

TAMPEREEN YLIOPISTO

Johtamiskorkeakoulu

**ÄLYPUHELINSOVELLUKSET MATKAILIJAN KÄYTÄNTÖJÄ
MUOKKAAVANA ILMIÖNÄ**

Yrityksen taloustiede, markkinointi

Pro gradu -tutkielma

Maaliskuu 2015

Ohjaaja: Pekka Tuominen

Pekka Alhonsalo

TIIVISTELMÄ

Tampereen yliopisto	Johtamiskorkeakoulu, yrityksen taloustiede, markkinointi
Tekijä:	ALHONSALO, PEKKA
Tutkielman nimi:	ÄLYPUHELINSOVELLUKSET MATKAILIJAN KÄYTÄNTÖJÄ MUOKKAAVANA ILMIÖNÄ
Pro gradu -tutkielma:	67 sivua, 4 liitesivua
Aika:	Maaliskuu 2015
Avainsanat:	Käytäntö, käytäntöteoria, netnografia, älypuhelimet

Älypuhelinsovellukset ulottuvat kaikille elämän osa-alueille. Oli kyseessä sitten työteko, vapaa-aika tai esimerkiksi tämän tutkimuksen kohteena oleva matkustaminen. Sovellukset auttavat arkisissa toiminnoissa, yksinkertaistavat ja nopeuttavat perinteisiä toimintatapoja sekä tuovat erilaisissa tilanteissa tarvittavan informaation helposti saataville.

Matkapuhelintoimiala käy läpi muutosta arvoketjuajattelusta arverkkoojatteluun. Vielä vähän aikaa sitten toimialalla oli kaksi helposti nähtävissä olevaa itsenäistä arvoketjua – matkapuhelimien valmistajat ja operaattorit. Vähitellen toimiala on kuitenkin muuttumassa kohti tilannetta, jossa yritykset monilta eri toimialoilta ovat vuorovaikutuksessa mobiilipalvelujen tuottajien kanssa. Hiljalleen laitevalmistajien klassinen rooli innovaattoreina on menettämässä merkitystään sillä välin kun käyttäjät ja kolmannet osapuolet, kuten sovelluskehittäjät saavat suurempaa jalansijaa.

Tutkimuksen tarkoituksena on kuvata ja analysoida älypuhelimien sovelluksia matkailijan käytäntöjä muokkaavana ilmiönä. Tutkimuksessa mielenkiinto kohdistetaan älypuhelimien yhteen tärkeimmistä ominaisuuksista eli mahdollisuuteen käyttää sovelluksia. Tutkimus etsii uusia käytäntöjä älypuhelinsovellusten käyttäjien käymästä keskustelusta. Tutkimuksen metodina on netnografia, joka on etnografiaan perustuva kvalitatiivinen tutkimusmetodi. Tiedon lähteenä käytetään käyttäjien generoimaa sisältöä Googlen sovelluskaupassa ja muissa asiaankuuluvissa blogeissa.

Käytännöt ovat useista toisiinsa yhteydessä olevista elementeistä koostuvaa rutinoitunutta käyttäytymistä, joka sisältää kehollisen toiminnan, ajattelun, esineet ja niiden käytön ja taustatietoa ymmärryksen, tietotaidon, tunteiden ja motivaatioiden muodossa. Käytäntöjen määrä, johon ihmiset nykyään osallistuvat, kasvaa kokoajan. Ihmisten taipumus tavoitella monipuolisuutta elämässään laajentaa esineiden ja asioiden määrää, jotka koetaan normaaliksi osaksi jokapäiväistä arkea.

Tutkielman tulosten perusteella uusia käytäntöjä löydetään seuraavista kategorioista: ajankuluttamisen muuttuneet käytännöt, informaation etsiminen ja tiedon vastaanottaminen muilta käyttäjiltä, yhteydenpito ja toimintatapojen yksinkertaistaminen. Kategorioiden alla olevista käytännöistä löytyy runsaasti yhtäläisyyksiä, kuten esimerkiksi pyrkimys nopeuttaa ja helpottaa perinteisiä paikkaan ja aikaa sidottuja käytäntöjä.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
1.1	Älypuhelimet tutkimuskohteena	5
1.2	Toimialan murroksen myötä muuttuneet käytännöt	8
1.3	Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset	10
1.4	Keskeiset käsitteet.....	12
2	KÄYTÄNTÖTEORIAN SYNTY JA ERITYSPIIRTEET	14
2.1	Käytäntöjen synty	14
2.2	Käytäntöjen rakentuminen	15
2.3	Käytännöt tässä tutkimuksessa	17
2.4	Käytäntöjen muutos	18
3	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	20
3.1	Tieteelliset lähtökohdat.....	20
3.2	Netnografia tutkimusmetodina	22
3.3	Aineiston muodostaminen	23
3.4	Tiedon analysointi ja löydösten tulkinta.....	27
3.5	Luotettavuuden arviointi.....	28
4	VERKKOKESKUSTELU MATKAILIJAN KÄYTÄNTÖJEN TUNNISTAMISEN YTIMESSÄ	29
4.1	Aineiston kuvaus.....	29
4.2	Toimintatapojen yksinkertaistaminen.....	30
4.2.1	Matkan suunnitteleminen.....	31
4.2.2	Lentoaikatalujen seuraaminen ja lentojen hankkiminen.....	32
4.2.3	Kokonaisuuden hallinta	34
4.2.4	Pakkaamisen yksinkertaisuus	35
4.3	Ajankuluttamisen muuttuneet käytännöt	36
4.4	Informaation etsiminen ja tiedon vastaanottaminen toisilta käyttäjiltä	38

4.4.1	Opastuksen saatavuus	40
4.4.2	Uutisten ja tiedotteiden seuraaminen paikasta riippumatta	42
4.4.3	Julkisen liikenteen hallitseminen ja kulkuyhteydet	43
4.4.4	Huonojen valintojen välttäminen käyttäjien luoman sisällön avulla	44
4.4.5	Rahansäästövinkeistä kertominen.....	46
4.5	Yhteydenpito.....	47
4.5.1	Yhteydenpito sosiaalisen median avulla.....	47
4.5.2	Tavanomaisten viestintätapojen päivittäminen.....	48
4.5.3	Tiedon tallentaminen pilvipalveluiden avulla.....	49
4.6	Johtopäätökset ja jatkotutkimusmahdollisuudet	50
5	YHTEENVETO	56
6	LÄHTEET	62
	LIITTEET	68

KUVIOT

Kuvio 1	Älypuhelinien levinneisyys maailmalla.....	7
Kuvio 2	Arvoketjuajattelu matkapuhelintoimialalla	9
Kuvio 3	Uusi tapa toimia: arvoverkko.....	10
Kuvio 4	Netnografisen tutkimusprosessin eteneminen	26
Kuvio 5	Matkailijan käytäntöjen muodostuminen	51
Kuvio 6	Matkailijan käytännöt kategorioittain	52

TAULUKOT

Taulukko 1	Tutkijan paikka netnografisessa tutkimuksessa	24
------------	---	----

1 JOHDANTO

1.1 Älypuhelimet tutkimuskohteena

Matkapuhelimet ovat kehittyneet muutamana viime vuotena isoin harppauksin. Ne tukevat suurta määrää informaatiopalveluita, joita voidaan käyttää missä ja milloin vain. Niissä on suuret näytöt, nopeat verkkoyhteydet ja paikannusmahdollisuus. Tällaista kehittynyttä matkapuhelinta kutsutaan älypuhelimeksi. Tärkein älypuhelimien ominaisuus on kuitenkin tuki tuhansille sovelluksille, jotka laajentavat älypuhelimien käyttömahdollisuuksia suunnattomasti. Charlesworthin (2009, 33) mukaan kiinteät puhelimen ominaisuudet eivät enää määritä käyttökokemusta, vaan sovellukset ja internet-palvelut.

Suuri yleisö tuli tietoiseksi älypuheliiniin asennettavista sovelluksista vuonna 2007 Applen Iphone-julkaisun yhteydessä (Kim, Chun ja Lee 2014). Nykyään sovelluksia tarjoavat sovelluskaupoissaan kaikki merkittävät älypuhelinvalmistajat, joko suoraan omista kaupoistaan tai ekosysteemien, kuten Googlen Play-kaupan kautta. Brownin (2012) mukaan elokuussa 2011 puolella USA:n aikuisista matkapuhelimen käyttäjistä oli sovelluksia asennettuna, joista suosituimpia olivat jokapäiväisen informaation tuottamiseen tarkoitetut sovellukset (uutiset, sää, urheilu ja pörssikurssit) ja sellaiset sovellukset, jotka auttoivat viestinnässä (pikaviestinpalvelu Skype).

Älypuhelimien hyvään menestykseen kuluttajatuotteena on vaikuttanut ihmisen luontainen pyrkimys elämän helpottamiseen. Ting ym. (2011) kirjoittavat tutkimuksessaan älypuhelimien kätevydestä ja sen aiheuttamasta riippuvuudesta. Ajan ollessa niukka hyödyke, kuluttajille on suuri apu siitä, että älypuhelinta voi käyttää ajasta ja paikasta riippumatta, kuten esimerkiksi liikenneuhkassa. Lisäksi kuluttajat ovat oppineet siihen, että kaikki tieto on aina yhden yksinkertaisen selailun päässä, oli kysymyksessä sitten ulkomaan matka, rentoutuminen kotona, tai vaikka työmatka. Nämä kaikki mahdollisuudet lisäävät käyttäjän riippuvuutta älypuhelimista.

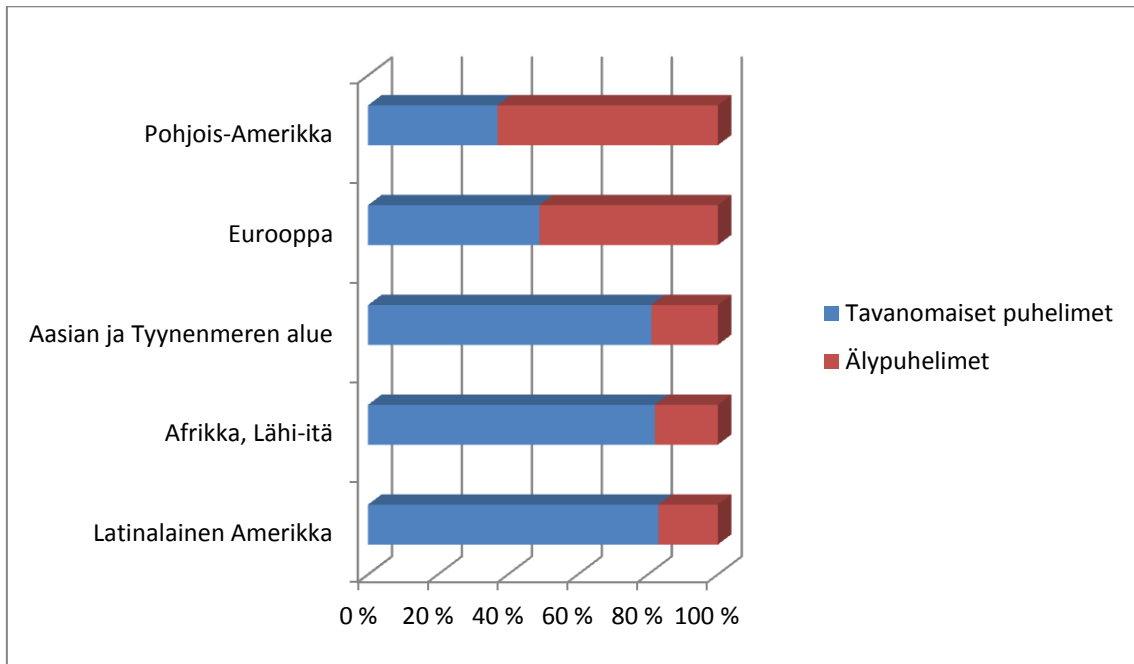
Käytäntöteoreettista tutkimusta aiheesta on tehty verrattain vähän. Wang ym. (2011) ovat tutkineet älypuhelimien käyttöä turistien käyttäytymisen perusteella ja todenneet, että älypuhelimilla on valtava potentiaali monien toimintatapojen muuttamisessa turistiliiketoiminnassa.

Turistiliiketoiminnan lisäksi älypuhelimet muokkaavat toimintatapoja ja käytäntöjä myös muilla aloilla. Mutter (2013) on kirjoittanut artikkelin siitä miten älypuhelimien käyttö ostopäätöstä ohjaavana laitteena vaarantaa sanomalehtimainonnan liiketoiminnan. Aikaisemmin paikallinen media toimi pääkeinona potentiaalisten asiakkaiden tavoittamisessa. Älypuhelinavusteisen ostamisen tehokkuus ja nopeus on kuitenkin luonut ennennäkemättömän mahdollisuuden kauppiaille luoda tehokasta, persoonallista ja suoraa suhdetta asiakkaiden kanssa. Mitä vahvemmaksi tehokkaammaksi nämä siteet muodostuvat, sitä vähemmän kauppiaiden täytyy ostaa mainoksia perinteiseltä medialta, kuten sanomalehdeltä (Mutter 2013).

Merchant (2012) liittää artikkelissaan älypuhelimet, käytännöt ja koulujärjestelmän yhteen: Älypuhelimista on nopeasti tullut keskeinen osta ihmisten arkipäivää, ollen nykyisellään yksi kuluttajien avaintuotteista, sosiaalisen pääoman symboli, joka yhdistää käyttäjänsä verkkoon monilla eri sovelluksilla. Tämä on johtanut siihen, että niiden paikkaa koulujärjestelmässä on jouduttu miettimään uudestaan. Yleinen näkemys, että älypuhelimilla ei ole tilaa luokkahuoneissa, on haastettu näkemyksillä joiden mukaan mobiililaitteiden tulisi olla keskeinen osa opetusta.

Niin sanotut edellisen sukupolven puhelimet ovat vielä dominoivassa roolissa maailmalla. Nämä puhelimet eivät sisällä korkean teknologian sensoreita ja sovelluskauppoja, mutta niiden halpa hinta ja luotettavuus tekevät niistä suosittuja (Aron 2012, 17). Kuvio 1 antaa hyvän kuvan älypuhelimien levinneisyydestä maailmalla. Pohjois-Amerikassa ja Euroopassa yli puolella on älypuhelin käytössään, mutta laskettaessa mukaan Afrikka, Aasia ja Latinalainen Amerikka älypuhelimien levinneisyys laskee paljon. Otettaessa huomioon teknologisen kehityksen nopeus ja tendenssi älypuhelimien ominaisuuksien esittelyyn entistä halvemmissä puhelimissa, voidaan olettaa älypuhelimien määrän kasvavan tulevaisuudessa. Tässä tutkimuksessa älypuhelimien levinneisyysnumerot eivät kuitenkaan haittaa, koska havaintoja tehdään

palvelujen kautta, joissa älypuhelimia käyttää 100 prosenttia käyttäjistä (Googlen Play -kauppaan rekisteröityminen vaatii älypuhelimien).



Kuvio 1 Älypuhelimien levinneisyys maailmalla (muokattu Aron 2012, 17)

Pew-tutkimuskeskus (2012) on tehnyt tutkimusta Yhdysvaltalaisista älypuhelimien käyttäjistä. Tutkimuksista nousee esille mielenkiintoisia asioita. Älypuhelimien yleistyessä ihmiset ovat oppineet vastaamaan kysymyksiin, jotka liittyvät älypuheliiniin. Kasvavasta kiinnostuksesta ja tietoisuuden lisääntymisestä älypuheliiniin kertoo se, että vuonna 2011 14 prosenttia ei tiennyt onko heidän puhelimensa älypuhelin. Vuosi myöhemmin enää 8 prosenttia ei tiennyt vastausta samaan kysymykseen.

Pew-tutkimuskeskuksen (2012) mukaan on myös huomioitava älypuhelimien paljon keskiarvoa hitaampi yleistyminen yli 65-vuotiaiden joukossa, mikä on vain 13 prosenttia. Toisaalta taas afroamerikkalaiset ja latinot omistavat keskiarvoa (noin puolet kaikista puhelimista) enemmän älypuhelimia.

Rachel Arandilla (2010) kirjoittaa blogissaan älypuhelimien invaasiosta ja mm. siitä miten älypuhelimet aiheuttavat riippuvuutta käyttäjissään. Mielenkiintoisin osuus on kuitenkin keskustelu siitä, voiko älypuhelin korvata tavallisen pöytäkoneen.

”Välttelin iPhonea käyttöön ottoa kaksi vuotta, mutta kun viimein ostin sen, en voi enää kuvitella miten pärjäsin elämää helpottavia sovelluksia. Mitä tulee pöytäkoneiden katoamiseen, en usko että se on mahdollista. Yrityksen tarvitsevat tehokkaan koneen päivittäiseen työhön.”-Eliazer

”Älypuhelin mahdollistaa jatkuvan yhteydenpidon ja se on erittäin kompakti mukana kuljetettava. Ne ovat tulleet jäädäkseen ja aina kun jätät puhelimen kotiin, tuntuu siltä että jotain puuttuu.”-Morgan

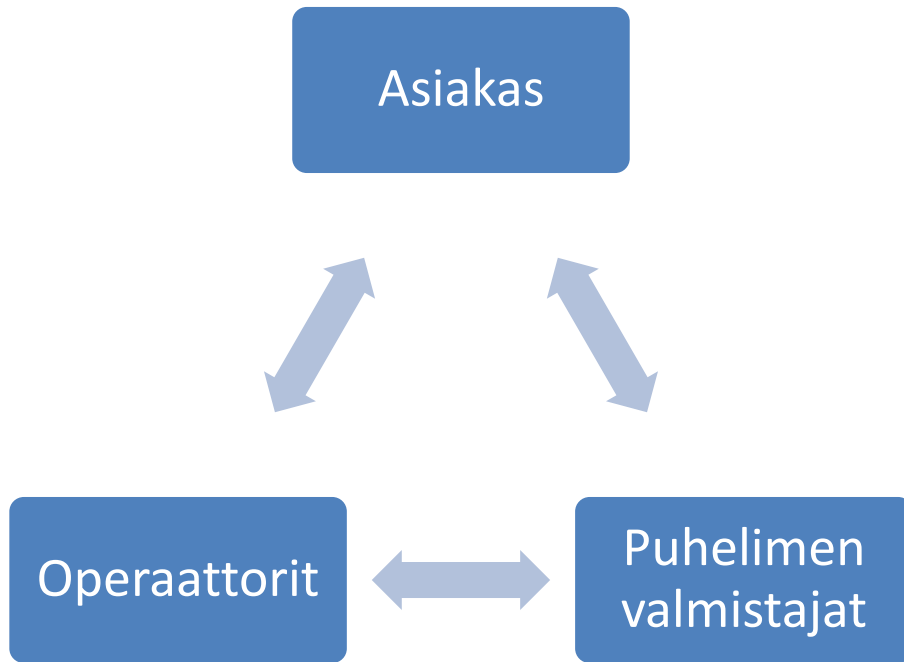
”Älypuhelimet ovat kuin tärkeä osa meitä, vähän kuin esimerkiksi tärkeä raaja. Emme pärjää ilman älypuhelimia--.” -Christopher

Reuverin ym. (2013, 118) mukaan ihmiset siirtyvät mobiilipalveluiden käyttäjiksi todennäköisemmin silloin, jos ne vastaavat tarkasti kokemusta, joka saadaan pöytäkoneen käytöstä. Ja lisäksi samat käyttäjät, jotka suhtautuvat positiivisesti innovatiivisiin mobiililaitteisiin ja niiden palveluiden käyttöön pitävät silti tärkeänä, että samoja palveluita voi myös käyttää pöytäkoneella.

