



**HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU**

OPINNÄYTETYÖ



Video On Demand -palvelut Suomessa

Oikeuksienhallinnan nykyisyys ja mahdollisuuksien tulevaisuus

Inka Virtanen

Kulttuurituotanto (240 op)

04 / 2015

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Koulutusohjelman nimi

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Inka Virtanen	Sivumäärä 48 ja 2 liitesivua
Työn nimi Video On Demand-palvelut Suomessa, oikeuksienhallinnan nykyisyys ja mahdollisuuksien tulevaisuus	
Ohjaava opettaja Jyrki Simovaara	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Iron Sky Universe, Anniina Leppänen	
Tiivistelmä <p>Video on demand, kuulostaa monimutkaiselta termiltä, mutta se on käytössä jo useiden ihmisten arjessa. Tilausvideopalvelu mahdollistaa elokuvien ja muun audiovisuaalisen sisällön katsomisen, juuri silloin kun asiakas niin haluaa. Erityisen kiinnostavaksi nämä VOD-palvelut muotoutuvat elokuva-alan ammattilaisille, jotka joutuvat tekemään valintoja nopeasti muuttuvalla kentällä. VOD-palvelut mullistavat jakelukenttää kun DVD-myynti laskee. Muutaman vuoden sisällä odotettavissa on isoja muutoksia jakeluketjussa sekä VOD-palveluiden taloudellisessa merkityksessä elokuvantuotannossa. Tärkeä kysymys on kuka elokuvan VOD-oikeuksia tulee hallitsemaan?</p> <p>Lähdin tekemään tulevaisuuskartoitusta, järjestämällä kaksi skenaariotyöpajaa, jossa alan ammattilaiset keskustelivat mahdollisista tulevaisuuden suuntaviivoista. Tulevaisuutta ei voi varmaksi ennustaa, mutta olen kerännyt opinnäytetyöhöni nykytilan kartoituksen lisäksi mahdollisia tulevaisuuden suuntaviivoja. Osa näistä tulee toteutumaan ja varmasti osa muutoksista joko isoina tai pieninä linjoina. Tulevaisuuden suuntaviivojen pohjana on käytetty asiantuntijalausuntoja. Asiantuntijat toimivat itse kentällä ja koska he ovat mukana muokkaamassa tulevaisuutta ja seuraavat alan signaaleja heillä on hyvä todennäköisyys osua oikeaan arvauksissaan.</p> <p>Menetelmäni ovat lähtötilanteen kartoitus ja tulevaisuuden ennakoitimenetelmät. Tilaajanani on tuore elokuvatuotantoyritys Iron Sky Universe, jonka uuden elokuvan Iron Sky The Coming Race VOD-levitys tulee olemaan poikkeuksellinen, koska tuottaja myy elokuvaa jo etukäteen suoraan kuluttajille. Haastattelin opinnäytetyöhöni myös Iron Sky Universen tuottajaa Tero Kaukomaata, joten yrityksen sisäiset ajatukset ovat jo osana opinnäytetyötä. Tavoitteena on antaa yritykselle kuvaa siitä millaisia muutoksia VOD-alalla on luvassa ja mitä ajatuksia muilla alan ammattilaisilla on aiheesta.</p> <p>Työtä voi hyödyntää, kun miettii elokuvan levittämissuunnitelmaa, mutta myös yleisenä uusien tuulien haistelun välineenä. Tuottajien ja levittäjien, myyntiagenttien sekä VOD-palvelun tarjoajien on hyvä ennakoida muutoksia ja valmistautua reagoimaan niihin. Tavoitteenani on tarjota ammattilaisten ajatuksia VOD- palveluiden tulevaisuudesta, keskittyen niihin liittyvään oikeuksienhallintaan.</p> <p>Opinnäytetyöhöni kuuluu myös lyhyt video aiheesta, sillä audiovisuaalinen sisältö saavuttaa paljon helpommin aiheesta kiinnostuneet kuin opinnäytetyö.</p>	
Asiasanat elokuva-ala, jakelutiet, videoelokuvat, elokuvateollisuus, internet, elokuvatuottajat	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Name of the Degree Programme

ABSTRACT

Author Inka Virtanen	Number of Pages
Title VOD-services in Finland – right ownership now and future of possibilities	
Supervisor(s) Jyrki Simovaara	
Subscriber and/or Mentor Iron Sky Universe, Anniina Leppänen	
Abstract <p>Video on demand sounds complicated, but it is already part of ordinary life. Video on demand gives everyone a possibility to decide when and where they want to watch films or other audiovisual content. VOD-services are interesting area for film industry professionals, who are facing the decision making in this fast evolving field. VOD-services are changing the way films are being distributed because the DVD-sales are going down. Within few years there will be big changes in the movie distribution chain and also in the economical significance of VOD to film industry. We should ask the important question; who is going to have the rights for VOD-content.</p> <p>I made rough ideas about future, by organizing two scenario workshops. In these workshops the professionals had a chance to have a discussion about their views of the future. It is impossible to be a fortune teller, but I collected some ideas about the future that might give one a good opportunity to imagine what future in Video on demand in Finland might be. I also have brief information about the current state of video on demand. Professionals are constantly on the field and therefore have a great chance to see signals about future. They are also making the future happen, so they have a good possibility to guess right about the future.</p> <p>My methods are scanning the current situation and forecasting methods. My subscriber is new film production company Iron Sky Universe. They are making sequel to Iron Sky, this movie Iron Sky The Coming Race will have a fresh way of distributing in VOD. Production company sells the movie in advance to customers via VOD. I also interviewed the producer of Iron Sky Universe Tero Kaukomaa, in order to get company's ideas about the future to be a part of my theses. My goal is to give this company a picture of what type of changes there might be on VOD-field according to other professionals.</p> <p>This work can be used in making of distribution plan. It is also possible to use it in order to get a glance of incoming changes. Producers, distributors, sales agents and VOD-service providers have to be ready to react to emerging changes. My goal was to provide information, for those who are interested in ideas of possible future for VOD-services in Finland and the ownership of VOD rights.</p> <p>Part of my theses is also a short video about VOD-services and future, because it is easier to get attention with audiovisual content than just with written theses.</p>	
Keywords film industry, film producers, video, distribution channel, internet,	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
1.1 Mikä VOD? Miksi oikeuksien hallinta on tärkeää?	5
1.2 Miksi tämä opinnäytetyö tehdään? Suunnitelma ja tavoitteet	5
1.3. Aikataulu, työn kulku ja metodologia	7
2 TAUSTA Elokuvien levitys, rahoitus ja oikeuksien hallinta	11
2.1 Elokuvan levitys ja rahoitus lyhyesti	11
2.2 Oikeuksien hallinnan peruskäsitteet	12
2.3 VOD palvelut: mitä ne ovat?	13
3 NYKYTILANNE: VOD-palvelut Suomessa	14
3.1 TV-kanavien tarjoamat palvelut	15
3.2 Operaattoreiden VOD-palvelut ja TVOD	19
3.3 SVOD kuukausimaksullinen videokirjasto	20
3.4 Yhteisölliset videonjakopalvelut	21
4 TULEVAISUUS: VOD-palveluiden oikeuksien hallinta	21
4.1. Tuottajalta kuluttajalle – levitysyhtiön rooli saattaa pienentyä	23
4.2. Globaali maailma – rikkoutuvat territoriorajat	26
4.3. Levityksen aikaikkunoiden rikkominen	27
4.4. VOD-palveluissa alkaa liikkua enemmän rahaa?	28
4.5. Elokuvateatterikäynneistä tapahtumia	30
4.6 Elokuvantuotanto alhaalta ylös ja ylhäältä alas	32
4.7. Elokuvan hinta tulevaisuudessa?	34
4.8. Siirtyykö painopiste lineaarisesta televisioelokuvasta VOD:n puolelle	35
4.9 Julkinen palvelu ja VOD-kirjasto	36
4.10 Mikä kehitystä tulee viemään eteenpäin?	38
5 YHTEENVETO	38
5.1 Millainen on VOD-tulevaisuus? Päätelmät	38
5.2 Video skenaariotyöpajoista	42
6 ITSEARVIOINTI JA TERMISTÖ	42
6.1 Opinnäytetyön itsearviointi	42
6.2 Termistö	45
LÄHTEET	46
LIITTEET	50

1 JOHDANTO

Elokvantuoantoyritys Iron Sky Universe tilasi minulta opinnäytetyön VOD-palveluista, painottaen niiden tulevaisuuteen ja oikeuksien hallintaan. Tämä aihe koettiin tärkeäksi, sillä Video On Demand -palvelut muodostuvat yhä tärkeämmäksi elokuva-alalla. Ala on kiihkeässä muutoksessa ja koko elokuva-ala seuraa tiukasti mitä VOD-palveluilla on annettavanaan tulevaisuudessa ja kuinka ne vaikuttavat rakenteisiin ja käytäntöihin.

1.1 Mikä VOD? Miksi oikeuksien hallinta on tärkeää?

Nykyisin yhä harvempi haluaa olla sidottuna tiettyyn television esitysaikaan. VOD eli Video On Demand tarkoittaa, että audiovisuaalista mediaa, elokuvaa ja tv-ohjelmia voi katsoa oman makunsa mukaan ja ajasta riippumatta. Sen sijaan, että televisiokanava näyttää tiettyä sisältöä ja katsoja katsoo mitä hänelle tarjotaan, katsoja voi nyt päättää itse mitkä ovat hänen tarpeensa ja toimia sen mukaan. VOD-palveluita on monenlaisia ja perehdymme sen käsitteistöön kohdassa VOD- palvelut: Mitä ne ovat?

Elokvantuotantoyritykset rahoittavat elokvantuotantoaan etukäteen tekemällä sopimuksia elokvan levittämisestä. Elokvateattereiden, televisiokanavien ja DVD-myyntin sekä VOD-palveluiden sopimukset ovat usein levitysyhtiön harteilla. Elokvan levityksestä kansainvälisesti vastaavat alueelliset levittäjät ja myyntiagentit. Näillä levitysoikeuksilla rahoitetaan elokvua tekovaiheessa, sillä levitysyhtiö maksaa usein tietyn summan siitä, että saa elokvan levitykseensä. Lisäksi levittäjä maksaa tuotoista tiettyjä prosentteja tuotantoyhtiölle sen mukaan mikä levityksen muoto on kyseessä ja millaiseen sopimukseen tuotantoyhtiön kanssa on päädytty. VOD-palvelut ovat ilmestyneet näihin sopimuksiin tuoreena tekijänä vuosikymmenen sisällä. (Kolehmainen, Jaalivaara, Talvitie, Viertola, Westman 2013, 11)

1.2 Miksi tämä opinnäytetyö tehdään? Suunnitelma ja tavoitteet

Tilaaani on Iron Sky Universe, joka on tällä hetkellä tuottamassa Iron Sky elokvan seuraajaa *Iron Sky The Coming Race*. Suomen mittakaavassa valtava

elokuvahanke on tottunut taistelemaan vallitsevia normeja vastaan ja lähtenyt mahdollistamaan omaehtoista tekemistä mm. joukkorahoittamalla elokuvatuotantoon. Iron Sky Universen tuottaja Tero Kaukomaa pyrkii tekemään mullistavia muutoksia myös elokuvan jakelutavassa. Elokuvien levittäjät toimivat hitaasti ja usein elokuvan kierto maailmanlaajuisesti voi laahata useitakin vuosia jäljessä. Seuraava lainaus on elokuva-alan konsultilta ja lakimieheltä Peter J Dekomilta vuodelta 2004.

Elokuvabisneksen alkuaikoina 100% investoinnista saatiin takaisin muutaman kuukauden sisällä elokuvateattereiden ensi-illasta. Nykypäivänä studiot ovat riippuvaisia kotiin ostettavista videoista ja maksullisesta televisiosta sekä muusta televisiolevityksestä. Ne toivottavasti tuottavat investoinnin takaisin, sekä mahdollisesti voittoa. Siinä voi mennä vuosia. (Dekom, 2004)

Nykyään videoiden myynti on täysin eri lukemissa kuin vuonna 2004 ja elokuvan investointien takaisin saaminen yhä epävarmempaa. Suomessa vuodesta 2008 vuoteen 2013 DVD:n kappalemyynti on lähes puolittunut, kolmestatoista miljoonasta seitsemään miljoonaan (Juhani Karila 2014). Iron Sky Universen tarkoituksena onkin tarjota tuleva *Iron Sky The Coming Race* elokuva koko maailmalle yhtäaikaisesti, VOD- portaalien kautta. Tämän mahdollistaminen vaatii paljon ponnistelua sopimusvaiheessa. VOD- palveluita on monenlaisia, aina julkisten tv-kanavien online palveluista Elisa Viihteen kaltaisiin kaupallisiin toimijoihin. Elokuvatuotantoyhtiöt myyvät oikeuksia elokuvien levittäjille ja myyntiagenteille ja joutuvat usein myöntämään pois kaikki VOD-oikeutensa samalla. Opinnäytetyöni tarkoituksena on antaa yleiskuva suomalaisista ja Suomessa toimivista VOD-palvelun tarjoajista. Lisäksi haastatella muitakin elokuva-alalla toimivia ja koota heidän näkemyksiään alan tulevaisuudesta, kohdentaen kysymyksen kärjen oikeuksien hallintaan.

Tutkimuskysymykset

1. Muuttuuko elokuvan ansaintalogiikka tulevaisuudessa?
2. Muuttuuko jakeluketju tulevaisuudessa? Miten?
3. Millaisia VOD-palvelut ovat tulevaisuudessa?
4. Millaisia mahdollisia muutoksia on luvassa?

Tavoitteena opinnäytetyössäni on kerätä tietoa. Pyrin vastaamaan kysymyksiin siitä miten VOD-palvelut tulevat muokkaamaan elokuvatuotannon jakelua. Pyrin siis selvittämään onko oikeuksien hallinnan jo tavoiksi muodostuneita käytänteitä mahdollista muuttaa. Opinnäytetyön kehittämisenäkökulma on tietoa kasaava ja yhdistelevä pikemminkin kuin konkreettisen muutoksen tuottava työ. Tarkoituksena on päästä haastattelemaan VOD -palvelujen tarjoajia sekä muita kentällä toimivia ja saada mielikuvaa siitä mihin ala on menossa. Näiden henkilöiden näkemyksistä saadaan koottua tulevaisuusskenaarioita. Opinnäytetyö kokoaa myös tietoa VOD-palveluiden tarjoajista Suomessa. Työstäni on hyötyä tuotantoyhtiöille kun he miettivät levitysstrategiaa. Tavoitteena on koota tietämystä VOD -kentästä Suomessa ja kasata elokuva-alaa ja tuotantoyhtiöitä kiinnostavaa tietoa yhteen pakettiin.

1.3. Aikataulu, työn kulku ja metodologia

Aikataulu

Helmikuu: taustaselvitykset ja kirjallisuuden tutkinta, kirjoittaminen

Maaliskuu: skenaariotyöpajat, litterointi ja kirjoittaminen

Huhtikuu: kirjoittaminen, viimeistely, videon editointi

Skenaariotyöpaja

Lähdin alussa tutkimaan nykytilannetta, voidakseni paremmin ymmärtää tulevaa. Luin taustakirjallisuutta ja tein suunnitelman opinnäytetyöstä. Suunnitelmavaiheessa opinnäytetyöni ohjaaja Jyrki Simovaara sai idean lähteä tutkimaan tulevaisuutta skenaariotyöpajan keinoin. Tutkimuskysymyksiini kvalitatiivinen tutkimus oli sopivin vaihtoehto, koska en halunnut lähteä etsimään tietoa esimerkiksi suurelta joukolta VOD-palveluiden kuluttajia vaan rajatulta asiantuntijoiden joukolta. Suullinen haastattelu mahdollistaa tutkijalle mahdollisuuden toistaa kysymyksiä ja tarkentaa, jotta tiedonantajalta saadaan mahdollisimman paljon tarpeellista tietoa (Tuomi, Sarajärvi 2009, 72-74).

