntijat vielä muutama vuosi sitten pitäneet sitä edes teknisesti mahdollisena. Aikaisintaan videon katselemisen uskottiin onnistuvan vasta kolmannen sukupolven matkaviestinten myötä.

Teknisessä mielessä mobiilivideopalvelu alkoi kuitenkin toimia Suomessa vuoden 2002 jälkipuoliskolla jo ennen kolmannen sukupolven matkaviestinverkkojen ja puhelimien tuloa. Videopalvelu tuli siten etuajassa. Mediapalvelujen käyttäjät voivat yllättää uusilla käyttötavoillaan niin yritykset kuin tutkijatkin (vrt. Koskinen, Kurvinen & Lehtonen 2002).

Tutkimuksemme lähtökohtana on tuoda kuluttajien näkemyksiä mukaan tuotekehitykseen. Etsimme käyttäjälähtöisesti ideoita sille, mihin matkapuhelimen videonkatselumahdollisuutta voi käyttää. Saamamme ideat kumpuavat tutkimuksen käyttäjien kokemuksista.

Näkökulmamme tiivistyy seuraavassa tutkimuskysymyksessä:

x Millaisissa tilanteissa on mielekästä katsella mobiilivideoita?

Tämä työ perustuu arkisen järkeilyn tutkimusperinteeseen, jossa kuluttajien valintoja ja toimintaa tarkastellaan ja analysoidaan rutinoituneina tottumuksina, käytäntöinä ja käyttötilanteina (laajemmin ks. Timonen 2002, Reckwitz 2002). Mielekkäiden tilanteiden löytäminen helpottaa palvelukonseptien ja käyttäjien omien sovellusten kehittämistä. Tilanteilla tarkoitamme fyysisiä ja sosiaalisia tilanteita.

Emme tutki niitä palveluja, joita videomahdollisuus tuo katselun lisäksi mukanaan. Siten esimerkiksi kuvapuhelut (Nikulainen 2002) ja MMS-videot (Tuomisto 2002) eivät kuulu tämän tutkimuksen piiriin.

Tarkoitamme mobiilivideolla mobiilissa päätelaitteessa katseltavaa videota. Tutkimuksessamme tarkastelemme matkapuhelimessa katseltavaa videota, mutta videoita voi katsella myös muissa vastaavissa päätelaitteissa. Alan terminologia ei vielä ole vakiintunut. Videomahdollisuudella varustettua matkapuhelinta kutsumme yksinkertaisesti matkapuhelimeksi tai videopuhelimeksi. Palveluiden ja laitteiden nimeämisellä tulee epäilemättä olemaan tärkeä rooli, kun ne kaupallistetaan (Pantzar 2002).

### **3 KATSELIJAT JA VIDEOT**

Pyysimme tutkimukseen osallistuvia katsomaan mobiilivideoita viikon ajan tutkimusta varten. Seuraavassa esitellään tarkemmin sekä katselijat että videot.

#### **3.1 Kokemuksia päiväkirjaan**

Koska tavoitteena oli kerätä kuluttajien käyttökokemuksia videoiden katselusta matkapuhelimessa erilaisissa tilanteissa, jaoimme eri elämäntilanteissa oleville henkilöille viikon ajaksi käyttöön matkapuhelimia, joilla pystyi katsomaan videoita. Pyysimme heitä katselemaan videoita ja arvioimaan katsomisen mielekkyyttä monenlaisissa erilaisissa tilanteissa.

Puhelimien jaon yhteydessä henkilöt saivat puhelimen käyttöopastuksen sekä videoiden katseluohjeet (liite 1). Heitä pyydettiin pitämään päiväkirjaa videoiden katselusta (liite 2). Päiväkirja oli laadittu siten, että jokaiselle arviopäivälle oli annettu etukäteistehtävä. Päiväkirjassa oli tarkemmat ohjeet ja yhden A4-liuskan verran kirjoitustilaa jokaiselle päivälle. Osa käytti tilan kokonaisuudessaan, kun taas osa tyytyi kirjaamaan muutaman tärkeimmän arvionsa. Jokainen sai pitää päiväkirjaa itselleen sopivalla tavalla.

Tutkimukseen osallistuneet pitivät tehtävänantoa mielekkäänä, mikä oli tärkeätä tutkimuksen toteutuksen kannalta. Päiväkirjan pitäminen on työteliästä ja se sujuu käytännössä paremmin, jos tehtävä koetaan mielekkääksi. Jotta saimme vertailtavaa aineistoa, pyysimme osallistujia lisäksi katselemaan videota määrättyissä tilanteissa. Pyyntömme osoittautui turhaksi: videoita katseltiin muutenkin kahvipöydän äärellä, liikennevälineissä, käytön opetustilanteissa ja harrastustilanteissa.

Aineiston analysointi aloitettiin päiväkirjojen lukemisella. Kaikki neljä tutkijaa tutustuivat päiväkirjoihin. Sen jälkeen pidettiin tutkijoiden yhteinen palaveri, jossa katsottiin millaisia teemoja aineistosta löytyy. Kaikki olivat yksimielisiä keskeisistä teemoista, joiksi määriteltiin innostus ja kyllästyminen, katselu yksin ja yhdessä sekä hyvät ja huonot kokemukset. Näitä yhdessä löydettyjä teemoja käytettiin aineiston ja tutkimusraportin tulosten jäsentämiseen.

Päiväkirjoista analysoitiin kokemuksia jakaen aineisto maanantaille kirjattuihin ensikokemuksiin ja täydentäen ja laajentaen ensikokemuksia muiden päivien osuuksilla. Ensipäivästä etsittiin erilaisia käyttötilanteita ja omia katselukokemuksia. Ensipäivän jälkeen analyysiä jatkettiin täydentämällä ensipäivän katselutilanteita. Aineistossa katselutilanteet jakaantuivat videoiden yksin-katseluun ja yhdessä katseluun. Tulokset esitellään tätä jakoa hyödyntäen.

Tulosten esittelyssä on suoria lainauksia päiväkirjoista. Esittelemme lukijalle henkilöt kertomalla, mihin ikäryhmään kirjoittaja kuuluu ja kumpaa sukupuolta hän on. Mielestämme nämä taustatiedot auttavat lukijaa ymmärtämään lainauksia. Tulosten tulkintaa ei ole rakennettu kyseisten taustamuuttujien kautta. Päiväkirjoja on tulkittu analysoiden katselutilannetta korostavan tutkimuskysymyksen ja päiväkirjoista löytyvien tilannetta jäsentävien erottelujen kautta.

Kymmenen videon katseluun soveltuvaa matkapuhelinta jaettiin henkilöiden käyttöön viikon 48/2002 ajaksi. Lyhyestä ajanjaksosta huolimatta saatoimme tutkia sekä arki- että viikonloppukäyttöä. Osassa talouksista päiväkirjaa käyttökokemuksistaan piti kaksi henkilöä, joten lopullinen aineisto oli 13 henkilön käyttöpäiväkirjat. Heistä seitsemän oli naisia ja kuusi miestä. Ikänsä puolesta he jakaantuivat tasaisesti alle 20-vuotiaisiin nuoriin, 20–40-vuotiaisiin sekä yli 40-vuotiaisiin.

Omien kokemusten ohella päiväkirjoihin oli kirjattu muiden perheenjäsenten tai muiden videoita katselleiden henkilöiden kommentteja ja kokemuksia. Päiväkirjaa pitäneiden henkilöiden talouksissa oli yhteensä 24 henkilöä. Heidän lisäksi päiväkirjoissa oli mainittu kommentteja työtovereilta, koulukavereilta, kanssa-matkustajilta ja ystäviltä.

Henkilöt pitivät itseään keskivertoina matkapuhelinpalvelujen ja Internetin videopalvelujen käyttäjinä. Monille heistä matkapuhelin oli yhteydenpitoväline kavereihin ja ystäviin, ei niinkään työnteon väline. Kysyttäessä, kuka maksaa puhelinlaskusi, alle 20-vuotiaista yksi maksoi itse ja kolmen laskut maksoivat vanhemmat. Lopuista yhdeksästä henkilöstä kahden puhelut maksoi työnantaja, yhden puhelut osin työnantaja ja viisi maksoi puhelut itse.