”En usko, että älypuhelimet tuhoavat perinteisen pc-markkinan. -- Älypuhelimet säilyvät viestinnän, nettiostamisen ja sovellusten käytön välineenä. --perinteiset pc:t säilyvät, koska ihmiset tarvitsevat excel- taulukoita ja isoja näyttöjä.” -Mike

1.2 Toimialan murroksen myötä muuttuneet käytännöt

Matkapuhelintoimiala käy läpi muutosta arvoketjuajattelusta (value chain) arvoverkkoajatteluun (value network). Vielä vähän aikaa sitten toimialalla oli kaksi helposti nähtävissä olevaa itsenäistä arvoketjua – matkapuhelimien valmistajat ja operaattorit (kuvio 2). Vähitellen toimiala on kuitenkin muuttumassa kohti tilannetta, jossa yritykset monilta eri toimialoilta ovat vuorovaikutuksessa mobiilipalvelujen tuottajien kanssa. (Funk 2009, 14)



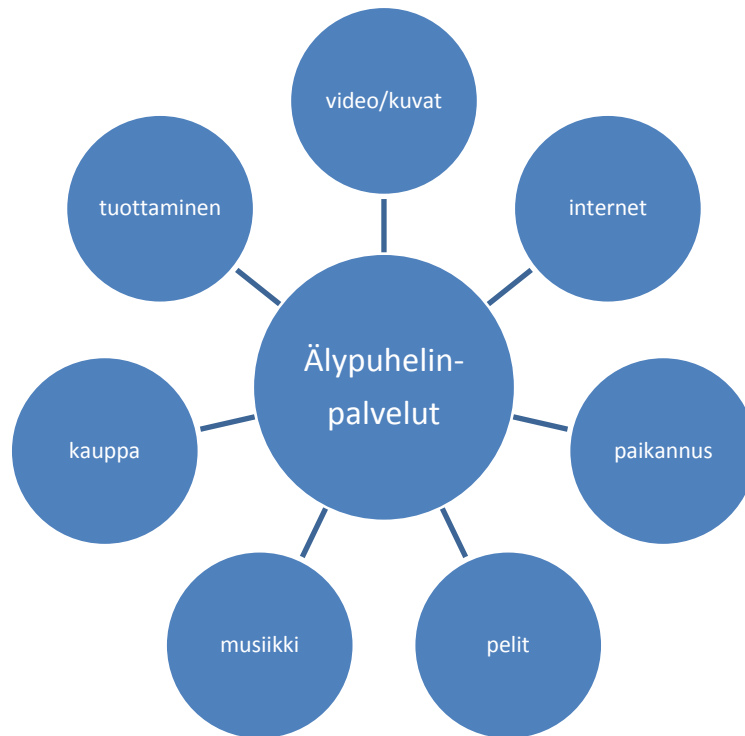
Kuvio 2 Arvoketjuajattelu matkapuhelintuotantoketjulla (muokattu Funk 2009, 5)

Tätä tutkimusta tehtäessä toimialan murroksen vaikutuksen merkitystä ei voi olla huomaamatta. Lähes kaikki muutokset käytännöissä ja uusien käytäntöjen löytäminen perustuu toimialan arvoverkko-malliin (kuvio 3), jossa operaattoreista ja matkapuhelinvalmistajista riippumattomat yritykset ja yksityishenkilöt luovat sisältöjä älypuhelimien ja käyttöjärjestelmien ekosysteemeille, kuten androidille.

Hiljalleen laitevalmistajien klassinen rooli innovaattoreina on menettämässä merkitystään sillä välin kun käyttäjät ja kolmannet osapuolet, kuten sovelluskehittäjät saavat suurempaa jalansijaa (Koch ja Kerschbaum 2014, 1432). Nokian toiminta 2000-luvulla on hyvä esimerkki arvoketjumallin toiminnasta. Asiakas, operaattori ja valmistaja toimivat itsenäisesti omissa arvoketjuissaan. Viestintä ja puhumattakaan arvonluonnista yhdessä muiden toimijoiden kanssa oli minimaalista. Operaattorit pystyivät vaikuttamaan puhelimen sisältöihin vain vähän.

Arvoverkkoajattelussa toiminta on päinvastaista. Valmistajat valmistavat laitteita ekosysteemien alle, joissa arvontuotanto käynnistyy asiakkaiden, muiden yritysten ja kolmannen osapuolen sovelluskehittäjien toimesta. Ekosysteemeillä tässä tapauksessa tarkoitetaan esimerkiksi Googlen Android-järjestelmää, Applen IOS-järjestelmää,

Microsoftin Windows Phone-järjestelmää, mutta myös pienempien toimijoiden alustoja, kuten suomalaisen Jollan Salesfish-alustaa.



Kuvio 3 Uusi tapa toimia: arvoverkko (muokattu Funk 2009, 6)

Älypuhelimien käyttäjät määrittävät itse mikä heille tuottaa arvoa älypuhelimien käytössä. Funkin (2009) arvoverkkomallissa on esitelty muutamia kategorioita. Kategorioissa esiin nousee viihde- ja hyötysovellukset, sekä internetin käyttö. Osalle käyttäjistä arvoa saattaa tuottaa vain pelisovellukset ja osalle taas vaikka vain paikannussovellukset. Arvoverkkomalli mahdollistaa hyvin erilaisten mieltymysten ja tarpeiden täyttämisen.

1.3 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tarkoituksena on kuvata ja analysoida älypuhelimien sovelluksia matkailijan käytäntöjä muokkaavana ilmiönä. Tutkimuksessa mielenkiinto kohdistetaan älypuhelimien yhteen tärkeimmistä ominaisuuksista, eli mahdollisuuteen käyttää sovelluksia. Erilaisia sovelluksia on tarjolla satoja tuhansia, joten aihepiiri tässä tutkimuksessa on rajattu koskemaan ainoastaan sovelluksia, joita käytetään ennen

matkustamista ja sen aikana. Lähes kaikki sovellukset, joita tutkimuksessa tarkastellaan käyttävät myös nopeita tietoverkkoja ja GPS-paikannusta informaation hakuun, joten käytäntöjä etsittäessä nämä älypuhelimien ominaisuudet sisällytetään oletuksena tutkimuskentän alle.

Älypuhelimien käyttöön liittyvien käytäntöjen tutkiminen on aihealueena erittäin laaja. Suurin osa keskustelusta syntyy sovellusten ympärillä, jonka vuoksi tässä tutkimuksessa käytetään paljon aikaa Google Play -sovelluskaupan keskusteluosiossa käytäntöjen identifioimiseen. Alaan liittyviä blogeja ei kuitenkaan voida sivuuttaa täysin, koska niissä käytävä keskustelu paljastaa vielä huomattavasti syvempää pohdiskelua aiheeseen liittyen.

Tutkimuksen tarkoitus saavutetaan vastaamalla seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Millaisia matkailijan käytäntöjä älypuhelimien sovelluksien käyttöön liittyvästä keskustelusta voidaan havaita?
2. Millaisia yhtäläisyyksiä löytyneistä matkailijan käytännöistä voidaan havaita?

Määritelmänä matkailijan älypuhelinsovellukset jättää jonkin verran varaa tulkinnoille, mutta tutkimuskysymyksen ratkaisemista sen laajuus ei haittaa. Tutkimuksesta on haluttu tehdä kattava teos älypuhelimien käyttöön liittyvistä käytännöistä matkustamisen yhteydessä, jolloin on tärkeää saada mahdollisimman paljon erilaisia näkökulmia aiheeseen suuren datan muodossa.

Matkustamisen käsite on jaettu kolmeen osaan käytäntöjen ymmärtämisen selkeyttämiseksi. Nämä osat ovat käytännöt, joita tapahtuu ennen matkustamista kuten suunnittelu. Toisena ryhmänä ovat käytännöt, joita tapahtuu matkustamisen aikana. Ja kolmantena ryhmänä ovat käytännöt, jotka tapahtuvat määränpäässä.

Älypuhelimiin on usein esiladattuna sovelluksia, jotka vaikuttavat matkustamisen käytäntöihin, mutta ovat muodostuneet niin vakiintuneiksi toimintatavoiksi jokapäiväisessä arjessa, että niitä ei voi sisällyttää tähän tutkimukseen. Näitä ovat esimerkiksi herätyskello ja laskin. Tutkimuksessa keskitytään enemmänkin sovelluksiin,

jotka vaikuttavat paljon käytäntöihin, kuten esimerkiksi paikkatietoa hyödyntävät sovellukset.

Suurin osa sovelluksista käyttää hyväkseen data-yhteyksiä, jolloin ongelmaksi älypuhelimien kanssa matkustavalle saattaa muodostua data-liittymien kalliit roaming-maksut ulkomailla. Tässä tutkimuksessa oletetaan, että jos matkakohteena on kallis roaming-alue, niin matkailijan on mahdollista kytkeä älypuhelin ns. langattomaan lähiverkkoon, joita löytyy mm. hotelleista ja ravintoloista, jolloin roaming-ongelma häviää.

1.4 Keskeiset käsitteet

Ekosysteemi

Koch ja Kerschbaum (2014) käyvät tutkimuksessaan läpi ekosysteemin käsitteen muutamalta eri kannalta. Heidän mukaansa älypuhelimien ekosysteemiin kuuluu puhelinoperaattorit, laitteen valmistajat, käyttöjärjestelmän tuottaja, kolmannen osapuolen sovelluskehittäjät, loppukäyttäjät ja sovelluskaupat. Kochin ja Kerschbaumin (2014) mukaan tärkeimmät osallistujat innovaatioiden näkökulmasta ovat loppukäyttäjät ja sovelluskehittäjät.

Käytäntö

Käytännöt ovat useista toisiinsa yhteydessä olevista elementeistä koostuvaa rutinoitunutta käyttäytymistä, joka sisältää kehollisen toiminnan, ajattelun, esineet ja niiden käytön ja taustatietoa ymmärryksen, tietotaidon, tunteiden ja motivaatioiden muodossa (Reckwitzin 2002).

Älypuhelinsovellukset

Älypuhelin terminä viittaa ohjelmoitavaan puhelimeen, joka tarjoaa kehittyneitä ominaisuuksia ja toimintoja, jotka auttavat käyttäjiään työssä ja elämässä yleensä.

Älypuhelin sisältää mahdollisuuden pikaviestintään, sovellusten lataamiseen, viihteeseen ja tietopalveluiden (esim. WiFi ja GPS) hyödyntämiseen (Ting 2011, 193).

Aplikaatio on sovellus, joka on suunniteltu käytettäväksi älypuhelimella. Aplikaatioita on tarjolla satoja tuhansia, karttaohjelmista peleihin aina yritys ja rahan hallintasovelluksiin asti. Suosituimpia aplikaatioita käyttäjien keskuudessa ovat pelit kuten AngryBirds. Aplikaatiot toimivat kuten tietokoneelle asennetut sovellukset ja mahdollistavat erilaisten tehtävien suorittamisen. Aplikaatioita on ilmaisia ja maksullisia, jotka ladataan suoraan älypuhelimien sovelluskaupasta. Aplikaatiot ovat juuri se voima, joka on tehnyt monille älypuhelimesta tärkeän työkalun informaation lähteenä (WiseGEEK 2012).

Android

Android on Googlen julkaisema käyttöjärjestelmä moderneille älypuhelimille ja mobiililaitteille. Android on avoimen lähdekoodin alusta ja sille kehittäminen ja sen käyttäminen on ilmaista. Android-puhelimia kehittävät useimmat suuret valmistajat, kuten HTC, LG, Samsung, Motorola ja Sony sekä joukko pienempiäkin. Myös monet perinteisemmät valmistajat, kuten Asus, ovat alkaneet kehittää Android-laitteita. Kaikki Android-puhelimet ovat pohjimmiltaan älypuhelimia ja niitä voidaan käyttää netin selaamiseen, sosiaaliseen mediaan, kuvien ja videoiden katseluun sekä musiikin soittamiseen (Androidsuomiblog 2012).

Google Play

Google Play on Googlen digitaalinen sisältöpalvelu, josta käyttäjän on mahdollista löytää musiikki, -elokuvat, -kirjat sekä Android-sovellukset ja -pelit. Palvelu on viihdekeskus, jota voi käyttää verkosta, Android-laitteella tai esimerkiksi television kautta. Sisältö on käytettävissä kaikilla näillä laitteilla. Google Playn tarkoitus on kerätä käyttäjän kaikki sisältö yhteen paikkaan, jota voidaan käyttää kaikilla laitteilla. Digitaalinen sisältö on mobiililaitteiden käyttökokemuksen kulmakivi (Google Support 2012). Kochin ja Kerschbaumin (2014) mukaan sisältöpalvelu kuten Google Play voidaan määritellä välittäjä portaaleiksi, jotka tuovat yhteen kehittäjät ja digitaalisten hyödykkeiden tarpeen.

2 KÄYTÄNTÖTEORIAN SYNTY JA ERITYSPIIRTEET

2.1 Käytäntöjen synty

Bourdieu, Giddens, Taylor, Foucault, Garfinkel, Latour, Taylor ja Schatzki ovat henkilöitä, jotka ovat olleet luomassa pohjaa käytäntöteorialle sosiaalitieteiden puolella (Reckwitz 2002). Voidaan kuitenkin huomata, että käytäntöteoreettisia suuntauksia löytyi jo aikaisemmin Ludwig Wittgensteinin töistä ja Martin Heideggerin aikaisesta filosofiasta (Reckwitz 2002, 250).

Käytäntöteoreettisen käsityksen mukaan sosiaalinen järjestys ei ole normien ja odotusten mukainen, vaan tieto kehittyy kollektiivisesti ja symbolisesti ns. jaettuna tietona, mikä mahdollistaa sosiaalisesti jaetun tavan kuvata maailmaa. Klassinen käsite, kuten 'homo economicus' ei ota huomioon implisiittistä, hiljaista ja tiedostamatonta kerrosta ymmärryksestä, joka taas on käytäntöteorian ytimessä. (Reckwitz 2002, 246)

Warden (2005, 132) mukaan tutkijat eivät ole päässeet täysin yhteisymmärrykseen käytäntöteorian perustuksiin kuuluvista ominaisuuksista. Yhteisten ominaisuuksien lista on harva ja abstrakti. Shatzkin ym. (2001) mielestä teorialle on ominaista se, että se ei ole individualistinen eikä holistinen. Päinvastoin se esittää pluralistisen ja joustavan näköisen kuvan sosiaalisesta elämästä. Kaiken pohjalla Shatzkillalla ym. (2001) on se, että sosiaalinen järjestys ja yksilöllisyys kumpuavat käytännöistä.

Shatzkin ym. (2001) ajatuksia hieman haastaen Warde (2005, 133) kirjoittaa, että Reckwitzin (2002) mukaan tärkeänä pohjana käytäntöteorialle on rationaalisesti käyttäytyminen, normien seuraaminen, ymmärtäminen ja järkevyyt, jotka tärkeinä kulttuurin peruskivinä takaavat käytäntöjen säilymisen.

Käytäntöteoriat ovat yhdistelmä kulttuurisia ja filosofisia ajatuksia, jotka keskittyvät ympäröivän sosiaalisen elämän tutkimiseen. Viimeisten vuosien aikana käytäntöteorian näkemykset ovat laajentuneet kattamaan antropologian, kulttuurin-, muotoilu-, ympäristön ja kestävä kehityksen-, maantieteen-, terveyden-, historian-,

markkinoinnin-, kulutuskäyttäytymisen-, median- ym. tutkimuksen kenttää (Halkier ym. 2011). Aluksi Reckwitz (2002) veti suuntaviivoja vain sosiaalitieteiden suuntaan.

2.2 Käytäntöjen rakentuminen

Korkmanin (2006, 30) artikkelissa käytäntö on määritelty ”tavaksi toimia”, joka koostuu monesta tekijästä. Asiakkaan lisäksi käytäntöön liittyy kiinteästi kontekstuaalisia elementtejä. Korkmanin (2006) risteilykäytäntöjen väitöstutkimuksessa määriteltiin käytäntöjen olevan enemmän tai vähemmän rutinoituneita tekoja, jotka ovat työkalujen, osaamisen, mielikuvien ja fyysisten ympäristöjen ohjaamia, ja jonkun subjektin kantamia.

Ymmärtääkseen käytäntöjen rakentumista on tärkeää käydä läpi niiden anatomia ja fysiologia, joka nousee esille useissa käytäntöteoreettisissa tutkimuksissa. Luokittelu pohjautuu Schatzkin ym. (2001, 2002) tutkimuksiin. Seuraavassa viitataan kuitenkin Shaun ym. (2009) tutkimukseen, koska siinä on otettu huomioon sekä pyrkimys arvonluotiin, että brändiyhteisölliset seikat. Shaun (2009) mukaan käytäntöjen anatomia muodostuu ensimmäiseksi geneerisistä prosessinomaisista ymmärryksistä ja säännöistä (eksplisiittinen, diskursiivinen tieto). Toisena kohtana ovat taidot, kyvyt ja kulttuurisesti sopivat kulutusprojektit (hiljainen, upotettu tieto tai tietotaito). Kolmas ryhmä on emotionaaliset sitoumukset, jotka ilmaistaan tekojen ja esitysten kautta.

Käytäntö kuvaa fysiologiaa, jolla nämä edellä mainitut anatomiset osat vaikuttavat yhdessä. Fysiologia viittaa käytäntöjen dynaamisuuteen, sisäiseen erilaisuuteen ja käytäntöjen väliseen interaktioon. Käytännöt vahvistavat sekä arvoa, jonka ihmiset kokevat mm. silloin kun ovat osallisena brändiyhteisöihin, että kollektiivista terveyttä ja hyvinvointia, jota brändikeskeiset sosiaaliset toimijat tuovat esille. Käytännöt voivat olla yhdistetty monimutkaisilla tavoilla. Interaktion vaikutus on minimissäänkin addiktoiva. Nämä interaktiot voivat olla, joko intra-temaattisia (käytännöt toimivat yhdessä toiminnallisen teeman sisällä), tai inter-temaattisia (käytännöt toimivat yhdessä poikkifunktionaalisesti). (Shau ym. 2009, 35)

Käytäntöjen rakentumisessa arvon käsitteellä on myös merkitystä. Echeverri ja Skålen (2011) tunnistavat viisi käytäntöä, jotka syntyvät toimijoiden välisessä kanssakäymisessä: tiedon antaminen, tervehtiminen, toimittaminen, veloittaminen ja auttaminen. Heidän tutkimuksensa suurin kontribuutio löytyy näihin käytäntöihin liitettävillä arvon yhdessä luonnin ja tuhoamisen ulottuvuuksilla. Echeverri ja Skålen (2011, 367) toteavat, että kun asiakkaalla ja työntekijällä on eri käsitys käytäntöjen anatomiasta, eli käytäntöjen elementeistä (ymmärrykset, menettelytavat, sitoumukset) arvon yhdessä luominen muuttuukin arvon yhdessä tuhoamiseksi.

Warden (2005, 134) mukaan on tärkeää huomata, että käytännöt muodostuvat tekemisistä ja sanomisista. Analyysin täytyy olla kiinnostunut käytännön toiminnasta sekä sen esityksistä. Analyysissä sanomiset ja tekemiset saadaan koordinoitua ja niihin voidaan viitata helposti ylhäällä mainittujen komponenttien avulla, joita ovat siis ymmärrykset, menettelytavat ja sitoumukset. Tapa millä sanat ja teot linkittyvät ja muodostavat käytäntöjä ymmärrysten, menettelytapojen ja sitoumuksien kautta vaihtelee ryhmien eri osallistujien kesken, koska osallistujilla on erilaiset taidot, tavoitteet tavat ymmärtää maailmaa. (Warde 2005, 139)

Käytäntöteorian soveltaminen kulutuskäyttäytymisen tutkimuksessa ottaa huomioon kuluttamisen linkittymisen sosiaalisiin verkkoihin, mikä taas eroaa paljon perinteisemmästä tavasta tutkia kulutuskäyttäytymistä yksilön kautta, joka ei ota huomioon sosiaalisen järjestyksen vaikutusta kuluttamiseen (Halkier & Jensen 2011, 117). Halkier ja Jensen (2011, 3) löytävät kaksi analyttistä lähestymistapaa käytäntöteoreettiseen kuluttamisen tutkimukseen: Ensimmäisen mukaan käytäntöteoria mahdollistaa tutkijan analysoida kuluttamisen tapoja varsinkin siitä näkökulmasta, miten ne ovat kietoutuneina sosiaalisiin muutoksiin ja tapoihin. Toisen mukaan käytäntöteoria auttaa ymmärtämään kuluttamista jatkuvina saavutuksina, jotka ovat sijoittuneena monien käytäntöjen ja sosiaalisten suhteiden risteyskohtiin jokapäiväisessä elämässä.

