

Marjaana Larpa

Kartoitus suomalaisten valokuvien sopimiskäytännöistä Japanissa

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituottaja AMK

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

Opinnäytetyö

10.11.2015

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Marjaana Larpa Kartoitus suomalaisten valokuvien sopimiskäytännöistä Japanissa 73 sivua + 2 liitettä 10.11.2015
Tutkinto	Kulttuurituottaja AMK
Koulutusohjelma	Kulttuurituotannon koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	-
Ohjaaja(t)	Lehtori Laura-Maija Hero
<p>Tässä työssä kartoitetaan, miten valokuvien käyttöoikeuksista sovitaan, miten suomalaisia valokuvia käytetään Japanissa ja mikä on Suomen Japanin instituutin (SJI) suhde tähän kuvatoimintaan. Työn tarkoituksena on selkeyttää ja kehittää SJI:n kuvatoiminnan roolia ja tarjota parempia edellytyksiä suomalais-japanilaiselle yhteistyölle.</p> <p>Kartoituksen viitekehykseen kuuluvat valokuvien sopimukset ja tekijänoikeustilanne Suomessa ja Japanissa. Teorialuvussa kerrotaan myös kulttuuriviennistä ja valokuvien merkityksestä yleisesti.</p> <p>Kartoitusprosessi alkoi keväällä 2015 ja jatkui marraskuulle 2015. Lähestymistapa on konstrukttiivinen tapaustutkimus. Alusta lähtien työssä pyrittiin kartoituksen lisäksi esittämään kehittämissuhteita ja päätyämään konkreettiseen lopputulokseen, jota ei kuitenkaan tämän työn puitteissa testattu.</p> <p>Tietoa on kerätty tekemällä teemahaastatteluita kasvokkain ja puhelimitse. Haastattelut tapahtuivat Suomessa ja Japanissa. Japanissa tehtiin kuvien käyttäjätahoille haastatteluja täydentävä kysely.</p> <p>Kartoituksen tulokset kertovat kolmesta aihealueesta: sopimiskäytännöistä Suomessa ja Japanissa sekä SJI:n kuvapalveluista. Sopimisen haasteiden taustalla ovat muun muassa kuvien hintojen lasku ja kulttuurierot. SJI:n kuvatoiminnassa tulee erottaa omasta toiminnasta kertova kuvapankki ja muita kuva-aiheita koskeva informaatiopalvelu.</p> <p>Tulosten avulla SJI ja vastaavat toimijat voivat uudelleenarvioida kuvatoimintaansa ja luoda uusia kuvakäytäntöjä. Lopuksi työssä esitetään konkreettisia kehittämissuhteita jatkotoimenpiteiksi.</p>	
Avainsanat	valokuva, tekijänoikeus, kulttuurivienti, sopimus, Japani

Author(s) Title Number of Pages Date	Marjaana Larpa Survey on the Contractual Practices of Finnish photographs in Japan 73 pages + 2 appendices 10.11.2015
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Cultural management
Specialisation option	-
Instructor(s)	Laura-Maija Hero, Senior Lecturer
<p>This work is a survey on the contractual practices of photographs in Finland and Japan. The work also studies how photos are used in Japan and what is the role of the Finnish Institute in Japan (FIJ) in this photo business. The aim of the work is to clarify and develop the FIJ's photo services and create better possibilities for the co-operation between Finland and Japan.</p> <p>Photo contracts and the copyright issues are in the frame of reference of this study. Cultural export and the overall importance of photos are also introduced in the theory chapter.</p> <p>The process of this thesis began in spring 2015 and continued until November. This was a case study with constructive research approach. From the beginning the aim of the work was to present development proposals. The proposals were not tested as a part of this survey.</p> <p>The data were gathered by semi-structured interviews which were carried out face-to-face and over the phone. The interviews took place in Finland and Japan. In Japan, a questionnaire was also used for gathering data.</p> <p>The results of this thesis are divided into three different themes: photographs' contractual practices in Finland and in Japan and the FIJ's photo services. The challenges in the contract procedure were for instance lowering photo prices and cultural differences. There are two parts in the FIJ's information photo/image services that should be separated: A photo bank on the Institute's own activities and information service covering other topics.</p> <p>With the results the FIJ and other similar organizations can rethink their photo services and build new photo procedures. In the end the thesis introduces concrete development proposals for the future.</p>	
Keywords	photograph, copyright, cultural export, contract, Japan

Sisällys

1	Aluksi	1
2	Valokuvat ja niiden tekijänoikeudet osana Suomen kulttuurivientiä Japaniin	2
	2.1.1 Aiheen rajausta ja aiemmat tutkimukset	3
	2.1.2 Toimijat valokuvakentällä	4
2.2	Mitä valokuvan tekijänoikeus on?	5
	2.2.1 Tekijänoikeuden kansainvälinen säädöspohja	8
	2.2.2 Japanin tekijänoikeustilanteesta	9
	2.2.3 Taloudelliset ja moraaliset oikeudet	10
	2.2.4 Valokuviin liittyviä ammattitermejä	11
2.3	Valokuvien oikeuksista sopiminen	12
	2.3.1 Mitä tulee olla sopimuksissa?	13
	2.3.2 Eriyistilanteita	15
	2.3.3 Valokuvat digitaalisessa ympäristössä	16
2.4	Kulttuurivienti ja valokuvat	16
3	Suomen Japanin instituutti sillanrakentajana	18
	3.1 Instituutti kulttuuriviejänä	19
	3.2 Instituutti ja valokuvat	21
4	Tutkimuskysymykset	21
5	Haastattelupainotteinen tapaustutkimus	23
	5.1 Lähestymistapana konstrukttiivinen tapaustutkimus	23
	5.2 Aineistonhankintamenetelminä teemahaastattelut ja kyselylomake	25
	5.2.1 Teemahaastattelut Suomessa ja Japanissa	27
	5.2.2 Kyselylomake Japanissa	31
	5.2.3 Tulosten käsittely työpajassa	33
	5.3 Analysointimenetelminä teemoittelu ja tilastollinen laskeminen	36
	5.3.1 Teemahaastattelujen sisällön analyysi teemoitellen	36
	5.3.2 Kyselyn tulosten analysointi tilastollisin menetelmin	39
6	Teemahaastatteluiden ja kyselyn tulokset	40
	6.1 Teemahaastatteluiden tulokset miellekarttoina	40
	6.2 Teemahaastatteluiden tulokset teemakorteittain	45
	6.2.1 Kuvista sopiminen Suomessa	45

6.2.2	Kuvista sopiminen Japanissa	49
6.2.3	SJI:n kuvapalvelut	55
6.3	Kyselylomakkeiden tulokset kaavioina	59
7	Sopimuskäytännöt sekä SJI:n kuvatoiminta nyt ja tulevaisuudessa	64
7.1	Käyttökuvista sopiminen Suomessa	64
7.2	Käyttökuvista sopiminen Japanissa	65
7.3	SJI:n kuvapalvelut	67
7.4	Kehittämisehdotukset	69
7.5	Pohdinta	71
	Lähteet	73
	Liitteet	
	Liite 1. Teemahaastattelujen teemat	
	Liite 2. Kyselylomakkeet	

1 Aluksi

Tässä työssä kartoitetaan, miten valokuvien käyttöoikeuksista sovitaan, miten suomalaisia valokuvia käytetään Japanissa ja mikä on Suomen Japanin instituutin suhde tähän kuvatoimintaan. Työssä kartoitetaan, mitkä ovat ne haasteet, joita suomalaiset valokuvia välittävät tahot sekä japanilaiset valokuvia käyttävät tahot kokevat Suomea kuvaavien valokuvien hankinnassa ja sopimisessa. Tutkimuksen tilaajana toimii Suomen Japanin instituutti (jäljempänä SJI tai instituutti). Instituutti on havainnut valokuvien viennin kentällä tarpeen lisätä tietoa valokuvien tekijänoikeuksista kahden eri oikeuskulttuurin, Suomen ja Japanin välillä. Instituutti on havainnut valokuvien hankinnassa ja sopimisessa hankaluuksia.

Opinnäytetyön idea syntyi tilaajan toiveesta, eli tämä opinnäytetyö tehdään tilaustyönä vuoden 2015 aikana. Suoritan työn tilaajalle syksyllä 2015 työharjoittelun Japanissa ja jatkan sen ohessa opinnäytetyön tekemistä. Olen kiinnostunut aiheesta myös omasta taustastani johtuen. Opiskelen kulttuurituotannon ohella oikeustieteitä Helsingin yliopistossa ja toivon tulevaisuudessa tekeväni töitä tekijänoikeuksien parissa. Olen perehtynyt valokuvia koskeviin oikeuksiin. Minulla on verkostoja valokuva-alalla, joten minulla on esiyymmärrystä valokuvien käyttöoikeuksista sopimisesta. Opinnäytetyö on minulle askel eteenpäin sillä polulla, jolla voin hyödyntää ymmärrystäni sekä kulttuurin että juridiikan alalta.

Olen rajannut kartotuksen aiheen suomalaisiin käyttökuviin. Suomalaisilla käyttökuvilla tarkoitan suomalaisen valokuvaajan Suomessa ottamaa valokuvaa, jonka aihe liittyy Suomeen. Käyttökuvat voidaan erottaa niin sanotuista näyttökuvista, joiden funktio on ensisijaisesti taiteellinen. Käyttökuvien käyttötarkoitus ei ole pelkästään taiteellinen vaan esimerkiksi tiedottava tai markkinoiva. Tutkimuksen kohteena olevien käyttökuvien tarkoitus on pääasiallisesti kertoa Suomesta, ja ne osaltaan rakentavat Suomen brändiä maailmalla. Työn tarkoituksena on työn tilaajan kannalta selkeyttää ja kehittää SJI:n roolia valokuvien vientiprosessissa ja tätä kautta tarjota parempia edellytyksiä suomalais-japanilaiselle yhteistyölle.

Aloitin kehittämishankkeen haastatteleamalla työn tilaajaa, jolloin kartoitin ongelmanasettelua, tutkimuskysymyksiä, haastateltavia ja tilaajan tarpeita. Informantit muodostuivat siitä verkostosta, joka haastatteluiden ja teorian rakennuksen aikana selvisi.

Haastattelut tapahtuivat sekä Suomessa että Japanissa. Japanissa kartoitin valokuvien käyttäjien tarpeita myös kyselylomakkeella. Lopuksi pidin aiheesta työpajan instituutille, jossa käsiteltiin haastattelun ja kyselyn tuloksia, ja keskustelutilaisuuden Team Finlandille. Pyrin näillä yhteisöllisillä tilaisuuksilla viemään työn tulokset käytäntöön ja esittämään lopuksi kehitysehdotuksia.

Prosessissa oli haastavaa se, etten tutkimuksen alkupisteessä tiennyt kaikkia sopivia informantteja, organisaatioiden välistä työnjakoa, sitä onko parannettavaa sisäisissä vai ulkoisissa käytännöissä ja olisiko sopiva ratkaisu esimerkiksi sopimusmalli vai pikemminkin tietojärjestelmä. Ennalta arvioin, että haasteissa on luultavasti kaikkea edellä mainittua. Tutkimustyötä siis leimasi etappimaisuus ja epävarmuus, sillä koetut ongelmat todella ilmenivät vasta tutkimuksen aikana ja niihin voitiin kehittää ratkaisuja vasta, kun ongelmat olivat täsmällisesti tiedossa.

Työstä on hyötyä kulttuurituotannon kentälle, sillä tekijänoikeuksista sopiminen on vaikeaksi koettu osa kulttuurituottajan työtä. Kulttuurin kentällä on tärkeää tehdä hyviä sopimuksia: sellaisia, jotka molemmat osapuolet ymmärtävät ja jotka takaavat sen, että tekijä saa korvauksen työstään. Kulttuurituottaja käyttää valokuvia työssään usein, muun muassa tiedottamisessa ja markkinoinnissa. Valokuvia on helppo jakaa digitaalisissa alustoissa, ja niiden käyttö viestinnässä on arkipäiväistynyt. On hyvä pysähtyä pohtimaan, mitä on valokuvien oikea käyttö. Lisäarvon kartoitukselle antaa sen kansainvälinen viitekehys, sillä tutkimuksesta on erityistä hyötyä Suomen ja Japanin väliselle kulttuuriviennille. Kartoitusta voidaan mahdollisesti hyödyntää myös muussa kulttuuriviennissä kuin Suomen ja Japanin välillä.

2 Valokuvat ja niiden tekijänoikeudet osana Suomen kulttuurivientiä Japaniin

Tuottaja käyttää valokuvia sekä tiedottavassa että markkinoivassa käytössä. Tuottajan tekemät tiedottavat ja markkinoivat materiaalit ovat usein julkisia. Moderni tuottaja käyttää valokuvia erilaisilla alustoilla, painettuna ja digitaalisena. Osa tuottajista valokuvaa itse, osa ostaa työn tai kuvan ammattilaiselta. Valokuvien voidaan sanoa olevan osa tuottajan arkea. Tämä työ antaa eväitä etenkin tuottajien kansainväliselle työkentälle, sillä oikeanlainen valokuva tai valokuvaaja voi löytyä myös rajojen toiselta puolen.

2.1.1 Aiheen rajausta ja aiemmat tutkimukset

Olen rajannut kartoitukseni koskemaan suomalaisia valokuvia Japanissa. Selvitän, kuinka suomalaisia valokuvia viedään Japaniin ja kuinka valokuvien oikeuksista sovitaan. Keskityn niin sanottuihin käyttökuviin, en taidekuviin. Oman määritelmäni mukaan käyttökuvat voivat ylittää teoskynnyksen, mutta niiden käyttötarkoitus ei ole taiteellinen vaan esimerkiksi tiedottava tai markkinoiva. Käyttökuvilla on siis aina jokin käyttötarkoitus. Tähän rajaukseen päädyin siksi, että tutkimuksen aikana ilmeni, että taidekuvien osalta sopiminen on varsin erilaista, koska kuvien käyttötarkoitus on varsin erilainen. Painopisteenäni työssä on valokuvista sopiminen. Valokuvia on tutkittu pitkälti taiteellisesta näkökulmasta, mutta harvemmin oikeuksista sopimisen näkökulmasta tai kulttuurivierin näkökulmasta, varsinkaan juuri Suomen ja Japanin välillä.

Taiteen lisensiaatti Sari Karttunen on tutkinut valokuvataiteen kenttää ja valokuvataiteilijan ammatin muodostumista Suomessa. Karttusen tutkimusraportissa *Kun lumipallo lähtee vyörymään – nuorten kuvataiteilijoiden kansainvälistyminen 2000-luvun alussa* (Taiteen keskustoimikunta, julkaisu nro 36, 2009) tutkitaan kansainvälistymisen vaikutuksia kuvataiteilijan ammattiin ja identiteettiin 2000-luvun Suomessa. Myös valokuvataiteilijoita on haastateltu tutkimukseen.

Filosofian maisteri Anna-Kaisa Rastenberger on tutkinut valokuvataiteen kansainvälistymistä. Rastenbergerin väitöskirja (2015) taidehistoriasta kantaa nimeä *Tietoa, valtaa ja toimintaa. Suomalaisen valokuvataiteen kansainvälistyminen. Käsitteiden kautta järjestävä valokuvataiteen kenttä 1990–2000-luvuilla*. Työ kokoaa kattavasti suomalaista valokuvaa koskevan kirjallisuuden ja tutkimuksen. Väitöskirja koostuu artikkeleista, joissa pohditaan myös Suomi-kuvaa, kulttuurivientiä ja valokuvan brändäämistä muun muassa The Helsinki Schoolin kautta.

Valokuvien oikeudellista puolta ovat tutkineet muun muassa oikeustieteen tohtorit Pirkko-Liisa Haarmann sekä Rainer Oesch. Haarmann on julkaissut useita immateriaalioikeuden perusteoksia, joita hyödynnän tässä työssä. Oeschin väitöskirja on otsikoitu ytimekkäästi *Oikeus valokuvaan* (Suomalainen lakimiesyhdistys, 1993). Väitös on kuitenkin kirjoitettu ennen nykyistä tekijänoikeuslakia, joten täysin viittauskelpoinen se ei ole. Ysolde Gendreaun ja Axel Nordemannin kanssa Oesch on kirjoittanut teoksen *Copyright and Photographs* (Kluwer 1999), jossa on myös luku Japanin tekijänoikeustilanteesta.

Kulttuurivientiä on tutkittu pääasiassa Opetus- ja kulttuuriministeriön (OKM) ja sen yhteistyökumppaneiden toimesta. OKM:n sivuilta voi löytää useita aihetta koskevia asiakirjoja, joista mainittakoon Hannele Koivusen vuosina 2003 ja 2004 kokoama kattava selvitystyö *Onko kulttuurilla vientiä? Selvitysmiehen raportti* (Opetusministeriön julkaisuja 2004:22). Se on toteutettu opetusministeriön, ulkoasiainministeriön ja kauppa- ja teollisuusministeriön yhteisen Kulttuurivienti-hankkeen puitteissa (Koivunen 2004, 11). Instituuttien ja edustustojen roolia on tilaustyönä tutkittu Marja-Liisa Niinikosken ja Esko Kiiskan selvityksessä *Kulttuuriviennin vahvistaminen edustustojen ja instituuttien yhteistyötä kehittämällä* (Net Effect Oy 2007). Se liittyy kansalliseen kulttuuriviennin kehittämissuunnitelmaan vuosille 2007–2011.

Valokuvia koskien on tehty useita opinnäytetöitä. Usein niissä on ollut kiinnostuksen kohteena itse valokuva ja sen toteuttaminen, mutta juridista puolta ovat tänä vuonna valottaneet muun muassa Anne Nyrkkö työssään *Valokuvan tekijänoikeus ja valokuvan juridinen käyttö* (Saimaan ammattikorkeakoulu, 2015) ja Antti Luostarinen YAMK-työssään *Brändivalokuva Suomessa : Kuinka saavutetaan laadukas brändivalokuva* (Metropolia Ammattikorkeakoulu, 2015). Ira Halme kirjoitti työn *Valokuvan ja valokuvaajan oikeudet, case: Tmi Sofia Virtanen* (Saimaan ammattikorkeakoulu, 2011). Oman työni näkökulma keskittyy käytännönläheisellä otteella valokuvista sopimiseen, mutta yhteinen rajapinta töille löytyy valokuvien oikeuksista. Luostarisen työstä on mahdollista ammentaa brändinäkökulmaa suomalaisten valokuvien luomaan Suomen maakuvaan Japanissa.

2.1.2 Toimijat valokuvakentällä

Valokuvakentällä on erilaisia toimijoita, jotka voidaan ryhmitellä esimerkiksi Oeschia (1993, 39) mukailen näin a) valokuvien valmistajat eli valokuvaajat, b) valokuvien toimittajat, c) valokuvien käyttäjät, d) valokuva-alan edunvalvontajärjestöt ja vientiorganisaatiot sekä e) valokuva-alan rahoittajat ja tutkijat. Valokuvaajia voidaan ryhmitellä eri tavoin, esimerkiksi heidän työnantajansa, kuvauksen kohteensa tai yhdistysten jäsenyyden perusteella. Ryhmiä voivat olla esimerkiksi lehtivalokuvaajat, mainosvalokuvaajat, muotokuvaajat, tutkimuskuvaajat ja harrastelijavalokuvaajat. Valokuvaajien ryhmitelyä voi tehdä myös Finnfoto–Suomen Valokuvajärjestöt ry:n (Finnfoto ry) jäsenjärjestölistan avulla.

Valokuvan toimittaja voi olla valokuvaaja itse tai valokuvan oikeudenhaltija, jolle valokuvaaja on luovuttanut oikeuden välittää kuvaa. Ammattimaisesti tällaista toimintaa harjoittavat erilaiset kuvatoimistot ja kuvapankit. Näitä termejä voidaan käyttää synonyymeinä, jolloin molemmat nähdään alan yrityksinä, jotka tarjoavat edustamiensa valokuvaajien myyntiin tarkoitettuja valokuvia palvelunsa kautta. (Kuvapankit.com 2015.) Luostarinen erotti opinnäytetyössään termit niin, että kuvatoimisto tarjoaa valokuvaa myyviä ja käyttöoikeuksia lisensoivia palveluja, kun taas kuvapankki on yrityksen oma, sisäiseen tai mediakäyttöön tarkoitettu kuvavalikoima (Luostarinen 2015, 48). Selvyyden vuoksi omaksun Luostarisen erottelutavan.

Valokuvien käyttäjä voi olla hyvin monenlainen taho, yksityishenkilö tai organisaatio, joilla on valokuville erilaisia käyttötarkoituksia. Valokuvia koskevia sopimuksia tehdään siis b2b- ja b2c -suhteissa, mutta käyttökuvia ajatellen sopiminen tapahtuu useimmiten b2b -suhteissa. Yksinoikeusperiaatteen mukaisesti valokuvien käyttäjät tarvitsevat oikeudenhaltijan luvan valokuvan käyttämiseen.

Valokuvan oikeuksia voi hallinnoida myös Kuvasto ry, joka edustaa noin 2 200:aa kotimaista kuvataiteilijaa ja noin 50 000:ta ulkomaista kuvataiteilijaa (Kuvasto 2015a). Kuvasto antaa edustamiensa oikeudenhaltijoiden puolesta luvan teoksen toisintamiseen ja sopii teoksen käyttämisen ehdoista (Kuvasto 2015b). Finnfoto ry ja sen jäsenjärjestöt eivät ole tekijänoikeusjärjestöjä siinä mielessä, että ne eivät kerää tai valvo kuvien oikeuksia, kuten Kuvasto ry, vaan niiden tehtävä on valokuva-alan edunvalvonta (Oesch 1993, 44).

Valokuva-alan vientiorganisaatioiden määrittely on hankalampaa ja aiheeseen palataan myöhemmin luvussa 2.4. Selkeästi tällaisia järjestöjä ovat valokuvataiteen saralla esimerkiksi Näyttelyvaihtokeskus FRAME ja Helsinki International Art Programme HIAP. Myös museoiden, gallerioiden, valokuva-alan koulutusohjelmien ja hankkeiden voidaan katsoa tekevän valokuvien vientiä. Valokuva-alan taustalla vaikuttavat eri tukimuodot, kuten valtion ja säätiöiden antama rahoitus. Kokonaisuutta pyrkii jäsentämään valokuva-alan tutkimus.

2.2 Mitä valokuvan tekijänoikeus on?

Tekijänoikeus tuottaa tekijälle sekä taloudellisia että hänen henkilöönsä liittyviä oikeuksia, joista puhutaan taloudellisina ja moraalisisina oikeuksina (Koivunen 2004, 40). Teki-

jänoikeuksien taloudellinen merkitys tekijälle on muotoiltu tekijänoikeuden lainvalmisteluaineistossa:

Tekijänoikeus edistää luovaa työtä tunnustamalla tekijälle yksinoikeuden teokseensa. Tekijänoikeus takaa tekijälle neuvotteluaseman: tekijä ja teoksen käyttäjä neuvottelevat ja sopivat teoksen käytön ehdoista. Sopimusten taloudellisten ehtojen kautta tekijän taloudelliset oikeudet toteutuvat ja tekijä saa palkkion luovan työnsä tulosten käyttämisestä. (HE 28/2004, 7)

Myös Rautiainen (2008, 18) näkee tekijänoikeuden tekijän taloudellisena tukena: ”tekijänoikeus muuttaa immateriaalisen taiteellisen ilmaisun varallisuusarvoiseksi”.

Tekijänoikeuslainsäädännön tavoitteista puhuttaessa näkökulma on myös yksittäisen tekijän intressejä laajempi. Tekijänoikeus liittyy esimerkiksi Yhdistyneiden Kansakuntien ihmisoikeuksien julistuksen 27 artiklan 1 ja 2 kappaleeseen, joissa ilmaistaan jokaisen oikeus taiteesta nauttimiseen ja toisaalta oikeus taiteellisen tuotannon tuomien etujen suojaamiseen. Vaatimukset voi nähdä vastakkaisina, mutta niillä on yhteinen tavoite: tieteen ja taiteen kehitys ja niiden saavutusten levittäminen. Tekijänoikeus kuuluu Haarmannin (2005) mukaan kiistatta perustuslain 15 § (731/1999) omaisuuden suojan piiriin, mutta liittyy myös muihin perusoikeuksiin kuten yksityiselämän suojaan ja sananvapauteen. (Haarmann 2005, 11, 14.)

Tekijänoikeus ei suojaa aihetta, ideaa, metodologiaa, periaatetta, tietosisältöä, yksittäisiä tietoja, käsitettä eikä keksintöä. Tekijänoikeus suojaa sitä muotoa, johon teos on saatettu. (Koivunen 2004, 40).

Heiskanen ja Kangas (2015) ovat oivasti kuvanneet, kuinka tekijänoikeus ja sitä koskeva lainsäädäntö eroaa monista oikeudenaloista. ”Tekijänoikeus saa täsmällisen sisältoänsä sen mukaan, miten taiteen ja kulttuurin ilmaisumuodot ja taiteellisten teosten kommunikointitavat muuttuvat ja kehittyvät ajan kuluessa.” Kehitys on ollut viime vuosina niin nopeaa, että asiantuntijoilla ja asianosaisilla on ollut vaikeuksia pysyä mukana. Tekijänoikeuden ympärillä on lukuisia erilaisia ja erisuuntaisia intressejä, joiden kautta sitä tulkitaan eri tavalla. Tekijänoikeudella on vahvat kansainväliset sidokset, eikä tekijänoikeus ole puhtaasti kansallista. (Heiskanen & Kangas 2015, 447–448.) Waldén on pitkälti samalla kannalla ja lisää, että tekijänoikeudesta ei voida keskustella arvopaasti ja ilman liityntää historialliseen ajankohtaan, jona keskustelua käydään (Waldén 2015, 310).

Tekijänoikeuksien taloudellista merkitystä on yritetty laskea ja laskutapoja systematisoida jo 1950-luvulta lähtien (Haarmann 2005, 15). Waldénin mukaan eri maiden tutkimusmetodit ja tutkimuksissa käytetyt määrytykset ovat vuosien kuluessa lähentyneet toisiaan niin, että tutkimustulokset ovat nykyään varsin vertailukelpoisia (Waldén 2015, 318). Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämistätiöllä Cuporella on meneillään hanke tekijänoikeusjärjestelmän arviointimetodologian muodostamiseksi (Cupore 2015). Yksi tuoreista tutkimusprojekteista aiheen parissa on IPR in New Value Creation, jonka tarkoituksena on tutkia uuden sukupolven arvomuodostusta sekä aineettoman pääoman arvoa (IPR University Center 2015). Tekijänoikeusteollisuuden ydinalojen jalostusarvon osuus Suomessa vuoden 1997 bruttokansantuotteesta oli 4,13 prosenttia. Suurin kasvuala oli tietokoneohjelmistojen ja tietokantojen tuotanto. 1990-luvun tilastoissa Suomen tekijänoikeusalat sijoittuivat taloudellisen kasvun mittareilla hyvin. (Koivunen 2004, 38.)

Tekijänoikeuksien tulevaisuutta on pohtinut muun muassa OKM, jonka hallinnon alaan tekijänoikeudet kuuluvat. Poliittisia linjauksia on tehty esimerkiksi keskustelumuiistiossa *Tekijänoikeuspolitiikka 2012*, jossa on määritelty tekijänoikeuden tavoitetila vuodelle 2020. Siinä ovat läsnä digitaaliset innovaatiot sekä lailliset ja helppokäyttöiset verkkopalvelut. (OKM 2012, 10.) OKM:n sivuilla todetaan: ”tekijänoikeuden alan tämän hetken tärkeimmät kysymykset liittyvät tietoyhteiskuntakehitykseen sekä tieto- ja viestintäteknologian kehitykseen.” Ministeriössä on vireillä useita tekijänoikeutta koskevia lainsäädäntöhankkeita. (OKM 2015: Tekijänoikeusjärjestelmän kehittäminen.) Haarmannin (2005) mukaan Internet on jakanut ihmisten suhdetta tekijänoikeuteen: toiset haluavat tarkastella tekijänoikeutta edelleen tekniikkaneutraalina oikeudenalana, jonka käsitteistö sopeutuu uuteen ympäristöön, toisten mielestä uusia ongelmia ei voida ratkaista aiempien parametrien pohjalta (Haarmann 2005, 14). Waldén (2015) kuvaa Internetin nostaneen teosten välittämisen yleisölle teosten merkittävimäksi käyttömuodoksi.

Internetin myötä teosten välittämisestä yleisölle on tullut merkittävin käyttömuoto. Niinpä sellaisissa taiteen ja kulttuurin instituutioissa kuten kirjastossa, arkistoissa ja museoissa, joissa ei aiemmin tapahtunut juurikaan tekijänoikeuden kannalta merkittävää teosten käyttöä, teosten välittämisestä yleisölle näyttäisi olevan tulevaisuudessa tulossa yksi tärkeimmistä kulttuurin ja informaation välittämisen muodoista. Vastaavia tulevaisuudennäkymiä on myös opetuksen ja koulutuksen puolella. (Waldén 2015, 317).

2.2.1 Tekijänoikeuden kansainvälinen säädöspohja

Teokset liikkuvat rajojen yli ja tarvitsevat kansainvälistä suojaa. Aluksi suojaa haettiin kahdenvälisillä, ns. bilateraalilla sopimuksilla, mutta nykyään käytössä on useita multilateraalisia tekijänoikeuden sopimuksia. Tekijänoikeuden yleissopimukset eivät ole Suomessa välittömästi voimassa olevaa oikeutta, vaan ne on niin sanotun dualistisen järjestelmän mukaan saatettu osaksi Suomen lainsäädäntöä harmonisoimalla kotimainen laki vastaamaan yleissopimuksen määräyksiä. Kotimainen tekijänoikeusnormisto koostuu siis kansallisesta tekijänoikeuslaista ja valtioiden välillä tehdyistä kansainvälisistä sopimuksista. Sopimukset harmonisoivat eri maiden kansallisia lakeja, ja näin muodostuu yhteen toimiva verkosto. Suomessa tuomioistuimet perustavat ratkaisunsa kotimaiseen tekijänoikeuslakiin, mutta saattavat hakea tulkinta-apua yleissopimuksista. (Haarmann 2005, 26–27; Waldén 2015, 311.) Suomen kansallista tekijänoikeuslakia sovelletaan Suomesta peräisin oleviin suojan kohteisiin (Koivunen 2004, 39). Viitataan siis tässä työssä pitkälti kotimaiseen tekijänoikeuslakiin (404/1961), mutta tuon lyhyesti esiin sen keskeisen kansainvälisen taustan.