### **3.2 Mobiilivideot**

Tutkimukseen osallistuneet saivat viikoksi käyttöönsä Nokia 7650 -matkapuhelimen, johon oli etukäteen asennettu RealOne Player -videontoisto-ohjelma ja katseluun tarvittavat tietoliikenneyhteydet (kuva 1). Heitä pyydettiin katselemaan Elisa.tv:n mobiilitarjontaa, joka esitellään tarkemmin taulukossa 1.

Videoiden käyttöä kokeilevat henkilöt saivat korvauksetta videoiden katselujen lisäksi myös soittaa kotimaanpuheluja ja lähettää sekä teksti- että kuvaviestejä puhelimellaan. Ainoastaan ulkomaanpuheluja ja soittoja maksullisiin palvelunumeroihin ei saanut tehdä. Puhelimen muiden ominaisuuksien käytön sallimisen oli tarkoitus tehdä käytöstä mahdollisimman luontevan oloinen. Se muistutti lähinnä uuden puhelimen käyttöönottoviikkoa.

Radiolinja oli tehnyt puhelimiin videon katsomisen mahdollistavat asetukset. Osa käyttäjistä joutui kuitenkin itse hankkimaan ja tallentamaan kuvaviestipalvelujen asetukset puhelimeensa. Se osoittautui hankalaksi, vaikka siihen tarjottiin tukea. Tutkimuksessa katseltavat videot lähetettiin Elisa.tv:n palvelimelta matkapuhelimeen videostreamauksena. Streamauksella tarkoitetaan median lähettämistä palvelimelta päätelaitteeseen asennettuun toisto-ohjelmaan. Streamaus on yleinen tapa välittää videoita Internetissä. Verrattuna kokonaisten videon esitallennukseen, streamauksen erityisominaisuuksia ovat mm. nopea katselun alkaminen ja pienen muistikapasiteetin riittäminen sekä katselemisen kerta-  
luonteisuus.

Streamatun videon katselun voi aloittaa ennen kuin koko video on tallennettu; riittää, että videota on tallentunut tarpeeksi päätelaitteen puskurimuistiin. Video ei kokonaisuudessaan tallennu vastaanottajan päätelaitteeseen, vaan se on streamattava uudelleen jokaista katselukertaa varten. Siksi katselija ei myöskään voi lähettää videota eteenpäin tai siirtää sitä johonkin toiseen päätelaitteeseen. Matkapuhelimessa streamauksen merkittäviin etuihin kuuluu, että se ei edellytä suurta muistikapasiteettia.

Elisa.tv:n mobiilivideot lähetettiin 22 kpbs -yhteydellä. Näin pientä kaistanleveyttä käytettäessä video täytyy pakata tehokkaasti, jotta sen tiedostokoko pysyy pienenä. Samalla kuvan laatu kuitenkin heikkenee. Samojen videoiden katseleminen Internetin ja matkapuhelinverkon kautta näytti viittaavan siihen, että nimenomaan videon pakkaaminen heikensi kuvan laatua.

Videoiden katselu tapahtui ottamalla yhteys Radiolinjan WAP-palveluun. Puhelimiin oli talletettu linkki Elisa.tv:n mobiilivideosivustolle. Linkkiä painamalla pääsi pääsivulle, jossa esiteltiin viisi uusinta videota ja videotyyppien pääotsikot. Tarjolla oli karaokea, viihdettä, musiikkivideoita ja lastenohjelmia (ks. taulukko 1). Videot aukesivat puhelimen näytölle linkkiä klikkaamalla ja vastaamalla myöntävästi ”Disconnect access point?” -kysymykseen.



## **TAULUKKO 1.** Elisa-TV:n mobiilitarjonta viikolla 48

(<http://wap.elisa.net/elisatv/>).

### **UUSIMMAT KLIPIT**

1. Experience, Finntelligens
2. Experience, Transworld Snowboarding
3. ROCsport-Pallas
4. Insinöörit vauhdissa
5. Heinäsirkka ja muurahainen

#### **Karaoke**

100 suudelmaa  
Bumbum  
Juankoski  
Kesä yhdessä  
Rakastan  
Täysikuu  
Unelmaa  
Vaskikellot  
Viihdyttää  
Viimeinen  
Villapaita

#### **Viihde**

Experience, Koiranäyttely  
Experience, Avellan  
Topmodel 2003  
Rocsport Rovaniemi  
Skede kaatumisia  
Experience, Lapset  
Experience, liro  
Kehonrakennuksen SM  
Experience, Mika Salo  
Smack Down 2002 Helsinki

Taikin naamiaiset  
Experience, Finntelligens  
Experience, Transworld Snowboarding  
Topmodel 2003 traileri  
Experience, Nylon Beat  
Experience, Pate Mustajärvi  
Experience, Outi Alanen  
Experience, Blues  
Experience, Darude  
Experience, Jalkapallo  
Experience, Ronan Keating  
Experience, Aki Sirkesalo  
Silakkamarkkinat  
Valvoline SM-ralli 2002  
Tropicana Show

#### **Musaa**

Lordi Monsterman  
Darude Sandstorm  
Avril Lavigne Complicated

#### **ROCsport**

ROCsport-Pallas  
ROCsport-Jussi Korhonen

#### **Lapset**

Lumottu rupikonna  
Heinäsirkka ja muurahainen  
Pikkulintu

Suurin osa katseltavista videoista tarjottiin viihde-otsikon alla. Erityisesti Hyppönen Enbuske Experience dominoi ohjelmistoa (merkitty ”Experience” taulukossa 1). 15 videota esitti otteita samasta televisiossa esitettävästä keskusteluohjelmasta. Karaokea esitettiin 11 videon verran. Musiikkivideoita ja lasten piirrettyjä oli kumpaakin kolme.

Videotarjonta oli varsin rajoittunut, koska yhteensä 26 kaiken kaikkiaan 45 videosta esitti karaokea ja Hyppönen Enbuske Experience -ohjelmaa. Useiden ohjelmistotyyppien (esimerkiksi lyhytelokuvat, jatkosarjat, uutiset, urheilu) tarjontaa ei joko ollut tai se oli hyvin rajoittunutta. Mitään ajankohtaista, jatkuvasti uusiutuvaa videotarjontaa ei myöskään ollut. Videotarjonta ei muuttunut viikon aikana.

## 4 KATSELUKOKEMUKSET

Tutkimukseen osallistuneita pyydettiin katselemaan videoita mahdollisimman monenlaisissa tilanteissa. Heille annettiin tavoitteeksi etsiä ja löytää mielekkäitä tapoja katsella mobiilivideoita osana arkipäivää. Erityisesti heitä pyydettiin kiinnittämään huomiota siihen, missä tilanteissa videoiden katseleminen on hauskaa ja missä ikävää. Henkilöiden itse valitsemien katselutilanteiden lisäksi heitä pyydettiin katselemaan videoita kahvipöydän ääressä, jossakin liikennevälineessä ja harrastusten yhteydessä. Heitä pyydettiin myös opettamaan videopuhelimen käyttöä jollekin ja ottamaan valokuva ja lähettämään se.

### 4.1 Ensikosketus mobiilivideoon

Ohje ensimmäiseksi käyttöpäiväksi oli katsella kymmenen videota ja kirjoittaa päiväkirjaan, millaisia videoita ja missä tilanteissa katseli. Ensimmäisen päivän ohjelmina päiväkirjoissa mainittiin viihdevideot, musiikkivideot, piirretyt, mykkäfilmit, roc-sport, tv-ohjelmat ja karaoke. Videoita katsottiin

x<sup>11</sup> matkustettaessa eri liikenneväliissä (metrossa, junassa, bussissa, taksissa)

x<sup>10</sup> kotona ollessa (sohvalla, illalla omassa huoneessa ennen opiskelua, tv:tä katsellessa)

x<sup>00</sup> odottaessa (autotallissa auton korjaustauolla, autossa lapsia odottaessa, kampaajalla, kokouksen tauolla).

