



# MUSIIKIN LAILLINEN DIGITAALINEN JAKELU - PERINTEINEN CD-LEVY VASTAAN NÄKYMÄTÖN BITTIJONO

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelman opinnäytetyö  
Äänen suuntautumisvaihtoehto  
Kevät 2007

**Mervi Vuorela**

## OPINNÄYTETIIVISTELMÄ

Osasto Viestintä	Erikoistumisala Ääni
Tekijä Mervi Vuorela	
Työn nimi Musiikin laillinen digitaalinen jakelu - perinteinen cd-levy vastaan näkymätön bittijono	
Lopputyön laji Kirjallinen	
Työn valmistumisaika 26.4.2007	Sivumäärä 61
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tässä opinnäytetyössä käsitellään musiikin laillista digitaalista online-jakelua suomalaisen verkkomusiikkibisneksen näkökulmasta. Keskeisimpänä tavoitteena pyritään selvittämään, onko verkkokaupasta ladattu musiikkiedosto parempi vai huonompi vaihtoehto kuin kaupasta ostettu cd-levy. Aluksi esitellään digitaalisen musiikkijakelun keskeisimmät osatekijät. Tämän jälkeen näitä osatekijöitä peilataan viiteen Suomessa toimivaan verkkomusiikkikauppaan. Lopuksi käsitellään suomalaista latauslistaa ja tehdään yhteenvetoa digitaalisen musiikkijakelun hyvistä ja huonoista puolista. Työn lähteenä on käytetty omia verkkokauppakokemuksiani, Internet-artikkeleita sekä alan ammattilehtiä ja -kirjallisuutta.</p>	
Aineisto Omat kokemukset, Internet, alan ammattilehdet, kirjallisuus	
Asiasanat Internet, verkkomusiikkikaupat, digitaalinen musiikkijakelu	
Säilytyspaikka TAMK / Taide ja viestintä	
Muita tietoja	

THESIS

SUMMARY

Department Media Production	Area of specialisation Sound Design
Author Mervi Vuorela	
Title The legal digital music distribution - traditional Compact Disc against invisible bitline	
Sort of Final Thesis (Written / Project / Portfolio) Written	
Date 26.4.2007	Number of pages 61
<p>Summary</p> <p>This thesis is discussed about the legal digital music distribution from the perspective of Finnish online store business. The main goal is aimed to clear up whether the downloaded music file is a better option than the traditional Compact Disc. The main parts of the digital music distribution will be introduced first. Then these parts will be reflected to the five online music stores working in Finland. The thesis will also be discussed about the official Finnish Download Chart. Eventually, the thesis will be summerized the good and the bad qualities of digital music distribution. As the source of the thesis, there has been used my personal net store experiences, Internet articles, trade magazines and literature.</p>	
Material (e.g. audio / video tape, photographs, slides, paintings, statues...) My own experiences, Internet, trade magazines, literature	
Key words Internet, online music stores, digital music distribution	
Filing Tampere Polytechnic, Art and Media	
Other information	

# SISÄLLYS

1. JOHDANTO	6
2. DIGITAALISEN MUSIIKIJAKELUN OSATEKIJÄT	8
2.1 Tiedostoformaatti	8
2.1.1 Mp3	9
2.1.2 AAC / Mp4	9
2.1.3 WMA	10
2.1.4 Ogg Vorbis	10
2.1.5 Yhteenveto	11
2.2 Hinta	12
2.2.1 Musiikkibisnes vastaan kuluttaja	12
2.2.2 Rahoille vastinetta	13
2.2.3 Talouskasvua ja hintakilpailua	14
2.3 Käyttöehdot	15
2.3.1 Mikä ihmeen DRM?	16
2.3.2 Kopiosuojauksen hyödyt	16
2.3.3 Kopiosuojauksen haitat	17
2.3.4 DRM-suojauksen kiertäminen	19
2.3.5 Uusi tekijänoikeuslaki ja sen vaikutukset kopiosuojattuihin musiikkitiedostoihin	20
2.3.6 Yhteenveto	20
2.3.7 Katse tulevaan	21
2.4 Musiikkivalikoima	23
2.5 Käyttöliittymä	24
2.6 Maksuvaihtoehdot	25
2.7 Laitevaatimukset	26
3. SUOMESSA TOIMIVAT VERKKOMUSIIKKIKAUPAT	28
3.1 iTunes Music Store	29
3.1.1 Käyttöliittymä	30
3.1.2 Musiikkivalikoima, tiedostoformaatti, hinnoittelu ja maksuvaihtoehdot	31
3.1.3 Käyttöehdot	32

3.1.4	iPod ja iPhone	33
3.1.5	Extrat	34
3.2	NetAnttila	36
3.2.1	Musiikkivalikoima ja kuunteluedellytykset	37
3.2.2	Tiedostoformaatti	38
3.2.3	Käyttöliittymä, hinnoittelu, maksuvaihtoehdot ja käyttöehdot	39
3.2.4	Tulevaisuusskenaarioita	39
3.3	Biisi.fi	40
3.3.1	Asiakkaiden resurssien käyttö	41
3.3.2	Tietoturva ja yksityisyyden suoja	42
3.3.3	Käyttöehdot	42
3.3.4	Musiikkivalikoima, tiedostoformaatti, hinnoittelu ja maksuvaihtoehdot	43
3.3.5	Käyttöliittymä	43
3.4	MSN Music / Cdon.com Finland	45
3.4.1	Kuunteluedellytykset, tiedostoformaatti ja käyttöehdot	45
3.4.2	Musiikkivalikoima, hinnoittelu, maksuvaihtoehdot ja käyttöliittymä	46
3.5	Levyvirasto	47
3.5.1	Musiikkivalikoima	48
3.5.2	Tiedostoformaatti, käyttöehdot, hinnoittelu ja maksuvaihtoehdot	48
3.5.3	Käyttöliittymä	49
3.6	Muita suomalaisia verkkomusiikkikauppoja	51
3.6.1	Suomalainen mobiilimusiikkibisnes	51
4.	SUOMALAINEN LATAUSLISTA	52
4.1	Kuinka digitaalinen lista toimii - vai toimiiko ollenkaan?	52
4.2	Latauslista vastaan singlelista	53
5.	YHTEENVETO	55
	LÄHTEET	57

## 1. JOHDANTO

Kaikki tietävät, että waretus eli musiikin lataaminen Internetistä ilman oikeuksia on laitonta. Kaikki eivät kuitenkaan tiedä, että netissä toimii myös monta laillista musiikinlatauspalvelua. Vuonna 2004 toimintansa aloittanut iTunes osoitti, kuinka tehokas jakelukanava sähköinen musiikkikauppa voi parhaimmillaan olla. Aluksi musiikkitiedostojen myyntiä vauhdittivat mp3-soittimet, sitten Applen iPod-soitin ja musiikkikännykät. Optimistisimmat tutkijat ovat ennustaneet, että vuonna 2009 digimarkkinoiden osuus koko musiikkimyynnistä olisi peräti 30%. Täytyy kuitenkin muistaa, että nettimusiikkibisneksestä kuitattavat voitot ovat vielä pieniä verrattuna waretuksesta koituihin tappioihin.

Musiikin digitaalinen jakelu poistaa musiikin tekijän ja kuluttajan väliltä monta porrasta. Siksi on luonnollista, että tämänhetkinen murrostilanne herättää suuria tunteita sekä levy-yhtiöissä että musiikkikuluttajissa. Jos digitaalisesti jaeltavan musiikin nousukiito jatkuu nykyistä tahtia, herää kysymys, miten levy-yhtiöiden ja jakelufirmojen käy tulevaisuudessa. Entä mitä tapahtuu levykauppojen työntekijöille ja cd-levyjä monistaville yhtiöille?

Tässä lopputyössä käsittelem musiikin laillista digitaalista online-jakelua suomalaisen verkkomusiikkibisneksen näkökulmasta. Tavoitteenani ei ole kosiskella levy-yhtiöitä, ajaa artistien tekijänoikeusetuja tai puffata musiikin digitaalisia kauppapaikkoja. Lähestymistapani on siis puhtaasti kuluttajalähtöinen ja omiin kokemuksiini perustuva.

Tärkeimpänä päämääränäni on luoda kriittinen yleiskatsaus tämänhetkiseen suomalaiseen verkkomusiikkibisnekseen. Monet nykyisistä verkkokaupoista eivät toimi, koska ne eivät pysty palveluillaan ja käytettävyydellään haastamaan perinteisiä cd-levyjä ja vertaisverkkoa. Vaikka sähköisten musiikkikauppojen kehitys on kulkenut vuosi vuodelta parempaan suuntaan, moni verkkokauppa asettaa yhä levy-yhtiöiden edun kuluttajalähtöisen kaupankäynnin edelle. Työni keskeisin kysymys on siis pohtia, onko verkkokaupasta ladattu musiikkitiedosto parempi vai huonompi vaihtoehto kuin kaupasta ostettu cd-levy.

Tämä työ on suunnattu kaikille sähköisissä musiikkikaupoissa asioiville kuluttajille ja latauspalveluiden ylläpidosta vastaaville verkko-operaattoreille. Lisäksi haluan osoittaa sanani verkkokauppojen musiikkivalikoimista ja kopiosuojauksista päättävälle levy-yhtiöille. Jos levy-

yhtiöt haluavat päihittää Internet-piratismin, niiden on liittouduttava musiikinkuluttajien puolelle, ei heitä vastaan. Näin ollen toivon, että työni herättää keskustelua ja lisää niin musiikkibisneksen kuin verkkokauppa-asiakkaidenkin keskinäistä ymmärrystä.

Työni lähteenä olen käyttänyt pääasiassa omia verkkokauppakokemuksiani. Lisäksi olen turvautunut Internetistä poimimiini artikkeleihin sekä alan ammattilehtiin ja -kirjallisuuteen.

## 2. DIGITAALISEN MUSIIKKIJAKELUN OSATEKIJÄT

Online-jakelulla tarkoitetaan Internetin välityksellä tapahtuvaa musiikkijakelua, joka voidaan jakaa sekä fyysiseen että digitaaliseen jakeluun. Fyysinen jakelu tarkoittaa CD-levyjen toimittamista Internetissä toimiville kauppapaikoille, digitaalinen jakelu puolestaan musiikkitiedostojen toimittamista iTunesin tai Walmartin kaltaisille palveluntarjoajille. Tässä lopputyössä keskityn digitaalisen online-jakelun tutkimiseen.

Musiikkitiedostojen digitaaliselle jakelulle ei ole asetettu minkäänlaista yhtenäistä standardia, minkä seurauksena verkkokaupat saavat itse päättää jakelemansa musiikin tiedostoformaateista, hinnoista ja kopiosuojauksista. Tämä hankaloittaa sekä musiikkia lisensoivien levy-yhtiöiden että verkkokaupassa asioivien kuluttajien arkea.

Millä kriteereillä musiikin verkkokauppoja sitten voidaan vertailla? Avainsanoja ovat ladattavan musiikin tiedostoformaatti (eli äänenlaatu), hinta ja käyttöehdot. Muita olennaisia tekijöitä ovat verkkokaupan musiikkivalikoima, käyttöliittymä, maksuvaihtoehdot ja laitevaatimukset. Näistä lisää seuraavissa luvuissa.

### 2.1 TIEDOSTOFORMAATTI

Digitaalista musiikkia saa nykyisin monessa muodossa. Venäläistä Allofmp3.comia lukuun ottamatta lähes kaikki sähköiset musiikkikaupat myyvät häviöllisesti pakattuja äänitiedostoja, joissa alkuperäinen audiodata on pakattu normaalia pienempään tilaan. Tällöin osa ääni-informaatiosta katoaa ja äänenlaatu heikkenee. Yleisimpiä verkossa käytettyjä pakkausformaatteja ovat mp3, AAC, WMA ja Ogg Vorbis.

Häviöllisessä pakkauksessa äänisignaalista poistetaan toistuva ja tarpeeton data. Menetelmä perustuu ihmiskorvan psykoakustisiin ominaisuuksiin, jolloin audiosignaalista tuhoetaan kaikki kuulokynnyksen ulkopuolelle jäävät äänet. Poistettavat äänet ovat usein joko hyvin matalia tai hyvin korkeita (>16 kHz) taajuuksia. Tällaista äänen pakkausmetodia kutsutaan säästö- eli reduktiokoodaamiseksi (Salo 2004, 11).



Käytännössä pakkauksen huomaamattomuus riippuu käytetystä algoritmista ja pakkaussuhteesta. Cd-tasoinen ääni vie tilaa yli 1411 kilobittia sekunnissa, kun taas häviöllisesti pakattu ääni puristetaan noin kymmenesosaan alkuperäisestä. Tiedonsiirtonopeus (eli bittinopeus) voi olla joko kiinteä tai pakattavan äänen vaatimusten mukaan vaihteleva. Näistä jälkimmäinen tuottaa parempilaatuisen lopputuloksen. (Paakkanen 2005, 57.)