Warde (2005, 139) kertoo tutkimuksessaan, että käytännöt kehittyvät ja niitä voidaan seurata eräänlaisen kehityskaaren avulla. Se, mihin suuntaan käytäntö kehittyy riippuu aina ajan, tilan ja sosiaalisen kontekstin erityispiirteistä. Kiinnostavia kysymyksiä käytäntöjä selvitettäessä ovat esimerkiksi: Miksi ihminen tekee mitä tekee? Ja miksi asiat tehdään tietyllä lailla?

Tärkeimpiä päätelmiä käytäntöteoriassa on se, että muuttuneen käytöksen lähde löytyy käytäntöjen kehityksessä itsessään. Käytäntöteorian konsepti yhdistää luonnostaan kapasiteetin käytäntöjen innovaatioon ja toistamiseen. Kuitenkin jokaisena hetkenä käytännöllä on taustalla ymmärrykset, menettelytavat ja tavoitteet (Warde 2005, 140)

2.3 Käytännöt tässä tutkimuksessa

Syvällinen ymmärrys asiakkaan todellisista käytännöistä on hyödyllisempää liiketoiminnan kehittämiseksi kuin asiakkaan motiivien ymmärtäminen. Asiakkaan käytäntöjen ymmärtämisen tulisikin muodostua varteenotettavaksi vaihtoehdoksi perinteisille ”asiakkaan ääneen” perustuville markkinatutkimuksille. (Korkman 2006, 27)

Tässä tutkimuksessa syvennyttään tarkasti vain pyrkimykseen ymmärtää älypuhelinta käyttävien toimijoiden käytäntöjä. Sovelluskaupan arvostelut antavat hyvän mahdollisuuden läpinäkyvän informaation saamiseen käytännöistä ja niiden toteuttamisesta. Tutkimuksessa ei niinkään haluta ymmärtää käyttäjän motiiveja tarkemmin.

Vaikka käytäntöjen käyttäminen analyysiyksikkönä on toistaiseksi ollut kuluttajatutkimuksessa verrattain harvinaista, huomio kontekstuaalisuuden tärkeydestä kuluttajatutkimuksessa ei ole uusi asia. Vielä harvemmin asiakkaan käytännöistä on puhuttu ns. liikkeenjohdollisessa kirjallisuudessa, jossa yrityksen kilpailuedun kehittäminen nostetaan ensisijalle. Yritysjohdolle on vierasta ajatella, että yrityksen tehtävänä pitäisi olla käytäntöjen kehittäminen enemmän kuin asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen. (Korkman 2006, 29)

Edellä mainitut Korkmanin ajatukset käytäntöjen ymmärtämisen tärkeydestä kuluttajatutkimuksessa ovat tämän tutkimuksen pohjana. Tämän tutkimuksen tarkoitus ei ole kehittää käytäntöjä, ainoastaan etsiä ja vertailla niitä.

Jotta käytäntöjen tutkimuksesta saadaan mahdollisimman paljon irti ja tietoa niistä voidaan käyttää arvon luomiseen, täytyy käytäntöjen Shaun ym. (2009, 40) mukaan olla toistettavia. Tutkimuksessa pyritään etsimään käytäntöjä, jotka ovat toistettavia. Älypuhelinsovelluksien käytöstä voidaan helposti havaita yhtäläisyyksiä eri käyttäjien kesken. Arvon luominen on vahvasti mukana käytäntöjen tutkimuksessa. Yleisesti voidaan sanoa, että käyttäjien välisessä viestinnässä käytännöt ja arvonluonti kulkevat lähellä toisiaan.

Rindell, Korkman ja Gummerus (2011) ovat sitä mieltä, että käytäntöjen rakentumiseen vaikuttavat kokemukset ja ennakko-oletukset brändistä ja brändin imago. Heidän tutkimuksensa osoittaa, että esimerkiksi huonkalun ostaminen Anttilasta sisällyttää tapahtumaan päinvastaisia käytäntöjä kuin ostaminen IKEA:sta. Ostaminen Anttilasta liittyy enemmän rahan säästämisen käytäntöihin, kun taas ostamiseen IKEA:sta liittyy myös kokemukselliset käytännöt.

Tässä tutkimuksessa brändien ja käytäntöjen välinen yhteys jätetään tarkoituksella hieman vähemmälle painotukselle, koska älypuhelinsovelluksien joukossa vakiintuneet brändit ovat suhteellisen harvassa.

Holt (1995) käsitteli tutkimuksessaan kuluttamisen käytäntöjä neljän metaforan kautta. Näitä ovat kokemus, integroituminen, leikki ja yhteenkuuluvuus. Hänen mukaan on tärkeää huomata, että kuluttaminen ei ole koskaan vain kokemuksia varten. Kuluttamisen käytäntöihin liittyy aina myös kuluttajien halu ostaa tuotteita, joilla innostetaan ja tehdään vaikutus muihin. Tämän tutkimuksen aineistossa erityisesti vaikutuksen tekeminen muihin käyttäjiin nousee esille.

2.4 Käytäntöjen muutos

Warden (2005, 140) mukaan käytäntöteoria korostaa habitusta (ihmisen ennustettavuutta valintatilanteissa), rutiinia, ymmärrystä, hiljaista tietoa ja perinteitä, mutta usein toiminta tutussa käytännössä ei ole täysin tietoinen. Giddens (1984) jo aikoinaan kuvasi rutiineja keskeisenä asiana käytännöissä, kuitenkin myöntäen niiden toiminnan reflektoinnin mahdottomaksi. Tiedostamaton toiminta luo haasteita tälle

tutkimukselle. Älypuhelimien sovellusten käytössä monet toimintatavat ovat muuttuneet tiedostamattomaksi niiden tuttuuden takia.

Käytäntöjen määrä, johon ihmiset nykyään ottavat osaa, kasvaa kokoajan. Ihmisten taipumus tavoitella monipuolisuutta elämässään laajentaa esineiden ja asioiden määrää, jotka koetaan normaaliksi osaksi jokapäiväistä arkea (Warde 2005, 142). Tietotekniikan kehitys varsinkin on muokannut käytäntöjä järjestyttävän paljon.

Uusien teknologioiden kehitys on muuttanut ihmisten tapoja toimia. Teichertin ja Andersonin (2014) mukaan ihmisten tapa kommunikoida on muuttunut dramaattisesti. Aikuisten digitaalisen median kulutus vaikuttaa lapsiin siten, että ne alkavat käyttää digitaalisia laitteita yhä nuorempina ja nuorempina. Teichert ja Anderson (2014) lisäävät myös, että videohaku Internetissä avainsanoilla: lapset + tablettitietokone tuottaa monia videoita lapsista, jotka käyttävät sujuvasti tabletteja, mutta eivät vielä osaa esimerkiksi puhua.

Nykyajan kiireinen elämäntyyli muuttaa käytäntöjä. Shove, Trentmann ja Wilk (2009) paneutuivat tutkimuksessaan käytäntöjen ja ajan käsitteeseen käytäntöjä muokkaavana ilmiönä. Heidän mukaansa käytännöissä, joissa henkilö on viettämässä vapaa-aikaa mukavien aktiviteettien parissa, aika vain kulkee ohi huomaamatta ja muokkaamatta käytäntöjä. Toisaalta taas jonottaessa, odottaessa tai esimerkiksi aikataulujen kanssa aika muuttuu isoksi tekijäksi ikään kuin varjostamaan käytäntöjä samalla muokaten niitä.

Hyödykkeiden käyttö muokkaa käytäntöjä. Shove ja Panzar (2005) ovat tutkineet käytäntöjen kehitystä suhteessa hyödykkeisiin, jotka mahdollistavat kyseiset käytännöt. Heidän tutkimuksessaan käsiteltiin sauvakävelyä liikkumisen käytäntönä. Tässä tapauksessa 1,6 miljoonaa vuotta vanha kävelyn käytäntö on muuttanut muotoaan sauvojen avustuksella uudeksi tavaksi liikkua.

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

3.1 Tieteelliset lähtökohdat

Tässä tutkimuksessa lähtökohtana on laadullinen tutkimus erityisesti kulttuurintutkimuksen näkökulmasta. Alasuutarin (1999, 24) mukaan laadullinen analyysi ruotii aina kulttuurin käsitettä ja pyrkii selittämään merkityksellistä toimintaa. Kulttuurintutkimus toisaalta tarkoittaa sitä, että kulttuuriin suhtaudutaan vakavasti ja sitä ei esimerkiksi redusoida pelkäksi talouden seurannaiseksi.

Kulttuurintutkimuksen metodologiassa eri metodeja ja käytäntöjä valitaan ja sovelletaan pragmaattisista ja strategisista lähtökohdista. Kulttuurintutkimuksen näkökulma auttaa korostamaan sitä, että tutkimuksen todellisena tavoitteena ei tulisi olla vanhojen totuuksien toistaminen vaan uusien näkökantojen löytäminen. (Alasuutari 1999, 25)

Arnould ja Thompson (2005) ovat määritelleet käsitteen kulttuurinen kuluttajatutkimus (consumer culture theory), joka pyrkii selittämään dynaamisia suhteita kuluttajien toimien, markkinapaikan ja kulttuuristen merkitysten välillä. Kulttuurinen kuluttajatutkimus ei tarkastele kulttuuria homogeenisenä kollektiivisten jaettujen merkitysten systeeminä, vaan pureutuu merkitysten jakamiseen heterogeenisesti monisyisissä kulttuurisissa ryhmissä (Arnould & Thompson 2005, 869).

Sitä miksi kulttuurinen kuluttajatutkimus on niin tärkeä tämän tutkimuksen kannalta, selittää kulttuurisen kuluttajatutkimuksen keskiössä oleva hyödykkeiden kulutus ja sen kiinnostuneisuus ostohaluja herättäviin symboleihin (Arnould & Thompson, 869).

Kulttuurinen lähestymistapa kuluttajien tutkimuksessa on kiinnostunut prosesseista ja käytännöistä joiden kautta eri toimijat käyttävät tuotteita ja palveluja kulttuurisina artefakteina. Markkinapaikkaa tarkastellaan rahallisten transaktioiden lisäksi myös kulttuurisesta näkökulmasta päivittäisten rutiinien tekijänä (Moisander & Valtonen 2006, 2)

Gummesson (2005, 311) nostaa esille hermeneutiikan ja tulkinnan markkinointikysymysten ratkaisemisessa. Tutkimuskysymykset eivät ratkea vain aineistoa analysoimalla, koska dataa on vaikea löytää ja se on usein puutteellista. Seuraavassa on lueteltuna (muokattuna) tässä tutkimuksessa ohjenuorana käytettävää listaa laadullisen tutkimuksen tulkinnassa mielessä pidettävistä asioista Gummessonin (2005, 312) mukaan:

- *Kausaalisuhteet ja ymmärtäminen.* Laadullinen metodologia pyrkii ennen kaikkea ymmärtämään monimutkaisuuden ja vaikeasti kuvailtavan systeemisestä näkökulmasta enemmän kuin luomaan syy-seuraus-suhteita yksittäisten muuttujien välille
- *Samanaikaisuus ja datan luominen.* Laadulliselle tutkimukselle on ominaista, että dataa kerätään, analysoidaan ja tulkitaan samaan aikaan.
- *Vertailu.* Dataa verrataan dataan, olemassa olevaan teoriaan ja edellisen tutkimuksen teoriaan
- *Datan tihennys.* Suuri datan määrä on aina positiivinen asia. Datasta pitää saada hallittava kokonaisuus ilman, että sen määrää vähennetään.
- *Läpinäkyvyys.* On suositeltavaa, että lukija pystyy seuraamaan tutkijan ajatuksia ja toimenpiteitä.
- *Tekniikat.* Matriisit ja kuviot.
- *Tietokoneohjelmien käyttö.* Auttaa datan säilömisessä, suorittaa analyttisiä tehtäviä ja lisää tutkimuksen tehokkuutta.
- *Intuiitiivinen ja kokeileva, mutta samaan aikaan systemaattinen ja tarkka.*
- *Kaikki on dataa.* Hermeneutiikkaa voidaan soveltaa kaikkeen dataan kuten esimerkiksi kirjoitettuun ja puhuttu kieleen, numeroihin, symboleihin, havaintoihin, tuntemuksiin ja ajatuksiin.
- *Piilotettu agenda.* Hermeneuttisen prosessin tulisi selittää tutkijan ennakkoletuksia ja ymmärryksiä
- *Hermeneuttinen ruuvi.* Siirryttäessä ympyrästä ruuviin ymmärrys laajenee, koska on mahdollista liikkua ymmärryksen eri tasoilla.
- *Lähteiden arviointi.*
- *Kaikki raportoidaan.* Ristiriitainen tieto tulee myös julkaista.
- *Vaihtoehtoinen tulkinta.* Luotettavuuden lisäämiseksi tutkijan tulee tarjota vaihtoehtoisia tulkintoja.

3.2 Netnografia tutkimusmetodinä

Netnografia on selittävä tutkimusmetodi, joka on kohdistettu tutkimaan kuluttajien käyttäytymistä internetissä. Netnografiaksi voidaan siis kuvata sitä tapaa, jolla kirjoitettu materiaali kulttuureista ja yhteisöistä kumpuaa internet-sivuilta (Kozinets 1998, 366). Tavanomaiseen etnografiaan verrattuna netnografia vapauttaa tutkijan suurimmassa määrin kenttämuistiinpanojen tekemiseltä ja reflektoinnilta. Lisäksi netnografiset huomiot tulevat valmiiksi litteroituna, eikä niiden käytössä ole mahdollisuutta tutkijan huonomuistisuuden vaikutukseen datan keräämisessä (Kozinetsin 1998, 367).

Netnografia on nopeampi, yksinkertaisempi ja paljon halvempi tapa tehdä tutkimusta kuin perinteinen etnografia. Lisäksi, se on luonnollisempi ja vähemmän tunkeileva kuin fokusryhmät, kyselyt tai haastattelut. Se on suurimmalta osaltaan tekstipohjaista, anonyymiä, se herättää eettisiä kysymyksiä, on joskus ylivoimaisen vaikea ymmärtää, houkuttelee tekemään ylimalkaisia tulkintoja ja vaatii tutkijalta erityistä tarkkuutta. (Kozinets 2006, 279)

Monet esteet, joita perinteistä etnografiaa harrastava tutkija kohtaa ovat eliminoitu netnografiassa. Matkustamisen tarve, vieraat kielet ja muut tutkijan tekemät uhraukset ovat minimissään. Tutkija tarvitsee vain avata tietokone omassa kodissaan ja liittyminen kulttuuriin on heti mahdollista (Kozinets 1998, 368). Vaikka itse kulttuuriin liittyminen on erittäin nopeaa, se ei kuitenkaan tarkoita, että johtopäätöksiä tekeminen ja tutkijan osallistuminen ryhmään olisi tehty silmänräpäyksessä. Kozinets (1998, 369) kertoo ajankäytön esimerkkinä mahdollisen tutkimuksen internetissä moninpelejä harrastavien pelaajien vuorovaikutuksesta, joka vaatisi ensin monta kuukautta itse pelin pelaamista, ennen kuin tutkija voisi ottaa yhteyden pelaajiin foorumeilla ja kotisivuilla.

Vuonna 1998 Kozinetsin (Kozinets 1998, 368) kirjoittamassa artikkelissa annettiin myös varoituksen sana internetissä tehdyn netnografisen tutkimuksen johtopäätöksiä siirtämisestä laajempaan käyttöön, ei välttämättä internetiin liittyvään kuluttajatutkimukseen. Tähän liittyen Kozinets ottaa esille ns. sosiaalisen spesifisyyden, jossa internetiä säännöllisesti käyttävät henkilöt eivät välttämättä edusta yleistä mielipidettä, joka rajaa netnografisien löydösten hyödyllisyyttä. Vuodesta 1998

internetin käyttö ja käyttäjäkunta ovat laajentuneet paljon, silti tämä on asia, joka täytyy pitää mielessä.

Yhteisöjen seuraaminen verkossa tutkimussuuntana kohtaa ennakkoluuloja. Sisältöä on kuvattu persoonattomaksi, kylmäksi ja epäsosiaaliseksi. Ajan myötä epäilykset ovat kuitenkin hälventyneet. Verrattaessa fyysisessä maailmassa olevaa yhteisöä virtuaaliyhteisöön voidaan huomata, että molempia pitää yhdessä samat intressit ja molemmissa on mahdollista luoda suhteita, vaikuttaa ja ottaa oppia ympäristöstä (Kozinets 2010; Bowler 2010).

Netnografiassa ei ehdoin tahdoin kannata tähdätä tiettyjen päämäärien tavoitteluun. Kozinets (1998, 370) ottaakin esille mielenkiintoisen tutkimussuunnan, jossa samaa virtuaalista yhteisöä tutkii itsenäisesti monta eri tutkijaa, jolloin tulokset voisivat rikastaa yhteisön tutkimuksen kenttää monilla eri tulkinnoilla.

Rokan (2010, 385) mukaan yleisesti hyväksytty määritelmä netnografialle on se, että se ei ole vain tapa korvata perinteisempiä metodeja kuten haastatteluja, fokus ryhmiä ja havainnointia nopeammalla ja halvemmalla. Netnografia mahdollistaa jatkuvasti muuttuvien kulutuskäytäntöjen ja kulttuuristen muotojen tutkimisen, joita verkko tuo tutkittavaksi.

3.3 Aineiston muodostaminen

Kuluttajat oppivat hyödyntämään verkon tarjoamia mahdollisuuksia nopeutuvalla tahdilla. Verkossa käyttäjät kuluttavat sisältöä, osallistuvat keskusteluihin ja jakavat tietoa keskenään. Tämä aktiivinen kuluttajakäyttäytyminen muuttaa median ja markkinoinnin kenttää (Heinonen 2011, 356). Juuri tähän kuluttajien muuttuneeseen käyttäytymiseen tämä tutkimus pureutuu netnografisella lähestymistavalla.

Netnografinen tutkimus koostuu seuraavista askeleista (Belz & Baumbach 2010; Björk & Kauppinen-Räisänen 2012, 67; Kozinets 2002, 63)

1. Yhteisön ja lähestymistavan valinta

Ennen yhteisön valintaa ja sen tutkimisen aloittamista tutkijan pitää valita sekä aktiivisen ja passiivisen osallistumisen välillä, että avoimen (overt) ja salatun (covert) itsestään ilmoittamisen välillä (Kuvio 2.)

Itsestään ilmoittaminen	Avoin	Havainnoija (Observer)	Osallistuja (Participant)
	Salattu	Väijyjä (Lurker)	Vakooja (Spy)
		Passiivinen	Aktiivinen
	Osallistumisen vahvuus		

Taulukko 1 Tutkijan paikka netnografisessa tutkimuksessa (Björk & Kauppinen-Räisänen 2012, 68)

Havainnoija kertoo muille jäsenille läsnäolostaan yhteisössä ja kysyy lupaa tutkijana toimimiseen, jonka jälkeen hän ottaa passiivisen roolin eikä sekaannu meneillä olevaan keskusteluun. Väijyjä ottaa passiivisen roolin myös, mutta sen lisäksi hän ei tunnusta henkilöllisyyttään muille jäsenille. Vakooja on aktiivisempi kuin väijyjä. Vakooja ottaa osaa keskustelun anonyyminä hahmona. Osallistuja on aktiivinen keskusteluissa ja ilmoittaa henkilöllisyytensä ja tavoitteensa tutkijana, sekä osallistujana. (Björk & Kauppinen-Räisänen 2012, 68)

2. Datan kerääminen ja analyysi

Belz & Baumbach (2010, 306) erottavat kaksi tärkeää elementtiä datan keräämisessä. Ensimmäinen on data, joka kerätään suoraan kahden tai useamman verkkoon liitetyn tietokoneen välisestä viestinnästä (esim. chat-ryhmät ja sähköposti). Toinen on data, jonka tutkija kerää perustuen hänen havaintoihinsa yhteisöstä, jäsenistä, interaktiosta ja merkityksistä.

