

Tommi Hynynen

**NUORET AIKUISET MAKSULLISTEN  
SUORATOISTOPALVELUJEN KULUTTAJINA**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO  
TIETOJENKÄSITTELYTIETEIDEN LAITOS  
2017

## TIIVISTELMÄ

Hynynen, Tommi

Nuoret aikuiset maksullisten suoratoistopalvelujen kuluttajina

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2017, 123 s.

Tietojärjestelmätiede, Pro gradu -tutkielma

Ohjaaja: Halttunen, Veikko

Suoratoistopalvelut ovat nykyään pohjoismaissa erittäin suosittuja ja yli 80 prosenttia suomalaisista on katsonut viimeisen puolen vuoden aikana suoratoistosisältöä. Tosin aikaisempien tutkimusten mukaan suoratoistosisällöistä maksaneiden osuus on ollut Suomessa pohjoismaiden pienin. Tämän tutkielman tavoite oli selvittää, kuinka paljon nuoret suomalaiset aikuiset ovat valmiita maksamaan suoratoistopalvelujen käytöstä, kuinka halukkaita he ovat käyttämään maksullisia suoratoistopalveluja ja mitkä tekijät vaikuttavat maksullisten suoratoistopalvelujen omaksumiseen. Tutkimus toteutettiin kirjallisuuskatsauksena ja strukturoituna kyselytutkimuksena. Tutkimuksen aineisto kerättiin touko-kesäkuun vaihteessa vuonna 2016 strukturoituna verkkokyselynä, johon kertyi yhteensä 1061 vastausta. Aineiston analysoinnissa hyödynnettiin keskiarvon testaamiseen soveltuvia menetelmiä sekä eksploratiivista faktorianalyysia. Tämän jälkeen aineistosta tehtiin mittausmallit ja lopuksi mittausmallit siirrettiin rakenneyhtälömallien muotoon, joilla testattiin tutkimukselle asetettujen hypoteesien toimivuutta. Empiirisen tutkimuksen tulokset esittävät nuorten aikuisten (25-34-vuotiaat) olevan ikäryhmistä maksuhalukkaimpia musiikin- sekä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja kohtaan. Sen sijaan nuoret (15-24-vuotiaat) ovat valmiita maksamaan keskimääräistä vähemmän suoratoistopalvelujen käytöstä. Tuloksien mukaan 80 prosenttia vastaajista olisi valmiita maksamaan yhdestä musiikin suoratoistopalvelusta keskimäärin 6,03 euroa kuukaudessa ja 83,8 prosenttia vastaajista olisi valmiita maksamaan yhdestä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta keskimäärin 7,64 euroa kuukaudessa. Korkea maksuhalukkuus ei korreloinut todellisen maksamisen kanssa ja merkittävä osa (61,9 %) musiikin suoratoistopalvelun käyttäjistä ei maksanut suoratoistopalvelujen käytöstä. Noin puolet (51,7 %) vastaajista kertoi, etteivät maksa elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta mitään tai eivät käytä palveluita lainkaan. Empiirisen tutkimuksen viitekehysten tulokset osoittivat, että suoratoistopalvelun matalalla hinnalla ja koetulla hyödyllisyydellä on voimakas ja erittäin merkitsevä vaikutus suoratoistopalvelun käyttöaikomukseen. Lisäksi suoratoistopalvelun helppokäyttöisyyden havaittiin vaikuttavan vähäisesti suoratoistopalvelun käyttöaikomukseen. Kehitetystä mallissa suoratoistopalvelun hinnan ja suoratoistopalvelun käyttöaikaan välinen suhde oli kaikista voimakkain ja tilastollisesti erittäin merkitsevä. Tästä voidaan varovaisesti päätellä suoratoistopalvelun hinnan olevan yksi tärkeimmistä, ellei tärkein syy suoratoistopalvelujen omaksumisessa.

Asiasanat: suoratoistopalvelu, piratismi, omaksuminen, rakenneyhtälömalli (SEM)

## ABSTRACT

Hynynen, Tommi

Young adults as consumers of streaming services

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2017, 123 p.

Information systems science, master's thesis

Supervisor: Halttunen, Veikko

Streaming services have become very popular in the Nordic countries and over 80 percent of Finns have viewed streaming content in the last six months. However, according to previous surveys, the number of people who have paid for streaming services in Finland is the smallest in the Nordic countries. The goal of this thesis was to find out how much young Finnish adults are willing to spend on streaming services, how willing they are to use paid streaming services, and what factors influence in the adoption of paid streaming services. The study was conducted as a literary review and as a structured online survey. The research data was collected in end of May to the beginning of June 2016 with a structured online survey, which amounted to a total of 1,061 responses. The analysis of the data utilized methods suitable for testing the averages and the explorative factor analyzes. Subsequently, measurements were created from the data and finally, the measurement models were moved to the form of structural equations to test the functionality of the hypotheses set for the research. The results of the empirical study show that young adults (aged 25-34) are among the age groups with the highest willingness to pay for music streaming services and for movie streaming services. By contrast, young people (15-24 years old) are willing to pay less than the average for streaming services. According to the results, 80 percent of respondents would be willing to pay an average of 6,03 euros per month for one music streaming service and 83,8 percent of respondents would be willing to pay an average of 7.64 euros per month for one movie streaming service. A high willingness to pay does not correlate with the actual payments and a significant proportion (61,9%) of music stream users did not pay for streaming services. About half (51,7%) of the respondents reported that they did not pay for the streaming video services or do not use services at all. The results of the empirical research framework showed that the low cost and proven utility of the streaming service has a strong and very significant effect on the intention to use the streaming service. In addition, the ease-of-use of the streaming service was found to have little effect on the intention to use the streaming service. In the developed model, the ratio between the price of the streaming service and the streaming service usage rate was the most powerful and statistically very significant. One can cautiously conclude that the price of the streaming service is one of the most important, if not the main reason for adopting streaming services.

Keywords: streaming services, piracy, adoption, structural equation models (SEM)

## KUVIOT

KUVIO 1 Perustellun toiminnan teoria .....	28
KUVIO 2 Suunnitellun käyttäytymisen teoria .....	29
KUVIO 3 Teknologian omaksumismalli .....	30
KUVIO 4 Innovaatioiden diffuusioteoria.....	33
KUVIO 5 Yhdistetty teoria teknologian hyväksynnästä ja käytöstä.....	36
KUVIO 6 UTAUT2.....	37
KUVIO 7 Alustava tutkimusmalli.....	39
KUVIO 8 Tutkimuksen hypoteesit.....	43
KUVIO 9 Pääasiallinen maksullisen suoratoistopalvelun käyttölaite .....	56
KUVIO 10 Maksullisten suoratoistopalvelujen käytön useus .....	58
KUVIO 11 Asenne piratismia kohtaan .....	68
KUVIO 12 Piratismiin käyttöaikomus ja käytön jatkaminen .....	69
KUVIO 13 Musiikin suoratoistopalvelujen faktorilataukset ja regressiot.....	74
KUVIO 14 Elokuvien ja televisiosarjojen suoratoistopalvelujen faktorilataukset ja regressiot.....	76

## TAULUKOT

TAULUKKO 1 Äänitteiden vuosimyynti Suomessa 2005-2016.....	14
TAULUKKO 2 Blu-Ray-tallenteiden myynti ja vuokraus Suomessa 2008-2015	16
TAULUKKO 3 Yhteenveto digitaalisen sisällön jakelutavan omaksumiseen vaikuttavista tekijöistä .....	38
TAULUKKO 4 Vastaajien demografiset tiedot (N=1061).....	50
TAULUKKO 5 Vastaajien ikärakenne verrattuna suomalaisten ikärakenteeseen vuonna 2015.....	51
TAULUKKO 6 Vastaajien koulutusaste verrattuna suomalaisten koulutusasteeseen vuonna 2015 .....	51
TAULUKKO 7 Vastaajien käytettävissä olevat Internet-yhteydellä varustetut laitteet .....	52
TAULUKKO 8 Vastaajien käyttämät maksulliset musiikin suoratoistopalvelut	53
TAULUKKO 9 Vastaajien käyttämät maksulliset elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelut.....	54
TAULUKKO 10 Maksullisen musiikin suoratoistopalvelun pääasiallinen käyttölaite .....	55
TAULUKKO 11 Maksullisen elokuvien- ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun pääasiallinen käyttölaite .....	55
TAULUKKO 12 Maksullisen musiikin suoratoistopalvelun käytön useus .....	56
TAULUKKO 13 Maksullisten elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen käytön useus.....	57
TAULUKKO 14 Musiikin suoratoistopalveluista maksaminen ja maksuhalukkuus .....	59

TAULUKKO 15 Elokuviin ja TV-sarjojen suoratoistopalveluista maksaminen ja maksuhalukkuus .....	60
TAULUKKO 16 Vastaajien maksuhalukkuus suoratoistopalveluista ikäluokkien mukaan.....	61
TAULUKKO 17 Halukkuus maksaa kuukausimaksua suoratoistopalveluista .	62
TAULUKKO 18 Vastaajien maksuhalukkuus suoratoistopalveluista ikäluokkien mukaan.....	63
TAULUKKO 19 Koskaan ladannut tai jakanut luvottomasti Internetiin lisättyjä tekijänoikeudellisia sisältöjä.....	64
TAULUKKO 20 Viimeisen puolen vuoden aikana ladatut tai jaetut luvottomasti Internetiin lisätyt tekijänoikeudelliset sisällöt .....	64
TAULUKKO 21 Luvottomasti Internetiin laitettujen tekijänoikeuksellisten sisältöjen lataamisen tai jakamisen useus .....	65
TAULUKKO 22 Koskaan katsellut tai kuunnellut tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvottomasta suoratoistopalvelusta .....	66
TAULUKKO 23 Viimeisen puolen vuoden aikana katsellut tai kuunnellut tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvottomasta suoratoistopalvelusta.....	66
TAULUKKO 24 Tekijänoikeuksien alaisten sisältöjen katselun tai kuuntelun useus luvottomista suoratoistopalveluista .....	67
TAULUKKO 25 Asenne piratismia kohtaan .....	68
TAULUKKO 26 Piratismiin käyttöaikomus ja käytön jatkaminen .....	69
TAULUKKO 27 Musiikin suoratoistopalveluiden faktoreiden korrelaatiot ja validiteettia sekä reliabiliteettia kuvaavat luvut.....	72
TAULUKKO 28 Elokuviin ja TV-sarjojen suoratoistopalveluiden faktoreiden korrelaatiot ja validiteettia sekä reliabiliteettia kuvaavat luvut .....	72

# SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ .....	2
ABSTRACT .....	3
KUVIOT .....	4
TAULUKOT .....	4
SISÄLLYS.....	6
1 JOHDANTO.....	8
2 DIGITAALINEN SISÄLTÖ.....	12
2.1 Maksullisen digitaalisen musiikin kulutus ja jakelutavat .....	12
2.2 Maksullisen digitaalisen videon kulutus ja jakelutavat.....	15
3 PIRATISMIN VAIKUTUS DIGITAALISTEN SISÄLTÖJEN KULUTUKSEEN.....	19
3.1 Aikaisempi tutkimus piratismista.....	20
3.2 Piratistmin yleisyys suomalaisten nuorten keskuudessa.....	24
4 DIGITAALISEN SISÄLLÖN JAKELUTAVAN OMAKSUMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT .....	27
4.1 Teknologian omaksumismallit .....	27
4.1.1 Perustellun toiminnan teoria (TRA) .....	28
4.1.2 Suunnitellun käyttäytymisen teoria (TPB) .....	29
4.1.3 Teknologian omaksumismalli (TAM) .....	30
4.1.4 Innovaation difuusiotopia (IDT).....	31
4.1.5 Yhdistetty teoria teknologian hyväksynnästä ja käytöstä (UTAUT & UTAUT2).....	35
4.2 Yhteenveto digitaalisten sisältöjen omaksumiseen vaikuttavista tekijöistä ja tutkimuksen alustava tutkimusmalli .....	38
5 EMPIIRINEN TUTKIMUS.....	40
5.1 Tutkimuksen tavoite .....	40
5.1.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymys .....	41
5.1.2 Tutkimusotteen valinta .....	41
5.1.3 Hypoteesit .....	42
5.2 Tutkimuksen toteutus .....	44
5.2.1 Kyselylomakkeen sisältö .....	45
5.2.2 Aineiston analysointi .....	47
6 TUTKIMUKSEN TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	49

6.1	Vastaajien demografiset tiedot .....	49
6.2	Maksullisten suoratoistopalvelujen käyttöä mittaavat kysymykset .....	52
6.2.1	Vastaajien käytettävissä olevat Internet-yhteydellä varustetut laitteet.....	52
6.2.2	Vastaajien käyttämät maksulliset suoratoistopalvelut .....	53
6.2.3	Pääasiallinen maksullisen suoratoistopalvelun käyttölaite .....	54
6.2.4	Maksullisen suoratoistopalvelun käytön tiheys .....	56
6.2.5	Paljonko maksullisista suoratoistopalveluista maksetaan ja ollaan valmiita maksamaan .....	59
6.3	Vastaajien luvattomien kopioiden lataaminen ja luvattomien suoratoistopalveluiden käyttöä mittaavat kysymykset .....	63
6.3.1	Luvattomien kopioiden lataaminen ja jakaminen.....	63
6.3.2	Luvattomien suoratoistopalvelujen käyttö .....	65
6.3.3	Asenne piratismia kohtaan ja käytön jatkaminen .....	67
6.4	Rakenneyhtälömallit suoratoistopalvelujen omaksumisesta.....	70
6.4.1	Faktorianalyysit .....	70
6.4.2	Mittausmalli .....	71
6.4.3	Rakenneyhtälömallit.....	73
7	YHTEENVETO JA POHDINTA .....	79
	LÄHTEET .....	90
	LIITE 1 KYSELYLOMAKE SIVU 1.....	100
	LIITE 2 KYSELYLOMAKE SIVU 2.....	101
	LIITE 3 KYSELYLOMAKE SIVU 3.....	104
	LIITE 4 KYSELYLOMAKE SIVU 4.....	108
	LIITE 5 KYSELYLOMAKE SIVU 5.....	113
	LIITE 6 ARVONTALOMAKE.....	117
	LIITE 7 HYPOTEESEISTA JOHDETUT KYSYMYKSET.....	118
	LIITE 8 MAKSULLISTEN MUSIIKIN SUORATOISTOPALVELUJEN OMAKSUMISEEN VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ MITTAAVAT KYSYMYKSET	
	120	
	LIITE 9 MAKSULLISTEN ELOKUVIEN JA TV-SARJOJEN SUORATOISTOPALVELUJEN OMAKSUMISEEN VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ MITTAAVAT KYSYMYKSET.....	122

# 1 JOHDANTO

Diginatiivien (engl. digital natives, Prensky, 2001) sukupolvi on kasvanut tietotekniikan ympäröimänä, eivätkä he ole eläneet ajassa ennen Internetiä. Nykynuorten voidaankin sanoa puhuvan Internet-kieltä äidinkielenään. Tässä yhteydessä Internet-kielillä tarkoitetaan sitä, että nykynuoret oppivat käyttämään teknologian laitteita lapsuudesta saakka ja rakentavat maailmansa nopean tiedonvälityksen avulla. Prenskyn (2001) mukaan nykyinen sukupolvi on kaikissa teknologiaa käyttävissä yhteiskunnissa uudenlainen ja täysin erilainen verrattuna aikaisempiin sukupolviin. Tämä diginatiivien sukupolvi elää murrosvaiheessa, jossa digitaalisten sisältöjen myynti on ohittamassa fyysisten vastineiden myynnin. Digitaalisten hyödykkeiden, kuten musiikki- ja videotiedostojen ja ohjelmistojen, erityispiirteisiin kuuluvat korkeat alkuvaiheen tuotantokustannukset ja matalat tai olemattomat monistamis- sekä jakelukustannukset. Digitaalisia hyödykkeitä voidaan myös pitää julkishyödykkeinä, sillä ne eivät kulu tai vähene jaettaessa jonkun muun käytettäväksi. (Gopal & Sanders, 1997; Gopal, Sanders, Bhattacharjee, Agrawal, & Wagner, 2004; Riekkinen & Frank, 2014; Strykowski & Scorpecci, 2009.) Kansallisen mediatutkimuksen mukaan erityisesti nuoret suosivat verkkomedioita perinteisten medioiden sijaan ja kuluttavat digitaalista musiikkia sekä videota vanhempaa väestöä mieluummin (Media Audit Finland, 2015).

Musiikkituottajat - IFPI Finland ry:n (2015b) syyskuussa 2015 toteuttaman tutkimuksen mukaan Suomessa digitaalisen musiikkimyynnin osuus musiikin kokonaismarkkinoista oli jo yli 70 prosenttia ja digitaalisen musiikkimyynnin tuotoista 75 prosenttia muodostui suoratoistopalveluista. Virallisen Musiikkituottajien (2016a) vuoden 2016 myyntitilaston mukaan digitaalinen musiikkimyynti kattoi 75 prosenttia äänitemyynnin kokonaismarkkinoista ja 63 prosenttia kokonaismyynnistä muodostui suoratoistopalveluiden myynnistä. Pohjoismaisten musiikin tekijänoikeusjärjestöjen Teoston, Tonon ja Kodan syyskuussa 2015 toteuttaman 3600 vastaajan *Polaris Nordic Digital Music Survey 2015* -kyselytutkimuksen mukaan Suomessa digitaalisesta musiikista maksaneiden osuus on pohjoismaiden pienin. Vain 14 prosenttia vastanneista kertoi maksaneensa kuluneen vuoden aikana digitaalisesta musiikista ja suomalaisista vastanneista 46



prosentin mielestä suoratoistopalvelun ilmaisuus oli tärkein syy valittaessa musiikkipalvelua.

Musiikkimarkkinoiden lisäksi samanlainen kehityssuunta on havaittavissa myös digitaalisten videoiden myynnin kohdalla. Kasvavat tiedonsiirtonopeudet ja tallennustilan edullisuus on mahdollistanut myös videosisältöjen nopean ja tehokkaan jakelun. Suomen elokuvasäätiön (2016) tilastojen mukaan DVD- ja Blu-ray-levyjen myynnin ja vuokrauksen kokonaisymyynti on pudonnut vuodesta 2008 asti ja oli vuonna 2016 pudonnut 81 prosenttia verrattuna vuoteen 2008. Arkena -yrityksen toteuttaman 4055 vastaajan Nordic Video Index -kyselytutkimuksen (2015) mukaan videoiden suoratoistopalvelut ovat pohjoismaissa erittäin suosittuja ja yli 80 prosenttia suomalaisista oli katsonut viimeisen puolen vuoden aikana suoratoistosisältöä. Kuten digitaalisen musiikin kohdalla, suoratoistosisällöistä maksaneiden osuus oli Suomessa pohjoismaiden pienin. Tutkimusten mukaan suoratoistopalvelut ovat viime vuosina kasvaneet erittäin suosituiksi, mutta tieteellinen tutkimus on keskittynyt lähinnä musiikin latauskauppojen ja elokuvien vuokrauspalvelujen omaksumiseen – joita kuluttajat eivät ole laajamittaisesti omaksuneet. (Halttunen, Makkonen, & Frank, 2010; Makkonen, Halttunen, & Frank, 2010, 2011; Makkonen ym., 2011.)

Samalla kun digitaalisten sisältöjen myynti on kasvanut, se on myös joutunut kilpailemaan täysin ilmaiseksi jaettua digitaalista sisältöä vastaan. Suurin osa luvatonta digitaalista sisältöä koskevista tutkimuksista käsittelevät musiikin luvatonta lataamista ja fyysisten tallenteiden musiikkimyynnin vähentymisen syyksi on monesti epäilty luvatonta lataamista. Joissakin tutkimuksissa tämän piratismiksi kutsutun ilmiön epäillään vaikuttaneen musiikin myynnin putoamiseen ja joissakin piratismiin nähdään jopa hyödyttäneen musiikkiteollisuutta. Vaikutuksista ei ole selvää yhteisymmärrystä, ja useissa tutkimuksissa on esitetty, että piratismilla on useita erisuuntaisia vaikutuksia musiikin myyntiin. (Tschmuck, 2010.) Piratismilla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa digitaalisen hyödykkeen luvatonta tai laitonta käyttöä riippumatta siitä, onko hyödykkeeseen päästy käsiksi lataamalla vai suoratoistopalvelun kautta.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan digitaalisten sisältöjen jakelutapojen yleisyyttä Suomessa. Tarkasteltaviksi jakelutavoiksi valittiin maksulliset musiikin ja elokuvien suoratoistopalvelut niiden samankaltaisen luonteen sekä samanaisten jakelukanavien takia. Tämän tutkimuksen tavoite oli selvittää, kuinka paljon nuoret ovat valmiita maksamaan suoratoistopalvelujen käytöstä, kuinka halukkaita he ovat käyttämään maksullisia suoratoistopalveluja ja mitkä tekijät vaikuttavat maksullisten suoratoistopalvelujen omaksumiseen. Samalla selvitettiin, onko laitton digitaalinen sisältö yhä yhtä suosittua, kun saatavilla on lähes yhtä helposti maksullisia vaihtoehtoja. Tutkielmassa käsitellään tekijöitä, jotka vaikuttavat suoratoistopalvelujen omaksumiseen suomalaisten nuorten keskuudessa. Tarkoitus on tutkia nuorten asenteita, sillä heidän asenteensa todennäköisesti tulevat heijastumaan digitaalisen sisällön seuraavien vuosikymmenten kehitykseen. Tämän lisäksi nuoret ovat aina eläneet ajassa jolloin digitaalista sisältöä on ollut olemassa ja jossa digitaalisten sisältöjen myynti on ohittamassa fyysisten

vastineiden myynnin. Pro gradu-tutkielman tutkimusongelman tarkastelua varten asetettiin seuraava tutkimuskysymys:

*Missä määrin nuoret ovat valmiita maksamaan suoratoistetusta digitaalisesta sisällöstä ja mitkä tekijät vaikuttavat suoratoistopalvelun omaksumiseen?*

Tutkimus toteutettiin kirjallisuuskatsauksena ja strukturoituna kyselytutkimuksena. Tutkimuksessa käytettävä aineisto koottiin ensisijaisesti ajankohtaisista teollisista artikkelijulkaisuista, mutta mukana on myös aihealueeseen keskeisesti liittyviä vanhempia julkaisuja. Pääasiallisina tiedonhaun välineinä käytettiin Jyväskylän yliopiston tietokantoja, AIS Electronic Library -artikkelitietokantaa sekä Googlen Scholar -hakukonepalvelua. Kirjallisuuskatsauksen tavoitteena oli tunnistaa tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa suoratoistopalvelujen omaksumiseen ja näiden pohjalta luotiin tutkielman viitekehys. Viitekehys perustuu pääosin Rogersin (2003) luokittelemiin innovaation ominaisuuksiin, joiden lisäksi malliin sovellettiin elementtejä Venkatesh, Morris, Davis ja Davis (2003) kehittämän UTAUT-mallin pohjalta sekä tekijöitä muista teknologian omaksumismalleista, joiden uskottiin vaikuttavan digitaalisten sisältöjen jakelukanavien omaksumiseen. Koska tutkimuksessa vertailtiin nuorten asenteita piratismia kohtaan ja sen vaikutusta suoratoistopalvelujen omaksumiseen, lisättiin viitekehukseen vaikuttavaksi tekijäksi asenne piratismiin. Käyttäjän asenteen piratismia kohtaan nähtiin vaikuttavan siihen, kuinka laajana tai laadukkaana palvelun sisältö nähtiin, kuinka hyödyllisenä palvelu nähtiin ja kuinka paljon palvelusta oltiin valmiita maksamaan. Vastaajilta tiedusteltiin, kuinka paljon he olisivat keskimäärin valmiita maksamaan yhdestä suoratoistopalvelusta sekä kuinka paljon he mahdollisesti maksoivat palvelusta.

Tutkimuksen aineisto kerättiin strukturoituna verkkokyselynä touko-kesäkuun vaihteessa vuonna 2016 ja kyselyyn kertyi yhteensä 1061 vastausta. Kyselyn levitykseen hyödynnettiin Jyväskylän, Tampereen, Helsingin, Turun, Itä-Suomen ja Oulun yliopistojen sähköpostilistoja sekä erilaisia sosiaalisen median sivustoja, kuten keskustelupalstoja ja yhteisöpalveluja. Aineisto analysoitiin IBM SPSS 23 -ohjelman avulla käyttäen hyödyksi keskiarvon testaamiseen soveltuvia menetelmiä sekä eksploratiivisia faktorianalyyssejä. Tämän jälkeen aineistosta tehtiin mittausmallit SPSS:n AMOS-lisäohjelmalla ja lopuksi mittausmallit siirrettiin rakenneyhtälömallien muotoon, joilla testattiin tutkimukselle asetettujen hypoteesien toimivuutta.

Tutkielma etenee seuraavasti. Seuraavassa luvussa käsitellään nuorten kuluttamien digitaalisten sisältöjen nykytilaa, teknologian kehitystä sekä teollisuudenaloihin vaikuttavia tekijöitä kuten piratismia ja digitaalisten sisältöjen jakelutapoja. Neljännessä luvussa tarkastellaan, mitä teknologian omaksumisella tarkoitetaan, ja esitellään tunnetuimpia malleja ja niistä tehtyjä laajennoksia, joilla voidaan selittää ja ennustaa teknologian omaksumista ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Näiden pohjalta on pyritty tunnistamaan keskeisiä digitaalisten sisältöjen jakelukanavien omaksumiseen vaikuttavia tekijöitä. Tekijöiden tarkastelun jälkeen luvun lopuksi esitellään yhteenveto, joka toimii empiirisen osuuden viite-

kehyyksen lähtökohtana. Luvussa 5 esitellään tutkimuksen tavoite sekä tarkastellaan tutkielman empiirisen osuuden menetelmiä ja toteutusta. Luvussa 6 esitellään empiirisen tutkimuksen pohjalta saadut keskeiset tulokset ja testataan asetetut hypoteesit. Ensiksi kuvaillaan aineistoa ja esitellään vastaajien demografiset tekijät. Luvun aluksi tarkastellaan aineistoa yleisellä tasolla, tarkastellaan vastaajien maksuhalukkuutta suoratoistopalveluja kohtaan, vastaajien kokemuksia luvattomasta lataamisesta sekä luvattomista suoratoistopalveluista ja jonka jälkeen siirrytään teoreettisen viitekehyyksen testaamiseen. Tutkielman lopuksi tehdään yhteenveto, jonka yhteydessä pohditaan tutkielman merkitystä ja rajoitteita sekä käsitellään esiin nousseita jatkotutkimusaiheita.

## 2 DIGITAALINEN SISÄLTÖ

Tässä luvussa käydään läpi pääasiassa suomalaisten kuluttamien digitaalisten sisältöjen nykytilaa, teknologian kehitystä sekä teollisuudenaloihin vaikuttavia tekijöitä kuten piratismia ja digitaalisen sisällön jakelutapoja. Diginatiivien sukupolvi elää murrosvaiheessa, jossa digitaalisten sisältöjen myynti on ohittanut fyysisten vastineiden myynnin. Digitaalisella sisällöllä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa nuorten kuluttamia viihteellisiä digitaalisia hyödykkeitä.

Digitaalisten hyödykkeiden, kuten musiikki- ja videotiedostojen ja ohjelmistojen, erityispiirteisiin kuuluvat korkeat alkuvaiheen tuotantokustannukset ja matalat tai olemattomat monistus- sekä jakelukustannukset. Digitaalisia hyödykkeitä voidaan myös pitää julkishyödykkeinä, sillä ne eivät kulu tai vähene jaettaessa niitä muiden käytettäväksi. (Gopal & Sanders, 1997; Gopal ym., 2004; Riekkinen & Frank, 2014; Strykowski & Scorpecci, 2009.) Kansallisen mediatutkimuksen mukaan erityisesti nuoret suosivat verkkomedioita perinteisten medioiden sijaan ja kuluttavat digitaalista musiikkia sekä videota vanhempaa väestöä mieluummin (Media Audit Finland, 2015). Tarkastelukohteeksi on valittu maksullinen digitaalinen musiikki ja -video niiden samankaltaisen luonteen sekä samanlaisten jakelukanavien takia.

### 2.1 Maksullisen digitaalisen musiikin kulutus ja jakelutavat

Musiikkimarkkinat ovat yksi puhutuimmista markkinoista, joka on kohdannut merkittäviä muutoksia diginatiivien elinaikana. Teknologian kehittyminen, etenkin digitalisoituminen, on tuonut mukaan uusia haasteita ja mahdollisuuksia. Musiikkimarkkinoilla äänitetuottajien oikeuksia turvaava kansainvälinen toimialajärjestö *International federation of the phonographic industry:n* (IFPI) vuonna 2017 julkaisema raportti *Digital music report* kertoo maailmanlaajuisessa musiikkimyyntissä digitaalisen musiikin olevan tasoissa levymyynnin kanssa. Samaan aikaan maailmanlaajuinen kokonaisymyynti on kuitenkin laskenut koko 2000-luvun ja fyysisten albumien myynti on vähäisempää kuin koskaan. Digitaalisen

puolen myynnin muodostavat yksittäiset musiikkilataukset ja albumilataukset, matkapuhelimiin ladattava musiikki sekä erilaiset Internetissä toimivat suoratoistopalvelut. Maksullisen digitaalisen musiikin palveluja on maailmassa yli 400 ja yleisimmät jakelukanavat voidaan jakaa IFPI:n (2017) myyntitilastojen perusteella kahteen pääkategoriaan: Musiikin latauskauppoihin ja suoratoistopalveluihin.

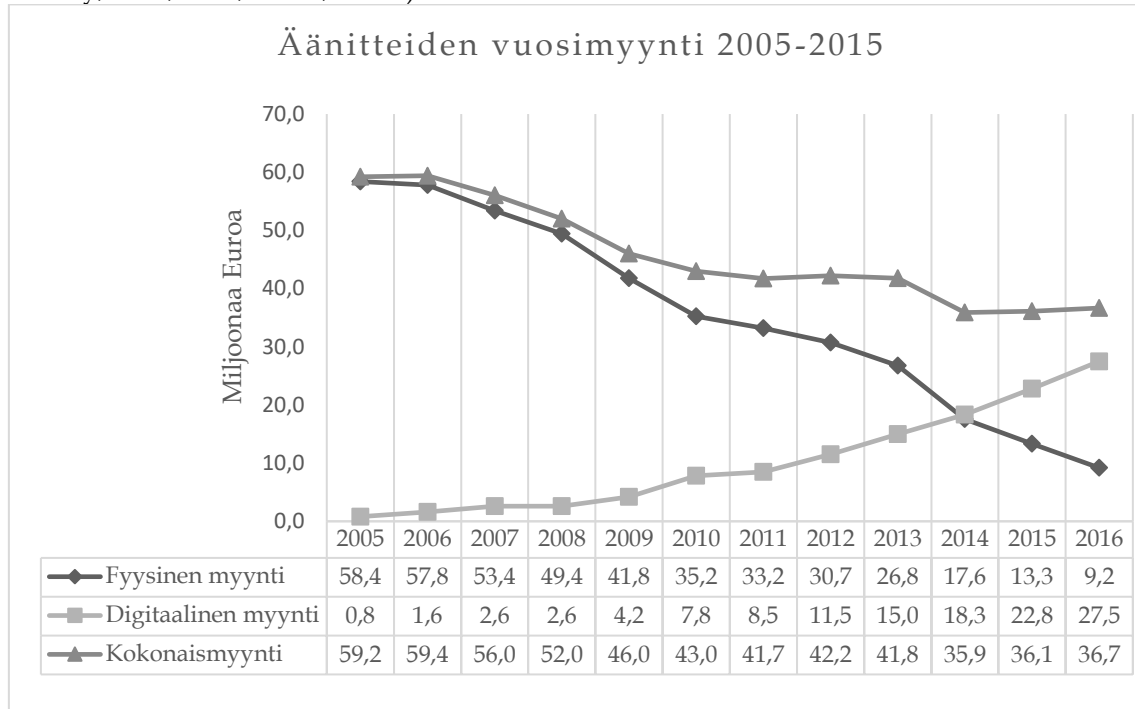
Musiikin latauskaupat ovat Internetissä toimivia musiikkikauppoja, joista käyttäjät voivat ladata albumin tai kappaleen suoraan omalle koneelleen maksua vastaan. Musiikin latauskaupoista tunnetuin on vuonna 2003 perustettu Apple iTunes Store (Sequeira & Vacante, 2003). Musiikin suoratoistopalvelut voidaan jakaa myyntitilastojen perusteella kahteen kategoriaan, maksullisiin tilauspalveluihin ja kuluttajalle maksuttomiin suoratoistopalveluihin. Musiikin tilauspalvelut ovat Internetissä toimivia musiikkipalveluja joissa käyttäjä ei maksa erillistä hintaa jokaisesta lataamastaan albumista tai kappaleesta, vaan ainoastaan kiinteän tilausmaksun tietyltä ajanjaksolta. Monet suoratoistopalvelut kuten YouTube ja Spotify toimivat kokonaan tai osittain mainostuloilla, jonka vuoksi ne näyttävät kuluttajalle maksuttomina, mutta voivat tarjota kuluttajille maksullisia erikoisominaisuuksia. (Halttunen, Makkonen, Frank, & Tyrväinen, 2010; Makkonen ym., 2010.) Esimerkiksi Spotify:n ilmaisversio soittaa ajoittain kappaleiden välissä mainoksia ja niitä on sijoitettu myös ohjelmiston käyttöliittymään. Maksullinen Spotify Premium tarjoaa kuluttajille paremman äänenlaadun, mainoksettoman palvelun ja mahdollisuuden kuunnella kappaleita ilman Internet-yhteyttä.

IFPI:n (IFPI, 2017) vuoden 2016 myyntitilastojen perusteella kansainvälisesti digitaalinen myynti on ohittanut fyysisten tallenteiden myynnin ja digitaalisesta myynnistä 64 prosenttia saadaan suoratoistopalveluista. Kansainvälisesti musiikin latauskauppojen myynti on laskenut 20,5 prosenttia ja suoratoistopalvelujen myynti kasvanut 60,4 prosenttia edellisestä vuodesta. Digitaalisen myynnin osa-alueilla on kuitenkin merkittäviä maakohtaisia eroja ja suoratoistopalvelut ovat suurin digitaalisen myynnin tulonlähde 37 maassa. Yleisesti pohjoismaissa suoratoistopalvelut ovat menestyneet huomattavasti paremmin kuin muut myyntikanavat. Ruotsissa jopa 69 prosenttia kokonaisymynnistä muodostuu suoratoistopalveluista, kun Saksassa fyysinen myynti kattaa vielä 52 prosenttia kokonaisymynnistä. (IFPI, 2017.)

Musiikkituottajat - IFPI Finland ry:n (2015b) syykuussa 2015 toteuttaman tutkimuksen mukaan Suomessa digitaalisen musiikkimyynnin osuus musiikin kokonaismarkkinoista oli jo yli 70 prosenttia ja digitaalisen musiikkimyynnin tuotoista 75 prosenttia muodostui suoratoistopalveluista. Virallisen Musiikkituottajien (2016a) vuoden 2016 myyntitilaston mukaan digitaalinen musiikkimyynti kattoi 75 prosenttia äänitemyynnin kokonaismarkkinoista ja 63 prosenttia kokonaisymynnistä muodostui suoratoistopalveluiden myynnistä (TAULUKKO 1). Suoratoistopalveluista saatava myynti oli vuoden 2016 aikana kasvanut maailmanlaajuisen myynnin tapaan noin 22 prosenttia ja digitaalisista musiikkikauppojen myynti laskenut päälle 30 prosenttia. Musiikin kokonaisymyynti oli vuoteen 2015 asti seurannut maailmanlaajuisen myynnin kehityssuuntaa ja

oli laskenut tasaisesti koko 2000-luvun, vaikka digitaalinen musiikkimyynti oli kasvanut. Musiikkituottajat – IFPI Finland ry (2016b) uskoo vuosia jatkuneen kokonaisuomyyntin laskun taittuvan nousuun kasvavien digitaalisten musiikkipalveluiden myötä.

TAULUKKO 1 Äänitteiden vuosimyynti Suomessa 2005-2016 (Musiikkituottajat – IFPI Finland ry, 2013, 2014, 2015a, 2016a)



Pohjoismaisten musiikin tekijänoikeusjärjestöjen Teoston, Tonon ja Kodan syyskuussa 2015 toteuttaman 3600 vastaajan *Polaris Nordic Digital Music Survey 2015* -kyselytutkimuksen mukaan Suomessa digitaalisesta musiikista maksaneiden osuus on pohjoismaiden pienin. Vain 14 prosenttia kyselytutkimukseen vastanneista kertoi maksaneensa kuluneen vuoden aikana digitaalisesta musiikista. Vastaavat luvut olivat Tanskassa 18 prosenttia, Ruotsissa 27 prosenttia ja Norjassa 30 prosenttia. Suomalaisista vastanneista 46 prosentin mielestä suoratoistopalvelun ilmaisuus oli tärkein syy valittaessa musiikkipalvelua, seuraavana palvelun helppokäyttöisyys ja tämän jälkeen palvelun laillisuus. Nuoret vastaajat eivät nähneet palvelun laillisuutta yhtä tärkeänä tekijänä, vaan heille tärkeämpiä tekijöitä olivat ilmaisuus, helppokäyttöisyys, kaiken heidän haluamansa musiikin saatavuus, korkea äänenlaatu, uusien musiikkikappaleiden ehdotukset, edullisuus ja vasta näiden jälkeen palvelun laillisuus. Merkillepantavaa on, että esimerkiksi Ruotsissa musiikkipalveluiden tarjoama sisältö ja niiden käytettävyys ovat kuluttajien kannalta tärkeämpiä tekijöitä kuin esimerkiksi palvelun ilmaisuus. (YouGov, Teosto, Tono, & Koda, 2015.)

Halttunen, Makkonen ja Frank (Halttunen, Makkonen, & Frank, 2010; Makkonen ym., 2010, 2011) ovat noin viisi vuotta sitten tutkineet useissa tutkimuksissa syitä heikolle musiikin latauskauppojen omaksumiselle sekä

haluttomuutta digitaalisen musiikin ostamiselle. Tutkimusten perusteella vain harvat olivat kokeilleet musiikin ostamista digitaalisessa muodossa ja vieläkin harvemmat olivat olleet aktiiviasiakkaita. Musiikkia kuunneltiin tutkimusten mukaan yleisesti ottaen paljon, minkä katsottiin tarkoittavan, että valtaosa musiikista joko ladattiin Internetistä ilmaiseksi tai ostettiin fyysisinä äänitallenteina. Digitaalinen musiikin hintataso nähtiin myös kuluttajien mielestä liian korkeana ja varsinkin nuoret kuluttajat hankkisivat tutkimusten perusteella musiikkinsa vain Spotifyn kaltaisista laillisista lähteistä jos se olisi ilmaista tai lähes ilmaista. Tutkimuksissa pohdittiin erityisesti miten ilmaiseen sisältöön tottuneet nuoret kuluttajat saadaan ostamaan digitaalista musiikkia ja onko kyse taloudellisten resurssien tai vaadittavien maksuvälineiden puuttumisesta vai onko nuorista musiikin kuluttajista muodostumassa uudenlainen kuluttajatyyppe, joka ei ole innokas maksamaan kuluttamastaan musiikista, koska ilmaistakin sisältöä on saatavilla.

Tutkimusten toteutusajankohdan jälkeen digitaalisen musiikin myynti on kasvanut merkittävästi ja on tilastojen mukaan Suomessa suositumpaa kuin koskaan. Samalla fyysisten tallenteiden myynti on jatkanut laskuaan ja käyttäjien maksuhalukkuus digitaalisia sisältöjä kohtaan on pysynyt matalana. Suoratoistopalvelujen kasvanut suosio on onnistunut toistaiseksi paikkaamaan fyysisten sekä digitaalisten latauskauppojen myynnin laskua. Vaikka suoratoistopalvelujen suosio on kasvanut, niin Spotifyn kaltaisten suoratoistopalvelujen viimeisin ongelma on kannattamattomuus. Bloombergin (2017) mukaan Spotifylla on jo 140 miljoonaa käyttäjää, mutta siitä huolimatta Spotify teki vuonna 2016 539 miljoonaa euroa tappiota. Tulevan kahden vuoden aikana Spotifyn on sopimustensa mukaan maksettava royalteja ainakin kaksi miljardia euroa ja tämän lisäksi kaikkia levy-yhtiösopimuksia ole vielä uusittu. Vaikka Spotify on perustettu jo vuonna 2006, yhtiö ei ole tehnyt yhtenäkkään vuotena tulosta. Spotifyn 140 miljoonasta käyttäjästä noin 48 miljoonaa käyttäjää maksavat palvelusta kuukausimaksua ja 90 prosenttia yhtiön tuloista muodostuu maksavista käyttäjistä. Vaikka suoratoistopalvelujen suosio on viime vuosina kasvanut, Spotifyn kaltaisten suoratoistopalvelujen viimeisin ongelma on ollut kannattamattomuus, joka on asettanut palveluille paineita luopua ilmaisversioista.

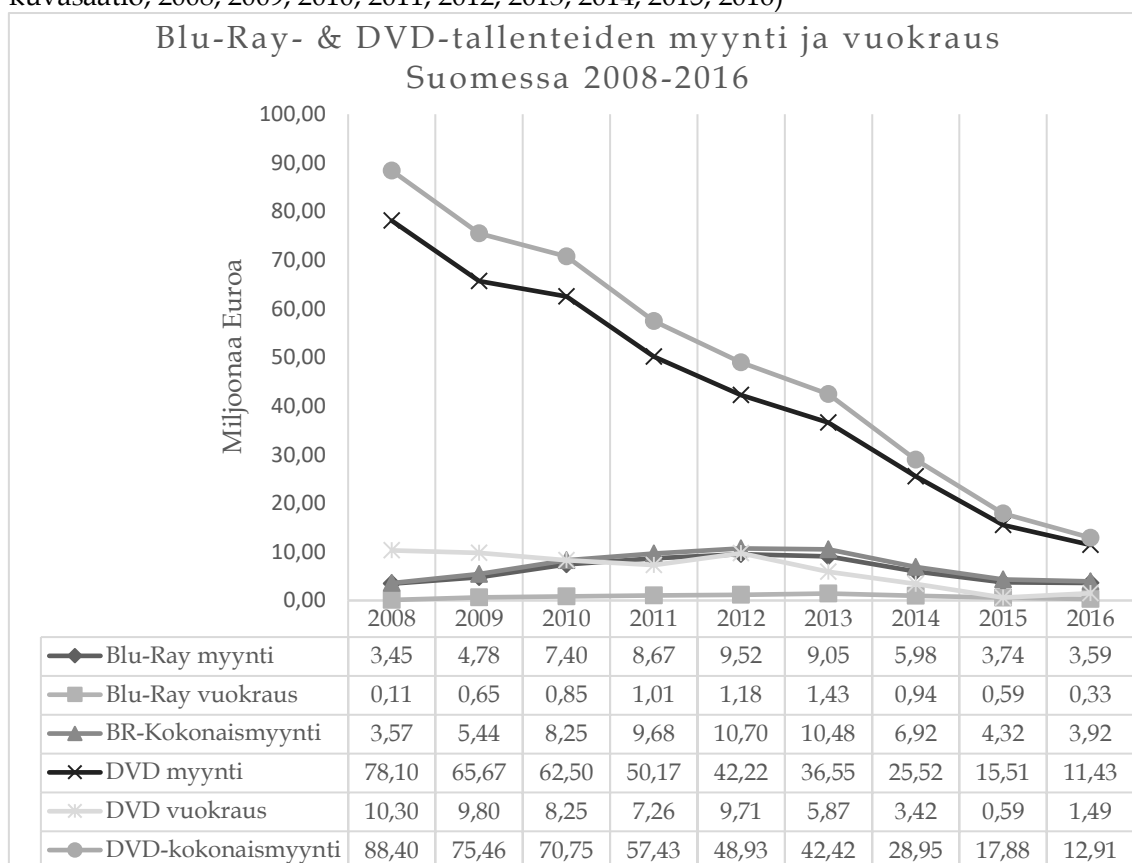
## **2.2 Maksullisen digitaalisen videon kulutus ja jakelutavat**

Musiikkimarkkinoiden lisäksi samanlainen kehityssuunta on havaittavissa myös digitaalisten videoiden myynnin kohdalla. Kasvavat tiedonsiirtonopeudet ja tallennustilan edullisuus on mahdollistanut myös videosisältöjen nopean ja tehokkaan jakelun. Suomen elokuväsäätöön tilastojen mukaan DVD- ja Blu-ray-levyjen myynnin ja vuokrauksen kokonaismyynti on pudonnut vuodesta 2008 asti ja oli vuonna 2016 pudonnut 81 prosenttia verrattuna vuoteen 2008 (TAULUKKO 2). Vuonna 2008 DVD ja Blu-ray-tallenteiden myynnin ja vuokrauksen kokonais-

myynti oli 91 963 870 euroa ja perinteisten DVD-levyjen osuus kokonaismyynnistä oli 96 prosenttia. Vuonna 2016 tallenteiden kokonaisliikevaihto oli 16 828 000 euroa eli noin 81 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2008. Perinteiset DVD tallenteet ovat edelleen Blu-ray levyjä suositumpia, vaikka niiden osuus kokonaisliikevaihdosta on laskenut noin 80 prosenttiin. Blu-ray-tallenteiden myynti sekä vuokraus on kasvanut tasaisesti vuodesta 2008, mutta vuonna 2014 myös Blu-ray-tallenteiden myynti sekä vuokraus lähtivät laskuun. Vuonna 2014 tallenteiden kokonaismyynti oli noin 32 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2013 ja vuonna 2015 38 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2014.