Keskeinen kansainvälinen tekijänoikeussopimus on *Bernin yleissopimus kirjallisten ja taiteellisten teosten suojaamisesta (Berne Convention)* vuodelta 1886. Suomi liittyi sopimukseen vuonna 1928 ja ratifioi Pariisin sopimuskirjan vuonna 1986 (SopS 79/1986). Valokuvat eivät aluksi kuuluneet sopimukseen, vaan ne katsottiin teoksiksi sopimustasolla vasta vuonna 1948 (Oesch 1993, 63–72). Bernin sopimus rakentuu niin sanotun kansallisen kohtelun ja vähimmäissuojan periaatteille sekä periaatteelle, jonka mukaan tekijänoikeuden syntymiselle ei saa asettaa muotovaatimuksia. *Kansallisen kohtelun periaate* tarkoittaa sitä, että tekijä, joka on jonkin sopimusvaltion kansalainen, saa muissa sopimusvaltioissa samat oikeudet kuin näiden maiden laeissa annetaan maan omille kansalaisille. Tämä ei kuitenkaan koske teoksen suoja-aikaa, joka määrittyy aina teoksen alkuperämaan mukaan. (Haarmann 2005, 28; Oesch 1993, 75.) *Vähimmäissuojan periaate* tarkoittaa sitä, että sopimustekstin osoittama suoja on se suoja, joka jokaisen sopimukseen liittyneen maan on annettava sopimusvaltion kansalaisille. Vähimmäissuojaa koskevat vaatimukset ovat Bernin sopimuksessa varsin tiukat. Tämä on johtanut siihen, että Bernin sopimukseen liittyneiden valtioiden tekijänoikeuslainsäädännöt ovat pitkälti yhteneväiset. (Haarmann 2005, 28.)

Koska USA:ta ei saatu mukaan Bernin sopimukseen sen muotovapausvaatimuksen johdosta, synnyttiin *yleismaailmallinen tekijänoikeussopimus* vuonna 1952, jonka

Suomi ratifioi vuonna 1963 (SopS 25/1963). Vaikka maailmankonventio on Bernin sopimusta uudempi, se ei Oeschin mukaan ollut merkittävä askel valokuvan kansainvälisen suojan parantamiseksi, koska maailmankonventiossa vähimmäisvaatimukset ovat lievemmat ja oikeudet suppeammat kuin Bernin sopimuksessa. Jos valtiot ovat sitoutuneet sekä maailmankonventioon että Bernin sopimukseen, sovelletaan näiden keskinäisissä suhteissa yleensä Bernin sopimusta. (Haarmann 2005, 30–31; Oesch 1993, 74.)

2.2.2 Japanin tekijänoikeustilanteesta

Japanin ensimmäinen moderni tekijänoikeuslaki nimellä Copyright Act of Japan, JCA, julkaistiin vuonna 1899. Sitä on uusittu useita kertoja kehittyvien teknologioiden myötä, sillä laki rakennettu niin, että siinä on listattu suojan kohteet. Nykyinen laki on vuodelta 1970. (Hiroshi & Shinichi 2005, 11, 14–15.) JCA vastaa pitkälti eurooppalaista tekijänoikeusajattelua, esimerkiksi taloudelliset ja moraaliset oikeudet erotettu dualistisen mallin mukaan samoin kuin Euroopassa. Joitakin eroavaisuuksia kuitenkin on, esimerkiksi oikeushenkilön asema teoksen tekijänä. Oikeushenkilö, kuten yritys, voi saada suojaa teoksen tekijänä, jos sen työntekijä on luonut teoksen työsuhteessa (JCA kohta 15). Tämä muistuttaa USA:n ”work for hire” -lainsäädäntöä, mutta on kirjoittajien mukaan enemmänkin osoitus japanilaisesta työmaailman edellyttämästä lojaaliudesta. (Hiroshi & Shinichi 2005, 12–13.) Euroopassa tekijänoikeus voi syntyä vain luonnolliselle henkilölle, ei oikeushenkilölle.

Japani on jäsenmaa Bernin sopimuksessa, yleismaailmallisessa tekijänoikeussopimuksessa, TRIPS-sopimuksessa ja WIPO:n tekijänoikeussopimuksessa. Toisten sopimusmaiden kansalaisten tekemiä tai näissä maissa ensijulkaisunsa saaneita töitä suojataan sopimuksen mukaisesti Japanissa. Myös muiden kuin sopimusmaiden henkilöiden teoksia suojataan Japanissa, jos ne saavat ensijulkaisunsa Japanissa. (CRIC 2015) Teruon mukaan valokuvia on suojattu Japanissa lailla vuodesta 1899 lähtien Bernin sopimuksen mukaisesti, mutta vasta vuodesta 1997 lähtien täyden suojan mukaan (Teruo 1999, 302). Suomalaisten kuvien oikeuksia Japanissa hallinnoi vastavuoroisuussopimuksen mukaisesti Kuvaston sisarjärjestö Japanese Society for Protecting Artists' Rights (JASPAR) (Kuvasto ry:n sähköposti 19.10.2015 Pelkonen). Japanissa tutkitaan ja kehitetään valokuvaukseen liittyvää teknologiaa ja Japanin medioissa on suuri kysyntä valokuville. Digitaalinen teknologia on lisännyt kysyntää, mutta tuonut lisää tekijänoikeudellisia haasteita, kuten muuallakin maailmassa (Teruo 1999, 302).

Japanin tekijänoikeuden tutkimus- ja tiedotuskeskus CRIC (2015) suosittelee tekemään tekijänoikeuden alaisia töitä koskevat sopimukset mahdollisimman tarkasti ja mieluiten kirjallisesti. Sopimukseen on hyvä kirjata noudatettava laki tai yleissopimus, korvauksen määrä, korvauksen ehdot ja vastaavat seikat. (CRIC 2015) Teruon mukaan valokuvista sovitaan Japanissa käytännössä kuitenkin useimmiten suullisesti ja vain silloin tällöin kirjallisesti lyhyellä sopimuksella. Ehkäistäkseen väärinymmärryksiä ja riitoja, Japanin valokuvaajien järjestö Japan Professional Photographers Society (JPS) on tehnyt jo 1960-luvulla mallisopimuksia kuvaajien käyttöön. Kun kuvia myydään kirjakustantamoille, on tyypillistä, että käytetään kustantamon julkaisusopimusta, jonka on tehnyt Japan Book Publishing Association. Kuvatoimistot tekevät yksityisten asiakkaiden kanssa omat sopimuksensa. (Teruo 1999, 185, 200–201.)

2.2.3 Taloudelliset ja moraaliset oikeudet

Tekijänoikeus on yhteisnimitys erilaisille oikeuksille, jotka on perinteisesti jaettu taloudellisiin ja moraalisiin oikeuksiin ja joita painotetaan eri oikeuskulttuureissa eri tavalla. *Taloudellisilla oikeuksilla* turvataan tekijälle korvaus teoksensa käytöstä. Taloudelliset oikeudet ovat tekijänoikeuden varallisuusosoikeudellisia komponentteja, ja ne on lakiteknisesti toteutettu tekijänoikeuslain 2 §:ssä yksinoikeuksien muodossa, eli tekijälle on annettu valta yksin määrätä eräistä toiminnoista teoksensa suhteen. Näitä ovat kappaleen valmistaminen, teoksen saattaminen yleisön saataviin ja jälleenmyyntikorvaus. (Haarmann 2005, 110.) On huomioitava, että kaikki *teoksen toisintaminen*, kuten valokopiointi ja digitaalinen tallentaminen, on kappaleen valmistamista. Digitaaliset alustat tarjoavat lukuisia tallennusmahdollisuuksia ja aiheuttavat päänvaivaa lainsäätäjille. Esimerkiksi ns. tilapäisen tallentamisen asemasta, kuten tietokoneen RAM-muistista, on kiistelty eri tahoissa. (Haarmann 2005, 113–119.) Tekijän yksinoikeutta määrätä teoksensa hyväksikäytöstä on rajoitettu tekijänoikeuslain 2 luvussa, jossa ovat ns. *rajoitussäännökset*. Kun nämä rajoitukset vähennetään tekijän yksinoikeudesta, saadaan tietää tekijänoikeuden laajuus (Haarmann 2005, 111). Esimerkiksi julkistetusta teoksesta saa valmistaa tai valmistuttaa muutaman kappaleen yksityiseen, ei-kaupalliseen käyttöön (tekijänoikeuslaki 12 §).

Moraalisilla oikeuksilla suojataan tekijän ja teoksen mainetta ja kunniaa. Moraaliset oikeudet ovat tekijänoikeuden persoonallisuusosoikeudellisia komponentteja ja niistä on säädetty etenkin tekijänoikeuslain 3 §:ssä. Valokuvaaja tulee aina *isyysnoikeuden* nojal-

la ilmoittaa teoksen tekijänä sillä tavoin kuin hyvä tapa vaatii. *Respektioikeuden* mukaan valokuvaa ei saa muuttaa tai saattaa yleisön saataviin tekijän taiteellista arvoa tai ominaislaatua loukkaavalla tavalla. (Tekijänoikeuslaki 3 §.) *Klassikkosuojaäännös* tekijänoikeuslain 53§:ssä suojaa teoksen käyttöyhteyttä tekijän kuoltua. *Luoksepääsyoikeus* tekijänoikeuslain 52 a §:ssä suojaa tekijän oikeutta päästä katsomaan ja kuvaamaan luovuttamaansa teoskappaletta. *Katumisoikeudella* tarkoitetaan ensinnäkin tekijän oikeutta sopimussuhteessa estää suunnitellun teoksen julkaiseminen muuttuneen vakaumuksen, uuden tiedon tai muun sellaisen seikan johdosta lunastamalla jo valmistetut kappaleet tai muuten korvaamalla sopimuskumppanille aiheutuneet kulut. Tätä oikeutta ei ole nimenomaisesti kirjattu tekijänoikeuslakiin, mutta Haarmann katsoo sen olevan osa yleisiä sopimusoikeudellisia periaatteita (Haarmann 2005, 151). Toiseksi katumisoikeus kattaa tekijän oikeuden tehdä teoksen uuteen painokseen lisäyksiä ja muutoksia. Tämä on kirjattu tekijänoikeuslain 36 §:ään, jossa muutoksen tekemiselle on kuitenkin asetettu edellytyksiä.

2.2.4 Valokuviiin liittyviä ammattitermejä

Edeltävät taloudelliset ja moraaliset oikeudet koskevat yleisesti kaikkia taidemuotoja, mutta valokuville on tekijänoikeuslaissa myös omat pykälänsä. Valokuvia suojataan tekijänoikeuslaissa kahdessa eri luokassa, jotka ovat *teoskynnyksen* ylittävä *valokuva-teos* ja tavallinen valokuva. Valokuvateoksen teostasoa arvioidaan samoin periaattein kuten muillakin taideteoksilla. On punnittava, onko teos tekijän luovan henkisen työn tulos, jota on pidettävä omaperäisenä. (Haarmann 2005, 83–84.) Teoskynnyksen ylittävät valokuvat nauttivat tekijänoikeuslain 1 §:n mukaista suojaa, ja niiden *suoja-aika* on 70 vuotta tekijän kuolemasta. Teoskynnyksen alle jäävät tavalliset valokuvat taas on suojattu tekijänoikeuslain 49 a §:n mukaisella *lähioikeudella*, ja niiden *suoja-aika* on 50 vuotta valokuvan ottamisesta. Näiden *suoja-aikojen* jälkeen kuvat ovat vapaasti käytettäviä.

Valokuva-alalle on kehittynyt omia käsitteitä ja ammattitermistöä, jotka on hyvä ymmärtää. Kun puhutaan valokuvista sopimisesta, vakiintuneiden lausekkeiden käyttämisen katsotaan osoittavan, että sopijapuoli ymmärtää niiden sisällön. Tietämättömyyteen ei siis lähtökohtaisesti voi vedota, jos käyttää ammattitermejä. (Finnfoto ry 1997, 49.) Oikeus valokuvaan voidaan luovuttaa kokonaan tai osittain. *Kaikkien oikeuksien luovuttaminen* tarkoittaa sitä, että tekijä katkaisee kaikki taloudelliset oikeutensa valokuvaan. Ostaja voi myydä kuvan edelleen ja käyttää sitä haluamallaan tavalla. *Kaikkien julkai-*

suoikeuksien luovuttaminen tarkoittaa sitä, että valokuvaa voidaan käyttää rajattomasti, mutta ostaja ei voi luovuttaa sitä edelleen. Mikäli valokuva myydään *yksinoikeudella*, tekijä ei voi luovuttaa kolmannelle samanlaista oikeutta eikä käyttää teosta itse. Tekijän oma käyttö voidaan sopimuksella sallia. Kansainvälinen ehdotus on, että tekijä ei myisi kuvia muualle, ennen kuin neljä vuotta on kulunut alkuperäisen käyttöluvan päättymisestä. (Finnfoto ry 1997, 50; Finnfoto ry 2006, 127.) *Kertajulkaisu-oikeus* tarkoittaa sitä, oikeus kuvaan säilyy tekijällä ja hän voi luovuttaa saman kuvan myös muille. *Ensijulkaisu-oikeudella* ostajalle taataan, että hän saa kuvan ensimmäisenä ja kuvaa ei myyda tietyn ajan sisään kenellekään muulle. Jos ostajalla on kuvaan *jatkuva käyttö-oikeus*, hän voi käyttää sitä sovitulla tavalla, mutta ei luovuttaa sitä edelleen. (Finnfoto ry 1997, 50.)

Kuvatoimistojen kuvakaupassa puhutaan usein RM- ja RF -kuvista. *Rights managed -kuvat eli RM -kuvat* ovat kuvia, joihin ostetaan rajattu kuvan käyttöoikeus tietyksi ajankaksoksi tiettyä käyttötarkoitusta varten. Valokuvien hinnoittelu perustuu näiden lisäksi muun muassa kuvien käytön laajuuteen, käyttöaikaan, kuvakokoon ja maantieteelliseen käyttöalueeseen. Hinnoittelu RM -kuvien kohdalla on useimmiten korkeampaa kuin käyttöoikeuden osalta suojaamattomilla valokuvilla. Kuvatoimistoilla on usein valmiina erilaisia käyttökriteereitä, jotka asiakas valitsee kuvasta sovittaessa. *Royalty free -kuvat eli RF -kuvat* ovat kuvia, joiden käyttöoikeutta ei ole suojattu, vaan kuvaa saa käyttää kertakorvauksella rajoituksetta. Kuvatoimisto myy samaa kuvaa myös muille asiakkaille eli kuvaa voi käyttää kuka tahansa muukin missä tahansa yhteydessä samaan aikaan. Kuvatoimistolta voi ostaa erilaisia kokoisia *krediittipaketteja*, joilla voidaan ostaa ja ladata tietyn kategorian kuvia niin paljon kuin ostetun krediitin määrä kuvapankista sallii. (Kuvapankit.com 2015a)

2.3 Valokuvien oikeuksista sopiminen

Tekijänoikeudet mahdollistavat luovan työn taloudellisen hyödyntämisen. Oikeudenhaltijalla on mahdollisuus kontrolloida työnsä käyttöä ja myöntää suojattuun aineistoon käyttöluvia erilaisilla sopimuksilla. (Koivunen 2004, 40.) Laki ei aseta muotovaatimuksia sopimukselle, mutta suositeltavaa on sopia kirjallisesti sekä päivätä ja allekirjoittaa sopimus (Finnfoto 2006, 19). Lehtikuvaajien oikeuksien siirtymisestä sovitaan usein työehtosopimuksissa ja yksittäisen kuvaajan osalta työsopimuksissa. (Oesch 1993, 40-41.) Jos taas kuvat ostetaan kuvatoimistolta, sitoudutaan usein kuvatoimiston laatimiin sopimusehtoihin. Kuvatoimistoille kuvat ovat liiketoimintaa ja kuvia koskevat sopimuk-

set usein salaisia. Kuvatoimistojen kuvatarjonta on laaja, mutta sama kuva on käytännössä myynnissä kaikille. Kuvatoimisto voi tarvittaessa esittää valokuvan käyttöhistorian asiakkaalle. (Kuvapankit.com 2015b) Luostarinen kysyy työssään, miten on mahdollista rakentaa persoonallista brändiä samoilla valokuvilla, joita kilpailijan on mahdollista hyödyntää omassa viestinnässään? (Luostarinen 2015, 48).

On huomioitava, että laki antaa lähtökohdan, ja jos siitä halutaan poiketa, on poikkeamisesta nimenomaisesti sovittava. ”Se, jolle tekijänoikeus tai oikeus valokuvaan on luovutettu, ei saa muuttaa teosta eikä luovuttaa oikeutta, ellei toisin ole nimenomaisesti sovittu” (tekijänoikeuslaki 28 §). Moraalisista oikeuksista tekijä voi sitovasti luopua vain laadultaan ja laajuudeltaan rajoitetun teoksenkäytön osalta (tekijänoikeuslaki 3 §). Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että kuvaajan nimen mainitsematta jättämisestä voidaan sopia vain, kun kuvan käytön laatu ja laajuus on tarkasti määritelty.

2.3.1 Mitä tulee olla sopimuksissa?

Tekijänoikeudellisia sopimuksia koskee lähtökohtaisesti sopimusvapaus. Osapuolet voivat syrjäyttää sopimuksellaan esimerkiksi laissa olevat kustannussopimuksia koskevat olettasäännökset. (Waldén 2015, 324.) Tekijänoikeudellista sopimusoikeutta on kuvattu uudeksi ja vaikeaksi osaamisen alueeksi, jolla on liittymäkohtia myös työoikeuteen ja kilpailuoikeuteen (HE 28/2004, 8–9). Tekijänoikeuslaki on sopimuksenvaraista lainsäädäntöä, eli kuvan käytössä ratkaisevaa on käyttöoikeuden ostajan ja oikeudenhaltijan välinen sopimus. Tekijänoikeus ja oikeus valokuvaan voidaan luovuttaa sopimuksella, ja luovutuksen laajuus määräytyy sopimuksen sisällön mukaisesti. Siltä osin kuin niitä ei siirretä, oikeudet ovat tekijällä.

Sopimukset voivat olla keskenään hyvin erilaisia, riippuen esimerkiksi siitä, millainen kuvakauppa on kyseessä ja mitä osapuolet kaupalta tahtovat. Ostajalla ja myyjällä on erilaisia intressejä. Itsenäisen kuvaajan intressissä on useimmiten pitäytyä kertajulkaisu-oikeuden luovuttamisessa, eli tekijä säilyttää itsellään tekijänoikeudet ja voi luovuttaa kuvan jälleen edelleen (Finnfoto ry 1997, 37). Ostajan intressissä taas on saada kuva, joka vastaa kustannustehokkaasti hänen tarpeitaan. Sopimukseen sisällytettäviä, yleisesti huomioon otettavia seikkoja, voidaan kuitenkin listata.

Jos kuva tilataan eli valokuvaaja ottaa uuden kuvan tilauksen johdosta, on sovittava aineiston laatu, laajuus, valmistumisaika, kuvien määrä, aihe ja muut mahdolliset toi-

meksiantoon sisältyvät ehdot ja kulut. Mikäli toimeksiantoon tulee muutoksia tai lisäyksiä, jotka aiheuttavat tekijälle lisäkustannuksia tai lisätyötä, on hyvä sopia, kumpi maksaa lisäkustannukset. Tekijän työtä ei useimmiten voi hylätä tyyliin tai sommitteluun liittyvillä syillä, mutta tämäkin voidaan nimenomaisesti sopia. Oikeus tilattuun valokuvaan syntyy valokuvaajalle, jos tilaaja haluaa oikeudet, on oikeuksien siirtymisestä sovittava. (Finnfoto ry 2006, 18–19; Finnfoto ry 2015)

Kaikkiin sopimukseen voidaan suositella kirjattavaksi myyntihinta, tekijänoikeuskorvauksen suuruus, maksuaika sekä käyttöoikeuden siirtymishetki. Siirtymishetki voi olla esimerkiksi silloin, kun korvaus on kokonaisuudessaan maksettu. Kaikissa sopimuksissa on hyvä sopia valokuvan kappaleen omistusoikeudesta ja hallinnasta, esimerkiksi siitä että valokuvatiedosto tuhoetaan sovitun käytön jälkeen eikä sitä arkistoida. Olennaista on sopia myös kuvan käyttötarkoitus: käytetäänkö sitä julisteeseen, nettisivuihin vai postikorttiin. Kustakin käytöstä sovitaan oma korvaus. Hintaan vaikuttaa myös käyttöaika eli kuinka kauan kuva on esimerkiksi nettisivuilla. Jos käytölle voidaan antaa selkeää määrää, esimerkiksi painosmäärä 2000 kappaletta, kannattaa tämä kirjata. Myös mahdollisen lisäkäytön hinnasto on hyvä sopia ennalta. Jos käyttö on selkeästi alueellisesti rajattua, kannattaa tämä laajuus kirjata, esimerkiksi Suomessa tai Pohjoismaissa tapahtuva toisintaminen. Käyttöoikeuden luonne on hyvä yksilöidä, eli onko se yksinoikeudella myyty vai ei. (Finnfoto ry 2006, 18; Finnfoto ry 2015: Työkalut.)

Jos sovittaessa ollaan kaukonäköisiä, sovitaan myös esteestä ja viivästyksestä. Toimeksianto voi osoittautua tekijästä riippumattoman ja ennalta-arvaamattoman esteen johdosta mahdottomaksi, joten on hyvä sopia, onko tekijällä oikeus korvaukseen hänelle kertyneistä kuluista ja jo tehdystä työstä. Kannattaa myös sopia, onko ostajalla tietyn mittaisen viivästymisen sattuessa oikeus jonkinlaiseen vahingonkorvaukseen. Kaukonäköistä on sopia myös vastuunjaosta kolmansien osapuolten oikeuksiin, sillä valokuvissa esiintyy usein henkilöitä ja tuotteita. Näiden osalta tarvitaan luvat kuvien käyttöön. On hyvä sopia, vastaako luvista valokuvaaja vai kuvien ostaja. Ennalta on hyvä sopia myös erimielisyyksien ratkaisemisesta, eli miten ja missä mahdolliset riidat ratkaistaan sekä mikä on kauppaan sovellettava laki. (Finnfoto ry 2006, 18; Finnfoto ry 2015: Työkalut.)

2.3.2 Erityistilanteita

Mainitsen tässä yhteydessä muutaman erityistilanteen, jossa oikeuksien siirtyminen on aika ajoin problemaattista. Jos kuva syntyy työsuhteessa, syntyvät kuvan tekijänoikeudet työntekijälle. Työsopimuksella voidaan kuitenkin siirtää käyttöoikeuksia työnantajalle, mutta Tekijänoikeusneuvoston kannanoton mukaan vain normaaliksi katsottavan toiminnan edellyttämässä laajuudessa. (Finnfoto ry 2006, 19–20.) Punnittavaksi jää siis se, mitä on työn normaalin toiminnan edellyttämä laajuus.

Valokuvaamalla tehdyn muotokuvan tilaajalla on lähtökohtaisesti vahvempi oikeus käyttää kuvaa kuin kuvan tekijällä. Valokuvan tilaajalla eli asiakkaalla on oikeus antaa kuvansa sanomalehteen, aikakauskirjaan tai elämäkerralliseen teokseen, jollei valokuvaaja erikseen ole pidättänyt oikeutta kieltää sitä. Valokuvaajan taas tulee pyytää valokuvan käyttöön tilaajan suostumus, ellei toisin ole sovittu. (Finnfoto ry 2006, 19; tekijänoikeuslaki 27 § ja 40 c §.)

Tekijänoikeuslain pääsääntönä on, että teoksen käyttöön tarvitaan tekijän lupa. Käyttäjällä on kuitenkin oikeus käyttää teosta ilman tekijän lupaa tietyissä, tekijänoikeuslain rajoitussäännöksissä määritellyissä tilanteissa. Rajoitussäännökset koskevat tekijän taloudellisia oikeuksia, eivät moraalisia oikeuksia. Tärkein rajoitussäännös lienee aiemmin mainittu valokuvan yksityinen käyttö. Myös kuvasitaatti on sallittu, eli julkistetuista valokuvista saa ottaa tekstiin liittyviä kuvia arvostelemaan tai tieteelliseen esitykseen, jossa teksti on pääasia. Arvosteleva esitys on esimerkiksi näyttelyarvostelu. Tekstiin liittyviä kuvia saa käyttää myös sanomalehteen ja aikakauskirjaan selostettaessa päiväntapahtumaa. (Finnfoto ry 2006, 16; tekijänoikeuslaki 25 §)

Poikkeava käyttö on myös näyttelyä tai myyntiä koskeva tiedotus. Valokuvateoksen, joka kuuluu kokoelmaan tai pannaan näytille tai tarjotaan myytäväksi, saa kuvata lueteloon tai näyttelyä tai myyntiä koskevaan tiedotukseen (Finnfoto ry 2006, 17; tekijänoikeuslaki 25 a §). Rajoitussäännökset koskevat myös julkisella paikalla olevan taideteoksen kuvaamista. Taideteoksen kuvaaminen on sallittua, kun teos on pysyvästi sijoitettu julkiselle paikalle tai sen välittömään läheisyyteen. Jos taideteos on kuvan pääaihe, kuvaa ei saa käyttää ilman lupaa ansiotarkoituksessa. Rakennuksen saa kuvata kaksiulotteisena, esimerkiksi valokuvaamalla, vapaasti. Sen sijaan kolmiulotteinen toisintaminen edellyttää arkkitehdin luvan. (Kuvasto 2015c; tekijänoikeuslaki 25 a §)

2.3.3 Valokuvat digitaalisessa ympäristössä

Internetissä on helposti saatavilla paljon valokuvia ja välillä unohtuu, että myös Internetissä olevilla valokuvilla on oikeudenhaltijat. Koska tekijänoikeus on teknologianeutraali oikeudenala, katsotaan, että kuvan tallentaminen Internetistä omalle tietokoneelle tai muulle tallennusalustalle on kappaleen valmistamista (tekijänoikeuslaki 2 §). Tekijänoikeuslain 12 §:n mukaan ”julkistetusta teoksesta saa jokainen valmistaa muutaman kappaleen yksityistä käyttöään varten”. *Yksityinen käyttö* on siis yksi rajanveto siihen, miten valokuvaa saa käyttää. Yksityisen käytön voi määrittää esimerkiksi niin, että se ei kata myyntiä eikä lähipiirin ulkopuolista jakelua. (Finnfoto ry 2006, 32–35.) Kuvan käyttö oman tietokoneen taustakuvana on siis sallittua, mutta sen lisääminen julkiseen blogiin vaatii kuvan oikeudenhaltijalta luvan.

Digitaalisille medioille on tyypillistä *monimediallisuus* eli eri jakelukanavien hyödyntäminen. *Monialustaisessa* toiminnassa sama sisältö tuoteistetaan eri ympäristöihin. *Cross-brandingissa* samaa sisältöä sekakäytetään eri välineillä. (Koivunen 2004, 42.) Näin tehdään helposti juuri valokuville, ja siksi kuvien käytöstä on hyvä sopia tarkasti. Jos valokuvaa on sovittu käytettävän vain tietyllä Internet-sivulla, ei sopimus automaattisesti kata saman tahon sosiaalista mediaa tai mainoskuvaa toisella nettisivustolla, vaan tästä on erikseen sovittava.

2.4 Kulttuurivienti ja valokuvat

Kulttuurialalla on käytössä erilaisia toisiinsa liittyviä termejä, kuten luova talous, elämyksellisyys ja kulttuurivienti. Niiltä löytyy yhteinen tausta kulttuurin ja talouden yhdistämisestä. Koivunen (2004) käytti Kulttuurivienti -hankkeen yhteydessä kulttuuriviennistä määritelmää ”kulttuuripiiristä toiseen tapahtuvaa kulttuuristen merkitysten vaihdantaa”. Se kattaa sekä kaupallisen että voittoa tuottamattoman kulttuurituotannon. (Koivunen 2004, 27–28.) Muun muassa kuvataide, digitaalinen mediataide, kulttuuritapahtumat, kulttuuri- ja luontomatkailu ja erilaiset palvelukonseptit ovat kulttuuriviennin aloja. Ensisijainen vientituote on kuitenkin suomalaisen työn kysyntä, sillä työ tuo rahaa Suomeen. (Koivunen 2004, 30, 70.)

Koska luovan alan tuotteista saatava hinta perustuu kokonaan tai merkittävässä määrin tekijänoikeuteen, on oikeuksia osattava hyödyntää. Tätä tukee selkeä yritysstrategia tai toimintamalli. Jos kulttuurituotteita viedään ulkomaille, on vientimaan olosuhteet ja oi-

keusjärjestelmä tunnettava riittävän tarkasti. Aasiassa suomalaisten kulttuuriyhteyksien perinteinen alue on ollut Japani, jossa Koivusen mukaan avautuu edelleen paljon kulttuuriviennin mahdollisuuksia. (Koivunen 2004, 42, 111.)

”Kuvat, erityisesti valokuvat, ovat visuaalisia toimijoita, huudahduksia, kommentteja, väitteitä, postauksia, välimerkkejä, fantasioita, arvoituksia tai rahasampoja” pohtii Anna-Kaisa Rastenberger väitöskirjassaan. Valokuvilla on voima ja valta tuottaa mielikuvia yli maiden rajojen, ne saavat ihmisiä liikkeelle, niiden merkitysten hallinnasta kamppaillaan. (Rastenberger 2015, 9.) Valokuvaus hyväksyttiin vasta 1990-luvulla osaksi Valtion taideteostoimikunnan työtä ja valokuvataiteilijat Suomen Taiteilijaseuran jäseniksi (Rajakari 2012, 39). Valokuva on tähän päivään tultaessa noussut suomalaisen nykytaiteen kentässä perinteisten taidemuotojen rinnalle yhdessä videotaiteen kanssa (Koivunen 2004, 79).

Aiemmin suomalaista valokuvataidetta tuotiin esille suurlähetystöjen työnä osana Suomi-kuvan luomista. Esimerkiksi Antero Takalan luontokuvanäyttelyt kiersivät saadoissa näyttelyissä suurlähetystöjen kautta. 1980-luvulta lähtien valokuvataide on siirtynyt gallerioihin ja museoihin ja sitä kautta valokuvataiteen vienti on muuttunut yhä ammattimaisemmaksi. Pentti Sammallahta ja Esko Männikköä voidaan pitää tämän vaiheen suunnan näyttäjinä. Valokuvataiteen viennissä Frame-näyttelyvaihtokeskuksen rooli on ollut keskeinen 1990-luvulta alkaen. (Koivunen 2004, 81–82.) Moni suomalainen valokuvaaja on kuitenkin luonut kansainvälisen uran ilman mainittavaa kotimaisten instituutioiden myötävaikutusta (Rajakari 2012, 37).

