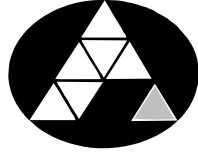


POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU
Viestinnän koulutusohjelma

Niina Tuononen

KUINKA KEHITTÄÄ LYHYTELOKUVASIVUSTOA –
TARKASTELUSSA PIXOFF

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2011



POHJOIS-KARJALAN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ
Huhtikuu 2011
Viestinnän koulutusohjelma

Länsikatu 15
80110 JOENSUU
p. (013) 260 6991 p. (013) 260 6906

Tekijä
Niina Tuononen

Nimeke
Kuinka kehittää lyhytelokuvasivustoa – tarkastelussa Pixoff

Toimeksiantaja
Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu, Luovien alojen keskus, Pixoff

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, kuinka Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskuksessa toimivaa Pixoff-lyhytelokuvasivustoa tulisi kehittää. Vastauksena kysymykseen luotiin toimenpidekehotuksia, joilla tähdätään Pixoffin nykyaikaistamiseen, käyttäjien aktivoimiseen ja sivuston suosittuuden lisäämiseen.

Opinnäytetyön yhteydessä toteutettiin kvalitatiivinen tutkimus, jossa haastateltiin kahdella eri menetelmällä Pixoff-lyhytelokuvasivuston jäseniä. Toimenpidekehotukset luotiin haastattelujen sekä kahden aiemman Pixoffin kehittämiseen tähtäävän teoksen perusteella.

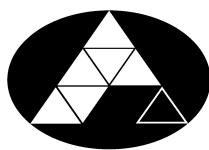
Kyselytutkimuksen tuloksista kävi ilmi, että syyt lyhytelokuvien verkkojakeluun ovat palutteen sekä katsojien saaminen. Käyttäjät arvostavat helppokäyttöisiä lyhytelokuvasivustoja. Lyhytelokuvasivustojen tulisi myös pystyä tarjoamaan lyhytelokuilleen laajempaa näkyvyyttä.

Pixoffin kehittämisen tärkeimmät toimet ovat sivuston toimintaa lamaannuttavien vanhanaikaisten käytäntöjen nykyaikaistaminen, omistajaorganisaation kytkeminen mukaan Pixoffin toimintaan sekä uusien, käyttäjien aktivoitumiseen tähtäävien toimintojen luominen sivustolle.

Kieli
suomi

Sivuja 61

Asiasanat
Lyhytelokuva, Pixoff, elokuvan verkkojakelu, verkkomedia, sosiaalinen media, käyttäjä-tutkimus, videon suoratoisto



NORTH KARELIA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

THESIS
April 2011
Degree Programme in
Communication
Länsikatu
FIN 80110 JOENSUU
FINLAND
Tel. (013) 260 6991, (013) 260 6906

Author
Niina Tuononen

Title
How to improve a short film web service – focus on Pixoff

Commissioned by
North Karelia University of Applied Sciences, Centre for Creative Industries, Pixoff

Abstract

The purpose of this thesis was to find out how to improve a short film web service called Pixoff, which is owned by Centre for Creative Industries in North Karelia University of Applied Sciences. The concrete result was a list of actions that should be done to activate the users, make the service more modern and to increase the success of Pixoff.

One part of the thesis was a qualitative research where the users of Pixoff were interviewed with two different methods. The list of actions that aim to improve the service was created based on the results of the research but also two other studies, which aimed to improve the service.

The results of the research were that the reason for uploading short movies for web services are that the users want comments and viewers for their films. It was clear that the users appreciate user-friendly services. It was also found out that users would like to have more visibility for their films by uploading them for web.

The most important actions to be done are to modernize the old patterns of the web service, to involve North Karelia University of Applied Sciences more in Pixoff and to create new standard of actions, which aim to activate the users.

Language
Finnish

Pages 61

Keywords

Short film, Pixoff, sharing movies in the web, web media, social media, user research, video streaming

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Pixoffin kehittäminen.....	9
2.1	Pixoffin nykytila	9
2.2	Esiselvitys Pixoffin kehityksen suuntaviivoista.....	11
2.3	Laineen opinnäytetyö.....	12
2.4	Yhteenveto Pixoffin kehittämistoimista	13
3	Menestyvä verkkosivusto.....	14
3.1	Perusasiat: käytettävyys ja käyttöliittymä	14
3.2	Menestyksen lähtökohdat.....	14
3.3	Menestyksen esimerkki: Youtube	15
4	Tutkimusmenetelmä	18
4.1	Tutkimusongelmasta tutkimusmenetelmään	18
4.2	Haastattelutyytit ja toteutustavat.....	19
4.3	Tutkimusmenetelmän luotettavuus	20
4.4	Otanta: Aktiiviset elokuvantekijät	21
4.5	Kyselylomake.....	24
4.6	Analyysimenetelmä.....	25
5	Aineiston analyysi	27
5.1	Demografiset kysymykset.....	27
5.2	Sinä ja lyhytelokuvasivustot.....	28
5.3	Lyhytelokuvaan liittyvät tavoitteet ja unelmat	38
5.4	Lyhytelokuvasivustoista yleisesti	42
6	Tulkinta	50
7	Toimenpidekehotukset.....	53
7.1	Kehittämisen lähtökohdat	53
7.2	Esityssopimuksen sähköistäminen ja ikärajan nosto.....	54
7.3	Uusista toimintamalleista tiedottaminen	54
7.4	Omistajaorganisaation sisäinen kampanjointi.....	54
7.5	Uuden toiminnon kehittäminen ja käyttöönotto.....	55
7.6	Yhteistyökumppanuuksien etsiminen	56
7.7	Yhteistyön aloittaminen.....	56
8	Pohdinta.....	57
	Lähteet	60

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, kuinka Pohjois-Karjalan ammatti-korkeakoulun Luovien alojen keskuksen omistuksessa toimivaa Pixoff-lyhytelokuvasivustoa (osoitteessa <http://www.pixoff.net>) tulisi kehittää. Vastauksena kysymykseen luotiin toimenpidekehotuksia, joilla tähdätään Pixoffin nykyaikaistamiseen, käyttäjien aktivoimiseen ja sivuston suosittuuden lisäämiseen. Opinnäytetyön tekijä on aloittanut Pixoff-palvelun päätoimittajana ensimmäinen marraskuuta 2010. Opinnäytetyö tehdään toimeksiantona Pixoffille.

Vuonna 2002 perustettu Pixoff on Suomen vanhin riippumattomien eli indie-lyhytelokuvien verkkojakeluun perustuva sivusto, joka alkuvaiheissaan oli oman aikansa edelläkävijä videoiden internetlevittäjänä ja verkkoyhteisön luojana. Pixoff luotiin hyvin pitkälle ilman aiempia toimintamalleja. (Laine 2009, 7.) Lyhytelokuvien julkaisemisen lisäksi Pixoff uutisoi av-alan tapahtumista ja ilmiöistä sekä julkaisee elokuva-arvosteluja ja festivaalireportaaseja. Sivustolla on myös yhteisö ja keskustelufoorumi.

Pixoff on toiminut tämän opinnäytetyön kirjoittamisen aikoihin noin yhdeksän vuotta. Verkkojakelun käytänteet, tekninen toteutus sekä toimintaympäristöt ovat yhdeksässä vuodessa muuttuneet. Opinnäytetyön tutkimusongelmaksi on muodostunut toteamus, että Pixoff on jäänyt joiltakin osin kehityksen jalkoihin, mikä vaikuttaa sivuston suosioon. Jakob Nielsen (2000, 9) on todennut: ”Webissä asiakas on kuningas, hiiri aseenaan hän päättää kaikesta. Jos palvelu ei tyydytä, asiakkaan on helppo mennä muualle, koska myös kaikki kilpailijat ovat vain hiiren liikautuksen päässä”. Merkittävä osa suomalaisista lyhytelokuvien verkkojulkaisijoista etsiytyy Pixoffia helppokäyttöisemmille, aktiivisemmille sivustoille kuten suomalaiselle Indietaivas-lyhytelokuvasivustolle (osoitteessa <http://www.indietaivas.net>). Oma lukunsa ovat myös kansainväliset, mammuttimaiset videonjakelusivustot kuten Youtube (osoitteessa <http://www.youtube.com>), joka kehittyy ja kasvattaa suosiotaan jatkuvasti (Youtube 2011).

Internetsivustoilla on kovat paineet pysyä jatkuvasti muuttuvien käytänteiden ja toimintamallien kehityksessä mukana. Sivustoja tulisi kehittää jatkuvasti, mutta kehittäminen on hankalaa, ellei osata päättää, mihin suuntaan tai miten niitä pitäisi kehittää. Opinnäytetyön tutkimuskysymykseksi muodostuikin: ”Kuinka kehittää Pixoff-lyhytelokuvasivustoa?” Jotta lyhytelokuvasivusto osaisi palvella lyhytelokuvantekijöitä paremmin ja kohdistetummin, lyhytelokuvantekijöiden tarpeet tulee selvittää. Verkkosivuston käyttäjiin tutustuminen ja heidän odotuksensa ja toiveidensa kartoitus vaatii haastattelua ja tutkimusta (Metsämäki 2000, 21). Tausta-aineistoksi toimenpidekehotusten muodostamiselle toteutettiin kartoittava kysely, jossa haastateltiin kahdella eri menetelmällä Pixoff-lyhytelokuvasivuston jäseniä. Kyselyssä perehdyttiin lyhytelokuvasivustojen ydinolemukseen: lyhytelokuvien verkkojakeluun ja verkkojakelun ympärille rakentuvaan elokuvantekijöiden yhteisöön. Lisäksi kyselyssä selvitettiin käyttäjien näkemyksiä muun muassa lyhytelokuvien tekemisen ja niiden internetiin lataamisen syistä sekä lyhytelokuvasivustojen yhteisöllisyyden merkityksestä. Kyselyssä kartoitettiin myös käyttäjien suhtautumista muihin lyhytelokuvasivustoihin, sillä varsinkin yhdysvaltalainen videopalvelu Youtube kasvattaa suosiotaan jatkuvasti. Kyselyn avulla pyrittiin selvittämään, millainen asema suomalaisilla lyhytelokuvasivustoilla on ja mitä valtteja suomalaisilla lyhytelokuvasivustoilla voisi olla kansainvälisiin mammuttisivustoihin verrattuna.

Toimivia suomalaisia lyhytelokuvasivustoja on opinnäytetyön kirjoitushetkellä tiedettävästi kolme: Pixoff, Savonlinnasta käsin ylläpidettävä Indietaivas sekä huhtikuussa 2011 avattu Kelaamo (osoitteessa <http://www.kelaamo.fi>). Kelaamo on vuoden 2011 alussa suljetun, pohjoismaisen Dvoted-lyhytelokuvasivuston suomalainen versio (Koulukino 2011). Kaikilla yllä mainituilla sivustoilla on omat meriittinsä. Pixoff on Suomen vanhin ja sitä myötä ensimmäinen lyhytelokuvien verkkojakeluun erikoistunut sivusto. Indietaivas on tällä hetkellä suomalaisista lyhytelokuvasivustoista suosituin: sivuston perustajan Tero Ojalan mukaan sivustolle lähetetään noin kaksikymmentä elokuvaa kuukaudessa (Ojala 2011). Lyhytelokuvien lisäksi Kelaamo taas tarjoaa muun muassa elokuvakasvatusta (Koulukino 2011).

On mielenkiintoista, että Suomen kokoisessa maassa ylläpidetään siis ainakin kolmea lähestulkoon samalla perusidealla toimivaa internetsivustoa. Sivustot eivät kuitenkaan ainakaan ylläpitäjien tasolla kilpaile keskenään vaan pyrkivät toimivaan yhteistyöhön. Yhteistyön ensiaskeleksi pyrittiin tekemään käyttäjille näkyväksi samaan aikaan Kelaamon avaamisen kanssa huhtikuun 2011 alussa, kun kaikki kolme sivustoa julkaisivat yhteistyön merkinä toistensa linkitettyt logot sivustoillaan. Opinnäytetyön osana toteutetussa kyselyssä selvitettiin käyttäjien mielipiteitä myös kolmen erillään toimivan suomalaisen lyhytelokuvasivuston olemassaolosta.

Tämän opinnäytetyön toimenpidekehotukset luotiin käyttäjiä haastatteleamalla saadun aineiston pohjalta, mutta kehotuksissa otettiin huomioon myös Pixoffin aiemmat kehitysehdotukset (katso luku kaksi). Opinnäytetyö tarjoaa käytännössä välipäivityksen palvelun tilasta sekä toimenpidekehotuksia sivuston kehittämiseksi. Opinnäytetyön tulokset ovat vahvasti kiinni ajassa, sillä verkkokäytännöt muuttuvat nopeasti. Siksi toimenpidekehotukset tulisi panna toimeen tai ainakin niitä tulisi hyödyntää mahdollisimman pian. Ideat ja ehdotukset ovat hyödynnettävissä myös muilla lyhytelokuvien verkkojakeluun perustuvilla sivustoilla.

Luvussa kaksi esitellään Pixoff.net-lyhytelokuvasivusto, sen nykytila ja kehittämisen tarve. Lisäksi käydään lyhyesti läpi Pixoffin kehityksen suuntaviivoja karrottavan vuonna 2008 tehdyn esiselvityksen tärkeimpiä huomioita ja Pixoffin entisen päätoimittajan vuonna 2009 esiin nostamia kehitysehdotuksia. Luvussa kolme tarkastellaan toimivan ja menestyvän verkkosivuston perusedellytyksiä ja esitellään menestyvän, videonjakeluun perustuvan verkkosivuston esimerkki. Luku neljä esittelee kyselytutkimuksen tutkimusmenetelmän. Luku etenee tutkimusongelmasta analysointimenetelmään käyden läpi muun muassa aineistonkeruumenetelmää, tutkimusotantaa sekä tutkimusmenetelmän luotettavuutta. Lisäksi esitellään kyselylomakkeen rakenne. Luvussa viisi esitellään, eritellään ja analysoidaan kyselyyn saatuja vastauksia ja pohditaan niiden pohjalta ideoita Pixoff-palvelun parantamiseksi. Luvussa kuusi esitellään tulkinta eli kyselyn vastausten analysointiin ja tutkimuksen tausta-aineistoon pohjautuvat tutkimus-

tulokset. Luvussa seitsemän esitellään toimenpidekehotukset. Luku kahdeksan on pohdintaosa, jossa käydään kriittisesti läpi opinnäytetyön eri ulottuvuuksia.

2 Pixoffin kehittäminen

2.1 Pixoffin nykytila

Pixoff on lyhytelokuvien verkkojakeluun perustuva internetsivusto, jonka perusti Provisual Oy -niminen yritys vuonna 2002. Pixoffin perusideana on julkaista itsenäisten elokuvantekijöiden tekemiä alle 60 minuutin pituisia lyhytelokuvia. Palveluun lähettävät elokuviaan lähinnä elokuvaharrastelijat ja elokuva-alan opiskelijat. Lisäksi sivustolla uutisoidaan elokuva-alan tapahtumista ja julkaistaan uusimpien elokuvien elokuva-arvosteluja. Sivustolla on myös elokuva-aiheinen keskustelufoorumi. Pixoffin käyttäminen on ilmaista ja palveluun voi rekisteröityä kuka tahansa.

Pixoff siirtyi Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun omistukseen vuonna 2008. Pixoffiin tehtiin vuosina 2008–2009 suuri rakenteellinen uudistus, jolloin palvelu muun muassa siirrettiin uudelle palvelimelle. Nykyisellään sivusto on tekniseltä laadultaan kilpailukykyinen, mutta sivuston suosio on hiipumassa.

Pixoffin järjestelmätietojen mukaan vuoden 2011 maaliskuussa palvelussa oli 10 436 rekisteröitynyttä jäsentä ja 416 lyhytelokuvaa. Pixoffissa toteutettiin 31.12.2010 askel nykyaikaisempaan suuntaan, kun Pixoff lopetti Teostomaksujen maksamisen käyttäjiensä puolesta. Tämän vuoksi sivustolta poistettiin muutama kymmenen Teoston alaista musiikkia sisältävää elokuvaa. Seuraavaksi sivustolle on suunnitteilla muun muassa elokuvafestivaalikalenteri sekä omistajaorganisaation eli Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskuksen sisäinen mainoskampanja, jotka suunnitelmien mukaan toteutetaan keväällä 2011. Samoihin aikoihin enkoodataan elokuvat, joiden enkoodaus epäonnistui Pixoffin siirtyessä uudelle verkkopalvelimelle vuonna 2009. Uudelleen enkoodattavat elokuvat nostavat Pixoffin lyhytelokuvien määrää noin kuudellakymmenellä. Lisäksi Pixoffin laajempaa hyödyntämistä Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskuksessa ja myös sen ulkopuolella suunnitellaan säännöllisesti. Pixoff siis pyrkii uudistumaan ja kehittymään jatkuvasti.

Pelkästään esimerkiksi Pixoffin etusivua tarkkailemalla voi arvioida, että sivuston aktiivisin käyttäjäryhmä tämän opinnäytetyön kirjoitushetkellä on Laineen (2009, 35) määrittelemä ”näyttelijäanalut”. Useimmiten näyttelijäanalut ovat 10–25-vuotiaita nuoria naisia, jotka rekisteröityvät Pixoffiin voidakseen lisätä ilmoituksensa keskustelupalstalle. Ilmoituksissa näyttelijäanalut yleensä ilmaisevat halukkuutensa päästä näyttelemään av-tuotantoon. Tilanne on huolestuttava, sillä lyhytelokuvasivuston aktiivisimman käyttäjäryhmän tulisi luonnollisesti koostua lyhytelokuvantekijöistä, kameran takana työskentelevästä työryhmän jäsenistä, jotka myös useimmiten ovat niitä, jotka lisäävät teoksiaan lyhytelokuvasivustoille ja keskustelevat niistä.

Pixoffiin lähetetään karkean arvion mukaan tällä hetkellä noin viisi lyhytelokuvaa kuukaudessa, määrä vaihtelee kuukausittain. Sivustolla ei kuitenkaan voida julkaista kaikkia sinne lähetettyjä elokuvia. Ensinnäkin suurimpaan osaan elokuvista ei lähetetä esityssopimusta, jolla elokuvan lähettäjä takaa henkilöllisyytensä lisäksi sen, että hänellä on kaikki tarvittavat oikeudet elokuvan esittämiseen verkossa. Pixoffin käytäntö lähettää esityssopimus postitse on jäänyt vanhanaikaiseksi ja tilalle tulisi kehittää jokin muu käytäntö. Toiseksi, osa sivustolle lähetettävistä elokuvista ei täytä Pixoffin K13-ikärajaluokitusta. Pixoffin ikärajaa onkin suunnitelmissa nostaa.