3. Tulkinta

Tutkijan täytyy ymmärtää, että analyysiin otetaan mukaan vain yhteisössä tapahtunutta keskustelua eikä kokonaista tosielämän havaintojen kirjoa. Tämä rajoittava seikka on huomioitava myös johtopäätöksissä (Belz & Baumbach 2010, 306)

4. Tutkimuksen etiikka

Belzin ja Baumbachin (2010, 306) mukaan on tärkeätä ja eettisesti korrektia ilmoittaa yhteisön jäsenille tutkimuksesta ja myöhemmin toimittaa kiinnostuneille osia tai koko tutkimusteksti. Kozinets (2002, 65) on samaa mieltä ja lisää vielä, että jäsenten luottamuksen ja anonymiteetin säilyttämisestä on pidettävä hyvää huolta. Lisäksi tutkijan pitää pyrkiä saamaan jatkuvaa palautetta yhteisön jäseniltä.

Björk ja Kauppinen-Räisänen (2012, 68) huomauttavat kuitenkin, että Langer ja Beckman (2005) eivät ole täysin samaa mieltä. Langerin ja Beckmanin (2005) mukaan piilosta tehdyt havainnot ovat silloin tällöin ainut vaihtoehto. Muun muassa tutkimukset herkkien aiheiden ympärillä ovat sellaisia. Sandlin (2007) ei halunnut tutkimuksessaan paljastaa identiteettiään, koska ei halunnut häiritä luonnollisesti tapahtuvaa keskustelua

Tutkimuskohteeksi valittavia yhteisöjä voi Kozinetsin (2010, 89) mukaan vertailla kuuden kriteerin mukaan. Nämä kuusi Kozinetsin (2010, 89) ovat:

1. Relevanttius
2. Aktiivisuus
3. Vuorovaikutteisuus
4. Runsas ajatuksien vaihto
5. Heterogeenisyys
6. Rikas tiedon käsittely

Tässä tutkimuksessa empiirinen aineisto muodostetaan seuraamalla keskustelua Google Play -sovelluskaupan arvostelut osiossa ja alaan liittyvissä blogeissa. Kaikkia Kozinetsin kriteerejä on vaikea täyttää. Suosituimpien sovellusten alla keskustelu on erittäin runsasta. Ei ole mitenkään poikkeavaa, että päivittäinen viestimäärä nousee jopa tuhansiin. On selvää, että silloin keskustelun vuorovaikutteisuudesta ja rikkaasta

tiedonkäsittelystä joudutaan tinkimään. Toisaalta taas tällöin heterogeenisyys ja aktiivisuus kriteereinä on taattu.

Tutkimukseen ryhdyttäessä tutkija tarkasteli myös muutamaa hieman pienempää yhteisöä tutkimuskohteena. Pienien yhteisöjen etuna Kozinetsin (2010, 89) mukaan on yksityiskohtaisemman tiedon tarjoaminen ja viestityksen tiiviys ja henkilökohtaisempi vuorovaikutus. Tämän tutkimuksen tarkoituksena oleva käytäntöjen löytäminen vaatii kuitenkin runsaasti erilaisia mielipiteitä, joten tutkimuksessa päädyttiin suureen yhteisöön.

Kozinets (2010, 165) painottaa kohteeseen syvällisen paneutumisen merkitystä. Tutkija on aktiivisesti seurannut Google Play -kaupassa tapahtuvaa keskustelua vuodesta 2010 ladaten satoja eri sovelluksia. Tätä tutkimuksen tarpeita silmällä pitäen keskustelua on seurattu syyskuusta 2012. Kozinets (2010, 61) on kuvannut netnografisen tutkimuksen etenemistä kuviossa 4.



Kuvio 4 Netnografisen tutkimusprosessin eteneminen (Kozinets 2010, 61)

Kuviossa 4 on sovellettu Kozinetsin viisi havainnoinnin vaihetta tämän tutkimuksen selkeyttämiseksi. Ensimmäisessä ja toisessa vaiheessa määritellään tutkimuskysymykset

ja yritetään löytää tutkittavaksi soveltuvat yhteisöt. Tässä vaiheessa voidaan soveltaa yhteisöjen valinnassa auttavia kuutta kriteeriä. Seuraavaksi yhteisöstä kerätään tietoa joka analysoidaan. Lopuksi tulokset raportoidaan ja muodostetaan päätelmät.

3.4 Tiedon analysointi ja löydösten tulkinta

Tutkijalla on tässä tutkimuksessa passiivinen rooli tiedon analysoinnissa. Verkkoyhteisö ei ole tietoinen tutkijan roolista, mutta verkkoyhteisön anonymitteetistä pidetään hyvää huolta, eikä yhteisön tarvitse pelätä nimiensä julkituloa. Havainnot perustuvat merkityksien puristamiseen verkkoyhteisön interaktiosta. Analysoinnissa tutkijan subjektiivisella näkemyksellä on suuri rooli. Tutkija peilaa käytäntöjä myös omaan pitkään kokemukseensa alalta.

Pitkällä kokemuksella alalta tarkoitetaan sitä, että tutkija on työskennellyt vuosia älypuhelimia myyvässä liikkeessä, jonka lisäksi harrastuksenaan tutkinut ja käyttänyt älypuhelimia jo 15 vuotta. Lisäksi tutkija on intohimoinen matkailija. Takana on muun muassa kuukausia kestänyt maailmanympärimatka vuonna 2010, jonka aikana tutkija on käyttänyt älypuhelinia kaikkiin tietoteknisiin- ja viestintätarpeisiin.

Tutkijan subjektiivinen vaikutus tulkinnassa on läsnä, mutta vaikutusta on pyritty vaimentamaan aineiston mahdollisimman objektiivisella tarkastelulla. Datan on annettua puhua puolestaan ja sitä on tarkasteltu mahdollisimman suoraviivaisesti. Datasta esiin nousseet käytännöt on suoraan kirjattu ylös jatkotarkastelua varten.

Löydöksiä tulkitessa otetaan huomioon Kozinets ja kumppaneiden (2010) ajatukset liittyen kuluttajien markkinointiviestien välittämisestä toisille kuluttajille. Englanniksi käytetään termiä Word of mouth ja suomeksi tässä tutkimuksessa käytetään sanaa viraalimarkkinointi. On tärkeää ymmärtää, miksi käyttäjät arvostelevat ja puolesta puhuvat sovelluksista verkossa.

Käyttäjien motivaatiot viraalimarkkinointiin ovat monimutkaisia ja kulttuuriin sitoutuvia. Lisäksi yhteisölliset tavoitteet ja kommunikoimisen tarve linkittyy moraalikadon termiin, jossa kirjoittaja käytännössä voi kirjoittaa mitä vain, koska hänellä ei ole mitään

henkilökohtaista riskiä aihepiirin kanssa. Käyttäjien viesteihin myös vaikuttavat monet henkilökohtaiset ja yhteisölliset asiat. (Kozinets ja muut 2010)

3.5 Luotettavuuden arviointi

Laajan verkottumisen trendin mukaisesti käyttäjien luoma sisältö kasvaa rajusti. Sen hyötyihin ollaan vasta viime vuosina havahduttu (Muñiz & Schau 2007, 35). Tätä käyttäjien luomaa sisältöä käytetään hyväksi, niin markkinoinnin kuin tutkimuksenkin saralla. Tässä tutkimuksessa suuresta datamäärästä ei ollut haittaa, vaan pikemminkin se oli helpottava elementti. Runsas ajatuksien vaihto sovelluksien ympärillä mahdollisti itsessään uusien käytäntöjen löytämisen.

Netnografia metodina osoittautui haastavammaksi kun tutkija etukäteen arvioi. Tietoa on tarjolla runsaasti, mutta relevantin tiedon suodattaminen tuhansien kirjoitusten joukosta on haastavaa. Monikulttuurisuus tuo myös ongelmia analysointiin. Eri kulttuureissa yksinkertaisestikin ilmaistu asia voi saada analyysin tuloksena eri merkityksen. Kielen kääntäminen tuo myös omat haasteensa. Tutkija käänsi tekstejä englannin kielestä suomen kieleen. Tutkija löysi relevanttia tietoa myös ruotsin, saksan ja espanjan kielellä, mutta kielitaidon heikkouden vuoksi näissä kyseen omaisissa kielissä, jätti datan käyttämättä.

Kerätyn tiedon luotettavuutta voidaan pitää pääosin hyvänä. Googlen sovelluskaupan arvosteluissa käyttäjät kertovat omista kokemuksistaan avoimesti ja läpinäkyvästi. Osassa arvosteluissa tulee tosin esiin arvostelun kirjoittamisen spontaanisuus. Saattaa olla, että käyttäjä on kirjoittanut tekstinsä tunnepuuskan alaisuudessa. Luotettavuutta haittaavia tunnetiloja saattavat olla muun muassa pettymyksen ja vihan tunteet sovellusta kohtaa. Käyttäjällä on saattanut olla liian suuret odotukset sovelluksen käytöstä, jolloin arvostelussa peittyä väistämättä luotettava arvio. Spontaaneissa arvosteluissa käytäntöjen löytäminen saattaa myös vaikeutua johtuen edellä mainituista syistä.

4 VERKKOKESKUSTELU MATKAILIJAN KÄYTÄNTÖJEN TUNNISTAMISEN YTIMESSÄ

4.1 Aineiston kuvaus

Aineisto on suurimmalta osaltaan kerätty Googlen sovelluskaupan ympärillä käydystä keskustelusta. Kommentit on käännetty englannista suomeksi. Tutkijan mielestä ei ole olennaista millä kielellä keskusteluja on käyty. Olennaista on se, millaisia kokonaisuuksia on muodostunut. Aineisto on erittäin heterogeeninen. Keskusteluja on käyty ympäri maailmaa. Aineistosta ei aina ole myöskään saanut selville kirjoittajan sukupuolta, ikää tai kansallisuutta, vaikka kielinä on käytetty englantia, kirjoittaja on voinut kuitenkin olla mistä päin maailmaa tahansa.

Usein keskusteluissa tulee vastaan kriittisiä kommentteja älypuhelimien sovelluksen käytettävyydestä verrattuna verkkoversion käytettävyyteen.

”Se on helppo käyttää ja erittäin hyödyllinen, kun suunnittelet seuraavaa matkaa. Melkein tykkään sovelluksesta enemmän kuin tietokoneella käytettävästä nettisivusta. --Ainut miinuspuoli on, että se ei yhdistä hotellin varaukseen yhtä helposti kuin oikea nettisivu.” (Google Play, TripAdvisor, 18.10.2012)

Sovelluksista puhuttaessa varsinkin keuhuttaessa sen ominaisuuksia, kielenkäyttö muodostuu usein hyvin tunteelliseksi.

”Rakastan tätä sovellusta! San Antonion tiet ovat niin vaikeita, mutta tämä ohjaa minut aina oikeaan paikkaan. Rakastan ääniohjausta.--” (Google Play, Google Maps, 01.11.2012)

Tunteiden pinnassa oleminen leimaa aineistoa yleisemminkin, mikä on varsin yllättävää ottaen huomioon se, että älypuhelimien sovellukset ovat usein ilmaisia pieniä sovelluksia, joita ilman on ennen selvitty hyvin. Osaltaan tämä kuitenkin kertoo siitä, kuinka tärkeitä nämä sovellukset nyky maailmassa ovat käyttäjilleen.

4.2 Toimintatapojen yksinkertaistaminen

Tähän lukuun sisältyy aineistosta löytyvien käytäntöjen analysointia, joihin liittyy pyrkimys toimintatapojen yksinkertaistamiseen. Matkailijalle erittäin hyödyllinen ominaisuus älypuhelimessa on hotellien varaaminen. Vanha tapa toimia on matkatoimistojen tai nettikahviloiden etsiminen hotellien varaamisen tekemiseksi. Älypuhelin on muokannut tämän käytännön yksinkertaisemmaksi. Käyttäjän tarvitsee vain avata hotellinvaraussovellus, jonka jälkeen sovellus automaattisesti näyttää lähimmät ja hakuehtojen mukaiset hotellit.

”Käytin sovellusta hotellin varaamiseen Cuscossa, Perussa. Siinä on myös käyttäjäarvosteluita hotelleille tärkeää informaatiota palveluista.--”
(Google Play, Booking.com, 08.02.2013)

”Erittäin käytännöllinen minunlaiselleni travellerille. Helpottaa hotellien varaamista.” (Google Play, Booking.com, 11.01.2013)

”--En löytänyt hotellia mistään halvemmalla.--” (Google Play, Booking.com, 03.01.2013)

Ajan ja vaivan säästäminen tulee usein keskusteluissa esille. Voidaan myös ajatella, että vanhan käytännön mukaisesti, jossa hotellin varaaminen vaati aikaa ja rahaa esti jossain tapauksissa nykymuotoisen niin sanotun pitkän ja monia kohteita sisältävän omatoimimatkailun. Tässä tapauksessa aikaasäästävä ja yksinkertainen hotellin vaaramisen käytäntö luo uuden käytännön, jota voidaan kutsua omatoimimatkailun käytännöksi.

"Säästi paljon aikaa ja vaivaa. Erittäin helppokäyttöinen sovellus.--"
(Google Play, Booking.com 11.01.2013)

Tässä tutkimuksessa käsiteltävät sovellukset pyritään pitämään mahdollisimman paljon uusia toimintatapoja sisältävinä. Älypuhelimien ja myös perinteisen puhelin käytössä kamerasovelluksen käyttöä ei voida pitää uutena tapana toimia, koska kamerapuhelimia on saanut markkinoilta jo toistakymmentä vuotta. Toisaalta voidaan siis sanoa, että kamerasovelluksen käyttö on muodostunut jo perinteiseksi tavaksi toimia. Alla oleva esimerkki haluttiin kuitenkin tuoda esille, koska se edustaa kamerasovelluksen käytössä hyötykäyttöä perinteisemmän viihdekäytön rinnalla.

"Kun vuokraat autoa, ota kuvia autosta sisältäen rekisterikilvet. Minä aina unohdan miltä vuokra-automme näyttää ja mikä sen rekisterinumero on. Näin tallennat myös mahdolliset naarmut joita löytyy autosta jo ennestään."(Splitty,18.07.2012,<http://www.apartmenttherapy.com/virtual-help-smartphone-travel-tips-174266>, viitattu 12.02.2013)

King (2014) kirjoittaa artikkelissaan Starwood Hotel & Resorts ketjusta, joka on ottanut käyttöön hotellien perinteisiä käytäntöjä mullistavan tekniikan. Tämä uusi toimintamalli mahdollistaa erittäin vaivattoman ja nopean sisäänkirjautumisprosessin, jossa asiakkaat ohittavat perinteiset toimenpiteet aulassa ja käyttävät avaimena älypuhelimiaan.

Toimintatapojen yksinkertaistamisen käytännöt sisältävät usein ns. toimintaa helpottavia toimintatapoja, mutta seuraava esimerkki tuo esille myös proaktiivisen tavan valmistautua tiukkoihin tilanteisiin. Käytännössä otetaan kamerasovelluksella kuva vuokrattavasta autosta vuokraushetkellä, jolloin minimoidaan riski huijatuksi tulemisesta auton palautushetkellä.

4.2.1 Matkan suunnitteleminen

Suuri osa matkansuunnitteluun käytettävistä sovelluksista toimii periaatteella, jossa matkavaihtoehdot, lennot, hotellit, vuokra-autot ym. ja niiden varaaminen tuodaan

mahdollisimman yksinkertaisena ja helposti lähestyttävänä käyttäjien saataville mobiilissa muodossa älypuhelimella käytettäväksi.

”Paras sovellus ikinä. Voin helposti tehdä hakuja ja löydän kohteet parhaaseen hintaan. Käytän tätä aina kun suunnitelen matkaa.” (Google Play, KAYAK, 27.01.2013)

”Suunniteltaessa lentojen vaihtoja KAYAK-sovellus kaikkein tarkimmat tiedot, sisältäen portti-tiedot.--” (KAYAK, Google Play, 05.02.2013)

”Tuskin koskaan matkustamme--, mutta tämän sovelluksen avulla varaamme lennot, vuokraamme auton ja yövyimme eri hotelleissa.” (KAYAK, Google Play, 09.01.2013)

Osa sovelluksista ei suoraan kohdistu matkan suunnittelun käytäntöihin, vaan toimii eräänlaisena matkakuumeen käynnistäjänä.

”Kuuntelen podcasteja autossa kun olen matkalla töihin. Ne sisältävät informaatiota paikoista, joissa haluan käydä ja herättävät minussa matkalle lähdön kaipuun.” (Rick Stewes, Google Play, 31.08.2012)

Mobiililla teknologialla on suuri rooli matkustamisen kokemuksessa, koska se on mukana jokaisessa matkustamisen vaiheessa sisältäen suunnittelun, matkustamisen ja matka jälkeiset toiminnot. Tätä roolia älypuhelin ei saavuta ainoastaan olemalla helposti mukaan otettavassa muodossa, vaan se saavutetaan ominaisuuksilla ja sensoreilla, joka osaavat lukea ympäristöä. (Tussyadiah ja Wang 2014)

4.2.2 Lentoaikatalujen seuraaminen ja lentojen hankkiminen

Jokaisella lentoyhtiöllä on oma sovelluksensa, joka yleensä mahdollistaa lentojen hakemisen ja varaamisen, lähtöselvityksen ja lennon tilan seuraamisen. Edellä mainitut toiminnot ovat yleensä mahdollisia tehdä myös puhelin omalla selaimella, mutta sovellukset ovat nopeampia ja käyttäjäystävällisempiä.

”Kätevä tapa nopeasti tarkistaa, mitkä lennot ovat saatavilla ja paljonko ne maksavat.” (Skyscanner, Google Play, 28.01.2013)

Skyscanner sovellus mahdollistaa myös Euroopan halpalentoyhtiöiden välisen tarkastelun.

”Ennen minulla oli tapana selata lentoyhtiöiden sivuja läpi kymmenien kategorioiden alta, mutta nykyään lennon etsiminen ja varaaminen käy 5-10 minuutissa.” (Skyscanner, Google Play, 09.02.2013)

Skyscanner sovellus mahdollistaa kokeilunhaluisille ja omatoimimatkailijoille vaihtoehdon tehdä sattumanvaraisen matkan.

”Halvat suunnitellut lennot on helppo löytää-- tai sitten voit jättää kohteen tyhjäksi ja hakea vain halpoja lentoja jonnekin.” (Skyscanner, Google Play, 17.01.2013)

Lentojen seuraamiseen tarkoitettut sovellukset, kuten FlightTrack pitävät käyttäjän tietoisena muun muassa siitä onko lento ajallaan. Käyttäjän tarvitsee vain syöttää lennon tiedot sovellukseen, jonka jälkeen lennon seuraaminen voi alkaa.

”Kun lento on ilmassa, sovellus näyttää lentokoneen reitin reaaliaikaisena kartalla.” (FlightTrack, Google Play, 21.01.2013)

Matkustajien läheiset voivat seurata, missä kone tietyllä hetkellä on.

”Sovellus seuraa parhaillaan vaimoni lentoa Goalle.” (FlightTrack, Google Play, 03.01.2013)

”Voin seurata tarkasti, mitkä lentokoneet juuri tietyllä hetkellä lentävät yläpuolella.” (FlightRadar24, Google Play, 11.10.2012)

”Loistava tapa seurata lentoja, joilta sinun tarvitsee tavata ihmisiä, tai lennät itse.” (FlightRadar24, Google Play, 23.09.2012)

Lentojen varaamisen käytäntö on hyvä esimerkki siitä, miten tekniikan kehittyminen edesauttaa käytännön laajenemista laajalle käyttäjäkunnalle. Ensimmäiset mobiilit järjestelmät sisälsivät runsaasti ongelmia käytettävyydessä ja tiedon laajuudessa, mutta nykyään näitä ongelmia ei enää ole. Nykyään mobiilit järjestelmät muokkaavat jatkuvasti tapaa, jolla käsittelemme informaatiota. (Lamsfus ja muut 2014, 3)

4.2.3 Kokonaisuuden hallinta

Matkustustietojen hallintaan tarkoitetut sovellukset, kuten Tripit tallentavat kaikki matkaan liittyvät tiedot yhteen paikkaan hallinnan helpottamiseksi. Käyttäjän tarvitsee ainoastaan edelleen lähettää matkavarauksen sähköpostit Tripit tilille, jonka jälkeen Tripit muokkaa tiedot matkasuunnitelmaan.