### 2.1.1 Mp3

MPEG-1 Audio Layer 3 eli tutummin mp3 on maailman suosituin häviöllinen äänenpakkausmenetelmä, joka periytyy vuoden 1993 MPEG-1 -standardista. Mp3-tiedostojen bittinopeuksissa on huomattavia eroja, mutta yleensä siirtonopeudet sijoittuvat 32 kbit/s - 320 kbit/s välille. Suurempi tiedonsiirtonopeus merkitsee laadukkaampaa ääntä, mutta vastaavasti suurempaa tiedostokokoa. On sanottu, että parhailla nykyisillä ohjelmistoilla mp3 yltää cd-äänien tasolle 160 kbit/s - 224 kbit/s välillä olevilla bittinopeuksilla. (Wikipedia<sup>1</sup> 2007.)

Yksi Mp3-formaatin suurimmista vahvuuksista on sen yleisyys. Jokainen käyttöjärjestelmä, suurin osa cd-soittimista ja lähes kaikki kannettavat mediasoittimet tukevat mp3-tiedostoja. Nykyisin formaattia ymmärtävät myös monet autosoittimet, dvd-laitteet, pelikonsolit ja kännykät. Musiikin verkkokaupassa mp3 on alakynnessä, koska sen standardiin ei sisälly levy-yhtiöiden vaatimaa DRM-suojauksia (katso luku 2.3). Mp3-muotoon pakatut kappaleet eivät myöskään soi saumattomasti, vaan jättävät erillisten tiedostojen väliin pienen tauon (Paakkanen 2005, 57).

### 2.1.2 AAC / Mp4

Mp3:n virallinen seuraaja on MPEG-4 -standardiin kuuluva Advanced Audio Coding eli AAC, jonka tunnistaa joko mp4- tai aac-päätteisestä tiedostonimestä. AAC on edeltäjänsä tehokkaampi, minkä seurauksena se vie vähemmän tilaa ja kuulostaa pienillä bittinopeuksilla paremmalta kuin mp3. (Paakkanen 2005, 57.) Cd-tasoinen äänen saavuttamiseen vaaditaan kuitenkin vähintään 160 kbit/s vastaava tiedonsiirtonopeus.

Vuoden 2004 huhtikuussa Apple ilmoitti, että sen iPod-tuotteet ja iTunesista ladattavat kappaleet alkavat tukea AAC-muotoa. AAC-tiedoston DRM-suojauksena toimii Applen kehittämä Fairplay, joka ei ole osa mitään virallista standardia (Wikipedia<sup>2</sup> 2007). Suojatut mp4-päätteiset AAC-

tiedostot toistuvat vain Applen iTunes-jukeboxilla ja iPod-soittimissa. Macintoshin lisäksi AAC-ääntä toistavia soitinohjelmia on kehitetty ainakin Windowsille ja Linuxille.

Vaikka AAC-tiedostoja ymmärtävät laitteet ovat vielä harvassa, muutama Nokian matkapuhelinmalli on liittynyt AAC:n kannatusjoukkoihin. Uudemmat Nokian mallit (esim. N91) tukevat sekä tavallisia AAC-tiedostoja että kehittyneempiä AAC+ ja eAAC+ -tiedostoja (Nokia 2007). Liekö syy iTunesin huimassa suosiossa, mutta viime vuosina myös yhdysvaltalainen Motorola ja eteläkorealainen Samsung ovat lisänneet AAC-tuella varustettujen puhelimiensa määrää.

### **2.1.3 WMA**

Microsoftin panos ääniformaattisotaan on Windows Media Audio eli WMA, joka vastaa pakkaustehokkuudeltaan likimain AAC:ta. Äänenlaadullisesti WMA ei pärjää mp3:lle, mutta päihittää kilpakumppaninsa muun muassa tiedostojen streamauksessa ja kappaleiden kopiosuojauksissa. WMA-tiedostot soveltuvat myös saumattomaan toistoon, mikäli käytettävä soitin ja tiedoston muunto-ohjelma tukevat tätä ominaisuutta. (Paakkanen 2005, 57.)

DRM-suojauksella varustetut WMA-tiedostot eivät toimi missään muussa käyttöjärjestelmässä kuin Windowsissa. Macintoshille ja Linuxille on saatavilla joitain WMA-yhteensopivia toistimia, mutta parhaimmillaan formaatti on Windows-alustalla (Paakkanen 2005, 57). WMA on kytketty Windowsin Media Player -pakettiin, minkä seurauksena muut soittimet eivät pysty hyödyntämään WMA:n ominaisuuksia. Kannettavissa laitteissa WMA on toiseksi yleisin formaatti heti mp3:n jälkeen.

### **2.1.4 Ogg Vorbis**

Ogg Vorbis on patentiton ja lisenssimaksuton äänenpakkausmenetelmä, joka pohjautuu avoimeen lähdekoodiin. On sanottu, että etenkin matalilla bittinopeuksilla Ogg kuulostaa paremmalta kuin mp3 tai WMA. Hyvä äänenlaatu ja ilmainen käytettävyys ovatkin seikkoja, jotka tekevät Ogg:sta mainion formaatin esimerkiksi aloittelevien yhtyeiden musiikin levitykseen. Ogg Vorbis on myös streamattavissa, minkä lisäksi formaatti tukee monikanavaista ääntä ja muuttuvaa bittivirtanopeutta.

(Salo 2004, 12.) Ogg-tiedosto ei rajoitu ainoastaan Vorbis-äänidataan, vaan voi sisältää myös FLAC-, Theora- ja Speex-koodekeilla pakattua ääntä (Wikipedia<sup>3</sup> 2006).

Ogg Vorbisin haittana voidaan pitää formaatin epäyleisyyttä ja laitevalmistajien vähäistä tukea. Lisäksi Ogg-pakkauksen purku vaatii enemmän prosessoritehoa kuin esimerkiksi mp3:n purkaminen. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että Oggia käyttävien laitteiden toisto-aika on lyhyempi suhteessa mp3:een. Ogg Vorbis toimii parhaiten Linux-alustalla, mutta Xiph-säätiön kehittämien QuickTime -komponenttien avulla formaatti saadaan sovitettua myös Macintosh- ja Windows-ympäristöön. (Wikipedia<sup>3</sup> 2006.)

### 2.1.5 Yhteenveto

Omien havaintojeni perusteella tavallinen musiikinkuluttaja ei kiinnitä paljoakaan huomiota Internetistä lataamansa musiikin tiedostoformaattiin ja äänenlaatuun. Janan toisesta päästä löytyvät alalle vihkiytyneet audio-hifistit, joiden mielestä kaikki pakatut äänitiedostot ovat kuuntelukelvotonta kuraa. Nämä kultakorvat tuskailevat taajuuskaistan ja dynamiikan vääristymistä ja vaativat yli 300 kbit/s -tasoista äänenlaatua. Paradoksaaliseksi tilanteen tekee se, että netistä ladattua musiikkia kuunnellaan yleensä joko kannettavien soittimien pienillä nappikuulokkeilla tai tietokoneen halvoilla muovikaiuttimilla. Ainakaan minä en tuolloin erota vaikkapa 160 kbit/s ja 196 kbit/s -laatuisten äänitiedostojen eroja.

Saatavilla olevien tiedostoformaattien äänenlaatu kelpaa siis enemmistölle verkkokauppojen asiakkaista. Toisin kuin usein kuvitellaan, vain harva musiikinkuluttaja vaatii hifiä - kuunneltiinhan ennenkin kohisevia kasetteja ja rahisevia vinyylejä. Äänenlaatua suurempi ongelma liittyykin markkinoilla olevien tiedostomuotojen moninaisuuteen. Kun Applen suosittu iPod-soitin ei ymmärrä WMA:ta ja Windows Media Player kiukuttelee ACC:lle, kuluttaja hämmentyy ja kokee tulleen petetyksi. Verkkokauppojen pitäisikin kehittää yhtenäinen tiedostoformaatti, joka toimisi kaikissa käyttöjärjestelmissä ja kaikissa mediasoittimissa. Jos formaattisekamelska jatkuu, vaarana on asiakkaiden kyllästyminen, verkkomusiikkibisneksen taantuminen ja piratismien uusi nousukausi. Miksi ihmiset maksaisivat vaikeista palveluista, jos musiikkia voi ladata myös helposti ja ilmaiseksi?

## 2.2 HINTA

Musiikin digitaalinen jakelu poistaa levy-yhtiön ja kuluttajan väliltä monta taloudellista porrasta. Kun levyjä ei enää tarvitse mekanisoida, monistaa eikä jaella (kansien painamisesta puhumattakaan), musiikin luulisi olevan huomattavasti halvempaa kuin tavallisessa levykaupassa. Todellisuudessa tilanne ei kuitenkaan ole aivan näin päivänselvä. Kapitalistisen bisnesajatteluun mukaisesti levy-yhtiöt ovat sortuneet samaan hintatemppuun kuin vuonna 1982 lanseerattujen cd-levyjen kohdalla. Mikäpä olisikaan sen loogisempaa, kun tuplata musiikin hinta valmistuskustannusten puolittuessa?

Suomessa toimivat nettikaupat myyvät musiikkikappaleita noin 0,99 - 1,39 eurolla ja albumeja noin 9,99 - 13,90 eurolla. Tästä hinnasta levy-yhtiöt nappaavat 65 %, artistit noin 5-6 % ja tekijänoikeusjärjestöt noin 8-12 %. Loput tulot menevät maksuliikennekuluihin, kaistayhteyksiin ja muihin tietoliikennekustannuksiin. (Snellman 2004.) Kuten hintapiirakan jakautumisesta voi päätellä, download-palveluista kuitattavat voitot ovat vielä hyvin pieniä.

Verkkomusiikkibisnekselle onkin tärkeää, että kuluttajat hankkisivat myös musiikinkuunteluun tarvittavia mp3-soittimia ja muita kannettavia laitteita. Tähän mennessä musiikin nettijakelusta ovat hyötynneet lähinnä verkko-operaattorit.

### 2.2.1 Musiikkibisnes vastaan kuluttaja

Pitäisikö Internetistä ladattavan musiikin sitten olla kalliimpaa? Monet levy-yhtiöiden edustajat ovat sitä mieltä, että Applen iTunes pilasi verkkomarkkinat 99 sentin tasahinnoittelumallillaan. Etenkin artistien managerit ja rojaltien kerääjät ovat korostaneet, että yhden musiikkikappaleen pitäisi maksaa vähintään 1,40 euroa (Snellman 2004). Apple-pomo Steve Jobs kuitenkin pelkää, että hinnoittelun muuttaminen ja etenkin hintojen nostaminen ajaisi laillisen verkkomusiikin kuluttajat takaisin vertaisverkkojen käyttäjiksi (Ankle 2005). Jobsin pelko on aiheellinen, sillä verkkomusiikin ostoon liittyy vielä monia kuluttajan kannalta epävarmoja tekijöitä. Näitä ovat muun muassa tietoturvakysymykset, monimutkaiset DRM-järjestelmät ja vaihtelevat maksukäytännöt. Jos tähän päälle vielä lisätään epäselvä ja liian kallis hinnoittelu, verkkoasiakkaat saattavat säikähtää ja palata takaisin markettien CD-hyllyille.

Levy-yhtiöiden nihkeys lisensoida musiikkiaan järkevin ehdoin ja hinnoin on ehtinyt koitua monen aloittelevan verkkomusiikkikaupan tuomioksi. Tämän sai huomata muun muassa Suomen ensimmäisiin download-palveluihin kuulunut Emma.fm. Myös Steve Jobs kävi pitkiä neuvotteluja, ennen kuin kaikki suuret levy-yhtiöt (Universal, Warner Music, Sony BMG ja EMI) suostuivat hänen ajamaansa edulliseen tasahinnoittelumalliin. Levyteollisuuden edustajat hyväksyivät Applen tiukkaehtoisen sopimuksen, koska laittomien vertaisverkkojen pelko oli tuolloin niin suuri. Nyt levy-yhtiöt kokevat tullessa hyväksikäytetyiksi, minkä seurauksena etenkin EMI, Sony BMG ja Warner Music ovat vaatineet Jobsia luopumaan tasahinnoittelusta. Uutena vaihtoehtona on pidetty mallia, jossa uudet hittibiisit hinnoiteltaisiin vanhoja kappaleita kalliimmiksi. (Ankle 2005.)