Pixoffin parissa työskentelevien arvion mukaan esityssopimuskäytäntö sekä alhainen ikäraja osaltaan selittävät Pixoffiin lähetettävien elokuvien vähäistä määrää. Syitä sille, miksei Pixoff ole enää yhtä aktiivisesti toimiva lyhytelokuvasivusto kuin aiemmin, on kuitenkin järkevää etsiä muualtakin. Opinnäytetyössä haastateltiin Pixoffin aktiivisia sekä entisiä aktiivisia jäseniä, sillä heidän oletettiin olevan niitä, jotka Pixoff-jäsenyytensä myötä todennäköisimmin ovat huomanneet Pixoffin kehitystarpeet. Toinen oletus oli, että valitut vastaajat toimivat aktiivisesti muillakin lyhytelokuvasivustoilla, joten heillä on vertailukohteita. Oletukset osoittautuivat tutkimuksen edetessä oikeiksi.

2.2 Esiselvitys Pixoffin kehityksen suuntaviivoista

Pixoffista teetätettiin vuonna 2008 esiselvitys, jolla pyrittiin kartoittamaan Pixoffin kaupallisia ulottuvuuksia ja siihen liittyviä kehityksen suuntaviivoja. Esiselvityksen mukaan Pixoffin ydin on sen tekijöissä ja yhteisössä, jolla on tarve saada elokuvansa muiden nähtäviksi ja kommentoitaviksi. Esiselvityksessä tultiin siihen johtopäätökseen, että myös Pixoffin vahvuus on sen yhteisöllisyydessä ja aktiivisissa jäsenissä, ja ”siksi kaikkien tulevaisuuden kehitystoimien tulee tukea yhteisön vahvuuksia”. Uusia sisältöjä tulisi kehittää niin, että ne houkuttelisivat yhteisön jäseniä jakamaan elokuviaan, kommentoimaan toistensa elokuvia ja asettamaan niitä paremmuusjärjestykseen. (Tuovinen 2008, 3, 5.)

Esiselvityksen mukaan Pixoffin lisäarvo on juuri siinä, että se keskittyy opiskelijoihin ja harrastelijoihin – he saavat Pixoffissa kasvun ja kehityksen puitteet sekä mahdollisuuden verkottua muiden tekijöiden kanssa, tuoda työnäytteitään julkisuuteen sekä parhaassa tapauksessa työllistyä av-alalle. Pixoffin tulisivin esiselvityksen mukaan tarkastella rooliaan yhteisönsä jäsenten agenttina, ja mahdollisuus tekijöiden ”match making” -alustana toimimiseen tulisi huomioida. Pixoffia suositeltiin liitettäväksi alueellisten Filmikomissioiden yhteyteen, jolloin se voisi ottaa fokukseseen alueelliset eli Pohjois-Karjalan alueen tuotannot. Pixoffin nykyiseksi pääomaksi nimettiin elokuvatoimialan kattavat kontaktit, testatut liiketoiminnan työkalut sekä erilaiset tutkimusmateriaalit. (Tuovinen 2008, 3–4, 12, 14.)

Esiselvityksessä todettiin myös, että Pixoff koostuu sisältöalan harrastajista, minkä vuoksi siihen on haasteellista liittää ammattilaisuuteen ja kaupallisuuteen liittyviä elementtejä. Teknisestä puolesta korostettiin sitä, että Pixoffin tulee tarjota alustariippumaton ratkaisu, joka kattaa kaikki päätelaitteet ja videomuodot, myös mobiiliin ja teräväpiirron. (Tuovinen 2008, 3, 5–6.)

Ensimmäiseksi toimenpidesuositukseksi esiselvitys asetti jatkuvan uusiutumisen: ”Toiminnan alkutaipaleen innostus on hiipunut ja palvelu näyttäytyy monille vanhanaikaisena. Pixoffin toimituksen tulee generoida jatkuvasti uusia, innovatiivisia ja innostavia ylläkkeitä ja houkutuksia jäsenilleen.” Muita suositeltavia

toimenpiteitä olivat muun muassa rekrytointiosion eli match making -palvelun avaaminen ja markkinointi, imagon ja yrityskuvan rakennus, kumppanuuksien lisääminen sekä kasvualueisiin (esimerkiksi mobiiliin) keskittyminen. (Tuovinen 2008, 15-16.)

2.3 Laineen opinnäytetyö

Pixoffin entinen päätoimittaja Hannele Laine teki vuonna 2009 opinnäytetyönään selvityksen siitä, kuinka Pixoffia tulisi kehittää. Työn tavoitteena on antaa uusia ideoita Pixoffin kehitykseen tutkimalla sosiaalisen median ilmentymiä ja Pixoff-verkkoyhteisöä (Laine 2009, 53). Työ sijoittuu aikakauteen, jolloin Pixoff oli vasta siirtynyt Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun omistukseen. Laine huomioi työssään muun muassa Pixoffin sijoittumisen ammattikorkeakoulun ja varsinkin viestinnän koulutusohjelman yhteyteen, minkä hän toteaa olevan kilpailuetu muihin vastaaviin sivustoihin verrattuna (Laine 2009, 53). Laineen (2009, 42–43) mukaan käyttäjiä olisi tärkeää ennen kaikkea kannustaa osallistumaan enemmän, sillä mitä enemmän uusia videoita julkaistaan, sitä houkuttelevampana sivusto näyttäytyy uusien tekijöiden silmissä.

Työssään Laine ehdotti muun muassa profiilisivun laajennusta käyttäjän epävirallisen CV:n pohjaksi, Pixoffin kummien sekä ammattikorkeakoulutaustan hyödyntämistä palautteen antamisessa käyttäjille, ”Kysy – me vastaamme” -palstan kehittämistä, esityssopimuskäytännön sähköistämistä, verkostoitumisen mahdollisuuksien parantamista sekä elokuvafestivaalikalenterin tapaista kalenteria (Laine 2009, 42–44).

Työssään Laine tiivisti Pixoffin silloisen tilanteen seuraavasti (Laine 2009, 53):

Pixoff on tällä hetkellä hyvin mielenkiintoisessa tilanteessa. Uusi verkkopalvelin ja moderni julkaisujärjestelmä mahdollistavat lähes rajattomat kehittymismahdollisuudet. Oppilaitosympäristöön siirtyminen on hidastanut kehitystyötä, sillä sen on tapahduttava opetuksen ja lukukauden aikataulujen ehdoilla. Palvelinuudistus ja siirtyminen betajulkaisujärjestelmään on ollut hidasta ja uuden sivuston toiminnot ovat vielä osin keskenkäisiä. Yhtäältä Pixoffilla on valtavat paineet saada lunastettua yhteisön jäsenille annetut lupaukset. Toisaalta kehitystyön on tapahduttava

opetuksen ehdoilla ja tuotantoryhmälle on annettava aikaa kehittää sivua. Oppilaitosympäristössä sivuston kehitykseen ei voida suhtautua pelkästään kylmän ammattimaisesti vaan opiskelijoille on annettava tilaa oppia ja kehittyä.

2.4 Yhteenveto Pixoffin kehittämistoimista

Pixoffista vuonna 2008 tehty esiselvitys sekä Pixoffin entisen päätoimittajan vuonna 2009 tekemä opinnäytetyö tarjoavat molemmat runsaasti ehdotuksia Pixoffin kehittämiseen. Pixoffiin on viime vuosina suunniteltu lukuisia sekä vuoden 2008 esiselvityksessä että vuoden 2009 opinnäytetyössä mainittuja kehitystoimenpiteitä, muun muassa mobiiliversiota, ”työntekijäpankkia” eli verkostoitumistyökalua, kattavaa elokuva-alan tietopankkia sekä yhteistyötä Itä-Suomen Filmikomission eli EFFC:n kanssa. Kehitysehdotukset ovat kuitenkin suurelta osin jääneet toteutumatta. Ensinnäkin kehitysehdotuksia on liikaa. Työskentely Pixoffin parissa on osoittanut sen, että pienillä resursseilla toimivalla sivustolla kannattaa keskittyä yhteen asiaan kerrallaan, jolloin yksittäisten tulosten syntyminen on varmempaa. Toiseksi ammattikorkeakoulutaustaisessa palvelussa byrokratian rattaat hidastavat toimenpiteitä. Niitä on hankala kiertää, mutta hyvällä taustatyöllä ja asioihin perehtymisellä byrokratian ei pitäisi merkittävästi hidastaa kehitystoimia.

Tässä opinnäytetyössä on pyritty muodostamaan konkreettisia, askeleittain eteneviä toimenpidekehotuksia, jotka on mahdollista toteuttaa mahdollisimman pienillä resursseilla. Uutena haasteena mukaan on tullut käyttäjien aktivoiminen: pitkään samanlaisena toiminut sivusto ei ole pystynyt tarjoamaan käyttäjilleen uutta, houkuttelevaa sisältöä, joten osa käyttäjistä on siirtynyt muille sivustoille. Sen vuoksi Pixoffin toimintamallien nykyaikaistamiseen, käyttäjien aktivoimiseen ja sivuston suosittuuden lisäämiseen tähtäävien toimenpidekehotusten muodostamisessa oli tärkeää ottaa huomioon myös käyttäjien näkökulma.

3 Menestyvä verkkosivusto

3.1 Perusasiat: käytettävyys ja käyttöliittymä

Toimivan verkkosivuston perusedellytyksiin kuuluvat hyvä käytettävyys sekä toimiva käyttöliittymä. Käytettävyyteen kuuluu käytettävyyden uranuurtaja Jakob Nielsenin mukaan viisi osatekijää: opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheettömyys ja miellyttävyys. Opittavuudella tarkoitetaan sitä, kuinka helppoa sovelluksen käyttö on ensimmäisellä kerralla ja tehokkuudella sitä, mitä käyttäjä kokee oppimallaan sovelluksella olevan mahdollista saavuttaa jatkossa. Muistettavuudella tarkoitetaan sovelluksen helppokäyttöisyyttä sen jälkeen, kun käyttön on oppinut. Virheettömyydellä tarkoitetaan sitä, ettei käyttäjää ohjata missään vaiheessa harhaan, ja miellyttävyydellä taas, ettei palvelun käyttäminen saa missään nimessä olla ainakaan epämiellyttävää. (Nielsen 1993, Parkkinen 2002, 28 mukaan.) Käyttöliittymällä taas tarkoitetaan palvelun käyttäjälle näkyvää ja sen interaktiivista osaa (Parkkinen 2002, 75) eli Pixoffin tapauksessa internetsivustoa ominaisuuksineen. Käyttöliittymän peruslaatuun kuuluvat visuaalisuus ja loogisuus (Metsämäki 2000, 77). Tässä opinnäytetyössä Pixoffin käyttöliittymän on oletettu olevan kunnossa, joten niihin ei viitata kyselyn kysymyksissä. Tutkimuksessa kuitenkin huomioitiin Pixoffin käytettävyyden tehokkuus ja miellyttävyys, joiden parantamiseksi kyselyssä pyrittiin löytämään ideoita.

3.2 Menestyksen lähtökohdat

Metsämäen (2000, 19) mukaan verkkopalvelu voi menestyä vain silloin, kun se tarjoaa käyttäjiä kiinnostavia palveluja. Samassa yhteydessä Metsämäki muistuttaa, että vaikka käyttäjät olisikin saatua houkuteltua palveluun, heidät on myös saatava pysymään siellä. Pixoffin palveluvalikoima (lyhytelokuvat, keskustelufoorumi, uutisointi) ei suosituimpia lyhytelokuvasivustoja tarkastelemalla merkittävästi poikkea suosituimpien sivustojen valikoimista. Näin ollen voidaan olettaa, että Pixoffin käyttäjien epäaktiivisuus johtunee muista asioista. Näiden asioiden selvittäminen oli perimmäinen syy tutkimuksen toteutukselle. Esitutki-

muksen perusasioiksi Metsämäki (2000, 19) nimeää vastaaviin markkinoilla oleviin tuotteisiin tutustumisen ja sen pohtimisen, mikä omassa palvelussa voisi olla parempaa kuin muilla. Tätä kysymystä työstettiin läpi tutkimusprosessin, ja tutkimusaineiston perusteella tähän kysymykseen pyrittiin etsimään vastauksia.

Verkkopalvelun suunnittelun alkutaipaleella kannattaa Metsämäen (2000, 13) mukaan ensimmäiseksi tutustua tavoitteisiin ja kohderyhmään. Metsämäen ajatusta voinee soveltaa myös Pixoffin tilanteeseen, jossa verkkosivusto on jo rakennettu, mutta palvelun toiminta on hiipunut. Pixoffin ensisijaiset tavoitteet oppinäytetyön kirjoitushetkellä ovat käyttäjien aktivointi, vanhanaikaisten toimintamallien nykyaikaistaminen sekä sivuston menestyksen ja näkyvyyden kasvattaminen. Tavoitteiden toteuttaminen vaatii kuitenkin käyttäjiltä tulevaa informaatiota siitä, millainen on nykyaikainen, toimiva lyhytelokuvasivusto, ja tätä informaatiota hankittiin tutustumalla haastattelujen avulla kohderyhmään eli teoksiin internetissä julkaiseviin lyhytelokuvantekijöihin. Tavoitteiden saavuttaminen edesauttaisi Pixoffin markkinointia, millä voisi olla vaikutusta palvelun taloudelliseen kannattavuuteen. Taloudelliset kannattavuusluvut ovat Metsämäen (2000, 19) mukaan palvelun jatkuvan toiminnan kannalta olennaisen tärkeitä. Pixoff-verkkopalvelun taloudellisen tuottavuuden kasvattaminen tullee kuitenkin ajankohtaiseksi vasta, kun sivuston toimintaa lamaannuttavat puutteet, kuten vanhanaikainen tapa lähettää elokuvan esityssopimus postitse, on saatu korjattua. Kyselyssä kuitenkin viitattiin taloudelliseen tuottavuuteen kysymällä käyttäjiltä, kuinka he voisivat tienata sillä, että heidän elokuviaan voi katsella internetissä.

3.3 Menestyksen esimerkki: Youtube

Helmikuussa 2005 Yhdysvalloissa perustettu Youtube-verkkopalvelu on maailman suosituin ja tunnetuin videonjakeluun perustuva sivusto (Aalto & Uusisaari 2009, 54–55; Rantala 2010, 10). Youtuben potentiaali oli havaittavissa jo pian sen perustamisen jälkeen, sillä jo vuonna 2006 maailman tunnetuin hakukone-yhtiö Google osti Youtuben (Helsingin Sanomat 2006). Digitoday kirjoitti 29.6.2007, että tutkimusyhtiö Hitwisen mukaan Youtube vetää enemmän katseilijoita kuin tutkimuslistan 64 muuta videopalvelua yhteensä (Digitoday 2007).

Vuonna 2010 Youtubeen ladattiin 13 miljoonaa tuntia videomateriaalia (Youtube 2011).

Youtuben ideana on, että kuka hyvänsä voi perustaa Youtubeen ilmaiseksi oman videokanavan ("channel"), johon voi ladata videoita helposti ja nopeasti. Kuka tahansa voi myös hakea ja katsoa videoita Youtubesta. Youtuben vuoden 2010 tilastotietojen mukaan palvelun videoita toistettiin yli 700 miljardia kertaa vuoden 2010 aikana. Youtube on myös tehnyt kumppanuussopimuksen yli kymmenen tuhannen tahon, esimerkiksi Disneyn, BBC:n ja Sony Music Groupin kanssa. (Youtube 2011; Rantala 2010, 12.)

70 prosenttia Youtuben kävijämääristä tulee Yhdysvaltojen ulkopuolelta (Youtube 2011). Jyri Rantala toteutti vuoden 2010 tammi–maaliskuussa kyselytutkimuksen, jossa kartoitettiin internetin yhteisöpalveluiden käyttöä opiskelijoiden keskuudessa. Kysely lähetettiin sähköisesti Seinäjoen alueella olevien korkeakoulujen eri koulutusohjelmien opiskelijoille. Rantalan kyselyyn vastanneista 106 opiskelijasta 92 oli käyttänyt tai käytti Youtubea ja 55 oli myös rekisteröitynyt palveluun. Kaikki 92 Youtuben käyttäjää käyttivät palvelua videoiden selailuun. Kuitenkin vain neljä vastaajaa oli lisännyt Youtubeen videoita ja 11 oli arvostellut muiden lisäämiä videoita. Tutkimuksen tuloksista selvisi myös, että 90 käyttäjää 92:sta ei jakanut Youtubessa "juuri mitään" tietoja itsestään. (Rantala 2010, 23, 29–30.)

Rantalan tutkimuksessa selvitettiin myös, mitä vastaajat Youtubesta katselivat. Youtuben videot on jaoteltu viiteentoista kategoriaan, ja Rantalan tutkimuksen perusteella suosituin seurattava kategoria (48 käyttäjää seurasi) oli "Music", joka sisältää esimerkiksi uusimpia musiikkivideoita. Seuraavaksi suosituimmat kategoriat (molemmissa 29 seuraajaa) olivat "Entertainment" eli erilaiset viihdyttävät videot sekä "Ei mitään", jolla tutkimuksessa nähtävästi tarkoitettiin, ettei käyttäjä varsinaisesti seuraa videoita kategorioittain. Seuraavaksi suosituimmat (26 seuraajaa kummassakin) olivat hauskoja videoita sisältävä "Comedy" sekä "Education" eli kouluttavia ja opastavia videoita sisältävä kategoria. "Pets & Animals" eli eläinkategoriaa seurasi 20 käyttäjää. Käyttäjistä vain 16 seurasi kategoriaa nimeltä "Film & Animation", joka sisältää elokuvaan liittyviä videoleik-

keitä tai animaatioita, ilmeisesti siis myös lyhytelokuvia. Tutkimusraportissaan Rantala toteaaakin, että suurin syy Youtuben käyttämiseen oli musiikin kuunteleminen. (Rantala 2010, 12, 32.)

Youtubea ei määritellä lyhytelokuvasivustoksi vaan videopalveluksi. Tämän opinnäytetyön osana toteutetussa kyselyssä useat vastaajat kuitenkin kertoivat julkaisevansa lyhytelokuviaan myös Youtubessa. Youtuben menestystä ja suosittuutta ei ole kiistäminen, vaan sen sijaan kannattanee keskittyä siihen, millä tavalla suomalainen lyhytelokuvasivusto voisi näyttäytyä houkuttelevampana kuin kansainvälinen mammuttisivusto.

4 Tutkimusmenetelmä

4.1 Tutkimusongelmasta tutkimusmenetelmään

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus pyrkii ymmärtämään toimijan näkökulman eikä siinä tavoitella kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen mukaisia yleistyksiä. Kvalitatiivisen tutkimuksen oletuksena on myös, että muuttujat ovat monimutkaisia, toisiinsa kytkeytyviä sekä vaikeasti mitattavia. (Kananen 2008, 27; Tuomi & Sarajärvi 2009, 66.) Käyttäjien mielipiteistä koostuvaa aineistoa lähdettiin tässä opinnäytetyössä keräämään kvalitatiivisin tutkimusmenetelmin.