Suomen elokuvasäätiö (2014) ei pidä tilastoa digitaalisesti myydyistä tallenteista, sillä tallenteiden uusille jakelukanaville ole vielä toteutettu samanlaisia vaikiintuneita tilastokäytänteitä kuin musiikki-, elokuvateatteri- ja televisio-maailmassa. Suomen elokuvasäätiö (2014) ilmoittaa, ettei fyysisten tallenteiden myynnin sekä vuokraamisen laskun paikkaajalle ole kuitenkaan löytynyt korvaavaa tulonlähdetä verkkoliiketoiminnan puolelta.

TAULUKKO 2 Blu-Ray-tallenteiden myynti ja vuokraus Suomessa 2008-2015 (Suomen elokuvasäätiö, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016)



Tilintarkastusketju PricewaterhouseCoopersin (2015) tekemän ennusteen mukaan digitaalisten suoratoistopalvelujen tuotot tulevat ylittämään fyysisten tallenteiden myyntien tuoton Yhdysvalloissa vuoden 2015 aikana. Tutkimuksen mukaan elokuvien digitaalisten jakelukanavien osuuden arvioidaan kasvavan



Yhdysvalloissa 9,5 miljardin dollarin arvoiseksi ja fyysisten tallenteiden myynnin sekä -vuokrauksen uskotaan putoavan 7,8 miljardiin dollariin. Lisäksi tutkimuksessa ennustetaan, vuoden 2017 suoratoistomyynnin ylittävän Yhdysvalloissa jopa elokuvateattereiden tuotot. (PwC, 2015). PriceWatersCoopersin ennuste osui hyvin lähelle, sillä Digital Entertainment Group:in virallisen filmatun viihteen vähittäismyynti- ja vuokrauskulutuksen vuoden 2017 raportin mukaan digitaalisen sisällön osuus oli Yhdysvalloissa vuonna 2015 49,25 prosenttia ja vuonna 2016 56,46 prosenttia kokonaisymyynnistä ja -vuokrauksesta. Fyysinen vähittäismyynti kattoi vuonna 2016 30 prosenttia ja fyysinen vuokraus 13,50 prosenttia kokonaisymyynnistä ja -vuokrauksesta. Digitaalisen puolen myynnin muodostavat latauskaupat, vuokrauspalvelut sekä suoratoistopalvelut. Suoratoistopalveluista saadun tuoton osuus oli 60 prosenttia digitaalisten sisällön osuudesta. Filmatun viihteen kokonaisymynti ja vuokraus sekä erityisesti fyysisten tallenteiden myynnistä ja vuokrauksesta saatava tuotto on laskenut tasaisesti viimeiset vuodet. Ainoastaan digitaalisten jakelukanavien tuotot ovat jatkaneet kasvuaan, joista suurimpana kasvajana suoratoistopalveluista saatava tuotto. (Digital Entertainment Group, 2017.)

Digitaalisen videon kaupallinen jakelu voidaan jakaa Digital Entertainment Group:in (2016) myyntitilastojen mukaan kolmeen kategoriaan: *Tilausvideot* (engl. Video On Demand), *suoratoistopalvelut* (engl. Subscription Streaming) ja *elokuvien latauskaupat* (engl. Electronic Sell-Thru). Tilausvideolla tarkoitetaan digitaalista elokuvavuokraamaa, jossa katsoja kotoaan tilaa elokuvan tai minkä tahansa liikuvaa kuvaa sisältävän kokonaisuuden katsottavakseen Internetin tai maksukanavapalvelun välityksellä (Rizzuto & Wirth, 2002; Tsang & Kwok, 2000). Suomessa tunnettuja tilausvideopalveluja ovat Viaplay, Elisa Viihde, CDON.com Video on Demand, Film2Home, SF Anytime ja iTunes.

Suoratoistopalveluilla tarkoitetaan Netflixin, Viaplayn ja HBO Nordicin kaltaisia tilauspalveluja, joissa käyttäjät voivat katsoa vapaasti elokuvia ja TV-sarjoja tyypillisesti kuukausimaksua vastaan. Aikaisemmin suoratoistopalvelut miellettiin samaan kategoriaan kuin tilausvideot, mutta nykyään tilausvideolla tarkoitetaan pääasiassa yksittäisen elokuvan tai televisiosarjan digitaalista vuokraamista. Tilausvideot ovat yleensä katsottavissa vuorokauden tai kahden vuorokauden ajan tilauksen tekohetkestä, kun suoratoistopalveluissa koko ohjelmatarjonta ovat vapaasti katsottavissa koko tilausjakson ajan. Osa suoratoistopalveluista toimii musiikin suoratoistopalvelujen tapaan täysin tai osittain mainosrahoitteisesti ja tarjoavat käyttäjille katseltavaa sisältöä maksutta. Suomessa tunnetuimpia maksuttomia suoratoistopalveluja ovat Googlen Youtube, MTV3 Katso, Nelonen Ruutu ja Yle Areena. Monet suoratoistopalvelut tarjoavat uudempiä elokuvia sekä televisiosarjoja katseltavaksi tilausvideon toimintaperiaatteella, jolloin kyseiset sisällöt eivät kuulu kuukausimaksuun vaan näiden vuokraamisesta pitää maksaa erillinen maksu. (Arkena, 2015.)

Latauskauppoja ovat esimerkiksi 2005 musiikin myynnistä elokuvien sekä sarjojen myyntiin laajentanut Applen iTunes (Gardner & Neumayr, 2005) ja myö-

hemmin 2012 myynnin aloittanut Googlen Play Movies (Rubin, 2012), josta käyttäjät voivat ladata digitaalisen kopion elokuvasta tai televisiosarjasta maksua vastaan.

Arkena -yrityksen toteuttaman 4055 vastaajan Nordic Video Index -kyselytutkimuksen (2015) mukaan videoiden suoratoistopalvelut ovat pohjoismaissa erittäin suosittuja ja yli 80 prosenttia suomalaisista oli katsonut viimeisen puolen vuoden aikana suoratoistosisältöä. Kuten digitaalisen musiikin kohdalla, suoratoistosisällöistä maksaneiden osuus oli Suomessa pohjoismaiden pienin. Vain 32 prosenttia käyttäjistä oli maksanut katsomastaan suoratoistosisällöstä viimeisen kuukauden aikana. Vastaavat luvut olivat Ruotsissa 49 prosenttia, Tanskassa 59 prosenttia ja Norjassa 69 prosenttia. Maksaneet suomalaiset käyttäjät kuluttivat suoratoistopalveluihin kuukaudessa saman verran rahaa kuin tanskalaiset (16 euroa). Ruotsissa suoratoistopalveluista maksettiin kuukaudessa keskimäärin 20 euroa ja Norjassa 24 euroa. (Arkena, 2015.)

### 3 PIRATISMIN VAIKUTUS DIGITAALISTEN SISÄLTÖJEN KULUTUKSEEN

Markkinoiden viimeaikainen kehitys on tarjonnut kuluttajille yhä helpompia ja edullisempia tapoja hankkia digitaalisia sisältöjä Internetin kautta. Laillisten digitaalisten sisältöjen jakelukanavat ovat kehittyneet vuosien varrella ja pyrkineet vastaamaan jatkuvasti kasvavaan Internetin kautta kulutettavan musiikin sekä elokuvien kysyntään. Digitaalisen myynnin kasvaessa myös täysin ilmaiseksi jaettu sisältö on tullut kuluttajien tietoisuuteen. Laittoman digitaalisen sisällön saaman kattavan mediahuomion vuoksi, on voitu olettaa sen aina olleen varteenotettava vaihtoehto monille tietotekniikan käyttäjille. Tämän takia monet käyttäjät harkitsevat laittomia keinoja tehdessään päätöksiä digitaalisen sisällön hankkimisesta ja joissakin maissa laittomat keinot saattavat olla ainoa tapa päästä käsiksi tiettyihin musiikkialbumeihin tai elokuvasarjoihin (Veitch & Constantiou, 2012).

Kansankieleen vakiintuneella käsitteellä ”*piratismi*” voidaan tarkoittaa montaa asiaa ja aikaisemmin käsitteellä on tarkoitettu tietoista kaupallisen hyödyn tavoittelua luvattomalla jäljittelyllä (Kempainen, 2006). Nykyään piratismilla viitataan digitaalisten hyödykkeiden laittomaan kopiointiin ja levittämiseen, eikä taloudellisen hyödyn tavoittelua enää pidetä piratismia määrittävänä tekijänä. Useimmissa tutkimuksissa piratismi on määritelty digitaalisen hyödykkeen laittomana lataamisena ja kopioimisena (Gartside & Heales, 2006; Gopal ym., 2004; S. Liebowitz, 2002). Samalla kun laillisten digitaalisten hyödykkeiden jakelukanavat ovat muuttuneet, ovat myös laittomien palveluiden toimintatavat muuttuneet ja piratismi ei välttämättä tarkoita enää pelkästään digitaalisen sisällön lataamista käyttäjän tietokoneelle, vaan digitaalista sisältöä on saatavilla myös luvattomista suoratoistopalveluista (Veitch & Constantiou, 2011). Piratismilla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa digitaalisen hyödykkeen luvattonta tai laittontaa käyttöä riippumatta siitä, onko hyödykkeeseen päästy käsiksi lataamalla vai suoratoistopalvelun kautta.

### 3.1 Aikaisempi tutkimus piratismista

Suurin osa luvaton digitaalista sisältöä koskevista tutkimuksista käsittelevät musiikin luvaton lataamista ja fyysisten tallenteiden musiikkimyynnin vähentymisen syyksi on monesti epäilty luvaton lataamista. Joissakin tutkimuksissa tämän piratismiksi kutsutun ilmiön uskotaan vaikuttaneen musiikin myynnin laskuun ja joissakin piratismiin nähdään hyödyttäneen musiikkiteollisuutta. Vaikutuksista ei ole selvää yhteisymmärrystä, ja useissa tutkimuksissa on esitetty, että piratismilla on useita erisuuntaisia vaikutuksia musiikin myyntiin.

Ensimmäisiä musiikkipiratismia tutkivia tutkimuksia oli Bhattacharjee, Gopal, ja Sandersin (2003) tekemä tutkimus, jossa ilmiötä tutkittiin rinnastamalla se ohjelmistopiratismiin ja siitä saatuun tutkimustietoon. Ohjelmistoja on kopioitu laittomasti mediatiedostoja kauemmin, sillä aikaisemmin käytettävissä olleet kaistanleveydet eivät vielä mahdollistaneet paljon tilaa vievän median helppoa jakelua Internetissä. Ohjelmistoja ja musiikkia yhdistävät julkishyödykkeiden piirteet, mutta niillä on myös eroja. Bhattacharjee ym., (2003) tutkimuksessa todettiin Internetin ja digitaalitekniikoiden tehneen helpoksi kuunnella musiikkia tiedostojen jakamisen avulla ennen ostopäätöstä. Heidän mukaansa musiikki on kokemushyödyke, jonka arvon kuluttaja tietää vasta hyödykettä kulutettuaan. Bhattacharjee ym., (2003) vuosina 2000-2001 toteuttaman 200 vastaajan kyselytutkimuksen mukaan monet laittomasti musiikkia kuunnelleet päätyivät ostamaan kyseisen artistin musiikkia. Tutkimuksessa ennustettiin ilmaisen luvattoman lataamisen kasvavan kaistanleveyksien sekä luvattoman tarjonnan kasvaessa. Tutkittavat pitivät myös musiikkilevyjen hintaan korkeana ja tutkimuksessa pohdittiin uusien hinnoittelumallien tarvetta. Samoihin aikoihin julkaistun Apple iTunes musiikkiverkkokaupan uskottiin kuitenkin tuovan kuluttajalle joustavampia mahdollisuuksia musiikin koekuunteluun ja musiikin hankkimiseen luvallisista lähteistä. Tutkittavat olivat valmiita maksamaan digitaalisesta musiikista vain 5-10 dollaria kuukaudessa ja tästä syystä tutkimuksessa ehdotettiin tilauspalveluna toimivan musiikkipalvelun mahdollisesti vastaavan kuluttajan tarpeisiin paremmin.

Monissa musiikkipiratismia koskevissa aiemmissä tutkimuksissa musiikkipiratismiin on nähty vaikuttavan negatiivisesti musiikin myyntiin. Zentnerin (2006, julkisuudessa 2003) vuonna 2001 toteuttaman 15 000 vastaajan tutkimuksen perusteella laitton lataaminen vähentää laittomasti musiikkia lataavan mahdollisen musiikinostajan ostotodennäköisyyttä 30 prosentilla. Samassa tutkimuksessa arvioitiin vuoden 2002 musiikkimyynnin laskeneen 7,8 prosenttia laitoman lataamisen takia. Piratismiin on nähty vaikuttavan negatiivisesti musiikin myyntiin myös Hui ja Png (2002), Peitz ja Waelbroeckin (2003), Zentnerin (2009) ja Liebowitzin (2006b) tutkimuksissa. Boorstinin (2004) ja Blackburnin (2004) mukaan luvaton lataaminen vähentää tunnettujen artistien myyntiä mutta vaikuttaa positiivisesti vähemmän tunnettuihin artisteihin.

Musiikkipiratismiin verkostovaikutuksen avulla vähemmän tunnetut artistit pystyvät kasvattamaan myyntiään ja saavuttamaan suuremman yleisön.

Felix Oberholzer-Geen ja Koleman Strumpfin (2007) artikkeli "*The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis*" oli yksi ensimmäisistä artikkeleista, joka kiisti piratismiin negatiiviset vaikutukset musiikkimyyntiin. Tutkimuksessa todettiin ettei laittoman lataamisen vaikutusta musiikkimyyntiin pysty erottamaan tilastollisesta nollostä. Tutkimuksen yhteenvedossa epäiltiin musiikkimyyntiin vähenemiseen osatekijänä olevan muiden digitaalisten hyödykkeiden kuten pelien, elokuvien ja muun vihteen kasvanut kysyntä. Tutkimus aiheutti julkastuttaessaan merkittävää kohua (Silverthorne, 2004) ja on tämän jälkeen ollut yksi kiisteillymmistä sekä viitatuimmista tutkimuksista.

Julkaisun jälkeen Stan. J. Liebowitz (2007) on kritisoinut voimakkaasti Oberholzer-Geen ja Strumpfin tutkimusta artikkelissa "*How Reliable is the Oberholzer-Gee and Strumpf Paper on File-Sharing?*". Artikkelin mukaan Oberholzer-Geen ja Strumpfin tutkimusdata on monin osin virheellistä, musiikin myynnin laskua selittävien muiden tekijöiden olevan kestäättömiä tarkemmalle tarkastelulle ja etteivät tutkimuksen empiiriset kokeet tue esitettyjä päätelmiä. Liebowitz (2006a) on kirjoittanut musiikkipiratismista useita tutkimuksia ja poikkeuksellisesti hänen tutkimuksessaan laittoman lataamisen mahdollistava musiikin koekuuntelu nähtiin vaikuttavan negatiivisesti musiikin myyntiin, kun muissa tutkimuksissa kokeiluvaikutukset on nähty positiivisina. Viimeisimmässä Liebowitzin (2011) piratismia käsittelevässä artikkelissa laittoman lataamisen nähdään selittävän koko 2000-luvun levymyyntiin laskun kokonaisuudessaan. Liebowitz kehitti tutkimustaan varten laskentakaavan ja arvioi laittoman lataamisen aiheuttaman myynnin laskun olevan yli 100 prosenttiyksikköä, sillä hänen mukaansa ilman laitonta lataamista musiikkiteollisuuden myynti olisi jatkanut kasvua.

Aguiar ja Martensin (2016) artikkelin "*Digital music consumption on the Internet: Evidence from clickstream data*" tutkimuksen tulokset osoittavat Oberholzer-Geen ja Strumpfin tutkimuksen tapaan, että luvattomalla lataamisella ei ole ollut merkittävää vaikutusta musiikin myyntiin. Tutkimuksessa todetaan digitalisaation vaikuttaneen musiikkiteollisuuteen ja musiikin myyntiin sekä tapoihin tuottaa tulosta. Vaikka musiikin myynti on vähentynyt voimakkaasti vuodesta 1999, samaan aikaan digitaalisen musiikin osuus kokonaisyntiin on kasvanut. Digitalisointi on mahdollistanut uusia jakelukanavia maksulliselle musiikille ja erilaisten jakelukanavien välinen suhde vaatii tarkempaa tutkimusta.

Tschmuck (2010) on suorittanut piratismiin taloudellisia vaikutuksia selvittäneistä tutkimuksista kirjallisuuskatsauksen. Katsauksessa oli mukana 22 tutkimusta, joista 14 päättyi piratismiin negatiivista vaikutusta puoltavaan tulokseen. Vastaavasti viidessä tutkimuksessa piratismiin vaikutus oli positiivinen, ja kolmen tutkimuksen mukaan piratismilla ei ollut havaittavaa vaikutusta. Huomattava seikka oli, että kaikki neljä tutkimusta, joiden aineistona käytettiin todellista vertaisverkkoliikennettä, päätyivät siihen, ettei piratismilla ollut käytännössä vaikutusta musiikin myyntiin.

Tschmuck (2010) kritisoi kirjallisuuskatsauksessaan myös aikaisempien tutkimusten yksinkertaisten korrelaatioiden ja kausaali-teettien tarkasteluun keskittyvää tutkimustapaa. Hänen mukaansa asiaa on tarkasteltava laajemmin, osana kulttuuri- ja teknologiaympäristön muutosta. Teknologiset, sosiaaliset ja taloudelliset kehityskulut liittyvät kaikki toisiinsa muovaten musiikkialan toimintakenttää. Tiedostojen jakelu ei ole musiikkiteollisuuden kokeman vallankumouksen syy, vaan pikemminkin seuraus digitalisaation aiheuttamasta kuluttajien käyttäytymisen muutoksesta.

Oberholzer-Gee ja Strumpf (2010) ovat myös kritisoineet pelkästään myyntitilastojen ja laittoman lataamisen kasvun vertailua. Heidän mukaansa tärkeintä on tarkastella digitalisoinnin myötä mahdollista viihdeteollisuuden vähentyntä halua luoda, markkinoida ja jaella viihdettä. Samaan aikaan kun fyysinen myynti on vähentynyt, on konserttilipuista ja oheistuotteista saatava tuotto kasvanut. Vaikka digitalisaatio on mahdollistanut tiedostojen helpon laittoman jakelun, se on samalla alentanut elokuvien sekä musiikin tuotanto- ja jakelukustannuksia. Oberholzer-Geen ja Strumpfin (2010) mukaan tieteelliselle tutkimukselle on tarvetta etenkin viihdeteollisuuden oheismyynnin vaikutuksesta tallenteiden myynnin laskuun ja erilaisten digitaalisten jakelukanavien vaikutuksista kuluttajien ostopäätökseen.

Internet-yhteyksien kaistanleveyksien kasvun myötä piratismiin vaikuttava elokuvateollisuuteen on tullut tutkimuksen kohteeksi, mutta elokuvapiratismia koskevia tutkimuksia on tehty musiikkipiratismiin verrattuna huomattavasti vähemmän. Musiikin ja elokuvien poikkeavuuksien takia elokuvien uskotaan olevan alttiimpia piratismiin vaikutuksille. Elokuvien koekatselu ennen ostopäätöstä on harvemmin mahdollista verrattuna musiikin koekuunteluun, eikä kuluttajien altistuminen elokuville ole samankaltaista kuin musiikille esimerkiksi radiokanavien kautta. Vaikka elokuvia voidaan kuluttaa useiden luvallisten kanavien kautta, elokuvia katsellaan yleensä vain kerran, kun musiikkikappaletta voidaan kuunnella useita satoja kertoja. Musiikin kohdalla laittoman lataamisen mahdollistavan koekuuntelun on useimmin nähty vaikuttavan positiivisesti musiikin myyntiin, mutta elokuvien kohdalla vaikutuksen arvioidaan olevan negatiivinen. (Rob & Waldfogel, 2006.)

Piratismiin vaikuttava elokuvien myyntiin ovat tutkineet muun muassa Bounie, Waelbroeck ja Bourreau (2006) Hennig-Thurau, Henning ja Sattler (2007), Smith ja Telang (2009), Zentner (2010), Danaher, Dhanasobhon, Smith ja Telang (2010) ja Danaher & Smith (2013). Kaikissa näissä tutkimuksissa piratismiin nähtiin vaikuttavan ainakin jossain määrin negatiivisesti elokuvamynttiin. Danaher ym. (2010) ja Danaherin ja Smithin (2013) tutkimuksissa selvitettiin, onko elokuvapiratismi vaikuttanut digitaalisten elokuvien myyntiin, kun muut tutkimukset keskittyivät selittämään piratismiin vaikuttava fyysisten tallenteiden ja elokuvateatterien myyntiin.

Danaherin ja Smithin (2013) tutkimus on metodeiltaan mielenkiintoisin. Tutkimuksessa käytettiin kahdentoista maan digitaalisten elokuvatalenteiden myynti- ja vuokraustilastoja. Tutkimuksessa seurattiin tilastojen kehitystä ennen ja 18 viikkoa tiedostonjakelusivusto Megauploadin sulkemisen jälkeen.

Myyntitilastoja vertaamalla tutkijat päätyivät tulokseen, että Megaupload ja Megavideo -sivustojen sulkeminen kasvatti digitaalisten elokuvatallojen myyntiä ja vuokrausta 6,5-8,5 prosenttiyksiköllä.

Martikainen (2013) on tutkinut väitöskirjassaan vertaisverkkojen välityksellä tapahtuvan laittoman jakelun vaikutusta uusien DVD- ja Blu-Ray-elokuvien myyntiin yhdysvalloissa. Tutkimuksessa seurattiin vuonna 2009 kolmentoista viikon ajan 50:n uusimman elokuvien myynti- ja latausmääriä vertaisverkossa. Tutkimuksen lopputuloksena todettiin elokuvien laittomalla lataamisella oleva minimaalinen vaikutus elokuvien myyntimääriin. Martikainen arvioi elokuvia laittomasti lataavien ja tallenteita ostavien ihmisten kuuluvan kahteen eri kuluttajaryhmään. Laittomasti lataava käyttäjä ei todennäköisesti ostaisi elokuvaa vaikka eivät voisi ladata sitä.

Keskustelua herättäneen piratismiin negatiiviset vaikutukset musiikkimyyntiin kiistäneen artikkelin "*The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis*" toinen kirjoittaja Koleman Strumpf (2014) on tutkinut myös piratismiin vaikutusta elokuvateatterien lipunmyyntiin. Toistaiseksi virallisesti julkaisemattomassa artikkelissa "*Using Markets to Measure the Impact of File Sharing on Movie Revenues*" Koleman Strumpf (2014) on tarkastellut 150 elokuvan vertaisverkkosuosiota sekä myyntiennusteita Hollywood Stock Exchange-palvelussa vuosilta 2003-2009. Tutkimuksen mukaan laiton lataaminen ei ole vaikuttanut merkittävästi elokuvateattereiden lipputuloihin.

Piratismiin vaikutuksesta musiikki- ja elokuvateollisuuden myyntiin ei ole selkeitä yhteysymmärrystä, ja empiirisissä sekä teoreettisissa tutkimuksissa on esitetty täysin erisuuntaisia arvioita. Joissakin tutkimuksissa piratismiin ei ole nähty vaikuttavan havaittavasti myyntiin tai piratismilla on ollut positiivinen vaikutus myyntimääriin. Toisissa tutkimuksissa koko 2000-luvun myynnin lasku on selitetty laittomalla lataamisella tai laittoman lataamisen vaikutus myyntiin on ollut huomattava. Tieteellisesti ongelmallista on myös se, että jotkin piratismiin vaikutuksia käsittelevistä tutkimuksista ovat ainakin osittain viihdeteollisuuden rahoittamia (Carnegie Mellon University, 2012) ja metodeiltaan epäluotettavia. Monissa vanhemmissa tutkimuksissa on tarkasteltu vain laittoman lataamisen sekä tallennemyynnin korrelaatiota ja kausaliteettia, eikä tutkimusaineistossa ole käytetty todellista verkkoliikennedatata. Tutkimuksissa on yleisesti yritetty laskea viihdeteollisuuden myynnin menetyksiä, mutta luotettavia arvioita on lähes mahdotonta tehdä ilman tietoa siitä, kuinka moni laiton lataaja olisi ollut valmis maksamaan hyödykkeestä. Tämän lisäksi tunnetuimpien tutkimusten tutkijakenttä on kapea ja jakaantunut karkeasti kahteen ryhmään. Monet tutkimukset joissa piratismiin on nähty vaikuttavan negatiivisesti musiikki- ja elokuvateollisuuteen ovat samojen tutkijoiden kirjoittamia ja tutkimusten lähdeviitteet ovat valikoitu tukemaan tutkimuksen tuloksia. Tämä herättää kysymyksiä molempien ryhmien tutkijoiden tarkoitusperistä ja objektiivisuudesta.

### 3.2 Piratismiin yleisyys suomalaisten nuorten keskuudessa

Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos on vuodesta 1995 lähtien kerännyt säännöllisin väliajoin toteutetulla kyselyllä tietoa suomalaisten yhdeksäsluokkalaisten eli 15–16-vuotiaiden rikoskäyttäytymisestä. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen viimeisin tutkimus on vuonna 2012 tehty nuorisoriikollisuuskysely. Vuonna 2012 tutkimukseen vastasi 4 855 yhdeksännen luokka-asteen oppilasta 51:ltä yläasteelta ympäri Suomea. 71 prosenttia nuorista oli vuoden aikana ladannut Internetistä musiikkia, ohjelmia tai pelejä luvattomasti. Näistä nuorista 19 prosenttia ilmoitti ladanneensa päivittäin tai lähes päivittäin ja 24 prosenttia 1–2 kertaa viikossa. Koko aineistoon suhteutettuna tämä tarkoittaa, että yhdeksäsluokkalaista nuorista miltei kolmannes (31 %) lataa luvattomasti verkosta vähintään kerran viikossa. Luvaton verkkolataaminen oli kyselyn yleisin teko ja toiseksi yleisintä, alkoholin humalahakuista juomista olivat tehneet 51 prosenttia vastaajista viimeisen vuoden aikana. Luvaton poissaolo koulusta oli kolmanneksi yleisin teko 40 prosentin osuudella. (Salmi & Suonpää, 2012.)

Luovan työn tekijät ja yrittäjät (Lyhty) on kulttuurialan yhteistyöprojekti, joka on pyrkinyt tilastoimaan vuodesta 2006 lähtien suomalaisten asenteita piratismia kohtaan ja piratismiin suosiota Suomessa. Luovan työn tekijöiden ja yrittäjien (LYHTY, 2015) vuoden 2015 tekijänoikeusbarometrin haastattelututkimuksen mukaan luvaton lataaminen on vähentynyt Suomessa viime vuosina. Tutkimuksen mukaan 12 prosenttia suomalaisista kotitalouksista lataa Internetistä siellä luvattomasti olevaa sisältöä ja 14 prosenttia käyttää luvattomia suoratoistosisältöjä.

Nuorista vastaajista (15–24-vuotiaat) 29 prosenttia ilmoitti, että heidän kotitaloudessaan ladataan luvattonta sisältöä ja 35 prosenttia kertoi käyttäneensä musiikkia, elokuvaa tai pelejä luvattomista suoratoistopalveluista. Nuorten luvattoman lataamisen prosenttiluvut ovat uusimman vuoden 2015 tekijänoikeusbarometrin mukaan muutamassa vuodessa puolittuneet. Sen mukaan vuonna 2011 nuorten luku oli 47 prosenttia ja vuonna 2009 peräti 61 prosenttia.

Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia ja lukujen puolittuminen riippuu täysin vertailuvuodesta. Aikaisempien Tekijänoikeusbarometrien mukaan vuosina 2012–2015 nuorten laitton lataaminen on vaihdellut 25 ja 33 prosenttiyksikön välillä. Lisäksi Tekijänoikeusbarometri 2009 -tiedotteesta ei löydy laisinkaan mainintaa, että 61 prosenttia nuorista vastaajista olisi ladannut laittomasti, vaan vuoden 2009 tiedotteessa luvuksi on kerrottu 34 prosenttia. Ennen vuotta 2009 luvut olivat vaihdelleet 34–39 prosentin välillä, poikkeuksena vuosi 2006 jolloin luku oli kaikista korkein, 53 prosenttia.

Kaikkien vastaajien luvut ovat vaihdelleet vuosien 2012–2015 aikana 12–15 prosentin välillä. Ennen vuotta 2011 Tekijänoikeusbarometrin laitonta lataamista koskevat luvut ovat olleet samalla tasolla kuin vuosina 2012–2015. Ainoastaan vuonna 2011 luku oli 21 prosenttia, joten 2011 näyttää tilastojen valossa poikkeukselliselta vuodelta.



Suoratoistopalvelut ovat tekijänoikeusbarometrien mukaan nousseet piratismiin yleisimmäksi muodoksi. 14 prosenttia koko väestöstä ja 35 prosenttia nuorista kertoo käyttäneensä musiikkia, elokuvaa tai pelejä Internetin laittomista suoratoistopalveluista. Laittomien suoratoistopalvelujen suosio on vaihdellut vuosina 2012-2015 kyselytutkimuksien nuorten vastaajien kohdalla 35 ja 53 prosentin välillä. Kaikkien vastaajien luvut ovat vaihdelleet vuosien 2012-2015 aikana 14-25 prosentin välillä. Laittomien suoratoistopalvelujen suosiota seurannut kysymys on muotoiltu ennen vuotta 2014 eri tavalla, joten aikaisemmat vuodet eivät ole vertailukelpoisia. (Luovan työn tekijät ja yrittäjät LYHTY, 2009, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015.)

Laiton lataaminen on Luovan työn tekijöiden ja yrittäjien (LYHTY, 2015) vuoden 2015 tekijänoikeusbarometrin mukaan vähentynyt Suomessa, mutta heidän omien aikaisempien tilastojensa valossa laitton lataaminen on pysynyt yhtä suosittuna viime vuodet. Itse asiassa laitton lataaminen on lisääntynyt vuoteen 2014 verrattuna nuorten (15-24-vuotiaat), nuorten aikuisten (25-34-vuotiaiden) ja aikuisten (35-49-vuotiaiden) keskuudessa. Tutkimusten virhemarginaali on enimmillään 3,2 prosenttiyksikköä, joten viimeisen neljän vuoden muutokset laittoman lataamisen kohdalla mahtuvat virhemarginaaliin.

Karaganis ja Renkema (2013) ovat saaneet tutkimuksessaan samanlaisia ja jopa korkeampia lukuja vuodelta 2011 Saksasta ja Yhdysvalloista. Heidän mukaansa noin 46 prosenttia amerikkalaisista aikuisista (30-49-vuotiaat) ja 45 prosenttia saksalaisista aikuisista olivat hankkineet digitaalista sisältöä muulla tavoin kuin ostamalla laillisten tuotteen. Laittomaksi käytöksi katsottiin tiedostojen tai levyjen kopiointi ystäviltä, musiikin, elokuvien tai TV-ohjelmien lataaminen ja laittomien DVD-levyjen ostaminen. Molemmissa maissa nuorten (18-29-vuotiaat) luku oli noin 70 prosenttia.

Samassa tutkimuksessa todetaan laillisten suoratoistopalveluiden kuitenkin vähentäneen käyttäjien halua ladata digitaalista sisältöä laittomasti. Toisaalta useimmat käyttäjät kuuntelivat ilmaiseksi suoratoistomusiikkia tai käyttivät YouTuben kaltaisia ilmaisia videopalveluja ja vain murto-osa todella maksoi suoratoistosisällöstä. Lisäksi kaikille ei ollut läheskään aina selvää, mikä Internetistä suoratoistetusta sisällöstä oli laillista ja mikä laitonta. Vaikka tutkimuksen mukaan halukkuus hankkia laitonta sisältöä oli vähentynyt laillisten suoratoistopalvelujen myötä, monet palvelujen käyttäjät suosivat silti laittomia suoratoistopalveluja. Yhdysvalloissa 15 prosenttia laillisten suoratoistopalveluiden käyttäjistä käytti myös samanaikaisesti laittomia suoratoistopalveluja. Luku vastasi 8 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista. Vastaava luku oli Saksassa 18 prosenttia, joka vastasi 9 prosenttia kaikista vastanneista. Saksalaisten 18-29-vuotiaiden kohdalla luku oli 27 prosenttia, 30-49-vuotiaiden kohdalla 16 prosenttia ja vanhempien 50-69-vuotiaiden kohdalla 7 prosenttia. Yhdysvalloissa ikä ei vaikuttanut merkittävästi laittomien suoratoistopalvelujen käyttöhalukkuuteen, vaan oli noin 15 prosenttia kaikilla ikäryhmillä. (Karaganis & Renkema, 2013.)

Norjassa uutisoitiin vuonna 2014 musiikin luvattoman lataamisen lähes loppuneen alle 29-vuotiaiden kohdalla. Kyselyyn vastanneista vain 4 prosenttia myönsi lataavansa laittomasti musiikkia, kun vuonna 2009 vastaava luku oli ollut

80 prosenttia. (Ingham, 2015). Uutisen mukaan suoratoistopalveluiden osuus musiikin kokonaismarkkinoista on Norjan IFPI:n mukaan 75 prosenttia ja 80 prosenttia nuorista valitsevat suoratoistopalvelut ensisijaiseksi musiikin hankintalähteekseen. Tämän kyselyn pohjalta laittoman musiikin lataamisen voidaan sanoa lähes loppuneen suoratoistopalveluiden ansiosta Norjassa.

Piratistien suosiota käsittelevät tutkimukset pohjautuvat tyypillisesti täysin kysely- tai haastattelututkimuksiin eikä tutkimuksissa käytetä todellista verkkoliikennedatata. Haastattelu- ja kyselytutkimusten luonteen vuoksi vastausten luotettavuus riippuu täysin vastaajan rehellisyydestä ja tämän takia on vaikea sanoa luotettavasti onko laitton lataaminen todellisuudessa vähentynyt vai jopa kasvanut. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen nuorisoriikollisuuskyselyssä aineistokeruumenetelmänä on ollut anonyymilomakekysely, kun Nuorisobarometrin aineistokeruumenetelmänä on ollut haastattelututkimus. Tutkimusten vastaajat eivät ole samanikäisiä, eivätkä tutkimukset ole tämän takia täysin vertailukelpoisia. Nuorisoriikollisuuskyselyn tuloksien mukaan nuorten laitton lataaminen on kuitenkin huomattavasti yleisempää kuin tekijänoikeusbarometrin tuloksien mukaan. Tutkimusten valossa piratismi on vieläkin yleistä nuorten keskuudessa ja varovaisimmankin arvion mukaan vähintään kolmannes nuorista on hankkinut luvattonta sisältö Internetistä viimeisen vuoden aikana. Valitettavasti tutkimuksissa ei eritellä minkälaista sisältöä nuoret hankkivat laillisesti ja minkälaista laittomasti. Piratismi asetetaan vain kattokäsitteiden *"laitoman lataamisen"* ja *"laittomien suoratoistopalveluiden"* alle, eikä tehdä erottelua ohjelmisto-, peli-, musiikki- tai elokuvapiratismiin välille. Syyt esimerkiksi hankkia musiikkia laittomasti saattavat poiketa merkittävästi syistä hankkia elokuvia laittomasti.

Selvitettäväksi jääkin, onko luvattomien digitaalisten sisältöjen kulutus laskussa vai nousussa. Monet aikaisemmat tutkimukset ovat tehty pääasiassa ennen uusia suoratoistopalveluja ja käsittelevät suurilta osin vain musiikin laitonta lataamista. Samalla kun laillisten digitaalisten sisältöjen myynti on kasvanut sekä jakelukanavat ovat muuttuneet vastaamaan kuluttajien kysyntään, ovat myös laittomien palveluiden toimintatavat muuttuneet. Tekijänoikeusbarometrin mukaan Suomessa laittomat suoratoistopalvelut ovat nousseet piratismiin yleisimmäksi muodoksi ja ovat yleisiä muiden tutkimusten mukaan länsimaissa. Tämän tulkielman empiirisessä osiossa tutkitaan ovatko digitaalisen sisältöjen käyttötottumukset muuttuneet ja onko laitton digitaalinen sisältö yhä yhtä suosittua kuin ennen, kun saatavilla on lähes yhtä helposti maksullisia vaihtoehtoja. Seuraavassa luvussa kartoitetaan tekijöitä, jotka vaikuttavat maksullisten digitaalisten sisältöjen jakelukanavien omaksumiseen ja käyttämiseen.

## 4 DIGITAALISEN SISÄLLÖN JAKELUTAVAN OMAKSUMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Tässä luvussa käsitellään digitaalisten sisältöjen jakelutapojen omaksumista tunnettujen teknologian ja innovaatioiden omaksumisteorioiden pohjalta. Luvussa esitellään tunnetuimpia malleja ja niistä tehtyjä laajennoksia, joilla voidaan selittää ja ennustaa teknologian omaksumista ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Näiden pohjalta pyritään tunnistamaan keskeisiä digitaalisten sisältöjen jakelukanavien omaksumiseen vaikuttavia tekijöitä. Tekijöiden tarkastelun jälkeen luvun loppuksi esitellään yhteenveto, joka toimii empiirisen osuuden viitekehyksen lähtökohtana.

Erilaisia digitaalisten sisältöjen jakelukanavia, kuten suoratoistopalveluja ja latauskauppoja voidaan pitää teknologisina innovaatioina, on joista kehityksessä merkittävä jakelualusta viihdeteollisuudelle. Innovaatio on Rogersin (2003) mukaan idea, käytäntö tai väline, joka on omaksujalleen uusi. Innovaation ei itsessään tarvitse olla uusi, vaan riittää, että innovaatio on käyttäjälle uusi. Omaksumisella tarkoitetaan käyttäjän päätöstä ottaa käyttöönsä uusi innovaatio tai teknologia. Jokainen omaksuja hakee innovaatiolta aina jotain hyötyä ja jokaisella uudella innovaatiolla on erilaisia ominaisuuksia, jotka vaikuttavat omaksujien päätökseen omaksua uusi innovaatio. Varsinaiseen käyttöönottopäätökseen vaikuttavat henkilön omat asenteet käyttöönottoa kohtaan ja muiden henkilöiden aiheuttamat odotukset tämän käyttöönottopäätöksestä. (Rogers, 2003.)

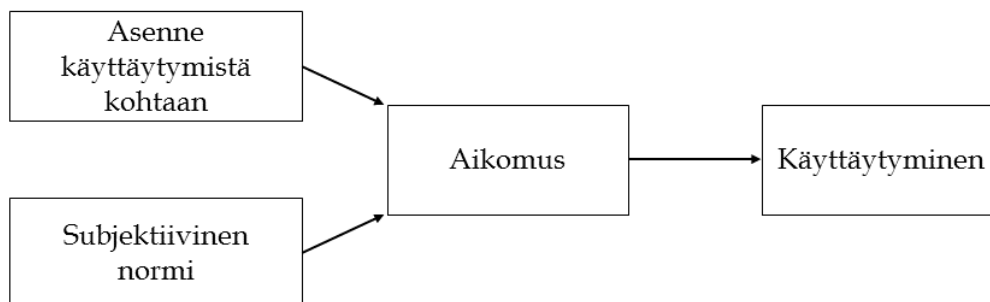
### 4.1 Teknologian omaksumismallit

Useat eri tutkijat ovat luoneet omia teoreettisia malleja teknologioiden omaksumiselle ja eri mallien välillä on ollut huomattavissa yhtäläisyyksiä. Näiden tutkimusten mallit pohjautuvat tietojärjestelmätieteeseen, psykologiaan ja sosiologiaan yhdistellen näiden tieteenalojen ominaispiirteitä, pyrkien mallintamaan syitä miksi ja miten teknologioita omaksutaan. Tässä tutkimuksessa tarkemmin esiteltävät mallit ovat *perustellun toiminnan teoria* (TRA, Theory of Reasoned Action), *suunnitellun käyttäytymisen teoria* (TPB, Theory of Planned Behaviour), *teknologian omaksumismalli* (TAM, Technology Acceptance Model), *innovaation diffuusioteoria*

(IDT, Innovations Diffusion Theory) sekä *yhdistetty teoria teknologian hyödyksynnästä ja käytöstä* (UTAUT, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). Mallit ovat valikoitu Venkateshin, Morrisin, Davisin ja Davisin (2003) tutkimuksen pohjalta ja esitellään seuraavissa alaluvuissa pääpiirteittäin.

#### 4.1.1 Perustellun toiminnan teoria (TRA)

Perustellun toiminnan teoria (TRA, engl. Theory of Reasoned Action) perustuu Ajzenin ja Fishbeinin (1980) vuonna 1967 kehittämään malliin ja se on toiminut pohjana monelle myöhemmin kehitetylle teknologian omaksumismallille. Malli perustuu sosiaalipsykologiaan ja on yksi tunnetuimmista ihmisen käyttäytymistä selittävästä teorioista. Mallin keskeinen tekijä on yksilön aikomus tehdä jotakin. Teoria olettaa ihmisen käyttäytyvän rationaalisesti oman vapaan tahtonsa mukaisesti ja ihmisen toiminta-aikomuksen vahvuus vaikuttaa varsinaiseen toimintaan. Mitä vahvempi aikomus käyttäytymistä kohtaan on, sitä todennäköisemmin käyttäytyminen toteutuu. (KUVIO 1) (Ajzen & Fishbein, 1980; Venkatesh ym., 2003).