Levy-yhtiöiden kiukuttelu kummastuttaa. Hiljattain Robbie Williamsia edustavan ie:music-manageriyhtiön perustajajäsen Tim Clark marisi Applelle siitä, kuinka yhtiön maksamat artistikorvaukset ovat liian pieniä. Väitökset tuntuvat absurdeilta, koska todellisuudessa iTunes ja muut musiikkikaupat ovat vain jälleenmyyntikanavia. Artistien saamat korvaukset eivät määräydy verkkokauppojen, vaan levy-yhtiöiden ja artistien välisissä sopimuksissa. Managerien kiukuttelu taitaakin johtua siitä, että verkkomusiikkibisnes pääsi yllättämään levyteollisuuden housut kintuissa.

### **2.2.2 Rahoille vastinetta**

Jos verkkomusiikkibisnes haluaa päästä kuluttajien kukkaroille, ladattavalle musiikille on keksittävä muutakin lisäarvoa kuin kotisohvalta hoitava shoppausprosessi. Verkkokauppojen positiivisia puolia ovat musiikkivalikoiman laajuus, kappaleiden esikuuntelumahdollisuus ja ulkomailla julkaistujen albumien nopea saatavuus. Jotkut verkkokaupat tarjoavat myös ostopäätöstä helpottavia levyarvioita ja suosituksia, joista lienee apua etenkin epävarmoille musiikinkuluttajille. Itse olen kuitenkin sitä mieltä, että monet ”objektiivisina” esitetyt levyarviot ovat vain levy-yhtiöiden rustaamia promootiotiedotteita.

Levymyyntitilastojen notkahdettua musiikkibisnes reagoi tilanteeseen lisäämällä cd-levyjen kylkiäisiksi musiikkivideoita, bonus-dvd:itä, näytönsäätäjiä ja muuta extra-materiaalia. Verkkokaupat vastasivat haasteeseen mahdollistamalla yksittäisten kappaleiden ostamisen, mutta sittemmin nettimusiikkibisnes on jäänyt cd-levyjen oheismateriaalibisneksen jalkoihin. Ladattavat albumit eivät tarjoa cd-levyille tyypillisiä bonus-biisejä, eivät kasvata levyhyllyn kokoa eivätkä

aina edes sisällä levykeräilijöille tärkeää kansitaidetta. Lisäksi kappalekohtainen kauppa tuntuu vääryydeltä niitä yhtyeitä kohtaan, joiden levyt ovat dramaturgisesti rakennettuja kokonaisuuksia. Jos tällaiselta levyltä kuuntelee yhden kappaleen, albumin tematiikka ja jännite menettävät merkityksensä. Tilanne on verrattavissa 200-sivuiseen romaaniin, josta voisi ostaa vain 20-sivuisia pätkiä. Toki on olemassa sellaisiakin yhtyeitä, joiden albumit sisältävät vain yhden tai kaksi hyvää biisiä. Toisaalta - näitä tapauksia varten julkaistaan singlejä.

Jos verkkokaupat haluavat päihittää tavalliset cd-levyt, niiden on joko laskettava hintojaan, parannettava käytettävyyttään tai lisättävä erityisominaisuuksiaan. Näitä erityisominaisuuksia voisivat olla vaikkapa harvinaiset bonus-, remix- ja live-biisit tai kiinteään kuukausimaksuun perustuva latauskäytäntö. Kuukausimaksu voisi tukea etenkin kokeellisia ja kunnianhimoisia artisteja, koska tällöin musiikinkuluttajalla olisi ”varaa” tutustua erilaisiin yhtyeisiin. Tuskinpa yrityksilläkään olisi mitään sitä vastaan, että heidän kuukausitulonsa olisi tällä tapaa varmistettu. Tällaisilla lisäominaisuuksilla jopa levyjenkeräilijät ja vertaisverkkosurffarit saattaisivat innostua maksullisen musiikin lataamisesta.

### **2.2.3 Talouskasvua ja hintakilpailua**

Äänitealan kansainvälinen etujärjestö IFPI arvioi, että vuonna 2006 digitaalista musiikkia myytiin noin 2 miljardin USA:n dollarin edestä. Myynnin arvo lähes kaksinkertaistui edellisen vuoden 1,1 miljardista. Laillisia eli tekijänoikeussuojan sisältäviä musiikkikappaleita ladattiin noin 795 miljoonaa kappaletta, mikä on 89 % enemmän kuin vuonna 2005. Kaikkiaan levyteollisuus lisensoi vuonna 2006 yli neljä miljoonaa kappaletta. (IFPI 2007.)

Markkinatutkimusyritys Forrester Researchin mukaan online-musiikin vahva kasvu jatkuu myös tänä vuonna. Kasvun syyksi yritys näkee alalla lisääntyneen kilpailun. Sekä musiikkia kauppaavien sivustojen että niiden tarjoamien kappaleiden ja palveluiden määrä ovat moninkertaistuneet viime vuosina. Selkeä markkinajohtaja on kuitenkin edelleen Apple, jonka iTunes Music Store hallitsee verkkomusiikkimarkkinoita lähes 70 prosentin ylivoimalla. (Ankle<sup>2</sup> 2005.)

Monopoliasemastaan huolimatta iTunes ei tule koskaan tuottamaan merkittävää taloudellista voittoa. Applea tilanne ei kuitenkaan voisi vähempää kiinnostaa. Yhtiön perimmäisenä liikeideana on myydä iPod-soittimia, jotka tukevat iTunesista ostettujen kappaleiden DRM-suojausta. iTunes

tuo brändille lisäarvoa, mikä taas vaikuttaa positiivisesti Applen osakekursseihin. Samoilla linjoilla ovat myös Pepsin, Coca Colan ja vaikkapa Gibsonin lanseeraamat verkkokaupat. Näille yrityksille musiikki on vain oheistuote, jonka tarkoituksena on tukea varsinaisen päätuotteen (kuten virvoitusjuoman) myyntiä.

Oli verkkomusiikkibisnes sitten kannattavaa tai ei, alalla vallitseva kilpailu on jo alkanut näkyä ladattavan musiikin hinnoissa. Amerikkalainen Walmart laski kappaleidensa hinnat 88 senttiin, koska heidän hinnoittelupolitiikkansa mukaisesti kaiken täytyy olla 10 % halvempaa kuin muualla. Todellinen hintasota käynnistyi vuoden 2004 syksyllä, jolloin yhdysvaltalainen RealNetworks alkoi myydä 49 sentin hintaisia kappaleita. Kampanja oli suora hyökkäys iTunesia vastaan, ja liittyi iPod-soittimen suljetusta tiedostoformaattista käytyyn kiistaan. Koska Apple ei vielä tähänkään päivään mennessä ole suostunut avaamaan suljettua formaattiaan, RealNetworks suunnitteli iTunesin käyttämän tiedostomuodon kaltaisen formaatin, joka kiertää iPodeihin asetetut rajoitukset. Kiistanalaisen tempauksen jälkeen RealNetworks alkoi mainostaa edullisia hintojaan juuri iPodien käyttäjille. Apple protestoi, mutta RealNetworks ei tehnyt elettäkään tilanteen muuttamiseksi. (Kotilainen 2004.) Kuulostaa sodalta, vai mitä?

Suomessa verkkokauppabisnes on vielä niin uusi ilmiö, että näyttäviä alennusmyyntikampanjoita on saanut metsästä kissojen ja koirien kanssa. Kärjistäen voisikin todeta, että suomalaisilla verkkokaupoilla on vielä paljon opettelemista sekä yksittäisten kappaleiden että tupla-albumien ja erikoislevyjen hinnoittelussa. Hiljattain NetAnttila myi CMX:n Cloaca Maxima -kokoelmaa hintaan 38,85 euroa. Loppusumma syntyi kolmesta levystä, joista jokainen maksoi 12,95 euroa kappale. Anttilan tavaratalosta samaa kokoelmaa sai hintaan 12,95 euroa...

## **2.3 KÄYTTÖEHDOT**

Vuonna 1999 toimintansa aloittanut Napster osoitti, kuinka tehokas musiikinjakelukanava Internet voi parhaimmillaan olla. Valtavan suosion saavuttaneen p2p-sovelluksen ainoa varjopuoli oli, etteivät muusikot ja levy-yhtiöt saaneet toiminnasta pennin pyörylää. Oikeusjuttujen saattamana Napsterin palvelimet suljettiin kesällä 2001. (Paakkanen 2005, 55.)

Ensi alkuun vaikutti siltä, ettei musiikkiteollisuudella ollut pienintäkään aikomusta siirtyä digiaikaan. Vanhakantainen ala piti piratismia liian suurena riskinä ja suosi sähköisen jakelun sijasta perinteistä cd-formaattia. Vasta iTunesin menestyksen myötä levy-yhtiöt oivalsivat digitaalisten jakelukanavien potentiaalisuuden ja innostuivat käyttöoikeudenhallinta- eli DRM-tekniikoiden kehittelystä.

### **2.3.1 Mikä ihmeen DRM?**

DRM (Digital Rights Management) on yleisnimi tekniikoille, joilla pyritään valvomaan ja rajoittamaan digitaalisten sisältöjen käyttöä. DRM ei ole pelkkä kopiointisuojaus, vaan sisältää median täydellisen hallinnan aina tiedoston jakelusta käyttäjän oikeuksiin saakka. (AfterDawn 2007.) Kun asiakas ostaa DRM-suojatun musiikkitiedoston, hän ostaa tiedoston kuunteluoikeiden, ei sen omistusoikeutta. Oikeuksilla on aikarajat, jolloin musiikki soi vain niin kauan, kun palvelua pyörittävä yritys on pystyssä. Tai paikkarajat, jolloin musiikki on ostettava eri kappaleina kotiin, työpaikalle, autoon ja kannettavaan soittimen. Tai laiterajat, jolloin musiikki on ostettava uudestaan vain sen vuoksi, ettei vierasta tiedostoformaattia ymmärtävää laitetta enää löydy mistään. Usein käyttöestojen todellinen luonne valkenee kuluttajalle vasta siinä vaiheessa, kun järjestelmä estää musiikkikappaleen kuuntelemisen tai kopioimisen.

DRM-suojauksen taso vaihtelee ankarasta sallivaan. NetAnttila ja Pepsi Max Music myyvät tiukoilla käyttöehdoilla suojattuja kappaleita, jotka voi polttaa kolmelle cd-levylle, siirtää kolmelle ulkoiselle soittimelle/kiintolevylle ja kuunnella kolmella eri tietokoneella (NetAnttila 2007). iTunesin käyttämä Fairplay-tekniikka ei ole aivan yhtä ankara, vaan sallii viisi tiedostonsiirtoa ja cd-levyjen rajattoman polttamisen (Wikipedia<sup>2</sup> 2007). Fairplay-tekniikalla suojatut kappaleet eivät kuitenkaan soi missään muualla kuin iPodissa ja iTunesin soitinohjelmassa.

### **2.3.2 Kopiosuojauksen hyödyt**

Kuvittele, että työsuoritukseksi on kopioitavissa. Kuvittele, että elantosi määräytyy työsuorituksestasi tehtyjen kopioiden myynnin perusteella. Kuvittele, että on olemassa järjestelmä, jossa tämä palkkausperuste toimii jotakuinkin oikeudenmukaisesti. Sitten joku keksii tavan, jolla työsuoritukseksi voidaan kopioida loputtomia kertoja ilman minkäänlaista korvausta. Tarvitaanko sinun työsuoritustasi enää?



DRM:n päätarkoituksena on suojella artistien tekijänoikeuksia. Kun musiikki on kopiosuojattua, sitä ei voi massakloonata eikä levittää vertaisverkkoon. DRM kriminalisoi toisten työllä saadun taloudellisen hyödyn ja huolehtii taiteilijoiden ja levy-yhtiöiden toimeentulosta. DRM myös avaa mahdollisuuksia superjakelun kaltaisiin bisnesmalleihin: ostat biisin kännykkääsi, maksat x euroa, lähetät biisin kaverillesi ja saat provision tästä hyvästä (Snellman 2004). Tämänkaltaisilla menetelmillä pystytään jäljittämään sisältöjä.

Vapaiden informaatiovirtojen maailmassa on kehitettävä välineitä kaupankäynnin turvaamiseksi. Kopiosuojausten takaa hahmottuukin pyrkimys turvata laillinen verkkomusiikkibisnes myös tulevaisuudessa. Et sinäkään käy työpaikallasi pelkän harrastuneisuuden vuoksi, vai käytkö?