Tutkimusongelmana olivat Pixoffin ajastaan jälkeen jääneet toimintamallit, jotka oletettavasti vaikuttavat merkittävästi siihen, ettei sivusto enää toimi tarkoituksensa mukaisesti aktiivisena lyhytelokuvien verkkojakelijana ja elokuvantekijöiden yhteisönä. Tästä muotoutui tutkimuskysymys ”Kuinka kehittää Pixoff-lyhytelokuvasivustoa?” Kanasen (2008, 68) mukaan tutkimusongelman luonne sekä ongelmaa kuvaavan tiedon määrä vaikuttavat tutkimusmenetelmän valintaan. Kananen esittää, että jos tutkittavasta ilmiöstä on olemassa ”vähän tietoa”, soveltuvin tiedonkeruumenetelmä on haastattelu. Pixoffin päätoimittajana opinnäytetyön tekijä törmäsi kehitystarpeeseen päivittäin ja sen myötä selvitti ongelman mahdollisia syitä tausta-aineistoon ja vastaaviin sivustoihin tutustumalla jo ennen tutkimuksen toteutusta. Päätoimittajuus oli kuitenkin tutkimusta tehdessä kestänyt alle puoli vuotta, joten syvää, kokempohjaista tietoa lyhytelokuvien verkkojakelusta ja siihen liittyvistä ilmiöistä tai varsinkaan Pixoffin jäsenistä ei ollut ehtinyt kertyä. ”Vähän tietoa” sopi siis tutkimuksen tekijän tietopohjaa kuvaavaksi määreeksi hyvin, joten tiedonkeruumenetelmäksi valittiin haastattelu. Haastattelu lukeutuu myös Kanasen kaaviossa (2008, 68) kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien tiedonkeruumenetelmiin.

4.2 Haastattelutyypit ja toteutustavat

Haastattelut piti pyrkiä toteuttamaan kuluitta, koska budjettia niiden tekemiseen ei ollut. Haastattelualustaksi valikoitui internet, joka myös tutkimuksen aiheen kannalta soveltui tarkoitukseen hyvin.

Laadullisessa tutkimuksessa voidaan käyttää useampaa tutkimusmenetelmää samanaikaisesti (Kananen 2008, 55). Erilaisia haastattelutyyppejä valittiin kaksi sen mukaan, kuinka vastaajat pystyivät osallistumaan tutkimukseen: puolistrukturoitu sekä teemahaastattelu. Puolistrukturoidusti toteutetuissa haastattelussa (esimerkiksi Eskola & Vastamäki 2007, 27) kysymysten muotoilu ja järjestys oli kaikille sama, mutta vastaaja sai vastata omin sanoin. Teemahaastatteluissa hyödynnettiin puolistrukturoidun haastattelun kyselylomaketta, mutta tarvittaessa pyydettiin tarkennuksia ja esitettiin lisäkysymyksiä.

Haastattelujen toteutustavat olivat Windows Live Messenger -pikaviestipalvelun (osoitteessa <http://explore.live.com/windows-live-messenger>) välityksellä toteutettava keskustelunomainen teemahaastattelu sekä sähköpostitse lähetettävä puolistrukturoitu kyselylomake niille, jotka eivät halunneet tai voineet suorittaa haastattelua Messengerin välityksellä. Vallin (2007, 111) mukaan sähköpostikyselyiden soveltuvuutta kohderyhmälle täytyy miettiä tarkkaan. Myös Tuomi ja Sarajärvi (2009, 74–75) toteavat, että lomakehaastattelulla ei ole kovinkaan paljon tekemistä laadullisen tutkimuksen kanssa, mutta että sitä on kyllä mahdollista käyttää myös laadullisessa tutkimuksessa. Tässä tutkimuksessa sähköpostitse toteutettava kysely oli käyttökelpoinen haastattelu- ja aineistonkeruumenetelmä varsinkin, kun jokainen vastaaja suostui lisä- ja tarkentavien kysymysten esittämiseen. Tällöin haastattelumenetelmä laajentui puolistrukturoidusta lomakkeesta lähemmäs teemahaastattelua. Ihanne tietenkin olisi ollut, että kaikki haastattelut olisi voitu tehdä Messengerissä teemahaastatteluina, mutta mahdollisuus esittää sähköpostivastaajille lisäkysymyksiä jälkeen päin osoittautui toimivaksi keinoksi saada lisätietoa halutuista aiheista.

4.3 Tutkimusmenetelmän luotettavuus

Laadullisessa tutkimuksessa validiteetti eli tutkimuksen luotettavuus jaetaan usein sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin. Sisäisellä validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen omaa luotettavuutta eli sitä, ovatko käsitteet, teoria ja mittarit relevantteja. Ulkoisella validiteetilla tarkoitetaan sitä, ovatko tutkimustulokset yleistettävissä, ja jos ovat, mihin ryhmiin. Jo tutkimusasetelmassa pyritään eliminimaan luotettavuuden uhkia, samoin otannassa. Hyvällä asetelmalla, oikealla käsitteen muodostuksella ja teorian johtamisella sekä otannalla voidaan parantaa tutkimuksen validiteettia. (Metsämuuronen 2005, 57.)

Validiteettia voivat tämän opinnäytetyön tutkimuksessa alentaa monet seikat. Tutkimuksen validiteettia arvioitaessa on otettava huomioon esimerkiksi se, että tutkimuksen aihe itsessään on ajan mukaan elävä – tulokset, jotka tutkimuksessa saadaan keväällä 2011 ovat todennäköisesti täysin erilaisia, kuin mitä ne olisivat toistettaessa tutkimus viiden vuoden kuluttua. Tutkimuksessa validiteettia pyrittiin lisäämään esimerkiksi harkinnanvaraisella otannalla, tarkkaan miettyillä haastattelukysymyksillä sekä valitsemalla haastattelumenetelmät sen perusteella, että tarkentavien lisäkysymysten esittäminen on tarpeen tullen mahdollista.

Saturaatiolla tarkoitetaan aineiston kylläntymistä eli tilannetta, jossa aineisto alkaa toistaa itseään. Tällöin uudet haastateltavat eivät enää tuo uutta tietoa tutkimukseen vaan toistavat jo aiemmin selville saatua informaatiota. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 87.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston määrä suhteessa kylläntymiseen on tutkimuskohtainen eli vastauksia tarvitaan juuri sen verran, kun aiheen kannalta on välttämätöntä. (Eskola & Suoranta 1999, 63; Tuomi & Sarajärvi 2009, 87.) Saturaatiopistettä ei voi tietää etukäteen, minkä lisäksi aineistonkeruu on harvoin prosessi, joka voidaan vain katkaista sopivassa kohdassa (Mäkelä 1990, 52). Käyttäjiltä kerätty tutkimusaineisto alkoi tämän tutkimuksen joissakin kohdissa toistaa itseään kolmannen haastateltavan kohdalla. Haastateltavia oli yhteensä viisi ja jokainen haastattelu toi esiin hyviä ideoita. Uudet ideat kuitenkin vähenivät haastattelu haastattelulta, joten saturaatiopiste saavutettiin ainakin joiltakin osin. Toisaalta yksittäisiä uusia ideoita, näkökulmia

ja mielipiteitä olisi haastatteluja jatkamalla voinut nousta esiin jokaiselta uudelta haastateltavalta. Kymmenen tuhannen Pixoffiin rekisteröityneen käyttäjän joukossa olisi varmasti vielä runsaasti käyttäjiä, joilla olisi ollut arvokasta tutkimukseen soveltuvaa tietoa. Lisähaastateltavien valitseminen olisi kuitenkin ollut haudemunntaa; järkevämpää oli pyytää haastatteluun vain käyttäjiä, joilla oletettiin olevan tutkimukseen soveltuvaa tietoa ja ideoita.

Haastateltavien pieni määrä kuitenkin aiheuttaa sen, ettei tutkimustuloksia voida helposti yleistää, mikä tosin ei ole kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituskaan. Tutkimustulosten yleistettävyyden puolesta puhuu kuitenkin se, että joidenkin kysymysten kohdalla saturaatiota esiintyi. Tuomen ja Sarajärven (2009, 87–88) mukaan saturaation käsite voidaan yhdistää tulosten yleistettävyyteen, sillä jos aineisto alkaa toistaa itseään, jo pienestäkin aineistosta voidaan tehdä yleistyksiä. Lisäksi tutkittaessa yksittäisiä tapauksia kyllin tarkasti saadaan näkyviin se, mikä ilmiössä on merkittävää ja mikä toistuu usein tarkasteltaessa ilmiötä yleisemmällä tasolla (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 182). Näin ollen ja haastattelukysymykset vastauksineen (katso luku viisi) huomioon ottaen viisi vastaajaa on kyseessä olevassa tutkimuksessa riittävä määrä antamaan tarpeeksi kattava kuva tutkittavasta asiasta.

4.4 Otanta: Aktiiviset elokuvantekijät

Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että haastateltavat tietävät tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon tai heillä on kokemusta asiasta (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85–86). Oli siis olennaista, että haastateltavilla on tietämystä lyhytelokuvien verkkojulkaisemisen lisäksi myös nimenomaan Pixoffista ja sen toimintamalleista.

Opinnäytetyössään Pixoffin aiempi päätoimittaja Hannele Laine jakoi Pixoff-verkkopalvelun rekisteröityneet jäsenet kolmeen pääryhmään: elokuvantekijöihin, näyttelijänalkuihin sekä passiivisiin toimijoihin. Näistä aktiivisiksi käyttäjäryhmiksi Laine luokitteli elokuvantekijät ja näyttelijänalut (Laine 2009, 34–35). Tämän opinnäytetyön aineistonkeruussa hyödynnettiin samaa jaottelua ja koh-

distettiin otanta elokuvantekijät-pääryhmään, sillä heille Pixoff on alun perin tarkoitettu ja toimenpidekehotukset tähtäävät varsinkin heidän aktivoimiseensa.

Laineen (2009, 36) mukaan elokuvantekijät kuuluvat itsestään selvästi aktiivisten toimijoiden joukkoon, sillä useat Pixoffin toiminnot ovat rakentuneet heidän ympärilleen. Tämän tutkimuksen yhteydessä täytyy kuitenkin tarkentaa Laineen käyttämää käsitettä *aktiivisuus*. Tutkimuksen haastateltavia ei voitu valita satunnaisotannalla pelkästään Pixoffin elokuvantekijöiden joukosta sillä perusteella, että elokuvantekijät olisivat automaattisesti aktiivisia käyttäjiä. Läheskään kaikki Pixoffiin elokuvia lisänneet käyttäjät eivät toimi sivustolla aktiivisesti. Tässä tutkimuksessa *aktiivinen elokuvantekijä* määritellään ensinnäkin siten, että käyttäjän on täytynyt lisätä lyhytelokuviaan Pixoff-sivustolle. Toiseksi käyttäjän on täytynyt julkaista elokuviaan vähintään parin viime vuoden sisällä. Poikkeuksena ovat tapaukset, joissa sama käyttäjä on aiemmin toiminut aktiivisesti Pixoffissa, mutta aktiivitoiminta ja elokuvien julkaisu on siirtynyt toisaalle, esimerkiksi Indietaivaaseen. Metsämäen (2000,22) mukaan palvelussa on syytä seurata keskeytyneitä palvelutapahtumia. Käyttäjän aktiivisuuden päättymistä Pixoffissa voinee verrata keskeytyneeseen palvelutapahtumaan ja siksi siihenkin on hyvä kiinnittää huomiota. Entisen Pixoffin aktiivikäyttäjän, joka toimii nykyään aktiivisesti muilla lyhytelokuvasivustoilla, oletettiin myös olevan ideaali vastaaja kysymyksiin, jotka esimerkiksi kartoittavat Pixoffin puutteita tai vertailevat lyhytelokuvasivustoja.

Vuoden 2009 toukokuun lopussa Pixoff-verkkopalvelun käyttäjistä 65 prosenttia oli miehiä, 26 prosenttia naisia ja yhdeksän prosenttia käyttäjistä ei ollut ilmoittanut sukupuoltaan (Laine 2009, 30–31). Vuoden 2009 toukokuun lopun 9715 rekisteröityneestä käyttäjästä luku oli Pixoffin teknisten järjestelmien mukaan 10.2.2011 mennessä kasvanut 10 408 käyttäjään. Käyttäjien määrä oli siis noussut 693:lla Laineen (2009, 30–31) tekemään tarkasteluun verrattuna. Uusista käyttäjistä on foorumikeskusteluja ja statistiikkaa tarkastelemalla pääteltävissä, että valtaosa on näyttelijäksi haluavia nuoria naisia, ”näyttelijänalkuja”, jotka ovat rekisteröityneet Pixoffin jäseneksi lähinnä voidakseen ilmoittaa itsensä keskustelupalstan ”Haetaan työtä” -osioon. Naisten suhteellinen osuus sivustolla on siis todennäköisesti jonkin verran kasvanut, muttei aktiivisten eloku-

vantekijöiden keskuudessa. Pixoffin aktiivisiin elokuvantekijöihin kuuluu pääasiassa miehiä. Tämä selviää esimerkiksi tarkastelemalla uusimpien elokuvien lisääjiä. Kriittinen sukupuolijakauman tarkastelu suhteessa rekisteröityneiden käyttäjien määrään ja haastateltavien valintaan ei siis liene tutkimusotantaa pohdittaessa tarpeen. Kun otantana on Pixoffin aktiiviset elokuvantekijät, haastateltavien joukossa ei siis välttämättä tarvitse olla naisia. Naisvastaajien puute toki ”vääristää” tutkimustulokset pelkästään miesten tuottamiksi – mikä taas on perusteltua, kun otantana on ”Pixoffin aktiiviset elokuvantekijät”. Pixoffin lukumääräisesti suurin käyttäjäryhmä 31.5.2009 olivat 21–30-vuotiaat miehet (Laine 2009, 32). Haastateltavat pyrittiin valitsemaan kyseisestä ikäryhmästä.

Sekä Pixoffissa että muilla suomalaisilla lyhytelokuvasivustoilla aktiiviset elokuvantekijät -käyttäjäryhmä on oletettavasti aktiivinen elokuvan tekemisessä myös verkon ulkopuolella. Jos aktiivinen elokuvantekijä käyttäytyy aktiivisesti myös lyhytelokuvasivustolla, hän on todennäköisesti kiinnostunut elokuvien verkkojakelusta siinä määrin, että saattaisi olla halukas vastaamaan sitä koskevaan kyselyyn – vieläpä niin, että vastaukset esitettyihin kysymyksiin voisivat olla kuvailuvia ja perusteltuja, toisin sanoen mahdollisimman tarkoituksenmukaisia.

Lopulliset vastaajat löytyivät etsimällä Pixoffista ja osittain myös Indietaivaasta potentiaaliset tutkimukseen osallistujat, joita oli yllättävän vähän. Potentiaalisille vastaajille lähetettiin Pixoffin päätoimittajan sähköpostista ja allekirjoituksella viesti, että he sopisivat lyhytelokuvien verkkojakelun parantamiseen tähtäävään tutkimukseen, ja pyydettiin heitä vastaajiksi. Haastatteluun pyydyistä yhdeksästä käyttäjästä (kahdeksan miestä ja yksi nainen) viisi halusi osallistua tutkimukseen. Kaikki suostuneet ovat miehiä ja kuuluvat pääryhmään ”elokuvantekijät”. Vastaajista kolme on Pixoffin aktiivikäyttäjiä ja kaksi entistä aktiivista, nykyään muilla sivustoilla toimivaa käyttäjää.

Otannan ulkopuolelle rajattiin Pixoffiin kuulumattomat aktiiviset lyhytelokuvaharrastajat, -opiskelijat ja -ammattilaiset. Tämä johtuu siitä, että juuri Pixoffin jäsenet todennäköisimmin huomaavat Pixoffin puutteet ja ongelmakohtat. Olisi kuitenkin hyvä pohtia, miksi iso osa lyhytelokuvantekijöistä ei lähetä lyhytelokuvi-

aan internetiin esitettäväksi, mutta sen selvittäminen vaatisi huomattavaa lisätyötä ja opinnäytetyön aiheen rajaamista uudelleen.

4.5 Kyselylomake

Kerätessä tietoja palvelun käyttäjästä on muistettava, että käyttäjillä on oikeus tietää ja tarvittaessa myös vaikuttaa siihen, mitä tietoja heistä kerätään. Samoin käyttäjille on kerrottava, mihin tietoja käytetään ja keille niitä luovutetaan. (Metsämäki 2000, 23). Tutkimuksessa nämä tiedot eli saatekirje oli upotettu kyselylomakkeen alkuun. Saatekirje pyrittiin pitämään mahdollisimman lyhyenä. Tervetuloitovotuksen jälkeen ilmoitettiin päivämäärä, johon mennessä käyttäjän toivottiin vastaavaan kyselyyn, ja kerrottiin, että vastaamista varten kannattaa varata noin puoli tuntia aikaa. Seuraavassa kappaleessa kerrottiin, että kyselyn avulla pyritään selvittämään lyhytelokuvantekijöiden mielipiteitä lyhytelokuvasivustoista ja lyhytelokuiin liittyvistä aiheista. Lomakkeessa kerrottiin myös, että tuloksilla tähdätään lyhytelokuvasivustojen kehittämiseen. Lisäksi mainittiin, että kysely on osa Niina Tuonosen opinnäytetyötä Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulussa ja että se tehdään toimeksiantona Pixoff-lyhytelokuvasivustolle. Vastauksista kerrottiin vielä, että ne käsitellään ja säilytetään luottamuksellisesti, ja että jos opinnäytetyössä viitataan saatuihin vastaajiin, vastaaja määritellään muodossa ”ikä, asema”, esimerkiksi ”25-vuotias harrastelija”. Lomakkeen lopuksi toivottiin, että vastaaja vastaa mahdollisimman laajasti. Myös Messenger-haastatteluissa saatekirjeen sisältö kerrottiin vastaajalle heti ensimmäiseksi.

Puolistrukturoidun tutkimustavan valinta edellyttää, että kyselylomakkeen kysymykset on tarkkaan suunniteltu ja valikoitu. Jokaiselle kysymykselle täytyy siis löytyä perustelu tutkimuksen viitekehystä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75). Vaikkei tutkimusta toteutettu täysin puolistrukturoituna, kyselyn kaikille kysymyksille pyrittiin löytämään syy opinnäytetyön tavoitteista. Tutkimuskysymysten valinta ja muotoilu teetti runsaasti työtä, ja niitä myös testattiin videopalveluita käyttävillä ihmisillä.

Lopulliseen kyselylomakkeeseen päätyi testihaastatteluissa todettujen seikkojen perusteella kaksi demografista kysymystä sekä 16 varsinaista tutkimuskysymystä. Demografisissa kysymyksissä selvitettiin vastaajan ikä ja asema elokuvantekijänä, ja ne sijoitettiin haastatteluiden alkuun. Kyselylomakkeessa varsinaiset tutkimuskysymykset jaoteltiin kolmeen kategoriaan, jotka olivat Sinä ja lyhytelokuvasivustot, Lyhytelokuvaan liittyvät tavoitteet ja unelmat sekä Lyhytelokuvasivustoista yleisesti. Kategorioiden mainitsemista ei koettu erityisen tärkeäksi keskustelunomaisissa Messenger-haastatteluissa, joten niissä kategorioita ei korostettu.