Lähdin kutsumaan elokuva-alan ja VOD-palveluiden asiantuntijoita työpajaani. Opinnäytetyöhön on tärkeää saada laadukkaita vastauksia ja valitsin työpajaani kutsuttavia asiantuntijoita useista eri tahoista, jotta saisin kattavan kuvan nykytilanteesta ja varioivia mielipiteitä tulevasta. Työpaja järjestettiin Iron Sky

Universen uudella toimistolla. Opinnäytetyöni aihe herätti kiinnostusta tavoittamissani asiantuntijoissa ja sain kahdeksan henkilöä lupautumaan mukaan työpajoihini, heistä kaksi joutui kuitenkin perumaan osallistumisensa. Ensimmäiseen työpajaan 12.3.2015 osallistui neljä asiantuntijaa:

Peter Toiviainen on töissä B-Planilla, joka on Bufo elokuvatuotantoyhtiön alainen levitysyhtiö. Se levittää etupäässä Bufon tuottamia elokuvia Suomessa. (Bufo 2015.) Peter Toiviainen on ollut töissä levitysalalla vuodesta -85 ja kokemusta löytyy mm. Suomen Warner Brosin markkinointipäällikön tehtävistä ja useista suomalaisien menestyselokuvien levityksestä. (Toiviainen 2015)

Cilla Lönnqvist Yle Areenan ohjelmistopäällikkö. Yle-Areena on Yle:n palvelu johon Yle:n televisiokanavilla esitetyt ohjelmat tallennetaan yleensä vapaasti katsottavaksi n. kuukaudeksi television esityspäivästä. Areena tarjoaa myös sisältöä, joka ei välttämättä tule ollenkaan televisiolevitykseen.

Perti Huuskonen Maxisatin tuotepäällikkö. Maxisat on IPTV- operaattori, jonka palveluiden joukossa on VOD-palveluita. Maxisat tarjoaa erilaisia kanavapaketteja, mutta tarjoaa myös osaan kanaviensa ohjelmia aikaikkunan, eli ne ovat katsottavissa tietyn ajanjakson ajan niiden esittämisestä. (Maxivision 2015)

Riina Liukkonen toimii Suomen elokuvasäätiöllä levitysassistenttina. Suomen Elokuvasäätiö rahoittaa merkittävältä osalta suomalaisia elokuvia.

Toinen työpaja järjestettiin 18.3.2015, mutta valitettavasti kaksi työpajaan ilmoittautunutta, joutuivat perumaan osallistumisensa. Työpajan rakenne muuttui haastattelullisempaan suuntaan kun osallistujien määrä väheni. Toisen työpajan näkökulma oli hyvin tuottajavetoinen, sillä molemmat asiantuntijat ovat tuottajia:

Tero Kaukoma on Iron Sky Universe tuottaja ja hän on toiminut myös Blind Spot Picturesin tuottajana.

Sami Jahnukainen on Mouka Filmin tuottaja. Mouka Filmi on toiminut vuodesta 2006 ja tuottaa dokumentteja ja fiktioelokuvia. (Mouka Filmi 2015)

Tulevaa on mahdotonta ennustaa, joten ennakointimenetelmänä turvauduin menestyneen tulevaisuudentutkijan Elina Hiltusen ajatuksiin skenaarioiden luomisesta. Kirjassa Matkaopas tulevaisuuteen Hiltunen kertoo, että skenaariot eivät ole visioita tulevaisuudesta, sillä visio on toivottu tulevaisuuskuva. Hänen mukaansa skenaariot esittävät vaihtoehtoisia kuvia tulevaisuudesta ja niiden tehtävänä on tuottaa parempia päätöksiä tulevaisuuden suhteen. Skenaariotyöpajassa näin tärkeänä, että alalla työskentelevät ihmiset voivat yhdessä keskustella VOD- palveluista omasta näkökulmastaan. Keskustelu tuottaa hedelmällisiä näkemyksiä nykytilanteen ongelmakohdista, sekä onnistumisista. Ammattilaiset ovat mukana toteuttamassa tulevaisuutta, siksi heidän näkemyksensä vaikuttavat voimakkaasti siihen mihin suuntaan tuleva on menossa. Tulevaisuus ei ole selvä näkymä, joten näin tärkeänä, että kukin työpaja loi useita mahdollisia tulevaisuuskuvia. Tutkijat rakentavat usein dystopia, utopia ja business-as-usual-tyyppisiä malleja tulevaisuudesta, mutta skenaariomalleja on yhtä monta kuin tekijöitäkin (Hiltunen 2012, s. 140-145). Toivoin asiantuntijoilta rohkeita avauksia siitä mitä voi tapahtua vaikka se tarkoittaisikin isoja rakenteellisia muutoksia. Skenaariossa tulisi rakentaa kuva nykytilasta ja mahdollisesta tulevaisuudesta ja luonnostella looginen tapahtumapolku nykyhetkestä tulevaisuuteen (Opetushallitus, skenaarioajattelu ja menetelmät). Työpajoissani ei päädy yksimieliseen tulevaisuuden kuvaan vaan ilmoille tuli useita mahdollisia kehityssuuntia, jotka voivat tapahtua osittain päällekkäin.

Järjestämäni skenaariotyöpaja lähti liikkeelle siitä, että kartoitetaan millaista asiantuntemusta pöydän ympärille on kertynyt. Missä kukakin on töissä ja millä tavalla se nivoutuu elokuvaan ja VOD-palveluihin. Lähdin liikkeelle mielikuvilla VOD-palveluista pyytämällä osallistujia kuvailemaan VOD-palveluita erilaisilla sanoilla ja adjektiiveilla. Lähtöasetelma ja osallistujien näkökulmat selviävät hyvin kun kukin osallistuja avaa omalta osaltaan valitsemiaan kuvaavia sanoja. Työpajassa tarkoitus oli käydä tiiviisti läpi VOD-palveluiden merkitystä nykytilanteeseen ja millaisia ajatuksia nykytilanteen toimivuudesta löytyy. Nykytilanteen eri puolista on loogista lähteä suuntaamaan katseet kohti tulevaa.

Millaisia suuntaviivoja tulevaisuus voisi pitää sisällään? Tulevaisuus on mahdollisuuksia ja haasteita täynnä. Rakenteellisesti nämä mietteet oli tarkoitus koota useamman alaotsikon alle, mitä tulevaisuus tuo tullessaan elokuvatuotantoyhtiölle, levittäjille ja VOD-palvelun tarjoajille sekä kuluttajille. Kukin tahoista tarkastelee VOD-palveluita omasta näkökulmastaan. Erilaiset näkökulmat ovat hedelmällistä aineistoa, mutta oli erityisen kiinnostavaa kuulla mitkä asiat olivat kaikkien mielestä todennäköisiä tulevaisuuskuvia.

Video

Opinnäytetyö on kirjallinen oppimissuoritus, mutta päädyin myös kokeilemaan audiovisuaalista toteutusta osaksi opinnäytetyötä ja kuvasin työpajani kootakseni pajasta sisältöä myös audiovisuaaliseen muotoon. Video on hektisenä aikana helpompi muoto kuin pitkä teksti. Pitkän tekstin voi motivoida lukemaan tarjoamalla lyhyen trailerin opinnäytetyön sisältöihin. Video on löydettävissä youtubessa nimellä: Video On Demand- palvelut Suomessa. Video on kaikkien halukkaiden katsottavissa.

https://www.youtube.com/watch?v=sRsjLo_q4Wk

Tutkimusmenetelmät

Nykytilanteen kartoituksen metodina olen käyttänyt kirjallisuutta ja skenaariotyöpajassa ilmi tulleita asioita nykytilanteesta. Kirjallisuus on pitkälti artikkelipohjaista, sillä VOD maailma muuttuu niin suurella vauhdilla, että printtikirjallisuus ei pysy samalla tavoin kärryillä kuin ajankohtaiset artikkelit. Kävin myös läpi erilaisia elokuvantuotannon sopimuksia, saadakseni paremman mielikuvan oikeuksienhallinnan sopimuskäytänteistä. Nykytilanteen kartoitus on lyhyempi osa-alue ja toimii johdantona tulevaisuuden hahmotteluun ja avaa sitä laajaa aluetta, jonka sanayhdistelmä VOD kattaa.

Skenaariotyöpaja oli Elina Hiltusen ajatuksien pohjalta itse rakentamani formaatti, jossa mahdollisimman keskustelevalle ilmapiirillä sain asiantuntijoilta näkemyksiä. Heidän näkemyksensä ovat laadullista, eli kvalitatiivista tietoa. Lähdin käsittelemään noin 4 tunnin työpajan keskustelu aineistoa litteroimalla sen tekstiksi. Tekstistä sain teemoiteltua mahdollisia tulevaisuuden näkymiä, jotka nousivat ilmi molemmissa työpajoissa. Lukumäärät eivät ole merkityksellinen tekijä laadullisessa tutkimuksessa, kaikki sanottu on arvokasta,

teemoittelu ryhmittää tietyistä aihepiireistä keskustellut asiat saman teeman alle kokonaisuuksiksi. (Tuomi, Sarajärvi 2009, 93.)

2 TAUSTA Elokuviin levitys, rahoitus ja oikeuksien hallinta

2.1 Elokuviin levitys ja rahoitus lyhyesti

Suomi on pieni markkina-alue, mistä johtuen Suomessa elokuvat eivät pärjää pelkällä kaupallisella menestyksellä. Elokuviin rahoitus rakentuu elokuvakohtaisesti eri tavalla. Ohessa on kaavio Suomen Elokuvasäätiön Elokuviavuosi 2013 raportista. Kuvassa on mediaani tuotantobudjetti kotimaiselle pitkälle elokuvalle. Mediaani tuotantobudjetissa isoin siivu tulee Elokuvasäätiöltä. Televisiokanavien, levitysyhtiön ja tuotantoyhtiön oma osuus näyttävät lähes samankokoisena siivuna.



Taulukko 1, Suomen Elokuvasäätiön laatima Mediaani tuotantobudjetti elokuvalle 2013. (Hautamäki 2014)

Video on demand palveluita koskevien lakien viitekehys

Elokuviin ja liikkuvan kuvan siirtyminen televisioon oli iso muutos. Euroopan Unioni loi vuonna 1989 ”Television without frontiers” -direktiivin hallitsemaan elokuvaa ja audiovisuaalista mediaa aikakautena, jolloin elokuvateattereiden

lisäksi televisio oli tärkein elokuvien välityskanava (Summaries of European legislation 2008). Tv-kanavia oli vain muutama, lähetystaajuuksien rajallisuudesta johtuen. Tätä lineaarista sisältöä katsottiin silloin kun tv-kanavat sitä päättivät lähettää. Muutoksen tuulet alkoivat puhaltaa kun teknologinen kehitys mahdollisti non-lineaarisen katsomisen. Nykyään laajakaistatelevisioon voi tilata ohjelmaa ja internetin tarjoamista palveluista kuten Yle-Areenasta saa katsottua lempisarjan jakson, jos ei päässyt television ääreen juuri silloin kun ohjelma tuli alun perin. EU:n lainsäädäntöelimet huomasivat, että koska sisältö ei ole enää lineaarista on myös non-lineaariselle sisällölle luotava laillinen viitekehys, jotta kaikkien oikeudet ovat turvassa. AVMSD eli Audiovisioal Media Service Directive kattaa kaiken non-lineaarisen sisällön eli sisällön, johon pääsee käsiksi silloin kun katsoja/kuluttaja niin itse haluaa. (Klimkiewicz 2014)

Suomen lain on noudatettava EU:n direktiivejä, mutta sen lisäksi myös Suomen laissa on non-lineaarista sisältöä koskevaa lainsäädäntöä. Uusin päätös koskee IPTV-operaattoreiden verkkotallennusoikeutta ja se tulee muutokseksi tekijänoikeuslakiin. (Finlex 2015 a) Mainoksien ohikelaaminen saattaa muuttua mahdottomaksi, myös vanhojen mainoksien muuttaminen tuoreisiin kuukauden jälkeen saattaa tulla pakolliseksi. On mahdollista, että muutos tarkoittaa sääntöjen yhdenmukaistumista. Lainmuutos saattaa lisätä maksuja iptv-operaattoreille, mutta myös lisätä palveluita, jotka siirtyvät *catch up* palvelun piiriin. (Huuskonen 2015)

2.2 Oikeuksien hallinnan peruskäsitteet

Elokuvantuotantoyhtiöt myöntävät elokuvan myyntioikeudet yleensä levitysyhtiölle tai myyntiagentille, joka myy esitysoikeuksia ja tallenneoikeuksia eteenpäin. Levityssopimus on sopimus, jossa määritetään tuotantoyhtiön ja levitysyhtiön välinen tulonjako ja tuotantoyhtiö antaa elokuvan levitysoikeudet levitysyhtiön haltuun. Myyntituoton jakaminen riippuu siitä millaisesta muodosta on kyse. Elokuvateattereista ja DVD-myyntistä ja VOD-palveluista saadut tulot jaetaan eri prosenttien mukaan, riippuen myös sopimuksen tekijäosapuolien yhteisestä linjasta. Levitysyhtiöiden sopimuksessa määritetään usein myös myynti-ikkunat jolloin elokuvaa saa alkaa levittää missäkin mediassa. Elokuvatuotantoyhtiön on ensin hallittava kaikkia elokuvansa oikeuksia, eli sen

on tehtävä sopimukset taiteellisten vastuuhenkilöiden kanssa, joissa he siirtävät tekijänoikeutensa elokuvatuotantoyhtiölle. Elokuvatuotantoyhtiöllä on oltava kaikki oikeudet ennen kuin se voi myydä ne eteenpäin levittäjälle, joka taas myy oikeuksia eteenpäin.

2.3 VOD palvelut: mitä ne ovat?

VOD-palvelut vilisevät eri käsitteitä ja lyhennelmiä. Mikäli ne unohtuvat lukuvaiheessa lopuksi osiossa on lyhyt käsitteiden selitysosio, johon on helppo turvautua. VOD eli Video on demand voidaan kääntää suomeksi videotilauspalveluksi. Tärkein määrittävä tekijä on, että katsoja itse päättää millaista ohjelmaa hän haluaa katsoa sekä milloin hän haluaa katsoa. VOD-jakautuu kolmeen eri jakelualustatyyppiin, riippuen tavasta jolla materiaaliin päästään käsiksi. Suljettu kaapeli yhteys vaatii kaapeliyhteyden ja on enimmäkseen maksullisten tv-kanavien käytössä. Seuraava tyyppi IPTV, Internet protocol television vastaa kaapeliyhteyttä, mutta ohjelmat liikkuvat datayhteyttä eli puhelinkaapeleita pitkin. IPTV on laajakaistatelevisio, jossa viestintä on kahdensuuntaista mahdollistaen yksittäiset ohjelmien tilaukset (Viestintävirasto 2013). Kolmas tyyppi OTT eli over the top kattaa kaikki loput laitteet jotka ovat yhteydessä Internetiin. Näitä laitteita ovat mm. älypuhelimet, tietokoneet ja pelikonsolit. (Hald 2014) Alustojen tuntemuksesta on hyötyä kun oikeuksia myönnetään eteenpäin.