”Tripit säilyttää kaikki kaiken informaation kuten lennot, majoituksen ja aktiviteetti suunnitelmat, jotka ennen jouduin tulostamaan ja laittamaan kansioon. Mahdollisuus päästä käsiksi tallentamaani tietoo älypuhelimella on helppoa ja säästä luontoa.” (Tripit, Google play, 30.01.2013)

”Juuri mitä tarvitsen, kun haluan tarkistaa matkatietoni nopeasti.” (Tripit, Google Play, 30.01.2013)

”Tykkään jakaa matkustelutietoni muutaman ihmisen kanssa, jos vaikka lemmikkini hoitaja tarvitsee apua.” (Tripit, Google Play, 01.01.2013)

”Kaikki matkustusinfoni samassa paikassa. Loistavaa--.” (Tripit, Google Play, 26.01.2013)

”Erittäin käytännöllinen kun lentoihin tai portteihin tulee muutoksia. Muutoksista tulee ilmoitus sähköpostilla tai tekstiviestillä jopa nopeammin kuin infotalut päivittyvät.--” (Tripit, Google Play, 23.01.2013)

"Matkustan paljon kotimaassa ja ulkomailla. Käytän Tripit-sovellusta joka matkalla. Se ei ainoastaan tee matkalippujen ja reittien hallinnasta helppoa, vaan auttaa myös pitämään muut tietoisina matkoistani.--"
(Tripit, Google Play 28.12.2012)

"Muuttaa matkatoimistostani saamani sekaisen kasan helposti seurattavaksi ja luettavaksi matkasuunnitelmaksi.--" (Tripit, Google Play, 16.01.2013)

Kokonaisuuden hallinnan ja tiedon hakemisen käytäntöön liittyviä sovelluksia on arvosteltu siitä, että hämärtävät rajaa arjen ja matkustelun välillä, koska ne tuovat arjessa saatavilla olevan informaation helposti saataville myös matkustelun aikana. (Wang, Xian ja Fesenmaier 2014, 1)

4.2.4 Pakkaamisen yksinkertaisuus

Pakkaamisessa auttavat sovellukset ovat klassinen esimerkki sovelluksista, joiden on tarkoitus yksinkertaisesti helpottaa elämää. Ilman näitä sovelluksia pärjää ja ilman niitä pystyy matkustamaan, mutta niitä kerran käyttäneenä, ei enää halua takaisin perinteiseen tapaan toimia.

"Listojen kirjoittaminen uudelleen ja uudelleen tyhjästä on ohi.--"
(PackingList, Google Play, 18.11.2012)

"--Se on loistava, jos pakkaat paljon tavaraa reissuillesi mukaan ja yleensä unohdat jotain.--" (PackingList, Google Play, 21.07.2012)

"Matkustan paljon työni puolesta ja olenkin luonut listan nimeltä työmatkat. Jos tarvitsen jotain matkalla, niin lisään sen listaan, jolloin se on siellä odottamassa seuraavaa matkaa varten.--" (PackingList, Google Play, 02.03.2012)

Matkustamisessa apu pakkaamisessa voi toiselle henkilölle olla erittäin tärkeä, osa ihmisistä taas luultavasti ei juurikaan kiinnostu pakkaamisessa tarjolla olevasta avusta. Wang, Xian ja Fesenmaier (2014) kertovat tutkimuksessaan, että vaikka älypuhelimien käyttö matkustamisen aikana on tekniikan erikoistunutta käyttöä, tutkimusta voidaan kuitenkin erottaa siitä, miten älypuhelimia käytetään jokaisen käyttäjän arjessa.

4.3 Ajankuluttamisen muuttuneet käytännöt

Elektroniset kirjat ovat saavuttaneet suosiota viime vuosina. Ajasta ja paikasta riippumaton valikoimanhallinta ja erilaiset lukumahdollisuudet ovat lisänneet Elektronisen kirjan suosiota (Jones ja Brown 2011). E-kirjan eri muodot ovat helpottaneet kirjojen kuluttamista varsinkin käyttäjillä, jotka lukevat paljon. Painavia kirjoja ei tarvitse enää kantaa mukana ja uusien kirjojen lataamiseen menee muutama sekunti.

”Thaimaan matkallani selvisin vaikeasta venematkasta Taon saarelle ainoastaan uppoutumalla lempikirjaani.” (Kindle, Google Play, 10.04.2013)

Toisaalta E-kirja saattaa myös poistaa käytöstä käytännön, joka monelle kirjojen ystäväille on muodostunut tavaksi toimia ja on heille erittäin mieluinen. Tämä käytäntö on fyysisen kirjan omistaminen, kirjan tuoksu ja kansilehtien taide. Kirjakaupassa fyysisten kirjojen selailu muuttuu nettikatalogien selaamiseen.

”Kaipaen uuden kirjan hajua, se on suurin miinus tässä.” (Kindle, Google Play, 15.2.2013)

”Sen jälkeen kun löysin kindlen, en ole ostanut ainuttakaan paperikirjaa ja luen enemmän kuin koskaan.--”(Kindle, Google Play, 16.02.2013)

”Rakastan mahdollisuudesta lukea kirjoja puhelimella, tabletilla tai PC:llä.--Luen kuin hullu.” (Kindle, Google Play, 02.01.2013)

”--Luen paljon, eikä minun enää tarvitse kantaa painavia kirjoja mukani.--”(Kindle, Google Play, 01.02.2013)

Ehkä suurin mullistus ajankäytön käytännöissä on tapahtunut pelien saralla. Ennen käsikonsolien pelaaminen oli vain harvojen harrastus. Älypuhelimien lisääntyminen on nostanut pelaajien joukkoon uusia pelaajia jokaisesta ikäryhmästä sukupuolesta riippumatta.

Pelit mahdollistavat myös lasten viihdyttämisen pitkillä matkoilla.

”Poikani pelasi yhteisen reissumme ajan tätä peliä kokoajan. Hän ei pitkästynyt, mutta eipä hänelle paljon jäänyt reissusta varmasti muistojakaan.” (Clash of Clans, Google Play, 01.02.2014)

Tämä on helposti nähtävissä esimerkiksi pitkien matkojen lennoilla, joissa lähes kaikki ottavat jossain vaiheessa matkaa vähintään yhden pelisession. Pelaajien joukossa on saattaa olla henkilöitä, jotka eivät ole aikaisemmin pelanneet yhdelläkään videopelilaitteella.

Tilastot puhuvat mobiilin pelaamisen järjestyvästä suosion noususta. Pelkästään esimerkiksi Britanniassa on yli 20 miljoonaa mobiilipelaajaa, joista 6.3 miljoonaa henkilöä pelaa pelejä joka päivä (The Guardian 2013).

Älypuhelin ja uudet musiikkisovellukset ovat muuttaneet musiikinkuluttamisen käytännöt ja sitä kautta musiikin kuluttamisen ajankäytönvälineenä täysin. Jokaisella älypuhelimien käyttäjällä on mahdollisuus kantaa lähes kaikki maailman kappaleet mukanaan kokoajan. Muun muassa Spotify-niminen sovellus mahdollistaa musiikin etäsoittamisen palvelimelta ilman käyttäjän tarvetta tallentaa kappaleita erikseen puhelimeen.

”Käytän sovellusta oikeastaan vain matkoillani. Käytän myös mahdollisuutta luoda paikallisia soittolistoja.” (Spotify, Google Play, 01.10.2014)

Hoblitzin ja Ganguinin (2012, 112) mukaan Älypuhelimien nopea kehitys teknologisella puolella on johtanut kuvan ja äänen laadun kehittymisen erittäin suotuisalle tasolle viihteen ja pelaamisen näkökulmasta. Tämä on johtanut siihen, että mobiili pelaaminen on nopeimmin kasvava segmentti pelaamisen markkinassa. Viihde ja erityisesti pelit ovat saatavilla ajasta ja paikasta riippumatta.

4.4 Informaation etsiminen ja tiedon vastaanottaminen toisilta käyttäjiltä

Huomattavan suuri määrä erilaisia käytäntöjä kumpuaa keskusteluista, jotka liittyvät tiedonhakuun tarkoitettuihin sovelluksiin. Osittain syynä suureen tietomäärään on sovelluksien suuri kappalemäärä ja se, että käyttäjät omaksuvat helposti tiedonhakuun liittyviä käytäntöjä tehtäväksi laitteella, jossa on internet-yhteys.

Osa tässä luvussa esiteltävistä sovelluksista on erittäin yksinkertaisia jokapäiväisen informaation hakemissa avustavia käytäntöjä muuttavia sovelluksia ja osassa taas informaatio syntyy tietokantojen sijasta käyttäjien luoman sisällön mukana.

Päivittäiset valuuttakurssit ja muiden yksiköiden muuntaminen tuttuun muotoon

"Pidän mahdollisuudesta muuntaa vaatekokoja ja valuuttakursseja.--"
(ConvertMe, Google Play, 17.11.2012)

"Loistava sovellus, erittäin nopea ja siinä on melkein kaikki valuuttakurssit." (Currency Converter, Google Play, 04.09.2012)

"Käytin sitä noin 20 kertaa päivässä, kun olin matkalla.--" (Currency Converter, Google Play, 26.07.2012)

"Erittäin tärkeä, jos olet matkalla. Lataa etukäteen kaikki valuuttakurssit, joita tarvitset. Sitten aina nopea päivitys ennen rahan vaihtoa ja ostoja, niin et enää tule huijatuksi!" (XE Currency, Google Play, 08.12.2012)

Päivän säällä on suuri merkitys, siihen mitä matkalla tehdään. Tekeekö matkailija kävelyreissun vai meneekö museoon. Päivän suunnittelua muokkaavat sääsovellukset.

”Auttaa ulkoilusuunnitelmien tekemisessä ja turvallisuus näkökulmassa, koska tiedän milloin sataa lunta. Tuulilukemat ovat myös tarkkoja.--”
(TheWeather Channel, Google Play, 31.01.2013)

”Ei tarvitse enää odottaa uutisten säätä.--” (The Weather Channel, Google Play, 26.10.2012)

“GPS hakee automaattisesti paikan, joten sinun ei tarvitse erikseen kirjoittaa sijaintiasi.--” (TheWeather Channel, Google Play, 08.10.2012)

Erilaisia sanakirjasovelluksia löytyy moneen eri tarpeeseen lähtien perinteisistä yhden sanan kääntävistä sanakirjoista, fraasisanakirjoihin ja valokuvasanakirjoihin. Nykyään kuitenkin puheentunnistusteknologiat ovat kehittyneet tasolle, jolla ne auttavat matkaajia erittäin paljon ja muuttavat käytäntöjä. Suosituimmat sanakirjasovellukset toimivat siis reaaliaikaisena tulkkina matkailijan ja paikallisen väestön välillä.

”--Erittäin käyttäjäystävällinen ja auttaa turistia.” (Tourist language learn & speak, Google Play, 04.06.2012)

”--Suosikkikategoriani on smalltalk, joka ei ole liian totinen eikä myöskään liian amerikkalainen. Tykkään erittäin paljon tästä sovelluksesta, se saa minut haluamaan matkustamaan kaikkiin maihin.”
(Tourist language learn & speak, Google Play, 28.06.2012)

”Brasilialainen, joka osasi yhtä huonosti englantia kuin minä portugaliala opetti minut käyttämään tätä ohjelmaa. Pystyimme keskustelemaan normaalisti tämän fantastisen ohjelman avulla.” (Google Translate, Google Play, 11.12.2012)

”--Kielimuurin rikkoja.” (Google Translate, Google Play, 14.01.2013)

Weissin (2013, 435) mukaan informaation etsimisessä älypuhelimella yksi etu nousee ylitse muiden. Sovellukset tarjoavat käyttäjälleen informaatiota perustuen sijaintiin. Näiden sijaintia käyttävien sovellusten suosio kasvaa erityisesti nuorten keskuudessa. Paikallinen rikostarina saa uuden merkityksen, kun se merkitään kartalle. Uutissyötteessä voidaan näyttää ainostaan uutisia, jotka tapahtuvat sen hetkessä sijainnissa.

Sijainnin hyödyntäminen informaation hakemisessa viedään uudelle tasolle niin sanotuissa lisätyn todellisuuden (Augmented Reality) –sovelluksissa (Ko, Chang & Ji 2013, 501). Näissä sovelluksissa informaatio lisätään esimerkiksi kameranäkymän avulla sen todellisille paikoille. Ostoskadulla nähdään suoraan mihin asti mikäkin liike on auki ja mitä siellä myydään (WindowsPhone Store 2015).

4.4.1 Opastuksen saatavuus

Play-sovelluskaupassa on kymmeniä sovelluksia nähtävyyksien ja muiden matkakohteiden ääniopastukseen. Oma opastus riippumattomana kolmannen osapuolen opastuspalveluista vapauttaa matkailijan monista rajoitteista. Opastuksen saatavuus 24 tuntia vuorokaudessa mahdollistaa informaation saamisen matkakohteista ajasta ja paikasta riippumatta.

RickSteves Audio Europe -sovellus sisältää satoja radiohaastatteluja ja lukuisia kävelyoppaita Euroopan päänähtävyyksissä. Sovelluksen käytössä internetin saatavuus ei ole ongelmana, koska kuuntelulistat on mahdollista ladata ennen matkaa älypuheliimeen.

”Kokeilin muutamia ilmaisia ja maksullisia äänioppaita viimeisellä matkallani Italiaan.--” (RickSteves Audio Europe, Google Play, 22.08.2012)

”Loistava kaupungeissa reiteissä, museoissa opastuksessa ja yleisessä informaatiossa.” (RickSteves Audio Europe, Google Play, 31.12.2012)

”Toimi loistavasti matkaoppaana reitillä pompein läpi, hyppäsi ainoastaan brothelin ohi.” (RickSteves Audio Europe, Google Play, 14.10.2011)

”Hyviä vinkkejä ja kaupunkiopastusta. Voit tehdä kierrokset omaan tahtiisi.--” (RickSteves Audio Europe, Google Play, 26.04.2012)

”Yksittäiset reittioppaat eivät kata kaikkea, mutta ovat sopivan pituisia, jotta et kyllästy yksityiskohtien alle. --Säästin paljon rahaa, koska en joutunut ostamaan opasta jokaiseen museoon.--” (RickSteves Audio Europe, Google Play, 22.06.2012)

”Koko maailma sormenpäiden alla.--”(RickSteves Audio Europe, Google Play, 23.06.2012)

Opastuksen saatavuus muokkaa myös vapaa-ajan ulkopuolella olevia käytäntöjä. mPassport-sovellus tarjoaa kaupunkikohtaiset tietokannat englantia puhuvista lääkäreistä ja sairaaloista.

”Mielenrauhaa matkustamiseen. Löysin lähimmän lääkärin kartalla yhdellä painalluksella.” (mPassport, Google Play, 15.10.2013)

Shrode (2012) kertoo tutkimuksessaan älypuhelimeen asennettavista sovelluksista, joka opastavat käyttäjiään tunnistamaan erilaisia tapahtumia matkustaessaan luonnossa. Näillä sovelluksilla voidaan tunnistaa kasveja, eläimiä ja muita luonnon ilmiöitä. Erityisesti Shrode nostaa esille linnunlaulua tunnistavat sovellukset, jotka dominoivat tätä sovellusten kenttää.

Tripadvisor on hyvä esimerkki sovelluksesta, joka muokkaa käytäntöjä ja käyttää hyväkseen tässä tutkimuksessa tutkittavia älypuhelimien ominaisuuksia GPS-paikannusta ja yhteyttä verkkoon.

”Se aidosti auttoi minua ja tyttöystävääni löytämään hienoja paikkoja missä syödä.” (TripAdvisor, Google Play, 16.10.2012)

”Tämä ohjelma on erittäin hyödyllinen kun matkustaa paljon. Auttoi minua löytämään paremman hotellin.” (TripAdvisor, Google Play, 14.11.2012)

”En mene mihinkään ilman että katson täältä ennen luotettavat arvostelut ihmisiltä, jotka ovat oikeasti asuneet siellä.” (TripAdvisor, Google Play, 4.11.2012)

Google Maps on sovellus, jonka idea on yksinkertaisesti tehdä paperikartoista turhia. Lisäksi se sisältää mm. navigoinnin puheohjauksella ja katunäkymän oikeilla valokuvilla.

”Valitse vain kohde ja paina mene.” (Google Maps, Google play, 14.11.2012)

Älypuhelimien navigointijärjestelmien helppous ja mukana kuljetettavuus on kiihdyttämässä perinteisten navigointijärjestelmien maailmanlaajuisen kaupan. Vuodesta 2012 vuoteen 2013 perinteisten navigaatiojärjestelmien myynti laski 28 miljoonasta yksiköstä 22 miljoonaan yksikköön. Vuonna 2019 myynnin arvioidaan olevan vain 10 miljoonaa yksikköä. (Eddy 2014, 1)

Kyseen omainen kehityskulku, jossa uusi käytäntö luo uusia toimintatapoja ja siinä sivussa syrjäyttää vanhan käytännön on älypuhelimien käytössä ominaista. Älypuhelimissa on tapana yhdistellä ominaisuuksia – joiden hoitamiseen ennen tarvittiin monta laitetta – yhteen kompaktiin pakettiin.

4.4.2 Uutisten ja tiedotteiden seuraaminen paikasta riippumatta

Uutisovellukset pitävät tietoisena kotimaan ja ulkomaan tapahtumista ja urheilu-uutisista matkustamisen aikana.

”Tykkään saada uutiseni NY Timesilta. Voin katsoa uutiset mistä ja millon tahansa puhelimellani. Paras keksintö sataan vuoteen.--” (NYTimes for Android, Google Play, 17.01.2013)

Uutisten ja tiedotteiden seuraamisen käytäntöä tutkittaessa täytyy pitää mielessä, että näiden palveluiden käytön osuus jää suhteellisen pieneksi verrattaessa esimerkiksi aikaa, joka käytetään pelien, viihteen ja sosiaalisen median käyttöön (Nielsen 2014). Tällä ei sinällään ole merkitystä käytännön muodostumiseen. Lisäksi uutisten ja tiedotteiden seuraaminen voi olla runsastakin, mutta ruutu-aika ei nouse korkeaksi, koska käyttö saattaa rajoittua uutisotsikoiden nopeaan silmäilyyn.

4.4.3 Julkisen liikenteen hallitseminen ja kulkuyhteydet

Hyvänä esimerkkinä julkisen liikenteen hallitsemisesta ja muuttuneista käytännöistä käynnien kaupunkien metrokartat, jotka säästävät käyttäjänsä suurten paperisten metrokarttojen avaamiselta kiireisillä laitureilla.

”Loistava sovellus, kun olet menossa Lontooseen.--” (London UndergroundFree, Google Play, 13.01.2013)

”Muutin juuri Lontooseen, enkä edes muista enää kuinka monta kertaa sovellus on auttanut minua.--” (LondonUndergroundFree, Google Play, 26.11.2012)

“--Näyttää reittimuutokset reaaliajassa.--” (London UndergroundFree, Google Play, 20.11.2012)

“--Tulin Manchesterista Lontooseen ensimmäistä kertaa ja tunsin itseni paikalliseksi.--” (London UndergroundFree, Google Play, 24.08.2012)

”--Etsi missä tahansa lähin metroasema. Näyttää myös nopeimman/parhaan reitin.” (London UndergroudFree, Google Play,04.10.2012)

DB Navigator yhdistää Saksan ja suuren osan Euroopan julkisesta liikenteestä yhden sovelluksen alle. Matkan suunnittelu ja varaaminen helpottuu huomattavasti, koska junat, bussit, raitiovaunut, metrot ja laivat löytyvät kaikki saman haun alta.