### **2.3.3 Kopiosuojauksen haitat**

Tehdäänpä samanlainen ajatusleikki kuin edellisessä luvussa. Kuvittele fiksu ja korkeasti koulutettu viiden lapsen isä, joka lataa Anttilan verkkokaupasta Fröbelin Palikoiden uusimman levyn. Lapsille tulee riitaa levyn kuuntelusta, joten isä päättää ottaa levystä muutaman kopion. Korostettakoon vielä, että isä ei tee kopiota naapurille, ei myy kopioita kirpputorilla eikä levitä kopioita vertaisverkkoon. Isä tekee jotain rehellistä: kopioi levyn yksityiseen käyttöön. Hän kuitenkin epäonnistuu, koska levyn DRM-suojaus estää yli kolmen kopion tekemisen. Niinpä isä rippaa levyn takaisin koneelle, pääsee eroon kopiosuojauksesta ja polttaa neljä ylimääräistä kopiota. Nyt hän on rikollinen ja häntä voidaan rangaista ankarammin kuin henkilöä, joka on ladannut saman levyn ilmaiseksi laittomasta lähteestä. Kuulostaako oikeudenmukaiselta?

DRM-suojauksen suurin ongelma on siinä, että se kohdistuu tavallista käyttäjää vastaan. DRM ei kyttää järjestäytyntä rikollisuutta (kuten miljoonia korkealaatuisia piraattiväärennöksiä tuottavia ukrainalaisdiilereitä), vaan normaaleja ja pääosin rehellisiä kuluttajia. Tästä syystä suojauksia ei ole edes yritetty suunnitella insinöörinpitäviksi. Tai rekisterin muokkauksen pitäviksi. Tai enternäppäimen painamisen pitäviksi. Loppujen lopuksi DRM on tarkoitettu suojaksi kaikkein yksinkertaisimpia ja taitamattomimpia käyttäjiä vastaan. Onko tässä mitään järkeä?

DRM:n puolustajat tuntuvat unohtaneen, että vielä viime vuosikymmenellä musiikkia nauhoitettiin kasetille sekä radiosta että kirjaston cd-levyiltä. Nostettiinko asiasta tuolloin suuri meteli? Eipä

taidettu. Ainut tilanteesta marmattanut taho oli Britannian Phonographic Industry (BPI), joka lanseerasi tragikoomisen Home Taping Is Killing Music -kampanjan (Wikipedia<sup>4</sup> 2007). Toki musiikin kopiointi on tänä päivänä helpompaa kuin 80-luvulla, mutta niin on laillinen jakelukin. Musiikkiteollisuuden ei tulisi hankaloittaa musiikin ostamista monimutkaisilla DRM-suojauksilla, koska tällöin kuluttajat hakevat biisinsä suoraan vertaisverkosta. Musiikki on jo laitettu ilmaisjakeluun - miksei sitä siis voida myydä ilman typeriä kopiosuojauksia? Ainakin minun matematiikkani mukaan on pelkkää voittoa, jos äänitiedostoista todella maksetaan. Eikö kopiosuojausten pitäisi varjella tekijänoikeuksia, eikä vaikeuttaa musiikin laillista ostamista ja kuuntelua?



*Home Taping Is Killing Music -kampanjan logo ja siitä väännetty parodiaversio (Wikipedia<sup>4</sup> 2007)*

Ostin aikoinaan ensimmäiset DRM-suojatut musiikkikappaleeni Elisan Emma.fm -verkkokaupasta. Kauppa perustettiin vuonna 2001 ja lopetettiin vähin äänin pari vuotta myöhemmin. Palvelusta ostamani kappaleet eivät enää soi, koska kuunteluoikeuttani ei pystytä tarkistamaan. Sitä ei pystytä tarkistamaan, koska palvelua ei ole enää olemassa.

Kuten yllä olevasta esimerkistä voi päätellä, DRM-suojattuihin musiikkitiedostoihin liittyy valtava määrä epävarmuustekijöitä. Mitä jos nettikauppaa ylläpitävä operaattori menee nurin? Mitä jos tulevaisuuden käyttöjärjestelmät eivät tue Applen tai Microsoftin kopiosuojauksia? Mitä jos oikeudenhaltija eli myyjä päättää yhtäkkiä alkaa laskuttaa jokaisesta kuuntelukerrasta? Mitä jos PC:ni menee rikki ja haluan vaihtaa sen Linuxiin? Mitä jos soitinohjelmani lakkaa toimimasta käyttöjärjestelmän päivittämisen jälkeen? Mitä ostamilleni musiikkikappaleille sitten tapahtuu?

Tilanne on nurinkurinen. Vaikka asiakas on maksanut lataamastaan musiikista, hänellä ei ole oikeutta päättää sen käytöstä. Suojaukset estävät tiedostojen normaalin käytön ja antavat myyjälle

oikeuden päättää missä, millä, montako kertaa ja kuinka kauan DRM-ominaisuudella varustettuja musiikkikappaleita soitetaan. Näiden rajoitusten lisäksi asiakkaalla ei ole oikeutta myydä ostamiaan tuotteita eteenpäin. Eikö tämä ole lainvastaista? Mieti, jos joku kieltäisi sinua myymästä vanhoja cd-levyjäsi huuto.netissä tai kirpputorilla...

### 2.3.4 DRM-suojauksen kiertäminen

Kuten jo edellä on tullut ilmi, DRM on kaikkea muuta kuin vedenpitävä kopiosuojusmenetelmä. Suojauksen murtamiseen ei tarvita hakkerin älykkyydosamäärää, Teräsmiehen jättimuskeleita eikä Milla Magian taikasauvaa. Riittää, että käyttäjä polttaa ostamansa musiikkikappaleen cd-levylle ja palauttaa tiedoston takaisin tietokoneelle. Tadaa, kopiosuojaus on poistunut! Suojauksen voi murtaa myös huomaamattaan. Esimerkiksi Neron poltto-ohjelma kertoo cd-levyllä olevasta suojauksesta, mutta polttaa levyn varoituksesta piittaamatta. Ohjelma tekee äänitiedostosta imagen, jolloin DRM:stä pääsee näppärästi eroon. Täytyy kuitenkin muistaa, että musiikin äänenlaatu heikkenee häviöllisestä formaatista toiseen siirryttäessä.

Lähes kaikki digitaalista musiikkia myyvät verkkokaupat ovat joutuneet palvelun luotettavuutta testaavien hakkereiden kynsiin. Vuonna 2005 norjalainen Jon Lech Johansen kehitti PyMusique-nimisen sovelluksen, joka kiertää iTunesista ladattujen kappaleiden DRM-suojauksen ja mahdollistaa kerran ostettujen kappaleiden maksuttoman uudelleenlatauksen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että PyMusique kaappaa ostetun kappaleen ennen DRM-suojauksen lisäämistä. Toimenpide ei ole vaikea, koska iTunes lisää suojauksen vasta siinä vaiheessa, kun kappale on jo ladattu omalle koneelle. (Ankle<sup>3</sup> 2005.) Sovelluksen laillisuus on toki kyseenalaista, mutta teknisesti voisi viisastella, ettei Pymusique varsinaisesti riko tekijänoikeuslakia - sehän kaappaa kappaleen jo ennen kopiosuojauksen lisäämistä!

Pari päivää Pymusiquen julkistamisen jälkeen Apple tukki sovelluksen käyttämän tietoturva-aukon. Tämän seurauksena osa iTunesin käyttäjistä joutui päivittämään ohjelmansa uudempaan versioon. Kolme päivää myöhemmin PyMusique vastasi haasteeseen palauttamalla sovelluksen takaisin iTunes-yhteensopivaksi. (dRD 2005.) Tämänkaltainen kissa-hiiri-leikki ei ole mitenkään epätavallista digitaalisten sisältöjen maailmassa. Online-musiikkiyhtiö Destra Corporationin pääjohtaja Domenic Carosa on kuitenkin sitä mieltä, ettei suojausten murtaminen tule koitumaan levy-yhtiöiden kohtaloksi. Tietoturvayhtiö SecurityFocusille antamassaan haastattelussa Carosa

arvioi, että vain pieni osa ihmisistä vastustaa DRM:ää yhteensopivuusongelmien vuoksi. (Gray 2004.) Olisiko näin...?

### **2.3.5 Uusi tekijänoikeuslaki ja sen vaikutukset kopiosuojattuihin musiikkiedostoihin**

Suomen eduskunta hyväksyi 5. lokakuuta 2005 uuden tekijänoikeuslain, joka sallii kopiosuojatun materiaalin purkamisen ainoastaan sisällön katselua tai kuuntelua varten. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että kopiosuojatusta cd- tai dvd-levystä ei saa tehdä varmuuskopiota, eikä sisältöä saa omatoimisesti siirtää esimerkiksi kannettavalle soittimelle. Lakia on kritisoitu voimakkaasti muun muassa siksi, että se poistaa levyn omistajan oikeuden valita, miten ja millä välineillä hän laillisesti ostamaansa sisältöä käyttää. Laki voi tehdä levyn käytön mahdottomaksi esimerkiksi sellaisissa ympäristöissä, joita kopiosuojausjärjestelmät eivät tue. Lisäksi laki kieltää kopiosuojauksen kiertoon käytetyt ohjelmat ja organisoitujen kopiopurkupalveluiden tarjoamisen. (EFFI 2005.)

Uusi tekijänoikeuslaki astui voimaan 1.1. 2006. Lain taustalla on sisältöteollisuuden halu tarjota samaa sisältöä eri muodoissa ja eri korvausta vastaan. Tiivistetysti voisi todeta, että laki asettaa sisällöntuottajien oikeudet kuluttajan oikeuksien edelle. Vaikka laki ehkäisee nettipiratismia, se ei lisää laillisten nettimusiikkikauppojen houkuttelevuutta. Nyt musiikkiedostonsa laillisesti ostanutta, mutta kopiosuojauksen laittomasti ohittanutta henkilöä voidaan rangaista kovemmin kuin vertaisverkon käyttäjiä. Teknisen suojauksen kiertämisestä voi tulla sakkoja tai jopa vuosi vankeutta (Mander 2006, 8). Reilua, vai mitä?

### **2.3.6 Yhteenveto**

Musiikin digitaaliselle jakelulle on selvästi kysyntää. Siksi onkin paradoksaalista, että musiikin ostamista yritetään vaikeuttaa erilaisilla käyttöestojen hallintajärjestelmillä. Musiikkiteollisuus ei tunnu ymmärtävän, että DRM-suojaukset nostavat vertaisverkkojen houkuttelevuutta ja pelaavat artistien ja levy-yhtiöiden omasta pussista. Kun yksi ja sama musiikkikappale pitää ostaa viiteen kertaan eri soittimia varten - puhumattakaan pienellä muistilla varustetuista mp3-soittimista - kuluttaja sortuu helposti DRM-suojauksen kiertämiseen. Tämän jälkeen tarvitaan enää yksi käyttöestoihin kyllästynyt Pekka tai Tiina, joka tekee kappaleesta kunnan perusäänitiedoston ja siirtää sen vertaisverkkoon jaettavaksi.

Vielä ei ole keksitty kopiosuojausta, joka ei olisi kierrettävissä. Miksi ihmeessä koko suojauskäytännöstä ei sitten luovuta? Tai mikä oleellisempaa, miksi sitä ei voida käyttää järkevästi? Yksi järkevä tapa voisi olla pakollinen rekisteröityminen. Kun kuluttaja kirjautuu verkkokauppaan omilla tunnuksillaan ja lataa haluamansa musiikkikappaleen, hänen käyttäjätietonsa upotettaisiin kyseisen kappaleen DRM-dataan. Tällöin kuluttaja voisi siirrellä ja kopioida ostamiaan kappaleita mielin määrin (tunnisteen siirtyessä mukana), ja palvelun ylläpitäjä näkisi välittömästi, jos tiedostoa käyttäisi joku siitä maksamaton taho. Ei luulisi olevan liian vaikeaa, vai kuinka?

DRM ei tietenkään ole kaikkien online-musiikkikauppojen ongelma. Suomestakin löytyy monia riippumattomia verkkokauppoja, jotka myyvät käyttöestottomaan mp3-muotoon pakattuja musiikkitiedostoja. Näiden kauppojen ”ongelma” on kuitenkin siinä, ettei niistä löydy suurten levy-yhtiöiden käyttöestettyihin kauppoihin panttaamaa musiikkia. Tarjolla on kuitenkin paljon mielenkiintoista ja eri genreistä ammentavaa vaihtoehtomusiikkia. Hyvänä esimerkkinä voidaan mainita suomalainen Levyvirasto (katso luku 3.5), jonka sivuilta löytyy kattava valikoima pienlevy-yhtiöiden ja underground-artistien hengentuotoksia.

### **2.3.7 Katse tulevaan**

Maaailman suurimpiin levy-yhtiöihin kuuluva EMI ilmoitti tämän vuoden tammikuussa, että se luopuu cd-levyjensä kopiosuojauksista. EMI oli viimeinen kopiosuojauksia käyttävä levy-yhtiö, joten tällä hetkellä yksikään musiikkifirma ei piinaa levynostajia DRM:llä. Kansainvälisen Billboard-lehden mukaan levy-yhtiöt ovat viimein huomanneet, etteivät kopiosuojauksista aiheutuvat kulut ole suhteessa niistä saatuihin hyötyihin. (Doctorow 2007.) Täytyy silti muistaa, että cd-levyjien kopiosuojaukset ovat eri asia kuin Internetistä ladattavien musiikkitiedostojen DRM-suojaukset, jotka ovat edelleen käytössä. Tilanne saattaa muuttua tulevaisuudessa - ainakin jos Applen Steve Jobsiin on uskomisen.