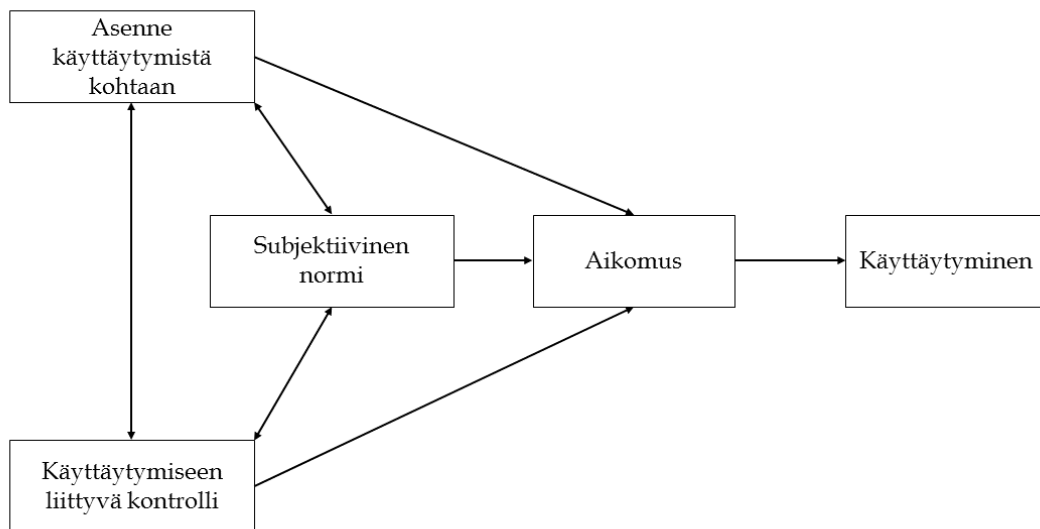
KUVIO 1 Perustellun toiminnan teoria (Ajzen & Fishbein, 1980)

Teorian perusteella ihmisen *aikomukseen* ja sitä myötä *käyttäytymiseen* vaikuttavat kaksi tekijää: *asenne käyttäytymistä kohtaan* ja *subjektiiivinen normi*. Asenne on henkilön oma positiivinen tai kielteinen asenne aikomuksen kohdetta kohtaan. Subjektiiivinen normi viittaa sosiaaliseen paineeseen, eli siihen miten muiden henkilöiden odotukset ja mielipiteet vaikuttavat henkilön aikomuksiin. Ympäristön luoman paineen katsotaan vaikuttavan siihen, toteutuuko aiottu käyttäytyminen vai ei. Teoria olettaa, että käyttäytymiseen vaikuttavat myös yksilön uskomukset. (Ajzen & Fishbein, 1980; Davis, 1989)

Perustellun toiminnan teoria soveltuu hyvin tilanteisiin missä yksilön päätökset perustuvat vapaaseen tahtoon. Kaikki käytännön tilanteet eivät kuitenkaan ole niin yksiselitteisiä ja niihin saattaa liittyä useampi rajoittava tekijä, kuten tarkastelun kohteena olevan hyödykkeen hinta ja saatavuus. (Sheppard, Hartwick, & Warshaw, 1988).

#### 4.1.2 Suunnitellun käyttäytymisen teoria (TPB)

Suunnitellun käyttäytymisen teoria (TPB, engl. Theory of Planned Behaviour) perustuu Ajzenin ja Fishbeinin (1980) vuonna 1967 kehittämään perustellun toiminnan teoriaan (TRA). Ajzen (1991) muokkasi aikaisempaa teoriaa vuorovaikutussuhteiden ja muuttujien osalta. Teorian mukaan henkilön aikomukseen käyttäytyä tietyllä tavalla vaikuttaa (1) asenne käyttäytymistä kohtaan, (2) sosiaalinen vaikutus (*subjektiivinen normi*) ja (3) yksilön vaikutusmahdollisuudet käyttäytymistä kohtaan (*käyttäytymiseen liittyvä kontrolli*). Muuttujien vuorovaikutussuhteet on kuvattu kuviossa 2.



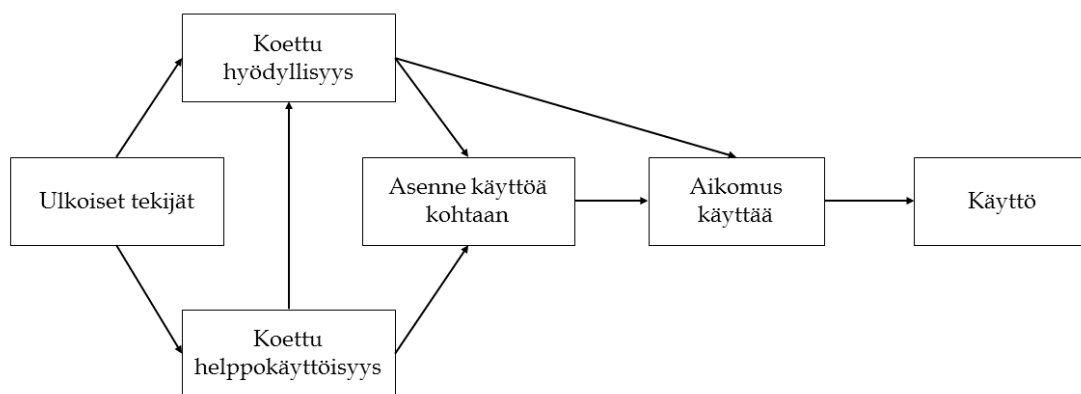
KUVIO 2 Suunnitellun käyttäytymisen teoria (Ajzen, 1991)

Sen lisäksi, että muuttujat vaikuttavat *aikomukseen* ja sitä kautta *käyttäytymiseen*, kaikki kolme muuttujaa vaikuttavat myös toisiinsa. Erona TRA:han TPB huomioi kolmannen elementtinsä ansiosta tilanteet, joissa henkilöllä ei välttämättä ole täydellistä kontrollia tilanteeseen ja omaan käytökseen. Käyttäytymiseen liittyvä kontrolli -elementti koostuu henkilöllä käsityksistä käyttäytymiseen liittyvistä sisäisistä ja ulkoisista rajoitteista ja sillä on teorian mukaan suoraan vaikutusta käyttäytymisaikomuksen lisäksi käyttäytymiseen. Ajzenin (1991) mukaan käyttäytymiseen liittyvä kontrolli muodostuu pitkälti henkilön aikaisemmista kokemuksista kuten siitä, onko tehtävän suorittaminen helppoa tai vaikeaa ja millaisia rajoitteita sen suorittamiseen on aiemmin liittynyt. TPB on luonteeltaan hyvin yleinen ihmisen toimintaa kuvaava teoria ja sitä on sovellettu myös erityisluontoisten eettisten kysymysten kuten hyväksikäytön, viharikosten ja piratismien tutkimukseen (Yoon, 2010).

### 4.1.3 Teknologian omaksumismalli (TAM)

Fred Davisin (1989) kehittämä teknologian omaksumismalli (TAM, engl. Technology Acceptance Model) on tällä hetkellä tunnetuin ja käytetyin teknologian hyväksymismalli. Malli on alun perin Davisin esittelemä, mutta myöhemmin Davisin, Bagozzin ja Warshawin (1989) viimeistelemä. Malli on alun perin kehitetty perustellun toiminnan teorian (TRA) pohjalta arvioimaan erityisesti tietojärjestelmien omaksumista organisaatioissa. Mallin tavoitteena on selvittää miksi tietty järjestelmä ei omaksuta sekä havainnollistaa miten omaksumiseen voidaan vaikuttaa. TRA-mallista poiketen TAM-mallin tarkoitus on selittää miten ulkoiset tekijät vaikuttavat käyttäjän uskomuksiin, asenteisiin ja aikomuksiin käyttää teknologiaa.

Teknologian hyväksymismallissa tärkeimpiä tekijöitä ovat *koettu hyödyllisyys*, *koettu helppokäyttöisyys* ja *asenne käyttöä kohtaan*. Koettu hyödyllisyys perustuu yksilön mielikuvaan siitä, miten tämän uuden teknologian käyttö parantaa hänen suoritustaan tai helpottaa hänen työtään. Koettu helppokäyttöisyys tarkoittaa, kuinka helppokäyttöiseltä tai vaihtoehtoisesti vaikeakäyttöiseltä teknologia vaikuttaa käyttäjästä. Helppokäyttöisyys vaikuttaa myös voimakkaasti koettuun hyödyllisyyteen. Toisin sanoen teknologia ei ole hyödyllinen, jos sitä ei osata käyttää. Näihin kahteen tekijään vaikuttavat *ulkoiset tekijät*, jotka vaikuttavat käyttäjän mielikuvaan teknologiasta. Nämä kaksi tekijää vaikuttavat osaltaan käyttäjän asenteeseen käyttöä kohtaan ja myöhemmin aikomukseen käyttää teknologiaa. Asenteiden ja aikomusten katsotaan johtavan varsinaiseen käyttöön (KUVIO 3). (Davis, 1989; Davis ym., 1989).



KUVIO 3 Teknologian omaksumismalli (Davis, 1989; Davis ym., 1989)

Vaikka TAM-malli on yksi maailman tutkituimmista ja käytetyimmistä teknologian omaksumismalleista, sitä on myös kritisoitu sen yksinkertaisuudesta. Malli ei kritiikin mukaan myöskään kykene selittämään riittävän kattavasti teknologian omaksumista, vaan tarjoaa pelkästään yleispätevän määritelmän hyödylli-

syyden ja helppokäyttöisyyden merkityksestä. Mallia onkin vuosien aikana jatkokehitetty useiden tutkijoiden osalta. Esimerkkinä mainittakoon Karahannan, Straubin, ja Chervanyn (1999) tutkimus, jossa käyttäjän asenteeseen vaikuttavat tekijät ovat laajennettu seitsemään kohtaan. Vaikuttavia tekijöitä ovat *hyödyllisyys* (engl. relative advantage), *imago* (engl. image), *helppokäyttöisyys* (engl. Ease of use), *soveltuvuus* (engl. compatibility), *kokeiltavuus* (engl. trialability), *näkyvyys* (engl. visibility) ja *tulosten esiteltävyys* (engl. result demonstrability).

Venkatesh ja Davis (2000) ovat myös esitelleet perinteisestä TAM-mallista laajennetun työorganisaatioiden teknologian omaksumiseen tarkoitetun TAM2-mallin. Siinä yksilön kokemusten merkitystä korostetaan ja TAM2-mallissa koettuun hyödyllisyyteen vaikuttaviksi tekijöiksi on lisätty sosiaalisia ja kognitiivisia prosesseja. Sosiaalisen vaikutuksen tekijät ovat *subjektiivinen normi* (engl. subjective norm) ja *imago* (engl. image). Kognitiiviset tekijät ovat *yhteys työtehtäviin* (engl. job relevance), *tulosten laatu* (engl. output quality), ja *tulosten esiteltävyys* (engl. result demonstrability). Myös käyttäjän *kokemus* (engl. experience) ja teknologian *käytön vapaaehtoisuus* (engl. voluntariness) vaikuttavat koettuun hyödyllisyyteen subjektiivisen normin kautta.

Bagozzin (2007) on kritisoinut tutkijoiden tapaa keskittyä vain lisäämään Davisin malliin uusia ulottuvuuksia, jotka tarjoavat lisää syitä tietyn teknologian käytölle. Hänen mielestään tutkimusten olisi syytä keskittyä enemmän selittämään, miten jo olemassa olevat muuttujat vaikuttavat teknologian omaksumiseen.

#### 4.1.4 Innovaation diffuusioteoria (IDT)

Innovaation diffuusioteoria on Rogers (2003) vuonna 1962 kehittämä teoria, jolla on pyritty selittämään innovaatioiden leviämistä eli diffuusiota. Innovaation diffuusiolla tarkoitetaan viestintäprosessia, jossa tieto uudesta innovaatiosta leviää muille organisaation tai sosiaalisen verkoston jäsenille ja tämä tieto vaikuttaa heidän aikomukseensa omaksua innovaatio. Nämä asenteet vaikuttavat henkilön päätökseen ottaa uusi innovaatio lopulta käyttöönsä. Innovaation diffuusio koostuu itsessään neljästä elementistä, joita ovat (1) *innovaatio*, (2) *kanava*, (3) *aika* ja (4) *sosiaalinen järjestelmä*.

Innovaatio (1) on Rogersin (2003) mukaan idea, käytäntö tai väline, joka on omaksujalleen uusi. Innovaation ei itsessään tarvitse olla uusi, vaan riittää että innovaatio on käyttäjälle uusi. Jokainen omaksuja hakee innovaatiolta aina jotain hyötyä ja jokaisella uudella innovaatiolla on erilaisia ominaisuuksia, jotka vaikuttavat omaksujien päätökseen omaksua uusi innovaatio. Näitä ominaisuuksia ovat *suhteellinen etu* (engl. relative advantage), *yhteensopivuus* (engl. compatibility), *helppokäyttöisyys* (engl. ease of use), *kokeiltavuus* (engl. demonstrability), *mielikuva* (engl. image), *havaittavuus* (engl. visibility) ja *vapaaehtoisuus* (engl. voluntariness). Suhteellinen etu kuvaa innovaation hyödyllisyyttä sekä paremmuutta verrattuna aikaisempiin vastaaviin innovaatioihin. Yhteensopivuus tarkoittaa innovaation sopivuutta omaksujan arvoihin, tarpeisiin ja kokemukseen perustuen. Helppokäyttöisyydellä viitataan innovaatiosta saatavaan mielikuvaan sen

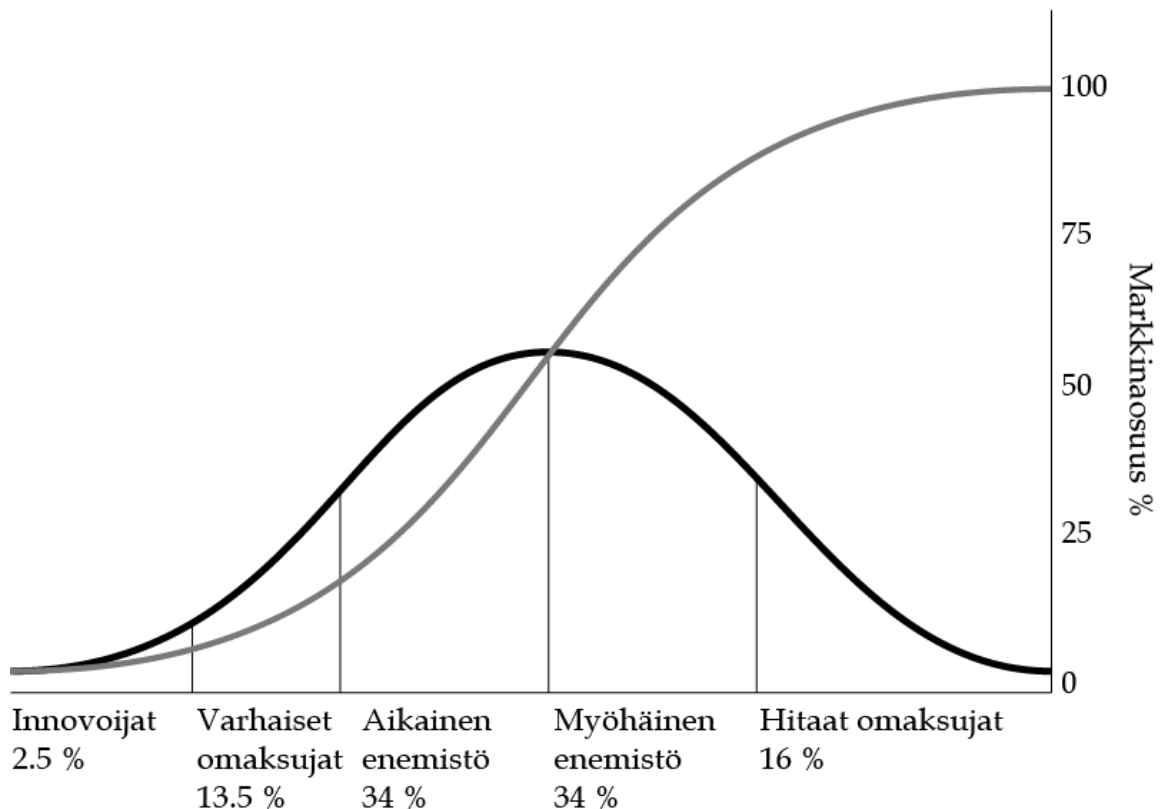
helppo- tai vaikeakäyttöisyydestä. Kokeiltavuudella tarkoitetaan mahdollisuutta kokeilla innovaatiota ennen innovaation diffuusion tapahtumista. Mielikuva tarkoittaa innovaation luomaa kuvaa siitä, miten tämä parantaa omaksujan omaa mielikuvaa tai asemaa sosiaalisessa järjestelmässä. Havaittavuus tarkoittaa innovaation hyötyjen selkeyttä ja näkyvyyttä omaksujalle sekä muille yhteisön jäsenille. Vapaaehtoisuudella tarkoitetaan sitä, onko innovaation omaksuminen käytännössä pakollista vai täysin vapaaehtoista.

Kanavalla (2) tarkoitetaan kommunikaatiota, jonka kautta mahdolliset omaksijat saavat tiedon uudesta innovaatiosta. Rogers jakaa kanavan yksilöiden väliseen kommunikaatioon ja tiedotusvälineiden kautta tapahtuvaan tiedotukseen. Näistä jälkimmäinen sisältää lehdistön, radion, television ja nykyisin yhä enenevässä määrin Internetin. Nimensä mukaisesti nämä suurille massoille levittävät välineet ovat käytännöllisiä tietoisuuden levittämisessä potentiaalisille innovaatioiden omaksujille. Rogers korostaa kuitenkin yksilöiden välisen kommunikaation tärkeyttä ja tehokkuutta suostuteltaessa yksilöä hyväksymään uutta toimintatapaa tai teknologia. Kommunikaation onnistumiseen vaikuttaa myös sitä käyvien yksilöiden samankaltaisuus niin uskomusten, sosioekonomisen aseman kuin koulutuksenkin suhteen.

Aikaa (3) voidaan tarkastella innovaation diffuusio teoriassa kolmella tavalla. Ensinnäkin innovaation diffuusion vaatimaa aikaa siitä, kun yksilö tai ryhmä sai tietää innovaatiosta sen omaksumiseen. Tämä ensimmäinen ajan ulottuvuus koostuu jo myöhemmin tarkemmin esitettävästä viisivaiheisesta prosessista: *tieto* (engl. knowledge stage), *suostuttelu* (engl. persuasion), *päätös* (engl. decision), *käyttöönotto* (engl. implement) ja *vahvistus* (engl. confirmation).

Toiseksi ajalla voidaan myös tarkoittaa omaksuvatko yksilö tai ryhmä innovaation jo varhaisessa vaiheessa vai vasta myöhemmässä vaiheessa - verrattuna muihin jäseniin tai ryhmiin. Toisin sanoen Rogers liittää yksilön tai ryhmän innovatiivisuuden siihen, kuuluvatko he henkilöihin, jotka omaksuvat innovaation aikaisemmin kuin muut ryhmän jäsenet. Omaksujaryhmät erotellaan innovaation omaksumisajankohdan perusteella. Aikajärjestyksessä omaksujaryhmät luokitellaan seuraavasti: *innovoijat* (engl. innovators), *varhaiset omaksijat* (engl. early adopters), *aikainen enemmistö* (engl. early majority), *myöhäinen enemmistö* (engl. late majority) ja *hitaat omaksijat* (engl. laggards). Omaksujaryhmät voidaan esittää gaussin käyrällä heidän omaksumisnopeutensa mukaan (KUVIO 4). Harmaa S-käyrä kuviossa esittää innovaation leviämistä.





KUVIO 4 Innovaatioiden diffuusiot teoria (Rogers, 2003)

Kolmantena aikaa voidaan mitata sosiaalisen järjestelmän kannalta ryhmän innovaation omaksumisen asteena tietyssä ajankohtana, toisin sanoen, kuinka kauan innovaation omaksumiseen tietyssä organisaatiossa on mennyt. Mitatessa omaksumisen astetta, määritellään ensin prosenttiosuus organisaation jäsenistä, joka on ottanut innovaation käyttöön tai katsotaan, kuinka kauan joltakin organisaatiolta menee aikaa saavuttaa jokin ennalta määrätty omaksumisen aste.

Sosiaalisella järjestelmällä (4) viitataan innovaation diffuusiosta organisaation sisäisiä yksilöitä, jotka muodostavat ryhmiä tai hierarkkisia rakenteita, jotka voivat vaikuttaa innovaation omaksumiseen. Yksiköt voivat olla hyvin laajoja, mutta niitä kuitenkin yhdistää yhteinen päämäärä jonkin havaitun ongelman ratkaisemiseksi. Sosiaalisen järjestelmän rakenne vaikuttaa siinä ilmenevään kommunikaatioon. Rogers kuvaa virallisen rakenteen tyypillisenä esimerkkinä byrokrattisen organisaation (valtion viraston), jossa ylemmässä asemassa olevat johtajat voivat antaa määräyksiä alaisilleen asemaansa perustuen olettaen, että niitä noudatetaan.

Tämän muodollisen rakenteen, ohella organisaatioissa on olemassa epämuodollinen rakenne, jonka kommunikaatiota hän kuvaa epävirallisena. Epämuodolliseen rakenteeseen kuuluvat omaksujien lisäksi, mielipidejohtajat ja muutosagentit. Sekä järjestelmän virallinen sekä epämuodollinen rakenne voivat

joko edistää tai ehkäistä innovaatioiden diffuusiota. Samoin kyseisen järjestelmän normeilla, arvoilla ja asenteilla on merkitystä innovaatioiden diffuusioon ja pahimmillaan ne voivat estää jonkin innovaation omaksumisen kokonaan

Innovaation diffuusioteoria koostuu myös aikaisemmin esitellyistä omaksujista, jotka voidaan jakaa viiteen eri kategoriaan omaksumisnopeuden mukaan. Ensimmäisenä omaksujajoukkona ovat innovoijat, joita on noin 2,5 % koko joukosta. Innovoijat omaksuvat innovaation ensimmäisenä käyttöönsä ja esittelevät sitä ensimmäisenä lähipiirilleen. Innovaatio on jo saattanut olla innovoijilla käytössä ennen kuin se edes virallisesti julkistettu. Varhaisiin omaksujiin kuuluu noin 13,5 % joukosta. Heillä on monesti suuri vaikutus innovaation diffuusioon ja heitä voidaan pitää eräänlaisina johtajina joiden toimintaa muut matkivat. Jos he omaksuvat innovaation, kiihdyttää se diffuusiota ja suurempi osa organisaation jäsenistä alkaa käyttää innovaatiota. Aikaiseen enemmistöön kuuluu 34 %, eli kolmasosa koko joukosta. He omaksuvat innovaation varhaisten omaksujien jälkeen, harkittuaan päätöstään hieman aikaisempia omaksujia kauemmin. He luovat painetta jäljelle jääneille organisaation jäsenille ja luovat organisaation yhteenkuuluvuuden tunnetta innovaation käyttäjien kesken. Myöhäiseen enemmistöön kuuluu myös 34 % joukosta ja he omaksuvat innovaation keskimääräistä myöhemmin. Omaksumisen takana on monesti käyttäjän sosiaalisten verkostojen muiden omaksujien luoma paine ja tahtovat jakaa saman yhteenkuuluvuuden tunteen kuin aikaisemmin innovaation omaksuneet jäsenet. He tarvitsevat ensin hyviä käyttäjäpalautteita innovaatiosta ennen, kun itse ovat valmiita omaksumaan innovaation. Hitaisiin omaksujiin kuuluu 16 % koko joukosta ja he eivät välttämättä omaksu koko innovaatiota ollenkaan. He todennäköisesti suhtautuvat kaikkiin uusiin innovaatioihin erittäin epäilevästi tai vastustavat niitä vedoton omiin arvoihin.

Varsinainen päätöksenteko innovaation omaksumisesta koostuu useasta vaiheesta, jotka vaikuttavat myös omaksumisen nopeuteen. Rogersin mukaan omaksumisprosessi on viisi vaiheinen, joka koostuu seuraavista vaiheista: *tieto* (engl. knowledge stage), *suostuttelu* (engl. persuasion), *päätös* (engl. decision), *käyttöönotto* (engl. implement) ja *vahvistus* (engl. confirmation). Tietovaiheessa omaksuja saa tietää uudesta innovaatiosta ja hakee mahdollisesti siitä lisätietoa. Vaihe koostuu vielä kolmesta alavaiheesta, jotka kuvaavat omaksujan tietomäärää uudesta innovaatiosta. Ensimmäisellä alatasolla omaksuja on vain tietoinen uuden innovaation olemassaolosta, jolloin omaksuja on valmis hankkimaan innovaatiosta lisätietoa. Toisessa alavaiheessa omaksujalla on jo jonkinlainen käsitys innovaatiosta ja sen toimintaperiaatteesta. Hänellä saattaa olla jo positiivinen tai negatiivinen mielipide uudesta innovaatiosta. Viimeisessä alavaiheessa omaksuja tuntee innovaation toimintaperiaatteen erittäin hyvin ja omaa innovaatiosta viimeistään nyt jonkinlaisen mielipiteen.

Seuraava vaihe on suostuttelu, jolla viitataan omaksujan asenteeseen innovaatiota kohtaan. Vaiheeseen voidaan siirtyä suoraan ensimmäiseltä alavaiheelta, vaikka onkin yleisempää, että omaksujalla on tarkempi tieto innovaatiosta, ennen kuin on pystynyt muodostamaan siitä selkeätä mielipidettä. Tässä vaiheessa omaksuja on tehnyt päätöksen, omaksuuko uuden innovaation vai ei. Toisaalta

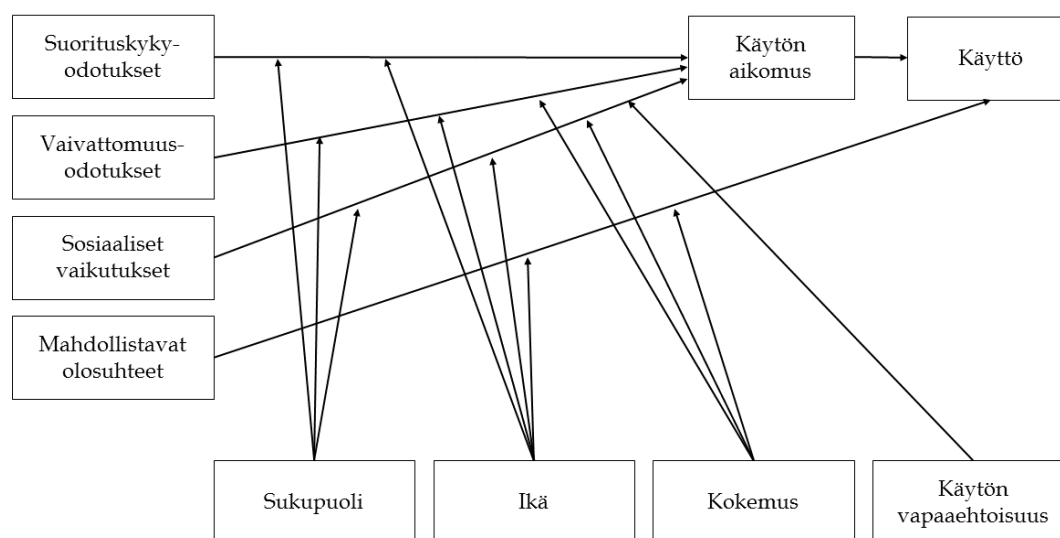
asenne voi olla aktiivinen tai passiivinen, joka kuvaa omaksujan valmiutta kokeilla innovaatiota. Aktiivinen hyväksyminen tarkoittaa halua kokeilla innovaatiota ja hyväksyä sen tämän jälkeen. Passiivinen hyväksymien tarkoittaa hyväksymistä ilman kokeilua. Aktiivinen kieltäminen kuvaa omaksujan halua kokeilla innovaatiota, mutta tämän hylkäämistä kokeilun jälkeen. Passiivinen kieltäminen kuvaa innovaation hylkäämistä ilman halua edes kokeilla tätä.

Käyttöönottovaiheessa omaksuja ottaa innovaation käyttöönsä mutta saattaa silti vielä hylätä tämän kohdatessaan odottamattomia vaikeuksia tai muita ongelmia. Tässä vaiheessa monesti innovaatioita kehitetään eteenpäin käyttäjäpalautteen perusteella. Vahvistuvaiheessa omaksuja on tehnyt lopullisen päätöksensä, jatkaako innovaation käyttöä vai hylkääkö sen viimeistään nyt.

Diffuusioteoria ei ole välttynyt kritiikiltä. Pääosa kritiikistä kohdistuu teorian yksinkertaistettuun kuvaan todellisuudesta. Rogers (2003) itse on maininnut joitakin teorian epäkohtia. Hänen mukaansa kaikki innovaatiot eivät välttämättä leviä ollenkaan eikä omaksumista tapahdu pitkänkään ajan kuluessa.

#### 4.1.5 Yhdistetty teoria teknologian hyväksynnästä ja käytöstä (UTAUT & UTAUT2)

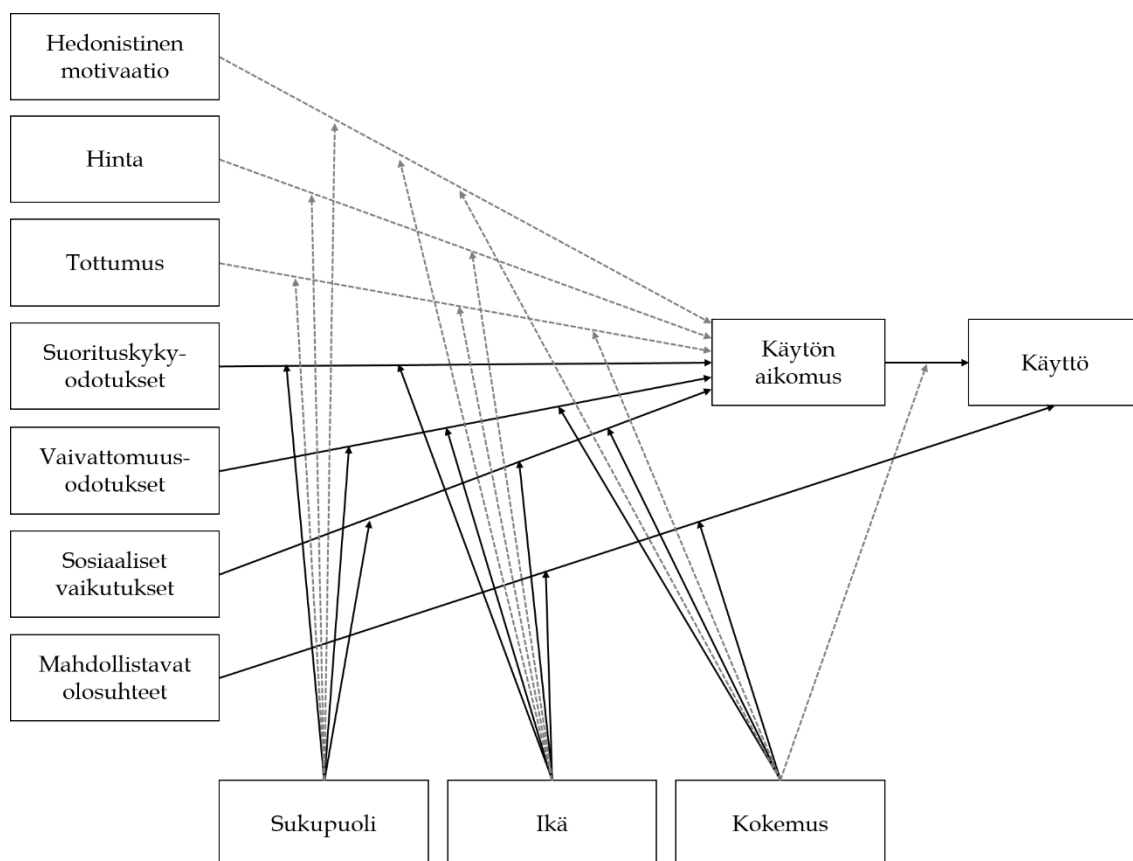
Yhdistetty teoria teknologian hyväksynnästä ja käytöstä (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology), eli UTAUT-malli, on kahdeksasta merkittävästä teknologian omaksumismallista kehitetty malli. Venkatesh, Morris, Davis ja Davis (2003) vertailivat tutkimuksessaan aikaisempia malleja sekä teorioita ja valikoivat näiden pohjalta toimivimmaksi todetuimmat tekijät uuteen UTAUT-malliin. Tässä tutkimuksessa esitellyistä malleista kaikki neljä (TRA, TPB, TAM & IDT) ovat toimineet UTAUT-mallin pohjana. Mallien yhdistämisen tuloksena UTAUT:iin on valittu mukaan neljä merkittävintä ohjaavaa tekijää jotka vaikuttavat henkilön käyttöaikomukseen: (1) *suoristuskyykydotukset* (engl. performance expectancy), (2) *vaiivattomuusodotukset* (engl. effort expectancy), (3) *sosiaaliset vaikutukset* (engl. social influence) ja (4) *mahdollistavat olosuhteet* (engl. facilitating conditions). Näistä neljästä ohjaavasta tekijästä kolme vaikuttavat henkilön käyttöaikomukseen ja neljäs *mahdollistavat olosuhteet* vaikuttavat suoraan teknologian käyttöön. Näiden neljän tekijän lisäksi mallissa on neljä vaikuttavaa tekijää, jotka vaikuttavat tekijöiden ja käytön aikomuksen sekä käytön väliseen voimakkuuteen. Vaikuttavia tekijöitä ovat *sukupuoli*, *ikä*, *kokemus* ja *käytön vapaaehtoisuus*. (KUVIO 5).



KUVIO 5 Yhdistetty teoria teknologian hyväksynnästä ja käytöstä (Venkatesh ym., 2003)

Suorituskykyodotuksilla (1) tarkoitetaan käyttäjän uskomuksia siitä, kuinka tehokkaasti uusi teknologia tarjoaa etuja ja hyötyjä käyttäjälle suoriutua tietyistä toiminnoista. Suorituskykyodotuksiin vaikuttavat henkilön sukupuoli ja ikä. Vaivattomuusodotukset (2) kuvaavat käyttäjän odotuksia siitä, kuinka helppokäyttöiseltä tai vaihtoehtoisesti vaikeakäyttöiseltä teknologia vaikuttaa. Vaivattomuusodotuksiin vaikuttavat henkilön sukupuoli, ikä ja kokemukset. Sosiaalisilla vaikutuksilla (3) tarkoitetaan, kuinka käyttäjän sosiaaliset piirit vaikuttavat tämän päätökseen ottaa teknologia käyttöön. Sosiaalisen vaikutuksen merkityksellisyyteen käytön selittäjänä vaikuttavat käyttäjän sukupuoli, ikä, vapaaehtoisuus ja sukupuoli. Mahdollistavilla olosuhteilla (4) viitataan käyttäjän uskomuksia siitä, miten esimerkiksi muut järjestelmät ja teknologiat tukevat käyttöönotettavaa teknologiaa. Poikkeuksena muihin pääelementteihin mahdollistavat olosuhteet eivät vaikuta käyttäytymisaikomukseen vaan suoraan käyttöön ja käyttötapaan. Mahdollistavien olosuhteiden merkitykseen kokonaisuudessa vaikuttavat käyttäjän ikä ja kokemus. (Venkatesh ym., 2003.)

Venkatesh, Thong ja Xu (2012) käsittelivät myöhemmin teknologian omaksumista ja käyttöä yksittäisen kuluttajan kontekstissa, jossa kohdetyhmänä olivat mobiilien Internet-palveluiden käyttäjät. Tutkimuksessaan he jatkokehittivät UTAUT-mallia, jotta teoria soveltuisi paremmin kuluttajakäyttäjien käyttöönottopäätöksen tutkimiseen. Tutkimuksessa UTAUT2-malliksi nimetty teoria tuo aikaisempaan teoriamalliin lisänä vielä ohjaaviksi tekijöiksi (1) *hedonistisen motivaation* (engl. Hedonic motivation), (2) *hinnan* (engl. Price value) sekä (3) *tottumuksen* käyttää teknologiaa (engl. Habit and experience). Uudesta mallista on vähennetty sopeuttavista tekijöistä käytön vapaaehtoisuus, jättäen jäljelle iän, sukupuolen ja kokemuksen. Käytön vapaaehtoisuus on jätetty pois, koska kuluttajille teknologian käyttö on useimmiten vapaaehtoista. UTAUT2-malli on esitetty kuviossa 6 ja uusien tekijöiden suhteet ovat merkitty katkoviivoilla. (KUVIO 6).



KUVIO 6 UTAUT2 (Venkatesh, Thong & Xu, 2012)

Venkateshin ym. (2012) mukaan hedonistinen motivaatio (1) on tärkeä tekijä nimenomaan kuluttajien käyttöaikomuksissa, koska käytettävä teknologia, kuten peli tai kännykkävideo, on usein henkilökohtaista nautintoa varten. Hedonistiseen motivaatioon vaikuttavat esimerkiksi käyttäjän kokeilunhaluisuus ja viehtymys uutuuksia kohtaan. Ikä ja sukupuoli taas vaikuttavat suuresti kyseisiin ominaisuuksiin.

Tottumus (2) perustuu vihjeisiin ja mielleyhtymiin aiemmista tilanteista, mikä vaikuttaa käyttäjän toimintaan muissa samankaltaisissa tilanteissa. Tottumuksella on sekä suora vaikutus käyttöön, että epäsuora vaikutus käyttöaikomuksen kautta. Lisäksi yksilölliset tekijät ovat tärkeitä tottumuksen vaikutuksessa käyttöön, koska varsinkin ikä ja kokemus vaikuttavat siihen, kokeeko käyttäjä tilanteen sellaisena, että se aiheuttaa tottumukseen perustuvaa toimintaa.

Hinta (3) on kuluttajakontekstissa yksi tärkeimmistä käyttöaikomukseen vaikuttavista tekijöistä, koska toisin kuin organisaatioissa, teknologian hinta jää täysin kuluttajan maksettavaksi. Ikä ja sukupuoli vaikuttavat hinnan merkitykseen, koska eri-ikäisillä miehillä ja naisilla on usein erilainen rooli ja motivaatio rahankäyttöön. (Venkatesh ym., 2012.)

## 4.2 Yhteenveto digitaalisten sisältöjen omaksumiseen vaikuttavista tekijöistä ja tutkimuksen alustava tutkimusmalli

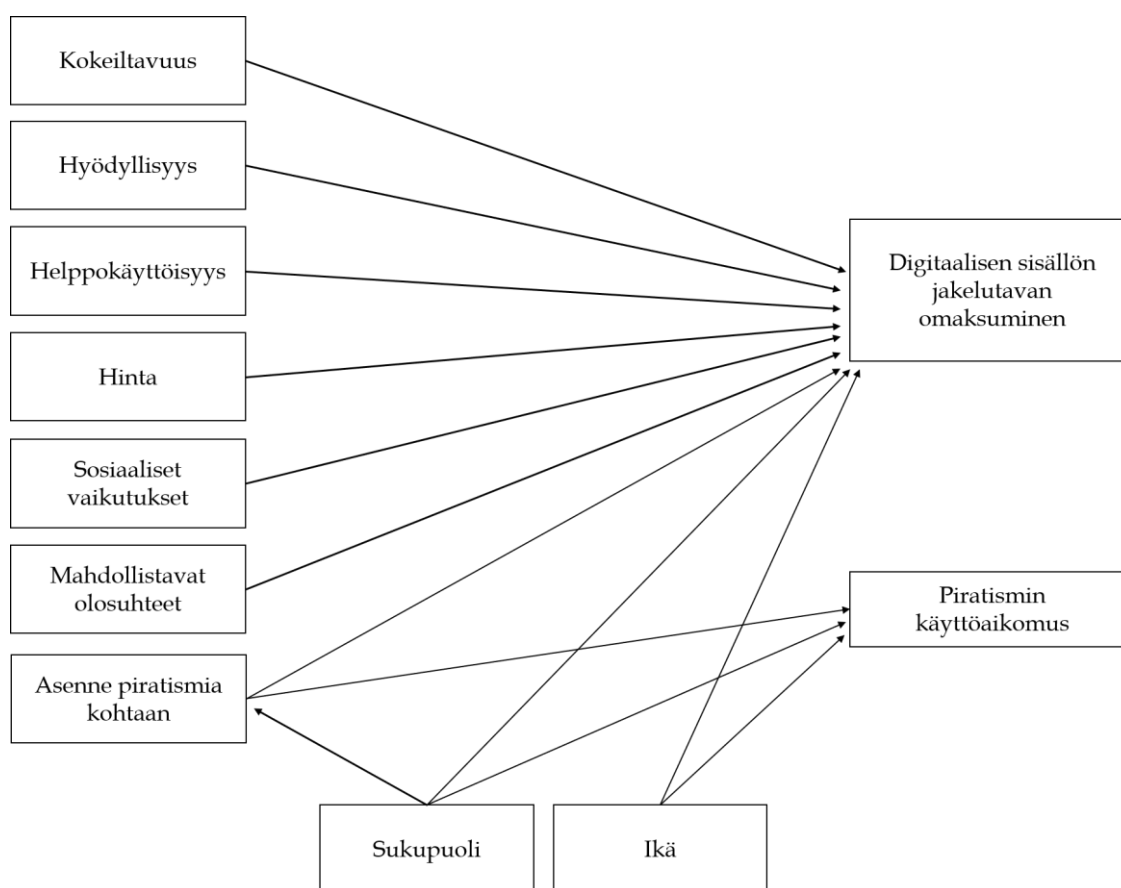
Tässä luvussa kerrottiin, mitä teknologian omaksumisella tarkoitetaan ja esiteltiin teknologian omaksuntaa selittämään ja ennustamaan kehitettyjä malleja. Näistä malleista käytetyimmät ovat teknologian hyväksyntämalli (TAM) ja yhdistetty teoria teknologian hyväksynnästä ja käyttöönotosta (UTAUT). Lisäksi luvussa esiteltiin tärkeimmät malleihin tehdyt laajennukset. Edellä käsiteltyjen aikaisempien mallien ja niissä esiintyvien tekijöiden pohjalta muodostettu tutkielman teoreettinen viitekehys toimii lähtökohtana tutkielman empiiriselle osuudelle. Tutkimuksen viitekehys perustuu Rogersin (2003) luokittelemiin innovaation ominaisuuksiin, joiden lisäksi malliin sovelletaan elementtejä UTAUT-mallien pohjalta sekä tekijöitä joiden voidaan epäillä vaikuttavan digitaalisten sisältöjen jakelukanavien omaksumiseen. Taulukossa 3 on esitetty tekijöitä, joiden arvellaan olevan tämän tutkimuksen kannalta olennaisia tekijöitä ja lähteet tekijöille.

TAULUKKO 3 Yhteenveto digitaalisen sisällön jakelutavan omaksumiseen vaikuttavista tekijöistä

Vaikuttava tekijä	Kuvaus	Lähde
Hyödyllisyys	Koettu hyödyllisyys sekä paremmuus verrattuna aikaisempiin vastaaviin jakelukanaviin.	TAM/TAM2, UTAUT/UTAUT2 & IDT
Helppokäyttöisyys	Teknologiasta saatavaa mielikuvaa sen helppo- tai vaikeakäyttöisyydestä.	TAM/TAM2, UTAUT/UTAUT2 & IDT
Hinta	Koettu käypä korvaus teknologian käytöstä.	UTAUT2
Sosiaaliset vaikutukset	Kuinka käyttäjän sosiaaliset piirit vaikuttavat päätökseen ottaa teknologia käyttöön.	TRA, TPB, TAM/TAM2, UTAUT/UTAUT2 & IDT
Mahdollistavat olosuhteet	Käyttäjän uskomukset siitä, miten muut käyttäjän teknologiat ja aikaisempi osaminen tukevat käyttöönotettavaa teknologiaa.	UTAUT/UTAUT2 & IDT
Kokeiltavuus	Mahdollisuus kokeilla teknologiaa ennen teknologian omaksumista	IDT
Asenne piratismia kohtaan	Käyttäjän asenne piratismia kohtaan ja aiemmat omat kokemukset piratismista	
Käyttäjän ominaisuudet	Käyttäjän sukupuoli ja ikä	UTAUT/UTAUT2

Malleista tuorein UTAUT2-malli soveltuu parhaiten tutkimuksen viitekehysten pohjaksi, sillä sitä kohtaan ei ole esitetty juurikaan kritiikkiä ja sen on todettu

selittävän teknologian käyttöä huomattavasti paremmin kuin vanhemmat ja aiemmat omaksumismallit. Tämän lisäksi UTAUT2-malli on suunniteltu kuluttajakontekstiin, kun useimmat muut omaksumisen selittävät teoriat ovat suunniteltu organisaatiokontekstiin. Empiirisen tutkimuksen tarkoituksena on myös selvittää nuorten asenteita sekä kokemuksia piratismista, ja miten nämä tekijät vaikuttavat nuorten aikomukseen käyttää uusia laillisia jakelukanavia. Tutkimuksen viitekehystä (KUVIO 7), on yksinkertaistettu perinteistä UTAUT-malleista ja UTAUT2-mallista poiketen hedonistinen motivaatio on poistettu kokonaan, sillä viihteellisten digitaalisten sisältöjen kuluttamisen voidaan aina olettaa olevan nautinnonhakuista. Viitekehukseen on lisätty kontrollimuuttujat ikä ja sukupuoli ja UTAUT-malleista poiketen tutkimuksen päähuomiona ei ole selvittää kontrollimuuttujien vaikutusta riippuvuussuhteisiin vaan pelkästään niiden vaikutusta omaksumiseen. Koska tutkimuksessa pyritään myös kuvailemaan nuorten asenteita piratismia kohtaan ja sen vaikutusta suoratoistopalvelujen omaksumista kohtaan, on viitekehukseen lisätty vaikuttavaksi tekijäksi asenne piratismia kohtaan ja piratismiin käyttöaikomus. Tutkimuksessa iän ja sukupuolen voidaan olettaa vaikuttavan käyttäjän asenteisiin piratismia kohtaan, piratismiin käyttöaikomukseen ja digitaalisen sisällön jakelutavan omaksumiseen. Käyttäjän asenteen piratismia kohtaan voidaan olettaa vaikuttavan siihen, kuinka laajana tai laadukkaana palvelun sisältö nähdään, kuinka hyödyllisenä palvelu nähdään ja kuinka paljon palvelusta ollaan valmiita maksamaan.