En usko, että pitäisi perustaa uusia organisaatioita tai laitoksia. Nykyisiä resursseja voitaisiin käyttää paljon viisaammin ja tehokkaammin. Tarvitaan parempaa asiantuntijuutta, myös virkamiestaholla, ja enemmän todellista hengen paloa, entusiasmia. Taiteen viennissä on kyse kommunikaation lisäämisestä. Näen kansainvälisen näyttelytoiminnan ensisijaisesti ajatuksen vaihtona, ajan ja paikan luomisen uusien ideoiden ja näkökulmien kohtaamiselle. (Jorma Purasen haastattelu, Rajakari 2012, 41)

Mielikuvien ja maakuvan luominen taiteen avulla ei ole uusi ilmiö vaan jatkumoa jo 1800-luvulta alkaneelle ketjulle. Yksi viimeisimmistä esimerkeistä, kuinka Suomi-kuvaa on rakennettu valokuvataiteella, on The Helsinki School. Rastenberger arvioi, että The Helsinki Schoolin luo Suomesta entuudestaan tuttuja, stereotyyppisiä mielikuvia yhteisestä suomalaiskansallisesta kulttuurista, puhtaasta luonnosta ja maantieteellisestä periferiasta. Rastenberger on havainnut julkisessa taidepuheessa muutoksen, joka liittyy kulttuurin taloudellisen merkityksen kasvuun ja taiteeseen liittyvien mielikuvien luomaan hyötyyn Suomi-kuvan rakentamisessa. Liiketalouden logiikka, imagohyödyt ja

lupaavat tuottonäkymät ovat korvanneet taiteilijalähtöisen puheen ja keskustelun taiteen sisällöistä. Rastenberger pohtii, miten tietty ryhmä voi määritellä Suomi-kuvan. (Rastenberger 2015, 75–80, 101.)

3 Suomen Japanin instituutti sillanrakentajana

Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituuttiverkoston kuuluu 17 eri puolilla maailmaa sijaitsevaa instituuttia. Ne ovat kansalaisyhteiskunnan toimijoita, itsenäisiä yleishyödyllisiä asiantuntijaorganisaatioita, joita ylläpitää yksityinen säätiö tai rahasto. Instituuttien perusrahoitus tulee OKM:ltä. Instituutit hakevat projekteilleen rahoitusta myös muilta säätiöiltä, yrityksiltä sekä kotimaisilta ja ulkomaisilta yhteistyökumppaneiltaan. Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit ry (SKTI) auttaa instituuttien keskinäistä yhteistyötä. (Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit ry 2015.)

Suomen Japanin instituutti on tiedeinstituutti. Sen tarkoitus on edistää Suomen ja Japanin välistä yhteistyötä tutkimuksen, korkeakoulutuksen, taiteen ja kulttuurin alalla. Instituutti kannustaa maidenvälisiin yhteishankkeisiin sekä edistää tutkija-, opiskelija- ja taitelijaliikkuvuutta. SJI sijaitsee Tokiossa Suomen suurlähetystön rakennuksessa ja se on perustettu vuonna 1998. SJI:tä ylläpitää Suomen Japanin instituutin säätiö. Tavallisesti SJI osallistuu hankkeisiin osatuottajana suomalaisen ja japanilaisen partnerin ohella. Sen rooli on usein konsultoiva ja viestinnällinen. (Suomen suurlähetystö Tokio 2015; The Finnish Institute in Japan, 2015) Suurin osa SJI:n toiminnasta on b2b-tyyppistä, ei niinkään suurelle yleisölle suunnattua. Keskeinen toimintatapa kulttuuri-toimijoiden verkottamiseksi ovat olleet ns. asiantuntijaohjelmat, joissa ryhmä tietyn kulttuurin alan suomalaisia toimijoita tuodaan Japaniin tapaamaan vastaavat toimijat. (Koi-vunen 2004, 55.)

SJI on osa kulttuuriviennin tukiverkoston, jonka toimintaa koordinoi Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit ry ja OKM:n kulttuurivientiyksikkö (OKM 2015, Kulttuuriviennin tukiverkosto). SJI on myös osa Team Finlandin toimintaa Japanissa. Team Finland -verkoston tarkoituksena on edistää Suomen asiaa maailmalla, esimerkiksi suomalaisten yritysten kansainvälistymistä ja Suomen maakuva. Verkostoon kuuluvat Japanissa SJI:n lisäksi Suomen suurlähetystö, Finpro, Tekes, Finnish Chamber of Commerce in Japan

(FCCJ), Visit Finland, kunniakonsulaatit sekä Sendai-Finland Wellbeing Center. (Suomen suurlähetystö Tokio 2015.)



Kuvio 1. Suomen suurlähetystön ja Suomen Japanin instituutin sisäpiha. Kuva: Marjaana Larpa.

3.1 Instituutti kulttuuriviejänä

Koivunen (2004) on hahmottanut kulttuuri- ja tiedeinstituutit ja Suomen edustustot kulttuuriviennin tiedotusklusteriin. Myöhemmin hän toteaa, että kulttuuriviejinä instituutit asettuvat kulttuurivaihdon ja -viennin välille. (Koivunen 2004, 20, 30, 52.) Edustustojen ja instituuttien yhteistyötä tutkineet Niinikoski ja Kiiski (2007, 8) täsmentävät, että instituuttien rooli liittyy tiedotukseen, toimijoiden verkostoitumiseen ja kontaktipintojen lisäämiseen, tavoitteenaan edistää Suomen kulttuuria, taidetta ja tiedettä ja pitkäjänteisten yhteistyösuhteiden syntymistä. Instituuttien kulttuuriviennin toimintatapoja ovat suhdetoiminta, yhteyksiä luovien hankkeiden synnyttäminen, tukeminen eri hankkeissa sekä yhteyksien pitäminen paikallisiin ja suomalaisiin toimijoihin.

Kulttuurivienti on osa myös ulkoasiainministeriön (UM) ja sen vajaan sadan edustuston harjoittamaa *julkisuusdiplomatiaa*. UM tekee yhdessä kumppaneidensa kanssa *maakuvatyötä* eli laajaa yhteistyötä Suomen vaikutusvallan, vetovoiman ja näkyvyyden lisäämiseksi maailmalla. Maakuvatyöllä rakennetaan vahva *maabrändi* eli Suomen kansainväliset tunnusmerkit. Käytännön työn tekevät virkamiehet strategisen viestinnän, pitkäjänteisen vaikuttamisen ja pysyvien yhteistyöverkostojen punomisen kautta. (Ulkoasiainministeriö 2015: Ulkoasiainhallinnon edustustoverkko.) Osana tätä toimintaa UM julkaisi tämän opinnäytetyön aikana syyskuussa 2015 uudistetun FINLAND Tool-

boxin, jossa on tarjolla muun muassa kuvapankki, jossa on valokuvia Suomesta. Toolbox on osa ThisisFINLAND -maakuvasivustoa, joka tarjoaa laajasti artikkeleita Suomesta. (Ulkoasianministeriön tiedote 218/2015.)

Koivusen selvityksen keskeinen löydös oli se, ettei kulttuuriviennin toimijoilla ole yhteistä suuntaa ja strategiaa kulttuuriviennin kehittämiseksi kokonaisuutena. Myös immateriaalioikeuksien hallinnassa havaittiin puutteita. (Koivunen 2004, 16–17, 20.) Koivusen mukaan suomalaisen taiteen viennin suurin ongelma on viennin hajanaisuus: siinä on liikaa toimijoita. Erityisesti suurlähetystöissä ei ammattitaitoiseen kulttuurivientiin ole läheskään aina osaavaa henkilökuntaa ja todelliset kustannukset ovat jääneet taiteilijan harteille. (Koivunen 2004, 82.) Selvityksessä instituuteille ehdotettiin, että niiden tulisi kehittää organisaatioiden toimintaperiaatteita ja laatia yhteiset strategiat suurlähetystöjen, Finpro:n ja TEKES:n kanssa (Koivunen 2004, 71) Sen johdosta opetusministeriö ja ulkoasianministeriö tilasivat selvitystyön edustustojen ja instituuttien yhteistyöstä konsulttityönä Niinikoskelta ja Kiiskeltä. Yhteistyötä Finpron ja TEKES:n kanssa ei tutkittu.

Niinikoski ja Kiiski tekivät muun muassa seuraavia havaintoja. Instituutit käyttivät vuonna 2005 kulttuuritoimintaan keskimäärin enemmän henkilötöyvuosia ja menoja. Myös toimialojen painotuksissa oli eroavaisuuksia, instituutit kokivat esimerkiksi kuvataiteen merkittävämmäksi omassa toiminnassaan, kuin edustustot. Molemmat organisaatiot pitivät keskinäistä yhteistyötä tuloksellisen toiminnan edistäjänä, sillä vähenevät resurssit edellyttävät entistä enemmän toimintojen uudelleenjärjestelyjä. (Niinikoski & Kiiski 2007, 10, 13, 23.) Yhteistyön kehittäminen otettiin selvitystyön tuloksena mukaan kulttuuriviennin kehittämissuunnitelmaan 2007–2010 ja informaatio-ohjausta edustoihin ja instituutteihin lisättiin. (Opetusministeriö 2008, 26–27.)

Edustustojen ja instituuttien kulttuuriviennin taustatekijät ja tavoitteet ovat hieman erilaiset. Edustustot ovat osa ulkoasiainhallintoa, kun taas instituuttitoimintaa ylläpitävät säätiöt, joiden päärahoitus tulee OKM:ltä. Käytännössä erot kulttuuriviennin alueella ovat harmaalla alueella, sillä molemmat tekevät kulttuurivientiä pitkälti tiedottamisen ja suhdetoiminnan kautta. Kulttuuriviennin kehittämissuunnitelmassa 2007–2010 (Opetusministeriö 2007, 15) visioidaan, että vuonna 2011 kulttuuri on nykyistä selkeästi vahvempi osa Suomi-kuvaa ja -brändiä. Kehittämissuunnitelman raportissa (Opetusministeriö 2008, 26-27) kerrotaan, että edustustoverkko tähtää entistä tavoitteellisempaan ja pitkäjänteisempään kulttuuritoimintaan keskittyen kuhunkin asemamaahan soveltuviin hankkeisiin. ”Edustustot eivät enää itse tuota kulttuuritapahtumia vaan avaavat ovia ja luovat

pohjaa eri taiteenalojen määrittämille kärkihankkeille.” Toiminnan kerrotaan olevan kaksisuuntaista kulttuurivientiä ja -vaihtoa, ei siis yksisuuntaista oman maan brändin rakentamista. Erot kulttuuriviennissä ovat siis tavoitetasolla kaventuneet ja yhteistyö ainakin teoriassa lisääntynyt.

3.2 Instituutti ja valokuvat

SJI edistää valokuvataiteen vientiä kuten muitakin taiteen aloja, eli esimerkiksi auttamalla apuraha- ja residenssihakemuksissa ja näyttelyjen organisoinnissa. SJI on kiinnostunut myös käyttökuvista, joissa kuvataan Suomea, sillä instituutista kysytään valokuvia japanilaisiin julkaisuihin. Kysyjien joukossa on suuriakin japanilaisia kustantajia, jotka eivät yleensä halua maksaa kuvien käytöstä. He siis etsivät instituutin kautta ilmaisia kuvia, yleensä nopealla aikataululla. SJI:lle tilanne on vaikea ja moraalialta koetteleva: vaakakupissa painavat halu lisätä Suomen näkyvyyttä Japanissa ja valokuvaajien oikeuksien kunnioittaminen. Tähän mennessä instituutti on tarjonnut valokuvia Suomesta joko omista kuvavarannoistaan, eli valokuvista, joita instituutin työntekijät ovat itse ottaneet Suomesta esimerkiksi joulun vietosta omassa perhepiirissään, tai ohjanneet Visit Finlandin kuvapankin pariin. Joskus tämä on edellyttänyt auttamista Visit Finlandin kuvapalveluun rekisteröitymisessä. (Kinnunen, haastattelu 21.5.2015)

Japanissa on aika paljon julkaisuja, jotka keskittyvät Pohjoismaiseen elämäntapaan. Niiden toimittajat ottavat yhteyttä ja kertovat, että nyt tarvittaisiin kuva joulupukista tai äitiyspakkauksesta. Sitten (instituutissa) mietitään, että onko se sellainen taho, jolle halutaan tai voidaan lähettää jotain tai onko meillä jotain lähetettävää, vai onko se sellainen taho, että niiden pitäisi maksaakin siitä. (Kinnunen, haastattelu 21.5.2015)

4 Tutkimuskysymykset

Olen muotoillut tutkimuskysymykset palvelemaan kartoituksen tavoitteita, eli kysymyksillä pyrin löytämään vastauksia, joiden avulla voidaan selkeyttää ja kehittää SJI:n roolia valokuvien vientiprosessissa ja tarjota parempia edellytyksiä suomalais-japanilaiselle yhteistyölle. Kartoitus voidaan nähdä osana SJI:n strategiaa vuosille 2015–2020, jossa on linjattu, että instituutille laaditaan viestintästrategia. SJI:ssä on käynnissä nettisivujen uudistaminen, jota tämä kartoitus osaltaan auttaa.

Tutkimuskysymykset ovat pysyneet karkeasti samanlaisina opinnäytetyön suunnitteluvaiheesta lähtien, mutta olen täsmentänyt ja yhdistänyt niitä opinnäytetyön edetessä.

Olen myös löytänyt uusia aiheita, jotka kysymykset kattavat. Laadullisten tutkimusasetelmien yhteydessä kysymykset voivatkin olla aluksi yleisluontoisia ja muuttua aineiston tuottamisen ja analysoinnin myötä (Toikko ja Rantanen 2009, 117). Aluksi olin kiinnostunut lähinnä sopimusteknisistä asioista, mutta aineistonkeruun aikana huomasin, kuinka vaikea aihe se on ja kiinnostukseni valokuvista kulttuuritoiminnan tukijoina kasvoi.

Työn otsikko on Kartoitus suomalaisten valokuvien sopimisesta ja käytöstä Japanissa. Pääkysymyksenä on tätä otsikkoa mukaillen: miten valokuvien tekijänoikeuksista sovitaan Suomen ja Japanin välillä? Muotoilin pääkysymyksen alle kolme apukysymystä niin, että niiden avulla voidaan kartoittaa sopimiskäytäntöjä ja SJI:n roolia kuvapalveluiden tarjoajana. Kysymysten avulla voidaan selkeyttää ja parantaa SJI:n kuvatoimintaa sekä asiakkaiden, SJI:n että valokuvaajien kannalta. Kysymyksistä voi olla apua usealle Team Finland toimijalle ja laajemmin se voi edistää kulttuurivientiä Aasiaan ja erityisesti Japaniin. Kartoitus voi antaa ohjeistusta ja tietoa alan toimijoille ja tuottajille.

1. Miten valokuvien käytöstä sovitaan Suomessa?
2. Miten valokuvien käytöstä sovitaan Japanissa?

Nämä apukysymykset on tärkeitä, sillä niillä kartoitetaan käytäntöjä, joilla valokuvista sovitaan. Tietoa sopimisprosessista on lähes mahdoton saada kirjallisuudesta tai vastaavasta teorialähteestä, vaan tätä on kysyttävä alan toimijoilta. Jotta tutkittavaa prosessia voidaan parantaa, on kysyttävä, miten se nykyisellään toimii ja mitä vaiheita ja osapuolia siihen kuuluu. Sopimisen kartoittaminen valaisee myös tekijänoikeuksista sopimista. Tekijänoikeudet ovat teorialähteiden mukaan tärkeä osa kulttuurivientiä. Kysymys on laaja ja kattaa sisälleen myös muita kysymyksiä, kuten: ketkä sopivat, milloin sopivat, millä instrumenteilla? Mikä sopimisessa on haastavaa, miten sitä voitaisiin parantaa? Kysymys kartoittaa myös, kuinka tietoisia tekijänoikeudesta ollaan ja miten siihen asennoidutaan. Kun SJI saa tietoa valokuvien toimintaympäristöstä ja kuvakäytännöistä, sen on helpompi kehittää omaa toimintaansa.

3. Minkälaisilla kuvapalveluilla tuetaan SJI:n toimintaa?

Kysymys kattaa sisälleen osakysymyksiä, kuten minkälaiset kuvapalvelut kuuluvat instituutin toimialaan? Kuka on palveluiden kohdeyleisö? Mistä aiheista kuvia pitäisi olla, miten niitä pitäisi olla tarjolla ja millä ehdoilla? Minkälainen on SJI:n kuvapalveluiden

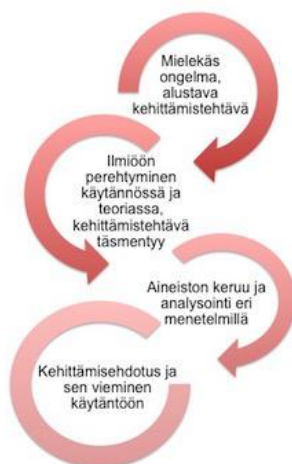
rooli verrattuna muihin Team Finlandin kuvapalveluihin? Kysymyksen avulla SJI:n rooli valokuvien sekä Team Finland -toimijoiden työnjaon kanssa voi selkeytyä.

5 Haastattelupainotteinen tapaustutkimus

Tutustuin useisiin eri lähestymistapoihin opinnäytetyön menetelmäopintojen ja niihin kuuluvan kirjallisuuden avulla. Etsin lähestymistapaa, joka palvelisi sekä tutkimuskysymyksiä että tilaajan tarpeita. Tämä on ollut ilmeisen oikea asenne menetelmien valintaan, sillä myös Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden (2009, 37) mukaan kehittämistehtävä määrittää lähestymistavan.

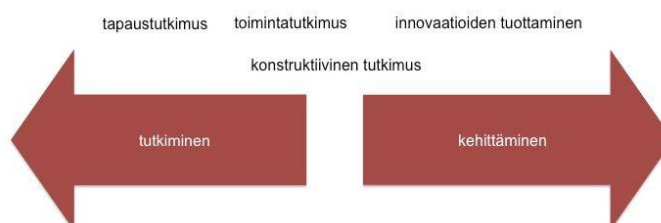
5.1 Lähestymistapana konstrukttiivinen tapaustutkimus

Lähestymistavassani on elementtejä useasta eri kehittämistyön menetelmästä, mutta johtavana pidän tapaustutkimusta, sillä kyseessä on rajatusta tapauksesta koostuva kartoitus. Tapaustutkimuksen kohteena on suomalaisista käyttökuvista sopiminen Japanissa ja tilaajaorganisaatiossa SJI:ssä. Tapaustutkimuksessa pyritään ymmärtämään syvällisesti kehittämisen kohdetta sen omassa toimintaympäristössään. Aineistonkeruussa käytetään useita menetelmiä syvän ymmärryksen takaamiseksi rajatusta kohteesta. Tapaustutkimuksessa ei yleensä viedä muutosta käytäntöön, tutkimus tuottaa kehittämisideoita tai ratkaisuehdotuksia, muttei testaa niitä. Tapaustutkimuksen sovellettavuus ja yleistettävän tiedon luonti saattaa suppean tutkimuskohteen johdosta olla heikkoa, mutta se tarjoaa tutkimuksen kohteelle itselleen soveltuvaa tietoa. (Ojasalo ym 2009, 37–38, 52–55.)



Kuvio 2. Tapaustutkimuksen vaiheet muotoillen Ojasalon ym (2009, 38) mallia.

Kartoituksessani on konstruktiiivinen asenne, sillä tavoitteenani on saada aikaan kartoituksella jokin konkreettinen ratkaisumalli, joka viedään käytäntöön. Konstruktiiivinen tutkimus asettuu välimaastoon tutkminen ja kehittäminen -jatkumolla (kuvio 1). Konstruktiiivisessa tutkimuksessa ratkaistaan Ojasalon ym (2009) mukaan käytännön ongelma muuttamalla tai luomalla uusi teoreettisesti perusteltu konstruktio, eli rakenne, esimerkiksi sopimusmalli tai tietojärjestelmä. Konstruktiiivisessa lähestymistavassa käytäntö ja teoria käyvät tiivistä vuoropuhelua. (Ojasalo ym 2009, 38, 65.) Konstruktiiivisen lähestymistavan prosessiin kuuluu olennaisena osana eri ratkaisuvaihtoehtojen tuottaminen, yhden ratkaisun teoreettisesti perusteltu valitseminen ja ratkaisun testaaminen käytännössä. Lähestymistapa vaatii valinnoissa vuorovaikutusta työn toteuttajan ja tilaajan kanssa ja prosessin eri vaiheet tulee dokumentoida huolella. Kehitetyn ratkaisun toimivuutta voidaan arvioida markkinoilla tai organisaation sisällä niin sanotuilla markkinatesteillä. Lähestymistapa sallii monta eri aineistonkeruumenetelmää. (Ojasalo ym 2009, 65–68.)

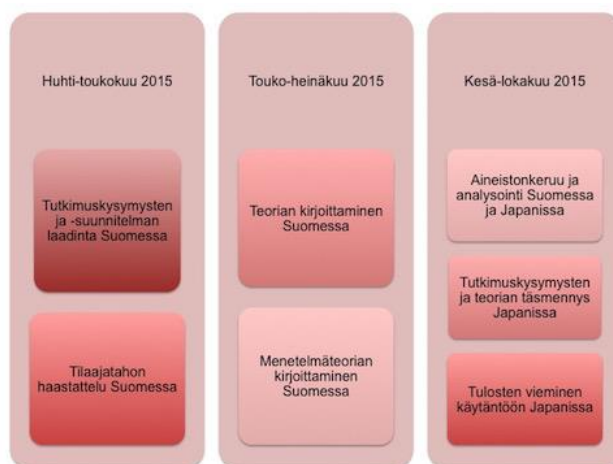


Kuvio 3. Lähestymistavat muotoillen Ojasalon ym (2009, 37) tutkiminen-kehittäminen -jatkumoa.

Puhtaasti konstruktiiivisessa lähestymistavassa on useita haasteita, kuten useiden eri ratkaisuvaihtoehtojen luominen ja niistä yhden valitseminen perustellusti. Myös ratkaisun uutuusarvon osoittaminen on haastavaa opinnäytetyössä, jossa ei luoda mekaanista kaupallista tuotetta, vaan testaus jää organisaation sisäisesti arvioitavaksi. Lopuksi olisi osattava myös tarkastella ratkaisun soveltamisaluetta, mikä vaatii myös kypsyttää ja ratkaisun rajallisuuden myöntämistä. (Ojasalo ym 2009, 65–69.) Konstruktiiivisesta lähestymistavasta omaksun tapaustutkimukseeni ratkaisukeskeisen asenteen, prosessin vaiheiden syklmäisyyden ja tarkan dokumentoinnin sekä tiiviin vuorovaikutuksen työn tilaajan kanssa. En kuitenkaan pyri pääsemään kartoituksella useaan rat-

kaisuvaihtoehtoon enkä teoreettiseen testausvaiheeseen asti. Konstruktivisen asenteen kautta tapaustutkimus ei jää pelkästään tutkimisen akselille, vaan lähestyy kehitettävää ja innovatiivista toimintaa. Myös tulosten sovellettavuus muihin tapauksiin saattaa konstruktivisen asenteen johdosta parantua.

Kartoituksen kehittämisprosessi alkoi keväällä 2015 opinnäytetyökursseilla ja tutkimuksen suunnittelulla. Tapasin työn tilaajan ja valmistelin kartoitukselle tutkimuskysymykset ja tutkimussuunnitelman. Toisella tapaamisella haastattelin tilaajatahoa Suomessa. Kevään edetessä rakensin teoriaa sekä aihetta, valokuvia ja niistä sopimista, että menetelmiä koskien. Aloitin aineiston keräämisen kesällä Suomessa ja jatkoin sitä Japanissa työharjoittelun ohessa. Korjasin ja jatkoin keväällä ja kesällä tehtyjä tekstejä lokakuun loppuun asti aineiston keruun ja analysoinnin ohessa. Kehittämistyön haasteena oli omaksumani prosessorientoitunut toiminta, jossa korostui kehittämiselle tyypillinen reflektiivisyys. Uutta kehittämistä koskevaa tietoa syntyi prosessin edetessä ja tieto ja kokemukset ohjasivat etenemistä. Kehittäminen eteni yhteisen vuorovaikutuksen varassa eikä suuntaa tiedetty etukäteen. (Toikko & Rantanen 2009, 49–50, 97.) Tulevaa ei siis voitu ennakoita vaan opinnäytetyö eteni vaihe kerrallaan dialogissa työn tilaajan kanssa. Pidimme säännöllisesti välitarkistuksia työn tilaajan kanssa.



Kuvio 4. Kehittämisprosessin vaiheet.

5.2 Aineistonhankintamenetelminä teemahaastattelut ja kyselylomake

Kehittämistyölle on ominaista aineistonkeruumenetelmien moninaisuus, sillä useat eri menetelmät takaavat näkökulmien monipuolisuuden. Menetelmiä valittaessa on kes-

keistä pohtia, mihin tarkoitukseen ja millaista tietoa tarvitaan. (Ojasalo ym 2009, 40.) Olen pyrkinyt etsimään useita aineistonhankintamenetelmiä, jotka voivat vastata tutkimuskysymyksiini. Aineistonkeruumenetelmiksi valikoituivat teemahaastattelut ja kysely. Aluksi etsin valokuvia koskevia sopimuksia tehdäkseni dokumenttianalyysin, mutta aihe olisi pitänyt rajata todella tarkasti, jotta sopimuksia voisi vertailla keskenään. Myös sopimusten saanti osoittautui hankalaksi, joten luovuin dokumenttianalyysistä. Yksi keruumenetelmä olisi voinut olla benchmarking, jossa olisin vertaillut muiden instituuttien kuvatoimintaa. Apukysymykseni linkittyvät toisiinsa niin, että olen käyttänyt samoja aineistonkeruumenetelmiä kaikkiin kysymyksiin.

1. Miten valokuvien käytöstä sovitaan Suomessa?

Tähän etsitään vastauksia teemahaastatteluilla, joissa kartoitetaan syvällisesti sopimisprosessia ja toimintaympäristöä toimijoineen. Pohdintaan tulevat myös haasteet ja parannusehdotukset. Haastatteluiden avulla muodostuu kuva valokuvien toimintaympäristöstä Suomessa.

2. Miten valokuvien käytöstä sovitaan Japanissa?

Tähän etsitään vastauksia teemahaastatteluilla, joissa kartoitetaan syvällisesti sopimisprosessia ja toimintaympäristöä toimijoineen. Pohdintaan tulevat myös haasteet ja parannusehdotukset. Haastatteluiden avulla muodostuu kuva valokuvien toimintaympäristöstä Japanissa. Kysymykseen etsitään vastauksia myös kyselyllä, joka tehdään uuden Muumi-museon tiedotustilaisuudessa Suomen suurlähetystössä. Kysely kartoittaa mistä matkailualan yritykset ja toimittajat saavat kuvia ja kuinka he niitä käyttävät.

2. Minkälaisilla kuvapalveluilla tuetaan SJI:n toimintaa?

Tähän etsitään vastauksia teemahaastatteluilla sekä Team Finlandin sisällä että sen ulkopuolella. Tarkoitus on saada monta näkökulmaa siihen, millaisia palveluita SJI:n tulisi tarjota. Tarkoitus on kerätä haastattelemalla syvällistä ja monipuolista tietoa siitä, mitä etuja ja haittoja erilaisella kuvatoiminnalla on ja mikä sen suhde on jo olemassa oleviin kuvapalveluihin. Vastauksia etsitään myös kyselyllä, mutta kerätyn tiedon ei oleteta olevan niin syvällistä kuin haastatteluiden. Kyselyllä selvitetään matkailualan yrittäjien ja toimittajien odotuksia ja näkemyksiä SJI:n kuvatoiminnasta.

5.2.1 Teemahaastattelut Suomessa ja Japanissa

Teemahaastattelu on haastattelu, jossa keskustelun teema-alueet eli aihepiirit on etukäteen määrätty. Teemahaastattelussa kysymyksillä ei ole tarkkaa muotoa tai järjestystä, kuten esimerkiksi strukturoidussa haastattelussa. Haastattelijalla on käytössään jonkinlainen tukilista, jolla hän varmistaa, että kaikki teema-alueet käydään haastateltavan kanssa läpi. (Eskola & Vastamäki 2010, 28–29.) Teemahaastattelussa myöhempiä haastatteluja voidaan muokata edellisten haastattelujen mukaan, jos niissä ilmenee mielenkiintoisia asioita, joita ei ennalta osattu suunnitella (Ojasalo ym 2009, 41). Teemahaastatteluissa haastattelun aihepiirit, teemat, ovat kaikille samat, kun taas muissa puolistrukturoiduissa haastatteluissa kysymykset tai jopa kysymysten muoto ovat kaikille samat (Hirsjärvi & Hurme 2008, 48).

Aineistonkeruun edetessä huomasin, että en saa sovittua kaikkien haluamieni haastateltavien kanssa haastatteluaikaa aikatauluista tai etäisyyksistä johtuen. Koska tein aineiston keruuta kahdessa eri maassa, minun täytyi tukeutua myös puhelinhaastatteluun tavoittaakseni informantit. Hirsjärven ja Hurmeen (2008) mukaan puhelinhaastattelut ovat usein strukturoituja haastatteluja, sillä niistä puuttuvat keskustelun näkyvät vihjeet, jotka tarjoaisivat haastattelun kontekstin. Puhelinhaastattelu on kuitenkin hyvänä vaihtoehtona myös puolistrukturoiduissa haastatteluissa, sillä niillä voidaan tavoittaa kiireisiä tai kaukana asuvia henkilöitä. Jos puhelinhaastattelu tehdään tapaamatta ihmistä, on tärkeää laatia hyvä ja asiallinen kirje, jolla haastateltavaa lähestytään. Haastateltavalle on hyvä tarjota tilaisuus esittää kysymyksiä tutkimuksesta. Itse haastattelu tekniikan on oltava rauhallinen, kysymysten pitää olla lyhyitä ja haastattelijan on hyvä sanoa kommenttinsa vastaajan taukojen aikana. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 64–65.) Näitä ohjeita noudatin ja toimitin ennen haastattelusta taustoitusta ja ohjeistusta ennen puhelinhaastatteluja. Puhelut tehtiin joko puhelimen tai Skype:n välityksellä.

Teemahaastattelu on menetelmänä joustavampi ja sallii aineistonkeruun aikana tehtävät täsmennykset. Haastattelu sopii hyvin kartoitukseen, sillä siinä voidaan saada muun tiedon ohella uusia hypoteeseja ja löytää ilmiöiden välisiä yhteyksiä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 36.) Pyrin haastattelemaan tasapuolisesti sopimisprosessin molempia osapuolia, eli valokuvia toimittavia suomalaisia tahoja sekä valokuvia käyttäviä japanilaisia tahoja. Kutsun valokuvia toimittavia tahoja alan *toimittajiksi* ja valokuvia käyttäviä tahoja *käyttäjiksi*. Toimittavia tahoja voivat olla valokuvien tekijät, valokuvaajat, tai valokuvien muut oikeudenhaltijat, kuten kuvatoimistot. Käyttäviä tahoja ovat esimerkiksi

erilaiset aikakauslehdet ja julkaisuja tekevät tahot. Haastatteluilla tavoiteltiin sekä valokuvien toimittajien että käyttäjien maailmojen ymmärtämistä. Näin kehittämisprosessia voitiin ohjata paremmin vastaamaan työn tilaajan intressejä ja tavoitteita, mutta saatiin tietoa ohjaustoiminnan lisäksi myös käyttäjien tarpeista. Tällaista kehittämistoimintaa voidaan kokonaisuudessaan kutsua empaattiseksi, sillä tavoitellaan herkkyyttä ymmärtää tavallisten käyttäjien ja toimijoiden tarpeita. Käyttäjät ja toimijat ovat oman toimintaympäristönsä parhaita asiantuntijoita, joten heitä oli tärkeää kuulla haastatteluiden muodossa. (Toikko & Rantanen 2009, 96.)