Vastaajat olivat kirjanneet ensimmäisenä käyttöpäivänä kommentteja siitä, miten innoissaan ja kiinnostuneita he olivat kokeilemaan videoiden katselua. Puhelimen uusi ominaisuus – videoiden katselumahdollisuus – herätti etukäteen innostusta ja positiivisia odotuksia tutkimukseen osallistuneissa. Myös videoiden katselu käytännössä oli aluksi positiivinen kokemus monelle. Kuitenkin jo ensimmäisen kokeilupäivän jälkeen käyttäjät kertoivat myös pettymyksestään videoihin.

Seuraava lainaus yli 40-vuotiaan naisen päiväkirjasta kertoo innostuneen odotuksen ja pettymyksen tuntemuksista.

Saatuani puhelimen katselin heti muutaman videon – tuntui jännittävältä nähdä elävää kuvaa kännykässä ja kuulla puhetta. Katseltuani pari videota olin vähän pettynyt, sillä ne olivat aika tylsiä. Ensin tuntui, että se muutaman minuutin aika on lyhyt, mutta sitten kun niitä katseli siitä pienestä näytöstä, niin aika tuntui pitkältä.

Toinen päiväkirjoista löytynyt kirjoitustapa on tuotteen teknisiä ominaisuuksia ja sisältöä koskevien arviointien kirjaaminen. Käyttäjät viittaavat teknisiin ominaisuuksiin yhtäältä puhuessaan videopuhelimen käytön helppoudesta. Laite koettiin helpoksi käyttää ainakin ensimmäisen kokeilun jälkeen. Toisaalta tekniset ominaisuudet tulevat esille videoiden käyttöä hankaloittavina puutteina ja ongelmina. Erityisesti käyttäjät kiinnittivät huomiota äänen ja kuvan huonoon laatuun sekä videoiden pitkään latautumisaikaan. Myös äänen voimakkuus ja ongelmat sen säätelyssä häiritsivät videoiden katselua.

Videoiden sisältö niin ikään tulee käyttäjien kommentoissa esille sekä positiivisessa että negatiivisessa valossa. Aluksi videot tuntuivat kiinnostavilta, mutta kiinnostus vaihtui osalla kokeilijoista kyllästymiseksi jo ensimmäisen päivän aikana paljolti videoiden tylsän sisällön vuoksi. Ennen kaikkea tv-ohjelmia sisältäviä videoita (Hyppönen & Enbuske) pidettiin tylsinä ja ikävinä.

Videoita katseltiin sekä yksin että yhdessä. Ensimmäisen kerran laitetta kokeiltiin yleensä yksin, mutta myöhemmin päivän aikana sitä käytettiin myös yhdessä muiden kanssa. Käyttäjät esittelivät videopuhelinta perheenjäsenilleen. He katselivat videoita myös liikennevälineissä. Erityisesti nuorille oli tärkeää erottautuminen; heidän toiveenaan oli, että muut huomaisivat heidän uuden puhelimensa. Seuraava lainaus kuvaa alle 20-vuotiaan naisen omia tuntemuksia sekä muiden suhtautumista videopuhelimeen.

Bussipysäkillä, jossa videoita katselin, oli paljon muitakin ihmisiä, mutta kukaan ei näyttänyt kiinnostavan huomiota minuun ja puhelimeen. Se harmitti minua suuresti koska olin toivonut ihmisten katselevan kateellisena hienoa puhelinta.

Ensimmäisen päivän kokemukset toivat esille monia tilanteita, joissa videon katselu tuntui miellyttävältä, samoin kuin myös joitakin sellaisia tilanteita, joissa videoiden katselu aiheutti negatiivisia tunteita. Videoiden katselu koettiin mielekkääksi ajankulukseksi ennen kaikkea odottaessa jotakin. Videoiden katselu kokouksen väliajalla oli rentouttavaa. Musiikkivideoiden katselu takapenkillä tuntui kodikkaalta; sai olla omissa oloissaan. Karaoken laulaminen autossa odottaessa lapsia koulusta sai ajan kulumaan nopeammin. Videoiden katselu kotona yhdessä lasten kanssa koettiin positiiviseksi kokemukseksi; videot kiinnostavat pieniäkin lapsia. Piirretyt, karaoke ja musiikkivideot osoittautuivat eniten kiinnostusta herättäviksi videoiksi.

Negatiiviset kokemukset liittyivät videoiden katseluun julkisissa liikennevälineissä. Käyttäjät ajattelivat videoiden äänen häiritsevän muita matkustajia. Seuraava lainaus 20-40-vuotiaalta mieheltä kuvaa monipuolisesti ensimmäisen kokeilupäivän tunteita. Tehtävään on vastattu listaamalla kivat ja ikävät asiat plussina ja miinuksina. Plussiin on kirjattu positiivisia arvioita käyttötilanteesta ja onnistuneista videoista. Miinuksiin on kirjattu negatiivisia kokemuksia erityisesti laitteen teknisistä ominaisuuksista.

Autossa, kotona ja urheiluhallissa

- + kiva katsoa videoita kännykästä
- + hauskoja piirrettyjä
- + ajankulukseksi odotuksen hetkellä
- latautumisaika liian pitkä
- kuvan- ja äänenlaatu huono; kuulokkeet auttaisi varmaankin äänenlaatuun.

**KUVA 1.**

Nokia 7650  
-matkapuhelin,  
RealOne Player ja  
Hyppönen Enbuske  
Experience



**KUVA 2.**

Kahvihetki



**KUVA 3.**

Harrastus



**KUVA 4.**

Karaokea metrossa



## 4.2 Kokemusten vahvistuminen

Yleishavainto maanantain ensikokemusten ja loppuviikon kokemusten vertailussa on, että maanantain päiväkirjoissa on jo kaikki ne teemat – innostus ja kyllästyminen, katselu yksin ja yhdessä, hyvät ja huonot kokemukset – jotka löytyvät loppuviikon päiväkirjoista. Seuraavassa täydennämme ja laajennamme näitä teemoja loppuviikon käyttökokemuksia hyödyntäen.

Eri päiviksi annetuissa tehtävissä oli ohjeistettu muutamia käyttötilanteita, kuten videoiden katselu kahvipöydän ääressä (kuva 2), liikennevälineissä ja harrastusten yhteydessä. Videoita katseltiin päiväkirjojen mukaan kotona ruokapöydässä, sohvalla, omissa huoneissa, koulun ruokalassa, työpaikan kahvipöydässä, kokouksessa töissä, ystävättären luona, kahvilassa, McDonaldsilla, autotallissa, autossa, bussipysäkillä, bussissa, raitiovaunussa, junassa, metrossa, kampaajalla, parturissa, elokuvateatterissa, kuntosalilla, urheiluhallissa, salibandyn treeneissä, sählyottelun katsomossa, pukuhuoneessa, kaupassa, myyjäisissä, asiakasyhdistyksen kokouksessa, kävellessä ulkona ja Helsingin yössä.

### **Milloin videoita on kiva katsella?**

Vastausten mukaan videoiden tärkein käyttö liittyi ”ikävän ajan” eli vastenmielisten tilanteiden ylittämiseen. Odottaminen kaupan kassajonossa tai liikennenuhkassa ja päivän ja illan opiskelun jaksottaminen videonkatselulla ovat hyviä esimerkkejä ikävistä odotustilanteista. Videoiden katselun katsottiin auttavan rentoutumaan ja viemään ajatukset muualle. Nämä tilanteet liittyvät yleensä videoiden katseluun yksin (kuva 3).