”--Välttämätön sovellus ihmisille, jotka matkustavat Euroopassa. Auttaa erittäin paljon juna-aikatalulujen etsimisessä.” (DB Navigator, Google Play, 25.08.2012)

”Ulkomaalaiselle, jolla ei ole kielipäätä, tämä sovellus on erittäin käyttökelpoinen. Se kertoo missä kuljetus on.” (DB Navigator, Google Play, 12.02.2012)

”Käytin sovellusta junareissulla ympäri Eurooppaa.” (DB Navigator, Google Play, 03.10.2011)

Julkisen liikenteen käyttämisen helpottaminen älypuhelimien toiminnallisuudella alkaa jo olla arkipäivää. Google Maps -karttasovelluksesta löytyy sisäänrakennettuna kaikkien merkittävien kaupunkien julkisen liikenteen reitit ja aikataulut. Sydneyn yliopistossa tehty kokeilu vie julkisen liikenteen käyttöä ja siitä saatavilla olevaa informaatiota vielä pidemmälle (The Australian 2014). Kokeiluvaiheessa olevalla sovelluksella julkisen liikenteen käyttävät voivat jakaa informaatiota ruuhkista, turvallisuudesta ja mukavuudesta reaaliajassa.

4.4.4 Huonojen valintojen välttäminen käyttäjien luoman sisällön avulla

TripAdvisor-sovelluksen avulla käyttäjä pääsee käsiksi miljooniin käyttäjäarvioihin ravintoloista hotelleista ja nähtävyyksistä. Käyttäjearviot esimerkiksi hotelleista ja ravintoloista auttavat matkailijaa välttämään huonot kohteet.

Turistimatkailussa ravintolan etsimisen käytäntöön on yleensä kuulunut suurena osana epävarmuus kohteen laadukkuudesta. Uusi käytäntö, jossa ravintolat haetaan arvosteluiden mukaan poistaa epävarmuutta osittain. Kokonaan epävarmuus ei poistu, koska täytyy muistaa, että ajatukset esimerkiksi ravintolan laadukkuudesta ovat erittäin subjektiivisia. Eikä arvosteluista koskaan tule ottaa varmana totuutena. Suuntaa ne toki antavat.

"Suunnittelen kaikki matkani sovelluksen avulla. Erityisesti etsin majoituksen, koska sen arviointijärjestelmä on paras ja niin moni käyttäjä käyttää sitä.--" (TripAdvisor, Google Play, 07.12.2012)

"Sovellus auttaa minua päättämään loman hotellit ravintolat ja aktiviteetit. Luen vain, mitä muut käyttäjät ovat kirjoittaneet, jolloin voin päättää onko paikka oikea minulle vai ei.--" (TripAdvisor, Google Play, 04.02.2013)

"--Voit arvioida ja lähettää kuvan ravintolasta ruokailun jälkeen.--" (TripAdvisor, Google Play, 10.02.2013)

"--Informaatio ja vinkit muilta matkaajilta on korvaamatonta.--" (TripAdvisor, Google Play, 06.02.2013)

"Saan parempaa palvelua ravintolassa, kun tarjoilijat huomaavat, että minulla TripAdvisor auki." (TripAdvisor, Google Play, 05.02.2013)

"On hienoa nähdä paikalliset ja ulkopaikkakuntalaiset antamassa arvosteluita paikallisista yrityksistä. Niihin on mukava verrata, kun haluaa kokeilla jotain uutta." (TripAdvisor, Google Play, 07.01.2013)

Yelp on sovellus, jota kannattelee aktiivinen yhteisö paikallisia ja matkustajia. Sovelluksen idea on yksinkertainen. Arvosteluiden perusteella valittavat paikat syödä, tehdä ostoksia ja rentoutua.

”Tämä sovellus on sinulle, jos olet aina tien päällä etsimässä uusia asioita kokeiltavaksi.” (Yelp, Google Play, 25.02.2013)

”Etsitkö paikallista vivahdetta lomallasi? Yelpin avulla et saa vain vinkkejä tuntemattomilta, vaan totuudenmukaisia arvosteluita samanlaisilta ihmisiltä kuin itse olet. Kuvat annoksista, joita oikeasti tarjoillaan, mielikuvat ilmapiiristä ja kertomukset piilotetuista kuluista ovat kaikki siellä.” (Yelp, Google Play, 23.02.2013)

”Löysin piilossa olevia loistopaikkoja kotini läheltä.” (Yelp, Google Play, 24.02.2013)

”Helpottaa sitä, kun olen tietyllä alueella, josta pitäisi löytää ruokapaikka.” (Yelp, Google Play, 24.02.2013)

”Voit etsiä haluamasi paikan ja lukea aikaisempien asiakkaiden arvosteluja ja saada hyvän ennakkokäsityksen, mitä odottaa.” (Yelp, Google Play, 25.02.2013)

Palautteiden oikeellisuutta ja hyödyllisyyttä pohdittaessa mieleen helposti se, että voiko palautteeseen luottaa ja millainen henkilö on asiasta kyseistä mieltä ollut? Asiakkaat, jotka luovat sisältöä TripAdvisorin tai Yelpin tapaisiin sovelluksiin, voidaan segmentoida motivaatioiden perusteella. Motivaatioita ovat kosto, muiden hyödyttäminen ja taloudelliset motiivit (Presi, Saridakis & Hartmans 2014).

4.4.5 Rahansäästövinkeistä kertominen

Kuten jo aikaisemmin mainittu, älypuhelimien sovelluksista puhuttaessa nousee usein esille internetin käytöstä ulkomailla koituvat korkeat roaming-maksut. Tästä johtuen on yleistä, että keskusteluissa nousee esille kysymykset rahansäästämisen mahdollisuuksista kuitenkin menettämättä älypuhelimien internetin tuomaa toiminnallisuutta.

Wi-Fi Finder –sovellus auttaa matkailijaa löytämään helposti vapaita langattomia verkkoja matkan aikana.

”Säästin varmasti ainakin sata dollaria matkallani Eurooppaan, suosittelen sovellusta kaikille--” (Wi-Fi Finder, Google Play, 01.02.2014)

Roaming-keskustelun ulkopuolella Rahansäästövinkeistä tai saaduista hyvistä alennuksista keskustellaan esimerkiksi matkasuunnittelun ja varaussovelluksien yhteydessä.

”Käytin KAYAKia huoneen varaamiseen Denverissä ja sain parhaan huoneen puoleen hintaan.--” (KAYAK, Google Play, 01.02.2013)

”Ohjelman paras ominaisuus on mahdollisimman edullisien reissujen suunnittelumahdollisuus.” (KAYAK, Google Play, 03.01.2013)

Korkeat roaming-maksut haittaavat vieläkin täyden hyödyn saamista matkapuhelimista matkustelun aikana. Hintojen laskemisen tiellä ovat olleet vaikeasti säänneltävät rakenteet. Euroopan alueella tosin roaming-maksujen uskotaan laskevan jo lähelle nollaa vuonna 2015 (Falch ja Tadayoni 2014).

4.5 Yhteydenpito

4.5.1 Yhteydenpito sosiaalisen median avulla

Gerpott (2010) on tarkastellut tutkimuksessaan internetin käytön vaikutusta kommunikoinnin käytäntöihin. Hänen mukaan internetin lisääntyneellä käytöllä on vaikutusta perinteisten yhteydenpitotapojen käytön määrässä. Lähetettyjen ja vastaanotettujen SMS-viestien määrä laski lisääntyneen internetin käytön mukana. Yllättävää tutkimuksessa oli kuitenkin se, että soitettujen ja vastaanotettujen puheluiden määrässä ja internetin käytön lisääntymisessä ei ollut korrelaatiota (Gerpott, 2010, 441).

Facebook, twitter ja muut sosiaalisen median sovellukset mahdollistavat yhteydenpidon ja kokemusten välittämisen ystävien kesken matkustamisen aikana. Sosiaalinen media mahdollistaa myös muun muassa kuvien jakamisen matkustamisen aikana. Myös erilaiset sosiaalisen median blogit mahdollistavat uudenlaisen kokemuksen matkakokemuksien jakamisesta suuremman yleisön, mutta myös vain pienemmän yleisön kesken.

Monet internet-yritykset keräävät suuria määriä henkilökohtaista tietoa käyttäjistään, jolla he mahdollistavat personalisoitujen mainosten tekemisen (Tucker 2014). Sosiaalisen median käyttöä yhteydenpidon käytännön sisällä saattaa joidenkin henkilöiden kohdalla rajoittaa huoli yksityisyyden suojasta.

4.5.2 Tavanomaisten viestintätapojen päivittäminen

Marchant ja O'Donohoe (2014) tutkivat älypuhelimien käyttöä perheissä. Erityisesti viestinnän saralla he huomasivat, että älypuhelimien uusia pikaviestinohjelmia käytetään paljon kauppaliistojen hahmotteluun, kuljetuksien järjestämiseen harrastuksiin ja yleiseen perheen pyörittämiseen liittyvän keskustelun ylläpitämiseen.

Internetin kautta toimivien puhelinsovellusten avulla käyttäjä pystyy soittamaan ilmaiseksi kuva- ja äänipuheluita toisiin älypuhelimiin tai tietokoneisiin. Tekstiviestisovellukset, kuten Whatsapp toimivat kuten perinteinen tekstiviestin lähettäminen, mutta ilmaiseksi.

”Matkustan paljon ja käytän kahta loistavaa sovellusta, jotka säästävät paljon rahaa. Viber ja Whatsapp. --Viber on kuin Skype, mutta minusta äänenlaatu on parempi. Whatsappilla voi lähettää viestejä ilmaiseksi.”
(Susan Schwartz, 22.09.2012, The New York Times Frugal Traveler Blog 2012)

”Ottaessani älypuhelimien matkalle mukaan, olen huomannut, että selviän mahdollisimman pienellä määrällä perinteisiä puheluita käyttäessäni Skypeä ja Whatsappia. On siis viisaampaa ostaa ulkomailta sim-korttien

sijasta mini-datareititin, jolla yhdistät älypuhelimien verkkoon.” (Wayne, 05.09.2012, The New York Times Frugal Traveler Blog 2012)

Postikorttisovelluksia löytyy monia erilaisia. Suosituimmat toimivat periaatteella, jossa sovellukset käyttävät hyväkseen älypuhelimien kameraa. Tässä tapauksessa sovellus muuttaa älypuhelimella otetun kuvan uniikiksi postikortiksi, jonka palvelua tarjoava yritys tulostaa ja lähettää perinteisellä postilla vastaanottajalle.

”Tykkään ideasta, että voin lähettää postikortteja niille, joilla ei ole internet-yhteyttä. Voin nyt helposti lähettää kuvia heille.--” (Postino - Postcards, Google Play, 26.07.2012,)

”Parempi kuin perinteinen postikortti ja saapuu nopeammin.” (Postcards, Google Play, 26.07.2012)

Postikorttisovelluksella on myös potentiaalia lisätä korttien lähettämisen käytännön yleisyyttä, koska matkailija voi lähettää postikortin ilman kortin ja postimerkin ostamisen vaivaa. Daily Mail -sanomalehden mukaan vain 16 prosenttia lähettää kortteja ulkomailla käydessään (Daily Mail 2013)

4.5.3 Tiedon tallentaminen pilvipalveluiden avulla

Muistikirjasovellukset (Evernote, MS OneNote, All-in Notes) yhdistävät kuvat, tallennetut äänet ja muut muistiinkirjoitetut tiedot käyttäjän matkan multimediapäiväkirjaksi.

”Tallensin Evernote-sovellukseen matkan aikana ottamani kuvat ja selitykset. Kotona tulostin pilvestä hienon aikajan.” (Evernote, Google Play, 26.01.2014)

Niin sanotut pilvipalvelut, kuten Dropbox ja Google Drive helpottavat matkailijan ongelmaa tallentaa suuri määrä esimerkiksi kuvia pitkään kestävän matkan aikana. Älypuhelimien tallennuskapasiteetin rajallinen määrä on aikaisemmin saattanut pakottaa matkailijan poistamaan tärkeitä kuvia ja videoita. Tallennuspalveluiden

(pilvipalveluiden) avulla mitään tallennettua tietoa ei tarvitse enää poistaa. Sosiaalisen median tavoin pilvipalveluihin tallennettu data voidaan myös jakaa ystävien kesken, jolloin matkustajan läheisen näkevät reaaliajassa, mitä matkustamisen aikana tapahtuu.

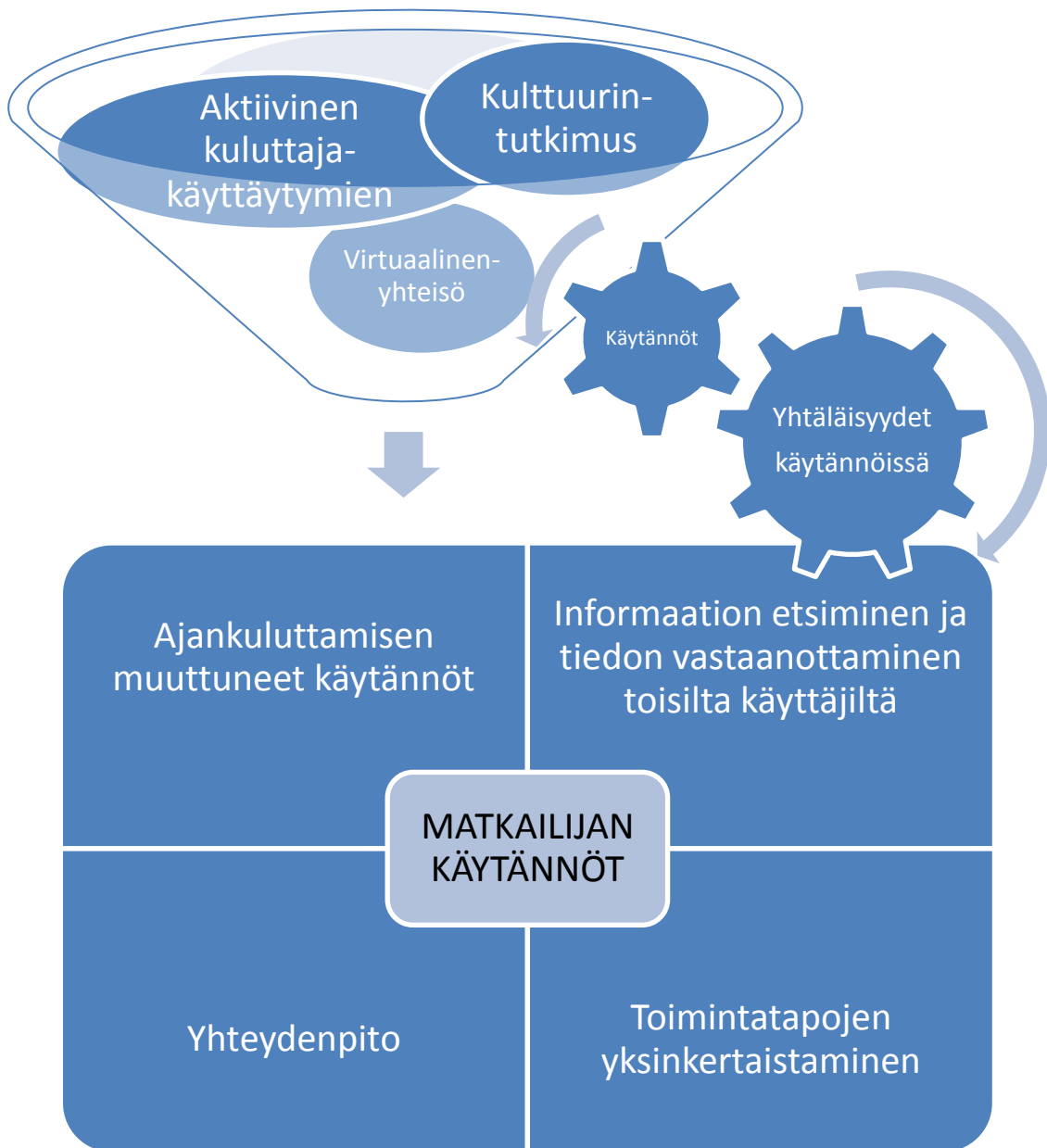
Ongelmana pilvipalveluissa on se, että ne vaativat käytettävissä olevalta internet-yhteydeltä paljon. Paul Kerley kehuu pilvipalveluiden hyödyllisyyttä blogissaan (BBC Travel Blog, 2011), mutta muistuttaa samalla internet-yhteyksien rajoitteista matkustelun aikana. Hänen mukaansa laadukkaat ja edulliset yhteydet ovat vielä ylellisyys varsinkin lentokoneissa, junissa ja lentokentillä.

4.6 Johtopäätökset ja jatkotutkimusmahdollisuudet

Älypuhelinsovellukset ulottuvat kaikille elämän osa-alueille. Oli kyseessä sitten työteko, vapaa-aika tai esimerkiksi tämän tutkimuksen kohteena oleva matkustelu. Sovellukset auttavat arkisissa toiminnoissa, yksinkertaistavat ja nopeuttavat perinteisiä toimintatapoja sekä tuovat erilaisissa tilanteissa tarvittavan informaation helposti saataville.

Älypuhelinsovellukset muokkaavat käytäntöjä. Tutkimus identifioi älypuhelinsovelluksien muokkaamia käytäntöjä laajasti matkustamisen ympäriltä ja sen eri vaiheista. Muuttuneita käytäntöjä tarkastellessa voidaan huomata, että muutoksia on tapahtunut käytännöissä, joita tapahtuu ennen matkaa ja matkan aikana.

Kuviossa 5 kuvataan matkailijan käytäntöjen muodostuminen tässä tutkimuksessa. Käyttäjät luovat sisältöä verkkoyhteisöissä. Käyttäjien luoma sisältö yhdistettynä netnografiseen metodologiaan kulttuuritutkimuksen näkökulmasta mahdollistaa uusien käytäntöjen löytämisen. Löydetyt käytäntöjen yläkategoriat ovat lueteltu alhaalla. Niitä ovat ajankuluttamisen muuttuneet käytännöt, informaation etsiminen ja tiedon vastaanottaminen muilta käyttäjiltä, yhteydenpito sekä toimintatapojen yksinkertaistaminen. Rattaat viitekehyksessä kuvaavat sitä, että eri kategorioiden alla olevista käytännöistä löytyy yhtäläisyyksiä, kuten esimerkiksi pyrkimys nopeuttaa ja helpottaa perinteisiä paikkaan ja aikaa sidottuja käytäntöjä.



Kuvio 5 Matkailijan käytäntöjen muodostuminen

Kulttuuritutkimuksen näkökulma auttaa korostamaan sitä, että tutkimuksen todellisena tavoitteena ei tulisi olla vanhojen totuuksien toistaminen vaan uusien näkökantojen löytäminen (Alasuutari 1999, 25). Tämän tutkimuksen aineistosta voidaan huomata, että tämä kulttuurinen lähestymistapa tuo esille seuraavia käytäntöjä (kuvio 6) matkailijan toiminnassa yläkategorioiden (kuvio 5) alla.

Toimintatapojen yksinkertaistaminen	Ajankuluttamisen muuttuneet käytännöt	Informaation etsiminen ja tiedon vastaanottaminen toisilta käyttäjiltä	Yhteydenpito
<ul style="list-style-type: none"> • Matkan suunnitteleminen • Lentoaikataulujen seuraaminen ja lentojen hankkiminen • Kokonaisuuden hallinta • Pakkaamisen yksinkertaisuus 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelien pelaaminen • Musiikin kuuntelu • E-kirjojen lukeminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Opastuksen saatavuus • Uutisten ja tiedotteiden seuraaminen paikasta riippumatta • Julkisen liikenteen hallitseminen ja kulkuyhteydet • Huonojen valintojen välttäminen käyttäjien luoman sisällön avulla • Rahansäästövinkeistä kertominen 	<ul style="list-style-type: none"> • Yhteydenpito sosiaalisen median avulla • Tavanomaisten kommunikaatiotapojen päivittäminen • Tiedon tallentaminen pilvipalveluiden avulla

Kuvio 6 Matkailijan käytännöt kategorioittain

Kuviossa 6 on lueteltuna tämän tutkimuksen tuloksena löytyneitä käytäntöjä. Matkan suunnitteleminen, lentoaikataulujen seuraaminen ja lentojen hankkiminen, kokonaisuuden hallinta ja pakkaamisen yksinkertaisuus ovat esimerkkejä käytännöistä, jotka kumpuavat toimintatapojen yksinkertaistamisen kategorian alla. Näistä käytännöistä keskusteltaessa tulee helposti esille käyttäjien pyrkimys helpottaa ja nopeuttaa vanhoja toimintatapoja, ei niinkään se, että vanhat toimintatavat olisivat jotenkin huonompia tai käyttökelvottomia.