Informanttien keruu lähti ensimmäisestä teemahaastattelusta tämän työn tilaajan kanssa. Ulla Kinnunen SJI:stä siis suositteli minulle tahoja, joita olisi hyvä haastatella. Pyydin haastattelun lopuksi informanteilta vinkkejä siitä, keitä muita tahoja tai henkilöitä kannattaisi ottaa huomioon. Tällaista informanttien keruuta voidaan kutsua lumipallo-otannaksi, eli aloitin tärkeimmästä haastateltavasta, joka suositteli lisää haastateltavia Haastatteluinformanttien määräksi tuli 9, jotka voidaan jakaa kategorioihin esimerkiksi seuraavalla tavalla:

	Suomalaiset informantit	Japanilaiset informantit	Kasvotusten=K, puhelimitse=P
Toimittajat	6	-	K=3, P=3
Käyttäjät	-	3	K=3, P=0

Taulukko 1. Teemahaastattelun informantit kriteereillä valokuvan toimittaja tai käyttäjä sekä suomalainen tai japanilainen.

Haastateltavina olivat aikajärjestyksessä kulttuuri- ja viestintäjohtaja Ulla Kinnunen (SJI), suomalainen valokuvaaja A, entinen kuvatoimittaja, kuva-asiantuntija ja arkistovirkailija Marcel Maltzeff (Sanoma Pro, WSOY Oppimateriaalit Oy, Lehtikuva Oy), toiminnanjohtaja Mikko Säteri (Finnfoto ry), toimitusjohtaja Hiroko Sakomura (S2 corporation), suomalainen valokuvaaja ja tutkija B, japanilainen kirjailija A, maaedustaja Noto Shigeyoshi (Visit Finland) sekä lehdistö- ja kulttuurineuvos Markus Kokko (Suomen Tokion suurlähetystö). Sopivia informantteja oli vaikea löytää ja moni haastateltavista epäili etukäteen tietojensa riittävyyttä ja hyödynnettävyyttä, eli kysymyksen asettelu koettiin vaikeaksi. Olisin toivonut tavoittavani kuvatoimiston edustajia enemmän, mutta kaksi kysymääni kuvatoimistoa kieltäytyi haastattelusta. Tämä saattaa johtua siitä, että he eivät halua kertoa sopimuskäytännöistään.

Kinnunen toimii SJI:ssä kulttuurista ja viestinnästä vastaavana ja hän on keskeinen informantti selvittämään ongelmanasettelua. Kinnusen suosituksesta haastattelemani suomalainen valokuvaaja A on työskennellyt freelancerina 90-luvulta lähtien ja viimeiset vuodet Japanissa. Hänen pääasiallinen asiakkaansa on kansainvälinen kuvatoimisto. Maltzeff on haastattelijan ystävä harrastustoiminnan kautta, mutta hyvä informantti kuvaamaan kuvien ostajan ja arkistojen roolia, sillä hän on toiminut useassa eri kuvaorganisaatiossa eurooppalaisella konsernitasolla. Maltzeff pystyy valottamaan kuvan ostajan puolta kansainvälisesti, mikä on yksi kartoitettava SJI:n rooli kuvatoiminnassa. Säterillä on pitkä tausta valokuvien parissa, hän on toiminut 25 vuotta ammattikuvaajana ja 9 vuotta toiminnanjohtajana Finnfoto ry:ssä, joka on valokuvaajien edunvalvontajärjestö. Sakomura toimii Japanissa yrityksen johtajana. Sakomuran yritys tekee kulttuurialan tuotantoja ja hän kuvailee keskeiseksi työkseen ihmisten yhdistämisen ja konsultoinnin. Sakomura tekee kansainvälisiä tuotantoja myös Suomen ja Japanin välillä ja sopii työssään myös valokuvista. Suomalainen valokuvaaja B on taiteilija ja tutkija. Hänellä on ollut japanilaisia kuva-asiakkaita ja hän on toiminut taustansa vuoksi molemmissa kulttuureissa. Valokuvaaja B tutkii kansainvälisessä yliopistossa suomalais-japanilaisia valokuvia. Japanilainen kirjailija A kirjoittaa Skandinaviasta kertovia matka-opaskirjoja sekä artikkeleita ja on tarvinnut työssään valokuvia Suomesta. Shigeyoshi toimii työkseen Suomesta kertovien kuvien parissa Japanissa ja palvelee japanilaisia matkailualan kuva-asiakkaita. Hänen yrityksensä hallinnoi myös muiden maiden matkailukuvia. Shigeyoshi on toiminut pitkään Suomen matkailunedistämisen kanssa. Kokko toimii Japanissa Suomen suurlähetystössä Suomen maakuvan parissa. Aiemmin hän on toiminut elinkeinoelämän kansainvälistä viestintää ja mediasuhteita hoitavassa Finnfactsissa sekä maakuvatyötä koordinoivassa Finland Promotion Boardissa.

Sekä Shigeyoshi että Kokko työskentelevät Team Finlandiin kuuluvissa organisaatioissa ja tunteva SJI:n toiminnan. Suomalainen valokuvaaja B on aiemmin työskennellyt SJI:ssä harjoittelijana, mikä ilmeni vasta haastattelun aikana. Valokuvaaja A ja Sakomura ovat tehneet SJI:lle toimeksiantoja. Japanilaiselle kirjailijalle A insituutin toiminta oli suurelta osin vierasta, mutta hän on ollut aiemmin töissä Suomen suurlähetystössä. Säterille ja Maltzefille SJI:n toiminta ei ollut entuudestaan tuttu. Kaikki informantit ovat työnsä puolesta tekemisissä valokuvien kanssa.

Otin haastateltaviin yhteyttä sähköpostilla, jossa esittelin itseni, tutkimuksen aiheen ja tilaajan. Mikäli kyseessä oli jonkun aiemman haastateltavan tuttava, kerroin myös saa-

neeni yhteystiedon häneltä. Kysyin viestissä, voisiko haastateltava osallistua haastattelun ja millaisella aikataululla. Sovimme jatkosta pääsääntöisesti sähköpostitse. Pyysin ennalta lupaa käyttää haastattelumateriaalia opinnäytetyöhöni ja lupaa ottaa haastattelutilanteeseen nauhuri. Tallensin haastattelut litterointia varten joko ääninauhurilla tai älypuhelimella. Toimitin haastattelun litteraatin eli puhtaaksi kirjoitetun aineiston haastattelulle haastattelun jälkeen. Litteraatin toimitus tapahtui viiveellä, sillä litterointi vaati aikaa paljon enemmän haastattelu-aikaan nähden. Pyrinkin pitämään haastattelut alle tunnin mittaisina litterointityötä rajoittaakseni. Toimitin myös opinnäytetyön tekstikokouksen lokakuun lopulla kaikille haastatelluille, jotta he saivat nähdä, missä kontekstissa olin käyttänyt haastatteluita.

Lähetin haastattelun teema-alueet haastateltavalle tiedoksi ennen haastattelua (ks liite 1). Haastattelujen teemat olivat kaikille haastateltaville samat. Teemat muotoutuivat pitkälti palvelemaan tutkimuskysymyksiä ja kytkeytyvät sopimusprosessiin. Eskolan ja Vastamäen (2010, 35) mukaan juuri tutkimusongelma sitoo kokonaisuuden yhteen ja määrittää teemat. Apua teemahaastattelurunkojen tekemiseen sain etenkin Hirsjärveltä ja Hurmeelta (2008, 66–67, 105–112). Jaoin teemat neljään pääalueeseen: 1. haastateltava kuvakaupassa, 2. kuvakaupan prosessi haastateltavan omassa organisaatiossa, 3. kuvakauppa Suomesta Japaniin yleisesti ja 4. instituutin rooli kuvakaupassa. Kaikissa haastatteluissa pyrin rajaamaan keskustelun tutkittavaan toimintaympäristöön, suomalaiset kuvat Japanissa. Korostin haastateltavalle, että hän esittää vastauksensa omasta asemastaan käsin, eikä hänen oleteta olevan sopimusammattilainen. Moni haastateltavista nimittäin epäili etukäteen tietojensa riittävyyttä ja hyödynnettävyyttä. Järjestin teemarungot Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 107) kuvaaman suppilotekniikan mukaisesti niin, että aloitin haastattelun helpommilla kysymyksillä ja etenin yleisistä kysymyksistä spesifisempiin. Japanilaisille haastateltaville käänsin teemat ja kysymykset englanniksi. En kuitenkaan kääntänyt kirjallista esittelyosuutta, joten panostin esittelyyn kasvatusten suomenkielisiä haastatteluja enemmän.



Kuvio 5. Haastattelu tapahtui usein kahvilassa tai työpaikalla. Kuva: Marjaana Larpa

Haastattelu aika muotoutui sekä minun että haastateltavan menojen mukaan. Haastattelupaikaksi valikoitui useimmiten kahvila tai työpaikka, haastateltava sai valita paikan. Haastattelutilassa ehdotin paikkaa, jossa oli rauhallinen äänimaisema sekä pöytätila. Haastattelu alkoi usein kättelyllä, esittäytymisellä ja lyhyellä kuulumisten vaihdolla, kuten myös Eskola ja Vastamäki (2010, 32) suosittavat. Aloitin haastattelun kertaamalla, mikä tutkimusaiheeni on. Etenin haastattelutilanteessa tukirungon mukaisesti, mutta tilanteen vaatiessa teemojen järjestys vaihtui. Pyrin pitämään haastattelutilanteen rentona käyttämällä normaalia puhekieltä ja reagoimaan tilanteessa kuten normaalissa keskustelussa. Pyrin noudattamaan Hirsjärven ja Hurmeen kuvaamaa (2008, 59) kokeilevaa keskustelutapaa, jossa haastattelijä pääsee kokeilemaan alkuperäisiä ideoitaan, suuntaamaan tutkimustaan uudelleen ja päättämään sen mukaan, mitä kannattaisi puhua. Haastattelut Suomessa ja Japanissa poikkesivat kielellisesti toisistaan, sillä haastattelut tapahtuivat japanilaisten kanssa englanninkielellä. Muutoin haastattelutilanteissa ei ollut suurta eroa. Huomasin, että kysymysten kysyminen ja haastattelut helpottuivat loppua kohden. Olin itsevarmempi kysymyksistä ja aiheesta. Tuntui, että löysin oikeat kysymykset. Kun litteroin haastatteluja, opin haastattelutyylisiä lisää ja paransin seuraavia haastatteluja esimerkiksi lyhentämällä kysymyksiä ja esittämällä osuvampia jatkokysymyksiä.

5.2.2 Kyselylomake Japanissa

Koska käyttäjäinformantteja oli vähemmän kuin toimittajia, tein paperilla jaettavan kyselylomakkeen täydentämään haastatteluaineistoa. Ajatus kyselyn tekemiseen heräsi myös sopivan tilaisuuden tullessa. Suomen suurlähetystö järjesti 17.9.2015 tiedotustilaisuuden uuden Muumi-museon avaamisesta Tampereelle, jonne kutsuttiin matkai-

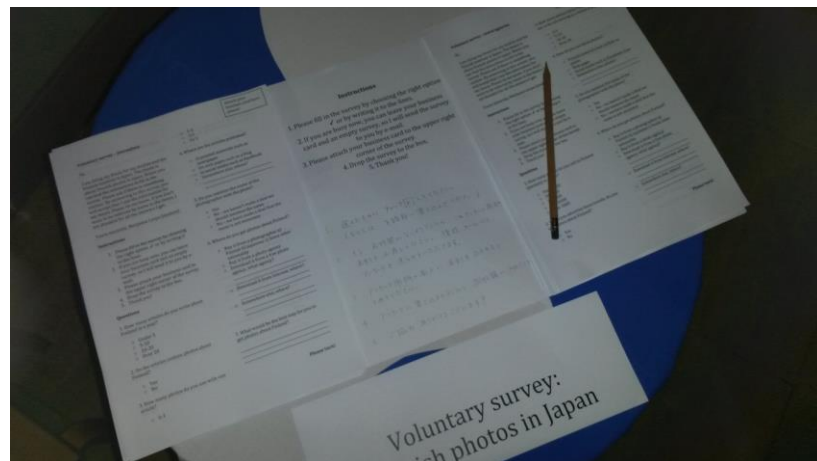
lualan yritysten edustajia sekä toimittajia. Paikalle saapui 40 osallistujaa ja kyselyyn heistä vastasi 12 henkilöä. Vastanneista 8 oli matkailualan yrittäjiä 6:sta eri yrityksestä ja 4 oli eri organisaatioissa toimivia toimittajia. Suurin osa vastaajista ei halunnut nimeään julkisuuteen, joten en ole listannut vastaajia erikseen, vaan käsittelen vastauksia nimettöminä ryhminä toimittajat ja matkailualan yrittäjät. Kyselylomakkeet ovat työn liitteenä 2.

Kyselylle on tyypillistä, että tieto kerätään strukturoituja kysymyksiä käyttäen esimerkiksi kyselylomakkeella. Kyselyn avulla voidaan tutkia esimerkiksi asiakastytyväisyyttä, yrityskuvaa, työilmapiiriä tai kuluttajien ostoaikeita. Kyselylomake tulisi suunnitella hyvin ennalta ja sitä tulisi testata kohderyhmän edustajalla, ennen varsinaisen kyselyn tekemistä. Kyselysarjat eivät saa olla liian pitkiä ja vaikeaselkoisia, se pelottaa ihmisiä. Vastaajien henkilöllisyyttä koskevia tietoja tulisi kysyä vain siltä osin, kuin se on tutkimuksen kannalta tarpeen. Kyselyissä on erilaisia asteikkovaihtoehtoja, kuten nominaaliasteikko, jossa vastaaja valitsee jonkin hänelle sopivan vaihtoehdon useista mahdollisuuksista. (Ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumi 2015.)

Sain tiedon tilaisuudesta vain muutama päivä ennen sen ajankohtaa, joten lomakkeiden muotoiluun ei ollut paljon aikaa enkä ehtinyt testata lomaketta ennen sen käyttöä. Muotoilin teemahaastattelun teemoista kyselylomakkeet englanniksi. Tein yrittäjille ja toimittajille hieman erilaiset alkukysymykset, joissa kartoitetaan vastaajana taustaa. Asiakysymykset olivat lomakkeissa samat. Aluksi karsastin kyselylomakkeen tekoa, sillä minusta tuntui, että kyselyssä on suuri riski epäonnistua. Kysynkö oikeita kysymyksiä, muotoilenko ne oikein, ymmärtääkö haastateltava ne samalla tavalla kuin minä, pitäisikö tarjota valmiita vastausvaihtoehtoja vai jättää vastaukset avoimiksi? Käytin lomakkeessa pääosin valmiiksi tarjottuja vastausvaihtoehtoja, jotta lomakkeeseen vastaaminen olisi nopeaa ja helppoa. Pidin lomakkeen lyhyenä, niin että se mahtui A4-paperin molemmin puolin yhdelle arkille. Vastausmääriä ei ollut rajoitettu eli vastaaja sai valita useamman vaihtoehdon.

Keräsin kyselyyn vastauksia ennen tilaisuuden alkamista, kun ihmisillä oli odottelu-aikaa. Kyselypaperit olivat saatavilla korkealla pöydällä tapahtumasalin sisäänkäynnillä, näkyvällä paikalla. Pöydän luona oli lyijykyniä ja nitoja, jolla saattoi kiinnittää käyntikortin kiinni lomakkeeseen vastaamista helpottamaan. Pöydän vieressä oli palautuslaatikko. Lomaketta varten oli japaninkielellä vastaamisohjeet, jotka oli teipattu pöytään. Kun ihmisiä oli saapunut saliin istumaan, jaoin lomakkeita myös suoraan ihmisille. Kysyin,

haluaisitteko vastata kyselyyn suomalaisista kuvista Japanissa ja kerroin, että siihen ei mene kauaa. Jaoin vastaajille myös lyijykynät. Lomakkeen lopussa oli tieto, että lomake voidaan toimittaa jälkeinpäin sähköisenä, mikäli vastaaja ei tilaisuudessa ehdi siihen vastata. Yhtäkään lomaketta ei pyydetty sähköisesti.



Kuvio 6. Kyselylomakkeita oli kaksi erilaista eri kohderyhmille. Ohjeistus oli tarjolla myös japaniksi. Kyselylomakkeita jaettiin tapahtumatilán sisäänkäynnin vieressä sekä tapahtumatilassa ennen tilaisuuden alkua. Kuvat: Marjaana Larpa

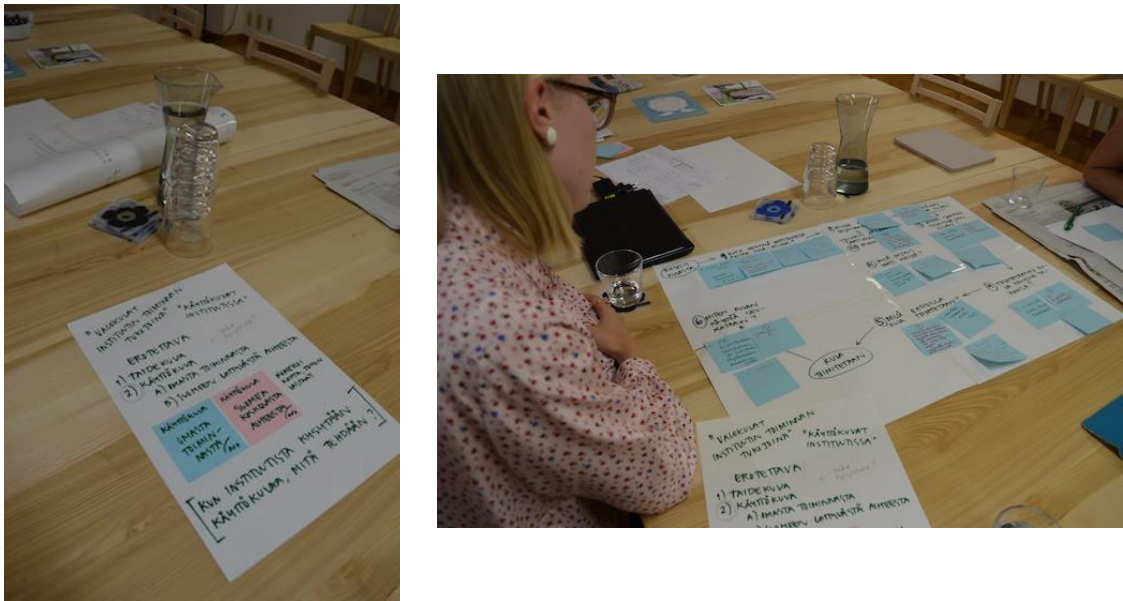
5.2.3 Tulosten käsittely työpajassa

Pidin opinnäytetyön loppuvaiheessa instituutille sisäisen työpajan ja Team Finlandille lyhyen opinnäytetyön esittelyn. Näillä menetelmillä en enää kerännyt tietoa tähän opinnäytetyöhön, vaan aloitin viemään haastatteluilla ja kyselyllä tekemäni tiedon eteenpäin. En analysoi systemaattisesti työpajassa ja keskustelussa syntynyttä materiaalia, mutta esittelen lyhyesti, kuinka kartoituksen tuloksia alettiin opinnäytetyön loppuvai-

heessa viedä käytäntöön. Idea työpajaan syntyi opinnäytetyön loppuvaiheessa, kun tulin siihen johtopäätökseen, että instituutin kuvapalveluiden asemaa ja toimintaa tulee selventää myös henkilöstötasolla. Oli tärkeää ottaa kehittämistyöhön mukaan selkeästi sosiaalinen ja osallistava menetelmä, joka lisää tämän työn tulosten käytettävyyttä tiilajan toimissa. Voidaan puhua kontekstuaalisesta suunnittelusta, jonka turvin varmistetaan, että kehitetty tuote tai palvelu soveltuu käytettäväksi aidossa arjen toimintaympäristössä. (Toikko & Rantanen 2009, 95.) Ojasalon ym (2004) mukaan työpajoissa korostuvat ryhmän vetäjän johtamistaidot sekä ryhmän jäsenten ryhmätyötaidot. Vuorovaikutteinen johtamistapa vaikuttaa myönteisesti innovaatioihin. On tärkeää luoda avoin, positiivinen ilmapiiri. Työpajassa ei saisi olla kiire. (Ojasalo ym 2009, 143–144.) Käytin työpajassa hyödyksi prosessikaaviota. Prosessikaavion avulla voidaan tutkia prosesseja ja selvittää, mitä rooleja, vaiheita ja mahdollisia ongelmia prosessissa on.

SJI:n työpaja pidettiin 21.10.2015 ja siinä heräteltiin työyhteisöä havainnoimaan nykytilannetta aiheesta: mitä tehdään, kun instituuttiin tulee kysely kuvasta? Työyhteisöstä suurin osa, kolme henkilöä neljästä, osallistuivat työpajaan. Työpaja pidettiin instituutin seminaaritallassa. Kaikilla osallistujilla oli käytössään muistiinpanopaperia, kyniä ja tussseja sekä sinisiä ja punaisia post it -lappuja. Olin tehnyt työpajaa varten isolle paperille valmiin polun, prosessikaavion, johon olin tehnyt kuusi etappia, joissa oli kaikissa seuraavaa etenemistä koskeva kysymys. Työpajan keskustelut tallennettiin älypuhelimella ja kaavion rakentumisesta otettiin valokuvia, jotta syntynyt aineisto saataisiin paremmin instituutin käyttöön.

Aluksi kertosin osallistujille opinnäytetyöni aiheen ja kerroin huolehtivani ajan käytöstä, jotta kaikki saisivat keskittyä työpajaan rauhassa. Ehdotin, että rajaisimme instituutin toiminnassa olevat käyttökuvat a) instituutin toimintaa kuvaaviin kuviin ja b) Suomea kuvaaviin kuviin. Kehotin osallistujia kyseenalaistamaan tekemäni kaavion ja pohtimaan, ovatko etapit oikeassa järjestyksessä. Osallistujat vastasivat post it -lapuilla kaikkiin kysymyksiin ensin omassa rauhassa ja lopuksi laput kerättiin paikalleen valmiille kartalle ja vaiheista keskusteltiin. Siniset post it -laput koskivat a-kuvia ja punaiset b-kuvia. Ensin rakennettiin a-kuvien polku, sen jälkeen b-kuvien polku. Lopuksi keskustelimme kaavioista opinnäytetyöni valossa, ovatko a- ja b-kuvien polut erilaiset ja mikä on niiden suhde instituutin omaan toimintaan. Esittelen syntyneet kaaviot johtopäätökseluvussa.



Kuvio 7. Työpaja pidettiin instituutin tiloissa ja siinä ideoitiin toimintatapoja käyttökuvakyselyihin. Kuvat vasemmalta oikealle: Marjaana Larpa ja Sophie Feldt.

Työpaja oltaisiin voitu pitää jo opinnäytetyön aiemmassa vaiheessa, mutta idea sille syntyi vasta, kun olin saapunut Japaniin ja nähnyt tilaajan toimintaympäristön ja saanut enemmän tietoa aineistonkeruumenetelmillä. Työpaja saa jatkoa työharjoitteluni aikana opinnäytetyön jälkeen, sillä työpajassa syntyneitä prosessikaaviota tulee vielä täsmentää ja pohtia yksityiskohtaisemmin, mitä muutoksia tulee tehdä ja kuka niistä on vastuussa. Kuvapalvelut tulevat jäsentymään uudistuvien nettisivujen myötä.

Opinnäytetyön tulokset esiteltiin Team Finlandin kokouksessa 29.10.2015 eli aivan opinnäytetyön viimeisinä päivinä. Aihe oli tärkeä tuoda Team Finlandille esiin, koska instituutin toiminta ja käyttövalokuvat koskevat myös näitä tahoja. Kokoustilassa ei ollut käytettävissä diojen esittelymahdollisuutta, joten esittelin aiheen ja tulokset paperista. Muistiinpanorunkoni olivat jaossa myös kokouspöydällä. Esittelyn lopuksi muutamat toimijat kertoivat lyhyesti omista kuvakokemuksistaan, mutta tilaisuus jäi esittelyn tasolle.

5.3 Analysointimenetelminä teemoittelu ja tilastollinen laskeminen

Kehittämistoiminnan yhteydessä tuotetaan usein monia laajoja aineistoja ja niiden systemaattiseksi analysoimiseksi tarvittaisiin useita erillisiä omia tutkimuksia ja analyysseja. Siksi kehittämistoiminnassa käytetään usein ratkaisuna yhden pääaineiston valitsemista, jota muut aineistot sekundaarisesti täydentävät. (Toikko ja Rantanen 2009, 119.) Haastattelut muodostavat pääaineistoni, jota kysely täydentää.

5.3.1 Teemahaastattelujen sisällön analyysi teemoitellen

Teemahaastattelun vahvuus on matala kynnyksellä analyysiin. Analysoinnissa voidaan järjestää eri haastattelujen vastaukset saman teeman alle ja ne analysoidaan teemoitellen. Tätä voidaan kutsua *teemoitteluksi*. (Eskola & Vastamäki 2010, 42–43.) Teemahaastattelun avulla kerätty aineisto on yleensä runsas ja analyysiin on ryhdyttävä mahdollisimman pian keruuvaiheen jälkeen. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 135). Analysointi aloitetaan lukemalla litteroitu tai muuten käsitelty aineisto useaan kertaan, sitten tehdään aineiston luokittelu ja yhdistäminen teoriaan. Teemoittelussa tarkastellaan aineistoissa esiintyviä asioita, jotka ovat useammalle haastateltavalle yhteisiä. Tarkastellaan, onko aineistossa säännönmukaisuuksia tai poikkeamia. Yksinkertaisin tapa on laskea ilmiöiden esiintymistä. Aineiston kylläntyminen eli saturaatiopiste on saavutettu, kun uudet haastattelut eivät enää tuota oleellista uutta tietoa. (Ojasalo ym 2009, 98–100.)

Aineiston luokittelu voidaan tehdä *sisällön analyysillä*, jolloin analysoitavana on litteroitu teksti. Analyysin tarkoituksena on lisätä informaatioarvoa ja luoda selkeyttä aineistoon, jotta siitä voidaan tehdä selkeitä ja luotettavia johtopäätöksiä. Sisällön analyysissä kuvataan dokumenttien sisältöä sanallisesti, tavoitteena etsiä ja tunnistaa tekstien merkityksiä. *Sisällön erittelyssä* taas kuvattaisiin määrällisesti tekstin sisältöä. Sisällön analyysi voi olla aineistolähtöistä tai teorialähtöistä, eli niiden erona on, mistä ryhmittely kumpuaa. (Ojasalo ym 2009, 121–124.) Analysoin haastatteluja sisällön analyysillä, joka on aineistolähtöistä. Pidän luokittelua ja ryhmittelyä teemoittelun synonyymeinä.



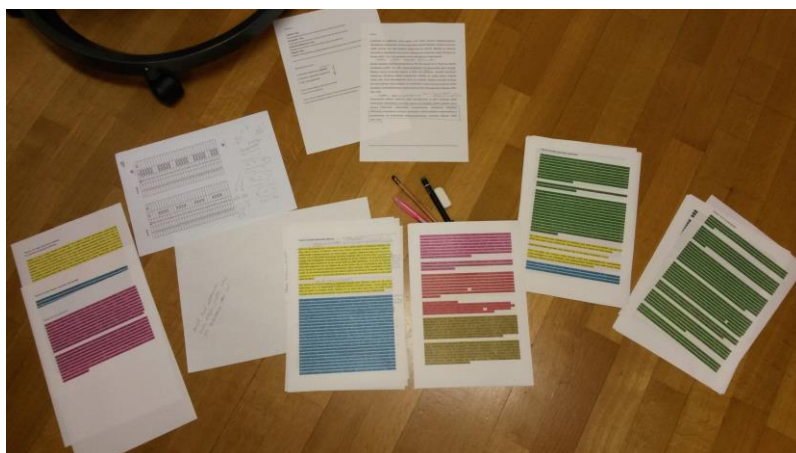
Kuvio 8. Aineistolähtöisen sisällön analyysin vaiheet (Ojasalo 2009, 124–125; Hirsjärvi ja Hurme 2009, 137)

Tein aineiston järjestämisen litteroimalla. En tehnyt täysin sanatarkkaa litterointia, vaan jätin täytesanoja ja taukoja merkitsemättä. Hirsjärven ja Hurmeen (2009) mukaan sanatarkka litterointi on työlästä ja kuuluu usein keskusteluanalyysiin. Jos ei ole varma, tarvitseeko tarkkaa litterointia, ei kannata ryhtyä yksityiskohtaiseen työhön. On tyydyttävä jonkinlaiseen osittaiseen haastateltavien puheen toistoon. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 140.) Luin litteraatit muutaman kerran. Aineiston selventämisessä käytin apuna miellekarttoja, joihin nostin haastattelun keskeisiä teemoja. Miellekarttojen avulla löysin helpommin yhteisiä piirteitä haastatteluiden kesken ja pystyin seuraavaksi ryhmittelemään aineistoa, luomaan aineistosta nousevat teemat. Miellekarttojen luominen on jo aineiston tulkintaa, koska siinä teen valintoja, mitkä asiat ovat keskeisiä.