KUVIO 7 Alustava tutkimusmalli

## 5 EMPIIRINEN TUTKIMUS

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tavoite ja tarkastellaan tutkielman empiirisen osuuden menetelmiä. Aluksi esitellään tutkimuksen tavoite tutkimusongelman, tutkimuskysymyksen ja näistä johdettujen hypoteesien avulla. Näiden jälkeen tarkastellaan tutkimukseen valittua tutkimusotetta, tutkimusmenetelmää ja tutkimuksen toteutustapaa.

### 5.1 Tutkimuksen tavoite

Empiirisessä osiossa pyritään kuvailemaan nuorten asenteita piratismia sekä musiikin- ja elokuvien suoratoistopalveluja kohtaan. Tutkimuksessa selvitetään maksullisten suoratoistopalvelujen omaksumiseen vaikuttavia tekijöitä, maksullisten suoratoistopalvelujen käyttöhalukkuutta ja kuinka paljon nuoret ovat valmiita maksamaan suoratoistopalvelujen käytöstä. Tutkimusotteeksi empiiriseen osioon valittiin kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus ja tutkimusmenetelmänä tässä tutkielmassa käytettiin kyselytutkimusta.

Tutkimuksen teoriaosuudessa tunnistettiin tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa suoratoistopalvelujen omaksumiseen ja näiden pohjalta luotiin tämän tutkimuksen viitekehys. Empiirisessä osiossa testataan teoriaosuudessa luodun viitekehysen tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa maksullisten digitaalisten sisältöjen jake-lukanavien omaksumiseen ja käyttämiseen. Tässä osiossa pyritään kuvailemaan nuorten asenteita piratismia sekä musiikin- ja elokuvien suoratoistopalveluja kohtaan. Samalla on tarkoitus selvittää, ovatko nuoret ylipäättänsä halukkaita maksamaan kuluttamastaan sisällöstä vai haluavatko nuoret käyttää vain maksuttomia vaihtoehtoja. Poikkeavatko syyt iän, sukupuolen tai digitaalisen sisäl-lön tyypin perusteella?



### 5.1.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymys

Tutkimusongelman tarkastelua varten on asetettu seuraava tutkimuskysymys.

*Missä määrin nuoret ovat valmiita maksamaan suoratoistetusta digitaalisesta sisällöstä ja mitkä tekijät vaikuttavat suoratoistopalvelun omaksumiseen?*

Tutkimuskysymyksen ensimmäiseen osaan ”missä määrin nuoret ovat valmiita maksamaan suoratoistetusta digitaalisesta sisällöstä” pyrittiin vastaamaan tiedustelemalla nuorilta, kuinka paljon he ovat valmiita maksamaan suoratoistopalveluista ja kuinka halukkaita nuoret ovat käyttämään maksullisia suoratoistopalveluja. Tutkimuskysymyksen toiseen osaan ”mitkä tekijät vaikuttavat suoratoistopalvelun omaksumiseen” pyrittiin saamaan vastaus testaamalla teoriaosuudessa luodun viitekehyyksen tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa maksullisten digitaalisten sisältöjen jakelukanavien omaksumiseen ja käyttämiseen.

### 5.1.2 Tutkimusotteen valinta

*Tutkimusotteeksi* valittiin kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, sillä tarkoituksena on selvittää erityisesti tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa maksullisten suoratoistopalvelujen omaksumiseen ja käyttämiseen sekä paljonko näiden käyttämisestä ollaan valmiita maksamaan. Vilkan (2007, 14) mukaan määrällinen tutkimusmenetelmä vastaa kysymyksiin, kuinka moni, kuinka paljon ja kuinka usein. Hirsjärven ym. (2009, 140) mukaan kvantitatiivisen tutkimuksen keskeisiä piirteitä ovat aiemmissa tutkimuksissa esiintyvät johtopäätökset ja teoriat, hypoteesien esittäminen ja käsitteiden määrittely, havaintoaineiston soveltuvuus numeeriseen mittaamiseen sekä päätelmien teko havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin perustuen.

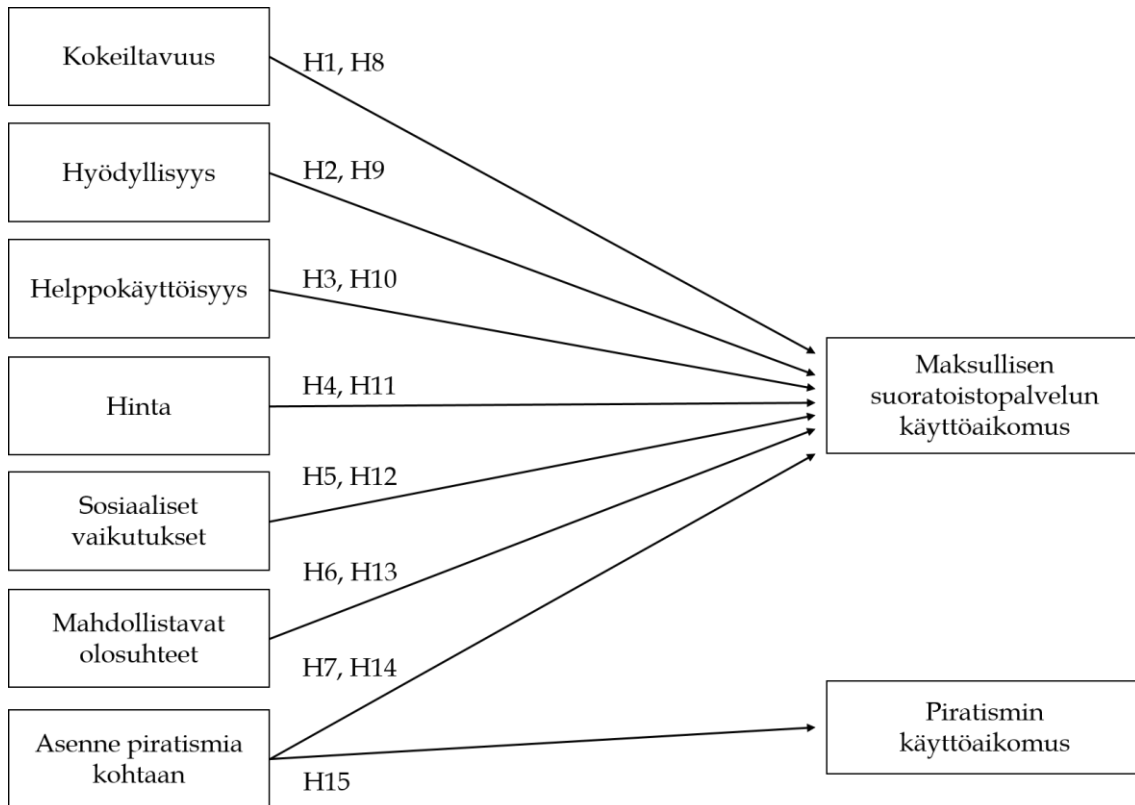
*Tutkimusmenetelmänä* käytettiin kyselytutkimusta, joka tarkoittaa aineiston keräämistä standardoidussa muodossa joukolta ihmisiä (Hirsjärvi ym., 2009, 134). Nämä kohdehenkilöt muodostavat tietystä perusjoukosta saadun satunnaisotoksen, jonka käytöllä tähdätään siihen, että tutkimuksen tulos voitaisiin yleistää koko perusjoukkoon, josta otos on otettu (Järvinen & Järvinen, 2000, 56). Tutkielman aineisto kerättiin kyselyllä, joka tunnetaan kyselytutkimuksen keskeisenä menetelmänä (Hirsjärvi ym., 2009, 193).

Kyselyllä viitataan valmiilla lomakkeella tapahtuvaan tiedonhankintaan (Järvinen & Järvinen, 2000, 155). Hirsjärven ym. (2009, 195) mukaan kyselytutkimuksen etuna voidaan pitää sitä, että sen avulla on mahdollista kerätä laaja tutkimusaineisto suurelta joukolta ihmisiä useiden kysymysten muodossa. Kyselytutkimus on menetelmänä tehokas ja se mahdollistaa aineiston tilastollisen analysoinnin. Lisäksi vastaajat saavat itse valita vastaamisajankohdan (Järvinen & Järvinen, 2000, 155).

Kyselytutkimuksen heikkoutena voidaan puolestaan nähdä aineiston pinnallisuus sekä väärinymmärrysten mahdollisuus, sillä ei ole mahdollista varmistua siitä, miten vakavasti ja rehellisesti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen, kuinka perehtyneitä vastaajat aihealueeseen ovat, sekä miten onnistuneita annetut vastausvaihtoehdot ovat olleet vastaajien näkökulmasta. Kyselytutkimuksissa kato eli vastaamattomuus voi nousta suureksi ja hyvän kyselylomakkeen laatiminen vaatii paljon aikaa. (Hirsjärvi ym., 2009, 195.)

### 5.1.3 Hypoteesit

Tutkimusongelman kohdan *"mitkä tekijät vaikuttavat suoratoistopalvelun omaksumiseen"* tarkastelemiseksi testataan hypoteeseja - väitelauseita, jotka kuvaavat muuttujien välistä yhteyttä ja joiden paikkansapitävyyttä testataan. Metsämuurosen (2011, 57) mukaan hypoteesin asettaminen edellyttää aiempaa tutkimusta tai yleistä tietoa siitä, millainen on oletettu tutkimuksen tulos. Tässä tapauksessa perustelut hypoteeseille löytyvät aiemmasta alan tutkimuksesta, sillä edellisen luvun kirjallisuuskatsauksen perusteella voidaan tunnistaa teknologian omaksumisen taustalla vaikuttavia tekijöitä sekä niiden välisiä suhteita. Aiemmat tutkimustulokset esittävät, että suoratoistopalvelun omaksumiseen voivat vaikuttaa tutkielman viitekehykseen nostetut kokeiltavuus, hyödyllisyys, helpokäyttöisyys, hinta, sosiaaliset vaikutukset ja mahdollistavat olosuhteet. Koska tutkimuksessa pyritään myös kuvailemaan nuorten asenteita piratismia kohtaan ja sen vaikutusta suoratoistopalvelujen omaksumista kohtaan, on viitekehykseen lisätty vaikuttavaksi tekijäksi asenne piratismia kohtaan. Käyttäjän asenteen piratismia kohtaan oletetaan vaikuttavan siihen, kuinka laajana tai laadukkaana palvelun sisältö nähdään, kuinka hyödyllisenä palvelu nähdään ja kuinka paljon palvelusta ollaan valmiita maksamaan. Näin tutkimusongelman tarkastelua varten voidaan asettaa seuraavanlaiset suuntaa osoittavat hypoteesit (H1-H15), jotka esittävät joko positiivisen tai negatiivisen riippuvuuden tutkimuksen kohteena olevien ilmiöiden välillä (KUVIO 8) (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara, 2009, 159).



KUVIO 8 Tutkimuksen hypoteesit

*H1: Koettu kokeiltavuus vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H2: Koettu hyödyllisyys vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H3: Koettu helppokäyttöisyys vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H4: Koettu alhainen hinta vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H5: Koettu sosiaalinen vaikutus vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H6: Koettu yhteensopivuus mahdollistavien olosuhteiden kanssa vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H7: Koettu myönteinen asenne piratismia kohtaan vaikuttaa negatiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H8: Koettu kokeiltavuus vaikuttaa positiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H9: Koettu hyödyllisyys vaikuttaa positiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H10: Koettu helppokäyttöisyys vaikuttaa positiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H11: Koettu alhainen hinta vaikuttaa positiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H12: Koettu sosiaalinen vaikutus vaikuttaa positiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H13: Koettu yhteensopivuus mahdollistavien olosuhteiden kanssa vaikuttaa elokuvien ja TV-sarjojen positiivisesti suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H14: Koettu myönteinen asenne piratismia kohtaan vaikuttaa negatiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen.*

*H15: Koettu positiivinen asenne piratismia kohtaan vaikuttaa positiivisesti piratismiin käyttöaikomukseen.*

## **5.2 Tutkimuksen toteutus**

Tutkimuksen aineisto kerättiin strukturoituna verkkokyselynä touko-kesäkuun vaihteessa vuonna 2016. Kysely toteutettiin Jyväskylän yliopistolla käytössä olevalla selainpohjaisella Webropol-kyselyohjelmistolla. Ohjelman valintaan vaikutti työkalun ilmaisuus, yhteensopivuus SPSS-ohjelman kanssa, verkkokyselyn käyttöön puolestaan jakelun vaivattomuus sekä aineiston saatavuus sähköisessä muodossa. Kyselyn levitykseen hyödynnettiin Jyväskylän, Tampereen, Helsingin, Turun, Itä-Suomen ja Oulun yliopistojen sähköpostilistoja sekä erilaisia sosiaalisen median sivustoja, kuten keskustelupalstoja ja yhteisöpalveluja. Kysely oli auki kaksi viikkoa. Kaikkien tutkimukseen vastanneiden ja sähköpostiosoitteensa jättäneiden kesken arvottiin kyselyn sulkeuduttua 10 kpl 10 euron arvoisia S-ryhmän lahjakortteja.

Ennen varsinaisen kyselyn levittämistä kyselylomaketta testattiin tutkimuksen kohderyhmään kuuluvalla 9-henkisellä testiryhmällä. Testivastaajat kommentoivat kyselyn ymmärrettävyyttä, ohjeistuksia ja kysymysten sisältöjä. Testivastaajien palautteen perusteella kysymysten asetteluun ja sanamuotoihin

tehtiin vähäisiä muutoksia. Lisäksi testiryhmän avulla pyrittiin arvioimaan kyselyyn vastaamiseen kuluva aikaa mahdollisimman tarkasti. Testattu kesto-aika oli noin 5-15 minuuttia, mikä tuotiin esille myös kyselyn saatekirjeen yhteydessä (LIITE 1).

### 5.2.1 Kyselylomakkeen sisältö

Tutkimuksen kyselylomake (LIITE 2) muodostettiin teoriaosuudessa esitellyn viitekehysten pohjalta. Viitekehys perustuu Rogersin (2003) luokittelemiin innovaation ominaisuuksiin, joiden lisäksi malliin sovellettiin elementtejä UTAUT-mallien pohjalta sekä tekijöitä joiden uskottiin vaikuttavan digitaalisten sisältöjen jakelukanavien omaksumiseen. Tutkimuksista valitut kysymykset käännettiin suomeksi sekä tarvittaessa niitä muokattiin suoratoistopalvelujen omaksumiseen soveltuviksi. Kysymykset koskien hyödyllisyyttä, helppokäyttöisyyttä ja sosiaalisia vaikutuksia adaptoitiin TAM-, TAM2, IDT, UTAUT ja UTAUT2-mallien pohjalta. Mahdollistavia olosuhteita koskevat kysymykset muodostettiin UTAUT, UTAUT2 ja IDT-mallia käsittelevien tutkimusten pohjalta. Hintaa koskevat kysymykset sovellettiin UTAUT2-mallista ja kokeiltavuutta käsittelevät kysymykset IDT-mallista. Piratismia koskevien kysymysten pohjana käytettiin Luovan työn tekijöiden ja yrittäjien (LYHTY, 2015) vuoden 2015 tekijänoikeusbarometriä sekä Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen vuoden 2012 nuorisoriikollisuuskyselyä. Piratismia koskevat kysymykset pyrittiin pitämään mahdollisimman samankaltaisina, jotta tulosten vertailu olisi mielekäästä.

Kyselylomake sisälsi yhteensä 84 kysymystä, jonka vuoksi kyselylomake jaettiin viidelle sivulle täyttämisen helpottamiseksi. Kyselylomakkeen ensimmäisellä sivulla esitettiin varmuuden vuoksi uudelleen kyselyn saatekirje (LIITE 1). Kyselyn toisella sivulla kuvattiin kyselyssä käytettävien termien eroja ja korostettiin, että tutkimuksessa kysytään kysymyksiä musiikin, elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluista. Tämän jälkeen lomakkeessa kysyttiin demografisia tietoja koskien vastaajaan sukupuolta, syntymävuotta, koulutusastetta, elämäntilannetta, kuukauden nettotuloja ja millaisia Internet-yhteydellä varustettuja laitteita vastaajalla on käytettävissä (kysymykset 1-6, LIITE 2). Kolmannella kyselysivulla kysyttiin kysymyksiä koskien maksullisia musiikin suoratoistopalveluja (LIITE 3). Sivun alussa annettiin muutama esimerkki erilaisista maksullisista musiikin suoratoistopalveluista ja jonka jälkeen kysyttiin mitä palveluja vastaaja käyttää, millä päätelaitteella palveluja käyttää ja kuinka usein vastaaja kuuntelee musiikkia maksullisesta musiikin suoratoistopalvelusta (kysymykset 7-9). Seuraavaksi vastaajalta tiedusteltiin sattumanvaraisessa järjestyksessä 25 väittämään koskien maksullisia musiikin suoratoistopalveluja ja kuinka paljon vastaaja keskimäärin maksaa yhdestä musiikin suoratoistopalvelusta sekä kuinka paljon hän olisi valmis maksamaan palvelusta (kysymykset 10-12). Neljäs sivu sisälsi kysymyksiä koskien maksullisia elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluita (LIITE 4). Kyselysivu oli rakenteeltaan ja kysymyksiltään täysin samanlainen kuin sivu 3, mutta kysymykset muokattiin käsittelemään elokuvien ja TV-sarjojen suora-

toistopalveluja (kysymykset 13-18). Viidennellä kyselysivulla kysymykset koskivat luvattomien kopioiden lataamista ja luvattomia suoratoistopalveluja (LIITE 5). Sivulla haluttiin selvittää vastaajan aiempia kokemuksia luvattomien kopioiden lataamisesta ja luvattomien suoratoistopalvelujen käyttöä sekä niiden frekvenssiä (kysymykset 19-24). Viimeiseksi vastaajalta tiedusteltiin 16:lla väittämällä, missä määrin hän on samaa tai eri mieltä luvattomien kopioiden lataamisesta ja luvattomia suoratoistopalveluja koskevasta väittämistä (kysymys 25). Kyselyn päätyttyä vastaaja ohjattiin automaattisesti erilliselle arvontalomakkeelle, jossa vastaajaa pyydettiin täyttämään sähköpostiosoitteensa, mikäli vastaaja oli halukas osallistumaan arvontaan kyselyyn vastanneiden kesken (LIITE 6).

Kyselylomakkeeseen kertyi hypoteeseista johdettuja kysymyksiä yhteensä 62 kappaletta (kyselylomakkeen kysymykset 10, 16 ja 25). Koska kyselyssä pyrittiin kuvailemaan nuorten asenteita sekä musiikin- että elokuvien suoratoistopalveluja kohtaan, sisälsivät kysymykset 10 ja 16 täysin samoja kysymyksiä. Kysymyksessä 10 kysyttiin vastaajan mielipidettä maksullisia musiikin suoratoistopalveluja kohtaan ja kysymyksessä 16 kysyttiin vastaajan mielipidettä maksullisia elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja kohtaan. Reliabiliteetin lisäämiseksi molemmat kysymykset sisälsivät useita samaa asiaa mittaavia kysymyksiä. Kumpaakin maksullista suoratoistopalvelua kohtaan esitettiin 25 väittämää kysymyksissä 10 ja 16. Maksullisen suoratoistopalvelun koettua kokeiltavuutta mitattiin näissä erillisissä kysymyksissä kahdella väittämällä (KO1-2), koettua hyödyllisyyttä kuudella väittämällä (HY1-6), koettua helppokäyttöisyyttä viidellä väittämällä (HE1-5) ja koettua hintaa kolmella väittämällä (HI1-3). Sosiaalista vaikutusta mitattiin kahdella väittämällä (SO1-2), mahdollistavia olosuhteita neljällä väittämällä (MA1-4) ja lopuksi suoratoistopalvelun käyttöaikomusta sekä käytön jatkamista kolmella väittämällä (SK1-3). Kysymyksessä 25 mitattiin käyttäjän asennetta piratismia kohtaan kuudella väittämällä (AP-1-6) ja piratismiin käyttöaikomusta ja käytön jatkamista kuudella väittämällä (PK1-6). Liitteeseen 7 on koottu yhteenveto hypoteeseista johdetuista kysymyksistä. Maksullisia suoratoistopalveluja ja piratismia koskevia väittämiä mitattiin satunnaisessa järjestyksessä 5-portaisella Likert-asteikolla. Käytetty skaala sisälsi vastausvaihtoehdot (1) täysin eri mieltä, (2) jonkin verran eri mieltä, (3) ei samaa eikä eri mieltä, (4) jonkin verran samaa mieltä, (5) täysin samaa mieltä sekä lisäksi kohdan (6) en osaa sanoa. Likert-asteikkoa (Likert scale) käytetään erityisesti asennetta ja motivaatiota mittaavissa testeissä, joissa koehenkilö itse arvioi omaa käsitystään väitteen tai kysymyksen sisällöstä (Metsämuuronen, 2011, 70). Asteikkoihin perustuva kysymystyyppi esittää erilaisia väittämiä, joihin vastaaja valitsee sen mukaan, miten voimakkaasti hän on samaa mieltä tai eri mieltä kuin esitetty väittämä (Hirsjärvi ym., 2009, 200).

## 5.2.2 Aineiston analysointi

Aineiston analysointi aloitettiin tarkistamalla aineisto Webropol-kyselyohjelmiston sisäänrakennetulla aineiston esikatselutoiminnolla. Aineiston esikäsittelyssä pyrittiin löytämään epäasiallisesti tai puutteellisesti täytetyt lomakkeet. Analysoitavaksi hyväksyttiin kaikki 1061 vastausta.

Aineiston käsittelyä jatkettiin IBM SPSS 23 -ohjelman avulla frekvenssien tarkastelulla ja aineiston suoratoistopalveluja käsittelevän osuuden esittämisellä. Samalla aineiston syntymävuosimuuttujasta laskettiin vastaajien ikä vuoden tarkkuudella ja luokiteltiin uusi ikämuuttuja kahdeksaan luokkaan. Jos vastaaja oli ilmoittanut syntymävuodekseen vuoden 1988, sai hän laskukaavan mukaan ikämuuttujan arvoksi 28 jne. Laskukaavalla vastaajien ikään on voinut tulla pieniä virheitä, mutta nämä virheet ovat maksimissaan vuoden mittaisia.

Seuraavaksi tyhjät vastaukset koodattiin arvoon "En halua tai osaa vastata". Tyhjiä vastauksia löytyi ainoastaan luvattomien kopioiden lataamista ja luvattomien suoratoistopalveluiden käyttöä koskevista kysymyksistä. Likert-asteikkoa (Likert scale) käyttävien kysymysten "En osaa sanoa"-vaihtoehdot koodattiin puuttuviksi vastauksiksi faktorianalyysia varten ja faktorianalyysissa arvot korvattiin kysymyksen keskiarvolla. Kysymykset HI3 esitettiin kyselyssä sanamuotojen takia kielteisessä muodossa ja keskiarvovertailua sekä faktorianalyysia varten kielteisen väittämän koodaus käännettiin myönteisiä väittämiä vastaavaksi (1 → 5, 2 → 4, 3 → 3, 4 → 2, 5 → 1).

Tämän jälkeen teoreettisen viitekehyksen tueksi aineistoa tarkasteltiin *eksploratiivisella faktorianalyysillä*. Faktorianalyysin avulla pyritään havaitsemaan muuttujien taustalla olevia tekijöitä eli niin sanottuja piilomuuttujia. Faktorianalyysin avulla etsitään muuttujia, jotka korreloivat keskenään ja muodostavat näin muuttujajoukkoja eli faktoreita. (Karjaluoto, 2007, 39–40; Metsämuuronen, 2008, 650–652.) Faktorianalyysien estimointimenetelminä käytettiin *pääakselifaktorointia* (Principal Axis Factoring). Faktorianalyysien tulkintaa helpottamaan valittiin *Va-ri-max-rotatio*, joka pyrkii minimoimaan vahvojen latauksien muodostumisen yksittäisille faktoreille. (Karjaluoto, 2007, 46.) Ennen faktorianalyysin suorittamista aineiston sopivuutta faktorianalyysille testattiin Kaiserin testillä (Kaizer-Meyer-Olkin) ja Bartlettin sväärisyystestillä.

Faktorianalyysin jälkeen aineiston reliabiliteettia ja validiteettia arvioitiin SPSS:n AMOS-lisäohjelmalla tehdyillä mittausmalleilla. Mallien reliabiliteettia, eli luotettavuutta, tarkasteltiin muuttujien sisäistä konsistenssia mittaavan Composite Reliabilityn (CR) avulla. Samalla mallien konvergenssivaliditeettia tarkasteltiin Average Variance Extracted (AVE) -mittarin avulla sekä mallien erotteluvälikiteettia testattiin Fornell-Larckerin testillä. Mittausmalleista tarkasteltiin myös mallia koskevia riittävyysmittoja, joita ovat RMSEA (engl. Root mean square error of approximation), NFI (engl. Normed Fit Index), RFI (engl. Relative Fit Index), IFI (engl. Incremental Fit Index), CFI (engl. Comparative Fit Index) ja khiin neliö -arvoa suhteessa vapausasteisiin.

Mittausmallien testaamisen jälkeen mallit siirrettiin *rakenneyhtälömallien* (engl. structural equation modelling, SEM) muotoon, joilla kuvataan latenttien

muuttujien välisiä suhteita. Rakenneyhtälömallinnuksella tarkastellaan, antaako aineisto tukea muodostetulle mallille. Rakenneyhtälömallitus toimii tilanteissa, joissa on olemassa taustateoria aineiston faktorirakenteesta ja analyysin tehtävänä on joko varmistaa tai kumota tämä käsitys. Rakenneyhtälömallituksesta käytetään myös nimitystä SEM-analyysi ja *konfirmatorinen faktorianalyysi* (engl. Confirmatory Factor Analysis, CFA). Analyysimenetelmänä käytettiin *kovarianssipohjaista rakenneyhtälömallia* (engl. Covariance-based Structural Equation Modeling, CB-SEM). (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2011; Lowry & Gaskin, 2014; Metsämuuronen, 2011, 650, 683-687; Nummenmaa, 2009.)



## 6 TUTKIMUKSEN TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä osiossa esitellään empiirisen tutkimuksen pohjalta saadut keskeiset tulokset ja testataan asetetut hypoteesit. Ensiksi kuvaillaan aineistoa ja esitellään vastaajien demografiset tekijät. Luvun aluksi tarkastellaan aineistoa yleisellä tasolla, tarkastellaan vastaajien maksuhalukkuutta suoratoistopalveluja kohtaan, vastaajien kokemuksia luvattomasta lataamisesta sekä luvattomista suoratoistopalveluista. Tämän jälkeen siirrytään teoreettisen viitekehyksen testaamiseen. Tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen testaaminen jakautui kolmeen osioon. Ensiksi tarkistettiin aineiston soveltuvuus mittausmalleille tekemällä SPSS:n avulla eksploratiiviset faktorianalyysit. Tämän jälkeen aineistosta tehtiin mittausmallit SPSS:n AMOS-lisäohjelmalla ja lopuksi mittausmallit siirrettiin rakenneyhtälömallien muotoon, joilla testattiin hypoteesien toimivuutta. Analyysit tehtiin erikseen niin maksullisille musiikin kuin elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluille.

### 6.1 Vastaajien demografiset tiedot

Vilkan (2007, 56-57) mukaan suositeltava vastausten vähimmäismäärä on sata havaintoyksikköä, mikäli tutkimuksessa käytetään tilasto-ohjelmistoja. Jos tavoitteena on vertailla eri ryhmiä, otoskoon tulisi olla joka ryhmästä vähintään 30 havaintoyksikköä. Kaikkiaan vastaajia tulisi olla 200–300 kappaletta ja valtakunnallisissa kuluttajatutkimuksissa tutkimuskohtaisesti jopa 500–1000 vastaajaa. Tähän tutkimukseen hyväksyttiin kaikki 1061 vastausta ja lukumäärää voidaan pitää erittäin hyvänä. Kyselyn levitykseen hyödynnettiin Jyväskylän, Tampereen, Helsingin, Turun, Itä-Suomen ja Oulun yliopistojen sähköpostilistoja sekä erilaisia sosiaalisen median sivustoja, kuten keskustelupalstoja ja yhteisöpalveluja. Aineistoa kuvataan tarkastelemalla vastaajien demografisia ja sosioekonomisia muuttujia, joita olivat tässä tutkimuksessa sukupuoli, ikäryhmä, elämäntilanne, koulutusaste ja tulotaso. Nämä tiedot ovat listattu taulukkoon 4.

Vastaajista 58,8 prosenttia oli naisia ja 39,7 prosenttia miehiä. Vastaajien ikä oli jakautunut siten, että suurimmat ikäryhmät olivat 15-24-vuotiaat (39,2 %) ja 25-34-vuotiaat (48,9 %). Tämä tarkoittaa, että 89,5 prosenttia vastaajista oli 34-vuotiaita tai sitä nuorempia. Vastaajista 67,1 prosenttia mielsi itsensä pääasialliseksi opiskelijaksi ja vastaajista yli puolen (58,4 %) nettotulot olivat alle tuhat euroa kuukaudessa.

TAULUKKO 4 Vastaajien demografiset tiedot (N=1061)

<b>Vastaajien demografiset tiedot</b>		<b>f</b>	<b>f %</b>
1. Sukupuoli	Mies	421	39,7
	Nainen	624	58,8
	Muu tai en halua vastata	16	1,5
	Yhteensä	1061	100,0
2. Ikäryhmä	Alle 14 vuotta	1	0,1
	15-24 vuotta	416	39,2
	25-34 vuotta	519	48,9
	35-44 vuotta	89	8,4
	45-54 vuotta	25	2,4
	55-64 vuotta	5	0,5
	65-74 vuotta	2	0,2
	Yli 75 vuotta	4	0,4
	Yhteensä	1061	100,0
3. Koulutusaste	Perusaste	8	0,8
	Keskiaste	394	37,1
	Alin korkea-aste	9	0,8
	Alempi korkeakouluaste	464	43,7
	Ylempi korkeakouluaste	168	15,8
	Tutkijankoulutusaste	14	1,3
	En halua tai osaa vastata	4	0,4
	Yhteensä	1061	100,0
4. Elämäntilanne	Koululainen tai opiskelija	712	67,1
	Työssäkäyvä tai yrittäjä	267	25,2
	Työtön	35	3,3
	Varusmies- tai siviilipalveluksessa	3	0,3
	Eläkeläinen	4	0,4
	Omaa kotitaloutta hoitava	16	1,5
	Ei mikään edellisistä	17	1,6
	En halua tai osaa vastata	7	0,7
	Yhteensä	1061	100,0
	5. Tulotaso (nettotulo)	Alle 500 euroa	235
500-999 euroa		385	36,3
1000-1499 euroa		141	13,3
1500-1999 euroa		101	9,5
2000-2499 euroa		72	6,8
2500-2999 euroa		43	4,1
3000-4499 euroa		30	2,8
5000-7499 euroa		5	0,5
7500-10000 euroa		2	0,2
Yli 10000 euroa		7	0,7
En halua tai osaa vastata		40	3,8
Yhteensä	1061	100,0	

Verrattaessa vastaajien ikäjakaumia Tilastokeskuksen (2016b) väestötilastoihin (TAULUKKO 5), käy ilmi tutkimuksen havaintojen merkittävä painottuminen nuoriin aikuisiin. Vastaajista 15–24-vuotiaiden sekä 25–34-vuotiaiden osuudet ylittävät selvästi yleisen väestöjakauman vastaavat, kun taas tätä nuorempien sekä vanhempien ikäluokkien osuudet jäävät normaalijakaumaa alhaisemmiksi.

TAULUKKO 5 Vastaajien ikärakenne verrattuna suomalaisten ikärakenteeseen vuonna 2015 (Tilastokeskus, 2016b)

Ikä	Vastaajien f %	Suomalaisten f %
Alle 14 vuotta	0,1	16,4
15-24 vuotta	39,2	11,8
25-34 vuotta	48,9	12,7
35-44 vuotta	8,4	12,1
45-54 vuotta	2,4	13,3
55-64 vuotta	0,5	13,6
65-74 vuotta	0,2	11,5
Yli 75 vuotta	0,4	8,7

Verrattaessa vastaajien koulutusastetta Tilastokeskuksen (2016a) väestön koulutusrakenteen tilastoihin (TAULUKKO 6), käy ilmi tutkimuksen havaintojen merkittävä painottuminen korkeasti kouluttautuneihin. Vastaajista keskiasteen, korkea-asteen ja tutkijankoulutusasteen suorittaneiden osuudet ylittävät selvästi yleisen väestöjakauman vastaavat. Niin ikään vastaajien enemmistö koulutusasteen, sosioekonomisen aseman sekä tulotason suhteen viittaa aineiston pääpainon olevan nuorena opiskelijaväestössä.

TAULUKKO 6 Vastaajien koulutusaste verrattuna suomalaisten koulutusasteeseen vuonna 2015 (Tilastokeskus, 2016a)

Koulutusaste	Vastaajien f %	Suomalaisten f %
Perusaste	0,8	34,4
Keskiaste	37,1	36,2
Alin korkea-aste	0,8	14,7
Alempi korkeakouluaste	43,7	6,4
Ylempi korkeakouluaste	15,8	7,2
Tutkijankoulutusaste	1,3	1,1

Kuuden suomalaisen yliopiston sähköpostilistoihin ja erilaisten sosiaalisen median sivustojen kautta kerätyn aineiston sekä tutkimuksen teeman takia, havaintojen painottuminen nuoriin aikuisiin oli odotettavissa. Aineiston vinouden takia tulosten perusteella ei voida tehdä yleistyksiä kaikkiin ikäryhmiin tai kaikkiin suomalaisiin nuoriin aikuisiin, silti aineistoa voidaan pitää edustavan otoksena nuoresta opiskelijaväestöstä.

## 6.2 Maksullisten suoratoistopalvelujen käyttöä mittaavat kysymykset

Tässä osiossa tarkastellaan, millaisia Internet-yhteydellä varustettuja laitteita vastaajalla on käytettävissä, vastaajien käyttämiä maksullisia suoratoistopalveluja ja mikä on pääasiallinen suoratoistopalvelujen käyttölaite. Kysymyksissä on pääasiassa tarkasteltu vastaajien käyttämiä maksullisia suoratoistopalveluja, mutta joihinkin kysymyksiin on lisätty maksuttomia vaihtoehtoja. Tällä pyrittiin välttämään sekaannusta maksullisten ja maksuttomien versioiden välillä. Ilman maksuttomia vaihtoehtoja, osa ilmaisversiota käyttävistä vastaajista olisi saattanut valita maksullisen vaihtoehdon. Luvun lopussa tarkastellaan vastaajien maksuhalukkuutta suoratoistopalveluja kohtaan ja kuinka paljon vastaajat maksavat suoratoistopalvelujen käytöstä. Lopuksi esitellään keskiarvovertailu, jolla pyrittiin selvittämään, onko toisistaan riippumattomien ryhmien maksumäärissä sekä maksuhalukkuudessa eroja.

### 6.2.1 Vastaajien käytettävissä olevat Internet-yhteydellä varustetut laitteet

Kaikilla kyselyyn vastanneilla oli jokin Internet-yhteydellä varustettu laite käytettävissään ja usealla vastaajalla oli enemmän kuin yksi laite käytettävissään (TAULUKKO 7). Vastaajista lähes kaikilla oli älypuhelin (95 %). Vastaajien toiseksi yleisin Internet-yhteydellä varustettu laite oli kannettava tietokone (89,8 %), kolmanneksi yleisin laite oli taulutietokone (47,7 %), neljänneksi yleisin oli pöytätietokone (41,7 %), viidenneksi yleisin oli pelikonsoli (35,2 %) ja viimeisenä sekä kuudenneksi yleisin laite oli älytelevisio (23,3 %).

TAULUKKO 7 Vastaajien käytettävissä olevat Internet-yhteydellä varustetut laitteet

#### 6. Mikä / mitkä seuraavista Internet-yhteydellä varustetuista laitteista sinulla on käytettävissäsi?

	f	f %
Tietokone	442	41,7
Kannettava tietokone	953	89,8
Älypuhelin	1008	95,0
Tabletti eli taulutietokone	506	47,7
Älytelevisio	237	23,3
Pelikonsoli	374	35,2
Ei mikään ylläolevista vaihtoehdoista	0	0,0
En halua tai osaa vastata	1	0,1

N = 1061

## 6.2.2 Vastaajien käyttämät maksulliset suoratoistopalvelut

Kysymyksessä seitsemän kysyttiin vastaajien käyttämiä maksullisia musiikin suoratoistopalveluja monivalintakysymyksen muodossa (TAULUKKO 8). Kysymyksen vaihtoehtoihin oli lisätty poikkeuksellisesti Spotify:n sekä Deezer:in ilmaisversiot. Tällä pyrittiin välttämään sekaannusta maksullisten ja maksuttomien versioiden välillä. Ilman maksuttomia vaihtoehtoja, osa ilmaisversiota käyttävistä vastaajista olisi saattanut valita maksullisen vaihtoehdon. Vastausvaihtoehtoissa olleiden maksuttomien vaihtoehtojen takia, kysymyksestä on vaikea arvioida todellista maksuttomien suoratoistopalveluiden käyttömäärää. Kysymyksen vastaukset auttavat arvioimaan, kuinka moni vastaajista käyttää maksullisia ja maksuttomia mainosrahoitteisia musiikin suoratoistopalveluja.

Vastanneiden keskuudessa Spotify oli selkeästi suosituin musiikin suoratoistopalvelu. Maksutonta versiota käytti 40,1 prosenttia vastaajista ja maksullista Spotify Premiumia 36,4 prosenttia vastaajista. Noin viidesosa vastaajista (22,7 %) ei käyttänyt mitään musiikin suoratoistopalvelua. Loput kyselyssä esitetyt maksulliset suoratoistopalvelut saivat vain muutamia vastauksia.

TAULUKKO 8 Vastaajien käyttämät maksulliset musiikin suoratoistopalvelut

7. Mikä / mitkä seuraavista maksullista musiikin suoratoistopalveluista sinulla on käytössäsi tällä hetkellä?	f	f %
Spotify (käyttäjälle maksuton mainosrahoitteinen versio)	425	40,1
Deezer (käyttäjälle maksuton mainosrahoitteinen versio)	20	1,9
Spotify Premium	386	36,4
Deezer Premium+	11	1,0
Apple Music	19	1,8
Google Play Music	20	1,9
Groove Music	0	0,0
YouTube Music Key / YouTube Red	10	0,9
Tidal	8	0,8
Joku muu, mikä? *	18	1,7
En käytä maksullista musiikin suoratoistopalvelua	241	22,7
En halua tai osaa vastata	2	0,2

N = 1061

\* di.fm Premium, Digitally Imported Premium, Google Play ilmaisversio, Google Play Music (ilmainen), GPM:n ilmaisversio johon saa ladattua musiikit omalta koneelta, Jamendo, jango.com (ilmainen), Jokin vanhempi sopimus Spotifysta jota ei enää ole tarjolla (maksu 5 tai 10e/kk, ei mainoksia, ei käytettävissä puhelimella), Promovaiheessa saadut ruotsalaiset Spotify -tunnukset, joista en maksa, mutta käytössä on täydet palvelut. Radio, Spotify unlimited, Spotify Unlimited, supla, Tidalin ilmainen kokeilujakso, Tyttökaverin spotify.

Kysymyksessä kolmetoista kysyttiin vastaajien käyttämiä maksullisia elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja monivalintakysymyksen muodossa (TAULUKKO 9). Kysymyksen muotoilussa ei otettu kantaa siihen, onko vastaajalla käytössään mahdollinen ilmainen kokeilukuukausi vai maksullinen tilausjakso. Tämän lisäksi kyselyn vastausajankohdan aikana HBO Nordic esitti huippuosuositun "Game of Thrones" -televisiosarjan uusinta tuotantokautta, joka on

saattanut vaikuttaa positiivisesti HBO Nordic -suoratoistopalvelun käyttäjämääriin.

Netflix -suoratoistopalvelu oli vastaajien keskuudessa selkeästi suosituin palvelu ja palvelua käytti lähes puolet vastaajista (48,8 %). Seuraavaksi suosituin suoratoistopalvelu oli HBO Nordic, jota käytti 17,7 prosenttia vastaajista. Kolmanneksi suosituin palvelu oli Viaplay, jota käytti 9,1 prosenttia vastaajista ja neljänneksi suosituinta Ruutu+ -palvelua käytti 5 prosenttia vastaajista. Loput suoratoistopalvelut saivat vain muutamia kymmeniä vastauksia.

TAULUKKO 9 Vastaajien käyttämät maksulliset elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelut

**13. Mikä / mitkä seuraavista maksullista elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluista sinulla on käytössäsi tällä hetkellä?**

	f	f %
Netflix	518	48,8
Viaplay	97	9,1
HBO Nordic *	188	17,7
C More	31	2,9
Ruutu+	53	5,0
Elisa Aitio	10	0,9
Watson	5	0,5
Joku muu, mikä? **	19	1,8
En käytä maksullista elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelua	409	38,5
En halua tai osaa vastata	5	0,5

N = 1061

\* HBO Nordic esitti kyselyajankohdan aikana Game of Thrones -televisiosarjan uusinta tuotantokautta.

\*\* aiemmin Fanseat (urheilu), Crunchyroll, DNA TV, elisa viihde, Elisa viihde, Elisa Viihde, Elisa Viihde (tallenteet), IS extra, ISTV, Katsomon sport paketti, mtv sport, Mubi, Sonera viihde, Sonera Viihde, Soneraviihde, Yle

### 6.2.3 Pääasiallinen maksullisen suoratoistopalvelun käyttölaite

Kysymyksessä 8 tiedusteltiin pääasiallista maksullisen musiikin suoratoistopalvelun käyttölaitetta (TAULUKKO 10). Tämän kysymyksen kohdalla on huomioitava, että osa vastaajista on voinut todellisuudessa olla mainosrahoitteisen suoratoistopalvelun käyttäjiä, vaikka kysymyksessä tiedusteltiin maksullisten suoratoistopalveluiden pääasiallista käyttölaitetta. Tästä syystä kysymys saattaa auttaa arvioimaan niin maksullisten kuin maksuttomien musiikin suoratoistopalvelujen pääasiallista käyttölaitetta. Selvä enemmistö vastaajista käytti palvelua älypuhelimella (35,3 %) ja seuraavaksi suosituimpina laitteina oli kannettava tietokone (17,5 %) sekä pöytätietokone (12,7 %). Pieni osa vastaajista käytti palvelua tabletilla (4,1 %) ja vain muutama pelikonsolilla (0,4 %). Tämän kysymyksen pohjalta 29,4 prosenttia vastaajista ei käytä maksullisia musiikin suoratoistopalveluja.