Palvelut jakautuvat vielä useampaan alaluokkaan riippuen niiden ansaintalogiikasta. TVOD eli transactional video on demad tarkoittaa vuokraukseen perustuvaa palvelua. Sen sijaan, että kävelee videovuokraamoon tai kauppaan kadulla voi juuri haluamansa elokuvan vuokrata maksua vastaan esimerkiksi Elisa Viihteeltä tai ostaa suoraan netistä. TVOD:illa on kaksi alaluokkaa EST= electronic sell through, joka on sama kuin DTO eli download to own, joka tarkoittaa, että asiakas saa ladata elokuvan käyttöönsä omaksi ja saa katsoa sen niin monia kertoja kuin haluaa, tällaisen ostoksen voi tehdä esimerkiksi iTunesista. Toinen alaluokka on DTR eli Download to Rent on voimassa vain tietyn ajan esimerkiksi kaksi vuorokautta Vimeon vuokraamossa. (Hald 2014)

SVOD tarkoittaa subscription video on demandia ja sen tulot perustuvat kuukausimaksuun ja asiakkaan käyttöoikeus on rajaton. Esimerkiksi HBO Nordic, jonka kuukausimaksulla (alkaen 9,95 €) saa katsoa HBO:n tarjontaa, niin paljon kuin vain kerkeää.(HBO Nordic)

AVOD eli advertiser supported VOD ansaitsee rahansa mainoksilla. Palvelun käyttäjän ei tarvitse maksaa sisällöstä, mutta hän joutuu katsomaan mainoksia, joista saaduilla tuloilla maksetaan sisällöntuottajille korvauksia. Esimerkkinä youtube, jossa yksittäiset vloggarit, eli videobloggarit voivat ansaita videoillaan. (Kehoe 2013)

VOD ala vilisee lyhenteitä, jotka menevät osittain päällekkäin ja kaikki voidaan ilmaista useilla tavoilla. Esimerkiksi PPV eli pay per view on IPTV:n alainen palvelu, jossa maksetaan käytetystä palvelusta. PPV jakautuu vielä alaluokiksi riippuen onko kyse asunnossa sijaitsevassa PPV-palvelusta vai esimerkiksi hotellissa sijaitsevasta palvelusta. FVOD tarkoittaa free video on demandia, joka tulee vastaan kun esimerkiksi Internet palveluntarjoaja antaa käyttöön video on demand palvelun ilmaiseksi esimerkiksi joksikin määräajaksi.(Online Interactive Television Dictionary 2015)

3 NYKYTILANNE: VOD-palvelut Suomessa

Suomi on pieni markkina-alue, jolla on muutamia erityispiirteitä. Kenttää määrittää vahva julkinen VOD-palveluntarjoaja Yle-Areena, jonka olemassaolo pohjautuu Yleisradio lakiin. (Finlex b 1993) Lisäksi kentällä toimivat isot kansainväliset toimijat jotka ovat tulleet ryminällä ja vallanneet osansa markkinoista. Sami Jahnukainen kokee, että pienet kaupalliset palveluntarjoajat ovat pinteessä. Televisiokanavat ovat siirtäneet omaa palveluaan yhä enemmän nettiin, mutta elokuvia ei näissä palveluissa nähdä yhtä paljon kuin televisiossa (Lönngqvist 2015).

Suomelle ominaista on myös teknologinen osaaminen ja orientoituminen. Tero Kaukomaan mukaan tuntuu, että Suomessa on helpompaa saada ihmiset käyttämään ja oppimaan näiden uusien palveluiden käyttöä. Vuonna 2014 16-74-vuotiasta 70% käytti internetiä useita kertoja päivässä. Voimakkaana

jakajana näkyy ikä, sillä nuorista polvista 16- 44-vuotiaista nettiä päivittäin käytti yli 80%. (Tilastokeskus 2014.) Teknologinen kuilu kapenee, kun yhä useammalla on motivaatiota käyttää nettiä, sekä mahdollisuus päästä näihin laitteisiin käsiksi. Motivaation lisäksi tarvitaan kykyjä erilaisten applikaatioiden käyttöön, sekä tiedon suodattamiseen. (Klimkiewicz 2014.)

Piratismi eli elokuvien myynti ja levittäminen ilman oikeuksien hallintaa on internet aikakauden vitsaus elokuvatuotannolle. Tero Kaukomaa kokee, että suomalaisissa markkinoissa ominaista on rehellisyys. Piratismia vastaan ei voi hänen mukaansa suoranaisesti taistella, sitä vastaan voi kilpailla tarjoamalla ihmisille helpon mahdollisuuden maksaa. Monet ihmiset tietävät mitä haluavat nähdä, jos sitä ei ole saatavilla helposti ja rehellisesti, he ottavat sen laittomasti. Pitää tarjota laillisia vaihtoehtoja, joihin on helpompi tarttua kuin laittomiin. (Kaukomaa 2015.) Sami Jahnukainen ihmettelee nopeutta, jolla elokuvat löytyvät Torrentina viimeisimmät hänen tuottamistaan elokuvista ovat päätyneet verkkoon viikon tai kaksi ensiesityksen jälkeen. (Jahnukainen 2015.) Torrent-verkossa voi ladata nopeasti piraattiversioita erilaisista sisällöistä, lataaja jakaa samaan aikaan lataamaansa materiaalia vertaisverkon kautta. (Vuorinen 2012)

Seuraavana on esimerkkejä erilaisista VOD-palveluista joita Suomessa toimii. Palvelut on eroteltu sen mukaan millaista tahoja ne edustavat ja millaisia palveluja ne tarjoavat.

3.1 TV-kanavien tarjoamat palvelut

Tv-kanavat ovat siirtyneet tarjoamaan sisältöään myös internetissä, jotta sisällön katseleminen ei ole sidottu lineaariseen lähetysaikaan.

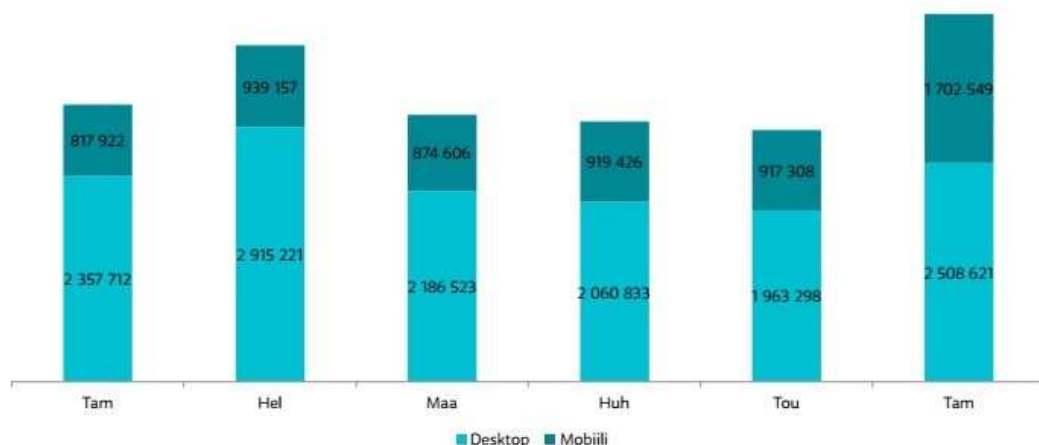
Julkinen palvelu Yle Areena

Yle Areena tarjoaa valtavan määrän erilaista videosisältöä veloituksetta. Julkinen palvelu Areena sai ennen rahoituksensa TV-lupamaksuista, nykyisin Yle-verosta, joka ei TV-lupamaksun tavoin ole talouskohtainen vaan riippuu henkilön maksukyvästä ja tuloista. (Yle Yhtiönä 2015 a) Areenan ohjelmistopäällikkö Cilla Lönnqvistin mukaan Yle Areenan toimintalogiikkana on

tarjota mahdollisimman paljon sisältöä suomalaisille ilmaiseksi. Pyrkimys tulee kuitenkin hänen mukaansa kalliiksi. Elokuvia Areenan sisällöstä on vain murto-osa, koska elokuvat eivät välttämättä myy oikeutta non-lineaariseen tarjontaan elokuvan tv-esitysoikeuksien myynnin yhteydessä. (Lönqvist 2015.)

Ohessa on Yle Areenan kuukausikatsauksen taulukko tammikuulta 2015. Oikean reunan tammikuun kohdalla näkyy, että tammikuussa 2015 viikon keskiarvoinen kävijämäärä on 2 508 621 desktop kävijää eli tietokonekäyttäjää ja 1 703 549 käyntiä mobiili-laitteilla, eli matkapuhelimilla tai tableteilla. Cilla Lönqvistin mukaan Areenan käyttäjiä löytyy kaikista ikäryhmistä, se ei ole pelkästään nuorten juttu.

Käyntien keskiarvot viikossa



Lähde: comScore DAX/Yle

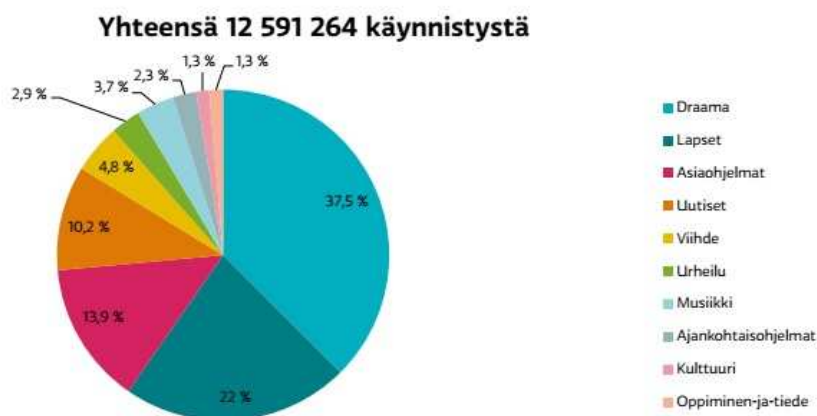


Taulukko 2, Yle-Areenan kuukausikatsaus tammikuu 2015, Areenan käynnit/kk

Lastenohjelmia katsotaan paljon, koska lapsiperheiden aikataulut varioivat perheestä toiseen ja tietyn kelloajan katselu ei palvele kaikkia. Fiktio ja draama ovat myös suosittua sisältöä, urheilu pomppaa suosituksi varsinkin, jos jossain toisella mantereella on isot kisat. Silloin urheilua katsotaan suorana, mutta myös tuloksina ja katkelmina. (Lönqvist 2015.) Merkittävä urheiluhetki ei enää

sido ihmisiä television ääreen, vaan kokemus voidaan hankkia vaikka bussissa istuessa. Peter Toiviainen naureskeli omaa kokemustaan, jossa bussissa hänen ympärillään yli viisi ihmistä katseli Mäkäräisen hiihtoa yhtäaikaaisesti kännykästään. Urheilu on tärkeää nähdä suorana ja heti. (Toiviainen 2015.)

Desktop-käynnistykset genreittäin



Tiedot ajalta: tammikuu 2015 Lähde: comScore DAx/Yle



Taulukko 3, Yle-Areenan kuukausikatsaus 2015 tammikuulta.

Areena ja Ylen televisiotarjonta eivät kannibalisoivat toisiaan vaan ne toimivat täydentävinä palveluina. Osa ihmisistä haluaa kuunnella ja katsoa ohjelmaa lähetyshetkellä suorana ja osa ihmisistä, usein nuoret ovat tottuneet kuluttamaan sisältöä toisella tavoin. Moni kuitenkin katsoo molempia, he kokevat broadcastin tärkeäksi, mutta haluavat syystä tai toisesta katsoa osan sisällöstä *catch up-palveluna* eli ajansiirtopalveluna, jossa katsoja voi katsoa ohjelman esimerkiksi viikon ajan iptv-operaattorin tarjoamasta palvelusta tai televisiokanavan verkkopalvelusta. Usein syynä voi olla myös se, että halutaan katsoa useita jaksoja putkeen ja Areenasta se on helppoa. (Lönnqvist 2015.) Netflixistä puhuttiin perinteisen televisiolähetyksen tuhoajana, mutta tutkimuksien mukaan television katselu kuitenkin lisääntyy (Huuskonen 2015)

Mainostelevisiion palvelut MTV Katsomo ja Ruutu

MTV Katsomo tarjoaa MTV3, AVA:n ja Subin ohjelmistoa palvelussaan. Ohjelmat, joita televisiokanavilla esitetään, tulevat samanaikaisesti näkyville MTV Katsomossa ja jäävät sinne määrääjäksi katsottavaksi. Osa sisällöstä on ohjelmiin liittyvää oheismateriaalia, joka on katsottavissa vain internetissä. Esimerkkinä viihdeohjelmien videoseffit, joissa esiintyjät kertovat tuntojaan harjoitusviikolla tai kulisseyksissä. MTV Katsomon normaali-ohjelmisto on ilmaista ja katsoja näkee mainoksia, joilla rahoitetaan ohjelmien tekijänoikeusmaksut ja MTV Katsomon toiminta. Palvelu toimii siis mainosrahoitteisesti AVOD-palveluna. (Katsomo 2015 a.)

Ruutu puolestaan näyttää kanavien Nelonen, Jim, Liv ja Hero ohjelmia omassa palvelussaan. Ohjelmat ovat katsottavissa Ruudussa 7-30 päivää television ensiesityksen jälkeen. Kaikki ohjelmat eivät siirry Ruutuun, sillä kaikkiin ohjelmiin ei ole hankittu muita oikeuksia kuin oikeus esittää lineaarisessa televisiossa. Kuten MTV Katsomon ja Yle Areenan ohjelmat Ruudun ohjelmasisältö on enimmäkseen katsottavissa vain Suomessa. Ohjelmaa, johon ei ole maailmanlaajuisia oikeuksia ei pysty katsomaan Suomen rajojen ulkopuolella sijaitsevista ip-osoitteista. (Ruutu 2015.)

Ruutu ja MTV Katsomo tarjoavat molemmat myös maksullista sisältöä, jonka voi mieltää SVOD palveluksi, koska sisältö rahoitetaan kuukausimaksulla ja käyttäjä pääsee käsiksi videokirjastoon ilman mainoksia. MTV Katsomon maksullisella puolella on erilaisia tilaustyyppisiä: kertatilaukset, määräaikaistilaukset ja kestotilaukset. Esimerkiksi tärkeään urheilutapahtumaan voi ostaa katselu-oikeuden kertatilauksena. Kertatilauksena ostettua sisältöä on oikeus katsoa tallenteina, niin kauan kun ne ovat MTV Katsomossa tarjolla. (Katsomo 2015 b.)

Ruutu tarjoaa maksullista Ruutu + palvelua 5.95 €/kk, jossa katsojille on lisää kanavia. Lisäksi tarjolla on kokonaisia sarjojen kausia ja katsojan ei tarvitse katsoa mainoksia, kuten ilmaispuolella. Ruutu + Pro tarjoaa vastaavaa mahdollisuutta, mutta lisäksi Pro sisältää useita urheilukanavia. Kestotilauksena Ruutu + Pro on 29,95 €/kk. (Ruutu 2015.)

3.2 Operaattoreiden VOD-palvelut ja TVOD

Televisiokanavien lisäksi operaattorit ovat myös astuneet tarjoamaan omia VOD-palveluitaan. Nämäkin palvelut usein yhdistelevät SVOD eli subscription VOD mahdollisuutta televisiokanavien tarjontaan. Lisäksi palveluilla on transactional VOD valikoima, eli omia videovuokraamoja. Elokuvaa ei ladata omalle koneelle omistukseen.

Elisa Viihde on palvelukokonaisuus, jossa on mahdollisuus katsoa erilaisia televisio ja maksukanavia laajakaistan välityksellä. Elisa Viihteeseen voi yhdistää lisäksi erilaisia maksullisia ohjelmakirjastoja, jotka voi katsoa kuuluvaksi SVOD puolelle. Elisa Viihteessä on kuitenkin myös online-videovuokraamo eli TVOD. Vuokraamosta saa valittua haluamansa elokuvan vuokralle 48 tunnin ajaksi, jolloin elokuvan saa katsoa niin monta kertaa kuin haluaa. Vuokraamosta katsotun elokuvan hinta lisätään Elisa Viihteen palvelun laskuun. (Elisa 2015.)

Samankaltaisia videovuokraamoja tarjoaa myös Soneran Viihde ja DNA Videovuokraamo. Soneran vuokraamossa tuore sisältö maksaa n. 4 € ja vanhempi on edullisempaa. Soneran palvelun kautta elokuvia voi katsoa puhelimesta, tabletilla tai tietokoneella ja palvelu ei ole sidottu tiettyyn verkkoon. (Sonera 2015.) DNA TV:n Videovuokraamossa tilaukset tehdään digiboxin kautta televisioon, eli vaatimuksena on laitteiston ja palvelun tilaaminen DNA:lta (DNA 2015).

Elokuvan vuokraukseen keskittyneitä ohjelmia löytyy useita. Tässä alla toimittaja Mika Lousujärven kokoama vertailu erilaisten palveluiden ominaisuuksista. Lousujärven vertailu kiinnitti teknisten ominaisuuksien lisäksi huomiota siihen, että klassikkoelokuvia on hankala löytää elokuvanvuokrauspalveluista. Uutuudet sen sijaan löytyvät varmasti verkon vuokrauspalveluista. Nämä uudet mahdollisuudet aiheuttavat perinteisten fyysisten tallenteiden vuokraukseen keskittyville vuokrausliikkeille taloudellisia vaikeuksia, kun myynti tippuu. (Lousujärvi 2014.)