4.6 Analyysimenetelmä

Sisällönanalyysimenetelmässä pyritään luomaan kuvaus tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman tiivistetyssä ja yleisessä muodossa (Tuomi & Sarajärvi 2009, 103). Tässä opinnäytetyössä haastattelujen vastaukset pyrittiin analysoimaan sisällönanalyysillä eli erottelemaan aineistosta tutkimukseen oleellisesti kuuluvat osat, luokittelemaan ne tarkoituksenmukaisiksi kokonaisuuksiksi ja tekemällä niistä yhteenvetoja (Tuomi & Sarajärvi 2009, 92).

Laadullinen analyysi koostuu Alasuutarin (2001, 39–47) mukaan kahdesta vaiheesta: havaintojen pelkistämisestä ja arvoituksen ratkaisemisesta. Havaintoja pelkistettäessä kiinnitetään huomiota vain niihin havaintoihin, jotka ovat tutkimuksen viitekehyksen kannalta olennaisia. Näin analyysin kohteena oleva tekstimassa pelkistyy hallittavammaksi määräksi ”raakahavaintoja”, minkä jälkeen ne yhdistetään yhdeksi havainnoksi tai ainakin harvemmaksi havaintojen joukoksi. Näin erilaisuudet ja massasta poikkeavat havainnot suhteutetaan siihen kokonaisuuteen, jota ollaan tutkimassa. (Alasuutari 2001, 39–41.) Näin ollen yksikin poikkeus kumoaa säännön mahdollisuuden ja osoittaa, että asiaa on mietittävä uudelleen, mikä voi johtaa esimerkiksi teoreettisen viitekehyksen tai ainakin näkökulman jonkinasteiseen laajentumiseen (Alasuutari 2001, 42). Näin tapahtui myös tämän tutkimuksen kohdalla esimerkiksi lyhytelokuvantekijöiden tavoitteita ja unelmia kartoittaessa. Arvoituksen ratkaisemisella tarkoitetaan laadullisessa tutkimuksessa sitä, että tuotettujen johtolankojen (pelkistämäl-

lä/sisällönanalyysillä tuotetut havainnot) ja käytettävissä olevien vihjeiden (raakahavainnot, jo olemassa ollut tieto sekä tutkimuksen viitekehys) pohjalta tehdään tulkinta tutkittavasta ilmiöstä (Alasuutari 2001, 44, 46–47).

Vastausten analysoinnissa havainnot pelkistettiin kokoamalla kaikkien vastaajien vastaukset kysymyksittäin yhteen, jolloin vastaukset olivat helpommin vertailtavissa keskenään. Lisä- ja tarkentavien kysymysten vastaukset liitettiin vastauksiin, joista tarve lisäkysymyksen esittämiseen oli kummunnut. Vastausten keskinäisen vertailun yhteydessä vastauksista eroteltiin yhtenevät ja ”poikkeavat” vastaukset, joiden perusteella muodostettiin yksi tai useampi kysymyskohtainen havainto. Näistä yksittäisistä havainnoista muodostettiin aineiston analyysi. Sitten analyysistä poimittiin huomionarvoisin osa, verrattiin sitä jo olemassa olleeseen tietoon, Pixoffista vuonna 2008 tehtyyn esiselvitykseen sekä Laineen opinnäytetyöhön ja muodostettiin lopullinen tulkinta sekä toimenpidekehokset vastauksena tutkimuskysymykseen ”Kuinka kehittää Pixoff-lyhytelokuvasivustoa”.

5 Aineiston analyysi

5.1 Demografiset kysymykset

Kyselyn vastaajat olivat kaikki miehiä, mikä saatiin tietää heidän nimiensä perusteella jo siinä vaiheessa, kun tutkimukseen osallistumisesta sovittiin. Siksi sitä ei tarvinnut kysyä erikseen. Ensimmäisessä demografisessa kysymyksessä selvitettiin vastaajien iät. Vastaajat olivat 24-, 26-, 27-, 29- ja 37-vuotiaita. Vanhimman vastaajan ikä tuli yllätyksenä, sillä hänen oletettiin olevan nuorempi. Vastaajien iällä ei tutkimustuloksiin suhteutettuna ole erityisesti merkitystä. Ikä on merkityksellinen lähinnä vain siksi, että vastaajat on valittu *aktiivisesti lyhytelokuvia internetissä julkaisevien* joukosta, joten iät saattavat heijastaa tämän ryhmän ikäjakaumaa. Tätä voisi kenties hyödyntää Pixoffin markkinoinnissa.

Toisessa demografisessa kysymyksessä selvitettiin vastaajien asemaa lyhytelokuvantekijöinä. Vastaajien joukossa oli kaksi alan opiskelijaa, kaksi harrastelijaa sekä yksi ammattilaiseksi siirtyvä harrastelija. Asema lyhytelokuvantekijänä haluttiin selvittää sen vuoksi, että vastauksissa mahdollisesti esiintyviä eroja voitaisiin tarvittaessa verrata vastaajien asemiin. Vastaajista toinen harrastelija sekä ammattilaiseksi siirtyvä harrastelija olivat niitä, jotka eivät olleet julkaisseet elokuviaan lähivuosina enää Pixoffissa vaan olivat siirtyneet muille sivustoille.

Ammattilaistekijöiden teoksia ei ainakaan tietävästi ole julkaistu Pixoffissa pitkään aikaan, joten herää epäily, etteivät ammattilaistason tekijät enää julkaise teoksiaan internetissä vaan tähtäävät esimerkiksi festivaali- ja teatterileivitykseen. Kannattanee silti pohtia, voisiko Pixoffilla olla jotakin tarjottavaa myös elokuva-alan ammattilaisille.

Vastaajat profiloituivat iän ja aseman mukaan seuraavasti: 24-vuotias opiskelija, 26-vuotias opiskelija, 29-vuotias harrastelija, 37-vuotias harrastelija sekä 27-vuotias ammattilaiseksi siirtyvä harrastelija.

5.2 Sinä ja lyhytelokuvasivustot

Tässä osiossa haluttiin selvittää vastaajien taustoja ja mielipiteitä erilaisista lyhytelokuvasivustoista ja niiden toimintatavoista. Kysymykset ovat puolistrukturoidussa lomakkeessa esitettyssä muodossa, **lihavoidulla** kirjoitettuna.

1. Mille internetsivustoille olet ladannut tekemiäsi lyhytelokuvia? Kaikki vastaajat olivat lisänneet elokuviaan luonnollisesti Pixoffiin, mutta myös Indietaivaaseen. Pelkästään näille kahdelle sivustolle elokuviaan oli lisännyt ainostaan vanhin vastaaja, 37-vuotias harrastelija. Muita vastauksissa mainittuja sivustoja olivat Youtube, Vimeo, City, Break, Metacafe, Colledgehumor, Dvoted sekä vastaajan omat kotisivut. Lisäksi myöhemmissä vastauksissa kävi ilmi, että ainakin yksi vastaaja oli ladannut elokuviaan myös sosiaalisen median ympäristö Facebookiin. Vastaajilla oli siis ennako-oletusten mukaisesti suhteellisen runsaasti vertailukohtia lyhytelokuvasivustoja koskeviin kysymyksiin vastatessaan.

2. Miksi lataat elokuviasi internetiin katsottavaksi? Tällä kysymyksellä pyrittiin saamaan selville, miksi lyhytelokuvasivustoja kannattaa ylipäättään olla olemassa ja mitä tarjoamalla ne palvelisivat lyhytelokuvantekijöitä parhaiten. Kolme vastaajaa nimesi yhdeksi elokuvien internetiin lataamisen syyksi katsojien saamisen ja yhtä moni kertoi tavoittelevansa palautetta teoksistaan. Lisäksi mainittiin, että elokuvan lataaminen internetiin on ainoa mahdollisuus pitää elokuvaa pysyvästi näkyvillä ja saatavilla ja ylipäättään saada oma elokuva näkyville. Internetin kerrottiin olevan hyvä alusta oman elokuvan markkinointiin sekä myös helpoin tapa saavuttaa yleisö. Yksi vastaaja kertoi tavoittelevansa myös tunnettavuutta elokuvantekijänä. Useimpia näistä eli katsojia, näkyvyyttä, elokuvan markkinointimahdollisuutta sekä tunnettavuutta tekijänä Pixoff pystyy sivuston sisällä käyttäjille ainakin jollain tavoin tarjoamaan. Käyttäjien aktivoimisen tärkeys kuitenkin korostuu tässäkin kohtaa, sillä useimpia, edes uusimpia tai Pixoffin suosittelimia elokuvia ei sivustolla nykyään kommentoida oikeastaan ollenkaan, eli elokuvien tekijät eivät saa palautetta.

3. Mitkä asiat vaikuttavat siihen, minne lataat elokuviasi? Tällä kysymyksellä pyrittiin selvittämään, mitkä sivustot tai niiden ominaisuudet houkuttelevat tai ajavat käyttäjiä pois. Yksi vastaaja nimesi tärkeäksi ominaisuudeksi sen, että lataaja voi konkreettisesti nähdä, että sivustolta saa teoksilleen katsojia ja/tai palautetta, ja kertoi myös arvosteluosion olevan positiivinen lisä. Toinen taas ilmoitti siirtyneensä Pixoffista Indietaivaaseen sen jälkeen, kun Pixoffissa alettiin käyttää K13-ikärajaa eikä käyttäjän elokuvia sen jälkeen voitu enää julkaista Pixoffissa. Indietaivasta keuhuttiin myös siksi, että siellä on ”aktiivinen ja keskusteleva käyttäjäjyhteisö”, jonka tosin arveltiin hiljentyneen viime aikoina. Kaiken kaikkiaan vastauksissa korostuivat sivuston tunnettuus ja helppokäyttöisyys sekä elokuvien lataajille että katsojille. Pyydettyä tarkennusta käsitteeseen *helppokäyttöisyys* 27-vuotias ammattilaiseksi siirtyvä harrastelija vastasi:

Youtubeen leffan saa omalta koneelta 5 minuutissa. Kaikki myös käyttävät Youtubea, mutta vain alan harrastajat ovat löytäneet Pixoffin, Indietaivaan tai vaikka Dvotedin, paitsi ei sillä tietysti ole niin suurta merkitystä, koska eihän kukaan löydä elokuvaasi jos se ei markkinoidu jollain tavalla, ja silloin on aivan sama missä elokuva on. Mutta tube on helpompi käyttää kuin Pixoff tai Indietaivas, ja sillä on merkitystä. -- Esim. Pixoffissa ongelmana oli, kun piti täyttää sopimuksia ja lähettää nauha elokuvasta. Siitä oli vaivaa.

Helppokäyttöisyyden voinee normaalisti lukea osaksi käytettävyyttä ja käyttöliittymää, mutta lyhytelokuvasivustoista puhuttaessa helppokäyttöisyys voi siis liittyä myös elokuvan julkaisemiseen liittyviin toimintatapoihin. Youtube nousi esiin myös 29-vuotias harrastelijan vastauksessa:

Uusimman leffamme *elokuvan nimi* laitoimme myös Youtubeen, jotta sen katsominen olisi suurelle yleisölle mahdollisimman helppoa. Youtube mahdollistaa nykyään myös riittävän hyvän kuvanlaadun ja pidemmätkin elokuvat.

Vastauksesta on pääteltävissä, että Youtube on kehittänyt kuvanlaatuaan ja pidentänyt sivustolle ladattavien videoiden maksimipituutta, mikä on voinut osaltaan lisätä sivuston suosiota. 24-vuotiaalta alan opiskelijalta kysyttiin vaikuttavko latausrajat siihen, minne elokuva lopulta päättyy ja hän vastasi: ”Kyllä ne joillain sivuilla on vaikuttanut, mutta nykyään miltei joka paikassa on kokorajat

tulleet järkeviksi, tai sitten sivustoille hyväksytään tarpeeksi hyvälaatuisia pienempiä pakkausformaatteja.” Mahdollista on siis, etteivät latausrajat enää herätä huomiota käyttäjien keskuudessa, sillä ne ovat useimmilla sivustoilla nykyään jo suhteellisen korkeat tai niitä ei ole ollenkaan. Pixoffiin ladattavan tiedoston enimmäiskoko on teknisten seikkojen vuoksi kaksi gigatavua. Sopinee miettiä, olisiko enimmäiskoon nostaminen asia, johon Pixoffissa kannattaisi käyttää resursseja. Tällä hetkellä se ei kuitenkaan tunnu olevan suuri ongelma.

4. Mitä hyviä ja huonoja puolia suomalaisilla lyhytelokuvasivustoilla (esimerkiksi Pixoff, Indietaivas) on kansainvälisiin lyhytelokuvasivustoihin (esimerkiksi Youtube, Vimeo) verrattuna? Kysymyksen monimutkaiseen muotoiluun sisältyi riski siitä, ettei käyttäjä jaksaa tai osaa vastata kunnolla. Riski kuitenkin otettiin, sillä kysymyksellä haettiin ideoita siihen, mitä valtteja suomalaisilla lyhytelokuvasivustoilla voisi olla ulkomaalaisiin sivustoihin nähden. Suomalaisen sivustojen hyväksi puoliksi nimettiin selkeät käyttöehdot, mahdollisuus saada palautetta oman kulttuurin sisältä, rajoitetumpi sisältö (esillä vain lyhytelokuvia) sekä tiiviin käyttäjäyhteisön mahdollisuus. Huonoiksi puoliksi taas nimettiin pelkästään suomalainen yleisö sekä liiankin rajoittavat ja tiukat säännöt (esimerkkinä, ettei musiikkivideoita sallita). Kansainvälisissä sivustoissa positii-viseksi koettiin se, että jaettaessa esimerkiksi keskustelupalstoilla linkkiä Youtubessa olevaan videoon linkkiin luotetaan ja se uskalletaan avata. Ulkomaalaisten sivustojen huonoiksi puoliksi nimettiin kahdessa vastauksessa se, että tarjonnan paljous helposti hukuttaa teokset. 29-vuotias harrastaja tiivistä vastauksensa näin:

Youtubessa ei kannata odottaa paneutunutta koko ruudullisen mittaista elokuva-arvostelua. Elokuvantekijöiden omassa yhteisössä se voi olla mahdollista ja ainakin aiempina vuosina on ollut ihan yleistäkin. Youtuben (ja esim. Vimeon) kanssa on vaikea kilpailla teknisessä kehityksessä. Palvelut ovat nopeita, luotettavia ja mahdollistavat nykyään monenlaisia lisäominaisuuksia, kuten tekstityksen. Toisaalta kunnianhimoisemmat elokuvat hukkuvat Youtubessa helposti muiden videoiden sekaan ja jo visuaalisesti sekavaan käyttöliittymään.

Vastauksessa on monia mahdollisia tarttumapintoja. Elokuvantekijät toivovat sekä näiden vastausten, Pixoffista tehdyn esiselvityksen että Laineen opinnäytetyön mukaan palautetta elokuvistaan. Palautteen saaminen tuntuu olevan sel-

keä syy teoksien internetiin lataamiseen. Siksi käyttäjiä pitäisi kannustaa palautteen antamiseen, sillä runsas palaute nostaisi sivuston arvostusta elokuvantekijöiden keskuudessa. Youtubessa ei vastaajan mukaan kannata odottaa erityisen kattavaa palautetta, mutta silti Youtube jatkaa menestyksestä kasvuaan kaikenlaisten käyttäjien keskuudessa. Youtuben massiivinen koko tuntuu olevan palvelulle sekä eduksi että haitaksi.

Käyttäjän toteamus, että suurten kansainvälisten sivustojen kanssa on vaikea kilpailla teknisessä kehityksessä, on valitettavasti totta. Suomalaisilla lyhytelokuvasivustoilla ei useinkaan ole käytössään läheskään riittävästi resursseja kaikkien teknisten uutuuksien käyttöönottoon. Sen vuoksi suomalaisten lyhytelokuvasivustojen kannattaa kiinnittää erityishuomiota palveluidensa sisällölliseen puoleen, kuten ilmapiiriin ja yhteisöön.

5. Millainen olisi ja mitä toimintoja sisältäisi ideaali lyhytelokuvasivusto?

Tässä kohtaa voit olla niin luova kuin haluat. Tässä toivottiin, että vastaajat niin sanotusti heittäytyisivät villeiksi ja ehdottaisivat jotakin täysin uutta toimintamallia tai ideaa. Vastauksia saatiinkin erittäin kattavasti. 29-vuotias harrastelija totesi: ”Elokuvakilpailuja järjestetään ympäri Suomen jatkuvasti. Elokuvasivustoon integroitu säännöllinen kilpailu ja siihen liittyvä palaute (vrt. Minun elokuvani) voisi olla harrastajille iso juttu.” Vastaajan ajatus on hyvä ja samantapaista ideaa on ehdotettu Pixoffiin myös esiselvityksessä sekä Laineen opinäytetyössä. Minun Elokuvani on Mediakasvatuskeskus Metkan vuosittain järjestämä tapahtuma, jossa elokuva-alan ammattilaiset antavat palautetta nuorille elokuvantekijöille, ja vuonna 2010 tapahtuma järjestettiin jo 22. kerran (Minun Elokuvani 2011). Jos Pixoffissa alettaisiin ylläpitää säännöllistä kilpailua, esimerkiksi ”kuukauden paras elokuva”, käyttäjäkunta voisi aktivoitua käymään keskustelua sivuston elokuvista. Luultavasti sivustolla myös vierailtaisiin säännöllisemmin. Paras elokuva voitaisiin sitten esimerkiksi nostaa Pixoffin etusivun ”Pixoff suosittelee” -kohdalle, johon pyritään ajoittain nostamaan Pixoffissa olevia laadukkaita elokuvia. Palautetta kuukauden parhaat elokuvat voisivat saada esimerkiksi Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman opettajakunnalta. Myös opiskelijoiden jatkuvasti kasvavaa tietämystä voisi hyödyntää palautteen antamisessa. Tämän tyyppisen kilpailun yhteydessä voitaisiin

mahdollisesti myös aktivoida Pixoff-sivuston kummius ja pyytää sivuston kummeja Markku Pölöstä ja Ari Matikaista antamaan omat kommenttinsa kuukauden elokuvalle.

24-vuotiaan opiskelijan vastauksen seasta poimittuja arvokkaita ideoita:

-- Ei tiedoston koko- tai pituusrajoituksia, ei rajoituksia lajityypin tai ikärajan suhteen (tarvittaessa K-18 –leiman alle teos). -- Sivusto olisi kansainvälinen tai suuri suomalainen, aktiivisia käyttäjiä, sivustolla ”hyvä meininki”, latausvaiheessa soppariasiat voisi hoitaa raksi ruutuun –meiningillä (tai tarvittaessa vaikka verkkopankkitunnuksilla todentaisi sähköisen allekirjoituksen tms. tms.), ehkäpä jokin mahdollisuus samalla osallistua festareille sivustolle lisäämällä leffalla, tai jotain muuta kivoja ”porkkanoita” ladata teoksiaan sivulle (esim. joku kokoelma-dvd tai muuta näkyvyyttä, tai telkkariesityksiin tai jopa siihen teatterilevitykseen omaa leffaa mahdollista saada sivuston kautta).