TAULUKKO 10 Maksullisen musiikin suoratoistopalvelun pääasiallinen käyttölaite

<b>8. Käytän maksullista musiikin suoratoistopalvelua pääasiassa:</b>		
	<b>f</b>	<b>f %</b>
Tietokoneella	135	12,7
Kannettavalla tietokoneella	186	17,5
Älypuhelimella	375	35,3
Tabletilla eli taulutietokoneella	44	4,1
Älytelevisiolla	0	0,0
Pelikonsolilla	4	0,4
En käytä maksullista musiikin suoratoistopalvelua	312	29,4
En halua tai osaa vastata	5	0,5

N = 1061

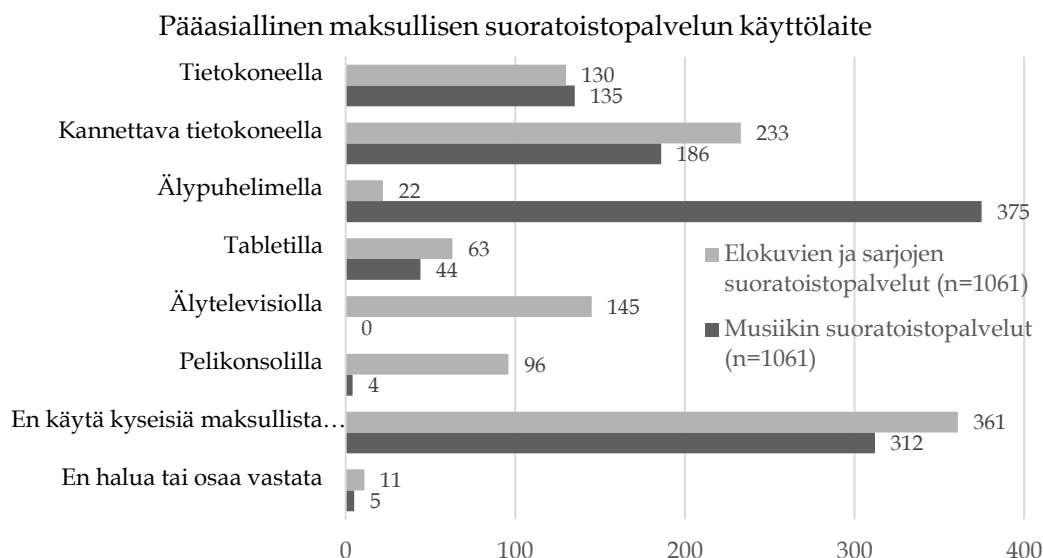
Vastaajien pääasiallinen käyttölaite maksullisten elokuvien- ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen kohdalla jakaantui melko tasaisesti (TAULUKKO 11). Noin viidesosa vastaajista käytti palvelua pääasiassa kannettavalla tietokoneella (22,0 %) ja seuraavaksi suosituimpina laitteina oli älytelevisio (13,7 %) sekä pöytätietokone (12,3 %). Pienempi osa vastaajista käytti palvelua pelikonsolilla (9,0 %), tai tabletilla (5,9 %) ja vain muutama vastaaja älypuhelimella (2,1 %). Tämän kysymyksen pohjalta 34,0 prosenttia vastaajista ei käytä ollenkaan maksullisia elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja.

TAULUKKO 11 Maksullisen elokuvien- ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun pääasiallinen käyttölaite

<b>14. Käytän maksullista elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelua pääasiassa:</b>		
	<b>f</b>	<b>f %</b>
Tietokoneella	130	12,3
Kannettavalla tietokoneella	233	22,0
Älypuhelimella	22	2,1
Tabletilla eli taulutietokoneella	63	5,9
Älytelevisiolla	145	13,7
Pelikonsolilla	96	9,0
En käytä maksullista elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelua	361	34,0
En halua tai osaa vastata	11	1,0

N = 1061

Vertailtaessa käyttäjien pääasiallista käyttölaitetta suoratoistopalvelun tyyppin mukaan, huomattiin pääasiallisen käyttölaitteen poikkeavan suoratoistopalvelun tyyppin mukaan (KUVIO 9). Merkittävä enemmistö vastaajista käytti maksullista musiikin suoratoistopalvelua matkapuhelimella, kun taas elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelua käytti vain muutama vastaaja matkapuhelimella. Sen sijaan elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja käytettiin älytelevisiolla ja pelikonsolilla, toisin kuin maksullisia musiikin suoratoistopalveluja.



KUVIO 9 Pääasiallinen maksullisen suoratoistopalvelun käyttölaite

#### 6.2.4 Maksullisen suoratoistopalvelun käytön tiheys

Kysymyksessä 9 tiedusteltiin, kuinka usein vastaajat kuuntelevat musiikkia maksullisista suoratoistopalveluista. Tämänkin kysymyksen kohdalla on yhtä lailla muistettava, että osa vastaajista on voinut todellisuudessa olla mainosrahoitteisen suoratoistopalvelun käyttäjiä. Tämän takia kysymys voi mitata paremmin sekä maksullisten kuin myös maksuttomien musiikin suoratoistopalvelujen käytön tiheyttä. Kolmasosa kaikista vastaajista (31 %) kuunteli musiikkia maksullisesta musiikin suoratoistopalvelusta päivittäin ja noin viidesosa vastaajista (21 %) useita kertoja viikossa mutta ei päivittäin. Vastaajista 60,2 prosenttia kuunteli musiikkia maksullisesta musiikin suoratoistopalvelusta vähintään kerran viikossa tai useammin ja vähintään kerran kuukaudessa 66,3 prosenttia vastaajista. Edelliset luvut ovat kumulatiivisen prosentin perusteella laskettu, eli kyseisen luokan ja sitä edeltävien luokkien prosenttiosuus yhteenlaskettuna. Loput vastaajat kuuntelivat harvemmin tai eivät koskaan (TAULUKKO 12).

TAULUKKO 12 Maksullisen musiikin suoratoistopalvelun käytön useus

9. Kuinka usein kuuntelet musiikkia maksullisesta musiikin suoratoistopalvelusta?			
	f	f %	sf %
Päivittäin	329	31,0	31,0
Useita kertoja viikossa mutta en päivittäin	223	21,0	52,0
Vähintään kerran kuukaudessa	87	8,2	60,2
Vähintään kerran viikossa	64	6,0	66,3

(Jatkuu)



**Taulukko 12 (Jatkuu)**

Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin	53	5,0	71,3
Vain kokeillut kerran tai pari	97	9,1	80,4
En koskaan	201	18,9	99,3
En halua tai osaa vastata	7	0,7	100,0
Yhteensä	1061	100,0	

N = 1061

Maksullisten elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen kohdalla käytön tiheys jakaantui tasaisemmin kuin maksullisten musiikin suoratoistopalvelujen kohdalla (TAULUKKO 13). Päivittäin suoratoistopalvelua käytti 12,2 prosenttia, 24,3 prosenttia käytti suoratoistopalvelua useita kertoja viikossa mutta ei päivittäin ja vähintään kerran viikossa suoratoistopalvelua käytti 16,2 prosenttia. Vastaajista 52,7 prosenttia kertoi käyttävänsä palvelua vähintään kerran viikossa tai useammin ja vähintään kerran kuukaudessa 61,1 prosenttia vastaajista. Edelliset luvut ovat kumulatiivisen prosentin perusteella laskettu, eli kyseisen luokan ja sitä edeltävien luokkien prosenttiosuus yhteenlaskettuna. Loput vastaajat käyttivät suoratoistopalvelua harvemmin tai eivät koskaan.

TAULUKKO 13 Maksullisten elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen käytön useus

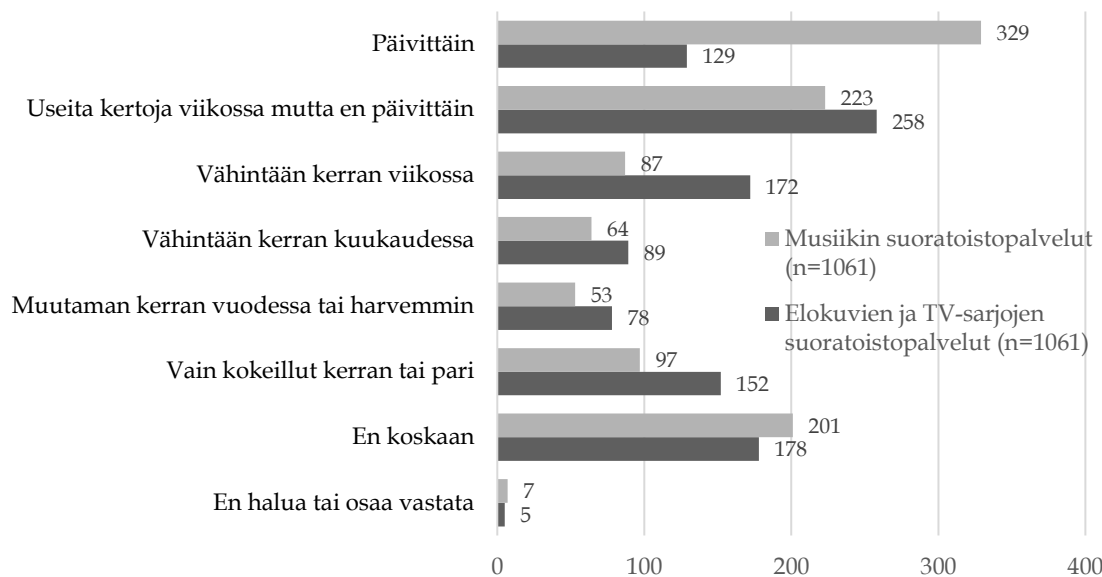
#### 15. Kuinka usein katselet elokuvia tai TV-sarjoja maksullisesta suoratoistopalvelusta?

	f	f %	sf %
Päivittäin	129	12,2	12,2
Useita kertoja viikossa mutta en päivittäin	258	24,3	36,5
Vähintään kerran viikossa	172	16,2	52,7
Vähintään kerran kuukaudessa	89	8,4	61,1
Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin	78	7,4	68,4
Vain kokeillut kerran tai pari	152	14,3	82,8
En koskaan	178	16,8	99,5
En halua tai osaa vastata	5	0,5	100,0
Yhteensä	1061	100,0	

N = 1061

Vertailtaessa käyttäjien suoratoistopalvelun käytön tiheyttä suoratoistopalvelun tyyppiin, huomattiin käytön useudessa joitakin poikkeuksia (KUVIO 9). Noin kolmasosa maksullisia musiikin suoratoistopalveluja käyttäjistä käytti palvelua päivittäin, kun elokuvien ja TV-sarjojen kohdalla päivittäin suoratoistopalvelua käytti vain 12,2 prosenttia vastaajista.

## Kuinka usein käytät maksullisia suoratoistopalveluja?



KUVIO 10 Maksullisten suoratoistopalvelujen käytön useus

Kysymysten pohjalta on vaikea arvioida tarkkaan, kuinka moni vastaajista ei käytä maksullisia musiikin suoratoistopalveluja ollenkaan, sillä "En käytä maksullista musiikin suoratoistopalvelua" -vastanneiden osuus vaihtelee kysymyskohtaisesti 22,7 ja 29,4 prosentin välillä. Kysymyksen 7 ilmaiset vaihtoehdot ovat voineet vääristää vastauksia ja vastaaja, joka käyttää palvelua harvemmin, ei välttämättä miellä itseään suoratoistopalvelun käyttäjäksi kysyttäessä pääasiallista käyttölaitetta. Tarkin arvio voidaan laskea taulukosta 13, laskemalla yhteen vastaajat jotka ovat valinneet vaihtoehdot "En koskaan", "Vain kokeillut kerran tai pari" ja "Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin". Tämän tuloksen pohjalta noin kolmasosa (33%) vastaajista ei käytä ollenkaan maksullisia musiikin suoratoistopalveluja tai käyttää niitä erittäin harvoin.

Kysymysten pohjalta on myös vaikea arvioida tarkkaan, kuinka moni vastaajista ei käytä ollenkaan maksullisia elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja, sillä "En käytä maksullista elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelua" -vastanneiden osuus vaihtelee kysymyskohtaisesti 34,0 ja 38,5 prosentin välillä. Tarkin arvio voidaan laskea taulukosta 14, laskemalla yhteen vastaajat jotka ovat valinneet vaihtoehdot "En koskaan", "Vain kokeillut kerran tai pari" ja "Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin". Tämän tuloksen pohjalta reilu kolmasosa (38,5%) vastaajista ei käytä ollenkaan maksullisia elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja tai käyttää niitä erittäin harvoin.

## 6.2.5 Paljonko maksullisista suoratoistopalveluista maksetaan ja ollaan valmiita maksamaan

Kysymyksessä 11 tiedusteltiin, kuinka paljon vastaajat maksavat tällä hetkellä yhdestä musiikin suoratoistopalvelusta kuukaudessa (TAULUKKO 14). Kysymykseen jätti vastaamatta 71 vastaajaa ja hyväksytyjä vastauksia kertyi 990 kappaletta. Yhteensä 613 vastaajaa eli 61,9 prosenttia hyväksytyistä vastaajista, kertoi ettei maksa musiikin suoratoistopalvelusta mitään tai ei käytä palveluita lainkaan. Loput 377 vastaajaa eli 38,1 prosenttia vastaajista, maksoi yhdestä musiikin suoratoistopalvelusta keskimäärin 9,72 euroa kuukaudessa. Maksavien vastaajien keskiarvon keskihajonta oli 5,15 euroa ja mediaani 10 euroa.

Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin, kuinka paljon vastaajat olisivat valmiita maksamaan yhdestä musiikin suoratoistopalvelusta kuukaudessa. Kysymykseen vastasi yhteensä 972 vastaajaa ja vain 89 vastaajaa jätti vastaamatta. Yhteensä 194 vastaajaa eli 20 prosenttia hyväksytyistä vastaajista kertoi, ettei olisi valmis maksamaan musiikin suoratoistopalvelusta mitään. Loput 778 vastaajaa eli 80 prosenttia vastaajista oli valmiita maksamaan yhdestä musiikin suoratoistopalvelusta keskimäärin 6,03 euroa kuukaudessa. Vastausten keskiarvon keskihajonta oli 4,49 euroa ja mediaani 5 euroa. Tulosten mukaan vastaajat ovat halukkaita maksamaan noin neljä euroa vähemmän, kuin mitä musiikin suoratoistopalvelujen hintataso oli tutkimushetkellä. Musiikin suoratoistopalvelut maksavat keskimäärin 10 euroa kuukaudessa ja tämän tutkimuksen tulosten mukaan käyttäjät olisivat halukkaita maksamaan 39,7 prosenttia pyydettyä vähemmän.

TAULUKKO 14 Musiikin suoratoistopalveluista maksaminen ja maksuhalukkuus

Muuttuja	N	0 €	Keskiarvo	Keskihajonta
11. Maksan tällä hetkellä yhdestä (1) musiikin suoratoistopalvelun käytöstä keskimäärin X euroa kuukaudessa	990	509	9,724	5,152
12. Olisin valmis maksamaan yhdestä (1) musiikin suoratoistopalvelun käytöstä keskimäärin X euroa kuukaudessa	972	194	6,029	4,499

Vastaajilta tiedusteltiin, paljonko he maksavat tällä hetkellä yhdestä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta kuukaudessa (TAULUKKO 15). Kysymykseen jätti vastaamatta 77 vastaajaa ja hyväksytyjä vastauksia kertyi 984 kappaletta. Yhteensä 509 vastaajaa eli 51,7 prosenttia hyväksytyistä vastaajista raportoi, ettei maksa elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta mitään tai ei käytä palveluita ollenkaan. Loput 475 vastaajaa eli 48,1 prosenttia vastaajista maksoi yhdestä suoratoistopalvelusta keskimäärin 10,52 euroa kuukaudessa. Maksavien vastaajien keskiarvon keskihajonta oli 7,31 euroa ja mediaani 10 euroa.

Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin, kuinka paljon vastaajat olisivat valmiita maksamaan yhdestä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta kuukaudessa. Kysymykseen vastasi yhteensä 972 vastaajaa ja vain 89 vastaajaa

jätti vastaamatta. Yhteensä 157 vastaajaa eli 16,2 prosenttia hyväksytyistä vastaajista, kertoi ettei olisi valmis maksamaan elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta mitään. Loput 815 vastaajaa eli 83,8 prosenttia vastaajista oli valmiita maksamaan yhdestä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta keskimäärin 7,64 euroa kuukaudessa. Vastausten keskiarvon keskihajonta oli 6,04 euroa ja mediaani 8 euroa. Tulosten mukaan vastaajat ovat valmiita maksamaan noin 2,36 euroa vähemmän, kuin mitä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelut maksavat. Tutkimushetkellä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelut maksoivat keskimäärin 10 euroa kuukaudessa ja tämän tutkimuksen tulosten mukaan käyttäjät olisivat halukkaita maksamaan 23,6 prosenttia pyydettyä vähemmän.

TAULUKKO 15 Elokuviin ja TV-sarjojen suoratoistopalveluista maksaminen ja maksuhalukkuus

Muuttuja	N	0 €	Keskiarvo	Keskihajonta
17. Maksan tällä hetkellä yhdestä (1) elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun käytöstä keskimäärin X euroa kuukaudessa	984	509	10,520	7,311
18. Olisin valmis maksamaan yhdestä (1) elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun käytöstä keskimäärin X euroa kuukaudessa	972	157	7,642	6,049

Aikaisemmin ilmoitetuille luvuille tehtiin keskiarvovertailu T-testillä ja pyrittiin selvittämään, onko toisistaan riippumattomien ryhmien maksumäärissä tai maksuhalukkuudessa eroja. Ensimmäiseksi vertailtiin naisten ja miesten keskiarvoja musiikin suoratoistopalvelujen maksumäärissä T-testin avulla. Naisten ja miesten maksumäärien keskiarvoja vertailtaessa voidaan todeta, ettei näiden välillä ole tilastollisesti merkittävää eroa (167 miestä, keskiarvo 10,07 ja 203 naista, keskiarvo 9,42). Seuraavaksi vertailtiin naisten ja miesten maksuhalukkuuden keskiarvoja T-testillä. Miesten ja naisten keskiarvoja tarkasteltaessa voidaan todeta, ettei ryhmien välillä ole tilastollisesti merkittävää eroa (394 miestä, keskiarvo 6,30 ja 562 naista, keskiarvo 5,82).

Naisten ja miesten keskiarvoja maksumääristä vertailtiin myös elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen kohdalla. Naisten ja miesten maksumäärien keskiarvoja vertailtaessa voidaan todeta, ettei näiden välillä ole tilastollisesti merkittävää eroa (198 miestä, keskiarvo 11,10 ja 270 naista, keskiarvo 10,12). Seuraavaksi vertailtiin naisten ja miesten maksuhalukkuuden keskiarvoja T-testillä. Miesten ja naisten keskiarvoja tarkasteltaessa, havaittiin, että miehet ovat halukkaampia maksamaan hieman enemmän elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta ( $n=394$  keskiarvo=8,39) kuin naiset ( $n=563$  keskiarvo 7,10). Ero sukupuolten välillä on tilastollisesti merkitsevä ( $p=0,02$ ).

Seuraavaksi tarkasteltiin Kruskal-Wallis -testillä, onko vastaajien iällä vaikutusta maksumääriin tai maksuhalukkuuteen. Normaalisti kun halutaan verrata useamman kuin kahden toisistaan riippumattoman ryhmän keskiarvoja toisiinsa, tehdään se varianssianalyysillä. Tässä tapauksessa vastaajien ikä -muuttuja ei ollut normaalijakaantunut, joten käytettiin Kruskal-Wallis-testiä, jonka kohdalla ei

tarvitse olettaa normaalijakautuneisuutta (Nummenmaa, 2009, 266-269). Aineistoa voidaan pitää edustavan otoksena nuoresta opiskelijaväestöstä ja aineiston vastaajista 89,5 prosenttia oli alle 35 -vuotiaita. Vastaajista 15–24-vuotiaiden sekä 25–34-vuotiaiden osuudet ylittivät selvästi yleisen väestöjakauman vastaavat, kun taas tätä nuorempien sekä vanhempien ikäluokkien osuudet jäivät normaalijakaumaa alhaisemmiksi. Tästä syystä ikäluokittelua yksinkertaistettiin testiä varten ja ikäluokkia jätettiin vain kolme: 15-24 -vuotiaat, 25-34 -vuotiaat ja yli 35 -vuotiaat. Testien perusteella vastaajien iällä ja musiikin suoratoistopalvelujen maksumäärien kohdalla ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa ( $X^2=4,03$ ,  $p=0,133$ ), mutta maksuhalukkuudessa ero oli tilastollisesti erittäin merkitsevä ( $X^2=17,56$ ,  $p=0,000$ ). Kruskal-Wallis testien perusteella vastaajien iällä ja elokuvien sekä TV-sarjojen suoratoistopalvelujen maksumäärien kohdalla ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa ( $X^2=3,062$ ,  $p=0,216$ ). Sen sijaan maksuhalukkuudella oli tilastollisesti erittäin merkitsevä ero ( $X^2=17,63$ ,  $p=0,000$ ).

Taulukossa 17 on esitetty vastaajien euromääräinen maksuhalukkuus suoratoistopalvelujen käyttöä kohtaan eri ikäluokissa. Keskiarvojen perusteella nuoret aikuiset (25-34 -vuotiaat) olivat keskimääräistä maksuhalukkaampia musiikin- sekä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja kohtaan. Kaikista nuorimmat vastaajat (15-24 -vuotiaat) olivat valmiita maksamaan keskimääräistä vähemmän suoratoistopalvelujen käytöstä.

TAULUKKO 16 Vastaajien maksuhalukkuus suoratoistopalveluista ikäluokkien mukaan

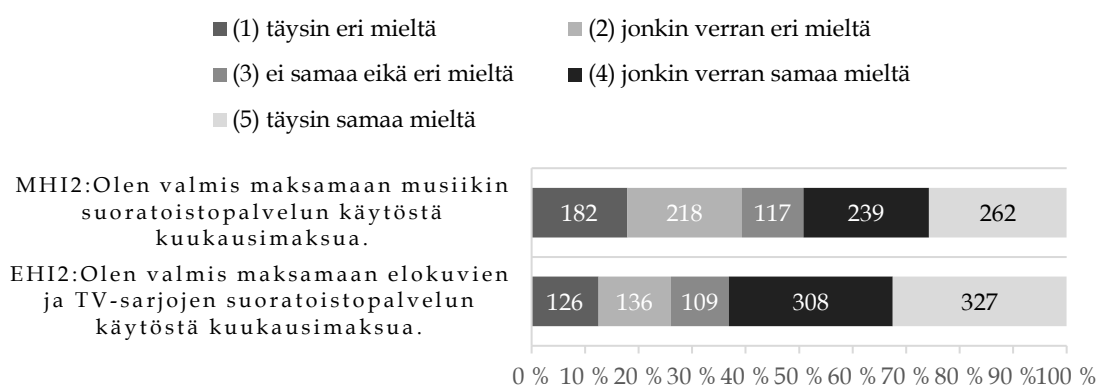
IKÄ	Olisin valmis maksamaan yhdestä (1) musiikin suoratoistopalvelun käytöstä keskimäärin X euroa kuukaudessa			Olisin valmis maksamaan yhdestä (1) elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun käytöstä keskimäärin X euroa kuukaudessa		
	N	KA	KH	N	KA	KH
15-24 vuotta	388	5,500	4,401	389	6,611	4,433
25-34 vuotta	478	6,602	4,398	473	8,399	6,796
yli 35 vuotta	106	5,386	4,996	110	8,027	7,036
Yhteensä	972	6,029	4,499	972	7,642	6,048

Vastaajilta tiedusteltiin myös kysymyksessä MHI2 ovatko he valmiita maksamaan musiikin suoratoistopalvelun käytöstä kuukausimaksua ja kysymyksessä EHI2 ovatko he valmiita maksamaan elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun käytöstä kuukausimaksua. Kysymyksen vastausvaihtoehdot esitettiin 5-portaisella Likert-asteikolla. Käytetty skaala sisälsi vastausvaihtoehdot (1) täysin eri mieltä, (2) jonkin verran eri mieltä, (3) ei samaa eikä eri mieltä, (4) jonkin verran samaa mieltä ja (5) täysin samaa mieltä. Musiikin suoratoistopalvelua käsittelevään kysymykseen vastasi 1018 vastaajaa ja vain 43 jätti vastaamatta. Vastaukset jakaantuivat erittäin tasaisesti ja kysymyksen keskiarvoksi muodostui 3,17 ja kes-

kihajonta oli 1,47. Tämän kysymyksen tulosten pohjalta noin puolet (49,2 %) vastaajista olisi valmiita maksamaan kuukausimaksua musiikin suoratoistopalvelusta.

Elokuviin ja TV-sarjojen suoratoistopalvelua käsittelevään kysymykseen vastasi 1006 vastaajaa ja vain 55 jätti vastaamatta. Vastausten perusteella vastaajat olivat hieman halukkaampia maksamaan elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluista kuin musiikin suoratoistopalveluista ja kysymyksen keskiarvoksi muodostui 3,57 ja keskihajonta oli 1,38. Tämän kysymyksen tulosten pohjalta noin kaksi kolmasosaa (63,1 %) kysymykseen vastaajista olisi valmiita maksamaan kuukausimaksua (TAULUKKO 17)

TAULUKKO 17 Halukkuus maksaa kuukausimaksua suoratoistopalveluista



Aikaisemmin ilmoitetuille luvuille tehtiin myös keskiarvovertailu T-testillä ja pyrittiin selvittämään, onko toisistaan riippumattomien ryhmien maksumäärissä sekä maksuhalukkuudessa eroja. Ensimmäiseksi vertailtiin naisten ja miesten maksuhalukkuuden keskiarvoja musiikin suoratoistopalveluja kohtaan T-testin avulla. Naisten ja miesten maksumäärien keskiarvoja vertailtaessa voidaan todeta, ettei näiden välillä ole tilastollisesti merkittävää eroa (402 miestä, keskiarvo 3,37 ja 602 naista, keskiarvo 3,05). Seuraavaksi vertailtiin naisten ja miesten maksuhalukkuuden elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja kohtaan T-testillä. Miesten ja naisten keskiarvoja tarkasteltaessa, voidaan todeta, että tämänkin kysymyksen kohdalla miehet ovat halukkaampia maksamaan hieman enemmän elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta ( $n=397$  keskiarvo=3,71) kuin naiset ( $n=597$  keskiarvo 3,47). Ero sukupuolten välillä on tilastollisesti merkitsevä ( $p=0,007$ ).

Seuraavaksi tarkasteltiin Kruskal-Wallis -testillä, onko vastaajien iällä vaikutusta näissä kysymyksissä mitattuun maksuhalukkuuteen. Testien perusteella vastaajien iällä ja musiikin suoratoistopalvelujen maksuhalukkuudessa oli tilastollisesti erittäin merkitsevä ero ( $X^2=11,57$ ,  $p=0,003$ ). Samoin vastaajien iällä ja elokuvien sekä TV-sarjojen suoratoistopalvelujen maksuhalukkuudessa oli tilastollisesti erittäin merkitsevä ero ( $X^2=11,366$ ,  $p=0,003$ ). Taulukossa 19 on esitetty

vastaajien euromääräinen maksuhalukkuus suoratoistopalvelujen käyttöä kohtaan eri ikäluokissa. Tämänkin kysymyksen keskiarvojen perusteella nuoret aikuiset (25-34 -vuotiaat) olivat keskimääräistä maksuhalukkaampia musiikin- sekä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja kohtaan. Kaikista nuorimmat vastaajat (15-24 -vuotiaat) olivat valmiita maksamaan keskimääräistä vähemmän suoratoistopalvelujen käytöstä.

TAULUKKO 18 Vastaajien maksuhalukkuus suoratoistopalveluista ikäluokkien mukaan

IKÄ	MHI2: Olen valmis maksamaan suoratoistopalvelun käytöstä kuukausimaksua.			EHI2: Olen valmis maksamaan suoratoistopalvelun käytöstä kuukausimaksua.		
	N	KA	KH	N	KA	KH
15-24 vuotta	407	3,000	1,482	402	3,403	1,428
25-34 vuotta	502	3,340	1,416	489	3,732	1,297
yli 35 vuotta	106	3,091	1,601	115	3,469	1,517
Yhteensä	1018	3,177	1,385	1006	3,570	1,385

### 6.3 Vastaajien luvattomien kopioiden lataaminen ja luvattomien suoratoistopalveluiden käyttöä mittaavat kysymykset

Tässä osiossa tarkastellaan vastaajien kokemuksia luvattomasta lataamisesta sekä luvattomista suoratoistopalveluista. Luvussa selvitetään minkälaisia tekijänoikeudellisia sisältöjä käyttäjät ovat ladanneet, jakaneet tai katselleet luvattomista suoratoistopalveluista viimeisen puolen vuoden aikana. Samalla selvitetään, kuinka usein vastaajat käyttävät luvattomia palveluja ja mikä heidän asenteensa on luvattomien palvelujen käyttöä kohtaan. Tämän luvun tulosten kohdalla on hyvä huomioda, että kyselytutkimuksen luonteen vuoksi vastausten luotettavuus riippuu täysin vastaajan rehellisyydestä ja kaikki vastaajat eivät ole valmiita vastaamaan edes anonyymien kyselyn luvattomista lataamista tai luvattomia suoratoistopalveluja mittaaviin kysymyksiin.

#### 6.3.1 Luvattomien kopioiden lataaminen ja jakaminen

Vastaajista 67,5 prosenttia ilmoitti ladanneensa tai jakaneensa joskus elämänsä aikana joitakin luvattomasti Internetiin laitettuja tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä (TAULUKKO 19). Suosituimmat latauksen tai jakamisen kohteet olivat olleet musiikki (60,1 %) ja elokuvat, TV-sarjat sekä muut videoteokset (52,9 %). Kolmanneksi ja neljänneksi suosituimmat kohteet olivat tietokoneohjelmistot (29,1 %) ja pelit (25,6 %). Vastaajista 8,7 prosenttia eivät halunneet tai osanneet vastata

kysymykseen ja 23,8 prosenttia vastaajista ei ollut koskaan ladannut mitään kysymyksessä esitetyistä vaihtoehdoista.

TAULUKKO 19 Koskaan ladannut tai jakanut luvottomasti Internetiin lisättyjä tekijänoikeudellisia sisältöjä

**19. Oletko koskaan ladannut tai jakanut seuraavia luvottomasti Internetiin laitettuja tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä?**

	f	f %
Musiikkia	638	60,1
Elokuva, TV-sarjoja, muita videoteoksia	561	52,9
Pelejä	272	25,6
Tietokoneohjelmistoja	309	29,1
En ole koskaan ladannut mitään ylläolevista vaihtoehdoista	252	23,8
En halua tai osaa vastata	92	8,7

N = 1061

Vastaajista 68,3 prosenttia ei ollut ladannut viimeisen puolen vuoden aikana mitään vaihtoehdoista ja 6,5 prosenttia vastaajista ei halunnut tai osannut vastata kysymykseen (TAULUKKO 20). Vastaajista 25,2 prosenttia ilmoittaa ladanneensa tai jakaneensa viimeisen puolen vuoden aikana joitakin luvottomasti Internetiin laitettuja tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä. Selkeästi yleisin latauksen tai jakamisen kohde olivat elokuvat, TV-sarjat ja muut videoteokset (21,9 %). Tämän jälkeen yleisimpiä kohteita olivat musiikki (9,9 %), tietokoneohjelmistot (5,5 %) ja pelit (3,8 %).

TAULUKKO 20 Viimeisen puolen vuoden aikana ladatut tai jaetut luvottomasti Internetiin lisätyt tekijänoikeudelliset sisällöt

**20. Oletko ladannut tai jakanut viimeisen puolen vuoden aikana seuraavia luvottomasti Internetiin laitettuja tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä?**

<b>Kaikki vastaajat</b>	f	f %
Musiikkia	105	9,9
Elokuva, TV-sarjoja, muita videoteoksia	232	21,9
Pelejä	40	3,8
Tietokoneohjelmistoja	58	5,5
En ole ladannut tai jakanut viimeisen puolen vuoden aikana mitään ylläolevista vaihtoehdoista	725	68,3
En halua tai osaa vastata	69	6,5

N = 1061

Huom. 252:n vastaajan ei tarvinnut vastata kysymykseen ja puuttuvat vastaukset ovat koodattu arvoksi "En ole ladannut tai jakanut viimeisen puolen vuoden aikana mitään ylläolevista vaihtoehdoista".  
4 vastaajaa jätti vastaamatta ja puuttuvat vastaukset ovat koodattu arvoksi "En halua tai osaa vastata".

Näiden tulosten perusteella noin kaksi kolmasosaa (67,5 %) vastaajista on joskus ladannut tai jakanut luvottomasti Internetiin lisättyä sisältöä, mutta vain kolmasosa (25,2 %) vastaajista on ladannut tai jakanut niitä viimeisen puolen vuoden



aikana. Luvattoman lataamisen tiheyttä mittaavassa kysymyksessä saatiin samankaltaisia tuloksia (TAULUKKO 21). Vastaajista yhteensä 7,4 prosenttia latsi tai jakoi vähintään kerran viikossa tai useammin ja yhteensä 13,8 prosenttia vastaajista latsi vähintään kerran kuukaudessa tai sitä useammin. Vastaajista 35,7 prosenttia kertoi lataavansa muutaman kerran vuodessa tai useammin. Edelliset luvut ovat kumulatiivisen prosentin perusteella laskettu, eli kyseisen luokan ja sitä edeltävien luokkien prosenttiosuus yhteenlaskettuna. Lataamista vain kokeilleet muodostivat 21,8 prosenttia koko joukosta, ja 32,8 prosenttia vastaajista kertoi, ettei lataa ollenkaan ja 9,7 prosenttia vastaajista ei halunnut tai osannut vastata kysymykseen.

TAULUKKO 21 Luvattomasti Internettiin laitettujen tekijänoikeuksellisten sisältöjen lataamisen tai jakamisen useus

**21. Kuinka usein lataat tai jaat luvattomasti Internettiin laitettuja tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä?**

	f	f %	sf %
Päivittäin	14	1,3	1,3
Useita kertoja viikossa mutta en päivittäin	23	2,2	3,5
Vähintään kerran viikossa	41	3,9	7,4
Vähintään kerran kuukaudessa	68	6,4	13,8
Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin	233	22,0	35,7
Vain kokeillut kerran tai pari	231	21,8	57,5
En koskaan *	348	32,8	90,3
En halua tai osaa vastata **	103	9,7	100,0
Yhteensä	1061	100,0	

N = 1061

\* Huom. 252:n vastaajan ei tarvinnut vastata kysymykseen ja puuttuvat vastaukset ovat koodattu arvoksi "En koskaan".

\*\* 1 vastaajaa jätti vastaamatta ja puuttuva vastaus on koodattu arvoksi "En halua tai osaa vastata".

Todennäköisesti osa vastaajista on tulkinut kysymyksen hieman poikkeavasti, sillä aikaisemmassa kysymyksessä 19. vastaajista 252 henkilöä kertoi, ettei koskaan ole ladannut tai jakanut luvattomia sisältöjä. Kysymyksessä 21. vastaajista 348 henkilöä kertoi, ettei koskaan lataa Internettiin laitettuja tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä. Ristiriitaisten vastausten valossa osa vastaajista on saattanut ladata aikaisemmin, mutta eivät enää lataa luvattomasti. Todennäköisemmin kohta kysymyksen 21. kohta "En koskaan", pitäisi tulkita ja lukea "En ollenkaan".

### 6.3.2 Luvattomien suoratoistopalvelujen käyttö

Vastaajista 51,3 % ilmoitti katselleensa tai kuunnelleensa joskus elämänsä aikana joitakin tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvattomista suoratoistopalveluista (TAULUKKO 22). Suosituimmat kohteet olivat elokuvat, TV-sarjat sekä muut videoteokset (48,6 %) ja tämän jälkeen musiikki (21,9 %). Vastaajista 11,3 prosenttia eivät halunneet tai osanneet vastata kysymykseen ja 37,4 prosenttia vastaajista ei

ollut koskaan katsellut tai kuunnellut mitään vaihtoehtoista luvattomista suoratoistopalveluista.

TAULUKKO 22 Koskaan katsellut tai kuunnellut tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvattomasta suoratoistopalvelusta

**22. Oletko koskaan katsellut tai kuunnellut seuraavia tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvattomista suoratoistopalveluista?**

	f	f %
Musiikkia	232	21,9
Elokuva, TV-sarjoja, muita videoteoksia	516	48,6
En ole koskaan katsonut tai kuunnellut mitään ylläolevista vaihtoehtoista	397	37,4
En halua tai osaa vastata	120	11,3

N = 1061

Vastaajista 62,5 prosenttia ei ollut katsellut tai kuunnellut viimeisen puolen vuoden aikana mitään vaihtoehtoista luvattomista suoratoistopalveluista ja 9,8 prosenttia vastaajista ei halunnut tai osannut vastata kysymykseen (TAULUKKO 23). Vastaajista 27,7 prosenttia ilmoitti katselleensa tai kuunnelleensa viimeisen puolen vuoden aikana joitakin tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvattomista suoratoistopalveluista. Selvästi yleisin kohde oli elokuvat, TV-sarjat ja muut videoteokset (26,3 %). Musiikkia oli kuunnellut luvattomista suoratoistopalveluista vain 7,6 prosenttia.

TAULUKKO 23 Viimeisen puolen vuoden aikana katsellut tai kuunnellut tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvattomasta suoratoistopalvelusta

**23. Oletko katsellut tai kuunnellut viimeisen puolen vuoden aikana seuraavia tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvattomista suoratoistopalveluista?**

	f	f %
Musiikkia	81	7,6
Elokuva, TV-sarjoja, muita videoteoksia	279	26,3
En ole katsonut tai kuunnellut mitään ylläolevista vaihtoehtoista *	663	62,5
En halua tai osaa vastata **	104	9,8

N = 1061

\* Huom. 397:n vastaajan ei tarvinnut vastata kysymykseen ja puuttuvat vastaukset ovat koodattu arvoksi "En ole koskaan katsonut tai kuunnellut mitään ylläolevista vaihtoehtoista".

\*\* 8 vastaajaa jätti vastaamatta ja puuttuvat vastaukset ovat koodattu arvoksi "En halua tai osaa vastata".

Näiden tulosten perusteella noin puolet (51,3 %) vastaajista on joskus katsellut tai kuunnellut elämänsä aikana joitakin tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvattomista suoratoistopalveluista, mutta vain neljäsosa (27,7 %) on katsellut tai kuunnellut niitä viimeisen puolen vuoden aikana (TAULUKKO 24). Katselun tai kuuntelun tiheyttä mittaavassa kysymyksessä saatiin samankaltaisia tuloksia. Vastaajista yhteensä 12,8 prosenttia katseli tai kuunteli vähintään kerran viikossa tai useammin ja yhteensä 17,1 prosenttia vastaajista katseli tai kuunteli vähintään

kerran kuukaudessa tai sitä useammin. Vastaajista 31,0 prosenttia kertoi katselevansa tai kuuntelevansa muutaman kerran vuodessa tai useammin. Edelliset luvut ovat kumulatiivisen prosentin perusteella laskettu, eli kyseisen luokan ja sitä edeltävien luokkien prosenttiosuus yhteenlaskettuna. Luvattomia suoratoistopalveluja vain kokeilleet muodostivat 14,9 prosenttia koko joukosta ja 43,2 prosenttia vastaajista kertoi, ettei käytä luvattomia suoratoistopalveluja ollenkaan. Vastaajista 9,8 prosenttia ei halunnut tai osannut vastata kysymykseen.

TAULUKKO 24 Tekijänoikeuksien alaisten sisältöjen katselun tai kuuntelun useus luvattomista suoratoistopalveluista

**24. Kuinka usein katselet tai kuuntelet tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvattomista suoratoistopalveluista?**

	f	f %	sf %
Päivittäin	21	2,0	2,0
Useita kertoja viikossa mutta en päivittäin	51	4,9	6,9
Vähintään kerran viikossa	63	5,9	12,8
Vähintään kerran kuukaudessa	45	4,2	17,1
Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin	148	13,9	31,0
Vain kokeillut kerran tai pari	158	14,9	45,9
En koskaan *	458	43,2	89,1
En halua tai osaa vastata **	116	10,9	100,0
Yhteensä	1061	100,0	

N = 1061

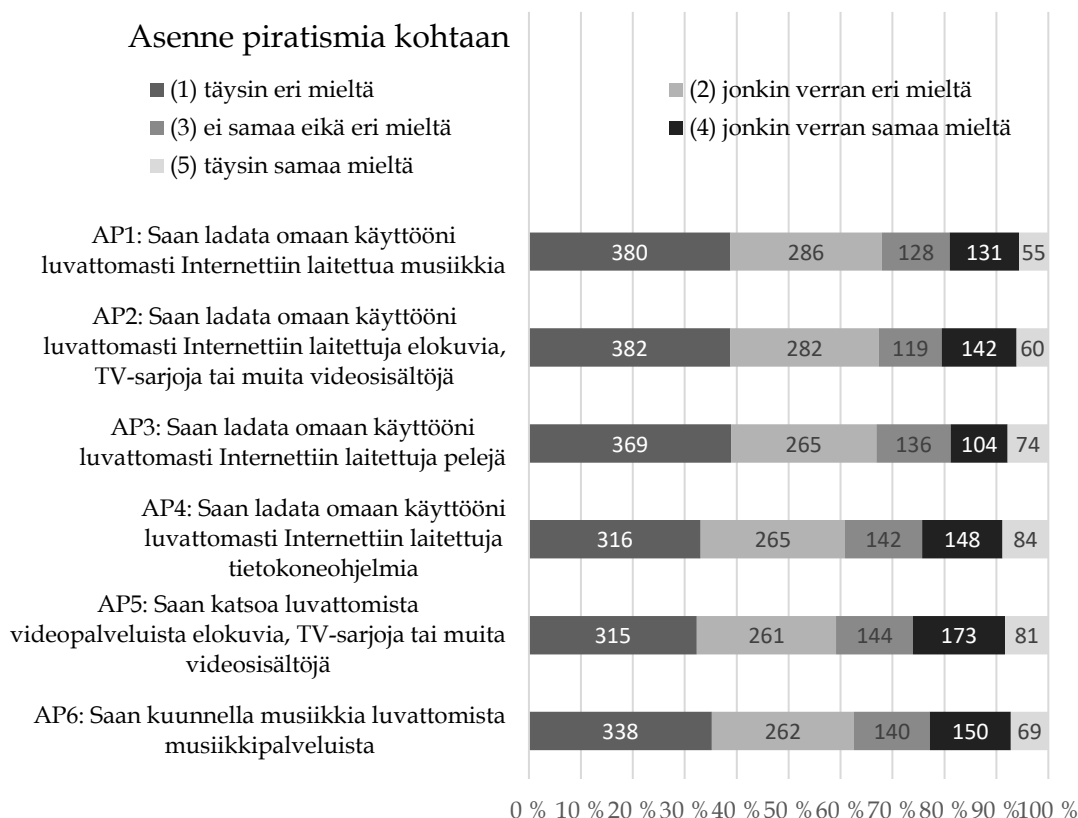
\* Huom. 397:n vastaajan ei tarvinnut vastata kysymykseen ja puuttuvat vastaukset ovat koodattu arvoksi "En koskaan".

\*\* 4 vastaajaa jätti vastaamatta ja puuttuva vastaus on koodattu arvoksi "En halua tai osaa vastata".

### 6.3.3 Asenne piratismia kohtaan ja käytön jatkaminen

Tuloksia käsitellään tässä luvussa keskiarvon ja keskihajonnan avulla. Maksullisia suoratoistopalveluja ja piratismia koskevia väittämiä mitattiin satunnaisessa järjestyksessä esitetyin kysymyksiin, jonka vastausvaihtoehdot olivat 5-portaisella Likert-asteikolla. Käytetty skaala sisälsi vastausvaihtoehdot (1) täysin eri mieltä, (2) jonkin verran eri mieltä, (3) ei samaa eikä eri mieltä, (4) jonkin verran samaa mieltä, (5) täysin samaa mieltä sekä lisäksi kohdan (6) en osaa sanoa. Ennen keskihajonnan ja keskiarvon mittaamista, kaikki arvot "(6) en osaa sanoa" sisältäneet vastaukset poistettiin aineistoista.