	Makuuni	CDON.com	SF Anytime	film2home	iTunes
Vuokra-aika	24h	24h	48h	48h	48h
Hinnat	3-6 euroa	3-5 euroa	2-5 euroa	0,33-2 euroa	4-5 euroa
Kuvanlaatu	480p SD / 720p HD	480p SD / 720p HD	480p SD / 720-1080p HD	480p SD / 1080p HD	480p SD / 1080p HD
Päätelaitteet	Tietokone, Android, TV	Tietokone	Tietokone, äly-TV	Tietokone, iPad, äly-TV	Tietokone, Apple TV

Taulukko 4. Mika Lousujärven vertailu verkon videonvuokrauspalveluista

3.3 SVOD kuukausimaksullinen videokirjasto

Subscription VOD on palvelu, jossa tilaaja maksaa tietyn summan kuukaudessa ja pääsee sillä käsiksi koko palvelun videokirjastoon. Netflix on noussut suosituksi kuluttajien keskuudessa. Tuottajalle Netflix maksaa elokuvan käyttöoikeudesta tietyn kertasumman ja sillä summalla elokuva on palvelussa katsottavissa sopimuksen voimassaolon ajan, riippumatta katsojaluvuista. Normaalisti voimassaoloaika sopimukselle on puolitoista vuotta. Kysymys kuuluu voiko kertakorvaus ikinä korvata elokuvan täyttää digitaalista potentiaalia tuottajalle? Elokuvasta tehtävän sopimuksen korvaussumma riippuu elokuvan menestyksestä. Halutessaan Netflix voi sijoittaa isoja summia tai maksaa hyvinkin vähän. (Kaukomaa 2015.)

Netflixin tilaajamäärä Suomessa on iso, helmikuussa 2015 tilaajia oli 540 000. Maailmanlaajuisesti luku oli helmikuussa 57 miljoonaa tilaajaa. Katsottavissa olevien elokuvien määrä on Suomessa pienempi kuin emomaassa Yhdysvalloissa, jossa katsottavana on 8 500 elokuvaa ja tv-sarjaa. Euroopassa katsottavana sarjoja ja elokuvia on noin 2 000. (Hänninen 2015.) Netflixiä pystyy palvelun tilaajana huijaamaan, jos asentaa koneellensa kotimaan peittävän työkalun. Silloin palveluun voi kirjautua omilla tunnuksillaan, mutta pääsee käsiksi vaikkapa Yhdysvaltojen valikoimaan. (Antin 2014)

HBO Nordic on Netflixin kaltainen SVOD palvelu, joka pohjautuu erityisesti HBO:n sarjoihin. Suomessa palvelu on kohdannut kritiikkiä mm. alkutaipaleensa pitkästä määräaikaaisesta tilauksesta, joka myöhemmin muuttui

kuukausimaksulliseksi tilaukseksi, jonka saa irtisanoa halutessaan (Kärkkäinen 2013). Myös teknisistä ominaisuuksista on ilmennyt valitettavaa (Digitoday 2015). HBO tarjontaa on myytävänä myös iptv-pakettien yhteydessä (HBO Nordic 2015).

3.4 Yhteisölliset videonjakopalvelut

Vimeo on videoiden jakelualusta, jossa kuka tahansa voi jakaa omia videoita ilmaiseksi tai ansaita niillä rahaa. Vimeon normaalijäsenyyden lisäksi on vaativammille käyttäjille maksullisia palveluita. Vimeo Plus palvelun kuukausimaksu on 7.95 €/kk. Plus tarjoaa enemmän tilaa ladata omia videoita palveluun, sekä poistaa käyttäjältä mainokset. Vimeo tarjoaa myös täysin ammattilaisille soveltuvaa puolta Vimeo Pro. (Vimeo 2015.) Vimeo on myös aloittanut joukkorahoituspalvelu Indiegogon kanssa yhteistyön, jossa suositeltu julkaisukanava Indiegogo:n avulla rahoitetuille elokuville on Vimeo. (Indiegogo 2015)

Sami Jahnukainen kertoo, että Mouka filmillä on VOD-palvelu Vimeon kautta. Mouka filmi myy elokuvien katsomisoikeuksia oman nettisivunsa kautta. Vimeo tarjoaa alustan, jonka kautta elokuvat ovat saatavilla. Useat elokuvayhtiöt eivät voi itse tarjota sisältöään, koska niiden oikeudet on myyty levittäjille ja myyntiagenteille. Sami Jahnukaisen mukaan dokumenttielokuvien oikeuksia harvemmin myönnetään kokonaan pois. (Jahnukainen 2015.) Vimeo tarjoaa siis sekä AVOD palvelua, että TVOD palvelua, jossa käyttäjät tuottavat sisällön itse ja voivat myydä elokuviaan Vimeon kautta.

YouTube on erittäin suosittu palvelu, jonne kuka tahansa saa lisätä videosisältöä. Katsojalle ja videoiden lisääjälle palvelu on ilmainen, mutta suositut *tubettajat* eli videosisältöä youtubeen aktiivisesti lisäävät ”bloggarit” voivat saada tuloja mainoksista. AVOD tuottaa myös rahaa YouTube omistajalle Googlelle. Lukuisista käyttäjistä huolimatta YouTube ei ole vielä onnistunut tekemään voittoa, johtuen korkeista ylläpitokustannuksista (Seppälä 2015).

4 TULEVAISUUS: VOD-palveluiden oikeuksien hallinta

Kun pyysin työpajaan osallistuneita kuvailemaan VOD-palveluita, VOD-palveluiden nykytila ja tulevaisuus limittyvät toisiinsa. Työpajassa valittiin tulevaisuuteen viittaavia sanoja kuten murros ja kehityskelpoinen. Osa asiantuntijoiden kokemuksista on suoraan sidoksissa heidän työhönsä ja peilaa työminän näkökulmaa. Kaikki kuvailivat kuitenkin myös asiakkaan näkökulmasta, sillä vaikka päivät tarkastelisikin asioita toiselta kantilta iltaisin kukin kuluttaa näitä kyseisiä palveluita itse. Tärkeinä teemoina mukaan nousivat nopeus ja helppous suhteessa siihen, että tarvitsisi lähteä vuokraamaan fyysistä tuotetta (Huuskonen 2015). Monipuolisuus ja nopeus ovat arvostettavia ominaisuuksia. Utopistisena kuluttajan toiveena olisi palvelu, joka tarjoaisi niin paljon sisältöä, ettei tarvitsisi lähteä etsimään lukuisista pienistä. ”Sen pitäisi olla yhtä helppoa ja jokapäiväistä elämää kuin käydä kaupassa ostamassa maitotölkki”, totesi Peter Toiviainen.

Elokuva-alan ansaintalogiikan näkökulmasta kulma on toinen. Tulevaisuus tuntuu jännittävältä, koska kukaan ei tiedä mihin suuntaan ollaan menossa. Ennen teattereissa epäonnistunut elokuva saattoi saada omansa pois DVD myynnillä. Nykypäivän DVD:t eivät mene enää kaupaksi samalla tavalla, mutta VOD-palvelut eivät ole vielä nousseet täyttämään tätä aukkoa. (Liukkonen 2015.) Konseptissa majailee kuitenkin vahva lupaus tuottajalle päättää itse, kuinka levittää omaa elokuvaansa. Se kuinka vapaus toteutuu, on eri asia. Kuluttajille on tarjolla runsaasti materiaalia halvalla ja jopa ilmaiseksi. Tuottajan on vaikea tavoittaa yleisö. (Jahnukainen 2015.) VOD:n kehityskelpoisuutta ei suinkaan tule kieltää. Huomionarvoista on myös palveluiden tarjoama data kulutustottumuksista. Kuluttajan kulutustottumuksia ja mieltymyksiä voidaan seurata nykypäivänä aivan toisella tasolla. (Kaukoma 2015.)

Oheisessa kuvassa on koottuna sanoja, jotka työpajaan osallistuneet liittävät VOD-palveluihin.

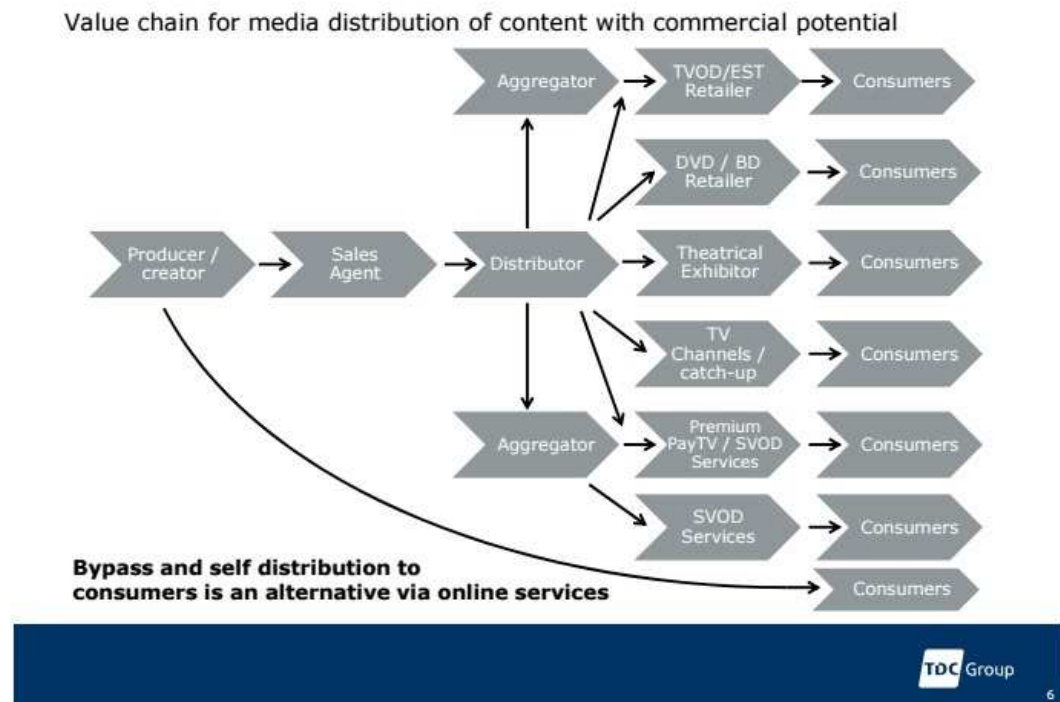


Taulukko 5. Skenaariotyöpajojen VOD-palveluita kuvaavat sanat

Työpajat tuottivat useampia tulevaisuudenkuvia, jotka voivat tapahtua yksittäin tai myös rinnakkain tai olla tapahtumatta. Kaikki lähtivät liikkeelle siitä, että ala on voimakkaasti muuttuva ja tulevaisuus epävarma. Vanhojen rakenteiden muutos tuntuu väistämättömältä, mutta esimerkiksi elokuvateattereiden voimaan uskotaan edelleen. Työpajojen skenaarioiden aikajänne ulottui viiden vuoden päähän. Viisi vuotta on pitkä aika, Peter Toiviainen viittaa elokuvateattereiden digitalisointiin, jonka uskottiin olevan kolmen tai neljän vuoden projekti, mutta lopulta muutos tapahtui vuodessa (Toiviainen 2015). Tulevaisuudenkuvat on jaoteltu eri otsikkojen alle ja analysoin niitä luvussa johtopäätökset ja yhteenveto.

4.1. Tuottajalta kuluttajalle – levitysyhtiön rooli saattaa pienentyä

Ohessa Tanskalaisen Internet-operaattorin TDC-Groupin tekemä kaavio VOD-palveluihin liittyvistä jakeluketjuista nykyisellä kaavalla. Vasemmalta tuottajasta lähtevä verkko voidaan mahdollisesti tulevaisuudessa yhä useammin suurempaan ohittaa ja tarjota sisältöä suoraan tuottajalta kuluttajalle.



Taulukko 6. Elokuvan levitysketju. (Hald 2014)

VOD-palveluissa muutosnopeus on vauhdikasta ja viidessä vuodessa voi tapahtua todella paljon. Tero Kaukomaan mukaan on olemassa kuitenkin kaksi asiaa jotka eivät poistu kun puhutaan elokuvasta; tuottaja ja kuluttaja. Viiden vuoden kuluttua tulee edelleen olemaan levitysyhtiöitä ja levittäjiä, mutta tuottajat ja kuluttajat tulevat olemaan entistä lähempänä toisiaan. (Kaukomaan 2015.)

Levittäjän kannalta suoraan tuottajalta kuluttajalle näkökulma ei ole mieluisa. Levittäjä Peter Toiviainen on huomannut, että kiinnostus VOD-oikeuksien jättämisestä tuottajalle on yhä enemmän keskustelussa. Mitä erikoisempi tai pienempi elokuva on kyseessä, sitä enemmän he toivovat voivansa pitää VOD-palveluista saadut tulot suoraan itse. Miksi tuottaja maksaisi levittäjälle, kun VOD-sopimuksien tekeminen on niin helppoa ja pienten elokuvien kohdalla DVD on nykyään hyvin kannattamaton formaatti. Levitysyhtiö taas ajattelee, jos he muuten saavat ostaa kaikki oikeudet, niin miksi ei sitten VOD-oikeutta. Levittäjä ottaa kaikkien elokuvien levityksessä taloudellisen riskin, sillä raha levityksen järjestämiseen tulee levitysyhtiöltä ja kiinteät kulut juoksevat

jatkuvasti. Yhdenkin tulosiivun menettäminen tuntuu raskaalta myös levitysyhtiössä. Nykyään elokuvalevityksessä on vaikeaa päästä omilleen. Ennen elokuvateatterilevityksen omilleen pääsy tai tappio voitiin vielä korjata voitoiksi DVD-myyntillä, mutta enää sen varaan ei voi laskea. Nyt elokuvateatterissa on pakko päästä omilleen, koska tallennemyynti on tippunut huimasti. VOD on siksi mielenkiintoinen tulonsaantimahdollisuus myös levitysyhtiöille. (Toiviainen 2015.)

Murroksen aika levitysketjussa on käsillä. Tuottajat ovat taloudellisesti hankalassa paikassa kun levitys on muuttunut. Tuottaja saa levityssopimuksen tehdessään *minimum quaranteen* eli ennakkomyyntimaksun. Nyt kun tallennemyyntiä ei juuri ole, myös ennakkomyyntimaksut ovat tippuneet. Tuottajan on siis päätettävä tekeekö hän sopimuksen levitysyhtiön kanssa ja antaa VOD-oikeudet samalla vai ottaako riskin ja lähtee levittämään elokuvaa itse. (Liukkonen 2015.) Tuottajat ovat kiinnostuneita hoitamaan levittämisen itse, osittain siksi että levittäjiä voi olla vaikea saada kiinnostumaan elokuvasta. Levittäjät eivät ole valmiita sitoutumaan kaikkiin elokuviin, koska ne sitovat työvoimaa ja ovat aina taloudellinen riski. Mikäli tuottaja ei saa levittäjää kiinnostumaan on olemassa uhka, että elokuva jää levittämättä, ellei tuottaja levitä elokuvaa itse. (Toiviainen 2015.)

Kauempana tulevaisuudessa on mahdollista, että levittäjä jää ketjusta kokonaan pois. Levittäjän kannalta tämä on tietysti kauhuskenaario. Levitystyö ei silti häviä, sillä työ markkinoinnin eteen ja levityssuunnitelma on silti tehtävä. Voi olla, että markkinoinnin hoitaa sitten palvelun tarjoaja, esimerkiksi televisiokanava tai operaattorin VOD-palvelu. Mahdollisesti pienet levitysyhtiöt tulevat kuolemaan pois ja jäljelle jää muutama iso levitysyhtiö. Perinteinen pelko on, että VOD tuhoaa levittäjien elinkeinon kokonaan. Pitäisi kuitenkin ajatella, siitä suunnasta miten VOD voidaan hyödyntää, esimerkiksi elokuvateatterikatsojien määrän kasvattamisessa. (Toiviainen 2015.)