Tämän vastauksen kohdalla oli oleellista tarkistaa, mitkä mainituista ominaisuuksista Pixoffista puuttuvat. Näitä ovat jo aiemmin käsitellyt koko- ja sitä myötä pituusrajat eli 2 gigatavun latausraja. Vastaaja mainitsi myös ”ei rajoituksia lajityypin ja ikärajan suhteen”. Pixoff sallii kaikkia lajityyppejä, kunhan sisältö sijoittuu K13-ikärajasuosituksen alle. Sivustolle ladattavien elokuvien ikärajaa ollaan nostamasta kolmestatoista viiteentoista, mutta vain täysi-ikäisille tarkoitettua videomateriaalin (vaikkei se aikuisviihdettä olisikaan) esittäminen ammattikorkeakoulun ylläpitämällä sivustolla on kyseenalaista. K18-leiman lisääminen vain täysi-ikäisille sallittujen elokuvien yhteyteen voisi sallia K18-elokuvat sivustolla, mutta on epäiltävä, ettei katsojan ikää voitaisi ainakaan nykyisillä teknisillä ratkaisuilla todentaa. K18-materiaalin lisäämisen mahdollistaisi esimerkiksi verkkopankkitunnuksien avulla sivustolle rekisteröityminen tai tunnistautuminen, jolloin vain sisäänkirjautunut täysi-ikäinen jäsen voisi katsella K18-materiaalia. Pankkitunnuksien käyttöönotto ja teknisen järjestelmän muuttaminen olisi kuitenkin kallista ja teknisesti haastavaa toteuttaa, joten nykyisillä resursseilla Pixoffiin lähetettävien elokuvien ikärajaa (ja sen myötä lajityyppejä, esimerkiksi raakoja splattereita) joudutaan rajoittamaan.

Pixoff ei myöskään ainakaan vielä ole 24-vuotiaan opiskelijan toivoma ”kansainvälinen” eikä ”suuri suomalainen” sivusto, mutta sivuston maineen ja suosi-

on kasvatukseen tähdätään kaikella sivuston kehittämällä. Vastaajan mainitsemasta ”soppariasiat raksi ruutuun -meiningistä” tehdään Pixoffissa parhailaan selvitystä. Myös vastaajan esille nostamat ”porkkanat” ovat jatkuvasti pohdinnan alla. Esimerkiksi ”kuukauden paras elokuva” -kilpailu voisi aktivoida käyttäjiä sivuston sisällä, mutta julkisuutta tai laajempaa katsojakuntaa tavoitteleville se ei välttämättä tarjoaisi mitään. Siksi yhteistyötä Pixoffin yhteistyökumppaneihin olisi ylläpidettävä aktiivisemmin ja uusia yhteistyön muotoja tulisi jatkuvasti kehittää. Tällä hetkellä Pixoffin vuosikierron näkyvin ja itse asiassa ainoa yhteistyökumppanuuteen liittyvä tapahtuma on vuosittain Helsingissä järjestettävä Kettupäivät-lyhytelokuvafestivaali. Pixoffin tehtävänä festivaaleilla on FoxOff-sarjan tuomarointi sekä palkinnon sponsorointi. Yhteistyötä Kettupäivien kanssa tulisi siis lisätä ja myös uusien yhteistyökumppaneiden hankkimiseen tulisi paneutua. Festivaaliyhteistyössä on kuitenkin omat rajoitteensa, sillä monet festivaalit ottavat ohjelmistoonsa vain elokuvia, joita ei ole aiemmin esitetty julkisesti. Siksi lyhytelokuvasivustoilla olevat elokuvat eivät välttämättä ole otollisinta materiaalia lyhytelokuvafestivaaleille. Tähän asiaan kuitenkin tulisi paneutua ja pyrkiä kehittämään uusia ratkaisumalleja.

Muiden vastauksissa esiintyneitä ideaaliin verkkosivustoon liittyviä toimintoja olivat muun muassa HD-tasoinen kuva ja suurien tiedostojen salliminen. Nämä liittynevät toisiinsa, sillä Pixoff sallii HD- eli teräväpiirtokuvan, mutta kahden gigatavun latausraja voi rajoittaa teräväpiirtolaatuisen elokuvan pituutta. Lisäksi eräs vastaaja nimesi ideaaliksi lyhytelokuvasivustoksi ”facebookmaisen” sivuston. Vastaajan mukaan elokuvat on helppo ladata Facebookiin, minkä lisäksi elokuvien markkinoiminen on helppoa, käyttäjien väliset vuorovaikutussuhteet ovat vaivattomia ja oman elokuvan sivua on helppo päivittää. Facebookia on turhaa ja suhteettoman kallista lähteä keksimään lyhytelokuvasivustoversiona uudelleen, mutta ajatus on mielenkiintoinen.

Myös musiikkivideoiden salliminen nimettiin ideaalin lyhytelokuvasivuston ominaisuudeksi. Pixoffin Usein kysytyissä kysymyksissä (UKK) musiikkivideoiden julkaisemattomuus perustellaan seuraavasti: ”Tietystä näkökulmasta musiikkivideot eivät ole lyhytelokuvia, vaikka ovatkin usein taidetta ja erittäin hyviä. Musiikkivideoiden mukaan ottaminen aiheuttaisi myös paljon lisäjärjestelyjä mm.

tekijänoikeuskysymysten suhteen.” Perustelu on aiheellinen varsinkin tekijänoikeuskysymysten osalta, sillä Pixoff lopetti sopimuksensa Teoston kanssa 31.12.2010, eikä sivustolla kyseisestä päivämäärästä eteenpäin ole julkaistu tai pidetty esillä Teoston suojaan kuuluvaa musiikkia sisältäviä elokuvia. Lisäksi Pixoff keskittyy sivustona lyhytelokuviin eivätkä musiikkivideot Pixoffin näkökulmasta ole lyhytelokuvia. Tilannetta on kuitenkin tarkkailtava tulevaisuudessa: jos toimivia ratkaisuja muun muassa tekijänoikeuskysymyksiin löytyy ja Pixoff on valmis laajentamaan melko tarkasti rajattua sisältöään, mikään ei estä Pixoffia julkaisemasta myös musiikkivideoita.

Pixoffissa nopeimmin toteutettavissa oleva ideaalin verkkosivuston ominaisuus löytyi 37-vuotiaan harrastelijan vastauksesta: ”Parannusta voisi olla ”parempi näkyvyys” muillekin teoksille kuin suosituimmille.” Vastauksessa esitettyä ajatusta on jo hyödynnetty Pixoffissa. Päätoimittaja kirjoitti Pixoffiin foorumille aiheen ”Suosittele elokuvaa etusivulle”:

Rekisteröityneet käyttäjät voivat nyt suositella Pixoffin elokuvia etusivun näkyvimälle paikalle ”Pixoff suosittelee” -kohtaan.

Suosittelava elokuva voi olla mistä kategoriasta tahansa, mitä tyyliä tahansa ja kaikin puolin millainen vain, kunhan se on ”katsomisen arvoinen”.

Elokuvaa suositellaan linkittämällä suositeltava elokuva tähän viestiketjuun. Muista **perustella** valintasi hyvin!

-Niina Tuononen
Pixoffin päätoimittaja

Parhaillaan sivustolla testataan käytäntöä, jossa keskusteluun ehdotettuja elokuvia nostetaan säännöllisesti etusivun ”Pixoff suosittelee” -osioon. Jälleen kerran käyttäjien aktivoimisen tärkeys korostuu, sillä käyttäjät täytyy saada innostumaan uudesta toimintatavasta. Tarvittaessa elokuvannostokeskustelua nostetaan säännöllisin väliajoin etusivun ”Viimeisimmät keskustelut” -osioon, jotta käyttäjät löytäisivät sen mahdollisimman helposti. Jatkossa lienee tarvetta tehdä etusivulle ”Suosittele elokuvaa tähän” -linkki, joka veisi mainittuun keskusteluun. Aiemmin Pixoff suosittelee -osion nostettavat elokuvat valitsi viime kädessä päätoimittaja, minkä vuoksi osion elokuvat vaihtuivat harvoin. Käyttäjien mah-

dollisuudesta ehdottaa etusivulle nostettavia elokuvia julkaistiin Pixoffissa myös tiedote.

6. Mitä mieltä olet siitä, että Suomessa toimii useampi lyhytelokuvasivusto (esim. Pixoff, Indietaivas, huhtikuussa avattava Kelaamo)? Kysymyksellä pyrittiin saamaan tietoja siitä, onko kolmen sivuston olemassaolo käyttäjien mielestä hyvä vai huono asia. Vastauksia voidaan käyttää hyväksi myös Pixoffin, Indietaivaan ja Kelaamon tulevaisuuden yhteistyön suunnittelussa. Vastaajista kolme näki nykytilanteessa ainakin jotakin myönteistä, esimerkiksi kotimaisen lyhytelokuvan tukemisen ja lyhytelokuvaharrastajien positiivisen eriytymisen eri sivustoille. 27-vuotias ammattilaiseksi siirtyvä harrastelija sekä 37-vuotias harrastelija kuitenkin tiivistivät tilanteen kielteiset puolet melko kattavasti:

-- Niiden kannattaisi yhdistyä ja yhdistää voimavaransa, koska siten niistä olisi eniten hyötyä amatöörielokuvantekijälle, jolle tärkeintä on saada mahdollisimman paljon katselijoita ja kommentoijia teokselleen. Monen sivuston olemassaolo vie voimat tältä ajatukselta, koska katselijat, tekijät ja voimavarat ovat rikkoutuneet useampaan palaseen.

Samanlainen ilmiö olisi muutama kauppa keskellä "ei mitään" ja kaikilla eri tarjonta. Eli millään ei olisi montaa katsojaa, vaan kaikilla harvoja. Katsoja-kunta suomessa on varsin rajallinen, joten sivustot "syövät" toistensa leipää.

Yhteistyöneuvottelut Pixoffin, Indietaivaan ja Kelaamon välillä ovat olleet käynnissä jo pidemmän aikaa. Yhteistyön tehtiin käyttäjille näkyväksi 4.4.2011 eli Kelaamon avaamispäivänä. Tällöin kaikki kolme sivustoa lisäsivät etusivulleen kiinteän ilmoituksen, jossa ilmoitettiin yhteistyöstä kahden muun sivuston kanssa. Varsinaisesta yhteistyöstä on neuvoteltu luottamuksellisesti, joten sitä ei voida tarkastella tämän opinnäytetyön yhteydessä.

7. Millä tavoin tekijänoikeuslainsäädännöt vaikuttavat sinuun elokuvantekijänä? Tällä kysymyksellä haluttiin selvittää käyttäjien suhtautumista tekijänoikeuskysymyksiin. Verkkojulkaisemiseen liittyvät tekijänoikeuskäytännöt eivät vielä monelta osin ole varmentuneet, joten kehittämisen kynnyksellä oli järkevää huomioida lyhytelokuvantekijöiden mielipiteitä myös tekijänoikeuksista. Pixoffin käytäntö olla julkaisematta Teoston alaista musiikkia sisältäviä teoksia

otettiin käyttöön vasta 1.1.2011, joten käyttäjien ajatuksia tekijänoikeuksista haluttiin kartoittaa, jotta tiedettiin, edettiinkö asiassa oikean suuntaan.

Kaksi vastaajaa kertoi, etteivät tekijänoikeuslainsäädännöt juurikaan vaikuta heidän elokuviinsa. 24-vuotias opiskelija kertoi kasvaneensa siihen, ettei Teoston kuuluvien artistien musiikkia voi käyttää, ellei ole maksaa suuria summia rahaa. Vastaaja kuitenkin kertoi joutuneensa epäselvään tilanteeseen esimerkiksi elokuvissa näkyvien julisteiden suhteen.

No joskus tulee epäselvyyttä esim. siitä, saako julisteet näkyä kuvissa, ja jos saavat näkyä, niin kuinka selkeästi. Tästä asiasta on paljon vääntöä käyty ja tosi hankala löytää konkreettista tietoa. Ilmeisesti ainakin Suomessa ei olla näistä asioista yhtä tarkkoja kuin Jenkeissä.

Pixoff voisi kasvattaa mainettaan tarjoamalla selkokieleistä, ajankohtaista tietoa Teostoon ja tekijänoikeuksiin liittyvistä asioista. Tiedon tarjoaminen olisi myös perusteltua: käyttäjien olisi hyvä tietää, miksi Pixoffissa ei julkaista Teoston alaista materiaalia sisältäviä elokuvia. Hyvien tekijänoikeuskäytäntöjen esitleminen sekä teoksen tekijän että vastaanottajan eli katsojan kannalta voisi olla lyhytelokuvantekijöille hyödyllistä.

27-vuotias ammattilaiseksi siirtyvä harrastelija toi esiin mielenkiintoisen näkökulman:

Jos kyse on pienistä ja pienen porukan tietoon tulevasta elokuvasta, ei ketään kiinnosta tekijänoikeudet, koska taloudellista voittoa ei tavoitella... Kun projekti kasvaa ja raha alkaa liikkua, silloin myös tekijänoikeudet hoituu kuntoon. Amatöörielokuvantekijälle on nykyään myös tarjolla esim. elokuvamusiikkia jota saa käyttää ilmaiseksi, siksi ei ole kynnys löytää teostovapaata materiaalia projektiinsa.

On todennäköisesti totta, että vastaajan mainitsemissa ”pienissä” elokuvissa tekijänoikeuksiin ei välttämättä kiinnitetä juurikaan huomiota, koska tekijöiden mielestä kyseessä ei välttämättä ole ”oikea” eli ammattimaisesti tuotettu, taloudellista voittoa tavoitteleva elokuva. 29-vuotias harrastelija toi asiaan toisen näkökulman:

Suurin ongelma on tunnetusti musiikin käyttö. Harrastajaelokuvassa ei ole juuri minkäänlaista mahdollisuutta käyttää kustannettua musiikkia. Ylipäätään kukaan Teoston jäsen ei käytännössä voi tehdä musiikkia harrastuselokuvaan ilman taloudellisia ongelmia. Vaikka tallennuskorvauksiin olisikin varaa, elokuvien levittäminen muuttuu mahdottomaksi. -- Oman ryhmämme säveltäjä on joutunut pysymään Teoston ulkopuolella, jotta voisi jatkaa harrastustaan.

Vastaajan esiin nostamat asiat olisi hyvä saattaa myös Teoston tietoon. Lisäksi täytyy muistaa, että elokuvantekijöillä on aina tekijänoikeudet tekemiinsä elokuvaan. Asian tätä puolta voisi painottaa Pixoffin tekijänoikeuksista kertovassa tietopakettissa.

8. Monet sivustot vaativat, että verkkoon ladatun elokuvan yhteydessä tulee toimittaa sopimus, jolla varmistetaan lähettäjän henkilöllisyys ja lupa lähettää elokuva internetsivustolle. Millä tavoin haluaisit hoitaa mainitut asiat? Kysymyksellä pyrittiin tiedustelemaan käyttäjien näkemyksiä toimivista lupa-asioista elokuviensa lähettämisen yhteydessä. Vain 37-vuotiaalla harrastelijalla ei ollut mitään paperista, postitse lähetettävää sopimusta vastaan. 37-vuotias harrastelija oli kuitenkin vastaajista ainoa, joka oli ladannut elokuviaan vain Pixoffiin ja Indietaivaaseen ja niistäkin lähivuosina vain jälkimmäiseen, joten hänellä ei välttämättä vastaushetkellä ollut tuoreessa muistissa paperisen esityssopimuksen postissa lähettämistä aiheutuvaa vaivannäköä. Muiden vastaajien ehdotukset asioiden hoitamiseksi olivat verkkopankilla tunnistauminen ja ”raksi ruutuun” -menetelmä; tällä todennäköisesti tarkoitetaan tapaa, jossa käyttäjä vakuuttaa lukeneensa ja hyväksyneensä käyttöehdot laittamalla sähköisen ”raksin ruutuun”. Paperista sopimusta kuvailtiin turvallisimmaksi mutta vaivalloisimmaksi tavaksi. 27-vuotias ammattilaiseksi siirtyvä harrastelija muistutti vastauksessaan myös siitä, että sivustojen ylläpitäjillä on yleensä käyttöehtojen mukaan oikeus poistaa sivustolta käyttöehtoja tai muita ohjeistuksia rikkovat teokset. 29-vuotias harrastelija toi ilmi myös näkökulman, jota tutkimuksessa tai Pixoffin parissa työskenneltäessä ei oltu osattu ottaa huomioon: ”Nettimaailmassa tämä on minusta liioiteltua huolellisuutta. Nettipalveluihin ladataan omia tekstejä, kuvia ja musiikkia ilman mitään kirjallisia sopimuksia. Elokuvien levittämistä on tarpeetonta tehdä sen vaikeammaksi.” Vastaaja puhuu asiaa, mutta esimerkiksi omia tekstejään internetiin lataavat ovat tuottaneet tekstinsä

useimmiten täysin itse, kun elokuvien tekemiseen usein osallistuu useampia ihmisiä. Siksi on hyvä pitää elokuvan lähettäjä – tavalla tai toisella – tietoisena siitä, että lataamalla elokuvansa palveluun hän on vastuussa siitä, että elokuva täyttää palvelun käyttöehdot ja että kaikki elokuvan tekemiseen osallistuneet ovat antaneet suostumuksensa elokuvan lataamiseen. Vastaukset kuitenkin varmistivat sen oletuksen, että Pixoffin vanhanaikaisesta tavasta lähettää elokuvan esityssopimus tulostettuna ja allekirjoitettuna postitse on päästävä eroon mahdollisimman pian. Asiaan on alettu paneutua.

5.3 Lyhytelokuvaan liittyvät tavoitteet ja unelmat

”Lyhytelokuvaan liittyvät tavoitteet ja unelmat” -kategorian kysymyksien avulla pyrittiin selvittämään, mitä elokuvantekijät toivovat lyhytelokuvilleen tapahtuvan ja voisivatko lyhytelokuvasivustot edesauttaa näiden asioiden tapahtumisessa. Lyhytelokuvilla ei Suomessa ole kovinkaan monta levityskanavaa: Ylen kanavien sekä lyhytelokuvafestivaalien lisäksi lyhytelokuvia voi esittää julkisesti oikeastaan vain internetissä. Tutkimuksessa haluttiin selvittää muun muassa, millaisena vastaajat kokevat lyhytelokuviansa mahdollisen televisio- tai festivaaliesityksen. Suomessa tehdään vuosittain opinnäytetyön tekijän arvion mukaan satoja lyhytelokuvia (harrastelijaelokuvat, erilaisissa alan kouluissa tehdyt harjoitustyöt sekä ammattilaistuotannot), joten suurin osa tehdyistä elokuvista luultavasti päättyy ainoastaan ”pöytälaatikkoon pölyttymään”. Lyhytelokuvien julkaisemiselle täytyisi löytää oma, mediaseksikäs kanavansa, jonka löytämisessä tai rakentamisessa lyhytelokuvasivustojen olisi hyvä olla mukana.