Vastaajien asennetta piratismia kohtaan mitattiin tutkimuksessa kysymyksillä AP1-AP6, jotka saivat melko matalat keskiarvot, sillä kaikkien muuttujien keskiarvot olivat hieman yli 2 (KUVIO 11 ja TAULUKKO 25). Myös keskihajonnan muuttujat pysyivät hyvin tasaisina, eikä suuria heittoja ollut. Näistä kysymyksistä korkeimman keskiarvon 2,43 sai AP5:n "Saan katsoa luvattomista videopalveluista elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä". Kysymyksellä oli myös matalin keskihajonta 1,132.



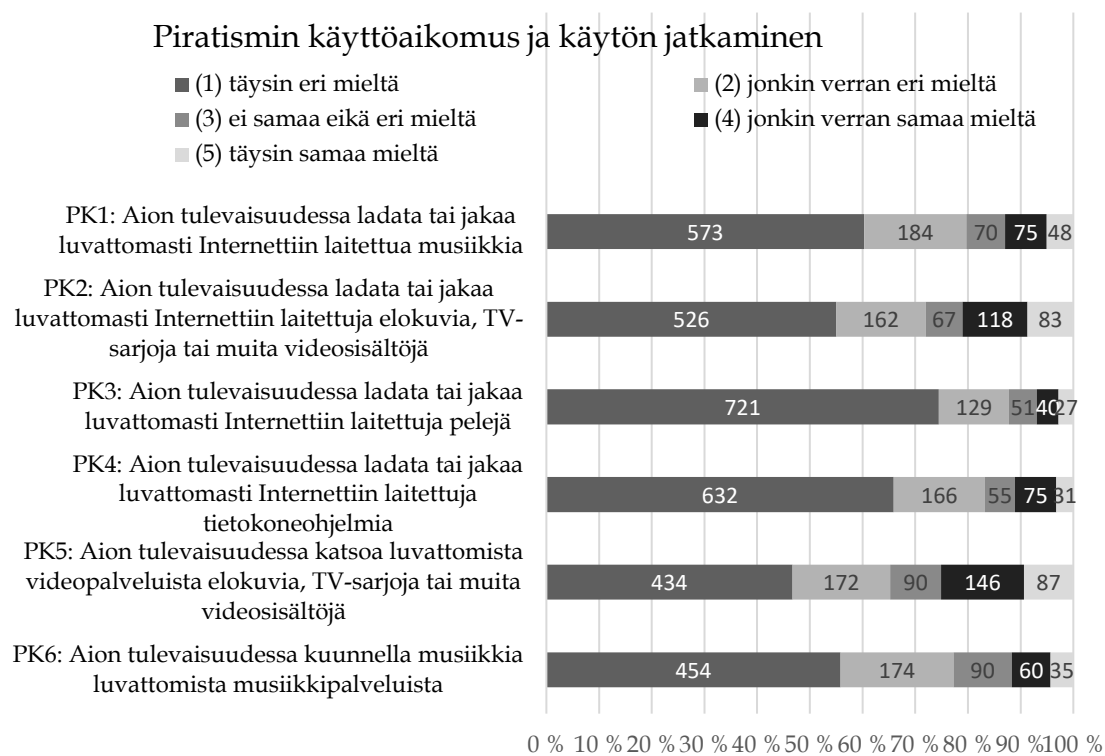
KUVIO 11 Asenne piratismia kohtaan

TAULUKKO 25 Asenne piratismia kohtaan

Muuttuja	N	Keskiarvo	Keskihajonta
AP1: Saan ladata omaan käyttöni luvattomasti Internettiin laitettua musiikkia	980	2,180	1,236
AP2: Saan ladata omaan käyttöni luvattomasti Internettiin laitettuja elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä	985	2,204	1,263
AP3: Saan ladata omaan käyttöni luvattomasti Internettiin laitettuja pelejä	948	2,207	1,270
AP4: Saan ladata omaan käyttöni luvattomasti Internettiin laitettuja tietokoneohjelmia	955	2,391	1,319
AP5: Saan katsoa luvattomista videopalveluista elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä	974	2,430	1,132
AP6: Saan kuunnella musiikkia luvattomista musiikkipalveluista	959	2,322	1,292

Vastaajien piratismiin käyttöaikomusta ja käytön jatkamista mitattiin tutkimuksessa kysymyksillä PK1-PK2, jotka saivat melko vaihtelevat keskiarvot, sillä kaikki muuttujien keskiarvot olivat väliltä 1,474-2,225 (KUVIO 12 ja TAULUKKO 26). Myös keskihajonnaltaan muuttujissa oli vaihtelua ja keskihajonta oli 0,969-1,410 väliltä. Näistä kysymyksistä korkeimman keskiarvon 2,225 sai PK5:n ”Aion

tulevaisuudessa katsoa luvattomista videopalveluista elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä”. Kysymyksellä oli kuitenkin korkein keskihajonta 1,410. Toista ääripäätä edusti PK3 ”Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internetiin laitettuja pelejä”, jonka keskiarvo oli 1,474 ja jolla oli myös matalin keskihajonta 0,969.



KUVIO 12 Piratismiin käyttöaikomus ja käytön jatkaminen

TAULUKKO 26 Piratismiin käyttöaikomus ja käytön jatkaminen

Muuttuja	N	Keskiarvo	Keskihajonta
<b>PK1:</b> Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internetiin laitettua musiikkia	950	1,780	1,183
<b>PK2:</b> Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internetiin laitettuja elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä	956	2,027	1,377
<b>PK3:</b> Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internetiin laitettuja pelejä	968	1,474	0,969
<b>PK4:</b> Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internetiin laitettuja tietokoneohjelmia	959	1,652	1,095
<b>PK5:</b> Aion tulevaisuudessa katsoa luvattomista videopalveluista elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä	929	2,225	1,410
<b>PK6:</b> Aion tulevaisuudessa kuunnella musiikkia luvattomista musiikkipalveluista	915	1,737	1,116

## 6.4 Rakenneyhtälömallit suoratoistopalvelujen omaksumisesta

Tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen testaaminen jakautuu kolmeen osioon. Ensiksi tarkistettiin aineiston soveltuvuus mittausmalleille tekemällä SPSS:n avulla eksploraatiiviset faktorianalyysit. Tämän jälkeen aineistosta tehtiin mittausmallit SPSS:n AMOS-lisäohjelmalla ja lopuksi mittausmallit siirrettiin rakenneyhtälömallien muotoon, joilla testattiin hypoteesien toimivuutta. Analyysit tehtiin erikseen niin maksullisille musiikin kuin elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluille. Tuloksien tarkastelussa on hyvä huomioida, etteivät kaikki vastaajat ole maksullisten suoratoistopalveluiden käyttäjiä. Kyselylomakkeessa vastaajia ohjeistettiin arvioimaan maksullisia suoratoistopalveluja, vaikka heillä ei olisi omakohtaista kokemusta kyseisistä palveluista.

### 6.4.1 Faktorianalyysit

Ennen faktorianalyysin suorittamista aineiston sopivuutta faktorianalyysille testattiin Kaiserin testillä (Kaizer-Meyer-Olkin) ja Bartlettin sväärisyystestillä. Kaiserin testi on otannan sopivuuden mitta, jolla testataan faktorianalyysin sopivuutta aineistoon. Kaiserin testin arvon tulisi olla yli 0,60, jotta edellytykset faktorianalyysille olisivat hyvät. Musiikin suoratoistopalveluiden tutkimusaineistolla Kaiserin testin arvoksi saatiin 0,893 ja elokuvien ja TV-sarjojen tutkimusaineistolla saatiin arvoksi 0,892, jotka ylittävät selkeästi vaaditun rajan. (Karjaluoto, 2007, 44; Metsämuuronen, 2011, 671).

Aineiston sopivuutta faktorianalyysille testattiin myös Bartlettin sväärisyystestillä. Bartlettin sväärisyystesti tutkii nollahypoteesia, onko faktorianalyysin korrelaatiomatriisin arvot nolliä eli muuttujat eivät korreloi keskenään. Testin p-arvon tulee olla pienempi kuin 0.01, jotta voidaan todeta, että nollahypoteesi voidaan hylätä ja muuttujien välillä on riittävästi korrelaatiota (Karjaluoto, 2007, 44-45; Metsämuuronen, 2011, 671-672). Bartlettin sväärisyystesti sai arvon  $p=0,000$ , joten faktorianalyysien muuttujat ovat riippuvaisia toisistaan ja aineisto on sovelias faktorianalyysille.

Seuraavaksi musiikin sekä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen omaksumista mittaaville aineistoille tehtiin eksploraatiiviset faktorianalyysit. Faktorianalyysien estimointimenetelminä käytettiin *pääakselifaktorointia* (engl. Principal Axis Factoring). Faktorianalyysien tulkintaa helpottamaan valittiin *Vari-max-rotatio*, joka pyrkii minimoimaan vahvojen latauksien muodostumisen yksittäisille faktoreille. (Karjaluoto, 2007, 46.) Faktorianalyysin muuttujien hyvyttä arvioitiin muuttujien latausten perusteella. Faktoreille tulevien latausten neliöiden summa on nimeltään kommunaliteetti, joka kuvaa sitä, kuinka paljon muuttujan vaihtelusta voidaan selittää faktorilla. Mitä voimakkaammin muuttuja latautuu faktorille, sitä lähemmäksi arvoa yksi kommunaliteetti tulee ja mitä pienemmän arvon kommunaliteetti saa, sitä huonommin faktori selittää muuttujaa. Mikäli muuttujan lataukset eivät yhdelläkään faktoreista ylitä arvoa 0,30, muuttuja poistetaan muuttujien joukosta. (Karjaluoto, 2007, 48; Metsämuuronen, 2011,

670.) Heikon kommunaliteetin takia hylättiin faktorianalyyseista seuraavat muuttujat: MSO1, MSO2, MHI3, MMA1, ESO1, ESO2, EHI3 ja EMA1. Faktorianalyysissa huomattiin mahdollistavia olosuhteita mitanneiden muuttujien (MMA2, MMA3, MMA4, MMA5, MMA6, EMA2, EMA3, EMA4, EMA5, EMA6) latautuvan kolmelle eri faktorille, joten muuttujat päätettiin poistaa jatkoanalyysistä kokonaan. Faktorianalyysien yhteydessä huomattiin musiikki- ja elokuvapiratismia käsittelevien muuttujien korreloivan voimakkaasti keskenään ja tämän takia päädyttiin käyttämään eri muuttujia eri mittausmallien faktoreissa. Musiikin suoratoistopalvelujen piratismifaktoreista poistettiin muuttujat, jotka mittaivat elokuvapiratismia ja vastavuoroisesti elokuvien suoratoistopalvelujen piratismifaktoreista poistettiin musiikkipiratismia mittaavat muuttujat.

Liitteeseen 8 on koottu musiikin suoratoistopalvelujen faktorianalyysiin sekä mittausmalliin valikoidut muuttujat, niiden vastausmäärät, keskiarvot ja keskihajonnat. Liitteeseen 9 on koottu elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen faktorianalyysiin sekä mittausmalliin valikoidut muuttujat, niiden vastausmäärät, keskiarvot ja keskihajonnat.

#### 6.4.2 Mittausmalli

Ennen rakenneyhtälömallien muodostamista, aineiston reliabiliteettia ja validiteettia arvioitiin SPSS:n AMOS-lisäohjelmalla tehdyillä mittausmalleilla. Mallien reliabiliteettia, eli luotettavuutta, tarkasteltiin muuttujien sisäistä konsistenssia mittaavan Composite Reliabilityn (CR) avulla. Composite Reliability -arvon alarajana pidetään arvoa 0,70 ja mitä lähempänä arvo on yhtä, sitä korkeampi reliabiliteetti on. (Hair ym., 2011; Karjaluoto & Munnukka, 2016, 12-13.) Musiikin suoratoistopalveluiden mallin Composite Reliability -arvot vaihtelivat välillä 0,732–0,895, ylittäen raja-arvon 0,70 (TAULUKKO 27). Elokuviin ja TV-sarjojen suoratoistopalveluiden mallin Composite Reliability -arvot vaihtelivat välillä 0,753–0,909 (TAULUKKO 28).

Mallien konvergenssivaliditeettia tarkasteltiin Average Variance Extracted (AVE) -mittarin avulla. Fornellin ja Larckerin (1981) mukaan muuttujan AVE-arvo on oltava suurempi kuin 0,50, jotta muuttuja selittää yli puolet sen taustamuuttujien varianssista. Musiikin suoratoistopalveluiden mallin AVE-arvot vaihtelivat 0,477–0,739 välillä, ylittäen kynnyksarvon 0,50 (TAULUKKO 27). Elokuviin ja TV-sarjojen suoratoistopalveluiden mallin AVE-arvot vaihtelevat välillä 0,505–0,791 (TAULUKKO 28). Muuttujan MHY kohdalla AVE-arvo jäi alle kynnyksarvon (0,50) arvon ollessa 0,48. AVE-arvo olisi ylittänyt kynnyksarvon 0,50, jos kysymys HY3 olisi pudotettu pois. HY3 latautui merkitsevästi MHY-muuttujalle, joten kysymystä ei pudotettu. Kysymysosion pudottamisen myötä häviää aina informaatiota ja tässä tapauksessa näytti häviävän merkitsevää informaatiota muuttujalta.

Mallien erotteluvaliditeettia testattiin Fornell-Larckerin testillä, jonka mukaan muuttujan AVE-neliöjuuren on oltava korkeampi kuin muuttujan korrelaatiot muihin mallin muuttujiin (Fornell & Larcker, 1981; Hair ym., 2011; Karja-

luoto & Munnukka, 2016, 12-13). Musiikin suoratoistopalveluiden mallissa huomattiin MHY-muuttujan AVE-neliöjuuren olevan matalampi kuin muuttujan välinen korrelaatio MSK-muuttujaan (TAULUKKO 27). Niin ikään elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluiden mallissa huomattiin EHI-muuttujan AVE-neliöjuuren olevan matalampi kuin muuttujan välinen korrelaatio ESK-muuttujaan (TAULUKKO 28). Muiden muuttujien kohdalla tulokset osoittavat riittävää validiteettia, koska AVE-arvot ovat huomattavasti korkeammat kuin korrelaatiokerroimet muiden muuttujien välillä.

TAULUKKO 27 Musiikin suoratoistopalveluiden faktoreiden korrelaatiot ja validiteettia sekä reliabiliteettia kuvaavat luvut

	CR	AVE	MKO	MHY	MHE	MHI	AP	PK	MSK
<b>MKO</b>	0,769	0,663	<b>0,814</b>						
<b>MHY</b>	0,732	0,477	0,366	<b>0,691</b>					
<b>MHE</b>	0,831	0,554	0,284	0,496	<b>0,744</b>				
<b>MHI</b>	0,768	0,629	0,196	0,508	0,381	<b>0,793</b>			
<b>AP</b>	0,870	0,634	-0,005	-0,067	0,006	-0,057	<b>0,796</b>		
<b>PK</b>	0,849	0,594	-0,050	-0,113	0,001	0,011	0,476	<b>0,770</b>	
<b>MSK</b>	0,895	0,739	0,305	0,751	0,459	0,685	-0,052	-0,049	<b>0,860</b>

TAULUKKO 28 Elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluiden faktoreiden korrelaatiot ja validiteettia sekä reliabiliteettia kuvaavat luvut

	CR	AVE	EKO	EHY	EHE	EHI	AP	PK	ESK
<b>EKO</b>	0,874	0,791	<b>0,889</b>						
<b>EHY</b>	0,753	0,505	0,322	<b>0,710</b>					
<b>EHE</b>	0,867	0,622	0,266	0,395	<b>0,788</b>				
<b>EHI</b>	0,769	0,629	0,175	0,538	0,354	<b>0,793</b>			
<b>AP</b>	0,869	0,633	-0,014	-0,107	-0,002	-0,088	<b>0,795</b>		
<b>PK</b>	0,845	0,590	-0,049	-0,074	0,025	-0,018	0,472	<b>0,768</b>	
<b>ESK</b>	0,909	0,769	0,216	0,655	0,348	0,832	-0,046	0,011	<b>0,877</b>

Mittausmalleista tarkasteltiin myös mallia koskevia riittävyysmittoja, joita ovat RMSEA (Root mean square error of approximation), NFI (Normed Fit Index), RFI (Relative Fit Index), IFI (Incremental Fit Index), CFI (Comparitive Fit Index) ja chi-square arvoa suhteessa vapausasteisiin. Hyvänä RMSEA-arvona on pidetty arvoa <0,08, NFI-arvon rajana >0,90, RFI-, IFI- sekä CFI-arvojen rajana >0,95 ja  $X^2/df$  rajana < 5.0. (Karjaluoto & Munnukka, 2016, 12-13; Metsämuuronen, 2011, 692-697.) Musiikin suoratoistopalvelujen mallin RMSEA-arvoksi saatiin 0,048, NFI-arvoksi 0,948, RFI-arvoksi 0,935, IFI-arvoksi 0,963, CFI-arvoksi 0,962 ja  $X^2/df$ -arvoksi 3,406. Elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen mallin RMSEA-arvoksi saatiin 0,053, NFI-arvoksi 0,945, RFI-arvoksi 0,932, IFI-arvoksi 0,958, CFI-arvoksi 0,958 ja  $X^2/df$ -arvoksi 3,982.



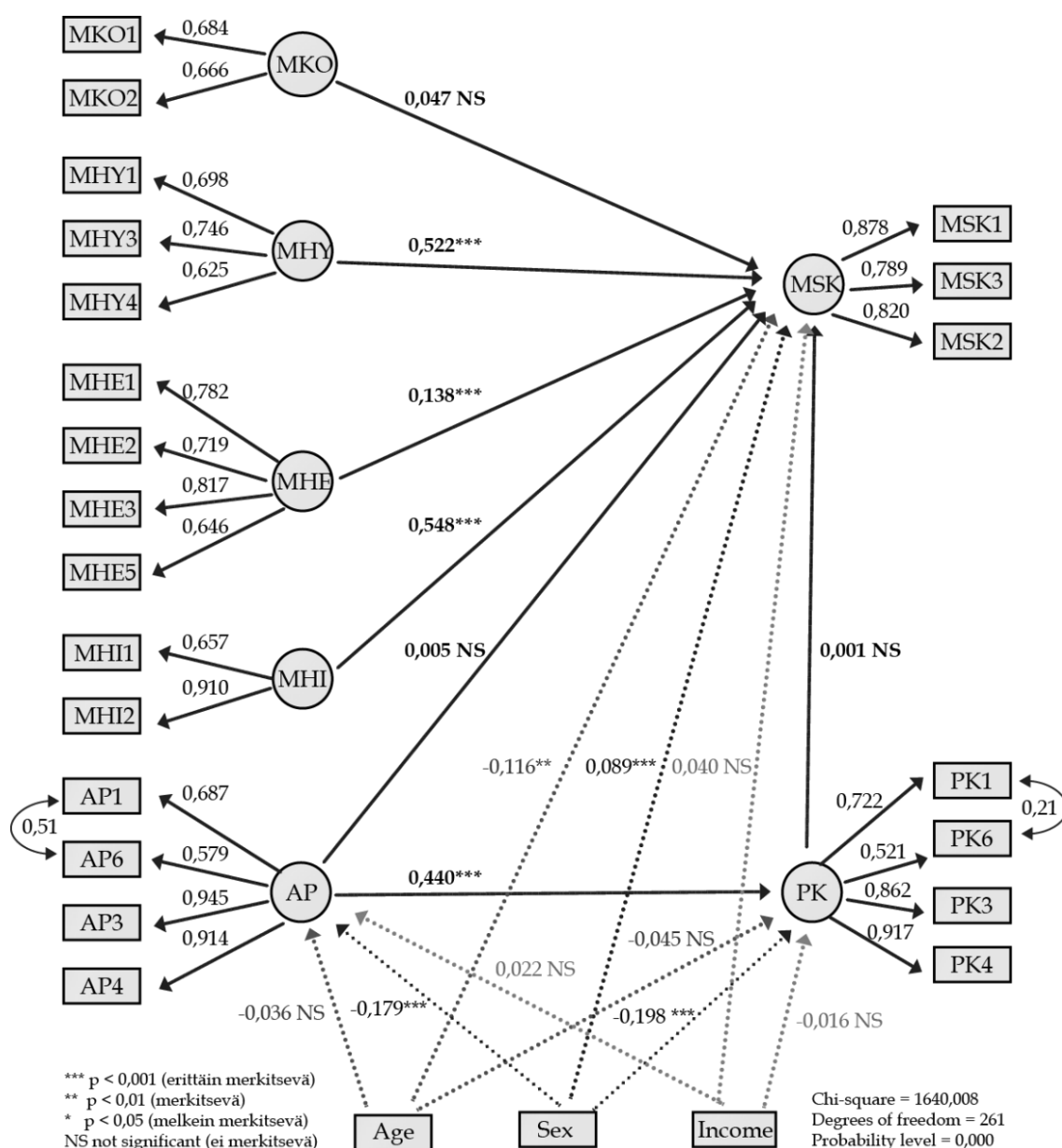
### 6.4.3 Rakenneyhtälömallit

Mittausmallien testaamisen jälkeen mallit siirrettiin rakenneyhtälömallien muotoon, joilla kuvataan latenttien muuttujien välisiä suhteita. Rakenneyhtälömallinnuksella tarkastellaan, antaako aineisto tukea muodostetulle mallille. (Hair ym., 2011; Karjaluoto & Munnukka, 2016; Metsämuuronen, 2011, 684-687; Nummenmaa, 2009.) Muuttujien välisten suhteiden voimakkuutta tarkastellaan standardisoituja polkukertoimien (beta-arvot,  $\beta$ ) valossa. Beta-arvojen lisäksi tarkastellaan polkukertoimien tilastollista merkitsevyyttä eli p-arvoja. Jos p-arvo on pienempi kuin 0,05, on suhde tilastollisesti melkein merkitsevä. Jos p-arvo on pienempi kuin 0,01, on suhde tilastollisesti merkitsevä ja erittäin merkitsevä jos p-arvo on pienempi kuin 0,001. Rakenneyhtälömallin jatkotarkastelua varten tarkistettiin mallin modifikaatioindeksit, joista voidaan nähdä, jos jotkin mallin suhteet ovat ongelmallisia. Modifikaatioindeksit yleensä kertovat samalle faktorille lataavien muuttujien korreloivan erittäin vahvasti keskenään (Karjaluoto & Juntunen, 2007). Vapautimme kahden koherenssin "Asenne piratismia kohtaan" (AP) osatekijän AP1 ja AP6 jäännösten väliset yhteydet. Samoin vapautimme "Piratismiin käyttöaikomus" (PK) osatekijän PK1 ja PK6 jäännösten väliset yhteydet. Kaikki osatekijät käsittelivät musiikkipiratismia, joten korrelaatio oli odotettavissa.

Musiikin suoratoistopalvelujen malliin valikoitui neljä selittävää muuttujaa, kokeiltavuus (MKO), hyödyllisyys (MHY), helppokäyttöisyys (MHE), hinta (MHI), asenne piratismia kohtaan (AP) ja näiden regressiot suoratoistopalvelun käyttöaikomukseen (MSK) sekä AP-muuttujan regressio piratismiin käyttöaikomukseen (PK) (KUVIO 13). Voimakkain suhde ilmeni hinta-muuttujan ja käyttöaikomuksen välillä ( $\beta=0,548$ ,  $p<0,001$ ) tukien hypoteesia neljä (H4). Toiseksi voimakkain suhde oli hyödyllisyys-muuttujan ja käyttöaikomuksen välillä ( $\beta=0,522$ ,  $p<0,001$ ) tukien hypoteesia kaksi (H2). Musiikin suoratoistopalvelun helppokäyttöisyyden ja suoratoistopalvelun käyttöaikomuksen välinen suhde on tilastollisesti erittäin merkitsevä, mutta hyvin vähäinen ( $\beta=0,138$ ,  $p<0,001$ ), joten tutkimus tukee vain osittain hypoteesia kolme (H3). Hypoteesi yksi (H1) liittyen suoratoistopalvelun kokeiltavuuteen ( $\beta=0,047$ , NS) sekä hypoteesi viisi (H7) asenteeseen piratismia kohtaan ( $\beta=0,005$ , NS) jäivät ilman tukea. Musiikin suoratoistopalvelujen mallin käyttöaikomuksen selitysasteen  $R^2$ -arvo oli 0,617, joka tarkoittaa, että malli selittää 61,70 prosenttia käyttöaikomuksesta musiikin suoratoistopalvelun omaksumisen taustalla.

Mallissa testattiin myös asenne piratismia kohtaan -muuttujan (AP) vaikutusta piratismiin käyttöaikomus-muuttujaa (PK) kohtaan ja näiden välillä on voimakas sekä tilastollisesti erittäin merkitsevä suhde ( $\beta=0,440$ ,  $p<0,001$ ), joten tutkimus tukee tämän mallin osalta hypoteesia viisitoista (H15). Asenne piratismia kohtaan sekä piratismiin käyttöaikomuksen välinen selitysasteen  $R^2$ -arvo oli vain 0,268. Tämä tarkoittaa, että asenne piratismia kohtaan selittää piratismiin käyttöaikomuksesta vain 26,8 prosenttisesti. Mallissa käytetyistä kontrollimuuttujista, ainoastaan iällä ja sukupuolella havaittiin vaikutusta musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen. Ikä -kontrollimuuttujan ja käyttöaikomuksen Beta -arvo ( $\beta=-0,116$ ,  $p<0,01$ ) oli

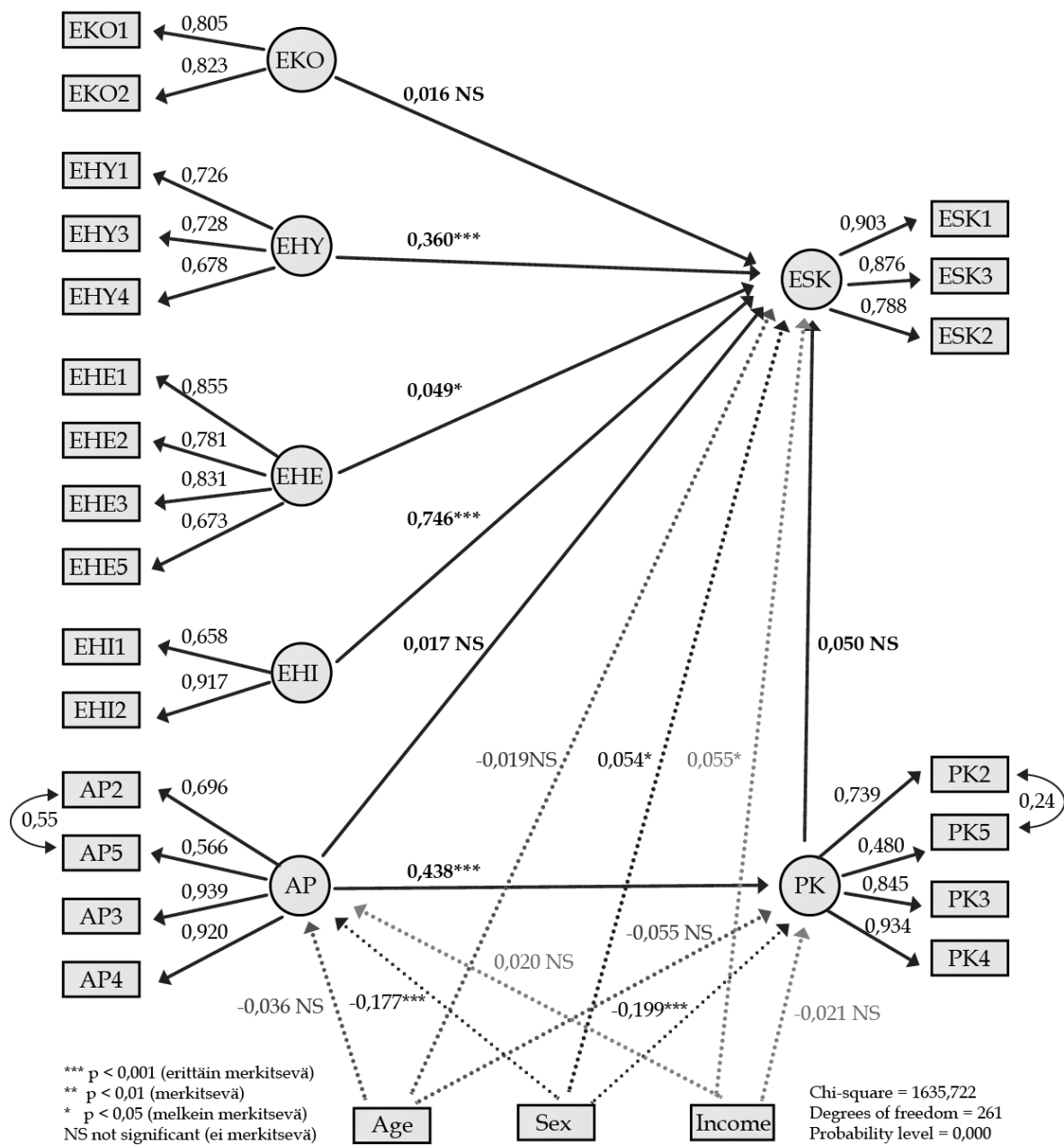
negatiivinen, mikä tutkimustuloksena viittaa siihen, että selittävän ja selitettävien muuttujien välillä on negatiivinen riippuvuus, toisin sanoen mitä korkeampi vastaajan ikä oli, sitä matalampi heidän käyttöaikaansa oli. Sukupuolimuuttujan ja musiikin suoratoistopalvelun käyttöaikaan välinen suhde on tilastollisesti erittäin merkitsevä, mutta hyvin vähäinen arvo ( $\beta=0,089$ ,  $p<0,01$ ). Tuloksen pohjalta naiset ovat hieman halukkaampia omaksumaan musiikin suoratoistopalvelut. Vastavuoroisesti miesten ja asenteen piratismia kohtaan ( $\beta=-0,179$ ,  $p<0,001$ ) sekä piratismiin käyttöaikaan ( $\beta=-0,198$ ,  $p<0,001$ ) välillä oli vähäinen mutta erittäin merkitsevä arvo.



KUVIO 13 Musiikin suoratoistopalvelujen faktorilataukset ja regressiot

Elokuvien ja TV-sarjojen rakenneyhtälömallista tarkistettiin myös mallin modifikaatioindeksit. Mallista vapautettiin kahden koherenssin "Asenne piratismia kohtaan" (AP) osatekijän AP2 ja AP5 jäännösten väliset yhteydet. Samoin vapautettiin "Piratistmin käyttöaikomus" (PK) osatekijän PK2 ja PK5 jäännösten väliset yhteydet. Kaikki osatekijät käsittelivät elokuvapiratismia, joten korrelaatio oli odotettavissa. Elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen malliin valikoitui myös neljä selittävää muuttujaa, kokeiltavuus (EKO), hyödyllisyys (EHY), helpokäyttöisyys (EHE), hinta (EHI), asenne piratismia kohtaan (AP) ja näiden regressiot suoratoistopalvelun käyttöaikomukseen (ESK) sekä AP-muuttujan regressio piratistmin käyttöaikomukseen (PK) (KUVIO 14). Voimakkain suhde ilmeni hinta-muuttujan ja käyttöaikomuksen välillä ( $\beta=0,746$ ,  $p<0,001$ ) tukien hypoteesia yksitoista (H11). Toiseksi voimakkain suhde oli hyödyllisyys-muuttujan ja käyttöaikomuksen välillä ( $\beta=0,360$ ,  $p<0,001$ ) tukien hypoteesia yhdeksän (H9). Elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun helpokäyttöisyyden ja suoratoistopalvelun käyttöaikomuksen välinen suhde on tilastollisesti melkein merkitsevä, mutta erittäin vähäinen ( $\beta=0,049$ ,  $p<0,05$ ), joten tutkimus tukee vain osittain hypoteesia kymmenen (H10). Hypoteesi kahdeksan (H8) liittyen suoratoistopalvelun kokeiltavuuteen ( $\beta=0,016$ , NS) sekä hypoteesi neljätoista (H14) asenteeseen piratismia kohtaan vaikutus suoratoistopalvelun käyttöaikaiseen ( $\beta=0,017$ , NS) jäävät ilman tukea. Elokuvien ja TV-sarjojen mallin käyttöaikomuksen selitysasteen  $R^2$ -arvo oli 0,698, toisin sanoen malli selittää 69,80 prosenttia käyttöaikomuksesta elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumisen taustalla.

Elokuvien suoratoistopalvelujen mallissa testattiin myös asenne piratismia kohtaan -muuttujan vaikutusta piratistmin käyttöaikomus-muuttujaa kohtaan ja näiden välillä on voimakas sekä tilastollisesti erittäin merkitsevä suhde ( $\beta=0,438$ ,  $p<0,001$ ), joten tutkimus tukee tämänkin mallin osalta hypoteesia viisitoista (H15). Tämänkin mallin kohdalla asenne piratismia kohtaan sekä piratistmin käyttöaikeen välinen selitysasteen  $R^2$ -arvo oli vain 0,268. Tämä tarkoittaa, että asenne piratismia kohtaan selittää piratistmin käyttöaietta vain 26,8 prosenttisesti. Mallissa käytetyistä kontrollimuuttujista, ainoastaan iällä ja tulotasolla havaittiin vaikutusta elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen. Tulotaso-muuttujan ja elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun käyttöaikeen välinen suhde on tilastollisesti melkein merkitsevä, mutta hyvin vähäinen arvo ( $\beta=0,055$ ,  $p<0,05$ ). Sukupuolen ja suoratoistopalvelun käyttöaikeen välinen suhde oli melkein merkitsevä, mutta heikko ( $\beta=0,054$ ,  $p<0,05$ ). Tuloksen pohjalta voidaan arvella naisten olevan hieman halukkaampia omaksumaan myös elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelut. Vastavuoroisesti tässäkin mallissa miesten ja asenteen piratismia kohtaan ( $\beta=-0,177$ ,  $p<0,001$ ) sekä piratistmin käyttöaikeen ( $\beta=-0,199$ ,  $p<0,001$ ) välillä oli vähäinen mutta erittäin merkitsevä arvo. Musiikin suoratoistopalveluiden mallista poiketen, ikä-kontrollimuuttujalla ei ollut vaikutusta suoratoistopalvelun omaksumiseen.



KUVIO 14 Elokuvi- ja televisiosarjojen suoratoistopalvelujen faktorilataukset ja regressiot

*H1: Koettu kokeiltavuus vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen. Musiikin suoratoistopalvelun kokeiltavuudella ei havaittu olevan merkitystä suoratoistopalvelun käyttöaikeeseen.*

*H2: Koettu hyödyllisyys vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen. Hyödyllisyyden ja suoratoistopalvelun käyttöaikeen välinen suhde on erittäin voimakas ja tilastollisesti erittäin merkitsevä ( $\beta=0,522$ ,  $p<0,001$ ), joten tutkimus tukee hypoteesia kaksi.*

*H3: Koettu helppokäyttöisyys vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen. Musiikin suoratoistopalvelun helppokäyttöisyyden ja suoratoistopalvelun käyttöaikomuksen välinen suhde on tilastollisesti erittäin merkitsevä, mutta hyvin vähäinen ( $\beta=0,138$ ,  $p<0,001$ ), joten tutkimus tukee vain osittain hypoteesia kolme.*

*H4: Koettu alhainen hinta vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen. Suoratoistopalvelun hinnan ja suoratoistopalvelun käyttöaikaan välinen suhde on erittäin voimakas ja tilastollisesti erittäin merkitsevä ( $\beta=0,548$ ,  $p<0,001$ ), joten tutkimus tukee hypoteesia neljä.*

*H5: Koettu sosiaalinen vaikutus vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen. Faktorianalyysivaiheessa sosiaalisen vaikutuksen muuttujat hylättiin heikon kommunaliteetin ( $>0,3$ ) takia ja rakenneyhtälömallitus suoritettiin ilman niiden vaikutusta. Hypoteesi viisi ei saa tukea.*

*H6: Koettu yhteensopivuus mahdollistavien olosuhteiden kanssa vaikuttaa positiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen. Faktorianalyysivaiheessa mahdollistavia olosuhteita mitanneet muuttujat latautuivat usealla faktorille ja tästä syystä mahdollistavien olosuhteiden faktori jätettiin rakenneyhtälömallituksen ulkopuolelle. Hypoteesi kuusi ei saa tukea.*

*H7: Koettu myönteinen asenne piratismia kohtaan vaikuttaa negatiivisesti musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen. Asenteella piratismia kohtaan ei havaittu olevan merkitystä suoratoistopalvelun käyttöaikaan.*

*H8: Koettu kokeiltavuus vaikuttaa positiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen. Kuten musiikin suoratoistopalvelujen kokeiltavuuden kohdalla, kokeiltavuudella ei havaittu olevan merkitystä suoratoistopalvelun käyttöaikaan.*

*H9: Koettu hyödyllisyys vaikuttaa positiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen. Hyödyllisyyden ja suoratoistopalvelun käyttöaikaan välinen suhde on melko voimakas ja tilastollisesti erittäin merkitsevä ( $\beta=0,360$ ,  $p<0,001$ ), joten tutkimus tukee hypoteesia kaksi.*

*H10: Koettu helppokäyttöisyys vaikuttaa positiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen. Elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun helppokäyttöisyyden ja suoratoistopalvelun käyttöaikomuksen välinen suhde on tilastollisesti melkein merkitsevä, mutta erittäin vähäinen ( $\beta=0,049$ ,  $p<0,05$ ), joten tutkimus tukee osittain hypoteesia kolme.*

*H11: Koettu alhainen hinta vaikuttaa positiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen. Suoratoistopalvelun hinnan ja suoratoistopalvelun käyttöaikeen välinen suhde on erittäin voimakas ja tilastollisesti erittäin merkitsevä ( $\beta=0,746$ ,  $p<0,001$ ), joten tutkimus tukee hypoteesia yksitoista.*

*H12: Koettu sosiaalinen vaikutus vaikuttaa positiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen. Faktorianalyysivaiheessa sosiaalisen vaikutuksen muuttujat hylättiin heikon kommunaliteetin ( $>0,3$ ) takia ja rakenneyhtälömallitus suoritettiin ilman niiden vaikutusta. Hypoteesi kaksitoista ei saa tukea.*

*H13: Koettu yhteensopivuus mahdollistavien olosuhteiden kanssa vaikuttaa elokuvien ja TV-sarjojen positiivisesti suoratoistopalvelun omaksumiseen. Faktorianalyysivaiheessa mahdollistavia olosuhteita mitanneet muuttujat latautuivat usealla faktorille ja tästä syystä mahdollistavien olosuhteiden faktori jätettiin rakenneyhtälömallituksen ulkopuolelle. Hypoteesi kolmetoista ei saa tukea.*

*H14: Koettu myönteinen asenne piratismia kohtaan vaikuttaa negatiivisesti elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen. Kuten musiikin suoratoistopalvelujen kohdalla, asenteella piratismia kohtaan ei havaittu olevan merkitystä suoratoistopalvelun käyttöaikeeseen.*

*H15: Koettu positiivinen asenne piratismia kohtaan vaikuttaa positiivisesti piratismiin käyttöaikomukseen. Asenteella piratismia kohtaan ja piratismiin käyttöaikomuksen välillä on voimakas ja tilastollisesti erittäin merkitsevä suhde ( $\beta=0,440$ ,  $p<0,001$ ), joten tutkimus tukee hypoteesia viisitoista.*

## 7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Tutkielman teoriaosuudessa tarkasteltiin pääasiassa suomalaisten kuluttamien digitaalisten sisältöjen nykytilaa, teknologian kehitystä sekä teollisuudenaloihin vaikuttavia tekijöitä kuten piratismia ja digitaalisen sisällön jakelutapoja. Tarkastelukohteeksi valittiin maksullinen digitaalinen musiikki ja -video niiden samankaltaisen luonteen sekä samanlaisten jakelukanavien takia.

Musiikkimarkkinat ovat olleet yksi puhutuimmista markkinoista, joka on kohdannut merkittäviä muutoksia nykynuorten elinaikana. Teknologian kehittyminen, etenkin digitalisoituminen, on tuonut mukanaan uusia haasteita mutta myös mahdollisuuksia. Musiikkimarkkinoilla äänitetuottajien oikeuksia turvaava kansainvälinen toimialajärjestö *International federation of the phonographic industry:n* (IFPI) vuonna 2017 julkaisema raportti *Digital music report* kertoo maailmanlaajuisessa musiikkimyyntissä digitaalisen musiikin olevan tasoissa levymyynnin kanssa. Samaan aikaan maailmanlaajuinen kokonaismyynti on kuitenkin laskenut koko 2000-luvun ja fyysisten albumien myynti on vähäisempää kuin koskaan. 2010-luvun alusta lähtien digitaalisten hyödykkeiden myynti on kasvanut voimakkaasti ja tasannut aikaisemmin laskenutta viihdeteollisuuden myyntiä. Suomalaisen Musiikkituottajat - IFPI Finland ry:n (2015b) syykuussa 2015 toteuttaman tutkimuksen mukaan Suomessa digitaalisen musiikkimyyntin osuus musiikin kokonaismarkkinoista oli jo yli 70 prosenttia ja digitaalisen musiikkimyyntin tuotoista 75 prosenttia muodostui suoratoistopalveluista. Uudemman virallisen Musiikkituottajien (2016a) vuoden 2016 myyntitilaston mukaan digitaalinen musiikkimyynti kattoi 75 prosenttia äänitemyyntin kokonaismarkkinoista ja jo 63 prosenttia kokonaismyynnistä muodostui suoratoistopalveluiden myynnistä.

Halttunen, Makkonen ja Frank (Halttunen, Makkonen, & Frank, 2010; Makkonen ym., 2010, 2011) ovat noin viisi vuotta sitten tutkineet useissa tutkimuksissa syitä heikolle musiikin latauskauppojen omaksumiselle sekä haluttomuutta digitaalisen musiikin ostamiselle. Tutkimusten perusteella vain harvat olivat kokeilleet musiikin ostamista digitaalisessa muodossa ja vieläkin harvemmat olivat olleet aktiiviasiakkaita. Musiikkia kuunneltiin tutkimusten mukaan yleisesti ottaen paljon, minkä katsottiin tarkoittavan, että valtaosa

musiikista joko ladattiin Internetistä ilmaiseksi tai ostettiin fyysisinä äänitallenteina. Digitaalinen musiikin hintataso nähtiin myös kuluttajien mielestä liian korkeana ja varsinkin nuoret kuluttajat hankkisivat tutkimusten perusteella musiikkinsa vain Spotifyn kaltaisista laillisista lähteistä, mikäli se olisi ilmaista tai lähes ilmaista.

Bloombergin (2017) mukaan Spotifylla on jo 140 miljoonaa käyttäjää, mutta siitä huolimatta Spotify teki vuonna 2016 539 miljoonaa euroa tappiota. Tulevan kahden vuoden aikana Spotifyn on sopimustensa mukaan maksettava royalteja ainakin kaksi miljardia euroa ja tämän lisäksi kaikkia levy-yhtiösopimuksia ole vielä uusittu. Vaikka Spotify on perustettu jo vuonna 2006, yhtiö ei ole tehnyt yhtenäkkään vuotena tulosta. Spotifyn 140 miljoonasta käyttäjästä noin 48 miljoonaa käyttäjää maksavat palvelusta kuukausimaksua ja 90 prosenttia yhtiön tuloista muodostuu maksavista käyttäjistä. Vaikka suoratoistopalvelujen suosio on viime vuosina kasvanut, Spotifyn kaltaisten suoratoistopalvelujen viimeisin ongelma on ollut kannattamattomuus, joka on asettanut palveluille paineita luopua ilmaisversioista.