Hirsjärven ja Hurmeen (2009) mukaan luokittelu on päättelyä, jossa apuna ovat muun muassa tutkimusongelma, alaongelmat, menetelmät, toisten tutkijoiden luomat käsitteet, erilaiset teoriat ja mallit, aineisto itse sekä tutkijan mielikuvitus ja intuitio. Olen valinnut aineistolähtöisen teemoittelun, mutta käytin teemojen luonnissa abduktiivista päättelyä, eli minulla oli valmiina teoreettisia johtoideoita, joita pyrin todentamaan aineiston avulla (Hirsjärvi & Hurme 2009, 136). Teoriarunkoni ja tutkimuskysymykseni toimivat johtoideana teemoittelulle. Pääteemoiksi muodostuivat aineiston perusteella: 1) käyttökuvista sopiminen Suomessa, 2) käyttökuvista sopiminen Japanissa ja 3) SJI:n kuvapalvelut. Teemat etenevät suuremmasta toimintaympäristöstä pienempään toimintaympäristöön. Ensimmäisen teeman alta löysin pienempiä osateemoja: asiakirjan muutoseikat ja sopimusprosessi. Toisen kohdan alta löysin osateemoja: toimijat,

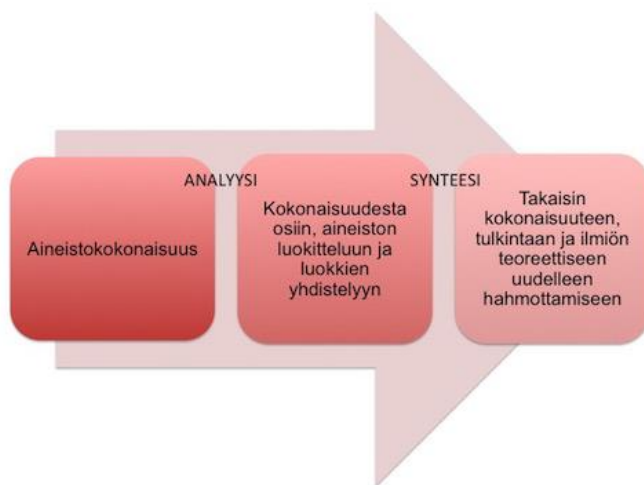
käyttäjien toiveet, sopimusprosessi, sopimusprosessin haasteet, sopimusehdot. Kolmannen teeman alta löysin osateemoja: SJI:n toiminnan suhde muuhun kuvatoimintaan, nykyisen toimintamallin haasteet, ratkaisuna yhteistyö sekä ratkaisuna kuvapankki. Muita nousseita teemoja olivat esimerkiksi kuvien arkistointi ja kuvien käytän valvonta Internetissä. Näitä en kuitenkaan ottanut jatkokäsittelyyn, sillä nämä teemat ilmenivät yksittäisissä haastatteluissa ja katsoin, että ne ovat aiheen rajaukseni ulkopuolella.

Ryhmittelyssä käytin hyödyksi tekstinkäsittelyohjelmaa Wordia Hirsjärven ja Hurmeen ohjeita noudattaen (2009, 141–142). Kopioin teemaa koskevan kohdan ja liitin sen erilliseen, teemalla nimettyyn tiedostoon. Merkitsin kunkin haastattelutekstin eri värillä, jolloin säilyttiin tiedon siitä, mistä haastattelusta teksti on poimittu. Kullekin teemalle luotiin siis oma tiedosto, johon koottiin eri henkilöiden samaa teemaa koskevat tekstit peräkkäin. Sitaattikokoelmaa voidaan kutsua myös *teemakortiksi* (Ojasalo 2009, 126–128). Tällaisella koostamisella menetettiin haastatteluiden ajallinen eteneminen, mutta saatiin teemoittain ryhmitellyt tekstitiedostot. Teemakorttien välillä on pientä eroa sivuja vastaajamäärissä. Ensimmäisestä teemasta keskustelivat kuusi vastaajaa ja tekstiä oli 8 sivun verran. Toisesta teemasta keskustelivat kaikki vastaajat 13 sivun verran. Kolmannesta teemasta keskustelivat kaikki vastaajat 9 sivun verran. Sivumäärät supistuivat hieman, kun kävin aineistoa läpi ja poistin epäolennaisia kohtia. Ensimmäinen teema oli selkeästi vastaajille vaikein, koska kaikki eivät kommentoineet siihen mitään ja aineistoa oli hieman vähemmän kuin muissa teemakorteissa. Eniten vastauksia ensimmäiseen teemaan antoivat kuvasopimusten kanssa työskennelleet. Muut teemat olivat ilmeisesti helpompia lähestyä olematta kuvasopimusten asiantuntija.



Kuvio 9. Aineiston järjestämistä teemakorteiksi. Kuva: Marjaana Larpa

Teemoittelun jälkeen tulkitsin näitä teemakortteja ja pyrin luomaan niistä merkityksiä. Merkityksen luonnissa apuna olivat Ojasalon ym (2009) mukaan muun muassa toistuvien rakenteiden tunnistaminen, uskottavan selityksen näkeminen, laskeminen, vertailut, muuttujien välisten linkkien tunnistaminen ja käsitteellisen tai teoreettisen johdon mukaisuuden luominen (Ojasalo ym 2009, 128–129). Tällä tavoin löytyneistä havainnoista muodostin luvun johtopäätökset. Vaihe oli vaikea, sillä otin vastuun siitä, mitä aineistolla kerrotaan. Pyrin kokoamaan tulokset yhteen niin, että ne antavat vastauksia asetettuihin kysymyksiin. Arvioin johtopäätöksiäni teorian avulla.



Kuvio 10. Eteneminen analyysistä synteisiin (Hirsjärvi & Hurme 2009, 144).

5.3.2 Kyselyn tulosten analysointi tilastollisin menetelmin

Kun kyselyaineisto on kerätty, aineisto tarkistetaan, eli etsitään virheellisiä vastauksia ja puutteellisia lomakkeita. On arvioitava vastausten vertailtavuutta. (Ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumi 2015.) Tarkistin aineiston ja löysin yhden ristiriitaisen kohdan, jonka otin huomioon analysoinnissa. Sen jälkeen käsittelin aineiston tilastollisesti ja tietokoneavusteisesti Excel-ohjelmalla. Koska kysely tehtiin paperilomakkeella, siirsin kaikki vastaukset kerralla Excel-ohjelmaan eli yhdistin luvut kustakin kysymyskohdasta. Pidin vastaukset erillään kahdessa vastaajaryhmässä: matkailualan yritykset ja toimitajat. Pidin taulukoinnissa esillä vastaajien kokonaismäärän enkä vastausprosentteja, jotta otoksen laajuus pysyi koko ajan selvänä. Etsin merkityksiä näistä lukemista.

6 Teemahaastatteluiden ja kyselyn tulokset

Toikon ja Rantasen (2009) mukaan laadullisen tutkimuksen luotettavuusarviointi on usein vakuuttavuuden arviointia. Siihen kuuluu myös aineiston erittely niin, että aineisto ja argumentaatio erottuvat toisistaan. (Toikko & Rantanen 2009, 123.) Tässä tulosluvussa esitän tulokset, mutta en vielä argumentoi niiden pohjalta. Teen aineiston pohjalta tulkintaa seuraavassa, johtopäätökset sisältävässä luvussa.

6.1 Teemahaastatteluiden tulokset miellekarttoina

Olen purkanut teemahaastattelujen aineiston sisällön analyysillä, jossa olen käyttänyt apuna miellekarttoja. Sisällytän miellekartat opinnäytetyöhön, jotta lukijalle muodostuu kuva, mistä kaikesta haastattelussa on puhuttu, sillä työhön ei liitetä haastatteluiden litteraatteja. Miellekartat olivat minulle havainnollinen tapa purkaa haastatteluiden tuloksia ja palasin niihin takaisin johtopäätöksiä tehdessäni. Esitän ne haastatteluiden ajallisessa järjestyksessä. N=9 tarkoittaa informanttien määrää.



Kuvio 11. Kinnusen haastattelu kasvokkain 21.5.2015, N=9.



Kuvio 12. Suomalaisen valokuvaajan A haastattelu kasvokkain 26.6.2015, N=9.



Kuvio 13. Maltzeffin haastattelu kasvokkain 14.8.2015, N=9.



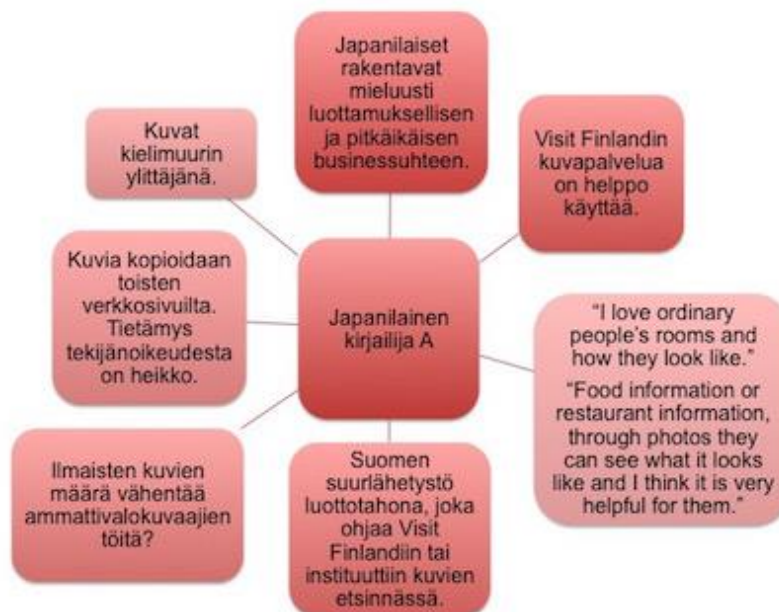
Kuvio 14. Säterin haastattelu puhelimitse 28.8.2015, N=9.



Kuvio 15. Sakomuran haastattelu kasvokkain 8.9.2015, N=9.



Kuvio 16. Suomalaisen valokuvaajan B haastattelu puhelimitse 28.9.2015, N=9.



Kuvio 17. Japanilaisen kirjailijan A haastattelu kasvokkain 29.9.2015, N=9.



Kuvio 18. Shigeyoshin haastattelu kasvokkain 2.10.2015, N=9.



Kuvio 19. Kokon haastattelu kasvokkain 23.10.2015, N=9.

6.2 Teemahaastatteluiden tulokset teemakorteittain

Seuraavaksi puran tulokset teemakorteittain. Teemakortteja syntyi siis kolme: 1) kuvista sopiminen yleisesti, 2) kuvista sopiminen Japanissa ja 3) SJI:n kuvapalvelut.

6.2.1 Kuvista sopiminen Suomessa

Sopimusasiakirja ja sopimusehdot

Haastateltujen mukaan kuvasopimusten pohjat vaihtelevat paljon. Tiedottava ja kaupallinen käyttö erotettiin haastatteluissa selkeästi, eli näitä koskevat erilaiset ehdot. Kaupallinen käyttö vaatii enemmän ehtoja, kuin tiedottava. Kaikista haastateltavista oli selvää, että kun kuvaa käytetään kaupallisessa käytössä, käyttö tulee korvata tekijälle. Säteri (haastattelu 28.8.2015) opasti erottamaan myös käyttökuvan ja näyttökuvan eli taidekuvan toisistaan, sillä niistä sovitaan eri tavalla. Säteri piti valokuvaajan kannalta tärkeänä, että valokuvan käytöstä sovittaisiin aina vähintään neljä asiaa: käyttöalue, käyttöaika, käyttömediat sekä "luovuttaminen kolmansille osapuolille pidätetään". Maltzeff (haastattelu 14.8.2015) puolestaan kuvasi sopimusprosessia kuvan ostajan näkökulmasta.

Aluksi tulisi miettiä omia kuvatarpeita, ostetaanko kuvat olemassa olevista kuvista kuten kuvatoimistoilta vai tilataanko ne tilaustyönä? Paljonko ollaan valmiita maksamaan? Sitten etsitään sopimus Kumppani, joka pystyy tuottamaan valtaosan tarvittavasta aineistosta ja annetaan taloudelliset raamit työlle. Valokuvaajan näkökulma sopimukseen on hyvä varmistaa esisopimuksella, johon valokuvaaja lisää kommenttinsa. Kokonaisuudesta muokataan sitten sopimus. Yksinkertaisimmillaan sopimus voidaan korvata laskulla, jossa valokuvaaja luovuttaa kuvien julkaisuoikeudet tilaajalle, saatuaan rahat tililleen. Tämä vaatii erityistä tarkkuutta koska laskun sanalliseen muotoon tulee sisällyttää, mihin käyttöön kuvat on tilattu ja että kuvaaja on selvittänyt julkaisemiseen liittyvät muut luvat. Tällöin lasku tulee arkistoida muiden sopimusten joukkoon, vaikka kyseessä on lasku, joka normaalisti menisi reskontran kansioihin. (Maltzeff, haastattelu 14.8.2015)

Suomalaisen valokuvaajan A mukaan pienissä projekteissa valokuvista ei tosiasiaassa tehdä varsinaista sopimusasiakirjaa, vaan sovitaan käytöstä suullisesti tai sähköpostilla. Sopimus saattaa syntyä myös asiakirjakokonaisuutena kuten tarjouksen, tarjouksen hyväksymisen, laskun ja laskun maksamisen myötä. Kirjallinen sopiminen liittyy suomalaisen valokuvaajan A:n mielestä lähinnä isoihin konserneihin ja kuvatoimistoihin.

Sopiminen liittyy lähinnä isoihin konserneihin ja kuvatoimistoihin. Sitten taas yritysten kanssa toimiessa, vaikka olen tehnyt isojen yritysten kanssa paljon töitä,

melkein valtaosan isojen pörssiyhtiöiden kanssa, niin ei me mitään soppareita olla tehty koskaan. Olemme sopineet suullisesti tai meilitse, että minkälaisilla oikeuksilla tilaaja haluaa kuvat. Yleensä määrittelen tarjouksessa, että maksaa tämän ja tämän verran näillä ja näillä oikeuksilla. Jos ne halutaan määritellä laajemmin, niin se maksaa tämän ja tämän verran. Tarjous on hyväksytty ja sitten olen tehnyt duunin ja lopuksi laskussa määrittelen, mitkä oikeudet heille luovutetaan ja mille kuville. Sopimuskäytäntö on ollut näinkin epäbyrokraattista ja simppeleä usein. Jotkut yritykset ovat halunneet yhtenäistää käytäntöjä ja heillä on juristin tekemät kolme sivua, jotka pitää lukea ja katsoa. (Suomalainen valokuvaaja A, haastattelu 26.6.2015)

Maltzeff (haastattelu 14.8.2015) taas kertoi haastattelussa ammattimaisesta kuvatoiminnasta, jossa kuvasopimukset ja niiden hallinta ovat olennainen osa työtä. ”Oppikirjakustantamo oli pääasiassa ostajan roolissa kuvakaupassa. Kuvakauppaa tehtiin pääasiassa kolmella eri tavalla: rights managed:lla eli kertajulkaisuoikeuslisenssillä, royalty free:llä eli julkaisulisenssillä ja lunastetulla tekijänoikeudella, eli copyright siirtyi työntekijältä työnantajalle työsopimuksen kautta. Joskus valokuvaajalta ostettiin laajoilla oikeuksilla kuvaeriä.” Kuvatoimistoista Maltzeff (haastattelu 14.8.2015) kertoi, että niillä on omat, lähinnä RM ja RF -tyyppiset sopimuspohjat, joissa kuvan ostaja vastaa kuvasta ja sen julkaisemisesta loppukäyttäjänä (end user) kuvatoimiston ehtojen mukaan. Kuvatoimistojen sopimukset on Maltzeffin (haastattelu 14.8.2015) mukaan yleensä laadittu siten että, julkaisija joutuu maksumieheksi, mikäli kuvan julkaisuun kohdistuu oikeudellisia korvausvaateita. Valokuvaajien kanssa kuvatoimistoilla on myös standardisopimukset. ”Suuren kansainvälisen kuvatoimiston sopimukset ovat sellaisia, että ne ovat kaikille kuvaajille samat. Niissä tulee rahantulo määräytyä sen mukaan, miten iso tai miten isoon mainoskäyttöön se (valokuva) tulee, että mitä kaupallisempaan käyttöön, niin sitä paremmat rahat siitä saa.” kuvasi suomalainen valokuvaaja A (haastattelu 26.6.2015).

Sopimustietoutta haastateltavat olivat saaneet esimerkiksi Finnfoto ry:lta, Suomen mainoskuvaajilta ja englantilaiselta Association of Photographers:lta eli AOP:lta. ”Itse olen oppinut ja muilta kuvaajilta ja asiakkailta kyselemällä. Nykyään sekin on niin paljon helpompaa, kun on kaikenlaiset Facebook-ryhmät ammattikuvaajille, missä voi jakaa näitä asioita ja kaikki ovat tietosia niistä. Siitähän ei ole pitkä aika, kun piti pitää muihin kuvaajiin ihan senkin takia yhteyttä, että pysyi kartalla hinnoista ja muista käytännöistä.” kuvasi suomalainen valokuvaaja A (haastattelu 26.6.2015). Maltzeff (haastattelu 14.8.2015) kertoi, että tietoa jaettiin työyhteisön sisällä. ”Kuvatoimittajat jakoivat tietoa yhtiön sisällä kuvan julkaisuun ja tekijänoikeuksiin liittyvistä asioista. --- Silloin kun laadittiin vuosisopimuksia kuvahankinnoista kuvatoimistoista, myös johtoryhmän edustaja ja lakimies olivat mukana prosessissa, jolla sopimuksien aukottomuus varmistettiin.”

Sopimisen haasteet

Valokuvaajat kokivat ostajien ehdot usein hyvin erilaisiksi, kuin heidän omat ideaalit ehtonsa. Kuvien hinnat ovat laskeneet ja kuvatoimistojen ehtoja kuvattiin karuiksi. ”Tarkaisinmaksut kaikkein pienimmistä kuvista voivat olla muutamia euroja, eli ihan kolikointa. Se on vähän sellaista lottoamista, että laitat monta kuvaa ja muutamista saat rahat.” kertoi suomalainen valokuvaaja A (haastattelu 26.6.2015). Kuvatoimisto saattaa myös määrittää sopimuksessa, että kuvatoimisto saa muuttaa tietyllä aikavälillä sopimusta. ”Kun suuri kansainvälinen kuvatoimisto uudisti kuvaajasopimuksen joitakin vuosia sitten, sieltä tietääkseni lähti useita koviakin nimiä. Uuden sopimuksen mukaan esimerkiksi kuvien myynnistä entistä pienempi osuus tuloutuu kuvaajille” jatkoi kuvaaja A. Myös Shigyeoshi myönsi kuvakaupan hintojen olevan valokuvaajille tänä päivänä karuja: ”Nowadays fees are getting so cheap. My contract with iStock is just X euros and I have no limit to download. But nobody can avoid it.”

Ostajan, etenki lehtialan ostajan, ehdoissa korostuivat Säterin (haastattelu 28.8.2015) sekä valokuvaajien A:n (haastattelu 26.6.2015) ja B:n (haastattelu 28.9.2015) mukaan ehdot ”kaikki oikeudet” ja valokuvaajan vastuu kuvasta, jota vastaajat pitivät kohtuuttomana valokuvaajan kannalta.

Otetaan nyt esimerkiksi Sanomien sopimus, joka on ihan avoimesti saatavilla ja se oli muutama vuosi sitten tapetilla. Siinä kuvaaja luopuu kaikista mahdollisista tunnetuista oikeuksista. Mutta se mikä tekee sen sangen hankalaksi on klausuuli, että valokuvaajan pitäisi vielä vastata kuvasta. Vaikka hän on luopunut kaikista oikeuksista. Eli hän käy kuvaamassa esimerkiksi Jorma Ollilan ja kuva siirtyy Sanoman kuvapankkiin, josta se sitten ostetaan ja sitä käytetään Jorma Ollilan vastaisesti. Silti kaikki vastuu sysätään valokuvaajalle. (Säteri, haastattelu 28.8.2015)

Lehdillä on nykyään paljon niin sanottuja niin sanottuja ”rosvossopimuksia”, joissa he haluavat kaikki oikeudet ja käyttää kuvia missä vain, esimerkiksi laittaa ne omaan kuvapankkiin. Lehdillä on myös usein omia sopimuksia, jotka valokuvaajien pitäisi allekirjoittaa, mutta en ole koskaan onneksi joutunut siihen. Mutta olen hyvin tietoinen niistä. --- Siitä keskustellaan tietenkin, että saako kuvaa käyttää myös Internetissä, koska jos se laitetaan vain paperilehteen, niin se on vaan siinä painetussa lehdessä, mutta jos sen laittaa nettiin, niin se on siellä pidemmän ajan. (Suomalainen valokuvaaja B, haastattelu 28.9.2015)

Lehdiltä tuli muutaman vuoden sisään suunnilleen samansisältöiset sopimukset, joissa oli ehto ”kaikki kaupalliset oikeudet kertakorvausta vastaan”, eli kuvaa saa käyttää missä tahansa. Sanomien sopimus on kaikista pahin, siinä kaikki kaupalliset oikeudet tarkoittaa sitä, että Sanomat voi käyttää sitä mainoskäytössä tai ihan missä vaan. Ja hintoja ei kuitenkaan ole nostettu, sehän siinä on se juttu, että hintoja ei nostettu, pikemminkin hinnat laskivat. Sanomien sopimuksessa oli vielä jotain sellaista, että jos tulee kolmannen osapuolen kanssa kiistaa, niin ku-

vaaja on niistä vastuussa. Kuvaajahan ei voi edes tietää missä sitä kuvaa käytetään, hän voi vain teoreettisesti kuvitella, mitä sille tapahtuu. Joillain lehdillä on ehtoja, että kuvia saa käyttää ”koko konsernin laajuisesti journalistisessa käytössä” mikä on siis selkeästi jo suppeampi ehto. Mutta lehtitalosta ei aina tiedä mitä konsernia se on osa myöhemmin, kun sopimus siirtyy aikanaan uudelle kokonaisuudelle, jos tapahtuu yrityskauppoja. Mutta tuokin ehto on jo paljon suppeammin kuin kaikki kaupalliset oikeudet, koska siitä on rajattu mainoskäyttö ja tällaiset pois. --- Lehdet kärvistelevät vaikeuksissa suhdanteiden ja digitalisaation vuoksi, ne eivät saa verkosta sitä samaa rahaa, minkä ovat aiemmin saaneet mainosmyynnillä paperista. Paperin levikki laskee pääsääntöisesti koko ajan ja kaikesta on pitänyt säästää, niin on ollut aika aggressiiviset kiistat lehtien ja kuvaajien kesken. --- Kyllä Suomessa valokuvaajana varmaan elää vielä ihan kivastikin, se on vaan psykologisesti aika vaikeata tehdä samaa duunia joka vuosi huonommilla ehdoilla. (suomalainen valokuvaaja A, haastattelu 26.6.2015)

Kuvan luvaton käyttö etenkin Internetissä oli yksi aihe, joka huoletti vastaajia.

Sanotaan, että tärkein (asia sopia) on, että olisi mainittu se, että kuvaa ei saa luovuttaa kolmannelle osapuolelle, että kauppasuhte syntyy ostajan ja myyjän välille. Myös valokuva pitäisi mieltää tuotteeksi, palveluksi ja hyödykkeeksi, mitä voidaan ostaa, myydä ja vuokrata. Tämä usein unohtuu, että no, voinhan ottaa ton kuvan tuosta, luvatta, mutta se tarkoittaa samaa asiaa, kun joku menee rautakauppaan ja varastaa porakoneen. Sen jälkeen liiketoiminta ei ole kannattavaa. Tätä valokuvaustakin pitäisi katsoa entistä enemmän yritystoiminnan kautta ja palveluiden kautta. --- Netissä on sellainen tilanne, että ne, jotka oikeasti tekevät hyviä ja hienoja kuvia, eivät uskalla laittaa niitä nettiin. Esimerkiksi luontokuvaajat on aivan kauhuissaan, että kaikki mitä he laittavat nettiin, se varastetaan heti. (Säteri, haastattelu 28.8.2015)

“Internetkäytössä kuvat tulee julkaista niin, että niitä ei voi hyödyntää muussa tarkoituksessa. Nyrkkisääntönä voidaan pitää, että kuvakoko olisi maksimissaan 480x640 pikseliä 72 dpi:n resoluutiolla. (Maltzeff, haastattelu 14.8.2015)

Maltzeff (haastattelu 14.8.2015) ja suomalainen valokuvaaja A (haastattelu 26.6.2015) nostivat esiin myös kuvissa olevat ihmiset, tuotteet ja taideteokset. Jos kuvassa näkyy tunnistettavasti joku henkilö, kuvaa ei saa käyttää markkinointikäytössä ilman lupaa.

Jos kuvassa näkyy joku toinen tekijänoikeudella suojattu teos, kuten taulu, kuvan käyttöön on saatava sekä taulun tekijän että valokuvaajan suostumus, mahdollisesti myös taulun omistajan suostumus. Jos valokuvaaja on luovuttanut kuvan oikeudet esimerkiksi museolle, kannattaa kysyä museolta, tarvitaanko taulun tekijän lupaa erikseen. Maksu kuvan käytöstä voi siis mennä jopa kolmelle taholle: teoksen omistaja, teoksen tehnyt taitelija ja kuvan oikeudenhaltija, kuten kuvatoimisto tai valokuvaaja. (Maltzeff, haastattelu 14.8.2015)

Kuvaamisessa haasteena on se, että kuvatoimistoon meneviin kuviin on saatava kaikilta kuvissa esiintyviltä ihmisiltä luvat, model releasit eli kirjallinen suostumus, että kuvia voi käyttää missä vaan. Käytölle on tietyt perusrajoitukset, kuten ei loukkaavassa tai pornografisessa käytössä, mutta se taitaa olla ainut rajoitus siinä. (suomalainen valokuvaaja A, haastattelu 26.6.2015)

6.2.2 Kuvista sopiminen Japanissa

Toimijat

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että Suomen ja Japanin välinen kuvakauppa toimii pääasiassa kuvatoimistojen välityksellä. ”Kuvatoimistot edustavat omien maiden valokuvaajia ja luovuttavat sopimuksien avulla kuva-aineistoa edelleen julkaistavaksi. Kuvatoimistot ottavat tästä välityspalkkion kummassakin maassa. Korvaus julkaistavasta kuvasta maksetaan royaltina valokuvaajalle, joka saa osan kuvan kauppasummasta.” kuvasi Maltzeff (haastattelu 14.8.2015). Kuvia toimittavat vastaajien mukaan myös tahot, joilla on Suomea koskeviin kuviin intressi. Intressi voi vastaajien mukaan olla esimerkiksi Suomen maabrändi tai matkailu. Shigeyoshin (haastattelu 2.10.2015) mukaan suurin osa japanilaisista matkailu-alan yrityksistä, kustantamoista ja mediasta saa kuvansa Visit Finlandin kuvapankista. Suomalainen valokuvaaja B (haastattelu 28.9.2015) arveli ihmisten etsivän kuvia suoraan netistä hakemalla. Japanilaiselle kirjailijalle A (haastattelu 29.9.2015) tärkeä toimija on ollut Suomen suurlähetystö, joka on ohjannut Visit Finlandin tai instituutin avun pariin. Kirjailija A myös kuvaa itse valokuvia käydessään Suomessa.

Suurin osa vastaajista kuvasi matkailu-alan olevan aktiivinen kuvien käyttäjä. Shigeyoshi (haastattelu 2.10.2015) arvelee Visit Finlandin kuvapankilla olevan ehkä tuhat rekisteröitynyttä käyttäjää, joista suurin osa on matkatoimistoja ja kustantamoita. Suomalainen valokuvaaja A (haastattelu 26.6.2015) kuvaa japanilaisia kuvien käyttäjiä sirpaleiseksi joukoksi: ”Yksi aikakauslehti käyttää ehkä yhtä kuvaa kerran vuodessa yhdessä jutussa, ei ole yhtä tai kahta isoa tilaajaa niille.” Kinnusen mukaan Japanissa on paljon julkaisuja, jotka keskittyvät pohjoismaiseen elämäntapaan, eli he käyttävät myös suomalaisia valokuvia. Kirjailija A (haastattelu 29.9.2015) nimesi Le Figaron ja Elle Decorin tekevän suomalaista designia ja pohjoismaista elämäntapaa koskevia julkaisuja. ”The word Nordic and Scandinavian is very popular in Japan.” Kirjailija A:n mukaan myös yritykset, jotka käyttävät markkinoinnissaan pohjoismaista elämäntapaa, tarvitsevat kuvia Suomesta. Tällaisia yrityksiä toimii kirjailija A:n mukaan esimerkiksi rakentamisen ja sisustamisen alalla. Kirjailija A itse tarvitsee kuvia kirjoihin, artikkeleihin ja luentotilaisuuksiin, joissa esittelee Pohjoismaita.

I think the magazines are in bad economical situation now, they have low budget and they can't send photographers to Finland, so they need photos. Many photos before were taken by photographers sent to Finland, but now we can see that many magazine photos are from photo bank. (Japanilainen kirjailija A, haastattelu 29.9.2015)

Shigeyoshi (haastattelu 2.10.2015) kertoi Visit Finlandin kuvien hankinnasta seuraavaa. Visit Finland ostaa suurimman osan kuvista kokonaan itselleen. Osa kuvista on Visit Finlandin kautta käytössä rajoitetun ajan. Käyttäjä rekisteröityy kuvapankkiin ja kertoo, mihin kuvaa käytetään. Kuvien lataus- tai käyttömääriä ei ole rajoitettu, ainoastaan kuvan käyttötapa. Shigeyoshi ei maaedustajana tee sopimuksia kuvaajien kanssa, vaan sen tekee Visit Finland. Valokuvaajat eivät ole pelkästään suomalaisia. Shigeyoshin yrityksellä on oma vuosittainen sopimus kansainvälisen kuvatoimiston kanssa, jolta kuvia saadaan matkailu-alan tarpeisiin tarvittaessa lisää.

Basically our contracts with the photographers are based for the fact that they are made for tourism promotion. If there is a booklet telling about Northern lights is it tourism promotion or is it a scientific book, therefore we want to know is the photo used for tourism promotion or not, so we have the registration. (Shigeyoshi, haastattelu 2.10.2015)

Kokko (haastattelu 23.10.2015) kertoi Ulkoasianministeriön julkaiseen tänä syksynä uudistetun Finland ToolBoxin osana ThisIsFinland-sivustoa, johon kuuluu kuvapankki. Sen tarkoitus on olla apuna ihmisille, jotka kertovat Suomesta. Kuten Visit Finlandinkin kuvapalvelu, ToolBox on julkinen, mutta salasanan takana. Kuka tahansa voi anoa käyttöoikeuksia palveluun. Kuvat ladatessaan suostuu kuvien käyttöehtoihin. "Ne on kuvia, joiden käyttöoikeus on ilmeisesti jo korvattu kuvaajille, eli ne on vapaasti käytävissä" kertoi Kokko. Kokko arvelee, että kaksi erillistä kuvapankkia on syntynyt organisatorisista syistä. "Visit Finland on pitkään käyttänyt kuvia, että heillä on varmaan aika laaja oma systeemi. Sitten on haluttu jotain muuta materiaalia, kuin luontoa ja matkailua, vähän laajemmin sitä yhteiskunnallista puolta, ja on tehty toinen kuvapankki."