9. Mikä olisi parasta, mitä tekemällesi lyhytelokuvalla voisi kaiken kaikkiaan tapahtua? Tällä kysymyksellä vastaajia pyrittiin johdattelemaan kohti unelma-ajattelua. Lisäksi heijasteltiin hieman myös sitä, miksi lyhytelokuvia ylipäätään tehdään ja mitä niillä halutaan saavuttaa. Huomionarvoista oli se, että vastauksia ei voinut eritellä vastaajan taustan (opiskelija/harrastelija) perusteella, mikä vahvistaa käsitystä siitä, että lyhytelokuvantekijät ovat kaikki samalla asialla taustoistaan huolimatta. Vastaukset olivat kuitenkin yllättävän erilaisia, vaikka esimerkiksi kolme vastaajaa mainitsikin lyhytelokuvafestivaaleilla voitta-

misen yhdeksi tavoittelemisen arvoiseksi asiaksi. Yksi vastaajista unelmoi festivaalivoiton olevan keino päästä tekemään elokuvasta kokopitkää versiota. Eräs vastaaja tavoitteli elokuvilleen pelkästään miljoonia kansainvälisiä internetkatsojia, ja tarkennettaessa asiaa lisäkysymyksin vastaaja kertoi tekevänsä elokuvaan osittain juuri internetkatselua varten. Vain yhden vastaajan mielestä ”paras ta olisi tietenkin pääsy tv:seen kaiken kansan nähtäville”, minkä oletettiin olevan yleinen vastaus tähän kysymykseen. Rivien välistä tulkittuna kaksi vastaajista toivoi lyhytelokuviansa vakuuttavan katsojansa siinä määrin elokuvantekijän taidoista, että elokuvantekijä pääsisi palkalliseksi tekemään pitkiä elokuvia. 29-vuotias harrastelija taas vastasi näin:

Suurin palkinto minulle on yksittäisissä palautteissa – siinä että joku yksittäinen minulle tuntematon katsoja on saanut elokuvasta itselleen jotain merkityksellistä ja kirjoittanut siitä minulle. Viimeksi juuri eilen törmäsin eräällä työpaikan vierailulla nuoreen tv-tuottajaan, joka kertoi seuraneensa ryhmämme elokuvia 10 vuotta ja halusi kiittää niistä. Kerran eräs katsoja halusi lahjoittaa meille rahaa – ja tekikin niin. Joskus harrastuksen alkuvuosina joku pysäytti minut kaupungilla ja kysyi että olenko minä se ohjaaja siitä *ryhmän nimi* –ryhmästä, joka on tehnyt sen ja sen elokuvan. Tällaisia on tullut vastaan aina silloin tällöin ja ne ovat varmasti olleet tärkeimpiä. Ei pelkästään se, että elokuvamme on huomattu vaan se, millaisia ajatuksia ne ovat herättäneet. -- Ainoa tapa katsoa omia elokuviaan on kuunnella, mitä muut ovat niissä nähneet. Toinen hieno asia on tietysti suuren yleisömäärän saavuttaminen. Suuri katsojamäärä ilman yleisön reaktioita ja palautetta ei kuitenkaan lämmitä kovin paljon.

Jälleen kerran vastausten seasta erottui katsojamäärän ja palautteen merkitys. Yllätyksenä ei tullut myöskään elokuvantekijöiden toivomus siitä, että heidät ja heidän taitonsa huomattavan siinä määrin, että tie palkkatöihin ja ammattimaisten elokuvien tekemiseen avautuisi. Tämä näkökulma on pidettävä mielessä, kun Pixoffin kohdalla pohditaan sitä, mikä Pixoffissa voisi olla parempaa kuin muilla sivustoilla. Pixoffin taustalla on kuitenkin Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskus eli runsaasti luovien alojen nykyisiä ja tulevia ammattilaisia suhteineen.

10. Kuinka lyhytelokuvasivusto voisi edesauttaa edellisessä vastauksessa kuvailemasi asian saavuttamisessa? Tällä kysymyksellä haettiin konkreettisia ideoita ja ehdotuksia siihen, kuinka Pixoff voisi palvella käyttäjiään mahdollisimman houkuttelevasti. Aiempia vastauksia enempiä erittelemättä esiin nousi-

vat konkreettisimpina esimerkkeinä mahdollisuus päästä festivaalikarsintaan lisäämällä elokuva sivustolle sekä sivuston parhaimmiston elokuvafestivaaleilla esittäminen. Jälleen herää kysymys siitä, voisiko Pixoffin ja Kettupäivien välistä yhteistyötä lisätä. Lisäksi vastauksissa toivottiin teosten näkyvyyden lisäämistä sivustolla, elokuvantekijöiden haastatteluja sekä ilmapiiriä, jossa sivuston katsojia kannustetaan kertomaan ajatuksiaan.

11. Mitä hyviä asioita lyhytelokuville voi tapahtua internetissä? Vastauksista ilmeni muutamia asioita, joihin lyhytelokuvatasivustojen kannattaisi panostaa sisältönsä suunnittelussa. Vastaaajista neljä mainitsi näkyvyyden yhdeksi internetissä olevan elokuvan eduksi. 37-vuotias harrastelija nosti esiin hyvän huomion: ”Saada enemmän näkyvyyttä. Nyt näkyvyys on vain sellaisten saavutettavissa, jotka haluavat nähdä ja TIETÄVÄT miten niitä näkee. Niin sanotut random-katsojat jäävät ilman informaatiota, mistä voisivat nähdä teoksia.” Vastauksen perusteella lyhytelokuvantekijät toivoisivat teoksilleen myös elokuvayhteisön ulkopuolista näkyvyyttä. Pixoffilla voisi olla tarjota näkyvyyttä monessakin kohtaa, sillä Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskuksella on lukuisia media-alan yhteistyökumppaneita. Tarvittavat siteet verkossa sijaitsevien lyhytelokuvien ja yhteistyökumppaneiden välille pitäisi löytää. Lisäksi Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu voisi monessa muussakin kohtaa tuoda paremmin esille sen, että sen alaisuudessa toimii lyhytelokuvien verkkojakeleun keskittynyt sivusto. Tällöin Pixoffin ja sitä myötä Pixoffin käyttäjien näkyvyys alan toimijoiden keskuudessa paranisi. 27-vuotias ammattilaiseksi siirtyvä harrastelija kertoi seuraavaa:

Kaikki indie-elokuvan tekijät (ainakin uskon näin) haluavat päästä uralaan eteenpäin. Että joku ”tärkeä” huomaa heidät ja auttaa uralla eteenpäin. Tätä kuitenkin harvemmin tapahtuu, että jonkun harrastajaelokuvan perusteella pääsee tekemään suuren luokan elokuvaa – ainakaan Suomessa. Parasta olisi, jos sivusto tekisi yhteistyötä vaikka YLE:n kanssa, -- ja etsittäisiin käsikirjoitusideoita, joista parhaimmat pääsisivät jatkokehittelyyn ja saisivat palautetta esimerkiksi tuotantoneuvojilta tms.

Idea käsikirjoituskilpailusta on varteenotettava. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulussa on käsikirjoitusopettajia, jotka resurssien salliessa voisivat toimia esiraatina. Jatkokehittelyn mahdollisuuksia pohdittaessa tarvittaisiin kuitenkin

todennäköisesti lisää yhteistyökumppaneita. Niitä voisivat olla esimerkiksi erilaiset nuorille elokuvantekijöille tarkoitetut projektit ja hankkeet, joissa lyhytelokuvia (tai miksei pidempiäkin elokuvia) toteutetaan. Pixoff voisi toimia välikätenä elokuvantekijän ja ”tulevaisuuden” välillä ja olla näin mukana luomassa elokuvantekijöiden verkostoa parantaen samalla omaa imagoaan. Pixoffia voisi myös internetsivustona hyödyntää entistä tehokkaammin Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun elokuva-alaan liittyvien yhteistyökuvioiden välineenä ja mainoskanavana. Tämä kannustaisi myös Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun opiskelijoita, opettajia ja henkilökuntaa toimimaan Pixoffissa aktiivisemmin.

Myös 24-vuotias opiskelija näki lyhytelokuvien verkkolevityksessä ammatillisia hyötyjä: ”Kulttimainetta voi sitten saavuttaa netin kautta, ja kontakteja ja uskottavuutta tekijänä. Sähköisen CV:n osana on käteviä lyhärit netissä.” Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman opiskelijat voisivat hyödyntää Pixoffia tekemiensä lyhytelokuvien sähköisen CV:n osana. Varsinkin nykyään, kun embed-linkitykset eli Pixoffin elokuvien upottaminen Pixoffin ulkopuolisille sivustoille embed-linkin avulla on Pixoffissa sallittu, Pixoffin hyödyntäminen sähköisen CV:n videonjakelualustana olisi aiempaa laajemmin hyödynnettävissä.

12. Mitä mainitsemasi hyvät asiat merkitsevät sinulle lyhytelokuvantekijänä? Tämän kysymyksen vastauksissa viitattiin usein jo aiemmin esiin nousseisiin asioihin. Kysymyksellä pyrittiin selvittämään, mikä merkitys internetissä lyhytelokuville tapahtuvilla hyvillä asioilla on suhteessa lyhytelokuvien tekemiseen ylipäätään. Internetlevityksen hyvillä puolilla lyhytelokuviasivustoja voisi markkinoida uusille käyttäjille ja internetlevityksen houkuttelevuutta lisäämällä voisi myös saada lisäarvoa lyhytelokuviasivustoille. Internetin hyvät asiat toivat 24-vuotiaan harrastelijan mieleen sen seikan, että lyhytelokuvantekijällä on aina vaihtoehtoja toteuttaa itseään myös ammattimaailman puolella. Läheskään kaikki elokuva-alalta töitä toivovat eivät niitä saa, jolloin mainetta voidaan yrittää hankkia itse tehdyillä elokuvilla internetin kautta. Indie-tuotannoissa elokuvat myös useimmiten ovat tekijöidensä näköisiä. Riippumattomat elokuvantekijät voivat toteuttaa omia mieltymyksiään esimerkiksi genren ja tyylin suhteen, vaikka työskentelemisen resurssit toki ovat ammattilaistyöskentelyä rajatummalla.

Kun etsittäisiin konkreettinen esimerkki menestyneestä indietekijästä eli suomalaisen lyhytelokuvasivuston kautta mainetta ja alan töitä saaneesta henkilöstä, hänen kokemuksiaan voisi hyödyntää lyhytelokuvasivustojen markkinoinnissa.

26-vuotias opiskelija tiivistä vastauksensa näin: ”Henkilökohtaisesti teen lyhytelokuvia katsottaviksi, joten mitä enemmän katsojia, sitä onnistuneemmaksi tunnen itseni. Katsojia saa hyvällä laadulla, hyvällä viihteellä, kiinnostavalla aiheella ja toteutuksella.” Katsojien määrä siis nähtävästi jollain tapaa arvottaa elokuvantekijää.

5.4 Lyhytelokuvasivustoista yleisesti

Tämän kategorian kysymyksillä pyrittiin selvittämään osin Sinä ja lyhytelokuvasivustot -aihealueeseen liittyviä asioita. Kysymykset kuitenkin sijoittuivat sisältonsä perusteella järkevämmiin kyselyn loppuun kuin alkuun, sillä kyselyn loppuvaiheessa vastaajan toivottiin kiinnittäneen huomiotaan lyhytelokuvasivustojen useampiin eri puoliin, jolloin vastaukset voisivat käsitellä kyselyn alkupuolta laajempia aihealueita. Vastausväsymystä oli kuitenkin jo havaittavissa, minkä lisäksi monet vastaajat olivat kertoneet kysymyksiin liittyviä asioita jo pitkin haastattelua. Muutamia merkittäviä huomioita kuitenkin pystyttiin tekemään.

13. Mikä merkitys lyhytelokuvasivuston yhteisöllisyydellä on? Tällä kysymyksellä pyrittiin kartoittamaan käyttäjien näkemystä siitä, kuinka tärkeitä voimavaroja sivuston käyttäjät ja yhteisö sen toiminnan miellyttävyyden ja houkuttelevuuden kannalta ovat. Vastauksista oli havaittavissa, että yhteisöllisyys koetaan tärkeäksi, mutta se ei saisi olla millään tavoin rajoittunutta. 37-vuotias harastelija totesi:

Sivustojen yhteisöllisyys on hyvä juttu, kunhan se ei rajoitu esim. vain alan opiskelijoihin. Opiskelu kannattaa aina, mutta iso osa kotimaisista independent-elokuvatekijöistä on vailla alan koulutusta ja on ns. ”itseopineita”. Kuilu näiden kahden koulukunnan tekijöiden välillä pitäisi saada pois ja yhdistää voimat yhteisen rakkaan asian puolesta.

Käyttäjän mainitsemaa kiilua opiskelijoiden ja harrastelijoiden välillä olisi kiinnostavaa tutkia lisää, sillä ammattikorkeakoulun alaisuudessa toimivan Pixoffin valtti voisi olla runsas opiskelijoista koostuva käyttäjäkunta. Harrastelijoiden ja opiskelijoiden keskinäistä suhtautumista selvitettiin jatkokysymyksellä samalta vastaajalta:

Opiskelijat ja harrastajat ovat kuin kaksi erillistä, toisiaan nenänvartta pitkin katsovaa koulukuntaa. Enemmänkin kilpailuja järjestetään erilleen. Opiskelijoille tarkoitetuissa on mukana sponsorirahaa ja näkyvyyttä, harrastelijapuolella... no, homma on enemmän "harrastelijamaista". -- Henkilökohtaisesti ajattelen, että olemme KAIKKI samalla viivalla. Toisilla vain on kamat ja romut enemmän ammattilais-versioita, toisilla ei.

Opiskelijoiden ja harrastelijoiden välisiä suhteita lyhytelokuva-alalla voisi tutkia lisää, mutta tämän tutkimuksen tavoitteen huomioon ottaen se ei ollut tässä kohtaa relevanttia. Myös Pixoffissa on kuitenkin hyvä tiedostaa, että opiskelijoiden ja harrastelijoiden toimintaa kannattaa tarkkailla, ettei tule syrjineeksi toista "koulukuntaa". Esimerkiksi Pixoffissa järjestettävät kilpailut ovat tiedettävästi olleet aina kaikille jäsenille avoimia, joten syrjintää tai suosimista ei pitäisi päästä tapahtumaan. Jos Pixoffiin kuitenkin lisätään sisältöä, joka liittyy olennaisesti Pohjois-Karjalan ammattikorkeakouluun tai viestinnän koulutusohjelmaan, myös harrastelijat on pidettävä erityisen tarkasti mielessä.

24-vuotiaalla opiskelijalla oli lyhytelokuvasivustojen yhteisöllisyyteen monitulkintainen vastaus: "On ollut mukava tutustua uusiin ihmisiin ja verkostoitua, mutta molemmat ovat olleet omalta osalta suht. pienimuotoista toimintaa lyhytelokuvasivustolla." Kysyttäessä, toivoisiko vastaaja sivustoille lisää yhteisöllisyyttä, hän vastasi: "Ei ole sellaisia negatiivisia tai positiivisia kokemuksia siitä, niin ei ole osannut kaivatakaan enemmän sitä. Mutta parhaimmassa tapauksessa kai se toisi lisää sivuston käyttöön." Vastaaja on haastattelun perusteella todella aktiivinen lyhytelokuva-alan opiskelija ja verkkosivustoilla toimija, joka oletettavasti on kiinnostunut aiheesta myös vapaa-ajallaan. Näin ajatellen 24-vuotias alaa opiskeleva vastaaja on lyhytelokuvasivuston "ideaalikäyttäjä", mutta jostain syystä hän ei ole ottanut kaikkea hyötyä irti käyttämiensä sivustojen yhteisöllisyydestä. Siksi kannattaa pohtia, onko lyhytelokuvasivuston yhteisöllisyys (merkityksessä aktiivinen kommentointi, palaute ja keskustelu) tärkeämpää har-

rastelijoille kuin opiskelijoille, jotka todennäköisesti keskustelevat ja saavat palautetta töistään myös opintojensa yhteydessä. Toisaalta 26-vuotias opiskelija tiivistä yhteisöllisyyden merkityksen omalta osaltaan näin: ”Yhteisöllisyys on erittäin tärkeää, ilman aktiivisia käyttäjiä ja keskusteluja sivusto voi kuihtua pois.”

Yhteisöllisyyden tärkeyteen viitattiin myös Pixoffista vuonna 2008 tehdyssä selvityksessä sekä laajemmalti Laineen opinnäytetyössä. Molempien aineistojen mukaan mukaan Pixoffin kehitystoimien tulisi tukea yhteisön vahvuuksia niin, että uudet sisällöt houkuttelisivat jäseniä aktiivisesti muun muassa kommentoimaan toistensa elokuvia. Tähän on tähdättävä myös jatkossa ja entistä kohdistetummin, jotta sivuston ”pois kuihtuminen” estettäisiin.

14. Haluaisitko tienata sillä, että lyhytelokuviasi voi katsoa internetissä?

Jos, keksitkö toimintamallia, jolla tienaminen mahdollistuisi? Tämä kysymys kysyttiin siitäkin huolimatta, että kysymykseen sisältyy hyvän kysymyksenasettelun vastaisesti kaksi kysymystä. Aihe on kuitenkin Pixoffin tulevaisuuden kannalta elintärkeä: kun sivusto on saatu toimimaan aktiivisesti, sivusto pitäisi sen jälkeen saada tuottamaan tai ainakin kattamaan kulunsa. Toimivampia ansaintalogiikoita sen pidemmälle pohtimatta käyttäjiltä kuitenkin kannatti tässä yhteydessä kysyä, haluaisivatko he ylipäättään ansaita internetissä esitettävillä lyhytelokuvillaan. Vastausten perusteella on helpompi pohtia, kannattaako ansaintamalleja alkaa kehittää käyttäjien, mainostulojen vai kenties jonkun aivan muun asian ympärille.

27-vuotias ammattilaiseksi siirtyvä, vastausväsymystä ilmentänyt harrastelija kertoi, ettei ole oikeastaan perehtynyt koko asiaan, tarkoittaen ilmeisesti myös ansaintahaluja. 37-vuotias harrastelija taas oli täysin toisesta ääripäästä:

Tätä raha-asiaa olemme pohtineet ryhmänä moneenkin kertaan. Ja olemme todenneet, että ei raha ole merkittävä tekijä! Tietenkin olishan se ”kiva” saada joskus mahdollisesti rahaakin, mutta ei se siitä kiinni olisi! Teemme elokuvia omaksi iloksi.

29-vuotias harrastelija noudatteli vastauksessaan samaa linjaa: ”En oikeastaan niin kauan kun kyse on harrastuksesta. Käytännössä maksullisuus aina rajoittaa yleisön määrää.”

Tämä kysymys oli ensimmäinen, jonka vastauksissa oli huomattavissa eroja vastaajien taustat huomioiden. Alaa opiskelevat vastaajat olivat kiinnittäneet ansaintalogiikoihin luonnollisesti enemmän huomiota kuin harrastelijat. 26-vuotias opiskelija viittasi vastauksessaan Youtuben käyttämään ansaintamalliin: ”Näyttämällä mainoksia videon kanssa samalla sivulla. Sivuston ylläpitäjä saisi oman osuutensa mainoksen tuloista ja lyhytelokuvan tekijä oman osuutensa.” 24-vuotias opiskelija taas viittasi sponsorirahoitukseen:

Käytännössä se taitaisi olla aika hankalaa löytää maksajia leffoille. Ehkä sponsorirahoitteisella sivustolla se onnistuisi? Että sivusto karsisi vain laatustandardit täyttäviä teoksia, ja niitä ei saisi olla katsottavissa muilla sivustoilla.