Videon katselu auttoi viihtymään myös perhesählyssä pitkästyneitä lapsia ja muitakin paikalla olleita. Yli 40-vuotias nainen kertoo siitä seuraavassa esimerkissä:

Yhden äidin tytär oli jo hiukan kärsimätön – ei oikein jaksanut seurata pelejä. Keksin sitten, että hänhän voisi katsella piirrettyjä sillä aikaa, kun pojat pelaavat. Näytin hänelle sen ekana piirrettyjen listalla olevan videon ja hän oli tosi tyytyväinen – äiditkin olivat aivan innoissaan. Muutama vieressä istunut vastustajajoukkueen mieskin vilkaisi, että mitä ihmettä... Tyttö katsoi myös toisen videon ja laitoin kolmannenkin pyörimään, kunnes yhteys katkesi.

Paitsi että videoiden katselun avulla voidaan välttää ikäviä tilanteita, videoiden katselu voidaan myös sinänsä kokea positiiviseksi elämykseksi. Tästä parhaita esimerkkejä ovat karaoket (kuva 4). Karaoket saivatkin tarjotuista videoista eniten myönteisiä kommentteja. Karaokea katseltiin ja laulettiin yhdessä videoiden tahdittamana niin kouluruokalassa, salibandy-turnauksessa, Helsingin yössä kuin metrossakin. Karaokesta olivat kiinnostuneita kaikenikäiset käyttäjät ja heidän seuralaisensa. Seuraavista lainauksista ensimmäinen on alle 20-vuotiaan naisen ja toinen yli 40-vuotiaan naisen päiväkirjasta.

Katsoimme tänään karaokea koulun ruokalassa. Oli hauskaa, kun koko pöytä lauloi yhdessä. Muut ruokailijat katsoivat meitä "no huh huh" -ilme kasvoillaan, mutta emme antaneet häiritä.

Kuulin siinä puhelinta räplätessäni, kun yksi äideistä kertoi, että on illalla menossa pikkujouluun, jossa on karaokea. Keksin siinä samassa, että hänhän voi harjoitella etukäteen tällä puhelimella. Laitoin Juankosken soimaan – mammat olivat tosi tyytyväisiä. Juankosken loputtua laitoin Jari Sillanpäättä ja aina vain parempaa. He suorastaan innostuivat.

## Milloin videoita ei katsella?

Ikäväksi videoiden katselun tutkimukseen osallistuneet kokivat silloin, kun siitä aiheutui häiriötä muille ja kun tekniikka petti. Videon katselun katsottiin häiritsevän muita ennen kaikkea liikennevälineissä, joita muuten pidettiin luontevina paikkoina videoiden katselulle. Ohessa 20-40-vuotiaan naisen kuvaus raitiovaunumatkasta. Tämä katselutilanne oli kuvattu ensimmäisenä käyttöpäivänä.

Raitiovaunussa ilman kuulokkeita kuunneltuna videoklippit tuntuvat yhtä intiimiltä kuin puhelinkeskustelu ja pelkään saavani takapenkin hörhöt kimppuuni herättämällä huomiota laitteella. Vaunun keskiosassa huomaan vieressä seisoskelevan nuoren miehen tarkkailevan puhelintani, kun siitä tulee ääniä.

Samanlaisia havaintoja oli kirjattu keskiviikon päiväkirjaan. Tällöin tehtävänä oli katsella videoita liikennevälineissä. Seuraavassa yli 40-vuotiaan miehen kommentti siitä, miltä tuntuu katsella videoita liikennevälineissä.

En katsoisi bussissa. Entä jos vieressä istuu työn uuvuttama ja pomon kiusaama lähimmäinen, joka ärtyy rätisevästä äänestä. Ei kiitos.

Kuvan ja äänen laatuun liittyvää kritiikkiä on kirjattu niin ensikokemuksiin, muiden viikonpäivien tehtäviin kuin sunnuntain yhteenvetoonkin. Näiden lisäksi kommentoitiin videoiden latautumista ja videoiden pituutta. Videoiden latautuminen mainittiin silloin, kun se oli epäonnistunut tai odottamiseen oli kyllästytty.

## **Katsomaan oppiminen ja opettaminen**

Jokainen käyttäjä sai henkilökohtaisen opastuksen videoiden katseluun matkapuhelimesta sekä kirjalliset käyttöohjeet (ks. liite 1) ottaessaan vastaan matkapuhelimen. Päiväkirjassa oli torstain tehtävänä opettaa joku käyttämään videopuhelinta. Kysyttiin, millainen oppijan ensireaktio oli ja muuttuiko hänen suhtautumisensa kokeilun myötä. Tutkimukseen osallistuneiden omaan oppimiseen palattiin yhteenvetokysymyksissä, joissa pyydettiin arvioimaan käyttöohjeiden selkeyttä sekä videoiden katselun oppimisen helppoutta.

Videoiden käyttöä pidettiin helppona. Ne, jotka kommentoivat käyttöohjeita, pitivät niitä selkeinä. Osa vastaajista kertoi, ettei ollut lukenut käyttöohjeita vaan oli opetellut käyttämään videoita kokeilemalla. Vastaajat opettivat videoiden katselua matkapuhelimesta perheenjäsenilleen, koulu- ja työkavereilleen sekä ystävilleen. Laitteen esittely oli ollut heti helppoa tai se oli helpottunut, kun oli itse ensin kokeillut laitteen toimintoja. Opettamistilanteeseen oli kirjattu samanlaisia innostuksen ja pettymyksen ilmaisuja kuin omiin ensikokemuksiin. Uudet kokeilijat olivat olleet kiinnostuneita ja innokkaita oppimaan, mutta olivat pettyneet, kun videot eivät olleet vastanneet ennako-odotuksia tai videoiden katselu ei ollut onnistunut tekniikan pettäessä. Seuraavassa 20-40-vuotiaan miehen kommentti opetustilanteesta.

Työkaveri kokeili ja videot just silloin jumittui vaikka muuten pyörinyt hyvin.

## **Valokuvien ottaminen ja lähettäminen**

Perjantain erityistehtävänä tutkimukseen osallistuneilla oli ottaa valokuva ja lähettää se jollekin puhelimella. Valokuvan ottaminen koettiin helpoksi ja hauskaksi. Sen sijaan valokuvan lähettämässä oli ongelmia asetusten hankalan asettamisen vuoksi. Kaikki eivät onnistuneet lähettämään valokuvaa ainakaan siten, että vastaanottaja olisi saanut sen avatuksi omalla puhelimellaan.

Seuraavassa lainauksessa 20–40-vuotias ”onnekas” mies kertoo kuvanotto- ja -lähettämiskokemuksistaan.

Valokuvan ottaminen on sikahelppoa. Lähettäminenkin on helppoa, jos on ensin osannut hankkia ja tallentaa oikeat mms-asetukset. Sähköposti-asetukset olivatkin jo paljon hankalammat. Onnekaasti onnistuin kuitenkin keksimään sellaiset asetukset, että sain lähetettyä kuvat itselleni sähköpostissa. Asetusten tallentaminen oli typerää. En ymmärrä, miksi ne pitää itse asettaa.

Vaikka valokuvien lähettämässä oli alkuvaikeuksia, kameraa pidettiin parhaimpana videopuhelimen ominaisuutena. Seuraava alle 20-vuotiaan naisen kommentti kertoo monen tutkimukseen osallistuneen mielipiteen.

Kamera on ainoa juttu, jonka takia mielestäni kannattaa ostaa videopuhelin.

## **Halutaanko jatkuvasti valita?**

Videoiden katselu matkapuhelimesta perustuu valinnalle. Kuluttaja ottaa yhteyden ja valitsee palveluista itselleen mielenkiintoiset. Entä jos käyttäjä ei haluakaan olla aktiivinen kuluttaja ja tehdä jatkuvasti päätöksiä, vaan hän haluaa olla passiivinen ja viihtyä muiden tekemien valintojen virrassa? Seuraavassa lainauksessa videonkatselua verrataan radioon. Lainaus on 20–40-vuotiaalta mieheltä. Kyseessä on kolmas käyttöpäivä, ja videon katselukokemuksia on kertynyt runsaasti. Mies on kyllästynyt jo videoihin ja palannut aiempaan viihteeseen – radioon. Videonkatselun heikkouksiksi hän mainitsee huonon äänentoiston ja tarpeen tehdä toistuvasti valintoja. Tämän henkilön mielestä

vähän aktiivista valintaa vaativa radio tarjoaa etenevää tarinaa ja parhaimmillaan yllättäviä valintoja.