Musiikkimarkkinoiden lisäksi samanlainen kehityssuunta on ollut havaittavissa myös digitaalisten videoiden myynnin kohdalla. Kasvavat tiedonsiirtonopeudet ja tallennustilan edullisuus on mahdollistanut myös videosisältöjen nopean ja tehokkaan jakelun. Suomen elokuvaääntien (2016) tilastojen mukaan DVD- ja Blu-ray-levyjen myynnin ja vuokrauksen kokonaisyhteensä on pudonnut vuodesta 2008 asti ja oli vuonna 2016 pudonnut jo 81 prosenttia siitä mitä se oli vuonna 2008. Arkena -yrityksen toteuttaman 4055 vastaajan Nordic Video Index -kyselytutkimuksen (2015) mukaan videoiden suoratoistopalvelut ovat pohjoismaissa erittäin suosittuja ja yli 80 prosenttia suomalaisista oli katsonut viimeisen puolen vuoden aikana suoratoistosisältöä. Kuten digitaalisen musiikin kohdalla, suoratoistosisällöistä maksaneiden osuus oli Suomessa pohjoismaiden pienin. Erot muihin pohjoismaihin saattavat selittyä ilmaisten suoratoistopalvelujen suosiolla ja hyvällä saatavuudella, mutta suomalaisten kohdalla huomionarvoista on samankaltaiset käyttötottumukset digitaalisen musiikin sekä digitaalisen videon kohdalla.

Samalla kun digitaalisten hyödykkeiden myynti on kasvanut, on myös kuluttajien maksuhalukkuus vähentynyt. Kuluttajat ovat ainakin Suomessa vähemmän halukkaita maksamaan kuluttamastaan sisällöstä ja pyrkivät hankkimaan sisältönsä maksuttomista lähteistä. Samalla kun laillisten digitaalisten sisältöjen myynti on kasvanut ja jakelukanavat ovat muuttuneet vastaamaan kuluttajien kysyntään, ovat myös laittomien palveluiden toimintatavat muuttuneet. Vuoden 2015 Tekijänoikeusbarometrin mukaan Suomessa laittomat suoratoistopalvelut ovat nousseet piratismiin yleisimmäksi muodoksi ja varovaisimmankin arvion mukaan vähintään kolmannes nuorista on hankkinut luvatonta sisältöä Internetistä viimeisen vuoden aikana (Luovan työn tekijät ja yrittäjät LYHTY, 2015).

Suurin osa luvatonta digitaalista sisältöä koskevista tutkimuksista käsittelevät musiikin luvatonta lataamista. Fyysisten tallenteiden musiikkimyynnin vähentymisen syyksi on monesti epäilty luvatonta lataamista. Joissakin tutkimuksissa tämän piratismiksi kutsutun ilmiön epäillään



vaikuttaneen musiikin myynnin romahtamiseen ja joissakin piratismiin nähdään jopa hyödyttäneen musiikkiteollisuutta. Vaikutuksista ei ole selvää yhteisymmärrystä, ja useissa tutkimuksissa on esitetty, että piratismilla on useita erisuuntaisia vaikutuksia musiikin myyntiin. (Tschmuck, 2010.)

Tieteellisesti ongelmallista on myös se, että jotkin piratismiin vaikutuksia käsittelevistä tutkimuksista ovat ainakin osittain viihdeteollisuuden rahoittamia ja metodeiltaan epäluotettavia. Monissa vanhemmissa tutkimuksissa on tarkasteltu vain laittoman lataamisen sekä tallennemyynnin korrelaatiota ja kausaliteettia, eikä tutkimusaineistossa ole käytetty todellista verkkoliikennedatata. Tutkimuksissa on yleisesti yritetty laskea viihdeteollisuuden myynnin menetyksiä, mutta luotettavia arvioita on lähes mahdotonta tehdä ilman tietoa siitä, kuinka moni laitton lataaja olisi ollut valmis maksamaan hyödykkeestä. Tämän lisäksi tunnetuimpien tutkimusten tutkijakenttä on kapea ja jakaantunut karkeasti kahteen ryhmään. Monet tutkimukset, joissa piratismiin on nähty vaikuttavan negatiivisesti musiikki- ja elokuvateollisuuteen ovat samojen tutkijoiden kirjoittamia ja tutkimusten lähdeviitteet ovat valikoitu tukemaan tutkimuksen tuloksia. Tämä herättää kysymyksiä molempien ryhmien tutkijoiden tarkoitusperistä ja objektiivisuudesta.

Tämän tutkimuksen tarkoitus oli selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat maksullisten suoratoistopalvelujen omaksumiseen, missä määrin nuoret ovat valmiita maksamaan palvelujen käytöstä ja onko laitton digitaalinen sisältö yhä yhtä suosittua, kun saatavilla on lähes yhtä helposti maksullisia vaihtoehtoja. Tarkasteltaviksi jakelutavoiksi valittiin maksulliset digitaalisen musiikin ja elokuvien suoratoistopalvelut niiden samankaltaisen luonteen sekä samanlaisten jakelukanavien takia. Tutkimuksen empiirisen osion kyselylomake (LIITE 1-5) muodostettiin teoriaosuudessa esitellyn viitekehäyksen lähteissä esiintyneiden kysymysten pohjalta. Viitekehäys perustui pääosin Rogersin (2003) luokittelemiin innovaation ominaisuuksiin, joiden lisäksi malliin sovellettiin elementtejä UTAUT-mallien pohjalta. Tämän lisäksi malliin adoptoitiin tekijöitä muista teknologian omaksumismalleista, joiden uskottiin vaikuttavan digitaalisten sisältöjen jakelukanavien omaksumiseen. Tutkimuksista valitut kysymykset käännettiin suomeksi ja tarvittaessa niitä muokattiin suoratoistopalvelujen omaksumiseen soveltuviksi. Vastaajilta tiedusteltiin, kuinka paljon he olisivat keskimäärin valmiita maksamaan yhdestä suoratoistopalvelusta sekä kuinka paljon he jo mahdollisesti maksoivat palvelun käytöstä. Piratismia koskevat kysymykset adaptoitiin Luovan työn tekijöiden ja yrittäjien (LYHTY, 2015) vuoden 2015 tekijänoikeusbarometrin sekä Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen vuoden 2012 nuorisorikollisuuskyselyn kysymysten pohjalta. Piratismia koskevat kysymykset pyrittiin pitämään mahdollisimman samankaltaisina, jotta tulosten vertailu olisi mielekästä.

Tutkimuksen aineisto kerättiin strukturoituna verkkokyselynä touko-kesäkuun vaihteessa vuonna 2016. Kyselyn levitykseen hyödynnettiin Jyväskylän, Tampereen, Helsingin, Turun, Itä-Suomen ja Oulun yliopistojen sähköpostillis-

toja sekä erilaisia sosiaalisen median sivustoja, kuten keskustelupalstoja ja yhteisöpalveluja. Kyselyyn kertyi yhteensä 1061 vastausta, jonka lukumäärää voidaan pitää erittäin hyvänä. Vastaajista 58,8 prosenttia oli naisia ja 39,7 prosenttia miehiä. Vastaajien ikä oli jakautunut siten, että suurimmat ikäryhmät olivat 15-24-vuotiaat (39,2 %) ja 25-34-vuotiaat (48,9 %). Tämä tarkoittaa, että 89,5 prosenttia vastaajista oli 34-vuotiaita tai sitä nuorempia. Vastaajista 67,1 prosenttia mielsi itsensä pääasialliseksi opiskelijaksi ja vastaajista yli puolen (58,4 %) nettotulot olivat alle tuhat euroa kuukaudessa. Kuuden suomalaisen yliopiston sähköpostilistoihin ja erilaisten sosiaalisen median sivustojen kautta kerätyn aineiston sekä tutkimuksen teeman takia havaintojen painottuminen nuoriin aikuisiin oli odotettavissa. Aineiston vinouden vuoksi tulosten perusteella ei voida tehdä yleistyksiä kaikkiin ikäryhmiin tai kaikkiin suomalaisiin nuoriin aikuisiin. Tästä huolimatta aineistoa voidaan pitää edustavan otoksena nuoresta opiskelijaväestöstä.

Musiikkituottajien (2016a) vuoden 2016 Suomen myyntitilaston mukaan digitaalisen musiikkimyynnin osuus musiikin kokonaismarkkinoista kattoi 75 prosenttia äänitemyynnin kokonaismarkkinoista ja 63 prosenttia kokonaismyynnistä muodostui suoratoistopalveluiden myynnistä. Pohjoismaisten musiikin tekijänoikeusjärjestöjen Teoston, Tonon ja Kodan syyskuussa 2015 toteuttaman 3600 vastaajan *Polaris Nordic Digital Music Survey 2015* -kyselytutkimuksen mukaan Suomessa digitaalisesta musiikista maksaneiden osuus oli pohjoismaiden pienin. Vain 14 prosenttia kyselytutkimukseen vastanneista kertoi maksaneensa kuluneen vuoden aikana digitaalisesta musiikista. Suomalaisista vastanneista 46 prosentin mielestä suoratoistopalvelun ilmaisuus oli tärkein syy valittaessa musiikkipalvelua, seuraavina palvelun helppokäyttöisyys ja palvelun laillisuus. Nuoret vastaajat eivät nähneet palvelun laillisuutta yhtä tärkeänä tekijänä, vaan heille tärkeämpiä tekijöitä olivat ilmaisuus, helppokäyttöisyys, kaiken heidän haluamansa musiikin saatavuus, korkea äänenlaatu, uusien musiikkikappaleiden ehdotukset, edullisuus ja vasta näiden jälkeen palvelun laillisuus.

Tämän tutkimuksen perusteella maksulliset musiikin suoratoistopalvelut olivat erittäin suosittuja vastaajien keskuudessa. Vastaajista 60,2 prosenttia kuunteli musiikkia maksullisesta musiikin suoratoistopalvelusta vähintään kerran viikossa tai useammin ja vähintään kerran kuukaudessa palvelua käytti 66,3 prosenttia vastaajista. Toisin kuin epäiltiin, nuoret olivat hyvinkin halukkaita maksamaan kuluttamastaan digitaalisesta musiikista. Toisaalta, maksuhalukkuus ei korreloinut todellisen maksamisen kanssa ja merkittävä osa vastaajista (61,9 %) ei maksanut suoratoistopalvelujen käytöstä laisinkaan. Loput vastaajista (38,1 %) maksoi yhdestä musiikin suoratoistopalvelusta keskimäärin 9,72 euroa kuukaudessa. Kun vastaajilta tiedusteltiin, kuinka paljon he olisivat valmiita maksamaan yhdestä musiikin suoratoistopalvelusta kuukaudessa, yhteensä 20 prosenttia vastaajista kertoi, ettei he olisi valmiita maksamaan musiikin suoratoistopalvelusta mitään. Loput vastaajista (80 %) oli valmiita maksamaan yhdestä musiikin suoratoistopalvelusta keskimäärin 6,03 euroa kuukaudessa. Summa on noin neljä euroa vähemmän, kuin mitä musiikin suoratoistopalvelujen hintataso on ollut tutkimushetkellä. Musiikin suoratoistopalvelut maksavat keskimäärin

10 euroa kuukaudessa ja tämän tutkimuksen tulosten mukaan käyttäjät olisivat halukkaita maksamaan 39,7 prosenttia pyydettyä vähemmän.

Arkena -yrityksen toteuttaman 4055 vastaajan Nordic Video Index -kyselytutkimuksen (2015) mukaan videoiden suoratoistopalvelut ovat pohjoismaissa erittäin suosittuja ja yli 80 prosenttia suomalaisista oli katsonut viimeisen puolen vuoden aikana suoratoistosisältöä. Kuten digitaalisen musiikin kohdalla, suoratoistosisällöistä maksaneiden osuus oli Suomessa Nordic Video Index-kyselyn mukaan pohjoismaiden pienin. Kyselyn mukaan vain 32 prosenttia käyttäjistä oli maksanut katsomastaan suoratoistosisällöstä viimeisen kuukauden aikana.

Tämän tutkimuksen perusteella yli puolet vastaajista (52,7 %) kertoi käyttävänsä palvelua vähintään kerran viikossa tai useammin. Yli puolet vastaajista (51,7 %), kertoi ettei maksa elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta mitään tai ei käytä palveluita lainkaan. Vastaajista loput (48,1 %) maksoi yhdestä suoratoistopalvelusta keskimäärin 10,52 euroa kuukaudessa. Maksullisten elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen maksuhalukkuus oli suunnilleen yhtä suurta, kuin maksullisten musiikin suoratoistopalvelujen kohdalla. Yhteensä 16,2 prosenttia vastaajista kertoi, ettei olisi valmis maksamaan elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta mitään. Loput vastaajista (83,8 %) oli valmiita maksamaan yhdestä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta keskimäärin 7,64 euroa kuukaudessa. Tämä on noin 2,36 euroa vähemmän, kuin mitä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelut maksavat. Tutkimushetkellä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelut maksoivat keskimäärin 10 euroa kuukaudessa ja tämän tutkimuksen tulosten mukaan käyttäjät olisivat halukkaita maksamaan 23,6 prosenttia pyydettyä vähemmän.

Vastaajien maksumäärille sekä maksuhalukkuudelle tehtiin keskiarvovertailu T-testillä, jolla pyrittiin selvittämään, onko miesten ja naisten maksumäärissä sekä maksuhalukkuudessa eroja. Tulosten mukaan miehet olivat halukkaampia maksamaan enemmän elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelusta kuin naiset. Ero sukupuolten välillä oli tilastollisesti merkitsevä, kun taas maksullisen musiikin suoratoistopalvelujen kohdalla ero ei ollut tilastollisesti merkitsevä.

Tutkimuksessa tarkasteltiin Kruskal-Wallis -testillä, onko vastaajien iällä vaikutusta maksumääriin tai maksuhalukkuuteen. Testien perusteella vastaajien iällä ja suoratoistopalvelujen maksumäärillä ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa, mutta maksuhalukkuudella oli tilastollisesti erittäin merkitsevä ero. Tämän lisäksi keskiarvojen perusteella nuoret aikuiset (25-34-vuotiaat) olivat keskimääräistä maksuhalukkaampia musiikin- sekä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja kohtaan. Kaikista nuorimmat vastaajat (15-24-vuotiaat) olivat valmiita maksamaan keskimääräistä vähemmän molempien suoratoistopalvelujen käytöstä.

Seuraavaksi tutkimuksessa selvitettiin mitkä tekijät vaikuttavat maksullisten suoratoistopalvelujen omaksumiseen ja tämän pohjalta luotiin tutkimuksen teoreettinen viitekehys. Aiempien tutkimustulosten mukaan suoratoistopalvelun omaksumiseen voivat vaikuttaa tutkielman empiirisen osion viitekehukseen

nostetut kokeiltavuus, hyödyllisyys, helppokäyttöisyys, hinta, sosiaaliset vaikutukset ja mahdollistavat olosuhteet. Koska tutkimuksessa pyrittiin myös kuvailemaan nuorten asenteita piratismia kohtaan ja sen vaikutusta suoratoistopalvelujen omaksumiseen, lisättiin viitekehyksen vaikuttavaksi tekijäksi asenne piratismia kohtaan. Käyttäjän asenteen piratismia kohtaan oletettiin vaikuttavan siihen, kuinka laajana tai laadukkaana palvelun sisältö nähdään, kuinka hyödyllisenä palvelu nähdään ja kuinka paljon palvelusta ollaan valmiita maksamaan.

Tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen testaaminen jakaantui kolmeen osioon. Ensiksi tarkistettiin aineiston soveltuvuus mittaussalleille tekemällä SPSS:n avulla eksploratiiviset faktorianalyysit. Tämän jälkeen aineistosta tehtiin mittaussmallit SPSS:n AMOS-lisäohjelmalla ja lopuksi mittaussmallit siirrettiin rakenneyhtälömallien muotoon, joilla testattiin tutkimukselle asetettujen hypoteesien toimivuutta. Analyysit tehtiin erikseen niin maksullisille musiikin kuin elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluille. Tuloksien tarkastelussa on hyvä huomioda, etteivät kaikki vastaajat ole maksullisten suoratoistopalveluiden käyttäjiä. Kyselylomakkeessa vastaajia ohjeistettiin arvioimaan maksullisia suoratoistopalveluja, vaikka heillä ei olisi omakohtaista kokemusta kyseisistä palveluista.

Eksploratiivisissa faktorianalyyseissa hylättiin heikon kommunaliteetin takia sosiaalisia vaikutuksia mitanneet muuttujat ja huomattiin mahdollistavia olosuhteita mitanneiden muuttujien latautuvan kolmelle eri faktorille, joten muuttujat päätettiin poistaa jatkoanalyseista kokonaan. Faktorianalyysien yhteydessä huomattiin myös musiikki- ja elokuvapiratismia käsittelevien muuttujien korreloivan voimakkaasti keskenään ja tämän takia päädyttiin käyttämään eri muuttujia eri mittaussmallien faktoreissa. Musiikin suoratoistopalvelujen piratismifaktoreista poistettiin muuttujat, jotka mittasivat elokuvapiratismia ja vastaavuoisesti elokuvien suoratoistopalvelujen piratismifaktoreista poistettiin musiikkipiratismia mittaavat muuttujat.

Tutkimuksen tulokset ovat linjassa aiempien tutkimusten kanssa. Empiirisen viitekehyksen tulosten mukaan suoratoistopalvelun hinnalla ja hyödyllisyydellä oli voimakas ja erittäin merkitsevä vaikutus suoratoistopalvelun käyttöaikomukseen. Lisäksi suoratoistopalvelun helppokäyttöisyyden havaittiin vaikuttavan vähäisesti suoratoistopalvelun käyttöaikomukseen. Molemmissa rakenneyhtälömalleissa suoratoistopalvelun hinnan ja suoratoistopalvelun käyttöaikeen välinen suhde oli kaikista voimakkain ja tilastollisesti erittäin merkitsevä. Tästä voidaan varovaisesti päätellä suoratoistopalvelun hinnan olevan yksi tärkeimmistä, ellei tärkein syy omaksumista suoratoistopalvelua. Suoratoistopalvelun kokeiltavuus ja käyttäjän asenne piratismia kohtaan jäivät tutkimuksessa suoratoistopalvelun käyttöaikomuksen kohdalta merkityksettömiksi.

Malleissa käytetyistä kontrollimuuttujista ainoastaan iällä ja sukupuolella havaittiin vaikutusta musiikin suoratoistopalvelun omaksumiseen. Ikä -kontrollimuuttujan ja käyttöaikeen beta-arvo oli negatiivinen, mikä tutkimustuloksena viittasi siihen, että selittävän ja selitettävien muuttujien välillä oli negatiivinen riippuvuus. Toisin sanoen, mitä korkeampi vastaajan ikä oli, sitä matalampi heidän käyttöaikeensa oli. Sukupuoli-muuttujan ja musiikin suoratoistopalvelun

käyttöaikeen välinen suhde oli tilastollisesti erittäin merkitsevä, mutta hyvin vähäinen. Tuloksen pohjalta voidaan sanoa naisten olevan hieman miehiä halukkaampia omaksumaan musiikin suoratoistopalvelut. Elokuviin ja TV-sarjojen mallissa käytetyistä kontrollimuuttujista ainoastaan iällä ja tulotasolla havaittiin vaikutusta elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumiseen. Tulotaso-muuttujan ja elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun käyttöaikeen välinen suhde on tilastollisesti melkein merkitsevä, mutta hyvin vähäinen arvo. Sukupuolen ja suoratoistopalvelun käyttöaikeen välinen suhde oli melkein merkitsevä, mutta heikko. Tuloksen pohjalta voidaan arvella naisten olevan hieman halukkaampia omaksumaan myös elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelut.

Empiirisen osion tulokset tukivat kehitettyä mallia melko hyvin. Musiikin suoratoistopalvelujen malli selittää 61,70 prosenttia käyttöaikomuksesta musiikin suoratoistopalvelun omaksumisen taustalla ja 69,80 prosenttia käyttöaikomuksesta elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun omaksumisen taustalla. Tutkimuksen tulosten luotettavuutta voidaan tarkastella reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen toistettavuutta ja kykyä olla antamatta ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimuksen validiteetilla eli pätevyydellä tarkoitetaan mittarin tai tutkimuskysymyksen kykyä mitata haluttua asiaa. (Hirsjärvi ym., 2009, 231-233). Tässä tutkimuksessa reliabiliteettia tarkasteltiin mallin muuttujien sisäistä konsistenssia mittaavan Composite Reliabilityn (CR) avulla. Composite Reliability -arvon alarajana pidetään arvoa 0,70 ja mitä lähempänä arvo on yhtä, sitä korkeampi reliabiliteetti on. (Hair ym., 2011; Karjaluoto & Munnukka, 2016). Musiikin suoratoistopalveluiden mallin Composite Reliability -arvot vaihtelivat välillä 0,732-0,895, ylittäen raja-arvon 0,70. Elokuviin ja TV-sarjojen suoratoistopalveluiden mallin Composite Reliability -arvot vaihtelivat välillä 0,753-0,909.

Mallien konvergenssivaliditeettia tarkasteltiin Average Variance Extracted (AVE) -mittarin avulla sekä mallien erotteluväliditeettia testattiin Fornell-Larckerin testillä. Fornell-Larckerin testillä, jonka mukaan muuttujan AVE-neliöjuuren on oltava korkeampi kuin muuttujan korrelaatiot muihin mallin muuttujiin (Fornell & Larcker, 1981; Hair ym., 2011; Karjaluoto & Munnukka, 2016). Musiikin suoratoistopalveluiden mallissa huomattiin hyödyllisyys-muuttujan AVE-neliöjuuren olevan matalampi kuin muuttujan välinen korrelaatio suoratoistopalvelun käyttöaikomus-muuttujaan. Niin ikään elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluiden mallissa huomattiin hinta-muuttujan AVE-neliöjuuren olevan matalampi kuin muuttujan välinen korrelaatio suoratoistopalvelun käyttöaikomus-muuttujaan. Molemmissa malleissa oli yksi muuttuja, joka korreloi liian voimakkaasti käyttöaikomuksen kanssa ja varsinkin elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelujen mallin voimakas korrelaatio hinta- ja käyttöaikomus-muuttujan kohdalla oli odotettavissa. Muutoin tutkimuksen mittarit täyttivät tieteelliselle tutkimukselle asetetut kriteerit. Mittausmalleista tarkasteltiin myös mallia koskevia riittävyysmittoja, joita olivat RMSEA (Root mean square error of approximation), NFI (Normed Fit Index), RFI (Relative Fit Index), IFI (Incremental Fit Index), CFI (Comparative Fit Index) ja chi-square arvoa suhteessa vapausasteisiin. Tutkimuksen vastausmäärää voidaan pitää erittäin luotettavana tilastollisten

menetelmien kannalta. Vilkan (2007, 56-57) mukaan suositeltava vastausten vähimmäismäärä on sata havaintoyksikköä, mikäli tutkimuksessa käytetään tilasto-ohjelmistoja. Jos tavoitteena on vertailla eri ryhmiä, otoskoon tulisi olla joka ryhmästä vähintään 30 havaintoyksikköä. Kaikkiaan vastaajia tulisi olla 200–300 kappaletta ja valtakunnallisissa kuluttajatutkimuksissa tutkimuskohtaisesti jopa 500–1000 vastaajaa. Tähän tutkimukseen hyväksyttiin kaikki 1061 vastausta ja lukumäärää voidaan pitää erittäin hyvänä.

Tutkimuksessa tutkittiin myös vastaajien asennetta piratismia kohtaan ja heidän kokemuksiinsa piratismista. Luovan työn tekijöiden ja yrittäjien (LYHTY, 2015) tekijänoikeusbarometrin haastattelututkimuksien mukaan luvaton lataaminen on vähentynyt Suomessa viime vuosina. Tekijänoikeusbarometrin mukaan 12 prosenttia suomalaisista kotitalouksista latsi Internetistä siellä luvattomasti olevaa sisältöä ja 14 prosenttia käytti luvattomia suoratoistosisältöjä. Nuorista vastaajista (15–24-vuotiaat) 29 prosenttia oli ilmoittanut, että heillä ladataan luvattonta sisältöä ja 35 prosenttia kertoi käyttäneensä musiikkia, elokuvaa tai pelejä luvattomista suoratoistopalveluista.

Empiirisen tutkimuksen tulokset olivat hyvin linjassa Tekijänoikeusbarometrien nuorten vastaajien tulosten kanssa ja Karaganisin ja Renkeman (2013) tutkimuksen kanssa, jonka mukaan monet maksullisten palvelujen käyttäjät käyttävät samanaikaisesti myös luvattomia palveluja. Tämän tutkimuksen perusteella noin kaksi kolmasosaa (67,5 %) vastaajista oli joskus ladannut tai jakanut luvattomasti Internetiin lisättyä sisältöä, mutta vain neljäsosa (25,2 %) vastaajista oli ladannut tai jakanut niitä viimeisen puolen vuoden aikana. Selkeästi yleisin latauksen tai jakamisen kohde olivat elokuvat, TV-sarjat sekä muut videotekokset (21,9 %). Tämän jälkeen yleisimpiä kohteita olivat musiikki (9,9 %), tietokoneohjelmistot (5,5 %) ja pelit (3,8 %). Luvattoman lataamisen tiheyttä mittaavassa kysymyksessä saatiin samankaltaisia tuloksia. Vastaajista yhteensä 7,4 prosenttia latsi tai jakoi vähintään kerran viikossa tai useammin ja yhteensä 13,8 prosenttia vastaajista latsi vähintään kerran kuukaudessa tai sitä useammin. Vastaajista 35,7 prosenttia kertoi lataavansa muutaman kerran vuodessa tai useammin. Edelliset luvut laskettiin kumulatiivisen prosentin perusteella, eli kyseisen luokan ja sitä edeltävien luokkien prosenttiosuus yhteenlaskettuna.

Tutkimuksessa tarkasteltiin myös vastaajien kokemuksia luvattomista suoratoistopalveluista ja tulosten perusteella yli puolet (51,3 %) vastaajista on joskus katsellut tai kuunnellut elämänsä aikana joitakin tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvattomista suoratoistopalveluista, mutta vain neljäsosa (27,7 %) on katsellut tai kuunnellut niitä viimeisen puolen vuoden aikana. Luvattomien suoratoistopalvelujen katselun tai kuuntelun tiheyttä mittaavassa kysymyksessä saatiin samankaltaisia tuloksia. Vastaajista yhteensä 12,8 prosenttia katseli tai kuunteli vähintään kerran viikossa tai useammin ja yhteensä 17,1 prosenttia vastaajista katseli tai kuunteli vähintään kerran kuukaudessa tai sitä useammin. Kumulatiivisesti laskettuna 31,0 prosenttia vastaajista kertoi katselevansa tai kuuntelevansa luvattonta suoratoistosisältöä muutaman kerran vuodessa tai useammin.

Suoratoistopalvelujen rakenneyhtälömalleissa testattiin myös asenne ”piratismia kohtaan”-muuttujan vaikutusta piratismiin käyttöaikomus-muuttujaan ja

näiden välillä oli voimakas sekä tilastollisesti erittäin merkitsevä suhde. Asenne piratismia kohtaan sekä piratismiin käyttöaikaan välinen selityksasteen  $R^2$ -arvo oli vain 0,268. Tämä tarkoittaa, että asenne piratismia kohtaan selittää piratismiin käyttöaikaesta vain 26,8 prosenttia. Näin matala selityksaste oli odotettavissa ja on täysin ymmärrettävissä, että pelkästään positiivinen asenne piratismia kohtaan ei pysty selittämään koko käyttöaikomusta.

Tämä tutkimus oli 1061 vastaajalla kaiken kaikkiaan erittäin laaja katsaus nuoren opiskelijaväestön kokemuksista maksullisista suoratoistopalveluista sekä piratismista. Osittain tutkimuksen laajuuden ja keruumenetelmän takia tutkimukseen sisältyy useita haasteita ja rajoitteita. Tutkimuksessa yritettiin vertailla musiikin sekä elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja ja vielä tämän lisäksi selvittää vastaajien kokemuksia sekä asennetta piratismia kohtaan. Pro gradu -tutkielman tutkimukseksi tästä tutkimuksesta muodostui odotettua laajempi ja tutkimusasetelma olisi kaivannut rajausta tai ainakin kevyempää kysymyspatteristoa. Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena, jonka heikkoutena voidaan nähdä Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2009, 195) mukaan aineiston pinnallisuus sekä väärinymmärrysten mahdollisuus, sillä ei ole mahdollista varmistua siitä, miten vakavasti ja rehellisesti vastaajat ovat tutkimukseen suhtautuneet, kuinka perehtyneitä vastaajat aihealueeseen ovat, sekä miten onnistuneita annetut vastausvaihtoehdot ovat olleet vastaajien näkökulmasta. Kyselytutkimuksissa kato eli vastaamattomuus voi myös nousta heidän mukaansa suureksi ja hyvän kyselylomakkeen laatiminen vaatii paljon aikaa. Tämän tutkimuksen kyselyn vastaajakatoa on vaikea arvioida, mutta viisisivuinen kyselylomake 84 kysymyksellä on mahdollisesti jäänyt useammalta vastaanottajalta täyttämättä tai kesken.

Tämän tutkimuksen suurimmaksi haasteeksi voidaan laskea kysymykset, joissa tarkasteltiin pääasiassa vastaajien käyttämiä maksullisia suoratoistopalveluja, mutta joihinkin kysymyksiin oli lisätty vastausvaihtoehdoksi maksuttomia suoratoistopalvelupaketteja, kuten Spotifyn ja Deezerin mainosrahoitteiset versiot. Tällä pyrittiin välttämään sekaannusta maksullisten ja maksuttomien versioiden välillä. Ilman maksuttomia vaihtoehtoja osa ilmaisversiota käyttävistä vastaajista olisi saattanut virheellisesti valita maksullisen vaihtoehdon, joka olisi voinut aiheuttaa merkittävän mittausvirheen. Jälkikäteen on vaikea arvioida, olisiko maksuttomien vaihtoehtojen poisjättäminen ollut tutkimuksen luotettavuuden kannalta parempi vaihtoehto. Nyt vastausvaihtoehdoissa olleiden maksuttomien vaihtoehtojen takia, kysymyksistä on vaikea arvioida todellista maksullisten suoratoistopalveluiden käyttäjämäärää. Kysymyksen vastaukset auttoivat kuitenkin arvioimaan, kuinka moni vastaajista käyttää maksullisia ja maksuttomia mainosrahoitteisia suoratoistopalveluja. Tutkimuksessa ei myöskään selvitetty, käyttävätkö vastaajat jonkun toisen henkilön maksamaa suoratoistopalvelua tai onko vastaajilla käytössään suoratoistopalvelun maksullisen version ilmainen kokeilukuukausi. Lisäksi tutkimuksen kysymysten muotoilun haastavuudesta kertoo se, että peräkkäisistä kysymyksistä saatiin ristiriitaisia lukemia. Useassa kysymyksessä kysyttiin käyttävätkö vastaaja jotain palvelua ja tämän jälkeen kysyttiin käyttötiheyttä. Jokaiseen kysymykseen saatiin hieman ristiriitaisia vastauksia ja

erot olivat kymmenien vastauksien luokkaa. Osa vastaajista oli esimerkiksi vastannut joskus ladanneensa luvattomasti Internettiin laitettua musiikkia ja tämän jälkeen vastannut teon useutta mitanneeseen kysymykseen, ettei koskaan lataa luvattomasti Internettiin laitettuja tiedostoja. Tämä viittaa kysymysten tulkinanvaraisuuteen eli siihen, miten jokainen vastaaja ymmärtää kysymykset omalla tavallaan. Kyselytutkimuksen luonteen vuoksi myös vastausten luotettavuus riippuu täysin vastaajan rehellisyydestä ja kaikki vastaajat eivät ole valmiita vastaamaan edes anonyymien kyselyjen piratismikysymyksiin. Tämän takia on vaikea arvioida luotettavasti, onko laitton lataaminen todellisuudessa vähentynyt vai jopa lisääntynyt.

Tutkimuksesta voi olla hyötyä suoratoistopalveluja kehittäville yrityksille sekä erilaisille tekijänoikeusjärjestöille. Tutkimus auttoi arvioimaan, kuinka suuri osuus nuorista aikuisista on valmiita maksamaan suoratoistopalveluista ja mikä on heidän mielestään sopiva hintataso suoratoistopalvelulle. Suoratoistopalvelun hinnalla on tutkimuksen mukaan erittäin suuri merkitys käyttöönottoaikomukseen ja suoratoistopalveluja kehittävä yritys pystyykin hinnalla vaikuttamaan eniten asiakkaiden käyttöönottoaikomuksiin. Tutkimus herättää myös kysymyksiä suoratoistopalveluiden ja viihteellisten digitaalisten sisältöjen jakotapojen tulevaisuudesta. Tulosten mukaan suoratoistopalvelut ovat erittäin suosittuja nuorten aikuisten keskuudessa, mutta vastaajat pitävät suoratoistopalvelujen hintoja korkeina ja olisivat halukkaita maksamaan käytöstä vähemmän. Erittäin erityisesti musiikin suoratoistopalvelujen kohdalla vastaajat ovat tulosten mukaan halukkaita maksamaan palvelujen käytöstä, mutta silti useimmilla vastaajilla on käytössään palvelun ilmainen versio. Musiikin suoratoistopalvelun Spotifyn kannattavuus on puhuttanut vuosia ja yritys ei ole tehnyt kertaakaan tulosta yli kymmenen vuoden toiminta-aikana. Suurin osa palvelun käyttäjistä käyttävät palvelun ilmaisversiota ja 90 prosenttia yhtiön tuloista muodostuu maksavista käyttäjistä. Vaikka suoratoistopalvelujen suosio on viime vuosina kasvanut, Spotifyn kaltaisten musiikin suoratoistopalvelujen ongelma on kannattamattomuus ja tämä on asettanut palveluille paineita luopua ilmaiversioista. On mielenkiintoista seurata, mitä digitaalisen musiikin markkinnoille tapahtuu, jos suoratoistopalvelut luopuvat ilmaisversiosta ja korvaavat nämä esimerkiksi elokuvien suoratoistopalveluista tutuilla ilmaisilla kokeilukuukausilla. Aloittavatko käyttäjät maksamaan palvelujen käytöstä vai siirtyvätkö käyttäjät ilmaisten luvattomien palveluiden käyttäjiksi? Voisiko hintojen laskeminen tehdä maksullisista musiikin suoratoistopalveluista houkuttelevampia ja tämän avulla kääntää palvelut kannattavaksi?

Jatkotutkimusaiheena maksullisten suoratoistopalvelujen yleistyminen tarjoaa mahdollisuuksia pitkittäistutkimuksille, joissa käyttöaikomukseen vaikuttavia tekijöitä voitaisiin verrata tekniikan ja käyttötapojen kehittyessä. Tämän lisäksi suoratoistopalvelujen omaksumista olisi syytä tarkastella asenteiden, käyttöaikomusten sekä varsinaisen käytön osalta. Tässä tutkimuksessa käytettiin teknologian omaksumismalleissa yleisesti käytettyä näkemystä siitä, että käyttäjän asenteet teknologian ominaisuuksia kohtaan vaikuttavat käyttöaikomukseen,



jonka on katsottu johtavan varsinaiseen käyttöön. Jatkotutkimuksissa kvalitatiivinen tutkimusote tai laajemmin levitettävä kysely tarjoaisivat mahdollisesti enemmän ja tarkempaa tietoa koko kansan näkemyksistä ja halukkuudesta käyttää maksullisia suoratoistopalveluja. Tämän lisäksi olisi mielenkiintoista selvittää tämän tutkimuksen kohderyhmän ulkopuolelle jääneiden ikäryhmien käyttö- ja kulutustottumuksia suoratoistopalveluista. Erityisesti peruskouluikäisten lasten ja nuorten asenteet sekä kokemukset ovat merkityksellisiä, sillä todennäköisesti heidän asenteensa tulevat vaikuttamaan viihteellisten digitaalisten sisältöjen jakotapoihin kehitykseen ja käyttöön tulevaisuudessa.

## LÄHTEET

- Ajzen, I. (1991). Theories of Cognitive Self-Regulation The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. A. (1980). Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior. *Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall*. Noudettu osoitteesta [https://www.researchgate.net/publication/235361088\\_Uncerstanding\\_Atitudes\\_and\\_Predicting\\_Social\\_Behavior\\_Prentice-Hall](https://www.researchgate.net/publication/235361088_Uncerstanding_Atitudes_and_Predicting_Social_Behavior_Prentice-Hall)
- Arkena. (2015). Nordic Video Index Video On-Demand Streaming Report - Finland. Noudettu 8. maaliskuuta 2016, osoitteesta <http://www.nordicvideoindex.com/>
- Bhattacharjee, S., Gopal, R. D., & Sanders, G. L. (2003). *Digital Music and Online Sharing: Software Piracy 2.0?* (SSRN Scholarly Paper No. ID 527342). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=527342>
- Blackburn, D. (2004). Online Piracy and Recorded Music Sales. Teoksessa *Job Market Paper (Harvard PhD Programme)*. Harvard University. Department of Economics. Noudettu osoitteesta <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.117.2922>
- Bloomberg. (2017, kesäkuuta 15). Spotify's Loss More Than Doubles Even as User Growth Surges. *Bloomberg.com*. Noudettu osoitteesta <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-06-15/spotify-losses-widen-after-music-site-flags-accounting-errors>
- Boorstin, E. (2004). *Music Sales in the Age of File Sharing*. Princeton University., Department of Economics. Senior thesis. Noudettu osoitteesta <http://www.cs.princeton.edu/~felten/boorstin-thesis.pdf>
- Bounie, D., Waelbroeck, P., & Bourreau, M. (2006). *Piracy and the Demand for Films: Analysis of Piracy Behavior in French Universities* (SSRN Scholarly Paper No. ID 1144313). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=1144313>
- Carnegie Mellon University. (2012). Entertainment Analytics - Carnegie Mellon University | CMU. Noudettu 22. maaliskuuta 2016, osoitteesta <http://www.cmu.edu/homepage/society/2012/fall/entertainment-analytics.shtml>
- Danaher, B., Dhanasobhon, S., Smith, M. D., & Telang, R. (2010). *Converting Pirates Without Cannibalizing Purchasers: The Impact of Digital Distribution on*

*Physical Sales and Internet Piracy* (SSRN Scholarly Paper No. ID 1381827). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=1381827>

Danaher, B., & Smith, M. D. (2013). *Gone in 60 Seconds: The Impact of the Megaupload Shutdown on Movie Sales* (SSRN Scholarly Paper No. ID 2229349). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=2229349>

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Manage. Sci.*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>

Digital Entertainment Group. (2017). *DEG Year End 2016 Home Entertainment Entertainment Spending*. Noudettu osoitteesta [http://degonline.org/portfolio\\_page/deg-year-end-2016-home-entertainment-report/](http://degonline.org/portfolio_page/deg-year-end-2016-home-entertainment-report/)

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>

Gardner, A., & Neumayr, T. (2005, lokakuuta 12). Apple - Press Info - Apple Announces iTunes 6 With 2,000 Music Videos, Pixar Short Films & Hit TV Shows. Noudettu 14. maaliskuuta 2016, osoitteesta <http://www.apple.com/pr/library/2005/10/12Apple-Announces-iTunes-6-With-2-000-Music-Videos-Pixar-Short-Films-Hit-TV-Shows.html>

Gartside, J., & Heales, J. (2006). Is Music Piracy Normal? Behavioral Effects of Social and Technological Barriers. *ICIS 2006 Proceedings*. Noudettu osoitteesta <http://aisel.aisnet.org/icis2006/3>

Gopal, R. D., & Sanders, G. L. (1997). Preventive and Deterrent Controls for Software Piracy. *J. Manage. Inf. Syst.*, 13(4), 29–47. <https://doi.org/10.1080/07421222.1997.11518141>

Gopal, R. D., Sanders, G. L., Bhattacharjee, S., Agrawal, M. K., & Wagner, S. C. (2004). *A Behavioral Model of Digital Music Piracy* (SSRN Scholarly Paper No. ID 527344). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=527344>

- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Halttunen, V., Makkonen, M., & Frank, L. (2010). Indifferent Behaviour of Young Digital Content Consumers—An Interview Study. *Information Assurance and Security Letters*, 1, 66–71.
- Halttunen, V., Makkonen, M., Frank, L., & Tyrväinen, P. (2010). Perspectives on Digital Content Markets: A Literature Review of Trends in Technologies, Business and Consumer Behaviour. *Communications of the IBIMA*, 1–14. <https://doi.org/10.5171/2010.498727>
- Hennig-Thurau, T., Henning, V., & Sattler, H. (2007). Consumer File Sharing of Motion Pictures. *Journal of Marketing*, 71(4), 1–18. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.4.1>
- Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2009). *Tutki ja kirjoita* (15., Vsk. 2009). Helsinki: Tammi.
- Hui, K.-L., & Png, I. P. L. (2002). *Piracy and the Legitimate Demand for Recorded Music* (SSRN Scholarly Paper No. ID 262651). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=262651>
- IFPI. (2017). *Digital Music Report 2017. Report of IFPI*. Noudettu osoitteesta <http://www.ifpi.org/downloads/GMR2017.pdf>
- Järvinen, P., & Järvinen, A. (2000). *Tutkimustyön metodeista*. Tampere: Opinpajan kirja.
- Karaganis, J., & Renkema, L. (2013). *Copy Culture in the US and Germany*. The American Assembly. Columbia University. Noudettu osoitteesta <http://piracy.americanassembly.org/copy-culture-report/>
- Karahanna, E., Straub, D., & Chervany, N. (1999). Information Technology Adoption Across Time: A Cross-Sectional Comparison of Pre-Adoption and Post-Adoption Beliefs. *Management Information Systems Quarterly*, 23(2). Noudettu osoitteesta <http://aisel.aisnet.org/misq/vol23/iss2/3>
- Karjaluoto, H. (2007). *SPSS opas markkinatutkijoille*. Jyväskylän yliopisto. Noudettu osoitteesta <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/20844>
- Karjaluoto, H., & Juntunen, J. (2007). *Lisrel opas v1.0 : johdatus rakenneyhtälömallien tekemiseen*. Jyväskylän yliopisto. Noudettu osoitteesta <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/20846>

- Karjaluoto, H., & Munnukka, J. (2016). AMOS (SPSS) -ohjelman käyttöohje (versio SPSS AMOS 22.0). *Working paper / Jyväskylä University. School of Business and Economics* 382. Noudettu osoitteesta <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/50919>
- Kemppinen, J. (2006). Digitaaliongelma. Kirjoitus oikeudesta ja ympäristöstä. Noudettu osoitteesta <http://www.doria.fi/handle/10024/31102>
- Liebowitz, S. (2002). Policing Pirates in the Networked Age. *Policy Analysis*, 438. Noudettu osoitteesta <http://www.cato.org/pubs/pas/pa-438es.html>
- Liebowitz, S. J. (2006a). *File-Sharing: Creative Destruction or just Plain Destruction?* (SSRN Scholarly Paper No. ID 646943). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=646943>
- Liebowitz, S. J. (2006b). *Testing File-Sharing's Impact by Examining Record Sales in Cities* (SSRN Scholarly Paper No. ID 829245). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=829245>
- Liebowitz, S. J. (2007). *How Reliable is the Oberholzer-Gee and Strumpf Paper on File-Sharing?* (SSRN Scholarly Paper No. ID 1014399). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=1014399>
- Liebowitz, S. J. (2011). *The Metric is the Message: How Much of the Decline in Sound Recording Sales is Due to File-Sharing?* (SSRN Scholarly Paper No. ID 1932518). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=1932518>
- Lowry, P. B., & Gaskin, J. (2014). Partial Least Squares (PLS) Structural Equation Modeling (SEM) for Building and Testing Behavioral Causal Theory: When to Choose It and How to Use It. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 57(2), 123–146. <https://doi.org/10.1109/TPC.2014.2312452>
- Luovan työn tekijät ja yrittäjät LYHTY. (2009). Tekijänoikeusbarometri 2009: Piratismien koko kuva tutkittiin – Lyhtyprojekti. Noudettu 28. helmikuuta 2016, osoitteesta <http://lyhtyprojekti.fi/ajankohtaista/uutiset/tekijanoikeusbarometri-2009-piratismien-koko-kuva-tutkittiin/>
- Luovan työn tekijät ja yrittäjät LYHTY. (2011). Tekijänoikeusbarometri 2011: Nuoret entistä kielteisempiä piratismia kohtaan – Lyhtyprojekti. Noudettu 28. helmikuuta 2016, osoitteesta <http://lyhtyprojekti.fi/ajankohtaista/uutiset/tekijanoikeusbarometri-2011-nuoret-entista-kielteisempia-piratismia-kohtaan/>