Tero Kaukoma ja Sami Jahnukainen ovat molemmat aikaansa edellä. Iron Sky Universe on jo parhaillaan myymässä, The Coming Race -elokuvaansa joukkorahoituksen muodossa. Internetissä joukkorahoituspalvelussa kuka tahansa voi jo nyt ostaa valmiin elokuvan tallenteena tai VOD-palveluna. Kaikki

tämä tapahtuu levittäjien ohi. Kyseinen myynti voidaan kuitenkin nähdä pikemminkin markkinointina, joka tulee varsinaista tulevaisuudessa tapahtuvaa levitystä, joka toteutuu levittäjien kautta. (Kaukoma 2015.) Myös Mouka Filmi tarjoaa elokuviaan, joihin yrityksellä on oikeudet suoraan tuottajalta kuluttajalle Vimeon kautta. Erona on se että lyhytelokuvien ja dokumenttielokuvien kaupallinen myynti ei ole levittäjälle kovin iso bisnes. Kaupallisesti ajatus VOD-oikeuksien omistamisesta on tuottajalle houkutteleva, sillä potentiaalisia katsojia on paljon. Ongelmaksi muodostuu vain se kuinka saada ihmiset löytämään tämä sisältö, jotta potentiaali muuttuisi tuloiksi tuottajalle. (Jahnukainen 2015.)

Tero Kaukoma näkee että tulevaisuutta ovat sopimukset, joissa tuottaja myy levittäjälle elokuva-oikeudet ja tallenneoikeudet, mutta pitää VOD-oikeudet. Tuottaja myy VOD-oikeuksia, mutta ei anna levittäjälle exclusiivisia oikeuksia, eli yksinoikeudellisia oikeuksia. VOD-alustat eivät vaadi exclusiivisia sopimuksia, ne vain haluavat rakentaa itselleen mahdollisimman hyvän valikoiman. Mikäli VOD-alusta haluaa elokuvan yksinoikeudella, silloin kysymys on poikkeussopimuksesta, jossa rahavirrat ovat toisenlaiset kuin silloin jos elokuva voidaan myydä useisiin eri palveluihin. (Kaukoma 2015.)

4.2. Globaali maailma – rikkoutuvat territoriorajat

Maailmalla piratismia vastaan taistellaan mm. vain elokuvan levitysalueella toimivilla tallenteilla. DVD:t on maailmalla jaettu kuuteen alueeseen joilla on hieman erilainen koodaustekniikka, siksi suomalaiset DVD:t eivät välttämättä toimi Yhdysvalloissa ja toisin päin. (World Import 2015) Netflixin kaltaiset palvelut hyötyisivät territoriorajojen rikkoutumisesta, sillä nyt elokuvien oikeuksista on maksettava erikseen alueittain. (Kaukoma 2015.)

VOD-palveluihin liittyy globaali ulottuvuus, sillä digitaalisuus on antanut teknisiä mahdollisuuksia tavoittaa globaaleja yleisöjä suoraan. Tämä suora kontakti voi olla tuottajan ja kuluttajan välillä, vaikka toinen on maailman toisella puolen. (Kaukoma 2015.) Levitys globaalisti on hyvin teknistä, isoimpana haasteena on maailmanlaajuinen tiedotus ja markkinointi. Kuinka saisi massat löytämään tarjolla olevan sisällön? Levittäjän rooli tulee varmaankin muuttumaan globaalisti. On mahdollista, että levittäjä ja myyntiagentin tilalle kaivataan

pressiagenttia. Tuottaja alkaisi hoitaa levitystä enemmän, mutta nämä pressiaagentit hoitaisivat tiedon elokuvasta eteenpäin. (Jahnukainen 2015.)

4.3. Levityksen aikaikkunoiden rikkominen

Elokuvan levittäminen rakentuu aikaikkunoiden varaan. Levityssopimukset ovat yksilöllisiä, mutta järjestys on yleensä standardi. Ensimmäisenä aikaikkunana on elokuvateatterilevitys ja elokuvateatteri ensi-illasta lasketaan aikaa tallennelevityksen ja VOD-levityksen aloittamiseen. Elokuva esitetään televisiossa yleensä vasta kaksi vuotta elokuvateatteriensi-illasta. Aikaikkunat turvaavat kullekin formaatille aikaa panostaa myyntiinsä ilman, että ne syövät toistensa yleisöä. (alan yleinen sopimuskäytäntö) Kun ensiesitys televisiossa on kaksi vuotta teatteriensi-illan jälkeen, siihen mennessä levittäjän on pitänyt jo saada elokuvasta tarvittavat tulot. Kahden vuoden ikkuna televisiolevitykseen on levittäjälle hyvin turvallinen, mutta kuluttajalle se tuntuu todella pitkältä. (Toiviainen 2015.)

Kansainvälisillä areenoilla on jo päädytty rikkomaan perinteistä raameja ja esimerkiksi *Snowpiercer*, joka esitettiin vain kahdeksassa eri teatterissa julkaisupäivänään, siirtyi VOD-palveluihin merkittävästi aikaisemmin kuin yleensä vain kaksi viikkoa teatteriensi-illan jälkeen. Normaali aikaikkuna pelkästään elokuvateatterille on yleensä useita kuukausia. *Snowpiercer* elokuva otti vauhtia VOD-julkaista ja alkoi menestyä voimakkaasti myös elokuvateattereissa. Avausviikkonsa jälkeen useat sadat elokuvateatterit maailmalla ottivat *Snowpiercerin* ohjelmistoonsa. (Rottenberg, 2014) Onnistuneet esimerkit levitysikkunoiden rikkomisesta tulevat isoista maista kuten Britanniasta, Kiinasta, Ranskasta ja Yhdysvalloista. Näissä maissa on massaa niin paljon enemmän, että vastaavien hyvien VOD-myyntien lukujen saaminen Suomessa ei ole pienemmän väkiluvun takia mahdollista. (Liukkonen 2015.)

2011 Future film levitysyhtiö oli pyrkinyt laittamaan Trust nimisen elokuvan samanaikaisesti Elisan VOD- palveluun ja elokuvalevitykseen. Kun tämä tieto meni ylemmälle taholle Finnkinon sisällä, Finnkino kieltäytyi esittämästä elokuvaa. (Yle Uutiset 2011) Levittäjälle tapaus on iso tappio.

Ennakkotapauksen jälkeen kukaan ei uskalla toista kertaa lähteä yrittämään, ellei asiasta ole tarkkoja kirjallisia sopimuksia. On ymmärrettävää, että esimerkiksi elokuvan televisio ensi-illan jälkeen sitä ei enää haluta esittää elokuvateatterissa. Levittäjän kannalta on tärkeää säilyttää aika-ikkunoita, jotta liiketoiminta on kannattavaa. (Toiviainen 2015.)

VOD-palvelut ja piratismi ovat syöneet tallennemyyntiä ja elokuvateatterit pelkäävät ehkä syystäkin elantonsa puolesta. Tero Kaukomaan kuitenkin toivoo, että Finnkinolla herätään siihen, että pian aikaikkunoiden rikkominen on väistämätöntä. Elokuvateatterissa katsottu elokuva on kuitenkin tapahtuma, kerrankin keskitytään ja katsotaan teknisesti hienoa elokuvaa. Elokuvateatterit tulevat pärjäämään todella hyvin hamaan tulevaisuuteen. Elokuvien ja teatterien laadusta tulee todennäköisesti teknisesti aina vain parempi ja parempi. (Kaukomaan 2015.)

Nykyään kun vanhat rakenteet ovat vielä voimissaan, on helpompaa ja taloudellisesti kannattavaa mennä perinteisen mallin mukaan. Leffateatterin isoimpia merkityksiä on, että se kerää mediahuomiota vaikka katsojaluvut olisivat alhaisia. (Jahnukainen 2015.)

Muutos kohti VOD-palveluiden ja elokuvateatterin aikaikkunoiden rikkomista tulee lähtemään yksittäistapauksista. Finnkino on Suomessa lähes monopoliasemassa ja hallitsee n. 85 % elokuvateattereista. Suomessakin on pieniä yksityisiä elokuvateattereita ja jos on riittävän rohkea voi yrittää lähteä elokuvalevitykseen Finnkinon ohi. Muutos tulee lähtemään yksittäisistä esimerkeistä, joita tulee pikkuhiljaa enemmän. Yhdysvallat on iso markkina-alue, ja siellä on enemmän pieniä elokuvateattereita, joten siellä tähän muutokseen on helpompi lähteä kuin Suomessa. (Kaukomaan 2015.) Tietyille elokuville sopii yhtäaikainen VOD- ja elokuvateatterilevitys ja joillekin, pelkkä VOD-levitys. Tulevaisuudessa erilainen rakenne tulee varmaankin olemaan kannattavaa. (Liukkonen 2015.)

4.4. VOD-palveluissa alkaa liikkua enemmän rahaa?

Sami Jahnukainen uskoo, että kilpailu globaaleista VOD-oikeuksista tulee kovenemaan. Kun isot toimijat alkavat astua toistensa varpaille, kilpailu sisällöstä alkaa käydä kuumempänä. Tulee olennaiseksi omistaa tärkeän ja suositun sisällön oikeudet ja rakentaa mahtava katalogi, joka pitää ihmiset omassa palvelussa, sen sijaan, että he siirtyisivät kilpailijalle. Kun aletaan käydä kilpailua sisällöstä, myös raha alkaa liikkua eri tavalla. Siinä vaiheessa kun kentällä alkaa liikkua uudella tavalla rahaa tuottajalla on hyvä hetki olla aktiivinen. Netflix voi tälläkin hetkellä maksaa huimia summia, mutta vielä sen ei tarvitse. Kilpailun koveneminen saattaa muuttaa VOD-palveluiden tulopuolta tuottajalle kannattavammaksi. (Jahnukainen 2015.)

Käyttäjämäärän kasvu voi myös lisätä tuloja. Mahdollisesti suurten ikäluokkien siirtyminen VOD-palveluiden kuluttajaksi tai lineaarisen televisiolähetyksen loppuminen voisi aiheuttaa niin suuren volyymin kasvun VOD-palveluihin, että raha saataisiin liikkumaan. Elokuvien rahoitukseen saattaa myös astua yksityisiä rikkaita mesenaatteja, joita kuvataiteen puolella on ollut jo pitkään. Mesenaatteja, joilla on niin paljon rahaa, että tuotto-odotukset eivät ole elokuvan rahoituksen syynä. ”Esimerkiksi Ruotsin kuningas saattaisi haluta rahoittaa kaikki Dome Karukosken elokuvat”, vitsaili Riina Liukkonen. (Liukkonen 2015.)

Tero Kaukomaan mukaan tälläkin hetkellä VOD-puoli on jo kiinnostunut tekemään elokuvista ennakko-ostoja. Kuitenkin mikäli VOD-palvelu investoi elokuvaan etukäteen, he myös haluavat sen esityksen ensi-illan. Teatterilevitystä on kuitenkin taloudellisesti vaikea ohittaa, koska se on niin tärkeä taloudellinen mahdollistaja. Tulevaisuudessa on mahdollista, että VOD-palvelu on mukana rahoittamassa, mutta elokuva käy nopean teatterikierroksen vaikkapa kolmen viikon ajan. Kun elokuva päättyisi tuoreena, elokuvamarkkinoinnin jälkeen VOD-palveluun, sen arvo kuluttajalle olisi isompi myös VOD-palvelussa. Paljon mahdollisuuksia on myös mainosrahoitteisessa puolessa, jossa sponsori ostaisi esitysoikeudet ja tarjoaisi elokuvaa tietyille yleisölle, esimerkiksi omille asiakkailleen ilmaiseksi. (Kaukoma 2015.) On tärkeä miettiä mikä voisi tuoda toivottuja tuloja sarjojen ja elokuvien tekemiseen, kun kuluttajat vaativat kansainvälistä tasoa, kaiken pitäisi näyttää epookkielokuvilta tai James Bond laadulta (Liukkonen 2015). VOD- tulisi

valjastaa oikein, jotta sitä pystyy käyttämään hyväksi. Ei ole tarkoitus, että elokuvat ovat kaikkialla ilmaiseksi nähtävissä, vaan että niistä tulisi tuloja elokuvan tuotantoon.(Toiviainen 2015.)

VOD-palvelut tuottavat tälläkin hetkellä, mutta tulevaisuudessa niiden varaan asetetaan yhä enemmän toiveita. Tuottajan näkökulmasta TVOD on tuttavain muoto, mutta kuluttajalle SVOD on kätevin ja edullisin. Positiivisia VOD tapauksia on jatkuvasti lisää, mutta isossa kuvassa ne tulovirrat ovat vielä pieniä elokuvatuotannossa. Tero Kaukomaan on kuitenkin positiivisesti yllättynyt summista, joita VOD-puolella on jo näkynyt. (Kaukomaan 2015.) Vaikka tulovirrat ovat pieniä, niin ne voivat silti viedä elokuvan tappiolta omilleen. Pienet taide-elokuvat eivät voi menestyä DVD-puolella, kun jo DVD:n tuotantokustannukset ovat niin isoja. Niille VOD toimii mahdollistajana. (Toiviainen 2015.)

4.5. Elokvateatterikäynneistä tapahtumia

Asiantuntijat uskovat elokuvateatterin pysyvyyteen, kotikatsominen ja elokuviin meneminen on koko ajan pysynyt erillään. Elokvateattereiden kuolemista, on ennustettu VHS myötä ja DVD:n myötä, ja samoin VOD-palveluiden myötä, mutta kotona katsomisen lisääntyminen ei ole aiheuttanut teattereiden ennustettua kuolemaa (Toiviainen 2015).

Elokvateattereiden rooli saattaa kuitenkin muuttua yhä tapahtumallisempaan suuntaan, kun elokuva olisi yhä nopeammin saatavissa kotikoneelle tai televisioon. Tälläkin hetkellä elokuvafestivaalit menestyvät hyvin. 2013 Suomen suosituin elokuvafestivaali Rakkautta-ja Anarkiaa saavutti 42 176 ostettua lippua (Hautamäki 2014). Elokvafestivaalit ovat rakentaneet itselleen toimivia brändejä, niillä on nähtävissä laadullisesti hyviä elokuvia ja myös tuottajalle ne ovat tärkeitä mahdollisuuksia tuoda oma elokuva esille. Kuluttajana festivaalille on mukavaa mennä, sillä paikanpäällä on yleensä lisätarjontaa kuten keskustelutilaisuuksia ja konsertteja. Elokvassa käynti on yhteisöllisen kokemus ja rahalle on saatavilla entistä enemmän vastinetta. (Jahnuainen 2015).

Kysynnän mukaiset elokuvanäytökset eli *Cinema On Demand* näytökset, ovat mahdollisia tulevaisuuskuvia. Yhdysvalloissa Tugg palvelu kautta voi jo järjestää elokuvanäytöksiä haluamastaan elokuvasta haluamalleen paikkakunnalle, mikäli paikallinen elokuvateatteri suostuu mukaan. Kun tarpeeksi moni etukäteen sitoutuu ja ostaa lipun etukäteen näytös järjestetään. Järjestelmä palauttaa ostetun lipun rahat, mikäli näytöstä ei tulekaan, mutta kuluttaja ei voi itse perua ostopäätöstään (Tugg 2015). Samankaltainen toiminto on alkanut toimia myös Iso-Britanniassa (Film London 2013). Suomi markkina-alueena saattaa kuitenkin olla hieman pieni kyseisen kaltaisen palvelun luomiseen. (Kaukomaa 2015). Nykyinen elokuvalevitys muistuttaa muutenkin yhä enemmän *Cinema On Demand* tyyppistä rakennetta, koska elokuvan perinteinen viikkokierto, jossa elokuva esimerkiksi näytettiin paikkakunnalla päivittäin 3 kertaa viikon ajan, on lähes kadonnut. Nyt pienen paikkakunnan näytösmäärä voi olla esimerkiksi 2 näytöstä elokuvaa kohden. (Toiviainen 2015.)

Tuottajalähtöiset lanseeraukset tulevat myös lisääntymään. Tuottajalähtöinen siinä mielessä, että tuottaja itse päättää miten elokuva halutaan tuoda esille myös tapahtumallisesti. Event based screening tulee todennäköisesti korvaamaan perinteistä ensi-iltaa pressin huomion kiinnittäjänä. On tietenkin mahdollista, että perinteinen elokuvateatterilevitys pienenee sillä kustannuksella, että tulee entistä enemmän elokuvatapahtumia ja tuottajalähtöisiä lanseerauksia. (Jahnukainen 2015.)