Autossa taas istuskelen. Äänen huono laatu häiritsee pahasti. Laitoin mieluummin autoradion päälle. Siitä ei tarvitse hakea kuunneltavaa / katsottavaa aina 4 min välein vaan se soittaa vaikka viikon putkeen. On myös kiva kun ei tarvitse valita vaan juontajat vie tarinaa eteenpäin ja valitsee musiikin – yllätysmomenttia pitää olla.

Pyysimme henkilöitä erikseen arvioimaan, mikä olisi heidän mielestään sopiva rajoittamaton videokatselun kuukausimaksu tulevaisuudessa. Vastaukset asettuivat pääasiassa 10–15 euron tasolle riippumatta siitä, maksoiko katselija laskunsa itse vai ei. Videoiden käyttäjiltä ei siis kysytty, paljonko he itse olisivat valmiita maksamaan videopalvelusta. Muutama henkilö itse asiassa kirjoitti, että heille itselleen pitäisi maksaa videoiden katselemisesta (!). Tulevaisuudella puolestaan viitattiin siihen, että palvelu mitä ilmeisemmin toimisi teknisesti nykyistä paremmin ja, että tarjonta olisi merkittävästi laajempaa ja kiinnostavampaa.

## **Kehittämisehdotuksia**

Kehittämisideat liittyivät erityisesti videotarjontaan ja katselutilanteen tekniseen puoleen. Päiväkirjan yhteenveto-osuudessa kysyttiin, millaisia videoita tulisi kehittää matkapuhelimiin. Käyttäjien toiveena olivat ajankohtainen ja jatkuvasti uusiutuva tarjonta sekä laaja valikoima. Katselijoiden kiinnostus säilyisi, jos ohjelmisto päivitetäisiin jatkuvasti. Videoiden toivottiin olevan jatkuvasti päivittyviä uutisia ja tiivistelmiä televisioon tehdyistä ajankohtaisohjelmista ja dokumenteista. Näiden lisäksi ajankohtaiskatsottavana mainittiin viikon uusien elokuvien esittelyt. Valikoiman laajennusehdotukset liittyivät paitsi uutisiin myös viihteeseen. Esimerkkeinä mainittiin talousasiat, matkakohteiden esittelyt, urheilu ja pornografia.

Toisaalta vastauksissa tuotiin esille näkemys, että matkapuhelimiin ei välttämättä sovellu muihin medioihin suunnitellut ohjelmat. Seuraavassa 20–40-vuotiaan miehen näkemys asiasta.

Muista medioista otettua sisältöä (esim. tv) ei voi noin vain kääntää kännykkään pienelle ruudulle, huonoihin kuulokkeisiin tai tilanteisiin, joissa ei kuule mitään. Joko sisällöt pitäis suunnitella niin että ne toimii mobiilisti tai jo tuotantovaiheessa käsikirjoittaa ja kuvata kahta versiota rinnakkain.

Teknisistä heikkouksista erityisesti videoäänen huonoa laatua kritisoitiin. Videon katselu edellyttää matkapuhelimen pitämistä kasvojen edessä, mikä ei ole optimaalista äänen kuuluvuuden kannalta. Huonoa äänen laatua pidettiin muita häiritseväenä. Tutkimuksessa käytetyn Nokia 7650 -puhelimen kaiutin ei ole katselutarkoitukseen erityisen hyvä eikä käytössä ollut minkäänlaisia kuulokkeita tai handsfree-laitteita.

Puhelimiin oli tehty asianmukaiset asetukset tutkimusta varten ja ne toimivat hyvin. Sen sijaan videoita kokeilleilla oli ongelmia tehdessään muita asetuksia. Esimerkiksi MMS-viestien asetusten hankkiminen ja tallentaminen oli hankalaa, vaikka siihen tarjottiin tukea. Asetusten tallentaminen sähköpostiin lähetettävien kuvia varten oli sekin hyvin hankalaa. Kilpailevan videontoisto-ohjelman asentaminen ei sekään onnistunut harjaantuneelta käyttäjältä. Uusia palveluja kehitettäessä asetusten helppouteen kannattaa kiinnittää huomiota.

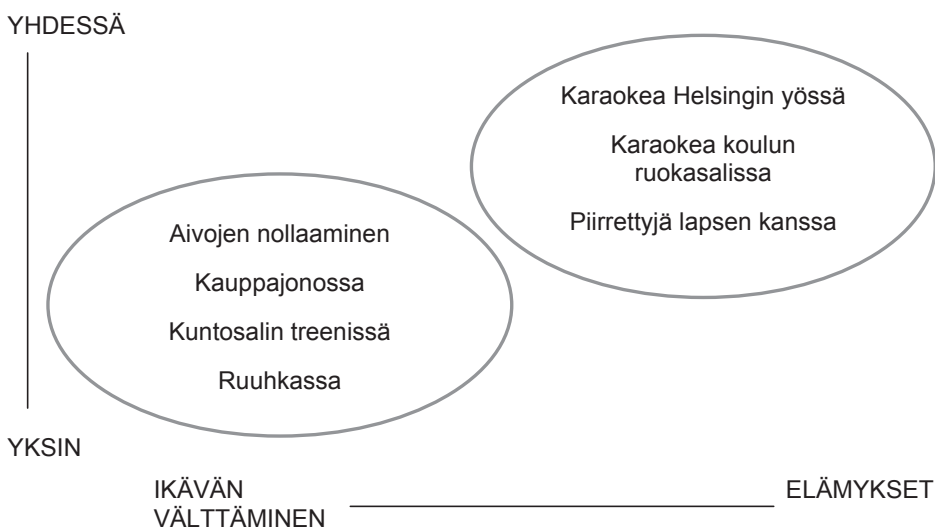
## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KESKUSTELUA

Matkaviestinala viestittää mielellään ajasta ja paikasta riippumattomuudesta, mutta matkapuhelimen käyttökonteksti on kuitenkin tärkeä kysymys (Myerson 2001). Näin on myös mobiilivideoiden katselussa.

Tutkimuksessamme etsimme ideoita sille, missä tilanteissa matkapuhelimen videonkatselumahdollisuudelle on käyttöä. Annoimme videon katseluun soveltuvia matkapuhelimia eri ikäisille henkilöille, jotka katselivat videoita monenlaisissa tilanteissa. He kirjasiivat arvionsa katselutilanteiden mielekkyydestä päiväkirjaan.

Vaikuttaa siltä, että videopuhelimille on ainakin kahdenlaisia luontevia käyttötilanteita. Itseänsä voi viihdyttää katselemalla videoita jossakin tylsässä tilanteessa kuten bussimatkalla tai kauppajonossa. Videoiden äärellä voidaan lisäksi kokea yhteisiä elämyksiä esimerkiksi karaokevideon tai lasten piirrettyjen parissa (kuva 5).

### KUVA 5. Positiiviset käyttäjäkokemukset



## 5.1 Katselukokemusten tulkintaa

Tässä työssä mobiilivideoita tarkasteltiin erilaisissa käyttötilanteissa ja näin tuotiin esiin mobiilivideoiden omaksumiseen liittyviä arkisia käytäntöjä. Kapean kuluttajien ostopäätöksiin keskittyvän kuluttajatutkimuksen sijaan etsimme, millaisia rutinoituneita tapoja ja käytäntöjä videoiden katseluun liitettiin.

Mitä tämän tutkimuksen perusteella voi sanoa mobiilivideoiden katselusta tulevaisuudessa? Se kertoo mielestämme parhaiten alkuvaiheen kokemuksista. Tutkimusasetelmissämme korostuu nimenomaan katselun opetteleminen ja mielekkäiden katselutilanteiden etsiminen. Tutkimuksen henkilöt hakeutuivatkin osin itselleen vieraisiin tilanteisiin katselemaan videoita.