Applen toimitusjohtaja Steve Jobs julkaisi helmikuun 6. päivä avoimen kirjeen, jossa hän kehottaa levy-yhtiöitä luopumaan digitaalisen musiikin DRM-suojauksista. Thoughts on Music -nimisessä kirjeessä Jobs kertoo, miksi iTunes aikoinaan hyväksyi levy-yhtiöiden DRM-vaatimukset ja miksi suojauksista luopuminen olisi tänä päivänä kaikkien yhteinen etu. (Jobs 2007.)

Jobs luettelee kolme eri tulevaisuusskenaariota. Joko Apple ja muu musiikkiteollisuus jatkavat omien DRM-tekniikoidensa käyttöä tai Apple alkaa lisensoida omaa FairPlay-teknologiaansa muiden käytettäväksi. Suosikikseen Jobs nostaa kolmannen vaihtoehdon, jossa levy-yhtiöt luopuvat DRM-suojauksesta kokonaan.

Kuvitelkaa maailma, jossa kaikki verkkokaupat myyvät DRM-vapaata musiikkia avoimesti lisensoitavassa muodossa. Sellaisessa maailmassa mikä tahansa soitin pystyisi soittamaan mistä tahansa liikkeestä ostettua musiikkia, ja mikä tahansa kauppa voisi myydä musiikkia mihin tahansa soittimeen. Tämä on ehdottomasti paras vaihtoehto kuluttajille, ja Apple tukisi sitä epäröimättä, Jobs kirjoittaa.

Gartnerin analyytikko Mike McGuire pitää Jobsin kirjettä yllättävänä, sillä iTunesin suosio on tällä hetkellä suurempi kuin koskaan aiemmin. McGuiren mukaan on mielenkiintoista, että kopiosuojauksista eniten hyötyvä yritys pitää DRM:ää ongelmana, joka täytyy korjata. (Krazit 2007.) Jobsia itseään asia ei kummastuta, koska ”DRM ei ole koskaan pysäyttänyt piratismia, eikä tule sitä koskaan pysäyttämäänäkään.”

Jobsin kirjeen voisi tulkita vastaukseksi Pohjoismaiden kuluttajaviranomaisille, jotka ovat vaatineet iTunesia muuttamaan käyttöehtojaan ja avaamaan DRM-suojauksensa. Tässä valossa voisi ajatella, että Jobs pyrkii vain suojelemaan bisnestään, ei suinkaan ajattelemaan asiakkaidensa etua. Jobs kuitenkin kirjoittaa, että DRM:stä huolestuneiden EU-maiden kannattaisi suunnata huomionsa DRM:n alkulähteeseen eli levy-yhtiöihin, ei suinkaan iTunesiin. Samalla voisi ihmetellä, miksi Applen kritisointi on keskittynyt lähinnä kuluttajasuojaviranomaisten eikä kilpailuviranomaisten harteille. Microsoftin kohdalla taistot on käyty pitkälti kilpailuviranomaisten kanssa.

Levy-yhtiöiden ei uskota olevan järin innostuneita Jobsin kirjeestä, vaikka yleiset asenteet ovatkin muuttumassa kohti vapaampaa musiikkia. Osa musiikkiteollisuuden johtohenkilöistä - EMI etunenänässä - on jo pyöritellyt ajatusta DRM-suojaamattoman mp3-musiikin myymisestä (Krazit 2007). Levy-yhtiöt näyttäisivät siis vihdoin ymmärtäneen, ettei digitaalisen musiikin vahva kasvu riitä paikkaamaan cd-myyntin rajua laskua. Aika näyttää, jääkö DRM historiaan lyhyen elinkaaren eläneenä vitsinä.

## 2.4 MUSIIKKIVALIKOIMA

Piraattiverkkojen suosio ei perustu pelkästään siihen, että laittomien musiikkitiedostojen lataaminen on helppoa ja ilmaista. Jos minulta kysytte, piratismiin suurin syy on vertaisverkosta löytyvän musiikkivalikoiman laajuus. Äänitealan kansainvälisen kattojärjestö IFPI:n mukaan internetissä on tällä hetkellä noin 900 miljoonaa laitonta musiikkitiedostoa (IFPI<sup>2</sup> 2006). Laillinen musiikinlatausbisnes ei ole vielä lähelläkään näitä lukemia. Jos piratismi halutaan pysäyttää, verkkokauppojen on panostettava musiikkivalikoimiensa laajuuteen ja monipuolisuuteen.

Suomessa ja maailmalla toimivien latauspalveluiden musiikkivalikoimat kasvavat päivä päivältä suuremmiksi. Kun iTunesin Suomi-versio aloitti toimintansa vuonna 2004, kaupan valikoima koostui 700 000 musiikkikappaleesta. Tänä päivänä iTunes pystyy brassailemaan yli viidellä miljoonalla äänitiedostolla. (Apple 2007.) Hassummin ei mene NetAnttilallakaan. Suomalaisfirman musiikkivalikoima on kasvanut parissa vuodessa 400 000:sta yli miljoonaan biisiin (NetAnttila 2007). Samoissa lukemissa liikkuvat myös Cdon.com Finland, Pepsi Max Music ja Helsingin Sanomien Musiikkilataamo.

Suurin osa edellä mainittujen verkkokauppojen musiikkivalikoimasta on peräisin neljän isoimman levy-yhtiön (Universal, EMI, Warner, Sony BMG) katalogeista. Tämä johtuu siitä, että download-palvelut eivät yleensä ole halukkaita tekemään sopimuksia lukemattomien pienlevy-yhtiöiden kanssa. Verkkokaupat pääsevät helpommalla, kun ne ostavat suuren katalogin harvemmilta tarjoajilta - tässä tapauksessa major-yhtiöiltä ja isoilta jakelijoilta. Kärjistetysti voisi siis todeta, että suurten verkkokauppojen musiikkivalikoima painottuu ajankohtaiseen listapoppiin ja kaupallisesti menestyviin artisteihin ja genreihin. Omalla tavallaan tilanne on ymmärrettävä - koostuhan indieväki yleensä vannoutuneista materialisteista, jotka mieluummin keräävät levyjä kuin lataavat bittejä.

Mainstream-musiikin vastapainoksi moni verkkokauppa pyrkii luomaan tiettyntyyppiseen genreen tai teemaan perustuvan identiteetin. NetAnttila panostaa kotimaiseen musiikkiin, jonka osuus koko firman biisivalikoimasta on yli viisi prosenttia (Summa 2005). Pepsi Max Music tekee yhteistyötä muun muassa hip hoppia julkaisevan Rähinä Recordsin kanssa. Levyvirastolla on suhteita useisiin maineikkaisiin indie-levy-yhtiöihin, kuten Fullsteam Recordsiin ja Bad Vugumiin. Päijät-Hämeen

Puhelimen omistama PHNet kehuskelee tarjoavansa musiikkia, jota ei enää kauppojen hyllyiltä löydy.

Levy-yhtiöt ovat raportoineet, että Suomessa menestyy parhaiten kotimainen musiikki. Äänitekauppojen kappalemäärissä suomalaisen musiikin osuus on peräti 58 % (Lehto 2007). Asia käy ilmi myös verkkokauppojen ylläpitämistä Top10-listoista. NetAnttilan kolme ladatuinta kappaletta ovat tällä hetkellä Hanna Pakarisen Go-Go, Idols-finalistien Pop-musiikkia ja Yölinnun Haavoittumaton. Ensimmäinen ulkomaalainen artisti (Robbie Williams) tulee vasta sijalla kuusi. Kaikkiaan koko Top10-listaan mahtuu vain kaksi vierasmaalaista yhtyettä! Helsingin Sanomien musiikkilataamossa kotimaisten ja ulkomaisten artistien suhde on 7-3, Cdon.com Finlandissa 6-4 ja Pepsi Max Musicissa niin ikään 6-4. Näyttäisi siis siltä, että suomalaisten download-palveluiden kannattaa panostaa kotimaiseen musiikkiin.

Yksi verkkokauppojen suurimmista sisältöongelmista liittyy vanhan musiikin huonoon saatavuuteen. Tilanne on paradoksaalinen, koska juuri verkkokaupat olisivat oiva foorumi kaupoista poistuneen musiikin ”uudelleenjulkaisulle”. Miettikää tilannetta, jossa Circlen pienipainoksinen kulttialbumi myydään loppuun. Tai tilannetta, jossa Eppu Normaali ei ole enää ajankohtainen. Tai tilannetta, jossa The Beatlesin kymmenestuhannes postuumialbumi ei enää mahdu levykaupan täpötäyteen hyllyyn. Eikö tällöin olisi järkevintä siirtää edellä mainittu musiikki verkkoon? Tämä olisi sekä taloudellisesti että kulttuurihistoriallisesti mielekäs tapa kaupata vanhoja levyjä, joiden myyntimäärät ovat pieniä eikä varastossa pitäminen enää kannata.

## 2.5 KÄYTTÖLIITTYMÄ

Käyttöliittymä tarkoittaa tietokoneennäytöllä näkyvää ohjelmaa ja sitä tapaa, jolla käyttäjä tätä ohjelmaa käyttää. Graafisella käyttöliittymällä tarkoitetaan tekstiin, kuviin ja graafisiin käyttöliittymäelementteihin (ikkunat, valikot, kuvakkeet...) perustuvaa ihmisen ja tietokoneen välistä vuorovaikutusta (Wikipedia<sup>5</sup> 2007).

Internet-sivuston käyttöliittymä on ensimmäinen asia, johon verkkokaupassa asioiva kuluttaja törmää. Siksi onkin tärkeää, että käyttöliittymä on tehty mahdollisimman selkeäksi ja helppokäyttöiseksi. Musiikkivalikoiman selaamisen, esikuuntelun ja ostamisen on oltava nopeaa ja vaivatonta. Mitä vähemmän hiiren klikkauksia, sen parempi. Musiikkia pitäisi pystyä etsimään



ilman pakollista rekisteröitymistä tai kauppapaikkaan sitoutumista. Lisäksi palvelun tulisi olla tarpeeksi informatiivinen ja visuaalisesti helppolukuinen. Jos artistin löytäminen tuottaa vaikeuksia, musiikin esikuuntelu pätkii jatkuvasti tai biisin lataaminen kestää useita minutteja, asiakas saattaa hermostua ja hakeutua toiseen verkkokauppaan.

Sujuva suomenkieli luo vaikutelman pätevistä verkkokaupasta. Kirjoitusvirheitä vilisevä teksti, kömpelöt käännökset tai artistiesittelyihin unohtuneet englanninkielisyydet eivät ainakaan paranna verkkokaupan imagoa. Tilausehtojen ja käyttöohjeiden on oltava selkokielisiä ja helposti löydettävissä. Liian monet verkkokaupat sortuvat nykyiseen villitykseen, jossa asiakkaiden oletetaan hyväksyvän mitä kummallisempia ja yksipuolisesti saneltuja käyttöehtoja, joita juuri kukaan ei lue saati ymmärrä. Toisinaan tuntuu siltä, ettei käyttöehtoja aina ymmärrä edes niiden kirjoittaja...

## **2.6 MAKSUVAIHTOEHDOT**

Verkkomusiikkibisneksen alkuvaiheessa digitaalista musiikkia sai ostettua vain luottokortilla. Kun miettii download-palveluiden tyypillisintä asiakasta, tilanne tuntuu vähintäänkin ristiriitaiselta. Kuinka moni alaikäinen nuori omistaa Visan tai MasterCardin? Entä kuinka monella opiskelijalla on edes varaa luottokorttiin?

Nykyisin verkkokauppojen maksuvaihtoehdot ovat monipuolistuneet. Perinteisen luottokorttimaksun lisäksi monet kotimaiset latauspalvelut hyväksyvät tekstiviestimaksun tai verkkopankin kautta hoituvan maksuprosessin. Jokaisesta sähköisestä maksutapahtumasta korvataan laskutuspalkkio joko pankille (verkkomaksut 0,50 euroa) tai matkapuhelinoperaattorille (tekstiviestimaksut). Laskutuspalkkio lasketaan yhteen ostosten kokonaissummasta. Mitä useampia tuotteita asiakas ostaa, sen vähemmän tuotekohtaisia laskutuspalkkioita hän joutuu maksamaan. (Pepsi Max Music 2007.) Musiikkia kannattaa siis ostaa kerralla enemmän.

iTunesin ja Cdon.com Finlandin maksuvälineeksi kelpaavat ainoastaan yleisimmät pankki- ja luottokortit. NetAnttila, Pepsi Max Music ja monet muut täysin suomalaiset firmat tarjoavat monipuolisempia maksuvaihtoehtoja, kuten yllä mainitut verkkopankki- ja tekstiviestimaksut.