- Luovan työn tekijät ja yrittäjät LYHTY. (2012). Tekijänoikeusbarometri 2012: Enemmistö tuomitsee piratismiin ja tietää sen laittomaksi – Lyhtyprojekti. Noudettu 28. helmikuuta 2016, osoitteesta <http://lyhtyprojekti.fi/ajankohtaista/uutiset/tekijanoikeusbarometri-2012-enemmisto-tuomitsee-piratismiin-ja-tietaa-sen-laittomaksi/>
- Luovan työn tekijät ja yrittäjät LYHTY. (2013). Tekijänoikeusbarometri 2013: kansalaiset tuomitsevat verkkopiratismiin ja kannattavat ulkomaisten piraattipalvelujen blokkausta – Lyhtyprojekti. Noudettu 28. helmikuuta 2016, osoitteesta <http://lyhtyprojekti.fi/ajankohtaista/uutiset/tekijanoikeusbarometri-2013-kansalaiset-tuomitsevat-verkkopiratismiin-ja-kannattavat-ulkomaisten-piraattipalvelujen-blokkausta/>
- Luovan työn tekijät ja yrittäjät LYHTY. (2014). Tekijänoikeusbarometri 2014: Kansa suhtautuu myönteisesti tekijänoikeusjärjestöihin ja -korvauksiin – Lyhtyprojekti. Noudettu 28. helmikuuta 2016, osoitteesta <http://lyhtyprojekti.fi/ajankohtaista/uutiset/tekijanoikeusbarometri-2014-kansa-suhtautuu-myonteisesti-tekijanoikeusjarjestoihin-ja-korvauksiin/>
- Luovan työn tekijät ja yrittäjät LYHTY. (2015). Tekijänoikeusbarometri 2015: striimaus yleisin piratismiin muoto – Lyhtyprojekti. Noudettu 28. helmikuuta 2016, osoitteesta <http://lyhtyprojekti.fi/ajankohtaista/uutiset/tekijanoikeusbarometri-2015-striimaus-yleisin-piratismiin-muoto/>
- Makkonen, M., Halttunen, V., & Frank, L. (2010). The effects of socioeconomic characteristics and consumer involvement on the adoption of music download stores and paid music subscription services. *IADIS International Conference Internet Technologies and Society 2010, 2010*. Noudettu osoitteesta <http://www.iadisportal.org/digital-library/the-effects-of-socioeconomic-characteristics-and-consumer-involvement-on-the-adoption-of-music-download-stores-and-paid-music-subscription-services>
- Makkonen, M., Halttunen, V., & Frank, L. (2011). The Effects of Gender, Age, and Income on the Willingness to Pay for Music Downloads. *BLED 2011 Proceedings*. Noudettu osoitteesta <http://aisel.aisnet.org/bled2011/39>
- Martikainen, E. (2013). Does File-Sharing Reduce DVD Sales? Teoksessa *Essays on the demand for information goods* (Doctoral thesis, ss. 29–54). University of Turku. Noudettu osoitteesta <http://www.doria.fi/handle/10024/93877>
- Media Audit Finland. (2015). KMT lukijatiedote S14/K15. Noudettu 28. helmikuuta 2016, osoitteesta <http://mediaauditfinland.fi/kmt-lukijatiedote-s14k15/>

- Metsämuuronen, J. (2011). *Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä: e-kirja opiskelijalaitos*. Helsinki: International Methelp, Booky.fi. Noudettu osoitteesta <https://www.booky.fi/lainaa/1011>
- Musiikkituottajat – IFPI Finland ry. (2013). *Kokonaismyynti 01 - 12.2013*. Noudettu osoitteesta <http://www.ifpi.fi/tilastot/vuosimyynti/2013/Kokonaismyynti%2001-12%202013.pdf>
- Musiikkituottajat – IFPI Finland ry. (2014). *Kokonaismyynti 01 - 12.2014*. Noudettu osoitteesta <http://www.ifpi.fi/tilastot/vuosimyynti/2014/Kokonaismyynti%201-12%202014.pdf>
- Musiikkituottajat – IFPI Finland ry. (2015a). *Kokonaismyynti 01 - 12.2015*. Noudettu osoitteesta <http://www.ifpi.fi/tilastot/vuosimyynti/2016/Kokonaismyynti%2001-12%202016.pdf>
- Musiikkituottajat – IFPI Finland ry. (2015b, marraskuuta 3). Puhelin yleistyy musiikinkuuntelulaitteena – musiikin suoratoistopalvelut kasvaneet 41 prosenttia vuoden 2015 aikana. Noudettu 28. helmikuuta 2016, osoitteesta <http://www.ifpi.fi/uutiset/arkisto/puhelin-yleistyy-musiikinkuuntelulaitteena---musiikin-suoratoistopalvelut-kasvaneet-41-prosenttia-vuoden-2015-aikana>
- Musiikkituottajat – IFPI Finland ry. (2016a). *Kokonaismyynti 01-12.2016*. Noudettu osoitteesta <http://www.ifpi.fi/tilastot/vuosimyynti/2016/Kokonaismyynti%2001-12%202016.pdf>
- Musiikkituottajat – IFPI Finland ry. (2016b, huhtikuuta 7). Äänitemyynti kääntyi hienoiseen nousuun. Noudettu 20. huhtikuuta 2016, osoitteesta <http://www.ifpi.fi/uutiset/arkisto/aanitemyynti-kaantyi-hienoiseen-nousuun>
- Nummenmaa, L. (2009). *Käyttäytymistieteiden tilastolliset menetelmät* (1. p., laitos). Tammi.
- Oberholzer-Gee, F., & Strumpf, K. (2010). File Sharing and Copyright. *NBER*, 19–55.
- Oberholzer-Gee, F., & Strumpf, K. S. (2007). *The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis* (SSRN Scholarly Paper No. ID 961830). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=961830>

- Peitz, M., & Waelbroeck, P. (2004). *The Effect of Internet Piracy on Music Sales: Cross-Section Evidence* (SSRN Scholarly Paper No. ID 1145904). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=1145904>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5). Noudettu osoitteesta <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- PwC. (2015). Global entertainment and media outlook 2015-2019. Noudettu 28. helmikuuta 2016, osoitteesta <http://www.pwc.com/gx/en/industries/entertainment-media/outlook/segment-insights/filmed-entertainment.html>
- Riekkinen, J., & Frank, L. (2014). Music Piracy Neutralization and the Youth of the 2010's. *BLED 2014 Proceedings Paper 6*. Noudettu osoitteesta <http://aisel.aisnet.org/bled2014/6>
- Rizzuto, R. J., & Wirth, M. O. (2002). The Economics of Video On Demand: A Simulation Analysis. *Journal of Media Economics*, 15(3), 209-225. [https://doi.org/10.1207/S15327736ME1503\\_5](https://doi.org/10.1207/S15327736ME1503_5)
- Rob, R., & Waldfogel, J. (2006). *Piracy on the Silver Screen* (Working Paper No. 12010). National Bureau of Economic Research. Noudettu osoitteesta <http://www.nber.org/papers/w12010>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5. p.). New York: Free press.
- Rubin, A. (2012, kesäkuuta 27). Android @ I/O: the playground is open. Noudettu 14. maaliskuuta 2016, osoitteesta <https://googleblog.blogspot.com/2012/06/android-io-playground-is-open.html>
- Salmi, V., & Suonpää, K. (2012). *Katsaus varhaisnuorten rikoskäyttäytymiseen ja uhrikokemuksiin 2012* (Verkkokatsauksia 33/2013). Oikeuspoliittinen Tutkimuslaitos. Noudettu osoitteesta <http://www.optula.om.fi/fi/index/julkaisut/tutkimustiedonantaja-sarja/nuortenrikoskayttaytyminenjauhrikokemukset2012.html>
- Sequeira, N., & Vacante, L. (2003, huhtikuuta 28). Apple - Press Info - Apple Launches the iTunes Music Store. Noudettu 14. maaliskuuta 2016, osoitteesta <http://www.apple.com/pr/library/2003/04/28Apple-Launches-the-iTunes-Music-Store.html>
- Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R. (1988). The Theory of Reasoned Action: A Meta-Analysis of Past Research with Recommendations for



Modifications and Future Research. *Journal of Consumer Research*, 15(3), 325–343.

Silverthorne, S. (2004, kesäkuuta 21). Music Downloads: Pirates – or Customers? Noudettu 19. maaliskuuta 2016, osoitteesta <http://hbswk.hbs.edu/item/music-downloads-pirates-or-customers>

Smith, M. D., & Telang, R. (2009). *Piracy or Promotion? The Impact of Broadband Internet Penetration on Dvd Sales* (SSRN Scholarly Paper No. ID 918240). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=918240>

Strumpf, K. (2014). *Using Markets to Measure the Impact of File Sharing on Movie Revenues*. University of Kansas School of Business.

Stryszowski, P., & Scorpecci, D. (2009). *Piracy of Digital Content*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development. Noudettu osoitteesta <http://www.oecd-ilibrary.org/content/book/9789264065437-en>

Suomen elokuvasäätiö. (2008). *Elokuvavuosi 2008: Tilastoja Facts & Figures*. Noudettu osoitteesta [http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi\\_2008.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi_2008.pdf)

Suomen elokuvasäätiö. (2009). *Elokuvavuosi 2009: Suomen elokuvasäätiön tilastoja*. Noudettu osoitteesta [http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi\\_2009.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi_2009.pdf)

Suomen elokuvasäätiö. (2010). *Elokuvavuosi 2010: Facts & Figures*. Noudettu osoitteesta [http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi\\_2010\\_Facts\\_\\_\\_Figures.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi_2010_Facts___Figures.pdf)

Suomen elokuvasäätiö. (2011). *Elokuvavuosi 2011: Facts & Figures*. Noudettu osoitteesta [http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi\\_2011\\_Facts\\_\\_\\_Figures.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi_2011_Facts___Figures.pdf)

Suomen elokuvasäätiö. (2012). *Elokuvavuosi 2012: Facts & Figures*. Noudettu osoitteesta [http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi\\_2012\\_Facts\\_\\_\\_Figures.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi_2012_Facts___Figures.pdf)

Suomen elokuvasäätiö. (2013). *Elokuvavuosi 2013: Facts & Figures*. Noudettu osoitteesta [http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi\\_2013.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi_2013.pdf)

Suomen elokuvasäätiö. (2014). *Elokuvavuosi 2014: Facts & Figures*. Noudettu osoitteesta

[http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi\\_2014\\_Facts\\_\\_\\_Figures.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi_2014_Facts___Figures.pdf)

Suomen elokuvasäätiö. (2015). *Elokuvavuosi 2015: Facts & Figures*. Noudettu osoitteesta

[http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi\\_2015\\_Facts\\_Figures.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi_2015_Facts_Figures.pdf)

Suomen elokuvasäätiö. (2016). *Elokuvavuosi 2016: Facts & Figures*. Noudettu osoitteesta

[http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi\\_2016\\_Facts\\_\\_\\_Figures.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi_2016_Facts___Figures.pdf)

Tilastokeskus. (2016a). Väestön koulutus rakenne 2015. Noudettu 6. heinäkuuta 2016, osoitteesta [http://www.stat.fi/til/vkour/2015/vkour\\_2015\\_2016-11-03\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/vkour/2015/vkour_2015_2016-11-03_tie_001_fi.html)

Tilastokeskus. (2016b). Väestörakenne 2015. Noudettu 6. heinäkuuta 2016, osoitteesta <http://tilastokeskus.fi/meta/til/vaerak.html>

Tsang, K., & Kwok, S. (2000). Video Management in Commercial Distributed Video on Demand (VoD) Systems. *PACIS 2000 Proceedings*. Noudettu osoitteesta <http://aisel.aisnet.org/pacis2000/17>

Tschmuck, P. (2010). The Economics of Music File Sharing - A Literature Overview. *Vienna Music Business Research Days, University of Music and Performing Arts Vienna*. Noudettu osoitteesta <https://musikwirtschaftsforschung.files.wordpress.com/2010/06/tschmuck-the-economics-of-file-sharing-end.doc>

Veitch, R., & Constantiou, I. (2011). To Pirate Or Purchase? A Model Of Individual Decisions For Digital Product Acquisition. *MCIS 2011 Proceedings*. Noudettu osoitteesta <http://aisel.aisnet.org/mcis2011/54>

Veitch, R., & Constantiou, I. (2012). User Decisions Among Digital Piracy and Legal Alternatives for Film and Music. *Proceedings of the International Conference on Information Systems, ICIS 2012*, (2), 16.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *Management Information Systems Quarterly*, 27(3). Noudettu osoitteesta <http://aisel.aisnet.org/misq/vol27/iss3/5>

- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (SSRN Scholarly Paper No. ID 2002388). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=2002388>
- Vilkka, H. (2007). *Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet*. Helsinki: Tammi. Noudettu osoitteesta <http://hanna.vilkka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>
- Yoon, C. (2010). Theory of Planned Behavior and Ethics Theory in Digital Piracy: An Integrated Model. *Journal of Business Ethics*, 100(3), 405–417. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0687-7>
- YouGov, Teosto, Tono, & Koda. (2015). *Polaris Nordic Digital Music Survey 2015 - Pohjoismainen musiikinkäyttötutkimus*. Noudettu osoitteesta [https://www.teosto.fi/sites/default/files/files/20151016\\_Teosto\\_PolarisNordicSurvey2015.pdf](https://www.teosto.fi/sites/default/files/files/20151016_Teosto_Polaris_NordicSurvey2015.pdf)
- Zentner, A. (2006). Measuring the Effect of File Sharing on Music Purchases. *The Journal of Law & Economics*, 49(1), 63–90. <https://doi.org/10.1086/501082>
- Zentner, A. (2009). *Ten Years of File Sharing and Its Effect on International Physical and Digital Music Sales* (SSRN Scholarly Paper No. ID 1724444). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=1724444>
- Zentner, A. (2010). *Measuring the Impact of File Sharing on the Movie Industry: An Empirical Analysis Using a Panel of Countries* (SSRN Scholarly Paper No. ID 1792615). Rochester, NY: Social Science Research Network. Noudettu osoitteesta <http://papers.ssrn.com/abstract=1792615>

## LIITE 1 KYSELYLOMAKE SIVU 1



### Kyselytutkimus maksullisista suoratoistopalveluista

Osallistu maksullisia suoratoistopalveluja käsittelevään pro gradu -kyselytutkimukseen ja voit voittaa S-ryhmän lahjakortin!

Kyselytutkimuksen tavoitteena on tarkastella suomalaisten maksullisten suoratoistopalvelujen käyttöä sekä sen taustalla vaikuttavia tekijöitä. Kysely sisältää kysymyksiä liittyen sekä maksullisiin musiikin että elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluihin. Osa kysymyksistä käsittelee myös luvattomien kopioiden lataamista ja luvattomia suoratoistopalveluja. Kysely on avoin kaikenikäisille ja siihen vastaaminen vie aikaa noin 5–15 minuuttia.

Kysely on osa Jyväskylän yliopiston tietojenkäsittelytieteiden laitoksella toteutettavaa pro gradu -tutkielmaa.

Kaikkien tutkimukseen vastanneiden ja sähköpostiosoitteensa jättäneiden kesken arvotaan kyselyn sulkeuduttua 10 kpl 10 euron arvoisia S-ryhmän lahjakortteja. Kyselyn lopuksi voit jättää sähköpostiosoitteesi arvontaa varten. Arvonnan voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Annettuja vastauksia käsitellään luottamuksellisesti ja tutkimuksen tulokset kootaan siten, että yksittäisiä vastaajia ei voida tunnistaa. Arvonnassa annettua sähköpostiosoitetta ei voida yhdistää kyselytutkimuksessa annettuihin vastauksiin.

**Kyselyn viimeinen vastauspäivä on 3.6.2016.**

Teidän mielipiteenne ja kokemuksenne ovat tutkimuksen onnistumisen kannalta erittäin tärkeitä – riippumatta siitä, käytättekö maksullisia suoratoistopalveluja vai ette.

Tommi Hynynen  
tommi.o.hynynen@student.jyu.fi

Seuraava →

## LIITE 2 KYSELYLOMAKE SIVU 2



### Kyselytutkimus maksullisista suoratoistopalveluista

---

Kysely sisältää kysymyksiä liittyen sekä maksullisiin musiikin että elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluihin.

Huomioithan siis vastatessasi seuraavien käsitteiden eron:

**Musiikin suoratoistopalvelu** = Kuukausimaksullisia musiikin suoratoistopalveluja kuten esimerkiksi, Spotify, Deezer, Apple Music, Google Play Music

**Elokvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelu** = Kuukausimaksullisia elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja, kuten esimerkiksi, Netflix, Viaplay, HBO Nordic, C More, Ruutu+, Elisa Aitio, Watson

Voit arvioida suoratoistopalvelujen ominaisuuksia, vaikkei sinulla olisikaan omakohtaista kokemusta palvelujen käytöstä.

---

#### 1. Sukupuoli \*

- Mies
- Nainen
- Muu tai en halua vastata

#### 2. Syntymävuosi \*

Minä vuonna olet syntynyt?

#### 3. Mikä on korkein suorittamasi koulutusaste? \*

- Perusaste (peruskoulu, keskikoulu, kansakoulu)
- Keskiaste (ylioppilastutkinto, ammattitutkinto)
- Alin korkea-aste (opisto)
- Alempi korkeakouluaste (ammattikorkeakoulututkinto, kandidaatin tutkinto)
- Ylempi korkeakouluaste (ylempi ammattikorkeakoulututkinto, maisterin tutkinto)
- Tutkijakoulutusaste (lisensiaatin ja tohtorin tutkinto)
- En halua tai osaa vastata

**4. Mikä seuraavista kuvaa parhaiten tämänhetkistä elämäntilannettasi? \***

- Koululainen tai opiskelija
- Työssäkäyvä tai yrittäjä
- Työtön
- Varusmies- tai siviilipalveluksessa
- Eläkeläinen
- Omaa kotitaloutta hoitava
- Ei mikään edellisistä
- En halua tai osaa vastata

**5. Jos lasket yhteen kaikki omat tulosi, kuinka paljon nettotulosi (tulot verojen jälkeen) yhteensä kuukaudessa ovat? Jos et tiedä tarkkaa lukua, voit kertoa arvion. \***

- Alle 500 euroa
- 500-999 euroa
- 1000-1499 euroa
- 1500-1999 euroa
- 2000-2499 euroa
- 2500-2999 euroa
- 3000-4999 euroa
- 5000-7499 euroa
- 7500-10000 euroa
- Yli 10 000 euroa

En halua tai osaa vastata

**6. Mikä / mitkä seuraavista Internet-yhteydellä varustetuista laitteista sinulla on käytettävissäsi? \***

- Tietokone
- Kannettava tietokone
- Älypuhelin
- Tabletti eli taulutietokone
- Älytelevisio
- Pelikonsoli
- Ei mikään yllä olevista vaihtoehdoista
- En halua tai osaa vastata

← Edellinen

Seuraava →

## LIITE 3 KYSELYLOMAKE SIVU 3



### Kyselytutkimus maksullisista suoratoistopalveluista

#### Maksulliset musiikin suoratoistopalvelut

---

Seuraavat kysymykset koskevat **maksullisia musiikin suoratoistopalveluja**.  
Näitä ovat esimerkiksi, Spotify, Deezer, Apple Music, Google Play Music

---

**7. Mikä / mitkä seuraavista maksullista musiikin suoratoistopalveluista sinulla on käytössäsi tällä hetkellä? \***

- Spotify (ilmainen)
- Deezer (ilmainen)
- Spotify Premium
- Deezer Premium+
- Apple Music
- Google Play Music
- Groove Music
- YouTube Music Key / Youtube Red
- Tidal
- Joku muu, mikä?
- En käytä maksullista musiikin suoratoistopalvelua



- En halua tai osaa vastata

**8. Käytän maksullista musiikin suoratoistopalvelua pääasiassa: \***

Esimerkiksi, Spotify, Deezer, Apple Music, Google Play Music

- Tietokoneella
- Kannettava tietokoneella
- Älypuhelimella
- Tabletilla
- Älytelevisiolla
- Pelikonsolilla
- En käytä maksullista musiikin suoratoistopalvelua
- En halua tai osaa vastata

**9. Kuinka usein kuuntelet musiikkia maksullisesta musiikin suoratoistopalvelusta? \***

Esimerkiksi, Spotify, Deezer, Apple Music, Google Play Music

- Päivittäin
- Useita kertoja viikossa mutta en päivittäin
- Vähintään kerran viikossa
- Vähintään kerran kuukaudessa
- Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin
- Vain kokeillut kerran tai pari
- En koskaan
- En halua tai osaa vastata

---

Vastaa seuraaviin maksullisen musiikin suoratoistopalveluja koskeviin väittämiin **pääsääntöisesti** käyttämäsi tai parhaiten tuntemasi musiikin suoratoistopalvelun näkökulmasta.

Voit arvioida suoratoistopalvelun ominaisuuksia, vaikkei sinulla olisikaan omakohtaista kokemusta palvelun käytöstä.

---

**10.**

**Missä määrin olet samaa tai eri mieltä seuraavista maksullista musiikin suoratoistopalvelua koskevista väitteistä?**

\*

1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä, EOS=En osaa sanoa

	(1) täysin eri mieltä	(2) jonkin verran eri mieltä	(3) ei samaa eikä eri mieltä	(4) jonkin verran samaa mieltä	(5) täysin samaa mieltä	(6) EOS
Suoratoistopalvelun kuukausimaksu on mielestäni sopiva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen valmis maksamaan suoratoistopalvelun käytöstä kuukausimaksua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun käyttäminen tekee musiikin kuuntelusta helpompaa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun käytön opettelu on helppoa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aion jatkaa suoratoistopalvelun käyttöä tulevaisuudessa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulle läheisten ihmisten mielestä minun pitäisi käyttää suoratoistopalvelua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on tarve kuunnella musiikkia ajasta ja paikasta riippumatta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on tarve kuunnella musiikkia Internetin välityksellä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelu sopii elämäntyyliini.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun käyttö on helppoa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suunnittelen käyttäväni suoratoistopalvelua säännöllisesti tulevaisuudessa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on tarvittavat laitteet käyttääkseni suoratoistopalvelua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Löydän suoratoistopalvelusta etsimäni musiikin helposti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koen suoratoistopalvelun hyödylliseksi kanavaksi hankkia tietoa minulle uusista musiikkikappaleista tai artisteista.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En tarvitse muiden ihmisten apua käyttääkseni suoratoistopalvelua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Minulle on tärkeää, että suoratoistopalvelu on helposti saatavilla kunnollista kokeilua varten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun kautta saan hankittua musiikkia josta pidän.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on tarvittavat tiedot ja taidot käyttääkseni suoratoistopalvelua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulle on tärkeää, että voin kokeilla maksutta suoratoistopalvelua ennen varsinaista ostopäätöstä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pidän suoratoistopalvelua hyödyllisenä elämässäni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni on helppo tulla taitavaksi suoratoistopalvelun käyttäjäksi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun käytöstä on tullut minulle tapa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En käytä suoratoistopalvelua taloudellisten syiden vuoksi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun avulla voin löytää minulle uusia musiikkikappaleita ja -albumeja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähipiirissäni on suoratoistopalvelun käyttäjiä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 11. Maksan tällä hetkellä yhdestä (1) musiikin suoratoistopalvelun käytöstä keskimäärin

Syötä vastaus yhden euron tarkkuudella. Jos et maksa palvelun käytöstä, syötä arvoksi nolla (0). Jos et halua tai osaa vastata kysymykseen, jätä kenttä tyhjäksi.

<input type="text"/>	euroa kuukaudessa
----------------------	-------------------

#### 12. Olisin valmis maksamaan yhdestä (1) musiikin suoratoistopalvelun käytöstä keskimäärin

Syötä vastaus yhden euron tarkkuudella. Jos et olisi valmis maksamaan palvelun käytöstä, syötä arvoksi nolla (0). Jos et halua tai osaa vastata kysymykseen, jätä kenttä tyhjäksi.

<input type="text"/>	euroa kuukaudessa
----------------------	-------------------

← Edellinen

Seuraava →

**LIITE 4 KYSELYLOMAKE SIVU 4****Kyselytutkimus maksullisista suoratoistopalveluista****Maksulliset elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelut**

Seuraavat kysymykset koskevat **maksullisia elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja**  
Näitä ovat esimerkiksi, Netflix, Viaplay, HBO Nordic, C More, Ruutu+, Elisa Aitio, Watson

**13. Mikä / mitkä seuraavista maksullista elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluista sinulla on käytössäsi tällä hetkellä? \***

- Netflix
- Viaplay
- HBO Nordic
- C More
- Ruutu+
- Elisa Aitio
- Watson
- Joku muu, mikä?
- En käytä maksullista elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelua
- En halua tai osaa vastata

**14. Käytän maksullista elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelua pääasiassa: \***

Esimerkiksi, Netflix, Viaplay, HBO Nordic, C More, Ruutu+, Elisa Aitio, Watson

- Tietokoneella
- Kannettava tietokoneella
- Älypuhelimella
- Tabletilla
- Älytelevisiolla
- Pelikonsolilla
- En käytä maksullista elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelua
- En halua tai osaa vastata

**15. Kuinka usein katselet elokuvia tai televisiosarjoja maksullisesta suoratoistopalvelusta? \***

Esimerkiksi, Netflix, Viaplay, HBO Nordic, C More, Ruutu+, Elisa Aitio, Watson

- Päivittäin
- Useita kertoja viikossa mutta en päivittäin
- Vähintään kerran viikossa
- Vähintään kerran kuukaudessa
- Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin
- Vain kokeillut kerran tai pari
- En koskaan
- En halua tai osaa vastata

Vastaa seuraaviin maksullisia elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalveluja koskeviin väittämiin **pääsääntöisesti** käyttämäsi tai parhaiten tuntemasi suoratoistopalvelun näkökulmasta.

Voit arvioida suoratoistopalvelun ominaisuuksia, vaikkei sinulla olisikaan omakohtaista kokemusta palvelun käytöstä.

**16. Missä määrin olet samaa tai eri mieltä seuraavista maksullista elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelua koskevista väitteistä? \***

1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä, EOS=En osaa sanoa

	(1)	(2) jonkin	(3) ei	(4) jonkin	(5)	
--	-----	------------	--------	------------	-----	--

	täysin eri mieltä	verran eri mieltä	samaa eikä eri mieltä	verran samaa mieltä	täysin samaa mieltä	(6) EOS
Minulla on tarve katsella elokuvia ja televisiosarjoja Internetin välityksellä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En tarvitse muiden ihmisten apua käyttääkseni suoratoistopalvelua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun käyttäminen tekee elokuvien ja televisiosarjojen katselusta helpompaa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on tarve katsella elokuvia ja televisiosarjoja ajasta ja paikasta riippumatta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulle on tärkeää, että voin kokeilla maksutta suoratoistopalvelua ennen varsinaista ostopäätöstä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pidän suoratoistopalvelua hyödyllisenä elämässäni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun käytöstä on tullut minulle tapa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on tarvittavat laitteet käyttääkseni suoratoistopalvelua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun käyttö on helppoa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen valmis maksamaan suoratoistopalvelun käytöstä kuukausimaksua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelu sopii elämäntyyliini.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suunnittelen käyttäväni suoratoistopalvelua säännöllisesti tulevaisuudessa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulle läheisten ihmisten mielestä minun pitäisi käyttää suoratoistopalvelua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koen suoratoistopalvelun hyödylliseksi						

kanavaksi hankkia tietoa minulle uusista elokuvista ja televisiosarjoista.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun kuukausimaksu on mielestäni sopiva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun avulla voin löytää minulle uusia elokuvia ja televisiosarjoja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aion jatkaa suoratoistopalvelun käyttöä tulevaisuudessa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun käytön opettelu on helppoa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulle on tärkeää, että suoratoistopalvelu on helposti saatavilla kunnollista kokeilua varten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on tarvittavat tiedot ja taidot käyttääkseni suoratoistopalvelua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähipiirissäni on suoratoistopalvelun käyttäjiä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En käytä suoratoistopalvelua taloudellisten syiden vuoksi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Löydän suoratoistopalvelusta etsimäni elokuvat ja televisiosarjat helposti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoratoistopalvelun kautta saan hankittua elokuvia ja televisiosarjoja joista pidän.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni on helppo tulla taitavaksi suoratoistopalvelun käyttäjäksi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**17. Maksan tällä hetkellä yhdestä (1) elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun käytöstä keskimäärin**

Syötä vastaus yhden euron tarkkuudella. Jos et maksa palvelun käytöstä, syötä arvoksi nolla (0). Jos et halua tai osaa vastata kysymykseen, jätä kenttä tyhjäksi.

<input type="text"/>	euroa kuukaudessa
----------------------	-------------------

**18. Olisin valmis maksamaan yhdestä (1) elokuvien ja TV-sarjojen suoratoistopalvelun käytöstä keskimäärin**

Syötä vastaus yhden euron tarkkuudella. Jos et olisi valmis maksamaan palvelun käytöstä, syötä arvoksi nolla (0). Jos et halua tai osaa vastata kysymykseen, jätä kenttä tyhjäksi.

 euroa kuukaudessa[← Edellinen](#)[Seuraava →](#)



## LIITE 5 KYSELYLOMAKE SIVU 5

**Kyselytutkimus maksullisista suoratoistopalveluista**

Seuraavat kysymykset koskevat **luvattomien kopioiden lataamista ja luvattomia suoratoistopalveluja**.

**19. Oletko koskaan ladannut tai jakanut seuraavia luvattomasti Internettiin laitettuja tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä? \***

- Musiikkia
- Elokuvia, tv-sarjoja, muita videoteoksia
- Pelejä
- Tietokoneohjelmistoja
- En ole koskaan ladannut tai jakanut mitään ylläolevista vaihtoehdoista (*voit siirtyä kysymykseen 22.*)
- En halua tai osaa vastata

**20. Oletko ladannut tai jakanut viimeisen puolen vuoden aikana seuraavia luvattomasti Internettiin laitettuja tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä?**

- Musiikkia
- Elokuvia, tv-sarjoja, muita videoteoksia
- Pelejä
- Tietokoneohjelmistoja
- En ole ladannut tai jakanut viimeisen puolen vuoden aikana mitään ylläolevista vaihtoehdoista

- En halua tai osaa vastata

**21. Kuinka usein lataat tai jaat luvottomasti Internetiin laitettuja tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä?**

- Päivittäin
- Useita kertoja viikossa mutta en päivittäin
- Vähintään kerran viikossa
- Vähintään kerran kuukaudessa
- Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin
- Vain kokeillut kerran tai pari
- En koskaan
- En halua tai osaa vastata

---

**22. Oletko koskaan katsellut tai kuunnellut seuraavia tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvottomista suoratoistopalveluista? \***

- Musiikkia
- Elokuvia, tv-sarjoja, muita videoteoksia
- En ole koskaan katsonut tai kuunnellut mitään ylläolevista vaihtoehdoista *(voit siirtyä kysymykseen 25.)*
- En halua tai osaa vastata

**23. Oletko katsellut tai kuunnellut viimeisen puolen vuoden aikana seuraavia tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvottomista suoratoistopalveluista?**

- Musiikkia
- Elokuvia, tv-sarjoja, muita videoteoksia
- En ole katsonut tai kuunnellut viimeisen puolen vuoden aikana mitään ylläolevista vaihtoehdoista
- En halua tai osaa vastata

---

**24. Kuinka usein katselet tai kuuntelet tekijänoikeuksien alaisia sisältöjä luvottomista suoratoistopalveluista?**

- Päivittäin



tietokoneohjelmia						
Aion tulevaisuudessa katsoa luvattomista videopalveluista elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aion tulevaisuudessa kuunnella musiikkia luvattomista musiikkipalveluista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[← Edellinen](#)[Lähetä](#)

## LIITE 6 ARVONTALOMAKE



### Kiitos kyselytutkimukseen osallistumisesta!

Kaikkien kyselytutkimukseen vastanneiden ja sähköpostiosoitteensa jättäneiden kesken arvotaan kyselyn sulkeuduttua 10 kpl 10 euron arvoisia S-ryhmän lahjakortteja. Arvonnän voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Jos haluat osallistua arvontaan, jätä sähköpostiosoitteesi. Jos et halua osallistua arvontaan, voit sulkea kyselyn. Yhteystietoja ei voida yhdistää aikaisemmin antamiisi vastauksiin kyselyssä.

#### Yhteystiedot \*

Sähköposti

Lähetä

## LIITE 7 HYPOTEESEISTA JOHDETUT KYSYMYKSET

---

### Kokeiltavuus (KO)

---

- KO1 Minulle on tärkeää, että voin kokeilla maksutta suoratoistopalvelua ennen varsinaista ostopäätöstä.
- KO2 Minulle on tärkeää, että suoratoistopalvelu on helposti saatavilla kunnollista kokeilua varten.
- 

### Hyödyllisyys (HY)

---

- HY1 Suoratoistopalvelun avulla voin löytää minulle uusia musiikkikappaleita ja -albumia. /  
Suoratoistopalvelun avulla voin löytää minulle uusia elokuvia ja televisiosarjoja.
- HY2 Pidän suoratoistopalvelua hyödyllisenä elämässäni.
- HY3 Koen suoratoistopalvelun hyödylliseksi kanavaksi hankkia tietoa minulle uusista musiikkikappaleista tai artisteista. /  
Koen suoratoistopalvelun hyödylliseksi kanavaksi hankkia tietoa minulle uusista elokuvista ja televisiosarjoista.
- HY4 Suoratoistopalvelun kautta saan hankittua musiikkia josta pidän. /  
Suoratoistopalvelun kautta saan hankittua elokuvia ja televisiosarjoja joista pidän.
- HY5 Löydän suoratoistopalvelusta etsimäni musiikin helposti. /  
Löydän suoratoistopalvelusta etsimäni elokuvat ja televisiosarjat helposti.
- HY6 Suoratoistopalvelun käyttäminen tekee musiikin kuuntelusta helpompaa. /  
Suoratoistopalvelun käyttäminen tekee elokuvien ja televisiosarjojen katselusta helpompaa.
- 

### Helppokäyttöisyys (HE)

---

- HE1 Suoratoistopalvelun käytön opettelu on helppoa.
- HE2 Mielestäni on helppo tulla taitavaksi suoratoistopalvelun käyttäjäksi.
- HE3 Suoratoistopalvelun käyttö on helppoa.
- HE4 En tarvitse muiden ihmisten apua käyttääkseni suoratoistopalvelua.
- HE5 Minulla on tarvittavat tiedot ja taidot käyttääkseni suoratoistopalvelua.
- 

### Hinta (HI)

---

- HI1 Suoratoistopalvelun kuukausimaksu on mielestäni sopiva.
- HI2 Olen valmis maksamaan suoratoistopalvelun käytöstä kuukausimaksua.
- HI3 En käytä suoratoistopalvelua taloudellisten syiden vuoksi.
- 

### Sosiaaliset vaikutukset (SO)

---

- SO1 Lähipiirissäni on suoratoistopalvelun käyttäjiä.
- SO2 Minulle läheisten ihmisten mielestä minun pitäisi käyttää suoratoistopalvelua.
- 

### Mahdollistavat olosuhteet (MA)

---

- MA1 Minulla on tarvittavat laitteet käyttääkseni suoratoistopalvelua.
- MA2 Minulla on tarve kuunnella musiikkia ajasta ja paikasta riippumatta. /  
Minulla on tarve katsella elokuvia ja televisiosarjoja ajasta ja paikasta riippumatta.
- MA3 Minulla on tarve kuunnella musiikkia Internetin välityksellä. /  
Minulla on tarve katsella elokuvia ja televisiosarjoja Internetin välityksellä.
- MA4 Suoratoistopalvelu sopii elämäntyyliini.
- 

### Suoratoistopalvelun käyttöaikomus ja käytön jatkaminen (SK)

---

SK1	Suunnittelen käyttäväni suoratoistopalvelua säännöllisesti tulevaisuudessa.
SK2	Suoratoistopalvelun käytöstä on tullut minulle tapa.
SK3	Aion jatkaa suoratoistopalvelun käyttöä tulevaisuudessa.
<b>Asenne piratismia kohtaan (AP)</b>	
AP1	Saan ladata omaan käyttööni luvattomasti Internettiin laitettua musiikkia
AP2	Saan ladata omaan käyttööni luvattomasti Internettiin laitettuja elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä
AP3	Saan ladata omaan käyttööni luvattomasti Internettiin laitettuja pelejä
AP4	Saan ladata omaan käyttööni luvattomasti Internettiin laitettuja tietokoneohjelmia
AP5	Saan katsoa luvattomista videopalveluista elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä
AP6	Saan kuunnella musiikkia luvattomista musiikkipalveluista
<b>Piratismiin käyttöaikomus ja käytön jatkaminen (PK)</b>	
PK1	Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internettiin laitettua musiikkia
PK2	Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internettiin laitettuja elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä
PK3	Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internettiin laitettuja pelejä
PK4	Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internettiin laitettuja tietokoneohjelmia
PK5	Aion tulevaisuudessa katsoa luvattomista videopalveluista elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä
PK6	Aion tulevaisuudessa kuunnella musiikkia luvattomista musiikkipalveluista

## LIITE 8 MAKSULLISTEN MUSIIKIN SUORATOISTOPALVELUJEN OMAKSUMISEEN VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ MITTAAVAT KYSYMYKSET

Muuttuja	N	KA	KH
<b>Kokeiltavuus</b>			
<b>MKO1:</b> Minulle on tärkeää, että voin kokeilla maksutta suoratoistopalvelua ennen varsinaista ostopäätöstä.	1012	4,569	0,779
<b>MKO2:</b> Minulle on tärkeää, että suoratoistopalvelu on helposti saatavilla kunnollista kokeilua varten.	990	4,484	0,811
<b>Hyödyllisyys</b>			
<b>MHY1:</b> Suoratoistopalvelun avulla voin löytää minulle uusia musiikkikappaleita ja -albumeja.	985	4,267	0,905
<b>MHY3:</b> Koen suoratoistopalvelun hyödylliseksi kanavaksi hankkia tietoa minulle uusista musiikkikappaleista tai artisteista.	997	3,664	1,221
<b>MHY4:</b> Suoratoistopalvelun kautta saan hankittua musiikkia josta pidän.	973	4,265	0,972
<b>Helppokäyttöisyys</b>			
<b>MHE1:</b> Suoratoistopalvelun käytön opettelu on helppoa.	964	4,54	0,703
<b>MHE2:</b> Mielestäni on helppo tulla taitavaksi suoratoistopalvelun käyttäjäksi.	939	4,389	0,795
<b>MHE3:</b> Suoratoistopalvelun käyttö on helppoa.	959	4,557	0,698
<b>MHE5:</b> Minulla on tarvittavat tiedot ja taidot käyttääkseni suoratoistopalvelua.	1018	4,631	0,729
<b>Hinta</b>			
<b>MHI1:</b> Suoratoistopalvelun kuukausimaksu on mielestäni sopiva.	872	3,298	1,241
<b>MHI2:</b> Olen valmis maksamaan suoratoistopalvelun käytöstä kuukausimaksua.	1018	3,178	1,471
<b>Suoratoistopalvelun käyttöaikomus</b>			
<b>MSK1:</b> Suunnittelen käyttäväni suoratoistopalvelua säännöllisesti tulevaisuudessa.	978	3,813	1,385
<b>MSK2:</b> Suoratoistopalvelun käytöstä on tullut minulle tapa.	1014	3,485	1,593
<b>MSK3:</b> Aion jatkaa suoratoistopalvelun käyttöä tulevaisuudessa.	940	4,099	1,295
<b>Asenne piratismia kohtaan</b>			
<b>AP1:</b> Saan ladata omaan käyttööni luvattomasti Internetiin laitettua musiikkia	980	2,18	1,236
<b>AP3:</b> Saan ladata omaan käyttööni luvattomasti Internetiin laitettuja pelejä	948	2,207	1,27
<b>AP4:</b> Saan ladata omaan käyttööni luvattomasti Internetiin laitettuja tietokoneohjelmia	955	2,391	1,319



<b>AP6:</b> Saan kuunnella musiikkia luvattomista musiikkipalveluista	959	2,322	1,292
<hr/>			
<b>Piratismin käyttöaikomus</b>			
<hr/>			
<b>PK1:</b> Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internettiin laitettua musiikkia	950	1,78	1,183
<hr/>			
<b>PK3:</b> Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internettiin laitettuja pelejä	968	1,474	0,969
<hr/>			
<b>PK4:</b> Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internettiin laitettuja tietokoneohjelmia	959	1,652	1,095
<hr/>			
<b>PK6:</b> Aion tulevaisuudessa kuunnella musiikkia luvattomista musiikkipalveluista	915	1,737	1,116
<hr/>			

## LIITE 9 MAKSULLISTEN ELOKUVIEN JA TV-SARJOJEN SUORATOISTOPALVELUJEN OMAKSUMISEEN VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ MITTAAVAT KYSYMYKSET

Muuttuja	N	KA	KH
<b>Kokeiltavuus</b>			
EKO1: Minulle on tärkeää, että voin kokeilla maksutta suoratoistopalvelua ennen varsinaista ostopäätöstä.	1002	4,518	0,792
EKO2: Minulle on tärkeää, että suoratoistopalvelu on helposti saatavilla kunnollista kokeilua varten.	990	4,482	0,815
<b>Hyödyllisyys</b>			
EHY1: Suoratoistopalvelun avulla voin löytää minulle uusia elokuvia ja televisiosarjoja.	965	4,126	0,983
EHY3: Koen suoratoistopalvelun hyödylliseksi kanavaksi hankkia tietoa minulle uusista elokuvista ja televisiosarjoista.	971	3,434	1,246
EHY4: Suoratoistopalvelun kautta saan hankittua elokuvia ja televisiosarjoja joista pidän.	939	3,898	1,069
<b>Helppokäyttöisyys</b>			
EHE1: Suoratoistopalvelun käytön opettelu on helppoa.	938	4,606	0,655
EHE2: Mielestäni on helppo tulla taitavaksi suoratoistopalvelun käyttäjäksi.	926	4,543	0,703
EHE3: Suoratoistopalvelun käyttö on helppoa.	935	4,588	0,684
EHE5: Minulla on tarvittavat tiedot ja taidot käyttääkseni suoratoistopalvelua.	989	4,672	0,676
<b>Hinta</b>			
EHI1: Suoratoistopalvelun kuukausimaksu on mielestäni sopiva.	892	3,327	1,304
EHI2: Olen valmis maksamaan suoratoistopalvelun käytöstä kuukausimaksua.	1006	3,571	1,385
<b>Suoratoistopalvelun käyttöaikomus</b>			
ESK1: Suunnittelen käyttäväni suoratoistopalvelua säännöllisesti tulevaisuudessa.	947	3,545	1,440
ESK2: Suoratoistopalvelun käytöstä on tullut minulle tapa.	979	3,182	1,620
ESK3: Aion jatkaa suoratoistopalvelun käyttöä tulevaisuudessa.	891	3,727	1,407
<b>Asenne piratismia kohtaan</b>			
AP2: Saan ladata omaan käyttööni luvattomasti Internettiin laitettuja elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä	985	2,204	1,263
AP3: Saan ladata omaan käyttööni luvattomasti Internettiin laitettuja pelejä	948	2,207	1,27

<b>AP4:</b> Saan ladata omaan käyttööni luvattomasti Internettiin laitettuja tietokoneohjelmia	955	2,391	1,319
<b>AP5:</b> Saan katsoa luvattomista videopalveluista elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä	974	2,43	1,132
<b>Piratismiin käyttöaikomus</b>			
<b>PK2:</b> Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internettiin laitettuja elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä	956	2,027	1,377
<b>PK3:</b> Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internettiin laitettuja pelejä	968	1,474	0,969
<b>PK4:</b> Aion tulevaisuudessa ladata tai jakaa luvattomasti Internettiin laitettuja tietokoneohjelmia	959	1,652	1,095
<b>PK5:</b> Aion tulevaisuudessa katsoa luvattomista videopalveluista elokuvia, TV-sarjoja tai muita videosisältöjä	929	2,225	1,41