Luontevampi pitkäaikainen käyttö selviäisi vasta pidemmän käytön jälkeen. Perusteellisemmalle tutkimukselle on selkeä tarve. Se edellyttäisi kuitenkin mm. nykyistä laajempaa videotarjontaa ja vähemmän arkea häiritsevää tutkimusmenetelmää. Olisi myös tärkeää tutkia sellaisia palveluja, jotka syntyvät videomahdollisuuden myötä. Ehkä videoiden katselun mielekkyys syntyykin niistä.

Korostamalla kulutuksen rutiineja ja arkisia käytäntöjä emme ensisijaisesti pyrkineet arvioimaan videoiden katselemisen teknistä puolta. Käyttöliittymään, kaistanleveyteen ja hinnoitteluun liittyvät kysymykset tulivat esille ainoastaan, kun ne merkittävästi vaikuttivat katselun palkitsevuuteen. Rajaus on mielekäs, koska tutkimamme videototeutus on käytännössä prototyyppi. Se toimii siis lähtökohtaisesti huonommin kuin valmis, aikanaan lanseerattava palvelu.



Rutinoitujen tapojen ja käytäntöjen valitseminen lähestymistavaksi onnistui siinä mielessä, että päiväkirjoihin kirjatut arviot toistuivat käyttäjästä riippumatta. Tämä kertoo siitä, että saimme analyysiimme aineiston, joka edustaa monenlaisia käyttäjäkokemuksia lyhyeltä aikajaksolta. Arvioiden käyttäjäriippumattomuus kertoi siitä, että tavoittelemamme yleisluontoinen tilanearviointi saavutettiin.

Haimme yleisluontoista arviota, koska emme ensisijaisesti olleet kiinnostuneita yksittäisistä henkilöistä ja heidän mieltymyksistään. Henkilökohtaisten mieltymysten tutkiminen olisi sitä paitsi edellyttänyt paljon pidempää aikajanaa, jolloin käyttäjät olisivat voineet löytää itselleen merkitykselliset katselutilanteet. Emme siksi yritäkään arvioida, millaisiksi katselutilanteet tulevaisuudessa muotoutuvat.

## 5.2 Mobiilivideon tarpeen keksiminen

Olemme tutkijoina, käyttäjinä ja tuottajina keksimässä uudenlaista tarvetta mobiilivideoille. Tilanne ei historian valossa ole mitenkään uusi. Puhelimelle, radiolle, televisiolle ja levysoittimelle on aikaisemmin tarvinnut keksiä samanlaisia tarpeita (Pantzar 1996, 2000). Vasta ajan myötä niiden todellinen merkitys käyttäjilleen on alkanut selkeytyä. Erinomaisen tutkimuksellinen esikuvan kolmannen sukupolven matkaviestimien tutkimukselle löytyy levysoittimen tarpeen määrittelytaistelusta (Siefert 1995). Thomas Edison kehitti hyötyvälinettä teollisten periaatteiden mukaisesti ja hänen levyissään tärkeintä oli tekninen laatu laulajia nimeämättä (ks. myös Basalla 1988). Emil Berliner, kamppailun voittaja, puolestaan kehitti uutuutta nousevan kulutusyhteiskunnan ehdoin ja uskoi Enrico Caruson kaltaisten megatähtien voimaan.

Mobiilivideon tarpeen kehityksen moniulotteisuutta ja -vaiheisuutta voidaan verrata Siefertin (1995) tuloksiin levysoittimen tarpeen kehityksestä. Jatkossa saattaisi olla hedelmällistä pohtia, millaisia 1) tuotteen nimeämiseen, 2) uutuuden sosiaalisen paikantamiseen, 3) toiminnalliseen paikantamiseen, 4) tuoteryhmä-identiteettiin tuote-ketjussa, 5) funktioidentiteettiin, 6) narratiiviseen identiteettiin ja 7) käyttäjä-identiteettiin liittyviä seikkoja voimme määrittää (Pantzar 2002).

Esimerkiksi tuotteen nimeämisessä on oleellista päättää, viitataanko palveluihin vai teknologiaan (esim. mediapuhelin vai wap-selain). Uutuuden sosiaalisesta paikantamisesta on kyse esimerkiksi silloin, kun palvelun tarjoajat puhuvat viihteestä. Rinnakkain sosiaalisen tilan määrittelyn kanssa tapahtuu toiminnallinen paikantaminen. Thomas Edison näki levysoittimen kuuluvan kotona takan viereen ja kaupassa pianon kanssa samalle osastolle. Myös mobiilivideon tulevaisuuteen tämän kaltaiset seikat tulevat vaikuttamaan.

Video eli liikkuva kuva kuuluu alan terminologiaan ja se täydentää audiota eli ääntä. Jo tutkimuksen alkuvaiheessa havaittiin kuitenkin, että video ei sovellu erityisen hyvin terminä kertomaan asiaa harrastamattomalle, mistä on kysymys. Video liitetään pikemminkin televisioon, videonauhuriin ja DVD-soittimeen kuin matkapuhelimeen. Ainoastaan musiikkivideoiden kohdalla samaistuminen on onnistuneempi.

Samalla videoiden katsominen latistuu. Matkapuhelin ei nykyisellään millään pysty kilpailemaan vakiintuneiden ja kehittyneiden katseluvälineiden kanssa niiden ehdoilla. Sen sijaan kannattanee aluksi pikemminkin puhua jostakin mobiilipalvelusta ja kehittää palvelua siihen suuntaan.

Videoiden käyttöä arvioineet pitivät tutkimuksessa katseltuja 45 videota riittämättöminä. Monipuolista, ajankohtaista ja jatkuvasti uusiutuvaa tarjontaa kaivataan. Pelkkä videoiden katselemisen tekninen mahdollisuus ei riittänyt pitämään yllä mielenkiintoa. Se kertoo siitä, että palvelun kehittämiseen pitää panostaa paljon, jos siitä pyritään tekemään suosittu.

Elisa.tv:n mobiilivideotarjonta oli huomattavasti suppeampi ja teknisesti huonolaatuisempi kuin sen Internetvideotarjonta (<http://www.elisa.net/elisatv>). Se antaa osviittaa siihen suuntaan, että videotarjonnan määrää ja laatua voi helposti parantaa, kunhan päätelaitteet, tietoliikenneyhteydet ja palvelukonseptit kehittyvät.

Suppea videotarjonta vaikutti kokemuksiin videoiden katselun mielekkyydestä, mutta ei niinkään katselutilanteiden mielekkyyteen ja muiden ihmisten reaktioihin. Tutkimuksen kannalta oli kuitenkin tärkeää, että videoita ylipäättänsä oli julkisesti tarjolla. Todellisen tarjonnan tutkiminen oli lisäksi mielenkiintoisempaa kuin tutkimusta varten erikseen rakennetun koeympäristön.

Jos videopuhelin noudattaa muun nykyaikaisen mediateknologian kehitystä, voimme esittää arvauksia sen tulevaisuudesta. Ensiksi, videopuhelimen tarpeen keksiminen tulee viemään enemmän aikaa kuin nyt kuvittelemme. Suunta lienee lelunomaisuudesta ja elämyksellisyydestä kohti hyötykäyttöä. Heikko tekninen laatu ja vähäiset hyötysovellukset kuuluvat ensimmäiseen kehitysvaiheeseen.

Toiseksi, lopulta muotoutuvan hyötykäytön ennustaminen on lähes mahdotonta. Lankapuhelimen ennustettiin alkuvaiheessaan olevan yhdensuuntainen ja harvinainen väline. Jokaiseen kylään kaavailtiin sellaista uutisten kuuntelemiseen. Sillä olisi myös voinut seurata oopperan konsertteja ja teatteriesityksiä.