Molempien opiskelijoiden esittämät ansaintaehdotukset voisivat olla toimivia, mutta vaatisivat Pixoffin olevan huomattavasti nykyistä aktiivisempi ja suosittu sivusto. Harrastelijoiden toiveet elokuvillaan ansaitsemisesta tuntuvat olevan melko alhaiset, joten Pixoffin kannattaneen pyrkiä taloudelliseen kannattavuuteen muuta kuin käyttäjien elokuvista lähtöisin olevaa reittiä pitkin. Toimiva ratkaisu voisi olla esimerkiksi mainosten ottaminen mukaan Pixoffin toimintaan, mikä taas vaatii paljon puhuttua menestystä, aktiivisia käyttäjiä sekä yhteisöllisyyden voimaa. Pixoffin kaupallisia ulottuvuuksia selvittävässä esiselvityksessä todettiin vuonna 2008, että koska Pixoff koostuu sisältöalan harrastajista, siihen on haasteellista liittää ammattilaisuuteen ja kaupallisuuteen liittyviä elementtejä. On kuitenkin tarkennettava, että Pixoff voisi koostua harrastajien lisäksi suuremmalta osin myös alan opiskelijoista, jolloin suhteet ammattimaailmaan ja sitä myöten kaupallisuuteen voisivat olla helpommin hyödynnettävissä.

15. Kuvaile mahdollisimman yksityiskohtaisesti, mitkä ovat lyhytelokuvavivuston tärkeimmät ominaisuudet? Tämän kysymyksen tavoite oli selkeä: haluttiin selvittää, mitkä perusasiat Pixoffissa tulisi korjata ensimmäisenä kuntoon. Yllättäen vastausten seasta oli johdettavissa myös konkreettisia kehitys-

ideoita. 24-vuotias opiskelija lähti vastauksessaan liikkeelle tutkimusprosessin edetessä selviksi käyneistä perusasioista:

Selkeästi näytettävät katsojaluvut, kommentit ja arvostelut. Helppo ja laadultaan korkeatasoinen uploadaus. Sujuvasti ja hyvälaatuisesti pyörivä videosoitin sivustolla. -- Katsojien mahdollista katsoa leffoja ilman rekisteröintiä tai sisäänkirjautumista. Ja sitten vielä tietenkin se, että sivusto olisi niin suosittu, että siellä riittäisi katsojia.

Vastauksessa luetellut seikat toteutuvat Pixoffin kohdalla, paitsi arvostelujen ja suosittuuden osalta. Suosittuudesta ei liene tarpeellista tässä kohtaa spekuloida enempää. Pixoffissa ei ole tällä hetkellä aiemmin käytössä ollutta viisiportaista arvosteluasteikkoa. ”Tähtiasteikon” takaisin ottamisesta on keskusteltu, mutta siihen lienee järkevintä palata jonkun toiminnallisen uudistuksen (esimerkiksi kilpailun) yhteydessä, jolloin käyttäjien antamien arvostelujen tuloksia voi hyödyntää sivulla kohdistetummin. Lisäksi 24-vuotias opiskelija vastasi toivovansa yhteisöllisyyspuolelle ”kaikkia tosi hyviä juttuja”. Pyydettyä tarkennusta vastaaja mainitsi seuraavat asiat:

Dvotedissa oli se ”Kysy ammattilaiselta”, vai mikä se olikaan, se oli ihan yllärihyvä kun niihin vastattiin suht. pienellä viiveellä. Sitten Dvotedissa jaettiin tietoa festareista ym. ym., niitä tuli itse aina selattua. Keskusteluasiat on hyviä, mutta vähä riippuu saako siitä itse aina mitään irti.

”Kysy ammattilaiselta” -osion tyypistä käytäntöä pohdittiin Pixoffiin sisällytettäväksi jo paljon ennen tämän opinnäytetyön kirjoittamista, esimerkiksi Laineen opinnäytetyössä. Vastaava käytäntö on myös kerran vahingossa otettu käyttöön, kun eräs käyttäjä kirjoitti Pixoffin keskustelupalstalle, tietäisikö joku miksi hänen dvd:nsä nykivät. Pixoffin päätoimittaja kysyi asiaa Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun videokuvauksen lehtorilta, joka esitti ongelmaan kolme eri ratkaisua. Lehtorin ohjeet välitettiin keskustelupalstalle. Vastaavasta käytännöstä sovittiin myös jatkossa keskustelupalstalle tulevia kysymyksiä silmällä pitäen, mutta Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun henkilökunnan elokuva-alan tietämystä pitäisi Pixoffissa hyödyntää järjestelmällisemminkin. Se toisi lisäarvoa sivustolle eikä lyhyisiin kysymyksiin vastaaminen todennäköisesti myöskään kuluttaisi liikaa opettajakunnan resursseja. Myös vastauksessa mainittua tietoa elokuvafestivaaleista on suunnitteilla Pixoffiin elokuvafestivaalikalenterin muo-

dossa. Lisäämällä yhteistyötä lyhytelokuvafestivaalien kanssa myös tietoa niistä osattaisiin tarjota enemmän. Muun muassa siksi 24-vuotiaalta opiskelijalta kysyttiin lisäkysymyksenä, mitä elokuvafestivaaleja hän arvostaa siinä määrin, että tavoittelisi omaa elokuvaansa festivaaliohjelmistoon.

No tietysti Kettupäivät ja Tampere Film Festival on noita arvostettuja, mutta pelkästään se, että olisi jo festari josta tulisi hyvä merkintä CV:hen, olisi ensitilassa riittävä. -- Joku Kinos esim. vaikuttaa melko avoimelta kehittymään joka suuntaan, ja on ilmeisesti kasvamaan päin festarina?

Kettupäivät-yhteistyön lisääminen vaikuttaisi siis olevan hyvä tapa lisätä Pixoffin suosittuutta. Yhteistyömahdollisuuksia myös Tampere Film Festivalin ja muiden arvostettujen suomalaisten elokuvafestivaalien kanssa tulisi selvittää. Käyttäjän vastauksen loppuun kirjoitetusta kysymysmerkistä on pääteltävissä, ettei käyttäjällä ole varsinaista tietoa Kinos-festivaalin nykytilasta tai siitä, kuinka arvostettu festivaali on. Pixoff julkaisee Kulttuuriuutiset-osiossaan elokuvafestivaalien tiedotteita, mutta kunnianhimoisimmat lyhytelokuvasivustojen käyttäjät saattaisivat hyötyä puolueettomasta, erilaisia lyhytelokuvafestivaaleja vertailevasta informaatiosta. Suomalaisia lyhytelokuvafestivaaleja kartoittava reportaasi voisi olla huomionarvoinen lisä Pixoffin ominaisuuksiin, ja tulevaisuudessa sen voisi mahdollisesti toteuttaa Pixoffin elokuvafestivaalikalenterin yhteydessä.

37-vuotiaan harrastelijan mielestä lyhytelokuvasivuston tärkein ominaisuus on kaikkien elokuvien näkyvyys massoille. Ajatus on kehittämisen arvoinen. Jos "massa" tarkoittaisi sivuston käyttäjiä, näkyvyyden voisi toteuttaa esimerkiksi niin, että kaikkien sivuston elokuvien thumb-kuvat eli keskeltä elokuvaa automaattisesti otetut pysäytyskuvat pyörisivät etusivulla karusellina eli automaattisesti itsekseen thumb-kuvien toimiessa linkkeinä kyseisiin elokuvaan sivustolla. Näin kaikilla sivuston elokuvilla olisi yhtäläiset mahdollisuudet tulla katsotuksi. Toiminto voisi olla käytännöllinen myös etusivun ilmeen kannalta, sillä sivusto näyttäytyisi eläväisenä ja aktiivisena. Tekninen toteutus vaatisi luultavasti jonkin verran työtä, mutta työn tulokset olisivat kauaskantoisia sivuston eläväisenä näyttäytymisen kannalta, sillä kuvakaruselli pyörii sivustolla itsekseen.

26-vuotiaan opiskelijan vastauksen mukaan lyhytelokuvasivuston tärkeimmät ominaisuudet ovat: ”Helppo ladata ja katsoa lyhytelokuvia. Päivittyy usein. Aktiivinen ja innostava yhteisö. Sivusto voi luoda myös omaa sisältöä, kuten haastatteluita ja reportaaseja.” Vastauksen ominaisuuksista helpon latauksen ja aktiivisen, innostavan yhteisön osalta Pixoffissa on vielä työnsarkaa. Myöskään elokuvien esille saaminen ei ole Pixoffissa esityssopimuskäytännön vuoksi helppoa. Pixoffin parissa työskentelevien omakohtaisten kokemusten perusteella elokuvan tekninen lataaminen sivustolle on kuitenkin tehty toimivaksi.

Kaiken kaikkiaan lyhytelokuvasivuston tärkeimmiksi ominaisuuksiksi nimettiin erilaisia yksittäisiä jo aiemmin esiin tulleita ominaisuuksia, jotka kaikki liittyvät sivuston helppokäyttöisyyteen, yhteisön aktiivisuuteen sekä elokuvantekijän mahdollisuuksiin saada palautetta, näkyvyyttä ja katsojia elokuvilleen.

16. Mitä kehittämisehdotuksia mieleesi tulee, kun ajattelet Pixoff-lyhytelokuvasivustoa? Tämä kysymys oli varsinainen tutkimuskysymys käyttäjäystävällisemmin muotoiltuna, mutta vastaukset olivat ennako-odotusten vastaisesti pettymys. Konkreettisia kehitysideoita nousi esiin yllättävän vähän. Vastausväsymyksellä saattoi olla osansa asiaan. Lisäksi useita kehitysehdotuksia oli jokaisen haastattelun kohdalla käynyt ilmi jo aiemmin. Kysymys ei kuitenkaan silti ollut turha, sillä esiin nousi vielä muutama uusi kehitysidea. 24-vuotias opiskelija ehdotti muun muassa seuraavia:

Profiilisivulle käyttäjiltä enemmän tietoa. Keskusteluosio Pixoffissa on ollut aina vähän sekava --, uusimmat viestit katoaa pääsivulta tosi nopeasti, ja en ole varma pääseekö esim. viikon uusimpia katsomaan sen koommin mistään kätevästi.

Profiilisivun tietojen puutteellisuus oli odottamaton huomio, ja pyydettyäessä käyttäjä tarkensi sen tarkoittavan, että ”vanhassa Pixoffissa luki monipuolisemmin omat pääkiinnostukset elokuvauksessa”. Lisäksi vastaaja oli sitä mieltä, että ”näyttelijä-wannabeilla vähintään perustiedot ja valokuva pitäisi olla, jos haluaa hyödyntää innokkaita näyttelijöitä”. Keskustelupalstan ja profiilisivun toiminnot kuuluvat käytettävyyteen ja sivuston teknisiin ratkaisuihin, joita ei tässä tutkimuksessa ole tarkoitus käsitellä. Ne ovat kuitenkin merkittävästi sivuston

käytettävyyttä ja yhteisöllisyyden muodostumista alentavia seikkoja, joten molempien kehitysmahdollisuudet tulee selvittää. Pixoffin profiilisivun asetuksia ollaan joka tapauksessa tarkistamassa lähiaikoina, joten samassa yhteydessä kannattanee kiinnittää huomiota vastaajan esittämiin asioihin. Laine on opinnäytetyönsä liitteissä (2009, Liite 3) luetellut vanhan profiilisivun tiedot, joten nykyisen ja vanhan profiilisivun tietoja kannattanee verrata keskenään.

Sama vastaaja esitti kehitysehdotuksissaan myös aiemmin käsiteltyä elokuvien ikärajan nostamista kahdeksaentoista vaikka totesi myös, että korkean ikärajan fiktiot ovat melkoisen pieni osa lyhytelokuvasivustoille lähetettävistä elokuvista.

26-vuotias alan opiskelija esitti idean, joka toteutuessaan sitoisi Pixoffia paremmin sivuston ammattikorkeakoulutaustaan: ”Yhteistyötä media-alan koulujen kanssa voisi lisätä. Kouluissa tehdään paljon teoksia, jotka eivät päädy minnekään katsottaviksi. Opiskelijoita ja opettajia pitäisi aktivoida lähettämään teoksiaan eteenpäin.” Jos myös Laineen opinnäytetyössään ehdottama ajatus Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskuksen hyödyntämisestä laajemmin toteutuisi, Pixoff saattaisi profiloitua lähinnä opiskelijoiden sivustoksi. Sitä ei kuitenkaan pidä nähdä kielteisenä asiana, sillä Pixoffin ammattikorkeakoulutaustasta voisi olla käyttäjilleen hyötyä, ja hyötysuhde voisi toimia useampiinkin suuntiin. Pixoffiin todennäköisesti lisättäisiin enemmän opiskelijoiden tekemiä elokuvia, jolloin sivusto automaattisesti hieman aktivoituisi. Eri koulujen käyttäjät voisivat vertailla toistensa teoksia, mikä voisi kannustaa elokuvantekijöitä parempiin suorituksiin ja sitä myötä parempaan koulumenestykseen ja työllistymiseen. Näin Pixoff tukisi käyttäjien unelmaa siitä, että lyhytelokuvasivustot edesauttaisivat käyttäjiensä työllistymistä alalle. Lisäksi Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun alaisuudessa toimisi alan opiskelijoiden ”työnäytepankki”, mikä olisi hyvää mainosta ammattikorkeakoululle. Tämä on ehdotuksena hyvä myös sen vuoksi, että opiskelijoiden ja opettajien kannustaminen Pixoffissa tapahtuvaan julkaisemiseen ei vaadi lähes ollenkaan resursseja.

Haastattelun lopuksi vastaajalle annettiin halutessaan mahdollisuus kertoa tutkimuskysymysten ulkopuolelle jääneistä asioista, mutta kenelläkään ei ilmennyt tarvetta tähän.

6 Tulkinta

Lyhytelokuvantekijöiden tavoitteet lyhytelokuvien tekemisen suhteen vaihtelevat. Jotkut toivovat teoksiensa pääsevän festivaali-, teatteri- tai televisiolevitykseen, toiset toivovat elokuvilleen laajaa suosiota ja näkyvyyttä internetissä. Jotkut lyhytelokuvantekijät toivovat lyhytelokuvillaan todistavansa kykynsä ja pääsevänsä niiden avulla tekemään pitkiä elokuvia tai muita elokuva-alan töitä. Muun muassa tämän opinnäytetyön yhteydessä tehdyn kyselyn, Pixoffin esiselvityksen sekä Laineen opinnäytetyön mukaan on kuitenkin selvää, mitä lyhytelokuvantekijät elokuviansa verkkojakelulla taustoistaan riippumatta tavoittelevat: katsojia ja palautetta.

Hyvän lyhytelokuvasivuston tärkein ominaisuus on helppokäyttöisyys. Siihen voi lukea kuuluvaksi muun muassa elokuvien helpon sivustolle lataamisen ja katsomisen. Elokuvia pitää olla helppo kommentoida ja arvostella, ja myös katsojalukujen on oltava selkeästi nähtävillä. Lyhytelokuvasivustoilla teosten sisältöä ei toivota rajoitettavaksi kuten ei myöskään niiden pituutta tai sivustolle ladattavien tiedostojen kokoa. Lyhytelokuvasivuston tulee tarjota elokuville näkyvyyttä sekä mahdollisuus päätyä laajempaan levitykseen. Lyhytelokuvasivustojen pitää tarjota käyttäjilleen mahdollisuus myös omien elokuviansa markkinointiin sekä lyhytelokuvasivuston sisällä että sen ulkopuolella.

Suomalaisten lyhytelokuvasivustojen voima on useimmiten niiden yhteisöllisyydessä, sillä sivustot kokoavat yhteen lyhytelokuvien tekemisestä ja katsomisesta kiinnostuneita ihmisiä. Suomessa tunnetut, kansainväliset videonjakelusivustot tarjoavat lyhytelokuvia laajemman sisällön, jolloin myös sivustojen kohdeyhmä on huomattavasti suomalaisia lyhytelokuvasivustoja laajempi. Kansainvälisistä sivustoista tunnetuin ja käytetyin on Youtube, jonka etuja ovat muun muassa sivuston laaja tunnettuus sekä tekninen luotettavuus ja kehittyvyys. Suurten kansainvälisten sivustojen varjopuoli on, että tarjonnan paljous hukuttaa helposti yksittäiset teokset.

Suomalaiset lyhytelokuvasivustot voivat kasvattaa asemiaan kansainvälisiin sivustoihin nähden lisäämällä käyttäjiensä mahdollisuuksia menestyä lyhytelokuvantekijöinä. Sivustojen tulee tehdä yhteistyötä sekä keskenään että erilaisien yhteistyökumppaneiden kanssa ja sitä myöten edistää käyttäjiensä teosten leviämistä laajemmalti, esimerkiksi elokuvafestivaaleille sekä televisioon. Myös alalle työllistymisen mahdollisuus lyhytelokuvasivuston avulla on merkittävä, tavoiteltava lisä. Suomalaisten lyhytelokuvasivustojen yhteisöllisyyttä on ylläpidettävä ja pyrittävä syventämään, sillä yhteisöllisyys on sivustojen kantava voima.

Lyhytelokuvasivusto Pixoffin aktiivisin käyttäjäryhmä ovat tällä hetkellä näyttelijänalut. Pixoffin alkuperäinen kohderyhmä eli lyhytelokuvantekijät, merkityksessä kameran takana työskentelevät henkilöt, etsiytyvät helppokäyttöisemmille sivustoille, joilla elokuvat saavat enemmän kommentteja, palautetta ja katsojia. Palvellakseen käyttäjiään parhaiten Pixoffin tulee mahdollisimman pian luopua esityssopimuskäytännöstään ja nostaa sivustolle hyväksyttävien elokuvien ikärajaa. Lisäksi käyttäjiä ja yhteisöä tulee aktivoida. Aktiivista toimintaa tulee ylläpitää ja siihen tulee kannustaa ja panostaa jatkuvasti. Sivustolla tulee järjestää kilpailuja ja varsinkin niiden yhteydessä lisätä yhteistyötä merkittävästi erilaisten yhteistyökumppaneiden, esimerkiksi elokuvafestivaalien kanssa. Lisäksi sivuston tulee tarjota ajankohtaista, uutta tietoa käyttäjiään kiinnostavista ajankohtaisista aiheista. Pixoffiin ladattavien elokuvien tulee sivuston avulla mahdollistaa pääsy laajempaan levitykseen, kuten festivaaleille, televisioon tai erilaisille julkaisuille.

Yhteistyötä omistajaorganisaation kanssa tulee lisätä merkittävästi eri tavoilla. Tällä hetkellä Pixoffin etu muihin vastaaviin sivustoihin nähden on sen sijaitseminen ammattikorkeakoulussa, jolloin sivuston ympärillä on runsaasti eri alojen asiantuntijoita. Näiden asiantuntijoiden ammattitaitoa ja tietämystä tulee hyödyntää myös Pixoffin hyväksi.