One night screening on yksi tapa tehdä elokuvakokemuksesta tapahtumallinen. Silloin elokuva esitetään ensi-iltapäivänään useassa eri elokuvateatterissa yhtäaikaisesti, niin että elokuva olisi nähtävänä vain yhtenä päivänä. Lanseeraustapa toimii sellaisissa maissa, jossa potentiaalinen yleisö elokuvalla ei ole niin iso, että kannattaisi lähteä täysimittaiseen elokuvateatterilevitykseen. Tulevaisuudessa kyseisen tyyppiset lanseeraukset varmasti muuttuvat yleisemmiksi. Iron Sky:n ensimmäinen osa sai kyseisen kaltaisen levityksen Iso-Britanniassa 2012, jossa elokuvan näki yhtenä päivänä reilu 20 000 ihmistä. Britannian levittäjä laittoi Blu-ray:n ja DVD:n levitykseen heti seuraavana päivänä välttääkseen konkurssin. Konkurssia ei vältetty ja elokuva levisi verkkoon. Markkinoinnillisesti idea on hyvä, mutta täytyy laskeskella, että heti

kun elokuva on ulkona DVD:nä tai VOD-palvelussa siitä on saatavilla myös piraattikopio. (Kaukomaa 2015.)

4.6 Elokuvantuotanto alhaalta ylös ja ylhäältä alas

Elokuvan tekemiseen vaadittava tekniikka on vuosi vuodelta helpommin saatavilla ja laatu on hyvää. Videosisältöä tulee jatkuvasti enemmän ja enemmän. Myös elokuvien jakaminen on helpompaa. Elokuvia aletaan tehdä lähituotantona ja luomuna. (Jahnukainen 2015.) Kuluttajalähtöisyys on tulevaisuudessa avainasemassa ja kuluttajat myös tekevät itselleen juuri sellaista sisältöä kun haluavat nähdä (Liukkonen 2015). Ammattimainen tuotanto tulee vähenemään suhteessa kokonaismassaan ja todennäköisesti myös ammattituottajien määrä. Tuotanto tulee muuttumaan dynaamisemmaksi ja demokraattisemmaksi. (Jahnukainen 2015.) Toisaalta kotitekoisista elokuvista ponnistaa menestyksiä ja yhtäkkiä nämä amatööripohjalta menestyneet siirtyvät ammattilaisiksi. Tämä kierto tulee aiheuttamaan sen, että huonot tuottajat tippuvat pois kun uusia menestyjiä syntyy. (Kaukomaa 2015.)

YouTube-sukupolvi on valtaamassa alaa ja vaikka Yle-Areenalla on komeita katsojalukuja, kaikki Suomen nettitelevisiot saavat kymmenen kertaa vähemmän käynnistyksiä kuin YouTube. On mahdollista, että tulevat hitit nousevat YouTubesta ja kun ne ovat tarpeeksi suosittuja, aihio muotoutuu isoksi teokseksi ja elokuvateatterikokoiseksi elokuvaksi. (Lönngqvist 2015.) LoveMilla oli tämänkaltainen yritys nousta suositusta sarjasta elokuvaksi, mutta ei onnistunut houkuttamaan kohdeyleisöään elokuvateattereihin. (Jokelainen 2015). Vaativa teini-ikäinen kohdeyleisö ei välttämättä ole valmis maksamaan elokuvasta elokuvateatterilipun verran rahaa. Varmasti jotkut elokuvat tulevat menestymään tällä kaavalla, mutta ne tuntuvat olevan yksittäistapauksia. Elokuvassa tärkeintä on kuitenkin sisältö, sen tulee olla jollakin tapaa ainutlaatuista. (Toiviainen 2015.)

Miljoona katsojaa internetissä ei välttämättä muutu edes tuhansiksi katsojiksi elokuvateatterissa. Elokuva voi menestyä elokuvateatterissa vaikka se ei olisikaan netti-ilmiö, on harhakuva että kaikki on siirtynyt internetiin. Moni hankkii yhä tietonsa perinteisistä medioista kuten sanomalehdistä. (Toiviainen

2015.) Elokuvan menestykseen vaikuttaa kuitenkin moni muukin asia sisällön lisäksi, esimerkiksi tilanne maailmalla ja Suomessa. Nettihitin muuttamisessa elokuvaksi tulisi olla valtavan nopea, jotta ilmiö pysyisi kiinnostavana. Elokuva pitäisi saada jopa puolessa vuodessa teattereihin. (Liukkonen 2015).

Ajattelu siitä, että ei tehdä vain elokuvaa vaan sen ympärille rakentuva maailma, tulee varmaankin yleistymään. Elokuvan ympärille voi syntyä pelejä ja kirjoja. (Liukkonen 2015.) Elokuviin liittyvä tuotteistaminen ja kaupallistaminen, on vielä melko pientä. Musiikkipuolella menetyksiä levymyynnissä on voitu korvata oheistuotteilla ja keikkatuloilla. Elokuva on kuitenkin tallenne, joten keikat eivät ole vaihtoehto, oheistuotteissa sen sijaan voi olla potentiaalia. Viiden vuoden päästä oheistuotteet ovat varmaankin yhä isompana esillä. Yhdysvalloissa elokuvien fanituskulttuuri on isompaa kuin Suomessa. (Kaukoma 2015.)

Ip-osoitteen (internet protocol) perusteella kuluttajaa seurataan monien eri tahojen toimesta. Mainoksia kohdennetaan ja paljon tietoa kerääntyy internetkäytöksen perusteella (Toivianen 2015). Toistaiseksi ei tunnuta edes tajuavan, kuinka paljon mahdollisuuksia käyttäjistä saatu tieto tuo myös elokuva-alalle. Tilastoidun datan mukaan voi valmistaa tuotteita kohdeyleisölle. Hittituotteet tehdään saatavissa olevan datan ehdoilla, kun tiedetään mikä myy. (Jahnukainen 2015) Kun saadaan dataa omasta yleisöstä, saadaan parempia edellytyksiä tarjota heille sisältöä (Kaukoma 2015).

Puskaradion voimaa, eli *word-of-mouth-ilmiötä* yritetään usein lisätä järjestämällä elokuvien ennakonäytöksiä. Tulevaisuudessa voisi ajatella, että tämä ennakonäytöksen voisi järjestää VOD-reittiä. Elokuva voisi olla nähtävillä jossain areenassa määritetylle joukolle ihmisiä. Niin, että prosessissa voisi itse valita keille jokin tietty elokuva esitetään. Markkinointitaktiikkana, näytä kymmenelletuhannelle ihmiselle, niin saat satatuhatta katsojaa. Kuluttajista saatavan datan avulla saisi selvitettyä kenelle elokuva kannattaisi esittää. (Toivianen 2015.) VOD-näytös voisi lisätä elokuvamenestystä ja toimia markkinointikeinona (Liukkonen 2015). Yle Areenassa on huomattu, että yleisöllä on oma yleisönsä. Kun osa sisällöstä on ennakkoon katsottavissa Areenassa, se ei useinkaan syö varsinaista elokuvan katselua, vaan

päinvastoin lisää katsojalukuja. Sisällön nähneet puhuvat siitä sosiaalisessa mediassa ja herättävät kiinnostuksen, katsoa varsinaisen ohjelman. (Lönqvist 2015). Kuluttajan kiinnostuksen mukaan, heille voisi kohdentaa mahdollisuuksia nähdä elokuvia ennakkoon, jolloin he laittaisivat keskustelun elokuvasta liikkeelle.

4.7. Elokuvan hinta tulevaisuudessa

Kuinka paljon elokuva voi maksaa, että se ei maksa liikaa? Kysymys on hyvin elokuvakohtainen ja sopiva hinta riippuu myös elokuvan iästä ja laadusta. Premium VOD, eli ennen elokuvalevitystä aukeava VOD saattaa hyvin maksaa 20 \$, mutta vanhemman elokuvan hinta voi pyöriä 2 \$. Haitari on suuri ja ihmiset ovat jatkuvasti kriittisempiä, kun elokuvia on tarjolla niin paljon. (Kaukoma 2015.) Pertti Huuskonen Maxisatilta kertoo, että he lopettivat maksullisen VOD elokuvivuokrauspalvelun, koska asiakkaat eivät osta erillisiä elokuvia, elleivät ne ole hyvin tuoreita. Nyt Maxivision tarjoaa SVOD-palvelua kanavapakettinsa yhteydessä. (Huuskonen 2015.)

Nykytilanteessa kuluttajanäkökulmasta on haastavaa löytää tiettyä sisältöä. Mikäli ostat Netflixin, HBO:n ja Viaplayn SVOD-palvelun ja maksat kaikista n. 10 € kuukaudessa, niin lopulta tietyn sisällön saaminen ei ole kovin helppoa eikä edes edullista. Toisaalta kun saa valtavan kirjaston käyttöönsä 10 € kuukaudessa, miksi haluaisi maksaa yhdestä elokuvasta vaikkapa viittä euroa. (Huuskonen 2015.) Ihmiset jäävät helposti odottamaan, että joku tietty elokuva saattaa rantautua siihen omaan 10 € kuussa palveluun. Tuntuu myös hankalalta lähteä etsimään tiettyä sisältöä kun palveluita on niin paljon ja ei tiedä mistä se tietty elokuva saattaisi löytyä. (Liukkonen 2015.)

Ihmiset ovat kriittisiä kokeilemaan elokuvaelämystä kun eivät voi olla varmoja siitä mistä maksavat. Valikoiman runsaus korostaa markkinoinnin ja tiedotuksen tärkeyttä, jotta tuotteet ovat niin kiinnostavia, että kuluttaja todella haluaa maksaa niistä. Kynnys lähteä katsomaan jotain, mistä ei tiedä mitään on todella suuri. (Jahnukainen 2015.)

Maksa-mitä-haluat- taktiikassa asiakkaalle annetaan mahdollisuus arvioida itse, paljonko hän haluaa tuotteesta maksaa. Omatunto pistetään koetukselle ja se tuottaa yllättävän hyviä tuloksia. Keskikinta voi nousta yllättävän suureksi. Pay what you want kokeiluja on monella alueella seminaareista (Kankare 2013) Radioheadin albuminjulkaisuun (Colter 2012). Iron Sky on hyödyntänyt tätä mm. myydessään sisäänpääsyjä kulussien taakse. Maksa-mitä-haluat- kokeiluiden määrä voi myös kasvaa tulevaisuudessa.

Elokvien piratismiin syyllistyvät usein suurkuluttajat, jotka myös maksavat sisällöstä. Mikäli kuluttaja ei ole ihan varma elokuvan laadusta, saattaa hän ensin mennä etsimään elokuvan laittomana versiona tarkistaakseen onko se hintansa arvoinen. Vaikka tarkoitus olisi vain vilkaista kiinnostaako elokuva, sen saattaa katsoa sittenkin kokonaan. Piratismisivustolla saisi olla elokuvan jälkeen mahdollisuus maksaa, vitsaili Tero Kaukomaan.(Kaukomaan 2015.) Vimeo tarjoaa Tip Jar palvelua, jossa videolle voi antaa tippiä, mikäli se miellyttää. (Vimeo 2015) Sami Jahnukainen harmittelee, ettei tippipurkkia saa mukaan jos vimeon videon upottaa toiselle sivulle. Erityisesti lyhytelokuvien kohdalla Tip Jar toiminto on hyvä, sillä niiden rahoitus ei toimi samalla kaavalla kuin pitkien elokuvien. Tero Kaukomaan mukaan onnistuneen 15 minuutin lyhytelokuvan jälkeen voi hyvinkin tulla olo, että nyt kukkaronyörit aukeaa. Ongelma nopeassa päätöksessä on usein, se että harvemmin maksu onnistuu käden käänteessä. Kaikkiin palveluihin täytyy yleensä ensin rekisteröityä, mikä voi vähentää maksuhalukkuutta huomattavasti. (Kaukomaan 2015.)

4.8. Siirtykö painopiste lineaarisesta televisioelokuvasta VOD:n puolelle

Ihmiset ovat kiinnostuneita seuraamaan suoria lähetyksiä ohjelmista, joista on tärkeä tietää mitä tapahtui ohjelmiin liittyvän keskustelun vuoksi (Toiviainen 2015). Keskustelun lisäksi myös sosiaalisessa mediassa osallistuminen on lisääntymään päin. Katsomisen ohessa lähetetään viestejä sosiaalisessa mediassa. (Liukkonen 2015.) Osallistuminen sosiaalisessa mediassa ajoitetaan usein esitysajankohtaan vaikka sisältö olisi muutenkin saatavissa netissä (Lönqvist 2015). On mahdollista, että lineaarinen televisio tulee näyttämään tulevaisuudessa tositelevisio-ohjelmia ja muita ajankohtaisia ohjelmia, mutta

televisiosarjat ja elokuvat tulevat häviämään lineaarisesta televisiosta (Toiviainen 2015).

Televisiokanavat tuntuvat haluavan olla yhä enemmän myös VOD-välittäjiä ja tarjoavat sekä katsojalle maksullista ja ilmaista sisältöä. Kaupallisille kanaville aukeaa tätä kautta uusia mahdollisuuksia. Yle:n Areenalle maksullinen SVOD palvelu ei ole vaihtoehto, koska se on verovaroilla ylläpidettävä palvelu. (Toiviainen 2015.) Televisiokanava Nelonen tarjoaa ohjelmiaan mainosrahoitteisesti Ruudussa, mutta tarjoaa myös SVOD-palveluita Ruutu + kautta. Nelosen televisiokanava laittoi Napapiirin sankarit ensiesitykseen katsottavaksi Ruutu + ja sitten vasta lineaariseen televisioon. (Toiviainen 2015.) On mahdollista, että kun kaupalliset televisiokanavat siirtyvät yhä enemmän tarjoamaan VOD-palveluja kuluttajalle ja operaattorit jäävät välistä pois (Huuskonen 2015)

4.9 Julkinen palvelu ja VOD-kirjasto

Sami Jahnukainen näkee, että julkisen palvelun tv-yhtiöt tulevat tulevaisuudessa todennäköisesti siirtymään yhä vahvemmin VOD-palveluiksi. Cilla Lönnqvist on samoilla linjoilla ja näkee, että Yle Areena, joka mielletään tällä hetkellä enemmän catch-up palveluksi, tulee tulevaisuudessa olemaan keskiössä. TV-sukupolvet siirtyvät eläkkeelle ja kulutusta alkaa sanella yhä enemmän nettisukupolvi (Jahnukainen 2015).

Julkinen palvelu voisi tulevaisuudessa lisätä myös vanhojen kotimaisten klassikoiden saatavuutta. Tällä hetkellä vanhoja klassikoita on todella hankala löytää. Ylen Elävä Arkisto tarjoaa arkiston helmiä, mutta VOD-palvelua joka tarjoaisi kattavasti vanhoja suomalaisia klassikoita, ei löydy taloudellisista ja oikeudellisista syistä. (Toiviainen 2015.) Materiaalin tuominen saataville olisi kulttuuriteko suomalaisilta suomalaisille, mutta vanhojen elokuvien sopimukset ovat vielä voimassa. Elokuvien tekijöillä on edelleen tekijänoikeuksia sisältöön. Arkistossa istutaan jatkuvasti vanhojen sopimusten kanssa, tutkitaan esimerkiksi 20-luvulta peräisin olevia sopimuksia ja yritetään selvittää kenellä oikeudet olivat ja kenelle ne ovat siirtyneet. Oikeuksia ei aikanaan edes ajateltu myytävän eteenpäin ja nyt ne ovat kulkeutuneet perikunnille. Sopimusten

selvittäminen, on salapoliisityötä ja Cilla Lönnqvist toivoisi oikeusmaailman heräävän siihen, että vanhojen elokuvien tiimoilta oikeuksien pihtaaminen ei tuota kenellekään mitään. (Lönnqvist 2015.)