Videopuhelimen puolesta kuitenkin puhuu se, ettei se ole täysin uusi keksintö. Matkapuhelimet ovat hyvin yleisiä eikä video-ominaisuuden liittäminen siihen ole yhtä suuri keksintö kuin kokonaan uuden laitteen keksiminen. Video-ominaisuus on tässä mielessä ainoastaan yksi uusi ominaisuus muiden nykyaikaisen matkapuhelimen ominaisuuksien joukossa.

## VIITTEET

- Basalla, George (1988): *The Evolution of Technology*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Bijker Wiebe E. & John Law toim. (1992): *Shaping Technology/Building Society- Studies in sociotechnical change*. MIT Press, Cambridge.
- Bijker Wiebe E., Thomas Hughes & Trevor F. Pinch. toim. (1987): *The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology*. MIT Press, Cambridge.
- Deuten, J. Jasper & Arie Rip (2000) Narrative Infrastructure in Products Creation Processes. *Organization*. Vol. 7/1, 69-93.
- Dholakia, Ruby, Norbert Mundorf & Nikhilesh Dholakia (1996): *New Infotainment Technologies in the Home. Demand-Side Perspectives*. LEA, Publishers, Mahwah, New Jersey.
- Griffin, Abbie & John R. Huaser (1996): Integrating R&D and Marketing: A Review and Analysis of the Literature. *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 13, 191-215.
- Kaulio, Matti (1997): *Customer-Focused Product Development*. Chalmers University of Technology, Göteborg.
- Kopomaa, Timo (2000): *The City in Your Pocket - Birth of the Mobile Information Society*. Gaudeamus, Helsinki.
- Koskinen, Ilpo, Esko Kurvinen & Turo-Kimmo Lehtonen (2002): *Mobile Image*. Edita, Helsinki.
- Latour, Bruno (1996): *Aramis Or the Love of Technology*. Harvard University Press, Cambridge.
- Mackay, Hughie & Gareth Gillespie (1992): Extending the Social Shaping of Technology Approach: Ideology and Appropriation. *Social Studies of Science*, Vol. 22, 685-715.
- Myerson, George (2001): *Heidegger, Habermas and the Mobile Phone*. Icon Books, Cambridge.
- Nikulainen, Kalevi (2002): Suomen ensimmäinen videopuhelu 3g-verkossa. Digitoday.fi. Julkaistu 19.11.2002.  
[[http://www.digitoday.fi/digi98fi.nsf/pub/te20021119144432\\_kni\\_79106431](http://www.digitoday.fi/digi98fi.nsf/pub/te20021119144432_kni_79106431)]

- Pantzar, Mika (1996): Kuinka teknologia kesytetään. Tammi, Helsinki.
- Pantzar, Mika (2000): Tulevaisuuden koti. Arjen tarpeita keksimässä. Otava, Helsinki.
- Pantzar, Mika (2002): The Establishment of the (Mobile) Imaging Devices - Writing Prospective History. Working papers 68/2002. National Consumer Research Centre, Helsinki.
- Pantzar, Mika & Petteri Repo (2003): Umms, PowerPoint ja Aristoteles. Ilmestyy Sitran Talouspoliittinen johtamiskoulutus 20-vuotta –kirjassa (toim. Tuovi Allen, Matti Karhu), Edita, Helsinki
- Reckwitz, Andreas (2002): Toward a Theory of Social Practices. A Development in Cultural Theorizing. *European Journal of Social Theory*. Vol 5/2, 243-263.
- Repo, Petteri & Mika Pantzar (2003): Mediakännykkä ajoi kuvapuhelimen ohi - Visioissa tarjotaan yhä puhujan kasvoniilmeitä. *Mediumi*, [<http://www.m-cult.net/mediumi/article.html?id=108>]
- Repo, Petteri (2002): Consumer Images in 3G Communications. International Household & Family Research Conference 2002. Helsinki.
- Schnaars, Stephen (1989): Megamistakes. Forecasting and the Myth of Rapid Technological Change. The Free Press, New York.
- Siefert, Marsha (1995): Aesthetics, Technology, and the Capitalization of Culture: How the Talking Machine Became a Musical Instrument, *Science in Context*, Vol. 8/2, 417–49.
- Timonen, Päivi (2002): Pyykillä – arkinen järkeily ja ympäristövastuullisuus valinnoissa. Kuluttajatutkimuskeskus, Helsinki.
- Tuomisto, Veijo (2002): Mobiili livevideo – käyttäjästä sisällöntuottaja. *Mediumi* 1.1 [<http://www.m-cult.net/mediumi/>]

## Ohjeet video- ja kuvaviestipalveluiden käyttöön

Puhelimessasi on valmiina asetukset edellä mainittuihin palveluihin.

(Puhelimen valikoissa tapahtuva ”navigointi” tapahtuu pääasiassa puhelimen joystickin avulla, painamalla joystickiä voit aktivoida haluamasi toiminnon, siirtyminen tapahtuu liikuttamalla joystickiä ylös/alas sekä sivuille.)

### **Videopalvelu**

Avaa puhelimen valikko painamalla valikko-näppäintä (kuvio-näppäin). Valitse puhelimestasi Palvelut-ikoni. Palvelut-osion alta löytyy kirjanmerkit wap-palveluihin. Valitse sieltä Radiolinja WAP. Puhelin kysyy ”Tarvitaan puhelinyhteys. Muodostetaanko?”, vastaa siihen kyllä. Nyt olet Radiolinjan WAP-pääsivulla. Päävalikosta valitse DJ Eskon viihde. DJ Eskon viihde -sivulta valitaan ElisaTV:n videot. Nyt olet siirtynyt ElisaTV:n sivulle, voit tallentaa kirjanmerkin osoittamaan suoraan tälle videot-sivulle valitsemalla Valinnat -> Tall. kirjanmerkiksi. Tällöin seuraavalla kerralla pääset suoraan tälle sivulle ilman välivaiheita.

ElisaTV:n sivulla on alussa ohjeita käyttäjälle. Liikkumalla joystickillä alaspäin näet 5 uusinta videota. Uusimpien videotallenteiden alla on 5 pääotsikkoa (Karaoke, Viihde, Musaa, Rocksport, Lapset), joiden mukaan videosisältöä on lajiteltu. Lisäksi sieltä löytyy Ohjeet-osio, josta löytyy ohjeita playerin asennukseen. Valitsemalla esim. Karaoke saat näkyviin karaoke-videot, valitse sieltä mieluisa videotallenne. Puhelin siirtyy RealOne Playeriin ja pyytää ”Disconnect access point? Radiolinja WAP?”, vastaa siihen kyllä. Seuraavaksi puhelin yhdistää haluamaasi videoklippiin ja rupeaa soittamaan sitä. Voit säätää puhelimesi äänenvoimakkuutta liikuttamalla joystickiä vasemmalle ja oikealle.

Videotallenteen toiston aikana voit pysäyttää tai lopettaa tallenteen toiston. Painamalla Stop, puhelin antaa vaihtoehtoiksi Options tai Back. Optionsin kautta voit joko jatkaa toistoa tai poistua playerista takaisin ElisaTV:n Karaoke-valikkoon. Back-painikkeella siirryt suoraan ElisaTV:n valikkoon. WAP-selailun lopetat valitsemalla Valinnat ja sieltä Poistu.

## **Kuvaviestipalvelu (MMS-viestit)**

Valitse Kamera. Ota kuva painamalla joystickiä. Kuva tallentuu saman tien Kuvat-sovellukseen. Valitse Valinnat -> Uusi kuva, jos haluat ottaa toisen kuvan heti perään. Voit myös lähettää ottamasi kuvan saman tien. Lähetä -> Multimedia, tekee siitä multimediaviestin. Lisää tekstiä ja lähetä Valinnat-painikkeen kautta vastaanottajan MMS-puhelimeen. Voit myös lähettää ottamasi kuvan sähköpostina haluamaasi osoitteeseen. Lähetä -> Sähköposti, tekee siitä sähköpostiviestin, lisää vastaanottajan sähköpostiosoite sekä tekstiosio ja lähetä Valinnat-painikkeen kautta vastaanottajan sähköpostilaatikkoon. Valinnat-painikkeen kautta pääset myös Kuvat-sovellukseen, jossa voit tarkastella kaikkia kamerasi muistissa olevia kuvia. Valinnat-painikkeen kautta, voit valita usemman kuvan kerrallaan ja lähettää ne kerralla esim. sähköpostina.