Levyvirasto hyväksyy myös Visa Electron -kortin. Electronin käyttö kuitenkin edellyttää, että kortti on erikseen rekisteröity verkkomaksamispalveluun (Levyvirasto 2007).

## 2.7 LAITEVAATIMUKSET

Musiikin lataaminen ei suinkaan onnistu millä tahansa tietokoneella, käyttöjärjestelmällä ja mediasoittimella. NetAnttila edellyttää, että käyttäjällä on Windows 2000- tai XP-käyttöjärjestelmä sekä Windows Media Player 9 tai uudempi versio. Lisäksi käyttäjän pitää asentaa NetAnttilan oma mediasoitin ja rekisteröityä sen käyttäjäksi. (NetAnttila 2007.) Myös Pepsi Max Music, PHNet ja Sony Ericssonin ylläpitämä Funman vaativat toimiakseen modernin Windows-ympäristön ja musiikkikaupan oman mediasoitimen. Oma mediasoitin tarvitaan DRM-kontrollin vuoksi.

Muutkin Suomessa toimivat verkkokaupat perustuvat pitkälti samankaltaiseen toimintamalliin. Musiikkikaupalla on oma soittimensa, jolla kaupantekoa hallitaan ja jolla musiikkia voi esikuunnella, siirtää ja polttaa cd:lle. Kaupankäynnin oheisriesana tulevat vaihtelevat tiedostoformaattit ja kankeat DRM-suojaukset. Näiden rajoitusten takia biisien kuuntelu saattaa vaatia erillisen iPodin tai esimerkiksi WMA-tiedostoja ymmärtävän soittimen.

Myös Internet-yhteydelle on asetettu rajoituksia. Vähimmäissuosituksena on 256 kbit/s toimiva laajakaistayhteys, sillä ladattavat musiikkitiedostot ovat isokokoisia (tyypillisesti noin 4 MB). Itse suosittelisin vähintään 1 Mbit/s toimivaa nettiyhteyttä, koska tällöin tavallisen kokoinen musiikkitiedosto siirtyy verkosta alle minuutissa. Ripeän yhteyden lisäksi monet verkkokaupat vaativat uudehkon selainversion, kuten Internet Explorer 5.0:n. Jos asiakas haluaa polttaa musiikkia cd-levylle, hänen on luonnollisestikin hankittava polttava cd-asema. Musiikin kuuntelua varten tarvitaan tietysti äänikortti.

**KAPPALE**

Nopeus	Aika
256K	03:09
512K	01:34
1M	< 1min
2M	< 1min
4M	< 1min
8M	< 1min

**ALBUMI**

Nopeus	Aika
256K	40:49
512K	20:24
1M	10:12
2M	05:06
4M	02:33
8M	01:16

*Musiikkitiedostojen keskimääräiset latausnopeudet (NetAnttila 2007)*

iTunes on tällä hetkellä ainut yleisesti tunnettu verkkokauppa, josta voi ostaa musiikkia Macintoshille. iTunesin Windows-versio on kuitenkin osoittautunut Mac-versiota suosituimmaksi (Karvonen 2003). Jos käyttäjä omistaa Linuxin, hänen on turha edes haaveilla maksullisen musiikin lataamisesta. Tällä hetkellä yksikään verkkokauppa ei tue Linuxin käyttöjärjestelmiä. Kun ottaa huomioon Linuxin avoimen lähdekoodin, tilanne on helppo ymmärtää. Kärjistetysti voisikin todeta, että sitten kun Linux-käyttäjät suostuvat maksamaan jostain jotain, ehkä joku voi joskus tehdäkin heille jotain.

### 3. SUOMESSA TOIMIVAT VERKKOMUSIIKKIKAUPAT

Viime vuosina on alkanut näyttää siltä, että Suomessa myytävästä nettimusiikista on tullut yhden firman eli SecuryCast Oy:n bisnes. Verkkokauppojen teknisestä toteutuksesta vastaava SecuryCast toimittaa käyttöliittymäratkaisut muun muassa NetAnttilalle, Pepsi Max Musicille, Laturille, Funmanille, PHNetille, Lumo Musiikkikaupalle ja City-lehden PopCitylle. Hintakilpailua ei esiinny, koska SecuryCast vastaa jokaisen edellä mainitun verkkokaupan ylläpidosta ja rahastuksesta. Niinpä esimerkiksi Laturista ja NetAnttilasta saa täsmälleen samanhintaista musiikkia. Myös sisällön käyttöehdot ovat entuudestaan tuttuja: ostettua musiikkia voi kuunnella, siirtää ja polttaa cd:lle ainoastaan kaupan omalla soittimella.

Siis hetkinen, mistä yrityksestä nyt oikein puhutaan? SecurityCast Oy:n nettisivuilta ei selviä juuri muuta konkreettista, kuin että yritys sijaitsee Vantaalla. Kaupparekisterin tietopalvelusta selviää, että SecurityCastin päätoimiala on ”tietokantapalvelut” ja toimitusjohtaja on Ben Mellin (Patentti- ja rekisterihallitus 2007). Laki tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta kuitenkin edellyttää, että nettikaupan sivuilta on löydyttävä palvelun tarjoavan firman yritys- ja yhteisötunnus eli Y-tunnus (Finlex 2002). Laturin, Pepsi Max Musicin ja muiden SecurityCast-kauppojen sivuilta tätä tunnusta sai metsästä kissojen ja koirien kanssa.

Muita nettimusiikkiratkaisuja toimittavia firmoja ovat InProdicon Ab (markkinaniminä muun muassa Musiikkilataamo ja Welho Musiikki) sekä e-3 Systems Ltd (markkinanimenä Biisi.fi). Vuonna 2003 e-3 Systems teki Espoon poliisille rikosilmoituksen, jossa firma syytti SecuryCastia ja sen työntekijöitä jakelujärjestelmänsä kopioinnista. Kaksi vuotta myöhemmin Espoon kihlakunnansyyttäjä Arto Rajamäki haki väliaikaista liiketoimintakieltoa kahdelle SecuryCastin työntekijälle. Käräjäoikeus hylkäsi hakemuksen vuoden 2006 keväällä. Poliisitutkinta, johon e-3 Systemsin rikosilmoitus perustuu, on kuitenkin edelleen kesken. (Kuivalainen 2006.)

Sotikaa toverit, sotikaa! Mitä enemmän verkkokaupat haastavat toisiaan, sitä monipuolisemmiksi ne voivat tulevaisuudessa kehittyä. Suomalainen nettimusiikkibisnes on vielä lastenkengissä verrattuna ulkomailla toimiviin jättifirmoihin (kuten Rhapsody ja Napster) sekä kunnianhimoisesti toteutettuihin underground-palveluihin (kuten Magnatune ja Beatport). Suunta on kuitenkin jatkuvasti ylöspäin. Seuraavaksi tarkastelen lähemmin viittä Suomessa toimivaa verkkomusiikkikauppaa: iTunesia, NetAnttilaa, Biisi.fi:ä, Cdon.com Finlandia ja Levyvirastoa.

### 3.1 iTUNES MUSIC STORE

*"iTunes taistelee vain piratismiin kanssa, ei muiden palvelujen"*

- Applen toimitusjohtaja Steve Jobs

www.apple.com/fi/itunes/store



*iTunes Music Store (Apple 2007)*

iTunes on Apple-yhtiön tuottama musiikkisoitinohjelma, joka on saatavilla sekä Mac OS X että Windows 2000/XP -käyttöjärjestelmille. iTunes-ohjelmistoa voi käyttää muun muassa musiikin kuunteluun, videoiden katseluun, musiikkitiedostokokoelman organisointiin ja cd-levyjen muuntamiseen AAC- tai mp3-formaattiin. Mikä tärkeintä, iTunes-ohjelmisto sisältää maailman suosituimman verkkomusiikkikaupan eli iTunes Music Storen. (Apple 2007.)

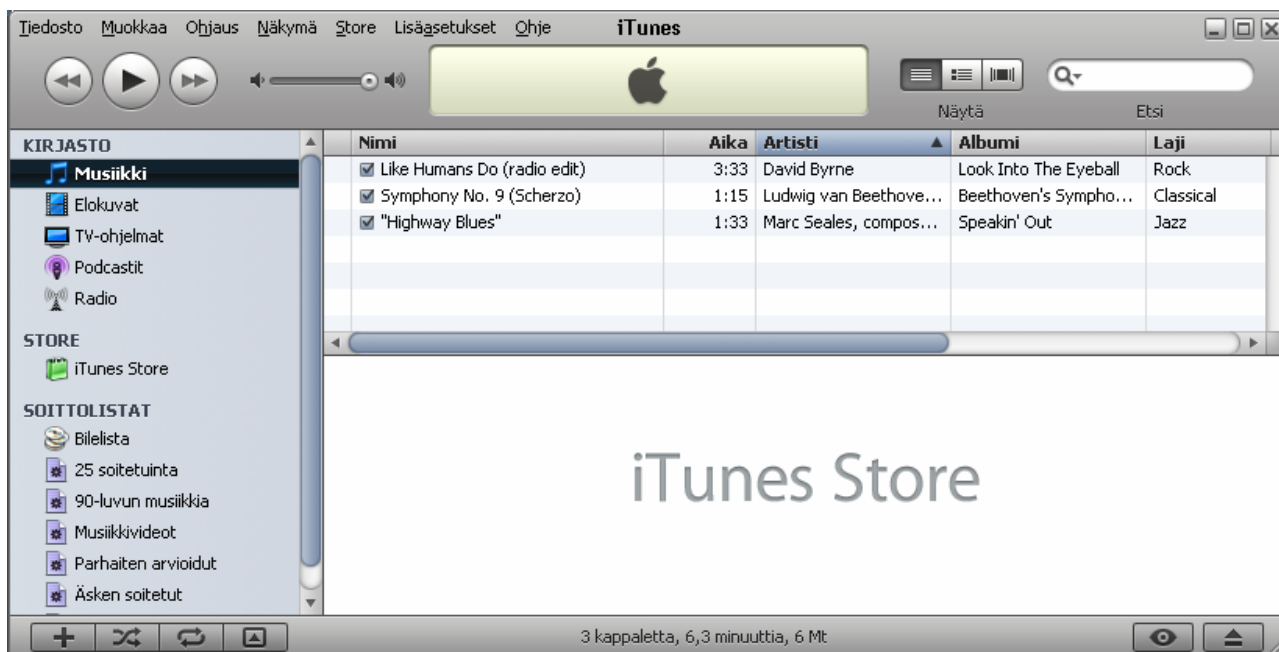
iTunes Music Store avattiin jenkkimarkkinoilla 28. huhtikuuta 2003. Seuraavan vuoden kesäkuussa palvelu rantautui Euroopan suurimpiin markkinakohteisiin eli Iso-Britanniaan, Saksaan ja Ranskaan. Suomi ja suurin osa Euroopan muista maista seurasivat perässä saman vuoden lokakuussa. (Smith 2005.)

Ensimmäisen vuoden aikana Yhdysvaltain iTunesista ladattiin yli 70 miljoonaa kappaletta. Euroopassa vastaava luku oli 50 miljoonaa. (MacNewsWorld 2005.) Sitten iTunes on ylittänyt kaikki odotukset ja saavuttanut lähes ylivoimaisen markkina-aseman. Tällä hetkellä iTunes Music Store on Yhdysvaltain neljänneksi suurin musiikin jälleenmyyjä ja Euroopan suurin laillisen nettimusiikin jakelija. Palvelun kautta myydään joka päivä noin viisi miljoonaa kappaletta. Tämän vuoden tammikuussa Apple uutisoi myyneensä yli kaksi miljardia kappaletta. (Jobs<sup>2</sup> 2007.)