Sama ongelma koskee VOD-palveluita kuin elokuvateattereitakin. Välillä elokuvateatterit olisivat kiinnostuneita näyttämään vanhoja elokuvia, mutta oikeuksien etsiminen ja selvittäminen aiheuttaa niin ison työpanoksen, että elokuvan esittäminen on lähes aina tappiollista. Esitysoikeuksien metsästäminen, tuottaisi niin paljon työtä levitysyhtiölle, että usein urakkaan ei haluta lähteä. (Toiviainen 2015.) Oikeudet ovat voimassa myös omien tuotantojen kohdalla. Yle maksaa jatkuvasti korvauksia esittäessään vanhoja Ylen tuottamia elokuvia ja sarjoja, uusinnoista maksetaan 50% alkuperäisen palkkion määrästä. Vuonna 2013 Ylen maksamat tekijänoikeuskorvaukset olivat yhteensä 76,3 miljoona euroa. (Yle Yhtiönä, 2015 b) Arkistot ovat pullollaan vanhoja elokuvia, joita on myös digitoitu, mutta niitä ei ole oikeutta avata kansalaisille. Mahdollisuuksia siihen on vasta kun tehtäisiin muutoksia oikeuksiin tekijänoikeusjärjestöjen ja yleisradioyhtiön yhteistyössä. (Lönnqvist 2015.)

Peter Toiviainen ideoi kirjastopalvelun kaltaista VOD-palvelua, joka voisi olla valtiollinen tai kunnallinen, jonne jo kaupallisen uransa tehneet elokuvat, etenkin taide-elokuvat ja lyhytelokuvat voisi laittaa lainattavaksi. Rahoitus toimisi normaalin kirjaston tavoin. Kirjastolle myydään DVD-elokuvia esimerkiksi 80€ kpl hintaan ja elokuvaa saa lainata niin kauan kun se pysyy lainattavassa kunnossa. Kirjaston VOD:iin tuottaja voisi sopia pakettihinnan, jolla elokuva olisi siellä katsottavissa. (Toiviainen 2015.)

Sami Jahnukainen arvelee, että julkisesti rahoitettujen elokuvien määrä Suomessa ja kansainvälisesti tulee vähenemään. Takapainotteinen rahoitus tulee lisääntymään, erityisesti dokumenttielokuvissa, jotka tullaan kuvaamaan todella pitkälle valmiiksi ennen kuin ensimmäiset rahoittajat tulevat mukaan. Tällä hetkellä julkinen tv-yhtiö on kultaakin kalliimpi tuotantoyhtiöille, kun se tekee ennakko-ostoja. (Jahnukainen 2015.)

4.10 Mikä kehitystä tulee viemään eteenpäin?

Piratismi on alun perin laittanut VOD-muutoksen liikkeelle. Piratismia vastaan voi vain kilpailla ja kun hinnoittelu on kohdallaan, kilpailu toimii. Kaukomaan mukaan on myös turha taistella vastaan, muutos on väistämätöntä. Tuottajana hän on valmis antamaan vallan kuluttajalle, mutta vastassa on vanhoja rakenteita. (Kaukoma 2015).

Teknisesti VOD-palvelut tulevat uppoamaan yhä enemmän kodin muuhun laitteistoon. Työpajassa nousi kahden suunnan mielipiteitä. Peter Toiviainen uskoo, että eri toiminnot, pelikonsoleista, dvd-soittimiin ja VOD-palveluihin löytyvät samasta laitteesta. Cilla Lönnqvist taas uskoo, että osa tulee toimimaan yhden laitteen kautta, mutta tekninen kehitys tuo myös jatkuvasti uusia laitteita, enemmän ja vähemmän samanaikaisesti. Retro laitteiden puoli tulee myös pysymään erillään, vinyylit ja C-kasetit pysyvät muodissa veikkaa Riina Liukkonen. Pertti Huuskonen, myöntää, että kotoa löytyy edelleen lukemattomia VHS videoita.

Omistaminen ei ole enää niin tärkeää nuorille sukupolville. Tietyn fyysisen tuotteen omistaminen ei ole oleellista, kun sisältöä on tarjolla niin paljon. Katsomista ja kuunneltavaa saa rajattomasti tietyllä summalla. (Lönnqvist 2015.) Nuoret tietävät, että halutessaan sen tietyn sisällön sen löytää kyllä (Liukkonen 2015). Nuoret ja lapset, joille perinteinen broadcast on vaikeaa ymmärtää tulevat viemään edistystä eteenpäin. Cilla Lönnqvistin mukaan hänen jälkipolvensa ei ymmärrä miksi tavallista televisiolähetystä ei voi pysäyttää tai katsoa uudestaan ja miksi heti perään ei pysty katsomaan televisiosarjan seuraavaa jaksoa.

5 YHTEENVETO

5.1 Millainen on VOD-tulevaisuus? Päätelmät

Tuntuu siltä, että mikään näistä muutoksista ei tapahdu täydellä varmuudella tai koko alalle. Jäykät rakenteet saattavat pikkuhiljaa alkaa joustaa. VOD – palvelut

ovat ylipäättänsä tuore ja yllättävä tekijä. VOD on kasvanut alle kymmenessä vuodessa lähes nollasta tuloihin, jotka vastaavat lähes neljänneistä elokuvateattereiden lipputuloista EU:n alueella (Ernst & Young Global Limited 2014, 64). Paljon on siis mahdollisuuksia, joita ei osata vielä edes kuvitella. Muutokset tulevat vaikuttamaan levittäjään, kuluttajaan, tuottajaan ja palveluntarjoajiin hieman eri tavoin.

Palaan nyt tutkimuskysymyksiini ja katson millaisia arveluita tulevaisuudesta on kertynyt työpajoissa.

1. Muuttuuko elokuvan ansaintalogiikka tulevaisuudessa?

Ansaintalogiikka tulee muuttumaan, koska elokuvan rahoituksen takaamiseksi on tultava uusia ratkaisuja. Osittainen ratkaisu saattaa olla VOD-palveluissa. Elokuvan hinta VOD-palveluissa tulee toivottavasti määräytymään lähitulevaisuudessa yhtenäisemmin. Toivottavasti, niin että tuottajalla, levittäjällä ja palveluntarjoajalla on mahdollisuus tarjota elokuvia järkevään hintaan, niin että tulot myös tukevat elokuvien tuotantoa.

Tuottajien ja levittäjien toiveissa on, että VOD-palvelut paikkaisivat kutistuvan DVD-myyntin tuloja, mutta VOD ei tunnu tarjoavan suoraa tietä onneen. Aikaikkunoiden rikkominen voi osaltaan nostaa VOD-tuloja, mutta vaikuttaako se taloudellisesti positiivisesti elokuvan teatterimyyntiin vai heikentääkö se myyntiä? Kysymys on varmasti elokuvakohtainen ja varmoja vastauksia ei voida antaa ennen kuin on nähty enemmän kokeiluja kotimaassa. Kokeiluja saadaan odottaa kunnes Finnkino ja elokuvatuotantoyhtiöt ovat valmiita ottamaan tämän askeleen yhdessä, ellei kokeilua halua lähteä kiertämään pienien teattereiden kautta Finnkinon ohi.

Todennäköisesti levittämisen aikaikkunoiden rikkoutuminen ei tule koskemaan koko elokuva-alaa, vaan tietyt elokuvat voivat käyttää sen hyödykseen. VOD-palveluun laitettu elokuva voi helposti karata myös laittomille teille ja siksi tärkeää kunkin elokuvan kohdalla on miettiä täsmällinen strategia ja syy miksi perinteinen rakenne kannattaa rikkoa. Palveleeko se tiettyä kuluttajakuntaa, joka voidaan tavoittaa poikkeuksellisesti? Vai onko elokuva liian pieni

perinteiseen levitykseen? Onko tarkoitus saada erikoishuomiota ja tuloja tietyllä metodilla?

Tuottajan on pakko etsiä uusia keinoja rahoittaa elokuvan tuotantoa. Keinona voi olla kansainvälisten yleisöiden hankkiminen. Globaalin yleisön tavoittaminen olisi jo teknisesti mahdollista, mutta tiedotuksellisesti hankalaa. Kansainvälinen yleisö on myös tärkeää tavoittaa samanaikaisesti, jotta materiaalia ei hankita piraattiversiona. Samanaikaisuus on mahdotonta, jos elokuva aiotaan levittää myös perinteisesti, ellei levittäjien kanssa onnistuta rakentamaan poikkeuksellisia sopimuksia.

Oheistuotteet ja kaupallistaminen voivat auttaa elokuvia, mutta se vaatii fanikulttuurin luomista. Fanikulttuuri ja ilmiö elokuvan ympärille eivät ilmesty itsestään vaan vaativat erillistä työtä tai kulttimaineen. Kuitenkin myös massojen siirtyminen VOD-puolelle voi rakentaa tulovirtojen nousun.

2. Muuttuuko jakeluketju tulevaisuudessa? Miten?

Elokvien VOD-oikeuksista käydään keskustelua ja varmaankin yhä useammassa tapauksessa tuottaja ei myy VOD-oikeuksia levittäjälle. Silloin levitys saattaa kokonaisuudessaan tapahtua tuottajan kautta, ellei elokuva ole levittäjälle niin houkutteleva, että levitysyhtiö haluaa sen joka tapauksessa levitettäväksi.

Tuottajalle VOD ei vielä tällä hetkellä tuota isoja tuloja, mutta sen hyödyntäminen poikkeuksellisesti ja erilaiset muodot voivat luoda isoja mahdollisuuksia. Tuottaja ja levittäjä ovat samassa veneessä tulo-ongelman kanssa, kummankin on turvattava työnsä ja siksi molemmilla osapuolilla on intressi hoitaa VOD-palveluiden oikeuksien myymistä. Alalla tulee todennäköisesti muodostumaan erilaisia kompromisseja ja onnistuneet ja epäonnistuneet kokeilut tulevat varmasti muokkaamaan kehityksen vauhtia ja suuntaa.

Tiivistyvässä tahdissa ja kiireessä kuluttajat haluavat sisällön heti ja siihen VOD voi tarjota mahdollisuuksia. Kuluttajan ei tarvitse odottaa elokuvan saapumista toiselta puolelta maapalloa, kun se voidaan mahdollisesti katsoa kansainvälisen

palvelun sivulla tai tarjota oman maan palvelussa samanaikaisesti. Palveluntarjoajat pyrkivät myös reagoimaan nopeasti siihen mitä halutaan nähdä ja isoille kansainvälisille yrityksille se on helpompaa. Tämä kuitenkin vaatii kansainvälisen tason ajattelun muutosta siitä mikä on tuottajan ja levittäjän rooli ja millä aikataululla elokuva on levitettävä globaalisti.

3. Millaisia VOD-palvelut ovat tulevaisuudessa?

Kansainvälisten SVOD palveluiden tarjonta on vielä painottunut kansainvälisiin jättimenestyksiin. Uusia kotimaisia palveluita pyritään varmasti rakentamaan entistä enemmän ja erityisesti TV-kanavat ovat laajentaneet viimevuosina VOD-puolelle. Tulevaisuudessa television sisältö tulee varmaankin rakentumaan enemmän VOD-palvelusta lineaariseen televisioon, toisin kuin nyt kun ohjelmien keskiössä on vielä lineaarinen televisio. Suomen on pieni markkina-alue ja sen vuoksi on vaikeaa luoda täysin uusia ja tuottoisia palveluita.

VOD-palveluihin liittyvä tekniikka muuttuu varmasti arkipäiväisemmäksi ja tekniikka sekä yksinkertaistuu että monimutkaistuu kun mahdollisuudet laajenevat uusien laitteiden ja tekniikan kautta. VOD:n kuluttamisen tavat todennäköisesti monipuolistuvat ja yleisö varmasti laajenee, kun suuret ikäluokat alkavat katsoa entistä enemmän non-lineaarista sisältöä.

4. Millaisia mahdollisia muutoksia on luvassa?

Elokuvateatterin elämyksellisyys voi nousta tärkeäksi tulevaisuudessa, niin että elokuvan lisäksi tarjotaan myös muuta kulttuuria tai elokuvaan liittyvää oheistoimintaa. Elokuvateattereiden toivenäytökset voivat myös nostaa päätänsä, *event cinema* yhdistettynä *cinema on demand* ajatukseen.

Toiveena olisi, että vanhoja elokuvien arkistot saataisiin tehokkaammin kansalle. Oikeuksien kanssa vääntämisen sijaan voitaisiin rakentaa sopimus tekijänoikeusjärjestöjen ja esimerkiksi Ylen välille siitä miten vanhoja elokuvia saa julkaista. Vaikkapa tietyllä vuosittaisella korvaussummalla tekijänoikeusjärjestöille.

VOD oli alaa muuttava, yllättäjä ja muutos on edelleen kesken. Kysymys kuuluu: Mikä voi olla seuraava yllättäjä? Tuleeko se rikkomaan alan normeja?

5.2 Video skenaariotyöpajoista

Video on helposti lähestyttävä muoto, johon tulee tartuttua helpommin kuin opinnäytetyöhön. Videoinnissa apunani toimivat Iron Sky Universen työntekijä Joey Palmroos, sekä ystäväni Ilari Lampinen. Päätin olla videoimatta koko ensimmäistä pajaa, jotta työpajaan osallistuneet eivät kokisi painetta sanomisistaan. Toin videokameran ensimmäisessä työpajassa mukaan viimeiseen puolen tunnin osuuteen, jotta tärkeimmät ajatukset voitaisiin vielä tiivistää nauhalle. Näistä tärkeimmistä ajatuksista videon rakentaminen on helpompaa, ainakin videomateriaalin määrä on rajallisempi. Toisessa työpajassa videoin koko työpajan, koska huomasin, että kirkkaimpia ajatuksia ei voi aikatauluttaa.

Video ei tiivistä pajojen sisältöä, sillä asiaa tuli niin paljon. Trailerin lailla se kuitenkin johdattaa aiheesta kiinnostuneet kirjallisen työn pariin.

6 ITSEARVIOINTI JA TERMISTÖ

6.1 Opinnäytetyön itsearviointi

Olin iloinen siitä, että useat asiantuntijat olivat kiinnostuneita opinnäytetyöni aihepiiristä ja kiinnostuneita osallistumaan. Monet myös valittelivat, että eivät omien aikataulujensa takia päässeet paikanpäälle. Aihe on siis selkeästi kiinnostava ja ajankohtainen. Asiantuntijat lahjoittivat minulle omaa aikaansa ja jakoivat ideoitansa. Iso kiitos siitä kaikille työpajoihin osallistuneille!

Oppimiskokemuksena opinnäytetyö on ollut suuri. Täytyy myöntää, että vielä ennen joulua VOD sanayhdistelmänä ei merkinnyt minulle juuri mitään. Nyt se tuntuu kiinnostavalta ja läheiseltä aiheelta. Nopeassa ajassa voi oppia paljon

uutta. Aihealueena VOD ja elokuvien oikeudet on varsin laaja ja täynnä erilaisia näkökulmia, joista omatkin ajatukset ovat päässeet muotoutumaan.

Työssäni olisin voinut perehtyä tarkemmin taloudellisiin lukuihin siitä, mitä VOD merkitsee elokuva-alalle tällä hetkellä. Olisi ollut myös kiinnostavaa hankkia lisää tietoa eri VOD-palveluntarjoajien käytännöstä ja ajatuksista, sekä palveluiden taloudesta. Onko toiminta tuottoisaa? Yle Areena on poikkeus kentällä, koska se on julkinen palvelu ja sen tarkoitus ei ole tuottaa voittoa.

Ensimmäisessä työpajassani keskittymiseni herpaantui välillä tekniikan takia ja työpajaan keskittymisen takia en voinut keskittyä tarkistamaan, onko kamera todella päällä vai ei. Työpajan loppuksi Joey Palmroos hoiti videoinnin ja sain käytettävää videokuvaa.

Toisessa työpajassa luotin tekniikan Ilari Lampisen vastuulle, joten pystyin keskittymään olennaiseen eli kysymään niitä kysymyksiä, jotka tuntuivat työni kannalta relevanteilta. Omasta osuudestani ja kysymyksistäni jäi parempi olo toisen työpajan perusteella. Ensimmäinen työpaja oli jo näyttänyt minulle mikä toimii ja mikä ei. Toisen työpajan osallistujista kaksi joutui perumaan viime hetkellä, mutta toisaalta se että pääsin kunnolla keskittymään kahden asiantuntijan tietoihin ja näkemyksiin varmasti auttoi minua menemään syvemmälle, kuin ensimmäisessä työpajassa vaikka työpajamaisuus jäi vähemmälle.

