

Televisie van de toekomst is sociaal

InSites Consulting past 'co-creatie' toe op marktonderzoek en laat de consument in een web 2.0 omgeving meedenken over potentiële productideeën en toepassingen. Een eerste groot onderzoek draaide rond de televisie van de toekomst. De belangrijkste conclusies zijn de eerder beperkte integratie tussen televisie en computer, het concept TV «à la carte» en de TV als interactief communicatiemiddel. Dit blijkt uit de online brainstorm die rond «televisie van de toekomst» is opgezet. De gegenereerde ideeën werden afgetoetst tijdens een online community gedurende zes weken.

Zowel de online brainstorm en community behoren tot een reeks innovatieve onderzoekstechnieken die InSites Consulting recent op de markt bracht onder de noemer **Connected Research**. Uit alle verzamelde ideeën rond de televisie van de toekomst blijken een paar trends. Eerste trend toont de eerder beperkte vraag naar integratie tussen televisie en computer. In de online community kwam in dit verband sterk de angst voor technische problemen en virussen op de tv naar voor. De PC werd ook gezien als een eerder individuele activiteit, terwijl tv kijken voor veel mensen nog altijd ook een sociale

activiteit is. Een tweede trend sluit op dit laatste aan, zijnde de tv als communicatiemiddel. Concreet gaat het dan om ideeën zoals communiceren met andere kijkers over een programma, interageren in spelprogramma's. Laatste trend is de populariteit van «tv à la carte». Een stapje verder gaat user generated content, waarbij mensen hun eigen video's of programma's kunnen uitzenden. Dit spreekt slechts een select publiek aan. Uit de community blijkt vooral de angst voor ongewenste content op de televisie wat zou kunnen leiden tot minder controle op wat kinderen op tv kunnen zien.