### **3.1.1 Käyttöliittymä**

iTunes käyttää Applen Amazon.com:lta lisensoimaa kauppajärjestelmää, jonka käyttömukavuutta on ylistetty lähes kaikissa uutismedioissa ympäri maailmaa (Wilcox 2003). On vaikea kuvitella, että musiikin ostamista voisi tehdä enää kovin paljon helpommaksi. Kun käyttäjä on kirjautuneena iTunesiin, musiikkikappaleen tai albumin ostaminen ja tietokoneelle kopioiminen onnistuu parhaassa tapauksessa yhdellä hiiren klikkauksella. Kappalevalikoiman selaus ja 30 sekunnin mittaisten ääninäytteiden kuuntelu onnistuu ilman rekisteröitymistä.

iTunes Music Store on integroitu suosittuun iTunes-jukeboksiohjelmaan erittäin mallikelpoisesti. Musiikkivalikoiman penkominen onnistuu täsmälleen samalla tavalla kuin oman musiikkikirjaston selaaminen. Jos käyttäjä haluaa siirtää levykokoelmansa iTunesin jukeboksiin, se onnistuu nopeasti ja vaivattomasti. Smart playlist -toiminnon avulla voi luoda automaattisesti päivittyviä ja tiettyyn artistiin, genreen tai muuhun hakuehtoon perustuvia soittolistoja. Tarjolla on myös yhtye-esittelyjä, muiden käyttäjien kirjoittamia levyarvioita ja henkilökohtaisiin ostoksiin perustuvia suosituksia. Kokonaisuuden käyttöliittymä on johdonmukainen ja kuluttajalähtöinen, vaikkakin osittain englanninkielinen.



*iTunes-jukeboksi ohjelma (Apple 2007)*

### 3.1.2 Musiikkivalikoima, tiedostoformaatti, hinnoittelu ja maksuvaihtoehdot

Ompukkaupan musiikkivalikoima koostuu yli viidestä miljoonasta kappaleesta. Major-levy-yhtiöiltä lisensoidun musiikin lisäksi tarjolla on yli tuhannen pienemmän levymerkin artisteja. (Apple 2007.) Runsaasta musiikkivalikoimasta huolimatta iTunes miellyttäneen eniten niitä, jotka ovat tottuneet ostamaan levynsä joko Citymarketista tai Anttilan Top Ten -osastolta. Suosituinta listapoppia on tarjolla reilusti, harvinaisia helmiä ei paljoakaan. iTunesin heikkoutena on myös kotimaisen musiikin vähäinen valikoima. Tarjolla on lähinnä kansainvälisesti julkaistuja suomalaistuotoksia, kuten HIMin ja The Rasmuksen levyjä.

Viime kuukausina maailmalla on liikkunut huhuja, joiden mukaan iTunes olisi ostamassa itselleen yksinoikeuden The Beatles -albumien digitaaliseen jakeluun. Helmikuussa Applen edustaja Neil Aspinall kuitenkin kertoi Fox Newsille, että vaikka Beatlesin tuotanto on tulossa ensimmäistä kertaa digitaaliseen myyntiin, iTunesilla ei ole yksinoikeutta näiden levyjen jakeluun (Friedman 2007). Huhut yksinoikeudesta saivat pontta alkuvuodesta, kun Apple Corps. ja Beatlesia edustava Apple Inc. sopivat pitkään kestäneen nimiriitansa.

iTunesista ladatut musiikkikappaleet ovat Applen omassa DRM-suojatussa AAC-formaatissa, jonka bittivirta on 128 kbit/s (Apple 2007). Vaikka äänenlaatu kuulostaa hieman paremmalta kuin vastaavalla bittinopeudella pakattu mp3-ääni, AAC ei pääse lähellekään cd-levyn äänenlaatua.

Kappaleiden hinnat ovat halvempia kuin missään muussa suomalaisessa verkkokaupassa: yksittäinen kappale maksaa 0,99 euroa ja kokonainen albumi 9,99 euroa. Pieniä hintavaihteluja esiintyy, mutta lopullinen euromäärä on aina merkitty selkeästi. Osa kappaleista on ladattavissa vain kokonaisina albumeina. Albumin mukana saa matalalla resoluutiolla varustetun kuvatiedoston levyn kansikuvasta. Maksuvälineeksi kelpaavat ainoastaan luottokortit (kuten pankkien myöntämät MasterCardit), maksuaikakortit (kuten Luottokunnan myöntämä Visa) ja tiettyjen pankkien myöntämät Visa Electron -kortit. (Apple 2007.)

Vuosien varrella Applea on kritisoitu liian halvoista hinnoista (!) ja artistien etujen polkemisesta (katso luku 2.2.1). Grammy-palkittu muusikko Weird Al Yankovic on laskenut, että yhdestä iTunesin kautta ostetusta kappaleesta artisti saa vaivaiset neljä senttiä (Robertson 2006). Täytyy kuitenkin muistaa, että ilman halpoja hintoja Apple ja koko verkkomusiikkibisnes ei olisi ikinä noussut nykyiseen asemaansa.

### 3.1.3 Käyttöehdot

Hinnoittelun ohella iTunesia on mollattu vähäisestä laitetuesta ja rajoittavista käyttöehdoista. iTunes Music Storesta ostetut kappaleet soivat ainoastaan iTunesin soitinohjelmalla ja Applen omalla iPod-soittimella. Kappaleita ei voi kopioida eikä niitä voi muuntaa suojaamattomaan tiedostoformaattiin. Ostettuja musiikkitiedostoja voi kuitenkin polttaa rajattomalle määrällä cd-levyjä, kuunnella rajattomalla määrällä iPodia ja soittaa viidessä eri tietokoneessa (Apple 2007). Vaikka tiedostojen poltto-oikeuksia ei ole rajoitettu, kunkin soittolistan saa polttaa korkeintaan seitsemän kertaa. Nämä käyttörajoitukset ovat hieman lievempiä kuin monissa Windows-alustalle suunnitelluissa verkkokaupoissa. Monet tutkimukset ovatkin osoittaneet, että Mac-käyttäjät pitävät DRM-suojauksia huomattavasti pienempänä riesana kuin PC-käyttäjät.



### 3.1.4 iPod ja iPhone

Applen iPod-soitin on erottamaton osa iTunesin menestyskonseptia. Useita testivoittoja niittäneen iPodin osuus koko Amerikan kiintolevysoitinmarkkinoista on lähes 70 prosenttia. Suomessa prosentit ovat pienempiä, mutta ainakin omien näköhavaintojeni perusteella iPod ja Creative ovat tämän hetken suosituimpia soitinbrändejä.



*iPod nano (Apple 2007)*

iPodin suosio perustuu laitteen pieneen kokoon, helppoon käyttöliittymään, tyylikkääseen muotoiluun ja nopeaan FireWire- sekä USB 2.0 -yhteyteen. iPod tukee käyttäjän tekemiä soittolistoja ja pystyy toistamaan useita eri tiedostomuotoja. Musiikin ja soittolistojen siirtäminen tietokoneesta iPodiin tapahtuu iTunes-ohjelmiston kautta. Kun iPodin liittää tietokoneeseen, iTunes alkaa automaattisesti synkronoida laitteelta löytyviä musiikkikappaleita ja muita tiedostoja. Luonnollisesti synkronointi toimii myös käänteisesti.

Yksi iPodin myyntivalteista on soittimen kattava lisävarustevalikoima, jonka ansiosta iTunesista ostettuja AAC-tiedostoja voi soittaa vaikkapa autossa tai kotistereoissa. Tämä onnistuu JHymn-nimisellä DRM-poisto-ohjelmalla, jonka avulla musiikkitiedoston voi muuntaa esimerkiksi mp3-formaattiin (Wikipedia<sup>6</sup> 2007). Markkinoilta löytyy myös useita iTunes-tiedostojen kopioinnin mahdollistavia softia ja plugareita.



*iPhone (Apple 2007)*

Tämän vuoden tammikuussa Apple julkaisi jo vuosia odotetun iPhone-matkapuhelimensa. Vain 11,6 millimetrin paksuinen iPhone on iPod-soittimen mediaominaisuuksilla varustettu multimediapuhelin, jossa on sisäänrakennettuna joko neljän tai kahdeksan gigan flash-muisti. Musiikki ja videot ladataan puhelimeen iTunesin kautta. Puhelimen ja iPodin lisäksi iPhone sisältää kahden megapikselin kameran, 3,5 tuuman MultiTouch-kosketusnäytön, Safari-web-selaimen, Google Mapsin sekä WLAN-, Edge- ja Bluetooth-yhteydet. Akkukeston luvataan olevan viisi tuntia ja musiikkitoistossa 16 tuntia. Puhelimen käyttöjärjestelmä toimii Applen tuttu OS X. (Stara 2007.)

iPhone saapuu Pohjois-Amerikan markkinoille tämän vuoden kesällä ja Eurooppaan loppuvuodesta. Puhelimen myyntihinnaksi on ilmoitettu 499 dollaria eli 380 euroa (4G) ja 599 dollaria eli 458 euroa (8G). Muiden matkapuhelinvalmistajien osakekurssit notkahtivat julkistamistiedon levitessä maailmalle. Banc of American analyttikko Keith Bachman arvioi, että iPhonia myydään tänä vuonna noin viisi miljoonaa kappaletta. Lukemat eivät ainakaan alkuvaiheessa uhkaa Nokkia, joka myi pelkästään viime vuonna noin 40 miljoonaa multimediapuhelinta. (Rapeli 2007.)

### **3.1.5 Extrat**

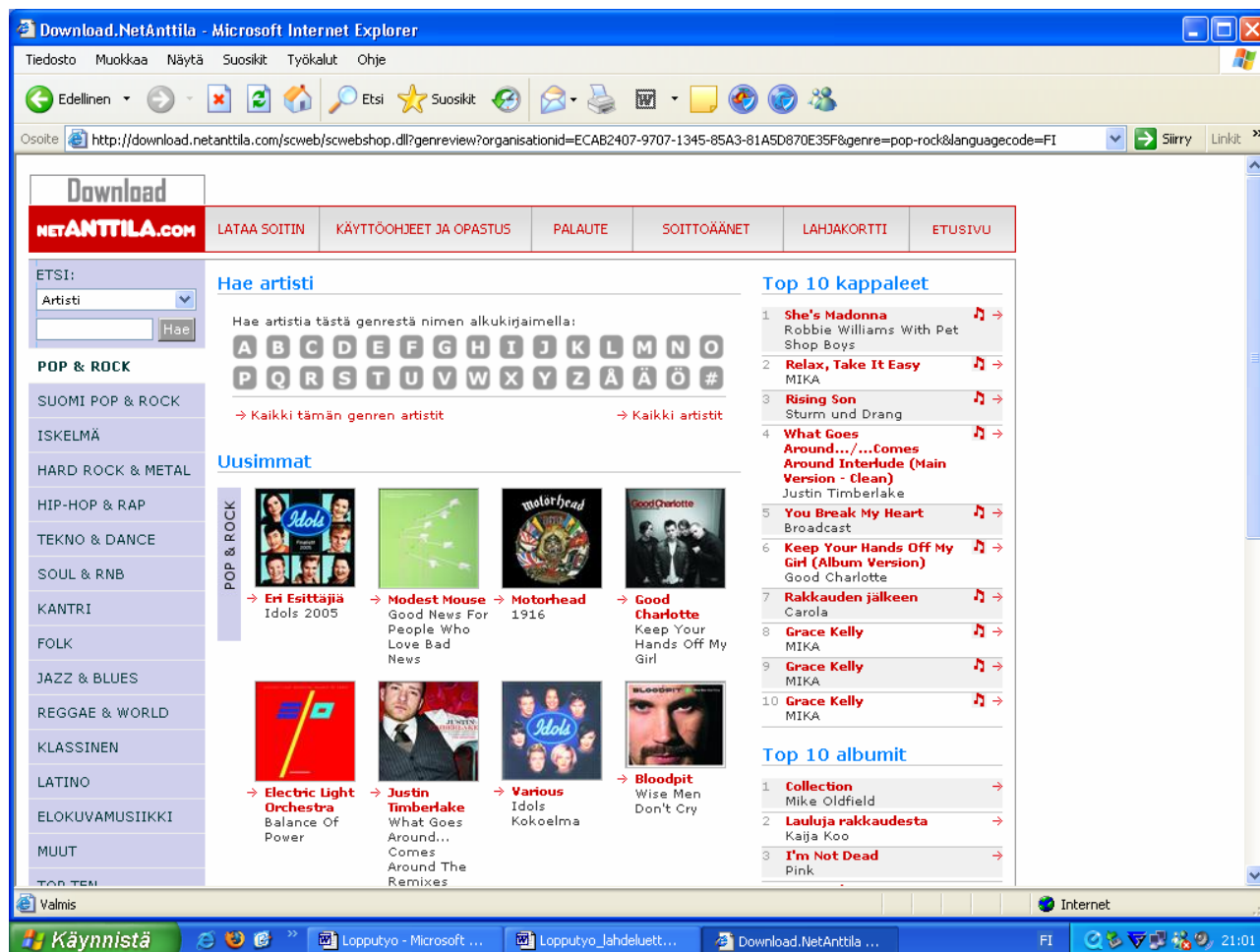
Musiikin ohella iTunesin kauppavalikoimasta löytyy 20 000 äänikirjaa, 100 000 ilmaista podcastia ja lukuisia iPod-pelejä (Apple 2007). Podcasting tarkoittaa ladattavia audio-pätkiä, joita kuka tahansa voi luoda pelkän mikrofoniin, tietokoneen ja Internet-yhteyden avulla. Apple on sanonut pyrkivänsä podcastien helppoon hallittavuuteen, kuunneltavuuteen ja tilaamiseen (Apple 2007). Kriittisesti voisi kuitenkin ajatella, että ilmaiset sisällöt ovat vain Applen tapa houkuttaa uusia

iTunes-käyttäjiä. Kun ihmiset tutustuvat iTunesiin ilmaiseksi, he ovat myöhemmin käännytettävissä myös maksaviksi asiakkaiksi.