Puhelimessasi oleva RealOne-player varaa puhelimesi muistikapasiteetista suuren osan käyttöönsä. Tämän vuoksi pidä puhelimesi muistiin tallennettujen kuvien määrää maksimissaan n. 10–15 kappaleessa, jottei puhelimestasi lopu muisti kesken. Muistin loppuminen voi aiheuttaa puhelimesi lukkiutumisen, joka aukeaa vain käyttämällä sitä huollossa.

Tutustu myös puhelimesi mukana olevaan Nokia 7650 -käyttöohjeeseen.



## Päiväkirjapohja

### Ohjeet

Katsele videoita mahdollisimman monenlaisissa tilanteissa. Etsimme mielekkäitä tapoja katsella mobiilivideoita osana arkipäivää. Joskus vie aikaa löytää sopiva käyttötarkoitus, joten kannattaa jaksaa yrittää vaikka aluksi tuntuisikin hankalalta.

Pyydämme sinua pitämään päiväkirjaa katsomastasi. Voit kirjata kokemuksesi haluamallasi tavalla, vaikka ranskalaisin viivoin.

Meitä kiinnostavat erityisesti kokemuksesi erilaisista katselutilanteista. Missä tilanteissa katseleminen oli hauskaa ja missä ikävää? Voit myös antaa läheistesi itse katsella videoita ja kertoa siitä.

- Millaisia videoita katselit tänään ja millaisissa tilanteissa?
- Mikä tuntui kivalta ja mikä ikävältä?

Yleisen katselun lisäksi meillä on sinulle erityisiä tehtäviä joka päiväksi. Näiden tarkoitus on edesauttaa tutkimuksen kulkua ja katselukokemusten vertailua. Tehtävien järjestys ja aikataulu ei ole tärkeä, mutta olisi kiva, jos voisit suorittaa ne kaikki.

Maanantai:	Katso 10 videota.
Tiistai:	Katsele videoita kahvipöydän äärellä.
Keskiviikko:	Katsele videoita liikennevälineessä.
Torstai:	Opeta joku käyttämään videopuhelinta.
Perjantai:	Ota valokuva ja lähetä se.
Lauantai:	Katsele videoita harrastuksen yhteydessä.
Sunnuntai:	Tee yhteenveto.

## Yhteenveto

- Millaisia videoita katsoit mieluiten (esim. urheilu, viihde, musiikki)?
- Millaisissa tilanteissa videoita oli erityisen kiva katsella? Miksi (esim. liikkeellä, odottaessa, yhdessä)?
- Millaisissa tilanteissa videoita oli ikävä katsella? Miksi?
- Oliko videoita kivempaa katsella arkena vai viikonloppuna? Miksi?
- Millaisia videoita mielestäsi tulisi kehittää matkapuhelimiin? Miksi (esim. lyhytelokuvia, sarjoja, uutisia, K18-videoita)?
- Ehditkö kyllästyä videoiden katseluun? Vai ehditkö jo tulla riippuvaiseksi niistä?
- Ketkä muut katsoivat videoita kanssasi (esim. puoliso, lapsi, työkaveri, kanssamatkustaja)?
- Mitä muut katselijat sanoivat videoiden katselusta?
- Olivatko käyttöohjeet mielestäsi riittävän selkeät? Kuinka niitä voisi parantaa?
- Oliko videoiden katselun oppiminen helppoa? Oliko katselun opettaminen helppoa?
- Oliko valokuvien ottaminen ja niiden lähettäminen kivaa ja helppoa vai tylsää ja vaikeaa?
- Mikä olisi mielestäsi sopiva kiinteä kuukausimaksu mobiilivideoiden rajattomalle katselulle tulevaisuudessa?
- Jotain muuta?

Videoiden katselemisen käyttöohjeet ovat ohessa. Huomaa erityisesti, ettet voi tallentaa montaa valokuvaa puhelimeen video-ohjelmiston takia. Käyttötukeansa videoiden katselemiseen tarjoavat seuraavat henkilöt: Petteri Repo (puh.nro), Esko Kurinen (puh.nro).

Videoiden katselun lisäksi voit korvauksetta soittaa matkapuhelimellasi kotimaanpuheluja, ottaa valokuvia sekä lähettää teksti- ja kuvaviestejä. *Ulkomaanpuheluja ja soittoja maksullisiin palvelunumeroihin ei voi eikä saa tehdä.* Pyydämme sinua pitämään hyvää huolta matkapuhelimesta.

# KULUTTAJATUTKIMUSKESKUKSEN JULKAISUJA -SARJA

## 2003

- 2/2003 Repo, P., Hyvönen, K., Pantzar, M., Timonen, P.  
Mobiili video
- 1/2003 Römer-Paakkanen T., Pentikäinen A.  
Paperisodasta ulosottoon - Tutkimus rauenneista velkajärjestelyistä velallisen kokemana

## 2002

- 4/2002 Tuorila, H.  
Kaupallisten palvelujen tarjonta ja tulevaisuuden näkymät kehityssuunnaltaan erilaisilla paikkakunnilla
- 3/2002 Isoniemi, M.  
Moni-ilmeinen juusto – Kuluttajien kokemuksia ja käsityksiä juuston käytöstä ja valinnasta
- 2/2002 Aalto, K.  
Kotitalouksien tekstiilienhoitokäytännöt ja niiden ympäristömyötäisyys
- 1/2002 Repo, P.  
Kuluttajat sähköisen kaupan sääntelyssä ja itsesääntelyssä

## 2001

- 11/2001 Järvelä, K.  
Peruna on perusruokaa – Kuluttajien näkemyksiä perunasta
- 10/2001 Eriksson, P. – Lähde, K.  
Nuorten aikuisten tulkintoja verkkomarkkinoinnista
- 9/2001 Pantzar, M. – Ainamo, A.  
Nokia – The surprising success of textbook wisdom
- 8/2001 Aalto-Setälä, V.  
Epätäydellisen informaation vaikutus hinnoitteluun – Miksi samalla tuotteella on eri hintoja?
- 7/2001 Järvinen, R. – Eriksson, P. – Saastamoinen, M. – Lystimäki, M.  
Vakuutukset verkossa – Vakuutusyhtiöiden tarjonta ja kuluttajien odotukset
- 6/2001 Tuorila, H.  
Lapsiperheet ja ikääntyvät palvelujen käyttäjinä
- 5/2001 Kytö, H.  
Alueelliset ostovoimakertymät ja niiden muutokset vuosina 1993–1998 – Tapausesimerkinä ostovoima ja päivittäistavara kauppa Itä-Suomen läänissä v. 1999
- 4/2001 Nikkilä, M.  
Kuluttajat muuttuvilla sähkömarkkinoilla – Sähköyhtiöiden kilpailuttaminen kuluttajien näkökulmasta
- 3/2001 Tuorila, H.  
Katsaus suomalaiseen peruspalvelututkimukseen – Määrittelystä arviointiin
- 2/2001 Varjonen, J.  
Elämyksiä, terveyttä, vaihtelua – 2000-luvun ruokatottumukset
- 1/2001 Eriksson, P. – Keso, H. – Lehtimäki, H. – Pietiläinen, T.  
Female entrepreneuring and strategising – Articulations of gendering processes within the Finnish new media business



Kaikukatu 3, 00530 HELSINKI  
PL 5, 00531 HELSINKI  
Puh. (09) 77 261  
Faksi (09) 7726 7715  
[www.kuluttajatutkimuskeskus.fi](http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi)  
[tiedotus@kuluttajatutkimuskeskus.fi](mailto:tiedotus@kuluttajatutkimuskeskus.fi)