Ajankuluttamisen muuttuvat käytännöt, eli pelaaminen, musiikin kuuntelu ja e-kirjojen lukeminen muodostuvat ikään kuin automaattisesti älypuhelimien määrän kasvaessa. Keskusteluissa on nähtävissä, että käyttäjät eivät itse koe tekevänsä mitään uudella tavalla. Aikaa kulutetaan peleillä, musiikilla ja lukemalla eri tavalla kuin ennen, koska älypuhelin olemassaolollaan sen mahdollistaa.

Informaation etsiminen ja tiedon vastaanottaminen toisilta käyttäjiltä kategoriassa löydökset mullistavat käytäntöjä matkailun aikana ehkä eniten kaikista kategorioista. Opastuksen saatavuus, uutisten ja tiedotteiden seuraaminen paikasta riippumatta, julkisen liikenteen hallitseminen ja kulkuyhteydet, huonojen valintojen välttäminen käyttäjien luoman sisällön avulla, rahansäästövinkeistä kertominen ovat käytäntöjä jotka

tuovat esille älypuhelimien ja internetin suurinta hyötyä matkustelun aikana: informaation saatavuus ajasta ja paikasta riippumatta.

Yhteydenpito kategorian alta löytyvät yhteydenpito sosiaalisen median avulla, tavanomaisten viestintätapojen päivittäminen ja tiedon tallentaminen pilvipalveluiden avulla ovat esimerkkejä keskustelusta löytyneistä käytännöistä, jotka tuovat joustavuutta ja turvallisuuden tunnetta matkailuun. Lisäksi kotiin jäävät perheenjäsenet pääsevät osaksi matkailua sosiaalisen median ja videoyhteydenpidon avulla.

Aikaisempaa tutkimusta aiheesta on verrattain vähän. Käytäntöteoreettinen tutkimus yhdistettynä aihealueeseen, joka on muodostunut nykyisessä mittakaavassaan vasta 2010-luvulla luo rajoitteita saatavilla olevaan aikaisempaan tutkimukseen. Mobiilin, eli langattoman maailman ymmärtäminen on nyt tärkeää ja tulevaisuudessa tärkeys vain kasvaa. Kehittyneissä maissa yleinen trendi tietotekniikassa on jo muutaman vuoden ollut selvästi mobiiliin suuntaan. Tästä kertoo jo perinteisten PC-koneiden myynnin sakkkaus (The Wall Street Journal, 2013). Kehittymättömissä maissa trendi taas on se, että käyttäjät ohittavat perinteisen PC-markkinan ja siirtyvät suoraan mobiilien päätelaitteiden käyttäjiksi (The Verizon Wireless, 2014).

Netnografia mahdollistaa uusien trendien tutkimisen internetissä. Netnografian etuna verrattuna perinteiseen etnografiaan on tiedon helppo saatavuus vähäisillä resursseilla. Netnografiassa on aikasemmin korostettu myös osallistumisen tärkeyttä, mutta tämä tutkimus tehtiin yhteisölle ilmoittamatta ja passiivisesti keskustelua seuraamalla. Tällaisella lähestymistavalla huomattiin olevan monia etuja. Tutkijan ilmoittaessa itsestään, on mahdollista että yhteisön tavassa toimia ilmaantuu muutoksia, kuten esimerkiksi kirjoitusten turhaa monitorointia ja tai esimerkiksi kirjoitusten vähenemistä. Tässä tutkimuksessa kommentit haluttiin mahdollisimman autenttisina, joten tutkija päätti olla ilmoittamatta itsestään.

Tutkimusmetodi vastasi suhteellisen hyvin odotuksia. Ongelmia syntyi hieman tilanteissa, joissa vain muutaman kommentin analysointi oli luomassa uutta käytäntöä. Voidaanko tehdä yleistyksiä ja johtopäätöksiä näin pienen otoksen perusteella? Tutkija on ollut sitä mieltä, että se on mahdollista. Uusi käytäntö on väkisin olemassa, jos käyttäjä siitä kertoo kokemuksia. Ongelmana netnografiassa on oikea tulkinta datan

perusteella. Varsinkin vieraskielisten kommenttien tulkitseminen ja niistä käytäntöjen löytäminen tuotti välillä vaikeuksia.

Tässä tutkimuksessa tärkeätä oli vain identifioida uusia käytäntöjä, joten jatkotutkimukselle jää siis paljon tilaa. Muun muassa käytäntöjen vaikutus kulttuuriin ja kuluttamiseen tarjoaisi paljon mahdollisuuksia. Syvälliselle tutkimukselle olisi myös tilaa aihealuetta hieman toisesta näkökulmasta katsottuna. Esimerkiksi miten uudet matkailijan käytännöt vaikuttavat matkailuyrittäjiin ja elinkeinon paikallisesti matkakohteissa?

Jatkotutkimukselle olisi tilaa aiheeseen liittyen myös verrattaessa käytäntöjä, joita matkailija tekee kun käytössä on internet tai kun käytössä on vain perinteinen tapa toimia ilman internetiä, esimerkiksi matkatoimistoissa. Matkailijan ikä huomioonottaessa herää myös mielenkiintoisia kysymyksiä. Käyttävätkö ikäihmiset internetiä tai älypuhelinia matkaa ennen tai esimerkiksi matkan aikana? Käyttävätkö nuoret enemmän hyväkseen älypuhelimien tarjoamia mahdollisuuksia vai varttuneemmat? Miten käytännöt eroat nuorilla ja varttuneimmilla?

Älypuhelimien käyttöön liittyvät käytännöt matkustelussa liittyvät toimintatapoihin, joita tehdään liikkeessä, aikaan ja paikkaan riippumatta. Tähän liittyen voitaisiin kysyä, ovatko älypuhelimien luomat uudet käytännöt olleet hävittämässä fyysisiä matkatoimistoja?

Keskustelua voitaisiin myös nostaa alueella, jossa mietitään matkailualan muutosta makrotasolla. Ennen oli matkatoimistot, sitten matkoja aloitettiin varaamaan tietokoneella internetissä ja viimeisenä internetissä älypuhelimella. Mitkä ovat näiden eri tapojen edut ja haitat? Yhdistelläänkö näitä kolmea tapaa samassa matkan valmistelun tai matkustamisen prosessissa? Millaiset ryhmät edelleen käyttävät matkatoimistoja ja miksi?

Älypuhelimien käyttöön matkustamisen aihealueella liittyvästä keskustelusta tulee esille paljon keskustelua käytännöistä, jotka älypuhelin on mahdollistanut. Usein kuitenkin käytäntöön on negatiivisesti vaikuttanut sovelluksessa ollut virhe koodauksessa tai esimerkiksi kehitysvaiheessa olleen sovelluksen ajatusvirhe. Tähän liittyen olisi

mielenkiintoista nähdä jatkotutkimusta aiheesta, jossa tutkitaan sovellusvirheiden vaikutusta käytäntöihin.

Suomi on ollut historiallisesti mobiilin kehityksen kärkipäässä, mutta älypuhelinsovellusten käytössä vaikuttaa siltä, että Suomessa kehitys laahaa perässä. Monet esimerkiksi USA:ssa erittäin suositut sovellukset eivät ole saatavilla suomenkielellä, mikä jo sinällään tekee sovelluksen käytön monille mahdottomaksi. Osa sovelluksista yleistyy Suomessa vuosia USA:ta perässä. Miten suomalaiset sovellukset kestävät vertailussa ulkomaisia vastaan? Käyttävätkö suomalaiset sovelluksia?

5 YHTEENVETO

Matkapuhelimet ovat kehittyneet muutamana viime vuotena isoin harppauksin. Ne tukevat suurta määrää informaatiopalveluita, joita voidaan käyttää missä ja milloin vain. Niissä on suuret näytöt, nopeat verkkoyhteydet ja paikannusmahdollisuus. Tällaista kehittyntä matkapuhelinta kutsutaan älypuhelimeksi. Tärkein älypuhelimien ominaisuus on kuitenkin tuki tuhansille sovelluksille, jotka laajentavat älypuhelimien käyttömahdollisuuksia suunnattomasti. Kiinteät puhelimen ominaisuudet eivät enää määritä käyttökokemusta, vaan sovellukset ja internet-palvelut.

Matkapuhelintoimiala käy läpi muutosta arvoketjuajattelusta arverkkoajatteluun. Vielä vähän aikaa sitten toimialalla oli kaksi helposti nähtävissä olevaa itsenäistä arvoketjua – matkapuhelimien valmistajat ja operaattorit. Vähitellen toimiala on kuitenkin muuttumassa kohti tilannetta, jossa yritykset monilta eri toimialoilta ovat vuorovaikutuksessa mobiilipalvelujen tuottajien kanssa. Hiljalleen laitevalmistajien klassinen rooli innovaattoreina on menettämässä merkitystään sillä välin kun käyttäjät ja kolmannet osapuolet, kuten sovelluskehittäjät saavat suurempaa jalansijaa.

Suuri yleisö tuli tietoiseksi älypuheliiniin asennettavista sovelluksista vuonna 2007 Applen Iphone-julkaisun yhteydessä. Nykyään sovelluksia tarjoavat sovelluskaupoissaan kaikki merkittävät älypuhelinvalmistajat, joko suoraan omista kaupoistaan tai ekosysteemien, kuten Googlen Play-kaupan kautta. Elokuussa 2011 puolella USA:n aikuisista matkapuhelimen käyttäjistä oli sovelluksia asennettuna, joista suosituimpia olivat jokapäiväisen informaation tuottamiseen tarkoitetut sovellukset ja sellaiset sovellukset, jotka auttoivat viestinnässä.

Älypuhelimien hyvään menestykseen kuluttajatuotteena on vaikuttanut ihmisen luontainen pyrkimys elämän helpottamiseen. Ajan ollessa niukka hyödyke kuluttajille on suuri apu siitä, että älypuhelinta voi käyttää ajasta ja paikasta riippumatta, kuten esimerkiksi liikennemuuttokassa. Lisäksi kuluttajat ovat oppineet siihen, että kaikki tieto on aina yhden yksinkertaisen selailun päässä, oli kysymyksessä sitten ulkomaan matka,

rentoutuminen kotona, tai vaikka työmatka. Nämä kaikki mahdollisuudet lisäävät käyttäjän riippuvuutta älypuhelimista.

Käytännöt ovat useista toisiinsa yhteydessä olevista elementeistä koostuvaa rutinoitunutta käyttäytymistä, joka sisältää kehollisen toiminnan, ajattelun, esineet ja niiden käytön ja taustatietoa ymmärryksen, tietotaidon, tunteiden ja motivaatioiden muodossa. Käytäntöjen määrä, johon ihmiset nykyään osallistuvat, kasvaa kokoajan. Ihmisten taipumus tavoitella monipuolisuutta elämässään laajentaa esineiden ja asioiden määrää, jotka koetaan normaaliksi osaksi jokapäiväistä arkea.

Käytäntöteoriat ovat yhdistelmä kulttuurisia ja filosofisia ajatuksia, jotka keskittyvät ympäröivän sosiaalisen elämän tutkimiseen. Viimeisten vuosien aikana käytäntöteorian näkemykset ovat laajentuneet kattamaan antropologian, kulttuurin, muotoilun, ympäristön ja kestäväen kehityksen, maantieteen, terveyden, historian, markkinoinnin, kulutuskäyttäytymisen, median ym. tutkimuksen kenttää.

Ymmärtääkseen käytäntöjen rakentumista on tärkeää käydä läpi niiden anatomia ja fysiologia, joka nousee esille useissa käytäntöteoreettisissa tutkimuksissa. Käytäntöjen anatomia muodostuu ensimmäiseksi geneerisistä prosessinomaisista ymmärryksistä ja säännöistä. Toisena kohtana ovat taidot, kyvyt ja kulttuurisesti sopivat kulutusprojektit. Kolmas ryhmä on emotionaaliset sitoumukset, jotka ilmaistaan tekojen ja esitysten kautta.

Käytäntö kuvaa fysiologiaa, jolla nämä edellä mainitut anatomiset osat vaikuttavat yhdessä. Fysiologia viittaa käytäntöjen dynaamisuuteen, sisäiseen erilaisuuteen ja käytäntöjen väliseen interaktioon. Käytännöt vahvistavat sekä arvoa, jonka ihmiset kokevat mm. silloin kun ovat osallisena brändiyhteisöihin, että kollektiivista terveyttä ja hyvinvointia, jota brändikeskeiset sosiaaliset toimijat tuovat esille. Käytännöt voivat olla yhdistetty monimutkaisilla tavoilla. Interaktion vaikutus on minimissäänkin addiktoiva. Nämä interaktiot voivat olla joko intra-temaattisia tai inter-temaattisia.

Tutkimuksen tarkoituksena on kuvata ja analysoida älypuhelimien sovelluksia matkailijan käytäntöjä muokkaavana ilmiönä. Tutkimuksessa mielenkiinto kohdistetaan älypuhelimien yhteen tärkeimmistä ominaisuuksista, eli mahdollisuuteen käyttää

sovelluksia. Erilaisia sovelluksia on tarjolla satoja tuhansia, joten aihepiiri tässä tutkimuksessa on rajattu koskemaan ainoastaan sovelluksia, joita käytetään ennen matkustamista ja sen aikana. Tutkimuskysymykset ovat:

1. Millaisia matkailijan käytäntöjä älypuhelimien sovelluksien käyttöön liittyvästä keskustelusta voidaan havaita?
2. Millaisia yhtäläisyyksiä löytyneistä matkailijan käytännöistä voidaan havaita?

Tässä tutkimuksessa älypuhelinsovelluksia käytäntöihin muokkaavana ilmiönä tutkitaan netnografian avulla. Netnografista tutkimusta on selkeytetty Kozinetsin viidellä havainnoinnin vaiheella. Ensimmäisessä ja toisessa vaiheessa määritetty tutkimuskysymykset ja etsitty tutkittavaksi soveltuvat yhteisöt. Tämän jälkeen on sovellettu yhteisöjen valinnassa auttavia kuutta kriteeriä, jotka ovat relevanttius, aktiivisuus, vuorovaikutteisuus, runsas ajatuksien vaihto, heterogeenisyys, rikas tiedon käsittely. Seuraavaksi yhteisöstä on kerätty tietoa joka analysoitiin. Lopuksi tulokset on raportoitu ja päätelmät muodostettu.

Monet esteet, joita perinteistä etnografiaa harrastava tutkija kohtaa ovat eliminoitu netnografiassa. Matkustamisen tarve, vieraat kielet ja muut tutkijan tekemät uhraukset ovat minimissään. Tutkija tarvitsee vain avata tietokone omassa kodissaan ja liittyminen kulttuuriin on heti mahdollista. Vaikka itse kulttuuriin liittyminen on erittäin nopeaa, se ei kuitenkaan tarkoita, että johtopäätöksien tekeminen ja tutkijan osallistuminen ryhmään olisi tehty silmänräpäyksessä.

Yhteisöjen seuraaminen verkossa tutkimussuuntana kohtaa ennakkoluuloja. Sisältöä on kuvattu persoonattomaksi, kylmäksi ja epäsosiaaliseksi. Ajan myötä epäilykset ovat kuitenkin hälventyneet. Verrattaessa fyysisessä maailmassa olevaa yhteisöä virtuaaliyhteisöön voidaan huomata, että molempia pitävät yhdessä samat intressit ja molemmissa on mahdollista luoda suhteita, vaikuttaa ja ottaa oppia ympäristöstä.

Tämän tutkimuksen empiirinen aineisto muodostetaan seuraamalla keskustelua Google Play -sovelluskaupan arvostelut osiossa ja alaan liittyvissä blogeissa. Aineisto on

heterogeeninen ja monikulttuurinen eikä kohdistu vain yhteen ryhmään. Kirjoitukset ovat ihmisiltä ympäri maailmaa, naisilta ja miehiltä, laajasti eri ikäryhmistä. Kirjoitukset ovat käännetty englannista suomeksi.

Päätiedonlähteenä tutkimuksessa käytetty Googlen sovelluskaupan keskusteluosio on hedelmällinen tietovarasto käytäntöjen etsimiseen. Tuhansia uusia viestejä julkaistaan päivittäin. Kirjoituksia julkaistaan välillä enemmän ja vähemmän harkitsemattomasti ja myös anonyymisti, mikä osaltaan laskee datan informaatioarvoa. Kirjoittajien välillä ei ole suurta yhteisöllisyyden tunnetta, joka laskee jatkokeskustelun määrää ja arvoa. Tämän ei kuitenkaan huomattu häiritsevän tutkimusta, koska myös yksittäiset kommentit olivat täynnä viittauksia uusista käytännöistä.

Netnografia metodina osoittautui haastavammaksi kuin mitä tutkija etukäteen arvioi. Tietoa on tarjolla runsaasti, mutta relevantin tiedon suodattaminen tuhansien kirjoitusten joukosta on haastavaa. Monikulttuurisuus tuo myös ongelmia analysointiin. Eri kulttuureissa yksinkertaisestikin ilmaistu asia voi saada analyysin tuloksena eri merkityksen. Kielen kääntäminen tuo myös omat haasteensa. Tutkija käänsi tekstejä englannin kielestä suomen kieleen. Tutkija löysi relevanttia tietoa myös ruotsin, saksan, ja espanjan kielellä, mutta kielitaidon heikkouden vuoksi näissä kyseen omaisissa kielissä, jätti datan käyttämättä.

Kerätyn tiedon luotettavuutta voidaan pitää pääosin hyvänä. Googlen sovelluskaupan arvosteluissa käyttäjät kertovat omista kokemuksistaan avoimesti ja läpinäkyvästi. Osassa arvosteluissa tulee tosin esiin arvostelun kirjoittamisen spontaanius. Saattaa olla, että käyttäjä on kirjoittanut tekstinsä tunnepuuskan alaisuudessa. Luotettavuutta haittaavia tunnetiloja saattavat olla muun muassa pettymyksen ja vihan tunteet sovellusta kohtaa. Käyttäjällä on saattanut olla liian suuret odotukset sovelluksen käytöstä, jolloin arvostelussa peittyvä väistämättä luotettava arvio. Spontaaneissa arvosteluissa käytäntöjen löytäminen saattaa myös vaikeutua johtuen edellä mainituista syistä.

Älypuhelimien käyttöön liittyvästä keskustelusta pystyy havaitsemaan paljon erilaisia käytäntöjä. Ensimmäinen ryhmä sisältää käytäntöjä liittyen toimintatapojen yksinkertaistamiseen. Toisessa ryhmässä käsitellään sellaisia käytäntöjä, jotka ovat

muuttaneet tapaamme kuluttaa aikaa. Kolmas ryhmä kokoaa yhteen käytäntöjä, joita muodostuu informaation etsimisestä ja vastaanottamisesta muilta käyttäjiltä. Viimeinen ryhmä ottaa esille käytäntöjä, jotka muodostuvat älypuhelimien mahdollistamista tavoista pitää yhteyttä.

Matkan suunnitteleminen, lentoaikataulujen seuraaminen ja lentojen hankkiminen, kokonaisuuden hallinta ja pakkaamisen yksinkertaisuus ovat esimerkkejä käytännöistä, jotka kumpuavat toimintatapojen yksinkertaistamisen kategorian alla. Näistä käytännöistä keskusteltaessa tulee helposti esille käyttäjien pyrkimys helpottaa ja nopeuttaa vanhoja toimintatapoja, mutta ei niinkään se, että vanhat toimintatavat olisivat jotenkin huonompia tai käyttökelvottomia.

Ajankuluttamisen muuttuvat käytännöt eli pelaaminen, musiikin kuuntelu ja e-kirjojen lukeminen muodostuvat ikään kuin automaattisesti älypuhelimien määrän kasvaessa. Keskusteluissa on nähtävissä, että käyttäjät eivät itse koe tekevänsä mitään uudella tavalla. Aikaa kulutetaan peleillä, musiikilla ja lukemalla eri tavalla kuin ennen, koska älypuhelin olemassaolollaan sen mahdollistaa.