Kuvasopimukset Japanissa

Moni haastateltava oli epävarma ottamaan kantaa itse sopimukseen Japanissa, koska moni ei ollut tehnyt sopimuksia japanilaisen asiakkaan kanssa suoraan. "Eli ilmeisesti me tarkastellaan asiaa sillä tavalla, että jos suomalainen toimittaa tai myy tai vie Japaniin päin kuvia? No silloin meidän pitäisi mennä Suomen lain mukaan, koska se on tuotettu ja tehty täällä ja oikeudenhaltija on täällä, eli silloin asiaa pitäisi minun mielestäni katsoa Suomen tekijänoikeuslainsäädännön kautta." kommentoi Säteri (haastattelu 28.8.2015). Säterin mukaan kaikkiin sopimuksiin, olivat ne sitten Suomessa tai ulkomailla, kannattaa sopia kuvan käyttö mahdollisimman tarkasti ja niin, ettei kuvaa saa luovuttaa kolmannelle. Maltzeff (haastattelu 14.8.2015) näki, että kansainvälistä kuva-kauppa ohjaavat laajemmat sopimukset, jotka luovat raamit tekijänoikeuden lisensoin-

nin pohjalta. Useimpia valokuviiin liittyviä sopimuksia ohjaavat Maltzeffin mukaan Yhdysvalloista tulleet säännöt, joilla on haluttu turvata tekijänoikeus. Myös suomalaiset kuvatoimistot noudattavat näitä kansainvälisiä periaatteita. Maltzeff on kuitenkin epävarma, onko Japani ollut Suomen tavoin mukana kaikissa kuvan tekijänoikeuksia säätelevissä sopimuksissa.

Japanissa toimineet Sakomura ja valokuvaaja B pystyivät kommentoimaan kuvasopimuksia omista kokemuksistaan kautta. Suomalainen valokuvaaja B (haastattelu 28.9.2015) pohti, että japanilaisten kanssa sopimiseen kannattaa laittaa aikaa ja tehdä työ hyvin, sillä Japanissa arvostetaan pitkäaikaista asiakassuhdetta. Valokuvaaja B kertoi käyttäneensä sopimusten pohjana Finnfoto ry:n, Suomen mainoskuvaajien ja brittiläisen Association of Photographers eli AOP:n materiaaleja. ”Japanilaiset usein toimivat Suomessa ollessaan englanniksi, koska eurooppalaisia kuvankäyttöformaatteja ei ole käännetty japaniksi. Itselläni on ollut sitten niitä englanninkielisiä versioita niistä. Niissä on ollut riitautuspaikka Suomeen tai Helsingin käräjäoikeuteen.” Asiakirja on otsikoitu esimerkiksi ”Standard Terms And Conditions For The Licence To Use And The Cession Of A Photograph”. Lisäksi valokuvaaja B:llä on ollut kustannusarviopohja, jossa on määritelty ehdot. ”Jos asiakas on hyväksynyt sen, niin sitten siitä ei ole ollut sen enempää keskustelua. Jos on ollut jotain, niin sitten siitä on neuvoteltu.” Sakomura (haastattelu 8.9.2015) kertoi, että isoissa projekteissa kuvista sovitaan kirjallisesti, mutta pienten projektien osalta kuvista sovitaan yleensä suullisesti.

For smaller projects we make just verbal agreement. Maybe we give an order form or in the conclusion of the project we just receive an invoice. But in the beginning we really make sure whether it is a buy out or other way licenced. --- When we hire a photographer, it is very easy to tell him or her about the project and what we want exactly. We tell the fee and where and how long the work would be. That is very straight forward. We usually select the best images. Then we make sure that the photos we picked, that we have the right to use them. We have to negotiate the buy out, the one time fee, that we have the right to use the photo. Or share the copyright. It really depends on the photo and the photographer. --- We have a ready-made contract sample where we do just minor changes or modify it, if it is necessary. (Sakomura, haastattelu 8.9.2015)

Japanilaisten kuvakäyttäjien toiveet

Kuvien toimittajapuolen käsitys käyttäjien kuvatoiveista keskittyi kuvateemoihin, joita haastateltavat kuvasivat ”perus Suomi-kuviksi” tai ”kliseisiksi Suomi-kuviksi”. Tämä kattaa vastaajien mukaan alleen kuvateemoja luonto, ihmiset ja suomalaiset brändit ja tuotteet, kuten xylitol ja Muumit. Suurin osa mielsi käyttäjien toiveiksi myös, että kuvat

halutaan helposti ja halvalla. Japanissa toimineet haastateltavat pystyivät täsmentämään kuvatoiveita vielä hieman tarkemmin. Suomalainen valokuvaaja B (haastattelu 28.9.2015) mainitsi myös kuvat vanhustenhuollosta, terveydenhuollosta, kansainvälisyydestä ja eurooppalaisuudesta sekä kuvat, jotka kertovat Suomen ja Japanin suhteesta. Shigeyoshi (haastattelu 2.10.2015) mainitsi revontulet, järvet, metsät ja saunan kysytyiksi kuva-aiheiksi. Niiden jälkeen Suomesta kiinnostuneet haluavat nähdä suomalaista elämäntapaa, kuten mökkielämää, designia ja arkea. Ne, jotka menevät vielä syvemmälle Suomi-aiheessa, ovat Shigeyoshin mielestä jo hyvin spesifejä toiveissaan. Esimerkkinä toimii japanilainen kirjailija A, joka kirjoittaa matkakirjoja keskittyen etenkin ruokaan. Hän kertoi kuvatarpeekseen erilaiset suomalaiset ruokakuvat sekä kuvat suomalaisista kodeista.

Finland and Scandinavian countries are getting so popular in Japan, many people want to travel there. Food information or restaurant information, through photos they can see what it looks like and I think it is very helpful for them. --- I also have a big interest in interior and lifestyle, I really love Finnish design, Marimekko or Alvar Aalto. I love ordinary people rooms and how it looks like, not like show room. (Japanilainen kirjailija A, haastattelu 29.9.2015)

Monet haastateltavat muistuttivat, että Japani on 120 miljoonan asukkaan maa, joten sinne mahtuu monenlaisia ihmisiä ja monenlaisia toiveita kuville. Shigeyoshi (haastattelu 2.10.2015) kertoi, että etenkin nuoret naiset ovat hyvin perillä (advanced) esimerkiksi suomalaisesta designista. Maaseudulla taas kiinnostavat edelleen metsät ja järvet. Visit Finland ei kuitenkaan ole tehnyt tutkimusta japanilaisten käyttäjien kuvatoiveista. Sitä olisi Shigeyoshin mielestä hyvä tutkia.

Valokuvaaja B (haastattelu 28.9.2015) pohti, että Japanissa on ollut Suomi-buumi mahdollisesti jo yli 15 vuotta. Kulttuurivaihdon lisääntyessä hän arvelee, että kysyntä myös muunlaisille kuville, kuin kliseisille Suomi-kuville, olisi kasvanut.

Varmaan japanilaisetkin ovat aika saturoituneet niille kliseisille perus Suomi-kuville, mihin me kaikki törmätään joka paikassa maailmalla. Luulen, että tietyille erityiskuville, mitä ne sitten ovatkaan, mutta joissa päästään pintaa syvemmälle, niin sellaisille kuville on tulevaisuudessa varmaan enemmän ja enemmän käyttöä ja kysyntää. Mutta ne perus Suomi-kuvat ovat aina kysynnässä. (Suomalainen valokuvaaja B, haastattelu 28.9.2015)

Sakomura (haastattelu 8.9.2015) kertoi, että Pohjoismaat ovat trendi erityisesti nuoren sukupolven ja design-orientoituneiden ihmisten keskuudessa. Tällaiset käyttäjät ovat jo nähneet perus Suomi-kuvat. "(What those people want to see is) things that are not introduced before, lifestyle, the way of thinking, Japanese eager to know more and more about Finland, Finnish people and culture." Nykyiset luontokuvatoiveetkin kytkeytyvät Sakomuran mukaan suomalaiseen elämäntapaan "nature as a part of the lifestyle".

le, the environment it has created.” Suomalaisessa elämäntavassa Sakomura kuvasi kiinnostavaksi työn ja vapaa-ajan tasapainon, jota Japanissa monella työtä tekevällä ei ole. Vapaa-ajasta ja kesälomista pidetään kiinni eikä työ hallitse elämää, aikaa jää esimerkiksi mökkeilylle.

They don't work from ten to eight in the evening. It is just keeping on your life and the nine to five. The rest of the time, you delight for yourself. So your day, or week or month or year is not just work as the main thing to dominate you. Very nice balance. That kind of lifestyle is very appealing to Japanese people. (Sakomura, haastattelu 8.9.2015)

Sopimisen haasteet

Yleisesti sopimista hankaloittavat haastateltavien mukaan suomalaisten ja japanilaisten erilaiset näkemykset ja taustat. Kuvan toimittajan ja käyttäjän näkemykset eivät välttämättä kohtaa.

Jos sovitaan Euroopassa, niin sopimusprosessit ovat paljon selkeämpiä, ihan Euroopan Unionin takia. Kaikilla on sama kulttuuritausta. Heti jos lähdetään Euroopasta pois, niin se on varmaan ihan sama kuin muuallakin. Lainsäädännöt ja kulttuurit ja tavat ja toimijat vaihtelevat niin paljon, että huomioon otettavia asioita on varmasti useita. --- Jos ajattelen ihan maalaisjärjellä, niin kulttuuri-, kieli- ja kommunikaatiovaihtoehdot ovat niin valtavat Suomen ja Japanin välillä, että jos puhutaan mistä tahansa erityisalasta, niin onhan se haastavaa. --- Japanissahan on ihan tajuttoman suuria ne levikit verrattuna Suomeen. Esimerkiksi joskus kun olen tehnyt jotakin työtä ja kysynyt sen levikkiä, niin asiakas on kertonut, että kyseessä on joku pieni paikallisjuttu, olen kysynyt että mikä levikki on numeroina, niin asiakas on kertonut, että se on noin viisi miljoonaa. Suomessa pieni paikallislevikki olisi kaksituhatta. Volyymit on niin älyttömästi eri mittakaavassa, se on yksi mikä pitää pitää mielessä. Asiakkaat eivät välttämättä ymmärrä kummaltakaan puolelta, suomalaiset eivät ymmärrä mikä se volyyymi on Japanissa ja japanilaiset eivät mitenkään pysty ymmärtämään miten pieniä volyymit ovat Suomessa. (Suomalainen valokuvaaja B, haastattelu 28.9.2015)

Moni vastaajista koki tekijänoikeuden olevan jollain tavalla Japanissa erilaista, kuin Euroopassa. Eroja koettiin olevan sekä siinä, mikä on tekijänoikeuden alaista, kuin siinä, mitä käsite ylipäättään tarkoittaa. Erilaisuuden syyksi arveltiin esimerkiksi kulttuurisia eroja ja tavallisen japanilaisen tietämättömyyttä eurooppalaisesta tekijänoikeudesta. Samanlaista tietämättömyyttä vastaajat ovat kokeneet myös muissa maissa, kuten Suomessa.

Japanissa kuvataan paljon, Tokiossa on esimerkiksi tapana sunnuntaisin, että Yoyogi -puistoon kerääntyy paljon ihmisiä, jotka on pukeutuneet erikoisesti, tai on nuoria naisia, jotka haluavat kuvattavaksi. He poseeraavat kuvaajille ja ne kuvat päätyvät minne lie. Ja japanilaisista se on ihan OK. --- Aasialaisten mielestä hyvä kopio on yhtä hieno asia kuin oma itsenäinen teos, ja se koskee myös valokuvaa. Se on erilaista. Joillekin museoille on esimerkiksi tullut yllätyksenä se, että olen sanonut, että jollain asialla on tekijänoikeus, että näin ei voi tehdä. He ovat olleet ihan yllättyneitä. (Kinnunen, haastattelu 21.5.2015)

Pelkästään sellainen käsite on japanilaisille asiakkaille usein vieras, että puhutaan tämmöisestä eurooppalaisesta käyttöoikeudesta, tai rajatusta tai määrittel-

lystä käyttöoikeudesta ainakin. Kokemukseni mukaan asiakkaille joutuu selittämään, mistä on kyse. --- Sekä mainos- että editorial-puolella olen joutunut kertomaan ja selvittämään mistä (eurooppalaisessa kuvankäyttöoikeuden määrittelyssä) on kyse. --- Mainospuolella se on helpompaa, sillä riippuen asiakkaasta, mainospuolella on kuitenkin jonkin sortin tietoisuus sen takia, että asiakkaat ovat useammin käyttäneet ulkomaalaisia kuvaajia, tuotantoyhtiöitä tai muita. --- Minulla on sellainen käsitys, että ainakaan aikaisemmin Japanissa ei ole välttämättä ollut sellaista sopimista kuvan käyttöoikeuden suhteen, kuin mihin olemme Euroopassa tottuneet, että Japanissa on joku oma systeemi. Mutta en ole koskaan perehtynyt siihen, että minkälainen se on, siihen pitäisi perehtyä ennen kuin pystyy sanomaan miten ne eroavat. Mutta jonkinlainen ero on. (Suomalainen valokuvaaja B, haastattelu 28.9.2015)

I think it is very big problem that not so many Japanese don't have the right knowledge about the copyrights. These days the younger generation, they are so used to computer things and this sharing. Sometimes they make their own website picking up photos from the Internet without asking the copyright. I am not sure what is happening in other countries, but in Japan this situation is very bad, I think. Many people use my photos without asking me. If they are individuals it is okay, but if companies do that without asking, I talk to the one who is in charge of. But even the company people don't have the knowledge on the copyrights. --- In the States or other countries it would be a big problem, I think.--- I think we should have more photos, but the way we have them, it should be important. (Japanilainen kirjailija A, haastattelu 29.9.2015)

Toisaalta tekijänoikeuden kerrottiin olevan Japanissa tiukkaa.

Meillä oli Spiral galleriassa näyttely, Minna Parikan ja Jani Leinosen, joka on ollut useammassa paikassa esimerkiksi Amerikassa. Se pystytettiin alkuperäisenä, siinä oli kaikkia sarjakuvahahmoja, joita oli sotkettu samaan teokseen, ja siellä oli Hello Kitty yhtenä. Japanilainen galleria sanoi, että heidän lakimiehensä käsitteli sitä asiaa ja he eivät suostu laittamaan esille sitä työtä, kun siinä on se Hello Kitty. Se näyttely oli semmonen, että siinä oli Minnan kenkiä ja Janin maalaus, joka oli oikeasti tietokoneella semmoinen työ, joka tulostettiin. Sitä Hello Kittyä vähän muokattiin eri muotoon niin, että sitä ei tunnistettu. Kengissä se oli ihan OK hahmona. Että vaikka se oli taideteos, niin silti he sanoivat suoraan, että he pelkäsivät sitä isoa yhtiötä ja niiden oikeudenkäyntejä, niin he eivät ottaneet sitä riskiä. (Kinnunen, haastattelu 21.5.2015)

Generally speaking, copyright in Japan is kept quite nicely. This is completely different from Chinese markets. The copyright control is very strict in Japan. Some travel agencies were sued by a photographer, because they continued to use one photo, I can't remember what kind of photo it was, but they used it for years without any kind of permission from the photographer. Therefore the photographer went to court. Travel agencies payed maybe four million Japanese yen or something like that. (Shigeyoshi, haastattelu 2.10.2015)

It is very important to protect the photographers and their copyrights. Personal and individual levels people will do that. (Sakomura, haastattelu 8.9.2015)

6.2.3 SJI:n kuvapalvelut

SJI:n toiminnan suhde muuhun kuvatoimintaan

Ohjaus- ja neuvontatoiminta kerrottiin useassa eri haastattelussa instituutin tehtäväksi myös valokuvien osalta. Instituutin tehtävä olisi vastaajien mukaan vähintään opastaa, mistä saa Suomea kuvaavia valokuvia. Tämä olisi haastateltavien mukaan luonteva osa nykyisiä informaatiopalveluita. Kokko (haastattelu 23.10.2015) hahmotti valokuvien neuvontatoiminnan osana Team Finland -toimintaa, jossa instituutti on mukana. Instituutin tulisi omalta osaltaan ohjata kuvien kysyjät suoraan Suomi-kuvien pariin. Se minne ohjataan, on Kokon mukaan Visit Finlandin kuvapankki tai uusi Toolbox-kuvapankki, riippuen kysyjän tarpeista ja siitä, kuka kysyjä on. Jos kysyjä on japanilainen media, Kokko kertoi, että kysymyksen voi välittää suoraan lähetystölle, koska se on lähetystön ensisijainen kohderyhmä. Jos kysyjän tarpeet ovat selkeästi jonkun toisen organisaation erityisosaamisalueella, ohjattaisiin kysely sinne. "Idea on se, että koordinoidaan eikä tehdä turhaa päällekkäisyyttä. Ohjataan kysymys sille, joka sen parhaiten osaa organisaatiosta riippumatta." Yhteisen kirjatun kuvakäytännön tarpeeseen Kokko ei osannut ottaa kantaa.

Shigeyoshi (haastattelu 2.10.2015) on tyytyväinen Visit Finlandin nykyiseen kuvapankkiin, sillä hän on nähnyt ajan, jolloin kuvia etsittiin filmiltä. "It is so convenient, it is on the web site and photos can be downloaded there with high resolution, it is the best way." Shigeyoshi (haastattelu 2.10.2015) kertoi, että jos jotakin matkailuun liittyvää kuvaa ei löydy Visit Finlandin kuvapankista, kuva voidaan ostaa kuvatoimistolta. Visit Finlandin kuvatarjonta oli suomalaisten valokuvaajien A:n ja B:n mielestä (haastattelut 26.6. ja 28.9.2015) instituutin kannalta hyvä "tiettyyn käyttöön", kun taas Kinnusen mukaan sen kuvat ovat liian imeliä. Kirjailija A:n (haastattelu 29.9.2015) mielestä Visit Finlandin kuvapankki on käyttäjälle helppo ja kätevä. Myös Kokko (haastattelu 23.10.2015) on ollut tyytyväinen Visit Finlandiin, mutta myöntää, että se ei ole vastannut matkailun ulkopuoliseen kuvatarpeeseen. Siksi uusi ToolBox-kuvapankki on Kokosta tarpeellinen ja hyödyllinen lisä myös instituutin kuvapalveluihin. Säteri (haastattelu 28.8.2015) muistutti, että Visit Finlandin agenda on matkailun edistäminen, joten sen kuvapankki palvelee niitä tarpeita. Ilmaisten kuvapankkien kuvien laatu ei Säterin mielestä ylipäättään vastaa maksullisten kuvatoimijoiden tasoa. Suomalainen valokuvaaja B (haastattelu 28.9.2015) puolestaan huomautti, että ilmaiskuvia voidaan käyttää myös kilpailijan materiaaleissa.

Kinnunen (haastattelu 21.5.2015) pohti instituutin asemaa yleisesti: "Yksi etu joka meillä on instituuttina, jonka olemme havainneet, on se, että me olemme kansalaisorganisaatio. Emme ole virallinen taho ja se on Japanissa ehdottomasti plussapuoli." Instituutilla on siis joustavammat toimintamahdollisuudet kuin virallisilla organisaatioilla. Sakomura (haastattelu 8.9.2015) nosti esiin nuoret ja kiinnostavat suomalaiset valokuvaajat, joiden käyttäminen kaikissa SJI:n omissa materiaaleissa olisi tärkeää. "There are lots of ways to do it. Not just using same old stuff."

Nykyisen toiminnan haasteet

Kinnunen (haastattelu 21.5.2015) kuvasi opinnäytetyön ensimmäisessä haastattelussa kokemiensa haasteita instituutin nykyisessä kuvatoiminnassa, jossa kysyjät ohjataan joko Visit Finlandin pariin tai toimitetaan omia, Suomessa otettuja kuvia. Yksi haaste on se, että instituutissa vaihtuu väki ja tietoa katoaa ihmisten mukana. Toinen haaste on, että kuvia kysytään kiireisellä aikataululla eikä sopivia kuvia ole välttämättä tarjolla Visit Finlandissa. Vaikka Visit Finland voisikin palvella, osa kysyjistä ei osaa itse rekisteröityä Visit Finlandiin, vaan tarvitsevat pidemmälle menevää ohjausta. Myös kysyjän rooli mietityttää, toimitetaanko kuvia myös isoille naisten lehdille maksutta? "Kuvaajankin täytyy elää jollain, sitäkin haluaisi tukea" kommentoi Kinnunen (haastattelu 21.5.2015).

Suomalainen valokuvaaja B (haastattelu 28.9.2015) tunnistaa englanninkielellä toimimisen haasteen. "Se on totta, että japanilaisilla on hirvein usein vaikeuksia toimia englanniksi, varsinkin jos sopimukset ovat vain englanniksi." Myös Kokko (haastattelu 23.10.2015) kommentoi, että omatoiminen englanninkieliseen kuvapalveluun rekisteröityminen voi olla japanilaiselle liian monimutkaista. Shigeyoshi (haastattelu 2.10.2015) tunnisti tilanteen ja kertoi, että Visit Finland ohjeistaa japanilaisia käyttäjiä sähköpostitse lähetettävien ohjein: "If travel agencies ask me how to download, I send just one instruction as attachment. If it gets more convenient it is welcome. If no one has to ask help from me, it would be the happiest situation." Omien kuvien käyttöä kommentoi etenkin valokuvaaja B:

Kun luin lähettämäsi introa, niin täällä mainittiin esimerkiksi, että instituutin omien työntekijöiden kuvia annetaan asiakkaiden käyttöön, kun ei ole muuta. Se tavallaan osoittaa sen, miten hajallaan koko systeemi on tällä hetkellä. Siinä vedetään heti matto pois valokuvaajilta. --- Se on valokuvaajille huono, se on Suomen työllisyydelle huono, koska joka kerta, kun annetaan jotain omia kuvia, niin silloin tehdään huono palvelus suomalaiselle työlle. --- Jos asiakkaat eivät halua maksaa, niin opetetaan asiakas siihen, että ei tarvitse maksaa antamalla amatöörikuvia. Tiettyihin käyttöihin ne ovat ihan OK, jos tavallisia perhealbumikuvia tarvitaan johonkin käyttöön. Jos halutaan ammattimaisempia kuvia, jotka täyttävät tietyt ammatilliset kriteerit, niin silloin pitäisi olla tietynlainen yhteinen käytäntö tai pro-

seduuri miten niitä voisi saada. (Suomalainen valokuvaaja B, haastattelu 28.9.2015)

Ratkaisuna yhteistyö?

Monet haastateltavat ehdottivat, että helpoin ratkaisu instituutin kuvatarpeisiin, voisi olla Visit Finlandin kanssa tehtävä kehittämistyö. Shigeyoshin (haastattelu 2.10.2015) näkymys oli, että kuvien toimittaminen ei ole instituutin pääasiallinen työtehtävä, mutta joskus sellaista on tehtävä ja tällöin rooli olisi paras jakaa jonkun toisen toimijan kanssa. Visit Finland voisi Shigeyoshin mukaan neuvotella uusien kuvien ostosta. "I think one of the considerable better ways is to co-operate with Visit Finland, because Visit Finland often sends a photographer to the local city and they are asked to take photos. If you pay something to Visit Finland, you save a lot of money." Valokuvaaja B korosti kommunikointia niin Suomi-kuvan toimijoiden kuin asiakkaiden kanssa.

Uskallettaisiin kommunikoida asiakkaiden kanssa, koska usein se on myös asia, johon täytyy laittaa alussa aikaa, kun täytyy selittää asiakkaalle. Se saattaa tuntua epämiellyttävältä tai vaikealta tai ylitsepääsemättömältä ja pelätään, että menetetään asiakas. Mutta jos sen tekee oikein, niin se saattaa itse asiassa johtaa siihen, että syntyykin ihan jotain uutta kaikille osapuolille, varsinkin, kun Japanissa arvostetaan pitkäaikaista asiakassuhdetta. Suomi-kuva saattaa myös lisäntyä sillä tavalla, että saadaan se sopimus aikaan ja saadaan paremmat kuvat ja siitä tulee paljon positiivista vaikutusta moneen eri suuntaan. (Suomalainen valokuvaaja B, haastattelu 28.9.2015)

Toinen useamman vastaajan ehdottama ratkaisu oli yhteistyö valokuvaajien, kuvatoimistojen tai kuvajärjestöjen kanssa. Suomalainen valokuvaaja A (haastattelu 26.6.2015) ehdotti skandinaaviseen kuvaan erikoistunutta kuvatoimistoa yhteistyökumppaniksi:

Japani markkinoinahan kuulostaa tietysti aika hyvältä, että jos voisitte markkinoida heitä siellä ja saada vastineeksi jotain, vaikka pääsyn johonkin collectioniin vähän halvemmalla. (suomalainen valokuvaaja A, haastattelu 26.6.2015)

Säteri (haastattelu 28.8.2015) ehdotti yhteistyötä valokuvaajien järjestöjen ja itse valokuvaajien kanssa. "Mä ehdottaisin, että instituutti ottaisi yhteyttä suomalaisiin etujärjestöihin ja pyytäisi heiltä näitä kuvaajien yhteystietoja, joita he voisivat jakaa tai muodostaa yhteisen rekisterin, että mistä kannattaa minkäkin tyyppistä kuvaa kysyä." Sakomura (haastattelu 8.9.2015) kommentoi, että kultakin valokuvaajalta voisi olla instituutin sivuilla muutama esimerkki ja jos japanilainen asiakas niistä kiinnostuu, auttaa instituutti heidät seuraavalle tasolle ostamaan kuvat. Myös valokuvaaja B:n (haastattelu 28.9.2015) mukaan instituutin nettisivuilla voisi olla linkkejä esimerkiksi otsikolla "Photographs from Finland" ja intro jokaisen toimijan kohdalla, millaisia kuvapalveluita on

tarjolla. Kuvapalveluiden kartoittamiseen voisi valokuvaaja B:n mukaan koota eri Suomi-kuva toimijoiden kontakteja: “Kommunikoidaisiin kaikkien kanssa, Visit Finland ja lähetystö ja instituutti ja muut, kun kaikilla on ne omat infokanavat, että jotenkin organisoitaisiin tieto yhteen, jota voitaisiin jakaa asiakkaille.” Myös kirjailija A (haastattelu 29.9.2015) olisi tyytyväinen tähän “Institute could introduce the photographers and if we would like to have some photos we could ask them”. Shigeyoshi (haastattelu 2.10.2015) ja Kokko (haastattelu 23.10.2015) kuitenkin epäilivät, että kuvien kysyjillä ei ole aikaa eikä rahaa tällaisiin kuvapalveluihin.

I think that (forwarding asks straight to photographers in Finland) is the other way. But I wonder do those people have any money to buy it? Because usually photographers are providing one photo for 200 euros or something. If they need ten photos it is already 2000 euros. Publication company usually doesn't have that kind of money. Therefore they are asking us, because it is free of charge. But if they have very high quality, then photographers image bank would be good choice. (Shigeyoshi, haastattelu 2.10.2015)

Ratkaisuna kuvapankki?

Osa haastateltavista näki, että olisi positiivista, jos instituutilla olisi myös itsellään kuvia, joita se voisi toimittaa kysyjille. “Jos instituutilla on omia kuvia niin vielä parempi, on lisäresurssi siihen (ToolBox-kuvapankkiin)” kommentoi Kokko (haastattelu 23.10.2015). “It would be great if they had a photo bank” kommentoi kirjailija A (haastattelu 29.9.2015). Kinnusen mukaan instituutilla voisi olla oma kuvapankki.

Valokuvaajat ja kuva-asiantuntijat sen sijaan olivat kriittisiä oman kuvapankin suhteen. Shigeyoshi (haastattelu 2.10.2015), suomalaiset valokuvaajat A ja B (haastattelut 26.6. ja 28.9.2015), Säteri (haastattelu 28.8.2015) ja Maltzeff (haastattelu 14.8.2015) varoittivat, että kuvapankin teettäminen on kallista ja se edellyttää toimivan tietoteknisen järjestelmän ja asiantuntijuutta tehdä kuvasopimukset sekä valokuvaajan että asiakkaan kanssa. Kuvatarjontaan pitäisi tehdä rajaus, sillä kaikenlaisia kuvia instituutilla ei voi olla. Kuvien toimittamisessa instituutti ottaisi vastuun kuvista ja mukaan astuvat myös kuvien käytön valvonta ja arkistointi. Sen sijaan pieni kuvapankki instituutin omasta toiminnasta voisi haastateltavien mukaan olla mahdollinen. Siinä voitaisiin kuvata instituutin omia tapahtumia ja toimintaa. Maltzeff (haastattelu 14.8.2015) suositti, että instituutti käyttäisi tällöin RM-kuvien erityistilannetta, niin sanottuja handout-kuvia, joissa kuvatoimiston tai valokuvaajan sijaan on yritys, joka luovuttaa kuvia toiminnastaan edelleen tiedotuskäyttöön. Näissä on Maltzeffin (haastattelu 14.8.2015) mukaan ollut jonkin verran ongelmia, sillä kuvia on käytetty erilaisiin tarkoituksiin, kuin yritys on halunnut eli kuvat ovat päätyneet muuhun käyttöön, kuin se mitä valokuvaajan ja kuvia

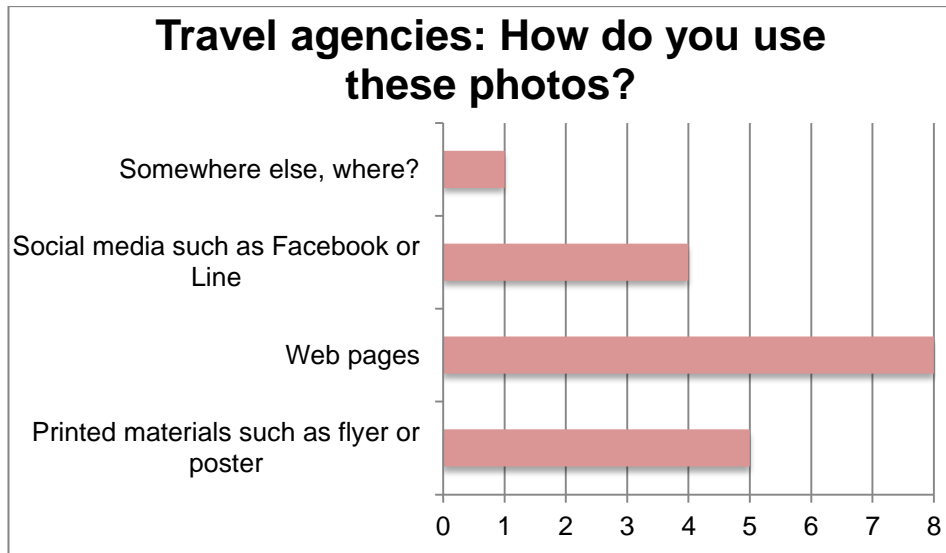
tilaavan yrityksen välillä on sovittu. Jos laajempi, muutakin kuin instituutin toimintaa kuvaava kuvapankki kuitenkin tehtäisiin, Maltzeff (haastattelu 14.8.2015) pohtii:

Kuvakokoelma olisi hyvä luoda siltä pohjalta miten japanilaiset näkevät Suomen. Mistä halutaan keskusteluaiheita. Luonto, terveys, tekniikka? Halutaanko edistää kulttuurivaihtoa, matkailua tai muuta sellaista? Kun on mietitty mitä kuvia tarvitaan pitäisi hankkia kuvat tarvittavine oikeuksineen ja tehdä kuvapankki, jossa kuvat olisivat tallessa serverillä ja jonne saa käyttäjätunnukset/salasanan, jos sioutuu instituutin edellyttämiin ehtoihin kuva-aineiston käytössä. --- Käytön valvonta tapahtuisi niin, että pyydetään julkaisukappaleet itselle ja kuvista ja kuvien käytöstä pidetään arkistoa. Jos kuvat voi ladata digitaalisesti, sieltä näkee latausmäärät. Latausten pohjalta voi jatkossa tuottaa japanilaisten tarvitsemia kuvia. (Maltzeff, haastattelu 14.8.2015)

6.3 Kyselylomakkeiden tulokset kaavioina

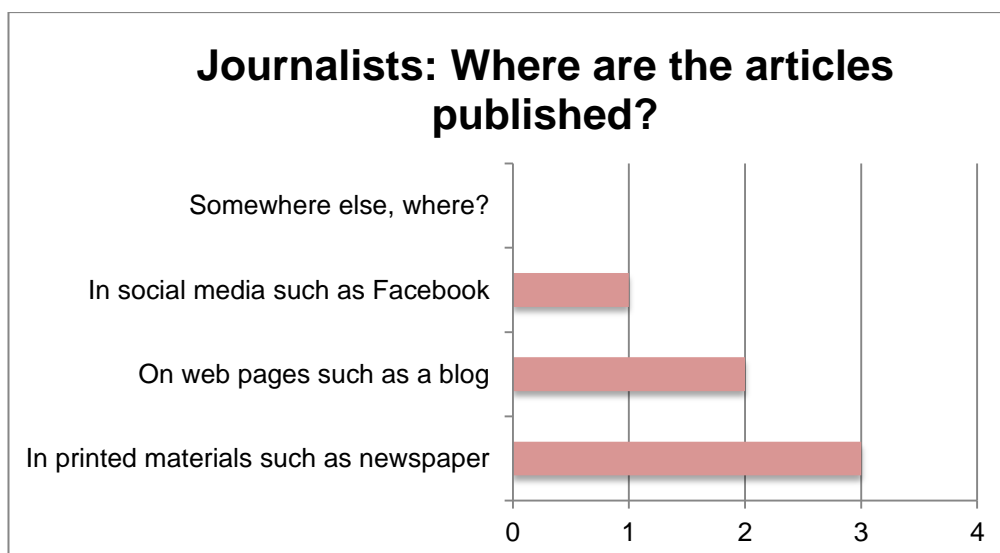
Kysymykset 1–4 poikkesivat matkailualan yrittäjien ja toimittajien lomakkeissa toisistaan, joten käsittelen ne erillään. Kysymykset 5–9 olivat molemmille samoja, joten käsittelen ne samoissa taulukoissa. Taustoittavista kolmesta alkukysymyksestä selvisi, että vastanneet matkailualan edustajat ovat töissä enimmäkseen suurilla matkamyyjillä, jotka myyvät vuodessa yli 1000 matkaa Suomeen. Näitä suurten yritysten edustajia oli vastaajista viisi. Kaksi edustajaa oli yrityksistä, jotka myyvät vuosittain 300–500 matkaa ja yksi edustaja alle 1000 matkan yrityksestä. Kaikki vastasivat käyttävänsä matkojen mainonnassa yli 20 valokuvaa Suomesta.