Teknisesti ongelmia syntyi kaikuisan huoneen takia, äänitetty ääni ei tullut kovin hyvälaatuisena ja sen kanssa sai puurtaa tosissaan, jotta litteroidessaan ymmärsi kaiken oikein. Toisen työpajan taltioinnin ongelmaksi nousi videokameran korttien ylikuumentuminen. Kun kortit alkoivat ylikuumentua niitä, oli pakko vaihdella ja videomateriaali on siitä syystä melko katkonaista.

Aikataulutukseni opinnäytetyön kanssa ei mennyt niin hyvin kuin olisin toivonut. Helmikuun aikana kaikki pohjatyö ei suinkaan ollut valmis, lähdeaineiston hankkiminen seurasi minua jatkuvasti aina palautukseen asti. Työpajan suunnittelu oli pelkistettyä, sen olisi suonut olevan täsmällisempi, jotta olisin päässyt nykyistä tiiviimmin kiinni tutkimuskysymyksiin.

Olen tyytyväinen rohkeuteeni, sillä otin opinnäytetyötäni koskevat muilta saamani ideat mm. työpajojen järjestämisestä ja videoinnista rohkeasti vastaan. Molemmat vaativat oman panoksensa ja olivat hyödyllisiä kokemuksia. Työpajan järjestäminen vaati itseluottamusta, sillä VOD oli ja on minulle edelleen laaja ja monimutkainen kenttä. Pitkän asiantuntijatekstin kirjoittaminen on myös kiinnostavaa ja uutta minulle. Tekstissä oli haastavaa ottaa huomioon, että osa tulevista lukijoista on alan ammattilaisia ja osalle VOD on täysin uusi käsite.

6.2 Termistö

VOD	= video on demand eli tilausvideo
IPTV	= Internet protocol television eli laajakaistatelevisio, esim. Elisa Viihde
OTT	= over the top, kattaa kaikki laitteet joissa on yhteys internettiin
TVOD	= transactional video on demand eli kaupallinen video on demand, jossa videon katselusta maksetaan korvaus
EST	= electronic sell through eli osta elektronisesti on TVOD:n alaluokka, jossa elokuva ostetaan omaksi ja ladataan internetistä
DTR	= download to rent, eli lataa vuokralle, on TVOD:n alaluokka, jossa elokuva vuokrataan katsottavaksi tietyksi määräajaksi
SVOD	= subscription video on demand tarkoittaa tilausvideopalvelua, jossa esimerkiksi kuukausimaksulla saadaan rajaton käyttöoikeus kirjastoon
AVOD	= advertiser supported VOD on mainostajien tukema palvelu, jossa käyttäjä ei maksa käyttömaksua vaan mainostustuloilla maksetaan korvaukset tekijöille
PPV	= pay per view, kaapeliyhteyteen sidottuu, maksullinen televisio

LÄHTEET

Antin, Niko 2014. Vinkkejä Netflixin käyttöön – tee kokemuksesta parempi. Yle Kuningaskuluttaja, 17.5.2014. Viitattu 29.4.2015

<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/05/17/vinkkeja-netflixin-kayttoon-tee-kokemuksesta-parempi>

Bufo 2015, B-Plan. Viitattu 13.03.2015 <http://bufo.fi/b-plan/>

Colter, Aaron 2012. Can pay what you want downloads save the music industry. Digital Trends, 12.3.2012. Viitattu 5.4.2015

<http://www.digitaltrends.com/music/can-pay-what-you-want-downloads-save-the-music-industry/>

Dekom, Peter J. 2004. Teoksessa Movie Business Book. (toim.) Squire, Jason E. 3. painos. New York: Simon and Schuster

Digital Agenda For Europe 2015, A Europe 2020 Initiative. Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) Viitattu 30.3.2015

<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/audiovisual-media-services-directive-avmsd>

Digitoday 2015. Vihdoinkin se on totta. HBO Nordic saa toivotut ominaisuudet. Digitoday 17.3.2015. <http://www.digitoday.fi/viihde/2015/03/17/vihdoinkin-se-on-totta-hbo-nordic-saa-toivotut-ominaisuudet/20153388/66>

DNA 2015. Tervetuloa tutustumaan videovuokraamon tarjontaan. Viitattu 29.4.2015. <https://www.dna.fi/fi/videovuokraamo>

Elisa 2015. Tämä on Elisa Viihde. Viitattu 29.4.2015.

<https://elisa.fi/viihde/esittely/>

Elisa Viihde. Viitattu 25.2.2015. <https://elisaviihde.fi/vuokraamo/>

Elomäki, Julia 2013. Kotimaisen elokuvan levityksestä Suomessa, Dokumentti-, fiktio- ja lyhytelokuvien saattaminen katsojille. Tampereen ammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulun elokuva ja televisiontuotanto tutkinnon opinnäytetyö.

Viitattu 9.4.2015

<https://publications.theseus.fi/handle/10024/59141>

Ernst & Young Global Limited 2014, tilaajana GESAC, European Grouping of Societies of Authors and Composers. Creating growth, Measuring cultural and creative markets in the EU, 64. Viitattu 20.3.2015.

<http://www.createingeurope.eu/>

Europa Summaries of European Legislation 2008, Television broadcasting activities: "Television without Frontiers" (TVWF) Directive. Viitattu 30.3.2015.

http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101_en.htm

Film London 2014. Borrowed Time becomes first UK Tugg screening.
30.10.2013. Viitattu 5.4.2015

http://filmlondon.org.uk/news/2013/october/borrowed_time_becomes_first_uk_tugg_screening

Finlex 2014. Hallituksen esitys eduskunnalle tekijänoikeuslain muuttamisesta.
Viitattu 29.4.2015

<https://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2014/20140181#idp4087968>

Finlex 1993. Laki Yleisradio Oy:stä. Viitattu 20.4.2015
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931380#L1>

Hald, Casper 2014. Video on Demand, TDC Group, luentomateriaali
22.11.2014. Luxemburg.

Hautamäki, Reetta 2014. Elokuvuvuosi 2013, Facts & Figures. Suomen
Elokuvasäätiö 2014. Helsinki: Premedia Helsinki. Viitattu 10.4.2015.

http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvuvuosi_2013.pdf

Hiltunen, Elina 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Talentum. s. 140-145

Huuskonen, Pertti 2015. Skenaariotyöpaja 12.3.2015. Helsinki: Iron Sky
Universe.

Hänninen, Kari 2015. Nettitelevisio Netflixin tilaajamäärä Suomessa
hämmäntää. Kauppalehti 13.2.2015. Viitattu 29.4.2015.

<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/nettitelevisio-netflixin-tilaajamaara-suomessa-hammentaa/JjCEbhik>

Indiegogo 2015. Indiegogo and Vimeo Partner to Support Filmmakers. Viitattu
29.4.2015 <https://go.indiegogo.com/blog/2015/01/indiegogo-vimeo-partnership.html>

Jahnukainen, Sami 2015. Skenaariotyöpaja 18.3.2015. Helsinki: Iron Sky
Universe.

Jokelainen, Jarkko 2015. Verkkohitti LoveMilla menestyi vaatimattomasti
elokuvateattereissa. Helsingin Sanomat, 9.2.2015. Viitattu 15.4.2015.

<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1423454992331>

Kankare, Matti 2013. Maksa mitä haluat, se todella toimii. Talouselämä.
29.9.2013. Viitattu 5.4.2015

<http://www.talouselama.fi/uutiset/maksa+mita+haluat++se+todella+toimii/a2205945>

Karila, Juhani 2014. DVD-elokuvien myynti ja vuokraus jatkoivat tiukkaa laskua.
Helsingin Sanomat, 23.1.2014. Viitattu 30.3.2015

<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1390496403889>

Katsomo 2015 a. Tervetuloa MTV Katsomoon. Viitattu 29.4.2015.

<http://www.katsomo.fi/#!/tuotteet>

Katsomo 2015 b. Ohjeet. Viitattu 29.4.2015. <http://www.katsomo.fi/#!/ohjeet>

Kaukoma, Tero 2015. Skenaariotyöpaja 18.3.2015. Helsinki: Iron Sky Universe.

Kehoe, Keith 2013. VOD rights models. Indie Film Place, 20.10.2013, Viitattu 25.02.2015.

<http://indiefilmplace.com/2013/10/20/video-on-demand-rights-models/>

Klimkiewicz, Beate 2014. European Integration and Media Policy luennot, kevät 2014. Krakova: Jagiellonian yliopisto.

Kolehmainen Katja, Jaalivaara Janne, Talvitie Arttu, Viertola Asta, Westman Marika 2013. Digitalisoitumisen vaikutus elokuva-alan kannattavuuteen ja toimintatapoihin elokuvateatteri- jakelussa Suomessa, 11, 23.

Kauppakorkeakoulu ja SES. Viitattu 26.4.2015.

[http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Digitalisoitumisen vaikutus elokuva-alan kannattavuuteen ja toimintatapoihin elokuvateatteri-jakelussa Suomessa.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Digitalisoitumisen_vaikutus_elokuva-alan_kannattavuuteen_ja_toimintatapoihin_elokuvateatteri-jakelussa_Suomessa.pdf)

Kärkkäinen, Henrik 2013. Varo uutta maksu-tv-loukkua! Näin HBO rikkoo kuluttaja ja tietosuojalakia. Iltasanomat 18.4.2013.

<http://www.iltasanomat.fi/digi/art-1288558219512.html>

Liukkonen, Riina 2015. Skenaariotyöpaja 12.3.2015. Helsinki: Iron Sky Universe.

[Lousujärvi, Mika 2014. Klassikot kateissa – verkon elokuvavuokraamot vertailussa. Yle Kuningaskuluttaja 30.12.2014. Viitattu 29.4.2015.](http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/12/30/klassikot-kateissa-verkon-elokuvavuokraamot-vertailussa)

<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/12/30/klassikot-kateissa-verkon-elokuvavuokraamot-vertailussa>

Lönnqvist, Cilla 2015. Skenaariotyöpaja 12.3.2015. Helsinki: Iron Sky Universe.

Maxivision 2015. Viitattu 25.2.2015. <http://www.maxivision.fi/palvelu>

Mouka Filmi. Viitattu 30.3.2015. <http://mouka.fi/>

Netflix. Viitattu 25.02.2015. <https://www.netflix.com/fi/>

Online Interactive Television Dictionary. Viitattu 25.02.2015.

<http://www.itvdictionary.com/vod.html>

Opetushallitus 2015, Skenaarioajattelu ja menetelmät. Viitattu 30.3.2015,

http://www.oph.fi/tietopalvelut/ennakointi/ennakoinnin_sahkoinen_tietopalvelu_ennakointi/menetelmat/skenaarioajattelu_ja_menetelmat

Rottenberg, Josh 2014. Snowpiercer, ' VOD and the future of film distribution. LA Times 11.7.2014. Viitattu 30.3.2015

<http://www.latimes.com/entertainment/movies/moviesnow/la-et-mn-snowpiercer-vod-and-the-future-of-film-distribution-20140710-story.html>

Ruutu 2015. Usein kysytyt kysymykset. Viitattu 29.4.2015.

<http://www.ruutu.fi/faq>

Seppala, Timothy J. YouTube isn't making money, even with a billion viewers.

Engadget 26.1.2015. <http://www.engadget.com/2015/02/26/youtube-no-profit/>

Sonera 2015. Sonera Viihde mobiilissa – tv aina mukanasasi . Viitattu 29.4.2015.

<http://www.soneraviihde.fi/#/videostore>

Tilastokeskus 2014. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö –tutkimus, puolet suomalaisista mukana yhteisöpalveluissa. Viitattu 27.3.2015

http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_tie_001_fi.html

Toiviainen, Peter 2015. Skenaariotyöpaja 12.3.2015. Helsinki: Iron Sky Universe.

Tugg. Viitattu 5.4.2015. <https://www.tugg.com/>

Tuomi Jouni, Sarajärvi Anneli 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi.

Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi, 72-72, 93.

Viestintävirasto 2013. Tilausvideopalvelu (VoD). Viitattu 17.2.2015

<https://www.viestintavirasto.fi/tvradio/jakelujavastaanotto/iptvjainernet-tv/vod.html>

Vimeo 2015. Vimeo Creator services, Tip Jar. Viitattu 5.4.2015.

<https://vimeo.com/creatorservices/tipjar>

Vuorinen, Terho 2012. Lataatko netistä? – Varo tätä viisi kysymystä ja

vastausta. Iltasanomat. Viitattu 27.4.2015. <http://www.iltasanomat.fi/digi/art-1288518869819.html>

World Import 2015. DVD and Blu-Ray Region Code Maps. Viitattu 5.4.2015.

http://www.world-import.com/world_region_code_map.htm

Yle Areena. Kuukausikatsaus tammikuu 2015. Viitattu 15.3.2015

<https://drive.google.com/file/d/0BxCeRq8V0uLJZUpFVUtLb0V5WnJlaUo5emZRWUtYNEpKNIIV/view>

Yle Uutiset 2011. Finnkino perui ensi-illan teleoperaattori Elisan takia. Yle

Kulttuuri 2.8.2011. Viitattu 17.4.2015. http://yle.fi/uutiset/finnkino_perui_ensi-illan_teleoperaattori_elisan_takia/5400398

Yle Yhtiönä 2015 a. Yle FAQ Usein kysytyjä kysymyksiä, Miksi tv-maksu

vaihtuu veroon? Viitattu 9.4.2015 <http://yle.fi/yleisradio/faq/yle-vero/miksi-tv-maksu-vaihtuu-veroon>

Yle Yhtiönä 2015 b. Yle FAQ Usein kysytyjä kysymyksiä. Paljonko Yle maksaa tekijänoikeusmaksuja ja esitysoikeuskorvauksia? Viitattu 20.4.2015.

<http://yle.fi/yleisradio/faq/tekijanoikeudet/paljonko-yle-maksaa-tekijanoikeusmaksuja-ja-esitysoikeuskorvauksia>

LIITTEET

Video Youtubessa

https://www.youtube.com/watch?v=sRsjLo_q4Wk

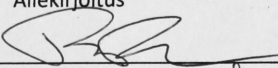
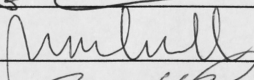
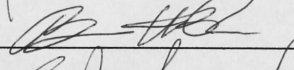
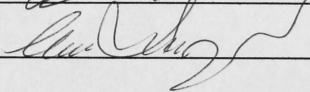
Kuvauslupa Skenaariotyöpaja 12.3.2015

12.3.2015 VOD-palveluiden skenaariotyöpajassa kuvattua ja äänitettyä materiaalia käytetään Inka Virtasen Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon linjan opinnäytetyössä. Työ julkaistaan Theseus-verkkotietokannassa.

Työpajan tuloksien summaamisesta saatua materiaalia käytetään myös opinnäytetyön tärkeimmät tulokset tiivistävässä videossa. Tämä video julkaistaan netissä, jossa kuka tahansa voi saada sen katsottavakseen.

Kuvattua materiaalia ei saa käyttää muussa tarkoituksessa ilman kuvattujen erillistä suostumusta.

Kuvauslupa

Nimi	Allekirjoitus	Päiväys ja paikka
Peter Toivaiaine		Helsinki 12.3.2015
Piina Liukekonen		Hki 12.3.15
PEETTI HUSKOWEN		Hki 12.3.15
LIISA LÖNNQVIST		"

Kuvauslupa Skenaariotyöpaja 18.3.2015

18.3.2015 VOD-palveluiden skenaariotyöpajassa kuvattua ja äänitettyä materiaalia käytetään Inka Virtasen Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon linjan opinnäytetyössä. Työ julkaistaan Theseus-verkkotietokannassa.

Työpajan tuloksien summaamisesta saatua materiaalia käytetään myös opinnäytetyön tärkeimmät tulokset tiivistävässä videossa. Tämä video julkaistaan netissä, jossa kuka tahansa voi saada sen katsottavakseen.

Kuvattua materiaalia ei saa käyttää muussa tarkoituksessa ilman kuvattujen erillistä suostumusta.

Kuvauslupa

Nimi

Allekirjoitus

Päiväys ja paikka

TERO KAUKOMAA [Signature] Helsinki 18.3.2015

SAMI JAHONMÄEN [Signature] HELSINKI 18.3.2015