Informaation etsiminen ja tiedon vastaanottaminen toisilta käyttäjiltä kategoriassa löydökset mullistavat käytäntöjä matkailun aikana ehkä eniten kaikista kategorioista. Opastuksen saatavuus, uutisten ja tiedotteiden seuraaminen paikasta riippumatta, julkisen liikenteen hallitseminen ja kulkuyhteydet, huonojen valintojen välttäminen käyttäjien luoman sisällön avulla, rahansäästövinkeistä kertominen ovat käytäntöjä jotka tuovat esille älypuhelimien ja internetin suurinta hyötyä matkustelun aikana: informaation saatavuus ajasta ja paikasta riippumatta.

Yhteydenpito kategorian alta löytyvät yhteydenpito sosiaalisen median avulla, tavanomaisten viestintätapojen päivittäminen ja tiedon tallentaminen pilvipalveluiden avulla ovat esimerkkejä keskustelusta löytyneistä käytännöistä, jotka tuovat joustavuutta ja turvallisuuden tunnetta matkailuun. Lisäksi kotiin jäävät perheenjäsenet pääsevät osaksi matkailua sosiaalisen median ja videoyhteydenpidon avulla.

Löytyneistä käytännöistä tulee esille yhtäläisyyksiä. Käytäntöjä yhdistää pyrkimys toimintatapojen helpottamiseen ja ajansäästämiseen. Hotellihuoneen varaaminen

helpottuu ja nopeutuu. Aikaa ja vaivaa säästyy matkan suunnittelemisessa. Lentojen ostaminen, seuraaminen ja varaaminen onnistuvat ajasta ja paikasta riippumatta.

6 LÄHTEET

Kirjallisuus

- Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus (3. uudistettu painos, 1. painos 1993) Tampere: Vastapaino.
- Arnould, E.J. & Thompson, C.J. 2005. Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 31 (4), 868–882.
- Aron, J. 2012. Who needs a smartphone? *New Scientist*, 215 (2884), 17.
- Belz, F. & Baumbach, W. 2010. Netnography as a method of LeadUser identification. *Creativity and Innovation Management*, 19 (3), 304–313.
- Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H. 2012. A netnographic examination of travelers' online discussions of risks. *Tourism Management Perspectives*, 2–3 (April-July), 65–71.
- Bowler, G. 2010. Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The Qualitative Report*, 15 (5), 1270–1275.
- Brown, S. 2012. Mobile apps: Which ones really matter to the information professional? *Business Information Review*, 29 (4), 231–237.
- Charlesworth, A. 2009. The ascent of smartphone. *Engineering & Technology*, 4 (3), 32–33.
- Echeverri, P. & Skålén, P. 2011. Co-creation and co-destruction: A practice-theory based study of interactive value formation. *Marketing Theory*, 11 (3), 351–373.
- Eddy, N. 2014. Smartphones, tablets eat into personal navigation device market. *eWeek*, 1–1.
- Falch, M. & Tadayoni, R. 2014 Regulation of international roaming data services within the EU. *International Economics and Economic Policy*. 11 (1–2), 81–95.
- Funk, J. 2009. The emerging value network in the mobile phone industry: The case of Japan and its implications for the rest of the world. *Telecommunications Policy*, 33 (1), 4–18.
- Gerpott, T. 2010. Impacts of mobile Internet use intensity on the demand for SMS and voice services of mobile network operators: An empirical multi-method study of German mobile Internet customers. *Telecommunications Policy*, 34 (8), 430–443.
- Giddens, A. 1984. *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

- Gummesson, E. 2005. Qualitative research in marketing: Road-map for a wilderness of complexity and unpredictability. *European Journal of Marketing*, 39 (3/4), 309–327.
- Halkier, B. & Jensen, I. 2011. Methodological challenges in using practice theory in consumption research. Examples from a study on handling nutritional contestations of food consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11 (1), 101–123.
- Halkier, B. Katz-Gerro, T. & Martens, L. 2011. Applying practice theory to the study of consumption: Theoretical and methodological considerations. *Journal of Consumer Culture*, 11 (1), 3–13.
- Heinonen, J. 2011. Consumer activity in social media: Managerial approaches to consumers' social media behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, 10 (6), 356–364.
- Hoblitz, A. & Ganguin, S. 2012. Mobile worlds: Mobile gaming and learning? E-learning and games for training, education, health and sports
Lecture Notes in Computer Science, 7516, 111–120.
- Holt, D. 1995. How consumers consume: A typology of consumption practices. *Journal of Consumer Research*, 22 (1), 1–16.
- Jones, T. & Brown, C. 2011. Reading engagement: a comparison between ebooks and traditional print books in an elementary classroom. *International Journal of Instruction*, 4 (2), 5–22.
- Kim, D. Chun, H. & Lee, H. 2014. Determining the factors that influence college students' adoption of smartphones. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65 (3), 578–588.
- King, D. 2014. Starwood will test program for check-in via smartphone. *Travel weekly*, 73 (5), 6–6
- Ko, S. Chang, M. & Ji, Y. 2013. Usability Principles for Augmented Reality Applications in a Smartphone Environment. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 29 (8), 501–515.
- Koch, S. & Kerschbaum, M. 2014. Joining a smartphone ecosystem: Application developers' motivations and decision criteria. *Information and Software Technology*, 56 (11), 1423–1435.
- Korkman, O. 2006. Aikuisten imitointi ja muita kuluttamisen käytäntöjä ruotsinlaivalla. Teoksessa: Innovaatioiden kotiutuminen. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2006. Toim. Repo, P. Koskinen, I. & Grönman, H. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Korkman, O. 2006. Customer value formation in practice. A practice-theoretical approach. Helsinki: Edita Prima.
- Kozinets, R. 1998. On netnography: Initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. *Advances in Consumer Research*, 25 (1), 366–371.

- Kozinets, R. 2002. The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39 (1), 61–72.
- Kozinets, R. 2006. Click to connect: Netnography and tribal advertising. *Journal of Advertising Research*, 46 (3), 279–288.
- Kozinets, R. 2010. *Netnography: Doing ethnographic research online*. London: Sage Publications Ltd.
- Kozinets, R. de Valck, K. Wojnicki, A. & Wilner, S. 2010. Networked narratives: understanding word-of-mouth marketing in online communities. *Journal of Marketing*, 74 (1), 71–89.
- Lamsfus, C. Wang, D. Alzua-Sorzabal, A. & Xiang, Z. 2014 Going mobile: Defining context for on-the-go travelers. *Journal of Travel Research*, 1–11
- Langer, R. & Beckman, S. Sensitive research topics: netnography revisited. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8 (2), 189–203.
- Marchant, C. & O'Donohoe, S. 2014 Edging out of the nest: emerging adults' use of smartphones in maintaining and transforming family relationships. *Journal of Marketing Management*, 30 (15–16), 1554–1576.
- Merchant, G. 2012. Mobile practices in everyday life: Popular digital technologies and schooling revisited. *Mobile practices in everyday life: Popular digital technologies and schooling revisited*, 43 (5), 770–782.
- Moisander, J. & Valtonen, A. 2006. *Qualitative marketing research: A cultural approach*. London: Sage Publications Ltd.
- Muñiz, Jr., A. & Schau, H. 2007. Vigilante marketing and consumer-created communications. *Journal of Advertising*, 36 (3), 35–50.
- Mutter, A. 2013. Smartphone shopping perils publishers. *Editor & Publisher*, 146 (1), 20–21.
- Presi, C. Saridakis, C. & Hartmans, S. 2014 User-generated content behaviour of the dissatisfied service customer. *European Journal of Marketing*, 48 (9/10), 1600–1625.
- Reckwitz, A. 2002. Toward a theory of social practices A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5 (2), 243–263.
- Reuver, M. Ongena, G. & Bowman, H. 2013. Should mobile internet be an extension to the fixed web? Fixed-mobile reinforcement as mediator between context of use and future use. *Telematics and Informatics*, 30 (2), 111–120.

- Rindell, A. Korkman, O. & Gummerus, J. 2011. The role of brand images in consumer practices: uncovering embedded brand strength. *Journal of Product & Brand Management*, 20 (6), 440–446.
- Rokka, J. 2010. Netnographic inquiry and new translocal sites of the social. *International Journal of Consumer Studies*, 34 (4), 381–387.
- Sandlin, J. 2007. Netnography as a consumer education research tool. *International Journal of Consumer Studies*, 31 (3), 288–294.
- Schatzki, T. 2002. *The site of the social. A philosophical account of the constitution of social life and change.* Pennsylvania PA: Pennsylvania State University Press.
- Schatzki, T. Cetina, K. & Savigny von, E. 2001. *The practice turn in contemporary theory.* London: Routledge.
- Shau, H. Muniz, A. & Arnould, E. 2009 How brand community practices create value. *Journal of Marketing*, 73 (5), 30–51.
- Shove, E. & Panzar, M. 2005. Consumers, producers and practice: Understanding the invention and reinvention of nordic walking. *Journal of Consumer Culture*, 5 (1), 43–64.
- Shove, E. Trentmann, F. & Wilk, R. 2009. *Time, consumption and everyday life: Practice, materiality and culture.* Oxford, Berg Publishers.
- Shrode, F. 2012. Mobile apps for nature field guides. *Reference Reviews*, 26 (7), 4–6.
- Teichert, L. & Anderson, A. 2014. ‘I don't even know what blogging is’: the role of digital media in a five-year-old girl's life. *Early Child Development and Care*, 184 (11), 1677–1691.
- Tuckern C. 2014 Social networks, personalized advertising, and privacy controls. *Journal of Marketing Research*. 51 (5), 546–562.
- Tussyadiah, L. & Wang, D. Published online before print Dec 16, 2014. Tourists' attitudes toward proactive smartphone systems. *Journal of Travel Research*, doi: 10.1177/0047287514563168
- Ting, D. Lim, S. Patanmacia, T. Low, C. & Ker, G. 2011. Dependency on smartphone and the impact on purchase behavior. *Young Consumers*, 12 (3), 193–203.
- Wang, D. Park, S. & Fesenmaier, D. 2012. The role of smartphones in mediating the touristic experience. *Journal of Travel Research*, 51 (4), 371–387.
- Warde, A. 2005. Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 5 (2), 131–153.
- Weiss, A. 2013. Exploring news apps and location-based services on the smartphone. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90 (3), 435–456.

Wang, D. Xiang, Z. & Fesenmaier, D. Published online before print May 19, 2014. Smartphone use in everyday life and travel. Journal of Travel Research, doi: 10.1177/0047287514535847.

WWW-sivut

Androidsuomi-blog 2012. Mikä on android? Viitattu 8.12.2012
<<http://blog.androidsuomi.fi/mika-on-android/>>

BBC Travel Blog 2011. The business travel benefits of cloud computing. Viitattu 7.2.2015.
<<http://www.bbc.com/travel/blog/20110609-the-business-travel-benefits-of-cloud-computing>>

Daily Mail UK 2013. Taking the pain out of sending postcards: App lets you send a personalised message without stepping near a letterbox. Viitattu 7.2.2015.
<<http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2451019/Ps-Postcards-app-lets-send-postcard-going-near-letterbox.html>>

Google Support 2012. Viitattu 8.12.2012.
<http://support.google.com/googleplay/bin/answer.py?hl=fi&p=play_faq&answer=2490014&rd=1>

Nielsen 2014. How smartphones are changing consumers' daily routines around the globe. Viitattu 8.2.2015
<<http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2014/how-smartphones-are-changing-consumers-daily-routines-around-the-globe.html>>

Pew-tutkimuskeskus 2012. 46% of American adults are smartphone owners. Viitattu 28.1.2013
<<http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2012/Smartphone%20ownership%202012.pdf>>

Rachel Arandilla 2010. How the smartphone invasion changed the way we live. Viitattu 8.1.2013
<<http://www.1stwebdesigner.com/design/smartphone-invasion-changed-our-lives/>>

The Australian 2014. Smartphone app to track public transport woes. Viitattu 8.2.2015.
< <http://www.theaustralian.com.au/business/latest/smartphone-app-to-track-public-transport-woes/story-e6frg90f-1226863043667?nk=800e5dc82136a0fbb3725323c3adee07>>

The Guardian 2013. Mobile gaming's rise is a headache for Sony and Nintendo. Viitattu 8.2.2015.
<<http://www.theguardian.com/technology/appsblog/2013/sep/25/mobile-games-apple-google-sony-nintendo>>

The New York Times Frugal Traveler Blog 2012. Viitattu 12.2.2013.
<<http://frugaltraveler.blogs.nytimes.com/2012/09/18/how-to-avoid-a-smartphones-bite/>>

The Verizon Wireless 2014. How emerging Countries Develop Mobile Economies. Viitattu 18.1.2015. <<http://www.verizonwireless.com/news/article/2014/10/how-emerging-countries-developed-mobile-economies.html>>

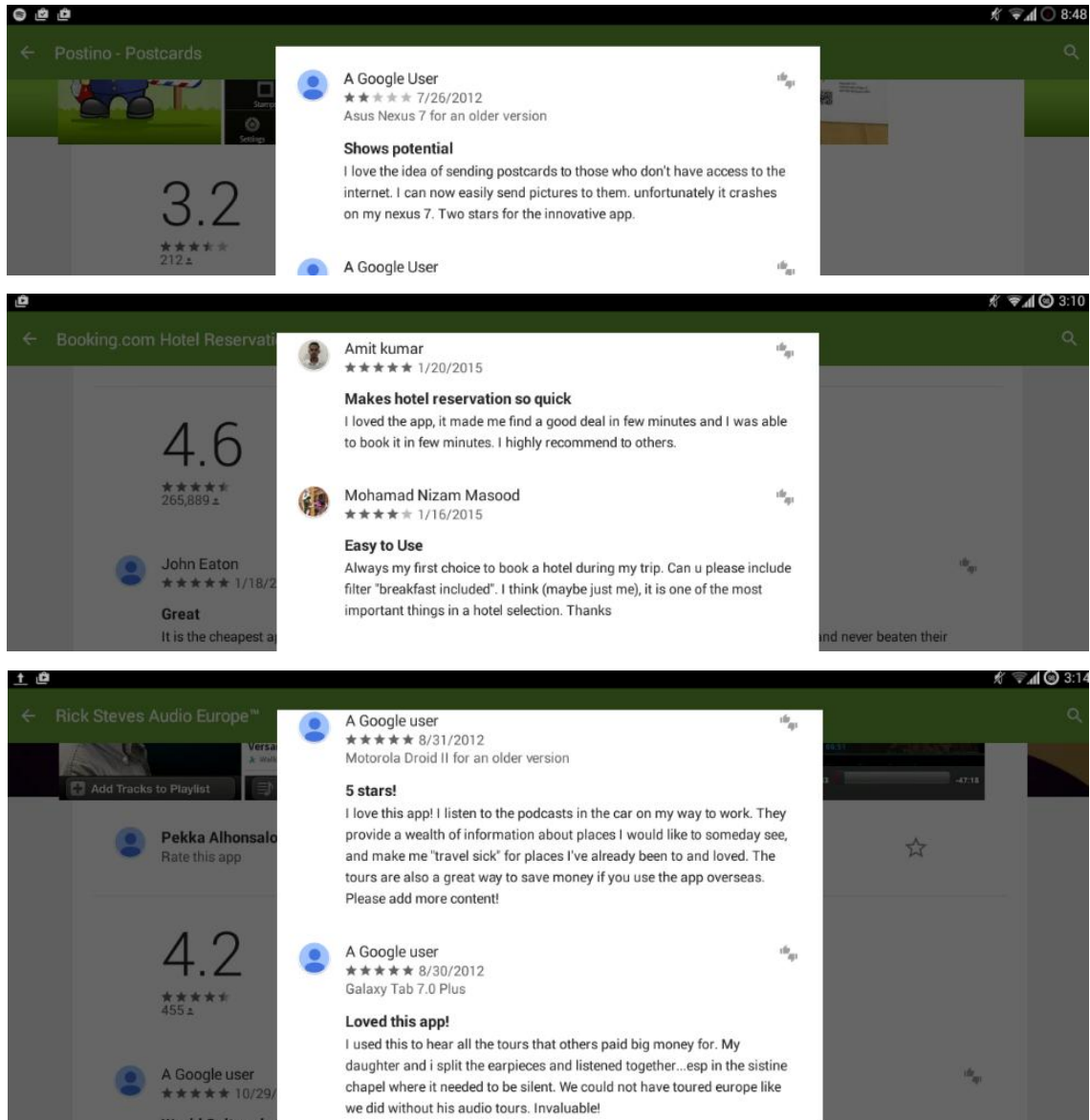
The Wall Street Journal 2013. Computer sales in free fall. Viitattu 18.1.2015.
<<http://www.wsj.com/articles/SB10001424127887324695104578414973888155516>>

WiseGEEK2012. What is an iPhone app? Viitattu 2.12.2012.
<<http://www.wisegeek.com/what-is-an-iphone-app.htm>>

WindowsPhone Store 2015. Nokia City Lens App. Viitattu 8.2.2015.
<<http://www.windowsphone.com/en-us/store/app/nokia-city-lens/93301a45-5849-4aad-a68e-c7c95df83ca1>>

7 LIITTEET

LIITE 1: Poimintoja kommentteista googlen sovelluskaupassa



LIITE 2: Nokia City Lens. Lisätyn todellisuuden (Augmented Reality) sovellus tiedonhaussa



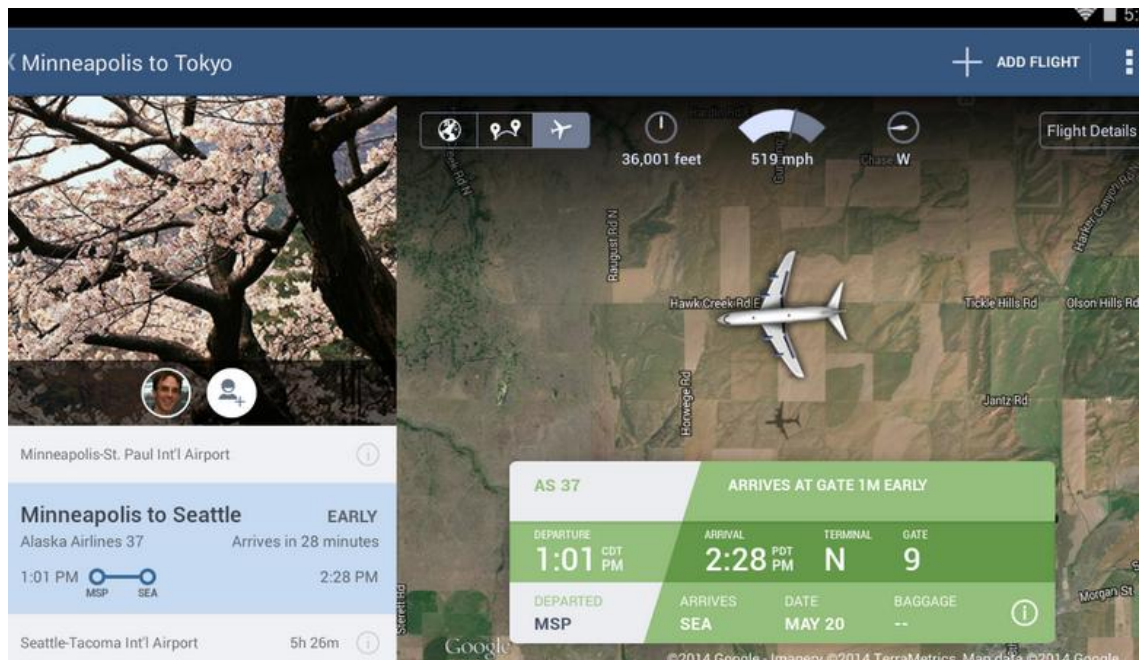
LIITE 3: Ravintola-arvostelu sovelluksessa TripAdvisor



LIITE 4: Lentojen hintavertailua Skyscanner-sovelluksella



LIITE 5: Lentojen reaaliaikaista seuranta FlightTrack-sovelluksella



LIITE 6: Matkan suunnittelua Googlen Maps-sovelluksella