On aistittavissa, että lyhytelokuvasivustot toimivat välivaiheena käyttäjiensä elämässä. Lyhytelokuvien tekeminen alkaa useimmiten joko harrastuksena tai opiskelujen yhteydessä ja lyhytelokuvasivustojen potentiaalia markkinoijana

sekä palautteen ja mahdollisen maineen tarjoajana pyritään hyödyntämään ennen ammattilaisuutta. Tästä näkökulmasta Pixoffin tilanne on otollinen, sillä sivuston taustalla toimii media-alan koulutusta tarjoava ammattikorkeakoulu.

7 Toimenpidekehotukset

7.1 Kehittämisen lähtökohdat

Haastattelujen ja tausta-aineiston perusteella kehitettiin konkreettisia ideoita, joiden avulla Pixoffia voisi nykyaikaistaa, käyttäjiä aktivoida ja sivuston menestystä kasvattaa. Kaikki nämä asiat kuitenkin palvelevat toisiaan, esimerkiksi käyttäjien aktivoituminen kasvattaa sivuston suosiota, joten jokainen edistysaskel toimivampaa sivustoa kohti edesauttaa kaikkien tavoitteiden saavuttamisessa. Pixoffin kehittämisessä on edettävä pienin askelin, jotta kehityksen jatkuva luonne pysyisi mahdollisena.

Kaikessa Pixoffin kehittämisessä on oltava tarkkaavainen. Mahdolliset ongelmakohdat on selvitettävä ja ratkaistava jo suunnitteluvaiheessa, jotta toteutusvaiheessa jo tehty työ ei ongelmia kohdatessa menisi hukkaan. Pienillä resursseilla ylläpidettävän sivuston kehittämisessä on tärkeintä olla luova ja ajan tasalla.

Jokaiseen toimenpidekehotukseen on tartuttava perusteellisesti yksitellen ja vallitsevaa tilannetta mukaillen. Toimintamallit on rakennettava huolellisesti ja niiden käyttöönottoon on tähdättävä järjestelmällisesti asettamalla selkeitä tavoitepäivämääriä, joista on myös pidettävä kiinni. Kun tähtäimessä on yksi selkeä päämäärä kerrallaan, työskentely on todennäköisesti tehokkaampaa ja kohdistetumpaa kuin usean asian kanssa byrokratian rattaissa yhtä aikaa luoviminen. Asioiden suunnitteluun on otettava avuksi Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun eri alojen opiskelijoita ja henkilökuntaa.

Seuraavassa esitetään kronologisessa järjestyksessä alalukuihin jaoteltu luettelo tärkeistä toimenpiteistä Pixoffin kehittämiseksi. Toimenpiteiden toteuttaminen vaatii paljon työtä ja vie aikaa. Vaadittavien resurssien määrä kasvaa luettelon loppua kohden.

7.2 Esityssopimuksen sähköistäminen ja ikärajan nosto

Sekä Laineen opinnäytetyöhön, Pixoffista tehtyyn esiselvitykseen että tähän opinnäytetyöhön pohjautuen ensimmäinen toimenpide on elokuvan esityssopimuskäytännön sähköistäminen, sillä postitse lähetettävän esityssopimuksen vaatimus lamauttaa sivuston ydintoimintaa merkittävästi. Samaan aikaan esityssopimuskäytännön sähköistämisen kanssa Pixoffiin lähetettävien elokuvien ikäraja on nostettava kolmestatoista viiteentoista.

7.3 Uusista toimintamalleista tiedottaminen

Sähköisestä esityssopimuksesta sekä ikärajan nostosta on uutisoitava monella kanavalla: omien verkkosivujen lisäksi myös yhteistyökumppaneiden (Kelaamo, Indietaivas) sivustoilla, omistajaorganisaation sisällä sekä ainakin Pixoffin Facebook-sivulla. Pääasia on, että tieto saadaan leviämään. Pienillä resursseilla markkinoimiseen tarjoaa mielenkiintoisia ideoita esimerkiksi Laurea-ammattikorkeakoulussa vuonna 2009 tehty opinnäytetyö Markkinointi pienillä resursseilla: Funky Awards -palkintogaalan markkinoinnin tehostaminen. Opinnäytetyössä esiteltyt markkinointikeinot sosiaalinen media, puffi, solidaarisuusverkosto ja erityisesti sissimarkkinointi (Reponen 2009, 11–16) soveltuvat kaikki Pixoffin markkinointiin, ja niitä on hyvä hyödyntää ja kehittää pidemmälle myös jatkossa. Laajempaa markkinointikampanjaa ei vielä tässä vaiheessa ole syytä järjestää, sillä sivuston on ensin aktivoiduttava.

7.4 Omistajaorganisaation sisäinen kampanjointi

Omistajaorganisaatio Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskuksen sisällä on aloitettava Pixoffia markkinoiva kampanja, jolla tavoitellaan sivustolla olevien lyhytelokuvien määrän lisääntymistä ja Pixoffin imagon kohentumista. Eritoten viestinnän koulutusohjelman opiskelijoille eli potentiaalisille Pixoffin sisällöntuottajille on annettava houkuttelevaa ja selkeää informaatiota siitä, että organisaatiossa toimii lyhytelokuvien verkkojakeluun perustuva

sivusto. Myöskään opettaja- ja muun henkilökunnan tiedottamista ei saa unohtaa, ja varsinkin opettajakuntaa tulee kannustaa tiedottamaan opiskelijoille Pixoffista. Lisäksi on herätettävä omistajaorganisaatio huomaamaan, että sivustoa ja sen teknistä alustaa on mahdollista hyödyntää organisaation muussakin toiminnassa. Optimaalisinta olisi, jos Pixoff sidottaisiin osaksi viestinnän koulutusohjelman opetussuunnitelmaa esimerkiksi siinä muodossa, että videokurssien lopputyöt tulisi ladata Pixoffiin.

Omistajaorganisaation sisäinen kampanjointi voi tapahtua esimerkiksi sähköpostitse, levittämällä julisteita, puhumalla opiskelijoille sekä ylipäätään tuomalla Pixoff paremmin näkyviin Luovien alojen keskuksessa. Opiskelijoille suuntautuva kampanjointi ei saa tapahtua tyrkyttämällä. Myös omistajaorganisaation byrokraattiseen kielenkäyttöön on kiinnitettävä huomiota – Pixoffia ei voi markkinoida nykyiselle kohderyhmälleen sivistyssanoin. Kampanjoinnin tulee tapahtua käyttäjien läheltä, pilke silmäkulmassa. Provosointi voi toimia paremmin kuin kannustaminen, nöyrä avunpyyntö paremmin kuin neutraali kysymys. Markkinointivaiheessa on pyrittävä olemaan mahdollisimman luova ja erottuva.

7.5 Uuden toiminnon kehittäminen ja käyttöönotto

Pixoffiin on omistajaorganisaation opiskelijoista ja henkilökunnasta koostuvan työryhmän kanssa suunniteltava uusi sisällöllinen toiminto, jolla tähdätään sivuston käyttäjien aktivointiin. Oli se sitten ”Kysy ammattilaiselta” -tyyppinen lisäosio, sivustolla järjestettävä ”Kuukauden paras elokuva” -kilpailu tai mikä vastaava tahansa, sen on oltava riittävän houkutteleva ja palkitseva ja suunniteltu aiempi kehittymisen edistyminen huomioonottaen. Uuden toiminnon toteuttamiseen, potentiaaliseen hyötyyn sekä kiinnostavuuteen on perehdyttävä kunnolla. Toteuttamiseen tarvittavat resurssit on huomioitava realistisesti jo suunnitteluvaiheessa ja toiminta on pyrittävä suunnittelemaan niin, että myös sen ylläpitäminen on mahdollista Pixoffin resursseilla. Toiminto on toteutettava ja otettava käyttöön heti, kun tarvittava taustatyö on saatu tehtyä ja toimintaa on mainostettava sivustolla ja muilla Pixoffille mahdollisilla markkinointikanavilla. Jälleen kerran luovuus voi olla markkinoinnissa resursseja suurempi valtti.

7.6 Yhteistyökumppanuuksien etsiminen

Vanhoihin sekä mahdollisiin uusiin yhteistyökumppaneihin on otettava yhteyttä ja tiedusteltava yhteistyömahdollisuuksista. Aluksi on tähdättävä yhteen yhteistyökumppaniin tai yhteistyökumppanien rykelmään, jotta yhteistyöhön voidaan panostaa riittävästi ja sen ylläpitäminen on rajatuilla resursseilla mahdollista. Myöskään Pixoffiin jo tällä hetkellä suunnitteilla olevia toimintoja ei pidä unohtaa – festivaalikalenteri olisi tässä vaiheessa jo hyvä olla olemassa, jolloin sitä voisi hyödyntää markkinoinnissa ja yhteistyökumppanuuksien rakentamisessa. Yksittäisen yhteistyökumppanin kanssa on tehtävä pitävä sopimus jonkinasteisen yhteistyön toteuttamisesta.

7.7 Yhteistyön aloittaminen

Yhteistyökumppanin kanssa on ideoitava konkreettinen yhteistyötä korostava toimintamalli, jonka taustatyö ja suunnittelu on aloitettava välittömästi yhteistyökumppanin löydyttyä. Yhteistyökuvion toteuttamisen aloitusajankohta on arvioitava tilanteen mukaan. Kun sivusto on saatu heräämään ja aktiivisuutta on havaittavissa vähintään omistajaorganisaation sisällä, yhteistyön konkretisoituminen ja suosio on todennäköisempää. Ideaalein yhteistyön muoto olisi sellainen, jossa Pixoffin ladattaville elokuville tarjottaisiin laajempaa mahdollisuutta päästä esille, jolloin oltaisiin mukana luomassa uutta toimintamallia lyhytelokuvien esittämiselle. Esimerkkiyhteistyökumppani voisi olla esimerkiksi Kettupäivät-lyhytelokuvafestivaali tai paikalliset, Pohjois-Karjalan alueella toteutettavat elokuvatapahtumat. Myöskään Pixoffin yhteistyökuvioita Indietaivaan ja Kelaamon kanssa ei pidä unohtaa, vaan niitäkin on suunniteltava ja kehitettävä tilanteen mukaan jatkuvasti pidemmälle.

Jatkossa kehittämiseen tähtäviä toimia on suunniteltava sen mukaan, kuinka aiemmat toimenpiteet ovat sivustoon vaikuttaneet. Tämän opinnäytetyön analysointi- ja tulokset -osioissa esiin nousseiden ideoiden hyödyntämistä kannattaa harkita pitkin kehittämisprosessia. Tärkeintä on, että kehittämiseen tähtäävä toiminta on jatkuvaa.

8 Pohdinta

Verkkosivuston kehittäminen on opinnäytetyön aiheena hankala, sillä aihe on kovin laaja ja elää jatkuvasti. Tässä opinnäytetyössä painopiste oli työn tekijän sekä toimeksiantajan tarpeissa saada selville, mitä sivustolle tulisi tehdä, jotta sen suosio ja sitä myötä hyödynnettävyys kasvaisi. Tutkimusaineistona Laineen opinnäytetyö sekä Pixoffin esiselvitys tarjosivat kattavan määrän tietoa Pixoffin kehittämisestä. Pelkästään näiden aineistojen pohjalta olisi voinut muodostaa monenlaisia ideoita sivuston kehittämiseen.

Tarve käyttäjien haastattelemiseen ilmeni, sillä suhde käyttäjiin eli sivuston tärkeimpään osaan oli lähes olematon. Käyttäjistä tallennettu tieto oli monelta osin vanhentunutta. Haastattelut avarsivat Pixoffin kehittämisen näkökulmaa käyttäjälähtöisemmäksi ja samalla sivuston laajemman hyödyntämisen mahdollisuudet tulivat paremmin näkyville. Tärkeätä oli myös, että käyttäjiltä tulleen palautteen perusteella toimenpidekehotuksia voitiin priorisoida kronologiseen järjestykseen. Viimeistään haastattelujen kautta myös Pixoffin todellinen kehitystarve selkeni.

Jotta käyttäjien ideoita ja mielipiteitä olisi voinut hyödyntää täydellä teholla toimenpidekehotuksia muodostettaessa, haastateltavia olisi voinut olla reilusti enemmänkin. Myös pelkästään muiden sivustojen käyttäjien haastatteleminen olisi tuonut tutkimukselle lisäarvoa. Haastattelumenetelmänä olisi tällöin toiminut kasvokkain toteutettavat teemahaastattelut tai ehkä kaikkein parhaiten kohderyhmän toimintaa taustalta tarkkaileva tutkiva havainnointi, mutta tässä tapauksessa haastattelut jouduttiin toteuttamaan sähköisesti. Sähköisten haastattelujen myönteinen puoli on, että Pixoffin päätoimittajan rooli haastattelijana todennäköisesti pieneni. Kasvokkain tai esimerkiksi puhelimitse vastaajat olisivat voineet tuntea olonsa epämukavaksi keskusteltaessa Pixoffin puutteista sivuston päätoimittajan kanssa ja terävimmät parannuskehotukset olisivat voineet jäädä sanomatta. Näin sähköinen haastattelu todennäköisesti kasvatti vastausten luotettavuutta, kun vastaajat saivat säilyttää normaalimaailman anonymiteettinsä ja kertoa mielipiteensä ”ruudun takaa”.

Ongelmalliseksi työprosessin etenemisessä muodostui se, että opinnäytetyön tekijä oli kiinteässä suhteessa opinnäytetyön aiheeseen. Opinnäytetyön aiheisiin liittyvää kokemuspohjaista lisätietoa olisi ollut tarjolla runsaasti, mutta rön-syilyn välttämiseksi näkökulmaa piti tarkentaa ja rajata useaan otteeseen. Maksimaalisen hyödyn tuottamiseksi olisi ollut järkevää, että ainakin opinnäytetyön kyselyosuuden olisi toteuttanut joku muu, jolloin oleellinen tieto olisi ollut nostettavissa selkeämmin esiin. Pixoffin päätoimittajana opinnäytetyön tekijä tarttui pienimpiinkin yksityiskohtiin lopputuloksen kannalta turhan herkästi. Tavoitteiden mukaisia tuloksia kuitenkin saatiin aikaan ja seuraava askel on hyödyntää niitä.

Opinnäytetyön suurin uhkakuva on se, että toimenpidekehotuksia ei voida resurssien puutteessa ottaa käyttöön. Vaikka toimenpidekehotukset on pyritty muodostamaan pienet resurssit huomioon ottaen, toimenpiteet tuovat välttämättä lisätyötä Pixoffin kanssa työskenteleville. Myös sen vuoksi Pixoffin integroiminen suuremmaksi osaksi Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskusta on toimenpidekehotuslistan alkupäässä, sillä tiiviimpi yhteistyö omistajaorganisaation kanssa toisi lähes väistämättä lisää resursseja Pixoffille. Resurssien lisääminen taas on edellytys sille, että kaikki toimenpidekehotukset voitaisiin toteuttaa riittävän nopeasti.

Toisena uhkakuvana on, että vaikka kaikki toimenpidekehotukset hyödynnettäisiin täydellisesti, sivusto ei silti aktivoituisi vaan kuihtuisi kokoon. Etukäteisspekulointi kuitenkin vain hukkaa kallista aikaa, joten toimeen sivuston kehittämiseksi on ryhdyttävä mahdollisimman pian. Kehittäminen ja varsinainen kehitys tulee joka tapauksessa olemaan hidasta. Luovilla, innovatiivisilla ratkaisuilla, jollaisia Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskus pystyy tuottamaan, kehitystä voisi kuitenkin nopeuttaa. Vain aika näyttää, kuinka Pixoffille käy. Selvää on kuitenkin se, että jossain vaiheessa resursseja sivuston kehittämiseen ja kehityksen ylläpitämiseen on lisättävä.

Toimenpidekehotukset eivät ole opinnäytetyön lopullinen arvo. Vaikka sisältö on tuotettu Pixoffia ja toimeksiantajaa silmällä pitäen, kyselytutkimuksessa lyhyt-

elokuvasivustojen käyttäjiltä saatu ajankohtainen tieto on muidenkin lyhytelokuva- ja videonjakelusivustojen käytettävissä.

Lähteet

- Aalto, T. & Uusisaari, M. 2009. Nettielämää. Sosiaalisen median maailmat. Helsinki: BTJ Kustannus. Saatavana myös verkkokirjana: <http://www.nettielamaa.fi/Nettielamaa.html>.
- Alasuutari, P. 2001. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.
- Minun elokuvani. Elokuvasvatuskeskus Metka. <http://www.mediametka.fi/direct.aspx?area=page&prm1=10>. 25.3.2011.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Eskola, J. & Vastamäki, J. 2007. Teemahaastattelu: Opit ja opetukset. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.); Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-Kustannus, 25–43.
- Helsingin Sanomat 9.10.2006. Google ostaa Youtuben. <http://www.hs.fi/talous/artikkeli/Google+ostaa+YouTube/1135222189684>. 22.3.2011.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Kananen, J. & Ijäs, E. (toim.). 2008. KVALI: Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Laine, H. 2009. Sosiaalinen media ja yhteisöllisyys – Tarkastelussa Pixoff – Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Koulukino. 2011. Kelaamo-yhteisöön oma osio elokuvakasvatukselle. <http://www.koulukino.fi/index.php?content=uutinen&id=424>. 11.3.2011.
- Metsämuuronen, J. 2005. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. Helsinki: Gummerus.
- Metsämuuronen, J. (toim.). 2006. Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Helsinki: Gummerus.
- Metsämäki, M. 2000. Verkkopalvelun suunnittelu. Helsinki: Edita.
- Mäkelä, K. 1990. Kvalitatiivisen analyysin arviointiperusteet. Teoksessa Mäkelä, K. (toim.); Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta. Helsinki: Gaudeamus, 42–59.
- Mäki, M. 29.6.2007. Ei ihme että Youtube ärsyttää kilpailijoita. Digitoday. <http://www.digitoday.fi/viihde/2007/06/29/ei-ihme-etta-youtube-arsyttaa-kilpailijoita/200716082/66>. 22.3.2011.
- Nielsen, J. 2000. WWW-suunnittelu. Helsinki: Edita.
- Ojala, T. 2011. Ylläpitäjä. Indietaivas. Suullinen keskustelu 28.1.2011.
- Parkkinen, J. 2002. Hyvään verkkopalveluun! Helsinki: Inforviestintä.
- Rantala, J. 2010. Kyselytutkimus Internetin yhteisöpalveluista opiskelijoiden keskuudessa. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Tekniikan yksikkö. Opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201005108691>.
- Reponen, E. 2009. Markkinointi pienillä resursseilla. Funky Awards – palkintogaalan markkinoinnin tehostaminen. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-200912047005>.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

- Tuovinen, T. 2008. Pixoff.com. Pixoffin rooli digitaalisessa ekosysteemissä. Esi-
selvitys 12.6.2008. DOORStories Media.
- Valli, R. 2007. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa Aaltola, J. (toim.) & Valli R.
(toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineiston keruu:
virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-Kustannus, 102-125.
- Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.
- Youtube. 2011. Tilastot. http://www.youtube.com/t/press_statistics. 12.3.2011.