Kuvien käyttötavoissa oli jonkin verran vaihtelua. Kaikki matkailuyrittäjät kertoivat, että kuvia käytetään yritysten nettisivuilla. Suurin osa, 5 vastaajaa, käyttää kuvia myös painetuissa materiaaleissa ja puolet sosiaalisessa mediassa. Ainoa muu-vastaus koski asiakkaille toimitettavia kuvia.



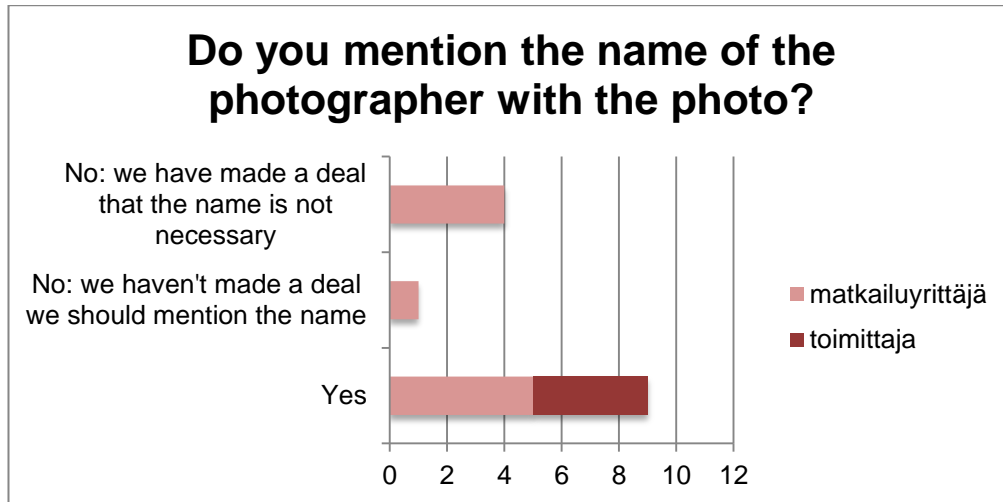
Kuvio 20. Kysymys 4 matkatoimistot.

Toimittajista kolme kertoi kirjoittavansa vuosittain Suomea koskevan artikkelin alle viisi kertaa vuodessa. Yksi toimittajista kertoi kirjoittavansa yli 20 artikkelia vuodessa Suomesta. Kolme toimittajaa vastasi yksiselitteisesti käyttävänsä artikkeleiden yhteydessä Suomeen liittyviä valokuvia, 3–5 kuvaa per artikkeli. Yksi vastaajista kertoi, ettei käytä artikkeleissaan kuvia, mutta toisessa kohdassa hän kertoi käyttävänsä niitä yli 5 per artikkeli. Näitä lukuja en ota huomioon ristiriidan vuoksi. Toimittajien artikkelit julkaistaan useimmiten painetussa materiaalissa, mutta myös netissä.



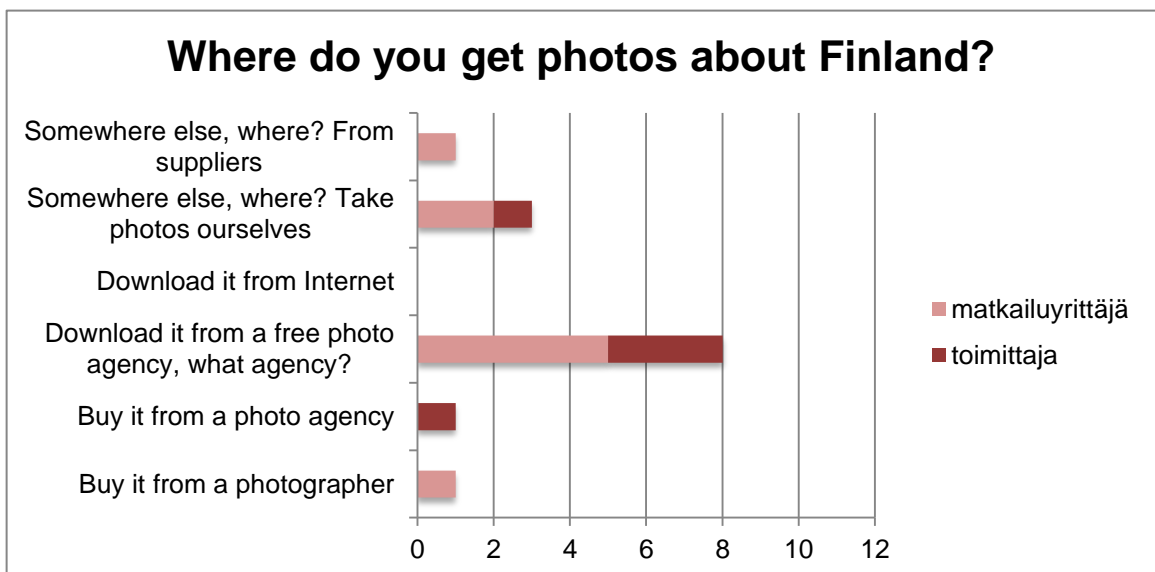
Kuvio 21. Kysymys 4 toimittajat.

Kysymyksessä viisi kysyttiin, mainitaanko valokuvaajan nimi kuvan yhteydessä. Kaikki toimittajat kertoivat, että nimi mainitaan. Matkailualan yrittäjistä viisi sanoi, että kuvaajan nimi mainitaan. Neljä kertoi, että on sovittu, että nimeä ei tarvitse mainita. Yksi valitsi vastauksen, jonka mukaan nimeä ei mainita, koska nimen mainitsemisesta ei ole sovittu.



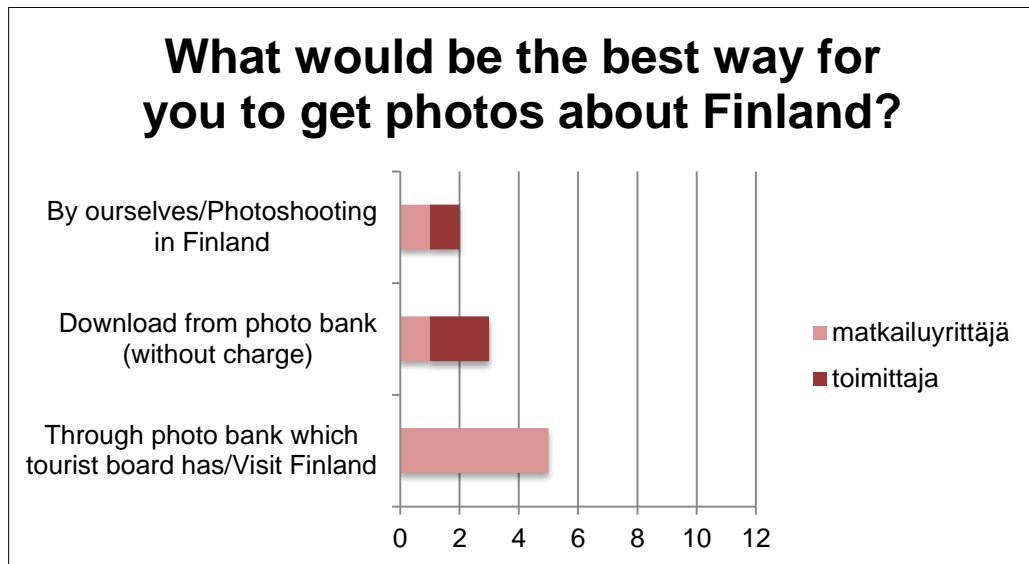
Kuvio 22. Kysymys 5 matkailuyrittäjät ja toimittajat.

Kysymyksessä kuusi kysyttiin, mistä vastaajat saavat käyttämänsä kuvat. Selkeä enemmistö lataa kuvansa kuvapankista, jossa ne ovat vapaasti käytettävissä. Kaikki eivät vastanneet avoimeen lisäkohtaan, mistä kuvapankista on kyse, mutta hajamainintoja saivat Visit Finland (3 mainintaa), City of Helsinki (1), Tourist board (2) ja Hotels (1).



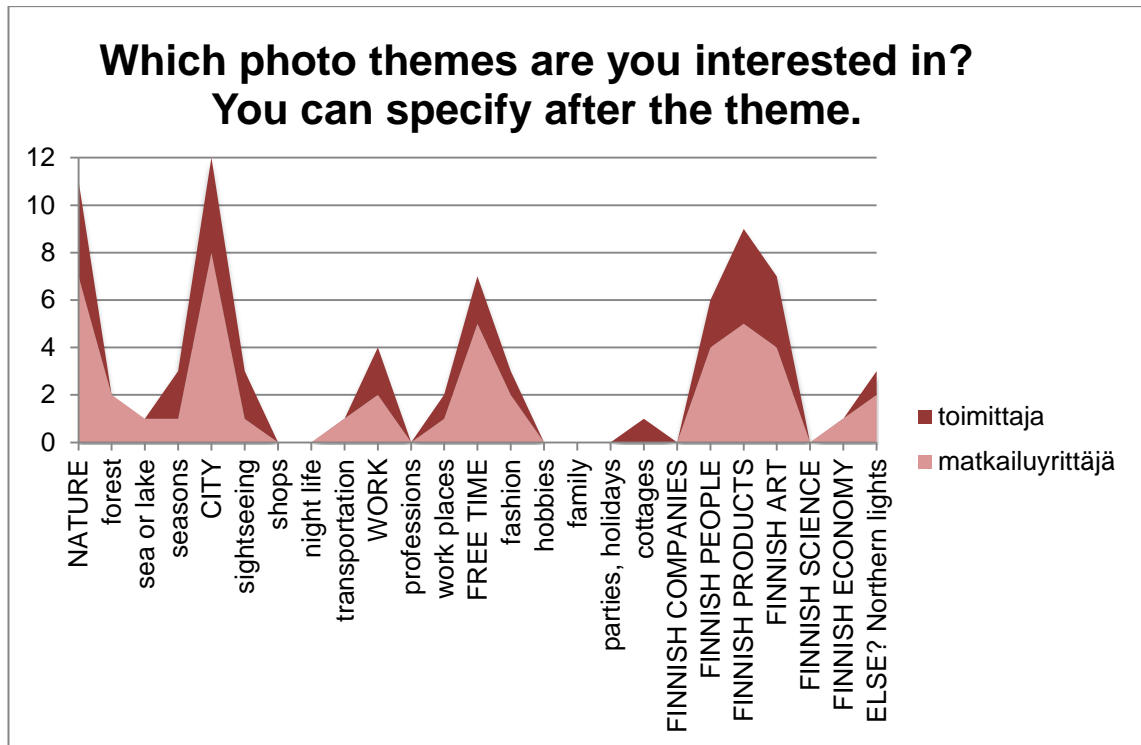
Kuvio 23. Kysymys 6 matkailuyrittäjät ja toimittajat.

Kysymys seitsemän oli avoin kysymys siitä, mikä olisi vastaajille mieluisin tapa saada kuvia Suomesta. Kaikki eivät vastanneet tähän kohtaan. Yhdistin samantyyppiset vastaukset seuraaviksi kategorioiksi, joista Visit Finlandin palvelu on selvästi matkailualan yrittäjille tärkeä. Sen sijaan toimittajat haluavat etsiä kuvansa toisaalta, tai eivät nimenneet Visit Finlandia suoraan.



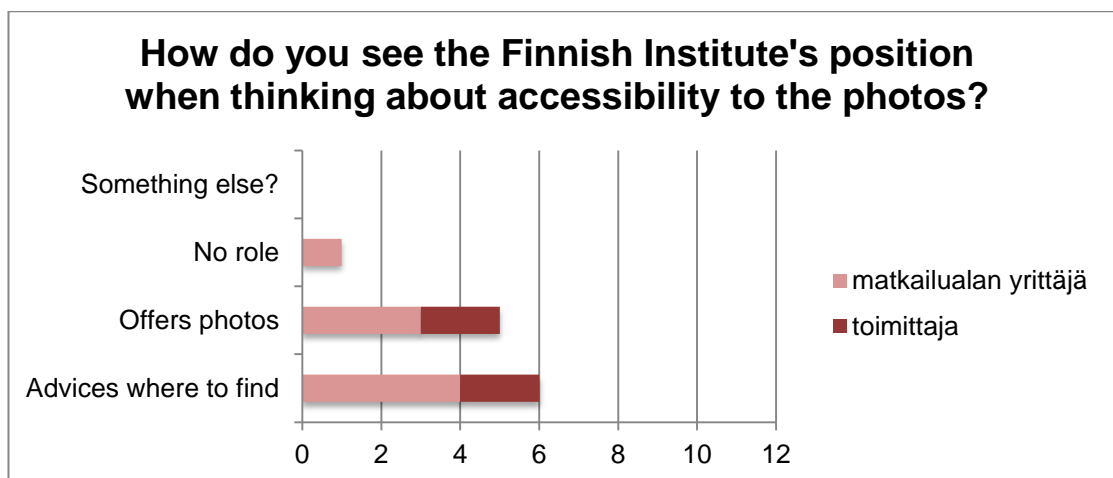
Kuvio 24. Kysymys 7 matkailuyrittäjät ja toimittajat.

Kysymyksessä kahdeksan kysyttiin, mistä aiheista kuvia haluttaisiin saada. Lomakkeessa oli valmiit pääteemat, joiden alla oli vielä yksittäisiä aiheita. Pääteemat ovat taulukossa isoilla kirjaimilla, yksittäiset aiheet pienellä. Vapaaseen kenttään vastaajilta tuli täydennystä luontopääteeman alle: revontulet. Kaaviosta voidaan nähdä selkeät kiinnostuksen kohteet: luonto ja kaupunki, jotka kiinnostivat lähes kaikkia vastaajia. Myös suomalaisista ihmisistä, tuotteista ja taiteesta oltiin kiinnostuneita. Matkailualan yrittäjien ja toimittajien kiinnostukset ovat melko yhtenevät.



Kuvio 25. Kysymys 8 matkailuyrittäjät ja toimittajat.

Viimeinen kysymys instituutin roolista valokuvien saannin suhteen oli ilmeisen vaikea vastaajille ja siihen vastasivat vain puolet vastaajista. Suurimman osan mutkaan instituutilla on neuvova rooli, eli sen tulisi kertoa mistä kuvia löytää. Monen mielestä instituutin pitäisi myös tarjota kuvia. Yhden vastaajan mukaan instituutilla ei ole roolia kuvien saannin kannalta.



Kuvio 26. Kysymys 9 matkailuyrittäjät ja toimittajat.

7 Sopimuskäytännöt sekä SJI:n kuvatoiminta nyt ja tulevaisuudessa

7.1 Käyttökuvista sopiminen Suomessa

Aineistosta käy ilmi, että kuvasopimukset vaihtelevat paljon eikä ole olemassa yhtä oikeaa ratkaisua. Sopimukset riippuvat osapuolten tahdosta ja kaupan kohteesta. Säteri (haastattelu 28.8.2015) toi esiin samat käytön määrittelytavat kuin teoriassa esitetyt Finnfoton laatimat ohjeet. Ne riittävät monessa tilanteessa varmasti pitkälle. On hyvä erottaa, että kuvakaupassa on yleensä kyse julkaisuoikeuden lisensoinnista, ei tekijänoikeuksien siirtämisestä, tai edelleenluovutuksesta, kuten Maltzeff toi esiin haastattelussa (14.8.2015). Tekijänoikeus on se perusta, joka luo tekijälle oikeuden myydä kuvan käyttöä eri tavoilla niin, että valokuvasta voidaan hyötyä rahallisesti. Aineisto vahvisti mielestäni teoriassa esitetyn seikan, että jos osapuolet haluavat käyttää ammattimaisia termejä sopimuksessa, joita esimerkiksi toi esiin haastattelussa, oletetaan osapuolten ymmärtävän näiden termien käytön. Kannattaa siis varmistaa, että ymmärtää mitä sopii. Voidaan päätellä, että ammattimainen kuvatoiminta vaatii tuekseen ammattimaisen sopimustoiminnan. Tietoa sopimisesta on tarjolla, valokuvaajien liitot kotimaassa ja ulkomailla tarjoavat apua ja kollegoilta voi kysyä neuvoa.

Haastatteluista kävi ilmi, että sopiminen tapahtuu pienissä projekteissa usein suullisesti tai sähköpostitse. Haastateltavat eivät ehkä osanneet mieltää, että myös suullinen ja sähköpostitse tehty keskustelu voivat muodostaa sopimuksen, sillä muotovaatimuksia ei ole. Osapuolten tekemät tarjoukset ja laskut itse asiassa muodostavat sopimuskokonaisuuden. Tämä voi olla osa ajatusmallia, jossa sopimukseksi nimetyn asiakirjan tekeminen mielletään liian raskaaksi tai vanhanaikaiseksi toimeksi. Jos ja kun varsinainen sopimus tehdään, monet käyttävät valmiita pohjia ja muokkaavat niitä tilanteeseen sopiviksi, mikä on varmasti järkevää.

Haastatteluista huokui tietty varovaisuus sopimusasioiden kommentoinnissa. Tulkitsen tämän niin, että sopimukset mielletään vaikeiksi ja hieman epämiellyttäväksi aiheeksi. Kyse on varmasti myös siitä, että sopimuksista ei haluttu puhua sopimussalaisuuksien vuoksi. Omaa sopimuskumppania ei ehkä haluttu mustamaalata pienissä piireissä. Tulkitsen myös, että kuvatoimistot eivät osaltaan lähteneet haastateltaviksi juuri siitä

syystä, että he eivät halunneet ruotia sopimuksiaan julkisesti. Toisaalta Japaniin kaup-
paa tekeviä tahoja ei äkkiseltään löytynyt.

Sopijapuolilla voi olla eriävät intressit, joka johtaa eriäviin sopimustoiveisiin, mikä koet-
tiin haasteeksi. Iso haaste vaikuttaisi olevan kuvien hintojen lasku, sillä valokuvaajat
eivät ymmärrettävästi halua tehdä samaa työtä pienemmällä korvauksella. Toisaalla
ostajan tilanne voi olla hiipuva taloudellisten suhdanteiden, digitalisaation ja muiden
muutosten seurauksena, jolloin säästöjä etsitään käyttämällä samaa kuvaa konsernin
sisällä eri medioissa. Valokuvakauppaan liittyy siis myös työllisyysnäkökulma, ne jotka
elävät valokuvilla, he haluavat riittävän korvauksen työstään. Tähän kytkeytyy myös
kuvan luvaton käyttö esimerkiksi Internetissä. Kuvia on helppo jakaa eri alustoilla miet-
timättä sen alkuperää tai käytön korvaamista. Sama ongelma on muillakin teosmuodoil-
la, joiden ansaintalogiikka perustuu immateriaalioikeuksiin, kuten musiikilla ja elokuvil-
la, joita voidaan jakaa Internetissä. Samaan aikaan valokuvaajan ja kuvan käyttäjän
pitäisi kunnioittaa kuvassa esiintyvien teosten, tuotteiden ja ihmisten oikeuksia ja minis-
teriötasolla odotetaan immateriaalioikeuksista saatujen tulojen kasvua.

7.2 Käyttökuvista sopiminen Japanissa

Kuvakauppa on aineiston mukaan kansainvälistä ja toimii kuvatoimistojen kautta, Suo-
men ja Japanin välinen suhde ei poikkea tästä. Käyttökuvia etsitään kuitenkin myös
Suomea Japanissa edustavilta organisaatioilta, pitkälti ilmaisten kuvien takia. Edusta-
vat organisaatiot, kuten instituutti ja suurlähetystö, ovat ohjanneet valtaosan kyselyistä
ilmaiskuvapankkeihin. Kuvia toimittavat Visit Finland, jonka kuvapankki on tehty mat-
kailualan tarpeisiin, sekä ulkoasianministeriön uusittu ToolBox -kuvapankki, josta löytyy
kuvia Suomesta myös muista kuin matkailuaiheista. Nämä kuvapankit on tarkoitettu
kaikkiin maihin, ei pelkästään Japaniin. Niihin rekisteröidytään ja ilmoitetaan kuvan
käyttötapa. Niiden kohderyhmänä ovat ulkomaiset mediat ja matkailutoimistot. Visit
Finlandin ja ToolBoxin kuvien käyttöoikeudet on ostettu valokuvaajilta matkailunedis-
tämistarkoitukseen.

Suomi-aiheisia kuvia käyttävät aineiston mukaan matkatoimistot, kustantamot, asian-
tuntijat, jotka kertovat Suomeen liittyvästä aiheesta, pohjoismaista elämäntapaa koske-
vat julkaisut sekä pohjoismaista elämäntapaa markkinoinnissa hyödyntävät yritykset.
Käyttäjät saavat kuvia yllä mainittujen tahojen lisäksi itse kuvaamalla Suomessa käy-

dessään, osoittivat haastattelut ja kyselytulokset. Kuvien käyttö on käyttäjätahoilla erilaista, osa on tiedottavaa ja osa kaupallista. Aineiston pohjalta voidaan pohtia, missä menee matkailunedistämistarkoituksen raja? Asiantuntijan luento ja aikakauslehdien julkaisu ovat useimmissa tapauksissa varmasti laskettavissa tiedottavaksi käytöksi, mutta onko laajamittainen matkatoimiston markkinointikäyttö tai kirjan kuvitus sellaista matkailunedistämistarkoitusta, johon valokuvaaja on sallinut käytön? Millaiset kuvakyselyt tulisi ohjata kuvatoimistoon maksullisten kuvien pariin? Suomi-aiheisten kuvien halutaan leviävän, se on selvää, mutta millä tavalla, se on arvovalinta. Kuten valokuvaaja B haastattelussa muistutti, opettamalla kysyjät siihen, että ilmaiskuvia on tarjolla, he eivät maksa kuvista jatkossakaan.

Suomi ja siihen liittyvät kuva-aiheet ovat kiinnostaneet Japanissa jo pitkään. Suurimaksi kuva-aiheeksi kerrotaan perus Suomi-kuvat, joka kattaa alleen muun muassa luontoaiheita ja suomalaisia tuotteita. Kuvakiinnostukset kuitenkin vaihtelevat kohde-ryhmittäin ja Japaniin mahtuu monenlaisia kuvatoiveita. Matkailualan ja toimittajien kiinnostuksen kohteiksi osoittautuivat kyselyn mukaan etenkin luonto ja kaupunki. Suomeen enemmän perehtyneitä kiinnostavat etenkin elämäntapa (lifestyle) ja design. Kartoituksen jälkeen voidaan pohtia, onko tarjolla tarpeeksi tähän kuvakysyntään vastaavia valokuvia? On myös tehtävä valintoja, millaista elämää ja kaupunkia haluamme Suomesta näyttää. Haastatteluissa esiintyneet sanavalinnat *perus* ja *kliseinen* Suomi kuva kertovat tietynlaisesta kyllästymisestä. Onko samanlaista Suomi-kuvaa näytetty liikaa? Kuvat, varsinkin ilmaiskuvat, kuluvat, eli niitä olisi vaihdettava säännöllisin väliajoin. Suomella on monet kasvot japanilaisille ja tätä muuttuvuutta kannattaa edelleen ylläpitää ja ruokkia uusilla kuvateemoilla.

Aineiston perusteella on hieman epävarmaa ottaa kantaa itse kuvasopimukseen Japanissa, mielestäni aineisto ei vastaa siihen tarpeeksi hyvin. Aineisto ei kerro, että kuvasopimukset poikkeaisivat Japanissa. Esimerkiksi kansainväliset kuvatoimistokäytännöt vallitsevat myös Japanissa. Sopimusprosessissa korostuu kuitenkin aineiston ja oman kokemukseni mukaan Eurooppaa enemmän kasvokkaisen sopimisen ja valmistelutyön tärkeys. Hyvään sopimusprosessiin kuuluu Japanissa huolellinen valmistelu ja kasvokkainen tapaaminen.

Sopimisen haasteiden taustalla piilevät ennen kaikkea erilaiset kulttuurit. Kieli ja kommunikointitavat ovat keskeisiä välineitä sopimisessa ja niihin pitäisi löytyä yhteinen sävel niin, että kumpikin osapuoli ymmärtää toista. Myös volyymit ovat erilaisia näissä

kahdessa maassa. Siksi ulkomaalaisten kannattaakin hyödyntää välittäjäorganisaatioita, paikallisten osaamista ja konsultoivia yrityksiä, joiden asema Japanissa on oman hiljaisen tietoni mukaan olennainen. Haasteeksi koettiin tekijänoikeuden erilaisuus Japanissa. Osa vastaajista kertoi kokemuksista, joissa he ovat saaneet kertoa isoillekin yrityksille ja taidealan ammattilaisille tekijänoikeudesta. Osa vastaajista puolestaan kertoi, että tekijänoikeudesta pidetään Japanissa kiinni tiukasti verraten muuhun Aasiaan. Teorialuvussa esittelemäni lähteet eivät tuoneet esiin varsinaisia eroja tekijänoikeudessa lakitasolla Suomen ja Japanin välillä. Vastausten ristiriita on mielenkiintoinen. Kyse voi olla siitä, että vaikka tekijänoikeuslait ja -sopimukset ovat Japanissa kansainvälisellä tasolla, mutta oikeuksien lisensointi ja erilaiset käyttöoikeudet ovat vieraita. Hiljaisen tietoni perusteella arvioin, että tekijänoikeus voi olla myös yksi esimerkki totuuden omote ja ura (voidaan kääntää esimerkiksi etupuoli ja selkäpuoli) tai honne ja tatemae (voidaan kääntää esimerkiksi todellinen ääni ja valhe) (käännökset Porrasmaa 2012, 164–169). Termeillä voidaan erottaa julkisivu ja sen kääntöpuoli, jossa asiat todellisuudessa tapahtuvat. Tekijänoikeudenjulkisivu näyttää hyvältä, mutta onko arjen käytäntö toista? Kuten Sakomura (haastattelu 8.9.2015) ja japanilainen kirjailija A (29.9.2015) kertoivat, henkilökohtaisella tasolla japanilaiset pitävät tekijänoikeutta tärkeänä.

Kinnunen (haastattelu 21.5.2015) kertoi, että valokuvaamiseen suhtaudutaan Japanissa suopeasti. Kuvattavat eivät kysele miksi heitä kuvataan vaan poseeraavat mielellään kuvaajalle. Tämän huomasin itsekkin Japanissa ollessani. Onko suhtautuminen kuvaamiseen kuitenkaan Japanissa sen poikkeavampaa kuin muualla maailmassa? Voidaan pohtia, onko tietty sukupolvi niin tottunut älypuhelinien läsnäoloon ja kuvaamiseen, että suhde kuviin olisi tätä kautta muuttunut? Myös japanilainen kirjailija A viittasi haastattelussa (29.9.2015) siihen, että nuoret ovat tottuneet jakamaan kaiken Internetissä. Kaiken kaikkiaan aineisto kertoi, että valokuvilla on Japanissa merkitystä. Kuvan kautta ihmiset saavat mielikuvia Suomesta ja vain yhden hyvän kuvan takia ihmiset saattavat matkustaa katsomaan Suomea. Näiden mielikuvien merkityksestä kamppailaan, kuten Rastenberger (2015) asian ilmaisi.

7.3 SJI:n kuvapalvelut

Aineisto kertoo, että neuvonta ja ohjaus mielletään instituutin tehtäväksi myös kuvien osalta. Näen, että SJI voisi toimia sellaisena instituutiona, jota Waldén (2015) kuvaa

teorialuvussa esittämässäni lainauksessa. Instituutti rinnastuu kirjastoihin, arkistoihin ja museoihin, joissa Internetin myötä teosten välittämisestä yleisölle näyttäisi olevan tulossa yksi tärkeimmistä kulttuurin ja informaation välittämisen muodoista. Siksi on tärkeää, että kuvatoiminta mietitään huolella, sillä samoja työkaluja ja malleja voidaan käyttää muuhunkin kulttuurin ja informaation välittämiseen.

Aineisto osoittaa, että kuvatoiminnan suhteen on olemassa tiettyä ”määrä korvaa laadun” -ajattelua. Mitä enemmän Suomi-aiheisia kuvia on tarjolla ja mitä useammalla taholla, sen parempi. Tämä koski myös asenteita SJI:tä kohtaan, eli heidän omiin kuvavarantoihinsa suhtauduttiin osassa aineistoa positiivisesti. Kuva-asiantuntijat kuitenkin ilmaisivat selkeästi, että kuvapankki on aikaa ja rahaa vaativa sijoitus nyt ja jatkossa. Myöskään nykyistä työntekijöiden ottamien kuvien jakamista kannattaa aineiston mukaan miettiä uudelleen. Sen sijaan kuvapankki omasta toiminnasta on aineiston perusteella hyvä idea.

Instituutin toiminnassa on siis erotettavissa kaksi eri käyttökuvien ryhmää, jonka parissa he työskentelevät. Toinen ryhmä ovat instituutin omaa toimintaa koskevat kuvat, eli kuvat esimerkiksi instituutin tapahtumista. Toiset kuvat ovat SJI:n omasta toiminnasta ulkopuolisia kuvia, joiden aihe liittyy Suomeen. Omaa toimintaa koskevista kuvista instituutti voisi tehdä kuvapankin. Sen sijaan muiden kuva-aiheiden osalta sen ei kannata ryhtyä kuvatoimittajaksi, vaan välittää tietoa, mistä kuvat ovat saatavilla. Informatiivinen kuvatoiminta on tulkintani mukaan paras rooli SJI:lle.

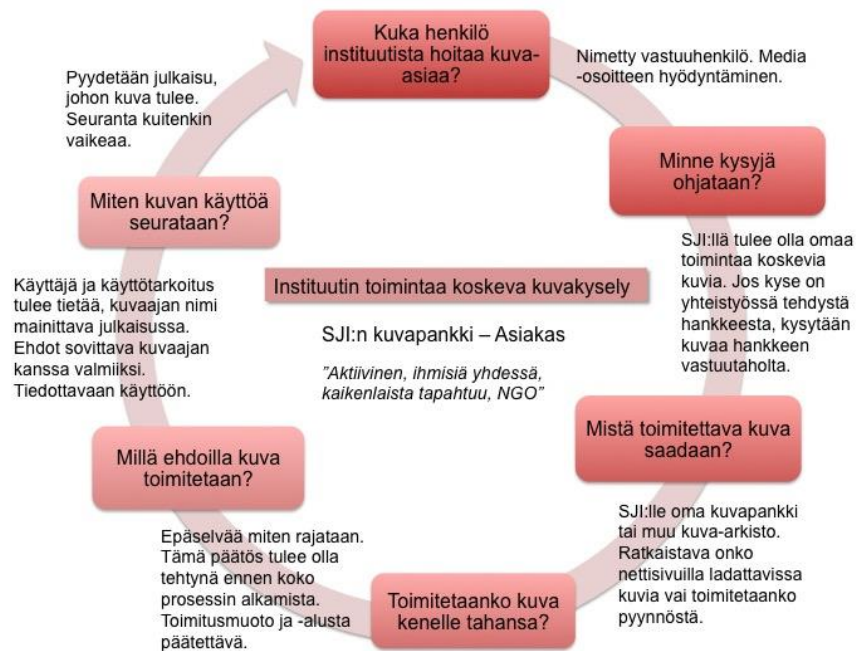
Aineisto kertoo myös, että SJI:n kannattaa panostaa yhteistyöhön ja yhteisiin linjauksiin, jotta turhalta miettimiseltä vältytään. Visit Finlandin kuvapankki on kehittynyt käyttäjäystävälliseksi ja sen aiherajaus ovat selkeästi matkailu. Uusi ToolBox-kuvapankki vaatii tutustumista, mutta se vaikuttaisi olevan ratkaisu instituutin kuvakyselyihin, joihin ei ole löytynyt sopivia kuvia Visit Finlandista. Näihin kuvapankkeihin instituutti voi ohjata kuvakyselynsä. Näiden ilmaiskuvapankkien lisäksi SJI voisi tehdä yhteistyötä valokuvaajien liittojen tai jonkin skandinaavisen kuvatoimiston kanssa, jolloin instituutti voi toteuttaa sillanrakentajan rooliaan luomalla uusia mahdollisuuksia kuvayhteistyölle.

Kun pohditaan SJI:n kuvatoimintaa, kyse on myös arvovalinnoista. Keitä kuvatoiminnalla halutaan palvella? Parhaassa tapauksessa informatiivinen kuvatoiminta palvelee sekä asiakasta, instituuttia että valokuvaajaa. Instituutti voi halutessaan tehdä tekijänoikeuksien edistämistyötä lisäämällä asiakkaidensa ja verkostonsa tietoja tekijänoikeu-

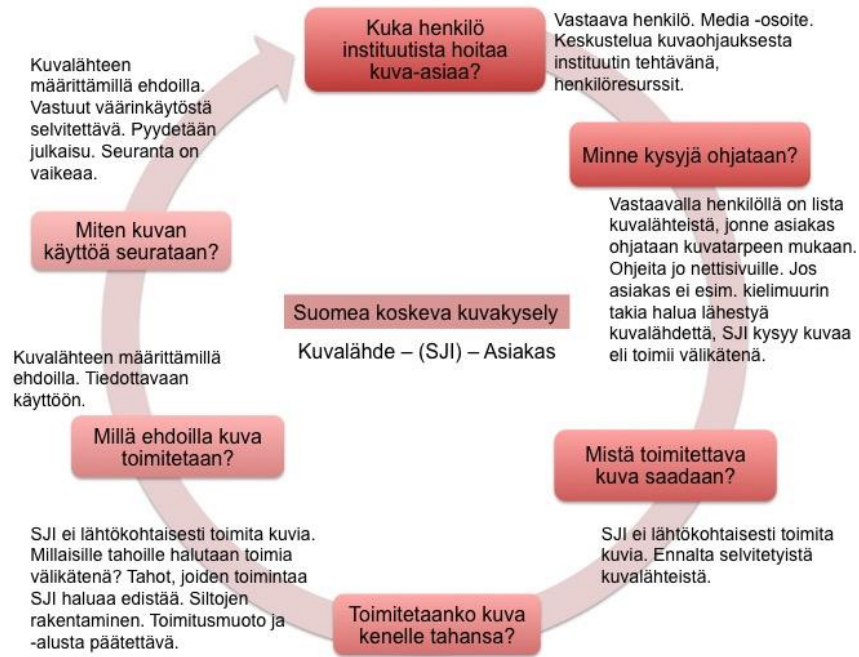
desta ja edistää suomalaista kulttuuria ja työtä esittelemällä laadukkaita suomalaisia kuvia toiminnassaan ja ohjaamalla kuvakysyjät valokuvaajien luokse. Hyvin suunnitelluilla nettisivuilla ja sisäisillä ohjeilla myös oma toiminta selkeytyy. Rehdiällä toiminnalla luodaan pitkäikäisiä ja luottamuksellisia suhteita myös Japaniin ja ne auttavat instituutin muussa toiminnassa.

7.4 Kehittämisehdotukset

SJI:n käyttökuvatoiminnassa tulee erottaa kaksi kuva-aihetta: 1. omaa toimintaa koskevat kuvat tiedottavaan käyttöön ja 2. Suomea koskevat kuvat tiedottavaan ja kaupalliseen käyttöön. SJI:ssä tulee pohtia näiden kuvien eroja toiminnan suhteen. Kuvatoiminnasta pidettiin työpaja, jossa piirrettiin prosessikaaviot. Työpajassa päädyttiin seuraaviin linjauksiin: ensimmäisien kuvien osalta SJI perustaa oman kuvapankin, toisten kuvien osalta SJI laatii ohjeistusta, jota tarjoaa ensisijaisesti nettisivuillaan sekä kuvatoiminnan koostamiseen ja ylläpitoon nimetään vastuuhenkilö.



Kuvio 27. Kuvaprosessi, kun kuvakysely koskee instituutin omaa toimintaa.



Kuvio 28. Kuvaprosessi, kun kuvakysely koskee Suomeen liittyvää aihetta.

Seuraavissa toimenpiteissä SJI hyödyntää tehtyä kartoitusta. Omaa kuvapankkia varten on pohdittava millaisia kuvia instituutista halutaan antaa. SJI:lle kirjataan visuaaliset ohjeet kuvista. On päätettävä, kootaanko omaa toimintaa koskeva kuvapankki esimerkiksi erilliselle kovalevyllä vai Flickr:n tai vastaavaan pilvipalveluun. Aiemmin otettujen kuvien kuvaajilta ja kuvissa esiintyviltä henkilöiltä tulee kysyä luvat instituutin tiedotuskäyttöön. Lupia varten luodaan lomakkeet. Kuvat ja niiden käyttöluvat arkistoidaan digitaalisesti. Jatkossa otettavista kuvista pyydetään myös luvat kuvaajilta sekä niissä esiintyviltä henkilöiltä ja ne arkistoidaan. Arkistointi järjestetään esimerkiksi vuosi- ja tapahtumakohtaisesti. On päätettävä, halutaanko, että muutama toimintaa koskeva kuva on SJI:n kotisivuilla ladattavissa ilman kyselyitä. Tätä varten on tehtävä tietoteknisiä ratkaisuja, kuten mihin kohtaan nettisivuja kuvat sijoitetaan. Kotisivuille laitetaan tieto, millä tavalla ja millä ehdoilla SJI:n toimintaa koskevia kuvia on saatavilla. Kuvien käytöstä pidetään kirjaa ja pyydetään julkaisut, joissa kuvat ovat.

Suomea koskevista kuvapalveluista kootaan tietoa SJI:lle. Listaan kootaan ilmaisia kuvapankkeja, maksullisia kuvatoimistoja, valokuvaajien liittojen yhteystietoja ja muita kuvamateriaalia tarjoavia tahoja, kuten historiallisia tai tieteellisiä kuva-arkistoja. Tiedot muotoillaan SJI:n nettisivuille informatiivisesti ja myös japanin kielellä. Sivuille voi olla myös tietoa tekijänoikeudesta. Uudesta ohjeistuksesta informoidaan yhteistyökumppa-

neita. Listaa ja ohjeistusta päivitetään säännöllisesti. Lisäksi SJI pyrkii jatkossa omissa materiaaleissaan huomioimaan suomalaiset valokuvaajat.

7.5 Pohdinta

Kartoituksen alkuvaiheessa kiinnostukseni aiheeseen oli hyvin sopimustekninen, mutta aineiston keräämisen myötä kiinnostukseni valokuvista kulttuuriviennin tukijoina ja Suomi-kuvan rakentajina kasvoi. Yritin kuitenkin pysyä alkuperäisessä, sopimuskäytäntöjä kartoittavassa aiheen rajauksessa. Sopimustekninen näkökulma oli vaikea ja sopivia informantteja oli vaikea löytää, informantit olivat myös epävarmoja vastaamaan kaikkiin kohtiin. Tuloksena oli, että toisen teemakortin tulokset eivät vastanneet kovin vahvasti kuvien sopimuskäytäntöihin Japanissa, vaan kertoivat yleisesti suomalaisten kuvien esiintymisestä Japanissa. Tämä johtui osaltaan siitä, että en tavoittanut vahvaa Japanin sopimuskäytännöistä tietävää henkilöä. Toivon, että jatkotutkimus aiheesta tavoittaa japanilaiset tekijänoikeusasiantuntijat vahvistamaan sen, mikä asema tekijänoikeudella Japanissa tosiasiaassa on. Tuloksista tehtävät päätelmät laajenivat siis pohtimaan hieman erilaisia asioita, kuin olin aluksi ajatellut. Vaikka ongelma lähti pienestä ja arkisesta asiasta, aihe laajeni pohtimaan usean eri organisaation toimintaa ja koko Suomi-kuvaa. Kartoituksen tuottama uusi tieto keskittyy valokuvien sopimuskäytäntöihin Suomessa ja Japanissa sekä suomalaisten kuvien asemaan Japanissa.

Vaikka aihe oli mielestäni tarkasti rajattu, olisi se voinut vielä enemmän keskittyä vain Japanissa tapahtuvaan kuvatoimintaan. Ensimmäinen teema oli tietopohjan keräämiseksi minulle välttämätön, mutta sen olisi voinut jättää pois työstä. Teoria on hyvin tekijänoikeuspainotteinen, mutta nyt kun katson aineistoa, siinä olisi ollut hyvä tuoda esille sopimusoikeutta, yleistä teoriaa siitä, miten sopimuksen katsotaan syntyvän. Huomasin kuitenkin, että Koivunen (2004, 41) on täysin oikeassa siinä, että immateriaalioikeuksien osaamistasoa kulttuuriviennissä tulee lisätä. Havainto oli rohkaiseva ja uskon, että opinnäytetyöstä on hyötyä useammallekin toimijalle, etenkin instituuttikentällä. Työ tarjoaa käytännön työvälineitä SJI:n kuvatoiminnan parantamiseksi ja uskon, että ne ovat sovellettavissa muissakin instituuteissa ja vastaavissa toimijoissa.

Kartoituksen tekeminen kahdessa maassa oli kaiken kaikkiaan haastavaa. Opinnäytetyöstä olisi tullut täysin erilainen, jos se olisi tehty vain toisesta maasta käsin. Vasta Japanissa pystyin hahmottamaan ongelmanasettelun täysin, kun näin tilaajan työn ar-

kea. Kartoitustyö oli minulle opettavainen ja kehityin ennen kaikkea systemaattisena tiedonkerääjänä ja vallitsevien toimintamallien kyseenalaistajana. Haastattelutekniikka-
ni kehittyi ja koin saavani arvokasta ensikäden tietoa etenkin japanilaisilta toimijoilta.
Sain kansainvälisestä kartoitustyöstä paljon ammatillista itsevarmuutta.

Lähteet

Haastattelut

- 21.5.2015 Ulla Kinnunen, kulttuuri- ja viestintäjohtaja, Suomen Japanin instituutti
 26.6.2015 Suomalainen valokuvaaja A
 14.8.2015 Marcel Maltzeff, entinen kuvatoimittaja, kuva-asiantuntija ja arkistovirkailija, Sanoma Pro, WSOY Oppimateriaalit Oy ja Lehtikuva Oy
 28.8.2015 Mika Säteri, toiminnanjohtaja, Finnfoto–Suomen Valokuvajärjestöt ry
 8.9.2015 Hiroko Sakomura, toimitusjohtaja, S2 corporation
 28.9.2015 Suomalainen valokuvaaja B
 29.9.2015 Japanilainen kirjailija A
 2.10.2015 Noto Shigeyoshi, maaedustaja, Visit Finland
 23.10.2015 Markus Kokko, lehdistö- ja kulttuurineuvos, Suomen Tokion suurlähetystö

Kysely 17.9.2015

8 japanilaista matkailualan yrityksen edustajaa kuudesta eri yrityksestä
 4 japanilaista eri organisaatioissa toimivaa toimittajaa

Työpaja 21.10.2015

Sophie Feldt, projektikoordinaattori, Suomen Japanin instituutti
 Merja Karppinen, johtaja, Suomen Japanin instituutti
 Ulla Kinnunen, kulttuuri- ja viestintäjohtaja, Suomen Japanin instituutti

Kirjalliset lähteet

Cupore 2015. Tekijänoikeusjärjestelmän toimivuuden arviointimetodologiahanke [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://www.cupore.fi/tekijanoikeus.php>> (luettu 1.7.2015).

CRIC 2015. What is copyright? [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://www.cric.or.jp/english/qa/begin.html#6>> (luettu 1.11.2015).

Eskola Jari, Vastamäki Jaana 2010. Teemahaastattelu: opin ja opetukset. Teoksessa Aaltola Juhani, Valli Raine 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I, metodin valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Juva: WS Bookwell Oy.

Finnfoto ry 1997. Valokuvaajan tekijänoikeusopas. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Musta taide.

Finnfoto ry 2006. Valokuvaajan uusi tekijänoikeusopas. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Musta taide.

Finnfoto ry 2015. Työkalut [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://finnfoto.fi/tyokalut/>> (luettu 3.10.2015)

Haarmann Pirkko-Liisa 2005. Tekijänoikeus ja lähioikeudet. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Hallituksen esitys (HE) Eduskunnalle laeiksi tekijänoikeuslain ja rikoslain 49 luvun muuttamisesta 28/2004

Hiroshi Saito, Shinichi Isa: General introduction. Teoksessa Ganea Peter, Heath Christopher, Hiroshi Saito: Japanese copyright law. Kluwer Law International.

Heiskanen Ilkka, Kangas Anita 2015. Muutoksen suunnat, haasteet ja mahdollisuudet. Teoksessa Heiskanen Ilkka, Kangas Anita, Mitchell Ritva: Taiteen ja kulttuurin kentät. Tallinna: Tietosanoma, s. 444–455, 2. painos.

Hirsjärvi Sirkka, Hurme Helena 2008. Tutkimushaastattelu, teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

IPR University Center 2015. IPR in New Value Creation [verkkodokumentti]. Saatavuus <http://www.iprinfo.com/tutkimus/tutkimusprojektit/fi_FI/ipr_in_new_value_creation%20/> (luettu 1.7.2015)

Karttunen Sari 2009. Kun lumipallo lähtee vyörymään – nuorten kuvataiteilijoiden kansainvälistyminen 2000-luvun alussa. Taiteen keskustoimikunta, julkaisu nro 36.

Koivunen Hannele 2004. Onko kulttuurilla vientiä? Opetusministeriön, ulkoasianministeriön ja kauppa- ja teollisuusministeriön Kulttuurivienti -hanke. Selvitysmiehen raportti. Opetusministeriön julkaisuja 2004:22.

Kuvapankit.com 2015a. Kuvapankin valinta [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://www.kuvapankit.com/kuvapankin-valinta/>> luettu 10.8.2015)

Kuvapankit.com 2015b. Asiaa kuvapankeista [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://www.kuvapankit.com/>> (luettu 9.8.2015)

Kuvasto 2015a. Tietoa Kuvastosta [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://kuvasto.fi/tietoa-kuvastosta/>> (luettu 9.8.2015)

Kuvasto 2015b. Kuvankäyttölupa ja -korvaus [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://kuvasto.fi/kuvankayttokorvaus/>> (luettu 9.8.2015)

Kuvasto 2015c. Kuvaoikeuksien abc [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://kuvasto.fi/kuvaoikeuksien-abc/>> (luettu 3.10.2015)

Luostarinen Antti 2015. Brändivalokuva Suomessa. Kuinka saavutetaan laadukas brändivalokuva. Opinnäytetyö (ylempi AMK). Metropolia Ammattikorkeakoulu.

Niinikoski Marja-Liisa, Kiiski Esko 2007. Kulttuuriviennin vahvistaminen edustustojen ja instituuttien yhteistyötä kehittämällä. Selvitys kulttuuri- ja tiedeinstituuttien ja edustustojen yhteistyöstä asemamaissaan kulttuuriviennin alueella. NetEffect Oy.

Oesch Rainer 1993. Oikeus valokuvaan. Tutkimus valokuvan suojan sisällöstä ja kehityksestä. Helsinki: Suomalainen lakimiesyhdistys.

Ojasalo Katri, Moilanen Teemu, Ritalahti Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät, uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015a. Tekijänoikeusjärjestelmän kehittäminen [verkkodokumentti]. Saatavuus
<http://www.minedu.fi/OPM/Tekijaenoikeus/tekijaenoikeuden_kehittaaminen/?lang=fi> (luettu 1.7.2015)

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015b. Kulttuuriviennin tukiverkosto [verkkodokumentti]. Saatavuus
<<http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuurivienti/tukiverkosto.html?lang=fi>> (luettu 8.10.2015)

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012. Tekijänoikeuspolitiikka 2012, keskustelumuistio. Opetus- ja kulttuuriministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2012:20.

Opetusministeriö 2008. Näin suomalaista kulttuuria viedään. Kulttuurivientiraportti 2007 ja esitykset kehittämistoimenpiteiksi. Opetusministeriön julkaisuja 2008:15.

Opetusministeriö 2007. Onko kulttuurilla vientä? ON! Esitys Suomen kulttuuriviennin kehittämisohjelmaksi 2007-2010. Opetusministeriön julkaisuja 2007:9.

Porrasmaa Raisa 2012. Japani pintaa syvemältä. 4. painos. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Rajakari Päivi 2012. Valokuvalla on aina ollut kiinnostavia kiinnityspintoja yhteiskuntaan ja todellisuuteen – Jorma Purasen haastattelu. Teoksessa Rajakari (toim.): Pohjan tähdet. Suomalaisen valokuva- ja videotaiteen kansainvälistyminen. Helsinki : Kulttuuri-
tuotanto Päivi Rajakari Oy, s. 32-41.

Rastenberger Anna-Kaisa 2015. Tietoa, valtaa ja toimintaa – Suomalaisen valokuvataiteen kansainvälistyminen - Käsitteiden kautta järjestövä valokuvataiteen kenttä 1990–2000 –luvuilla. Helsinki: Suomen valokuvataiteen museo.

Rautiainen Pauli 2008. Suomalainen taiteilijatuki. Valtion suora ja välillinen taiteilijatuki taidetoimikuntien perustamisesta tähän päivään. Helsinki: Lönnberg Print.

Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit ry 2015. Toiminta [verkkodokumentti]. Saatavuus
<<http://instituutitfi.virtualserver19.nebula.fi/toiminta/>> (luettu 8.10.2015)

Suomen suurlähetystö Tokio 2015. Team Finland Japanissa [verkkodokumentti]. Saatavuus
<<http://www.finland.or.jp/public/default.aspx?nodeid=46718&contentlan=1&culture=fi-FI>> (luettu 3.8.2015)

Teruo Doi 1999. Japan. Teoksessa Gendreau Isolde, Nordemann Axel, Oesch Rainer: Copyright and photographs – an international survey. Kluwer Law International.

The Finnish Institute in Japan 2015. About [verkkodokumentti]. Saatavuus
<<http://www.finstitute.jp/about/>> (luettu 8.10.2015)

Toikko Timo, Rantanen Teemu 2009. Kehittämistoiminta. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.

Ulkoasiainministeriö 2015. Suomen ThisisFINLAND-maakuvasivusto uudistui. Tiedote 218/2015, 30.9.2015.

Ulkoasiainministeriö 2015. Ulkoasiainhallinnon edustustoverkko [verkkodokumentti]. Saatavuus
<<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=49529&contentlan=1&culture=fi-FI>> (luettu 8.10.2015)

Waldén Jorma 2015. Vuoden 1961 tekijänoikeuslaki 2000-luvun haasteiden keskellä. Teoksessa Heiskanen Ilkka, Kangas Anita, Mitchell Ritva: Taiteen ja kulttuurin kentät. Tallinna: Tietosanoma, s. 310–327, 2. painos.

Ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumi 2015. Kyselyyn perustuvan tutkimuksen suorittaminen [verkkodokumentti]. Saatavuus
<<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289345955/1194290010211.html>> (luettu 22.10.2015)

Liite 1: Teemahaastattelujen teemat

1. Haastateltava kuvakaupassa

- Nimesi, tittelisi, organisaatiosi?
- Millainen on työnkuvasi?
- Kuinka olet päätynyt työskentelemään valokuvien parissa?

2. Kuvakaupan prosessi haastateltavan omassa organisaatiossa

- Miten valokuvien käytöstä sovitaan omassa organisaatiossasi? Ottaen huomioon esimerkiksi henkilöt, aikataulun ja vaiheet.
- Millaisia sopimuksia teette valokuvien käytöstä Japanissa? Ottaen huomioon esimerkiksi korvaukset.
- Voinko saada em. sopimus pohjia tarkasteluuni dokumenttianalyysiä varten? Niistä voi poistaa nimi- ja hintatiedot.
- Onko prosessissa haasteita? Ottaen huomioon oman organisaation näkökulman sekä kuvien käyttäjän näkökulman.
- Minkälainen olisi optimaalinen sopimusprosessi?

3. Kuvakauppa Suomesta Japaniin yleisesti

- Ketkä ovat mielestäsi olennaisia toimijoita Suomen ja Japanin välisessä kuvakaupassa?
- Onko maiden välisessä sopimisessa erityisiä huomioon otettavia seikkoja? Eroaako muiden maiden välisistä sopimusprosesseista?
- Minkälaisille kuville on Japanissa kysyntää?
- Mikä olisi sopiva hinta kuvista?
- Yleisimmät haasteet sopimisprosessissa ?
- Mahdolliset muutostarpeet ja kehitysehdotukset: mikä olisi paras tapa sopia kuvien käytöstä?

4. Instituutin rooli kuvaviennissä

- Minkälaisena näet Suomen Japanin Instituutin roolin kuvakaupassa?
- Minkälaisia haasteita näet instituutin kuvaviennin prosessissa?
- Millainen olisi sille ihanteellinen toimintarakenne? Ottaen huomioon kuvien toimittajan/välittäjän näkökulman sekä kuvien käyttäjän näkökulman. Tulisiko sen esimerkiksi tarjota itse valokuvia tai ohjata kuvälähteille?

Tutkimuksen jatkon kannalta: Ketä sinun mielestäni minun kannattaisi haastatella aiheesta?

Lista informanteista tällä hetkellä, kaikki eivät vielä varmistuneet:

	<i>Suomi</i>	<i>Japani</i>
<i>Toimittaja</i>	<i>Suomen Japanin instituutin viestintäkoordinaattori. Kuva-asiantuntija. Kaksi Japanissa toimivaa tai toiminutta valokuvaajaa. Finnfoto ry:n toiminnanjohtaja. Visit Finlandin maaedustaja. Suomen suurlähetystön lehdistö- ja kulttuurineuvos.</i>	-
<i>Käyttäjä</i>	-	<i>Taidekonsultti, kirjailija, matkatoimistot, toimittajat.</i>

Attach your business card here please!

Voluntary survey – travel agencies

Hi,

I am doing my thesis for my studies and the Finnish Institute in Japan. The thesis is about Finnish photos in Japan. Below you can find the instructions to fill in the survey. Please ask if there is something unclear. By answering to this survey, you will accept that I use the information for my thesis. Please let me know, if you don't want to be referred by name in the thesis. I am thankful for all the answers I get.

Yours sincerely, Marjaana Larpa (student)

Instructions

1. Please fill in the survey by choosing the right option or by writing it to the lines.
2. If you are busy now, you can leave your business card and an empty survey, so I will send it to you by e-mail.
3. Please attach your business card to the upper right corner of the survey.
4. Drop the survey to the box.
5. Thank you!

Questions

1. How many travels do you sell to Finland (persons) in a year?

- Under 100
- 100-300
- 300-500
- 500-1000
- Over 1000

2. When you advertise these travels, do you use photos about Finland?

- Yes
- No

3. How many photos about Finland do you use in the advertising as a whole in a year?

- 1-5
- 5-10

- 10-20
- Over 20

4. How do you use these photos?

- Printed materials such as flyer or poster
 - Web pages
 - Social media such as Facebook, Line
 - Somewhere else, where?
-

5. Do you mention the name of the photographer with the photo?

- Yes
- No – we haven't made a deal we should mention the name
- No – we have made a deal that the name is not necessary

6. Where do you get photos about Finland?

- Buy it from a photographer a) Finnish b) Japanese c) Some other nationality
 - Buy it from a photo agency
 - Download it from a free photo agency, what agency?
-

- Download it from Internet, where?
-

- Somewhere else, where?
-

7. What would be the best way for you to get photos about Finland?

8. Which photo themes are you interested in? You can specify after the theme.

- Nature a) forest b) sea or lake c) seasons d) animals and plants
- City a) sightseeing b) shops
c) night life d) transportation
- Work a) professions b) work places
- Free time a) fashion b) hobbies c) family d) parties, holidays e) cottages
- Finnish companies

- Finnish people
- Finnish products
- Finnish art
- Finnish science
- Finnish economy
- Something else, what?

9. How do you see the Finnish Institute's position when thinking about accessibility to the photos?

- Advices where to find photos about Finland
- Offers photos about Finland
- Photos are not part of the Institute's work
- Something else, what?

In the end

Can your name be mentioned in the thesis?

- Yes
- No

Do you want a link to the thesis when it is published (in Finnish)?

- Yes
- No

Feedback

Thank you for your answer!

Attach your business card here please!

Voluntary survey – journalists

Hi,

I am doing my thesis for my studies and the Finnish Institute in Japan. The thesis is about Finnish photos in Japan. Below you can find the instructions to fill in the survey. Please ask if there is something unclear. By answering to this survey, you will accept that I use the information for my thesis. Please let me know, if you don't want to be referred by name in the thesis. I am thankful for all the answers I get.

Yours sincerely, Marjaana Larpa (student)

Instructions

6. Please fill in the survey by choosing the right option or by writing it to the lines.
7. If you are busy now, you can leave your business card and an empty survey, so I will send it to you by e-mail.
8. Please attach your business card to the upper right corner of the survey.
9. Drop the survey to the box.
10. Thank you!

Questions

1. How many articles do you write about Finland in a year?

- Under 5
- 5-10
- 10-20
- Over 20

2. Do the articles contain photos about Finland?

- Yes
- No

3. How many photos do you use with one article?

- 0-1
- 1-3
- 3-5
- Yli 5

4. Where are the articles published?

- In printed materials such as newspaper
 - On web pages such as a blog
 - In social media such as Facebook
 - Somewhere else, where?
-

5. Do you mention the name of the photographer with the photo?

- Yes
- No – we haven't made a deal we should mention the name
- No – we have made a deal that the name is not necessary

6. Where do you get photos about Finland?

- Buy it from a photographer a) Finnish b) Japanese c) Some other nationality
- Buy it from a photo agency
- Download it from a free photo agency, what agency?

-
- Download it from Internet, where?

-
- Somewhere else, where?
-

7. What would be the best way for you to get photos about Finland?

8. Which photo themes are you interested in? You can specify after the theme.

- Nature a) forest b) sea or lake c) seasons d) animals and plants
- City a) sightseeing b) shops
c) night life d) transportation
- Work a) professions b) work places
- Free time a) fashion b) hobbies c) family d) parties, holidays e) cottages
- Finnish companies
- Finnish people
- Finnish products

- Finnish art
- Finnish science
- Finnish economy
- Something else, what?

9. How do you see the Finnish Institute's position when thinking about accessibility to the photos?

- Advices where to find photos about Finland
- Offers photos about Finland
- Photos are not part of the Institute's work
- Something else, what?

In the end

Can your name be mentioned in the thesis?

- Yes
- No

Do you want a link to the thesis when it is published (in Finnish)?

- Yes
- No

Feedback

Thank you for your answer!