Kokonaisuutena iTunesin konsepti lienee riittävä todiste siitä, mitä monet digitaalisen median nettisivut yrittivät kertoa levy-yhtiöille jo vuosia sitten. Kun tarjolla on laillinen ja kuluttajaystävällisesti toteutettu musiikinlatauspalvelu, jota ei ole raiskattu liian kalliilla hinnoilla, homma yksinkertaisesti toimii.

### 3.2 NetANTTILA

http://download.netanttila.com



*NetAnttila (NetAnttila 2007)*

K-Ryhmän Anttila-tavarataloketjuun kuuluva NetAnttila on eräänlainen verkkovastine yhtiön suosituille Top Ten -osastolle. NetAnttilan pilotointi aloitettiin ilman suurta markkinointimelua vuoden 2005 tammikuussa, koska yhtiö halusi saada käyttäjäpalautetta muun muassa maksamisesta, musiikkivalikoimasta ja palvelun toimivuudesta. Pilottijakson aikana sivustolla vieraili noin 20 000 kävijää kuukaudessa. Musiikkia ladattiin noin 3000-5000 kappaletta per kuukausi. (Summa 2005.)

Vuoden 2005 toukokuussa NetAnttila avasi ovensa virallisesti. Palvelu markkinoi itseään ”Suomen suurimpana ja suosituimpana nettimusiikkikauppana” ja uhoaa valloittavansa digimusamarkkinat kotimaisen musiikin voimin. Viime vuonna palvelun kautta ladattiin yli 200 000 kappaletta ja noin 10 000 albumia. NetAnttilan teettämän tutkimuksen mukaan lähes kolmasosa kaupan asiakkaista on

perheellisiä aikuisia. Tulos on melko yllättävä, koska normaalisti digitaalisen musiikin ostajakunta koostuu nuorista miehistä. Sukupuolijakauma oli melko tasainen: vastanneista 58 prosenttia oli miehiä ja 42 prosenttia naisia. (Summa 2005.)

### 3.2.1 Musiikkivalikoima ja kuunteluedellytykset

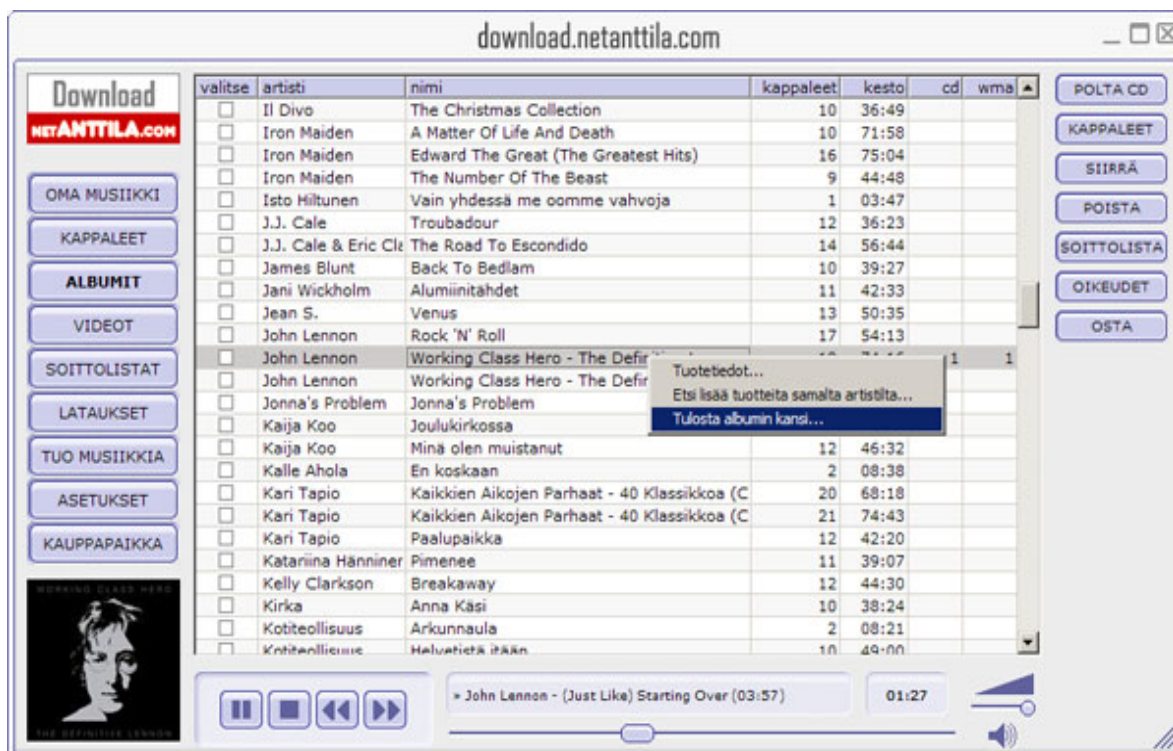
NetAnttilan musiikkivalikoima koostuu yli miljoonasta kappaleesta. Kotimaisen musiikin osuus on noin viisi prosenttia eli keskimäärin 50 000 kappaletta. Lukema on suurempi kuin missään muussa suomalaisessa verkkokaupassa. NetAnttila on tehnyt sopimuksen neljän suurimman levy-yhtiön ja parin tusinan pienemmän levymerkin kanssa. Pienlevymerkkejä edustavat muun muassa Love Kustannus, Stupido Records, KHY Suomen Musiikki ja Bonnier Amigo. (NetAnttila 2007.) Kaupan musiikkivalikoima koostuu pääasiassa uusista ja menestyksekkäistä albumeista, vaikka toki mukaan mahtuu myös muutamia ikivihreitä. Artistien alkupään tuotantoa tai kaupallisesti flopanneita levyjä on hyvin vaikea löytää. Mikä huvittavinta, NetAnttilasta ei löydy ainuttakaan Metallica albumia! Näinkö sitä suomalaista hevikansaa miellytetään...?

Musiikin lataaminen verkkokaupasta edellyttää, että käyttäjällä on Windows 2000- tai XP-käyttöjärjestelmä sekä Windows Media Player 9 tai uudempi versio. Lisäksi käyttäjän pitää asentaa NetAnttilan oma mediasoitin ja rekisteröityä sen käyttäjäksi. (NetAnttila 2007.) NetAnttilaa ylläpitävän SecuryCast Oy:n toimitusjohtaja Ben Melin kertoi parin vuoden takaisessa Tietokonelehdessä, että omaan mediasoittimeen päädyttiin useastakin eri syystä:

Kaikki eivät halua käyttää Windowsin Mediaplayeria tai Realplayeria, joten teimme suomenkielisen soittimen Suomen markkinoille. Myös levy-yhtiöt edellyttivät tiettyä tietoturvaa, joka oli saavutettavissa oman soittimen avulla. Soitin on sidottu yhteen DRM:ään, ja sen salaustaso päihittää kilpailijoiden ratkaisut menneen tullen. Tuote on otettu erittäin hyvin vastaan levy-yhtiöissä, joissa on haluttu sellainen tuote, joka ei ole Microsoftin tekniikkaa. (Saarelainen 2005.)

Myös Anttilan etäkaupan johtaja Mika Leiponen on samoilla linjoilla: ”Valitsimme oman soitinohjelman, koska halusimme yksinkertaisen ja asiakasystävällisen soittimen. Samalla saimme vapauden sijoittaa osto- ja cd:n polttotoiminnot haluamallamme tavalla”. (Summa 2005.) Vaikka NetAnttilan soitin on ilmainen, sen asentaminen saattaa jarruttaa joidenkin asiakkaiden ostoshaluja. Totuuden nimissä on myös mainittava, ettei Anttilan soitin pääse lähellekään iTunesin

jukeboksihjelmaa. NetAnttila-soitin ei sisällä älykkäitä ja automaattisesti päivittyviä soittolistoja tai muita erityisominaisuuksia, ainoastaan mahdollisuuden kasata perinteisiä soittolistoja.



*NetAnttilan oma mediasoitin (NetAnttila 2007)*

### 3.2.2 Tiedostoformaatti

NetAnttilan käyttämä tiedostoformaatti on melko hyvälaatuinen WMA, jonka bittivirta on 192 kbit/s. Tiedostokoko on hieman AAC:ta suurempi, minkä vuoksi WMA:ta voi olla vaikeampi siirrellä. Vaikka monet kannettavat soittimet on varustettu WMA-tuella, formaatti ei toimi maailman suosituimmassa taskusoittimessa eli iPodissa. Kuluttajan kannattaa siis tyytyä käyttämään joko iTunesia ja iPodia tai NetAnttilaa ja jotain muuta mp3-soitinta.

Mp3-tiedoston alussa tai lopussa on yleensä lisäinformaatiota itse tiedostosta. Tähän niin kutsuttuun ID3-Tagiin voidaan tallentaa esimerkiksi kappaleen nimi, esittäjä, albumi, vuosiluku ja genre. NetAnttilasta ostamistani WMA-tiedostoista ei löytynyt muuta informaatiota kuin kappaleen nimi ja esittäjä. Jopa laittomissa mp3-kappaleissa nämä ID3-Tagit on merkattu paremmin kuin NetAnttilan laillisissa musiikkitiedostoissa! Eikö tällaista ylimalkaisuutta voisi kutsua asiakkaiden laiminlyömiseksi?

### 3.2.3 Käyttöliittymä, hinnoittelu, maksuvaihtoehdot ja käyttöehdot

NetAnttilan käyttöliittymä on suhteellisen selkeä, helppokäyttöinen ja kokonaan suomenkielinen. Miinusta tulee ankeasta visuaalisesta yleisilmeestä. Musiikin lataaminen vaatii pakollisen rekisteröitymisen, mutta ennen ostotapahtumaa kappaleista voi kuunnella 30 sekunnin ääninäytteitä. Koekuuntelu onnistuu myös ilman NetAnttilan omaa soitinta.

Yhden kappaleen lataaminen maksaa 1,19 euroa eli 20 senttiä enemmän kuin iTunesissa. Kokonainen albumi keventää kukkaroa 12,95 eurolla. Mika Leiposen mukaan alun tasahinnoittelu muuttuu jatkossa niin, että osa tuotteista halpenee ja osa kallistuu. Maksuvaihtoehtoina ovat yleisimpien luottokorttien lisäksi kätevä verkkomaksupalvelu (Nordea, Osuuspankki, Sampo, Säästöpankit ja Handelsbanken) sekä tekstiviestimaksu Soneran, Elisan, DNA:n ja Saunalahden liittymistä. Tekstiviestimaksuissa kertaostoksen yläraja on 20 euroa. (Anttila 2007.)

Palvelun DRM-rajoitukset ovat melko tiukat. Maksetut musiikkitiedostot voi polttaa kolmelle cd-levylle, siirtää kolmelle ulkoiselle soittimelle tai kiintolevylle ja kuunnella kolmella eri tietokoneella. Jos kappaleen ostanut henkilö lähettää musiikkitiedoston eteenpäin, vastaanottaja ei pysty kuuntelemaan kappaletta ennen kuin hän on ladannut itselleen NetAnttilan oman soittimen ja maksanut biisin kuunteluoikeudesta. Mieti, jos henkilökohtaisen cd-levysi käyttöoikeuksia rajoitettaisiin vastaavalla tavalla...

### 3.2.4 Tulevaisuusskenaarioita

Viime vuoden syyskuussa NetAnttilan digitaalisen musiikin myynti ylitti ensimmäistä kertaa verkkokaupan perinteisten cd-levyjen myynnin (Tietokone 2006). Tapaus on merkittävä esimerkki suomalaiskuluttajien asennemuutoksesta ja verkkomusiikkikauppojen kasvavasta suosiosta. Mika Leiposen mukaan 25 % Anttilan musiikista myydään digitaalisena vielä tämän vuoden puolella (Summa 2005). Ennuste on sangen rohkea; yleisimmät veikkailut samasta 25 % tavoitteesta sijoittuvat noin parin vuoden päähän. Oli miten oli, NetAnttila on tällä hetkellä yksi Suomen suurimmista ja arvostetuimmista verkkokaupoista. Ei hassumpi saavutus konservatiivisena tunnetulta kauppaketjulta.

### 3.3 BIISI.FI

www.biisi.fi



*Biisi.fi -palvelun etusivu (Biisi.fi 2007)*

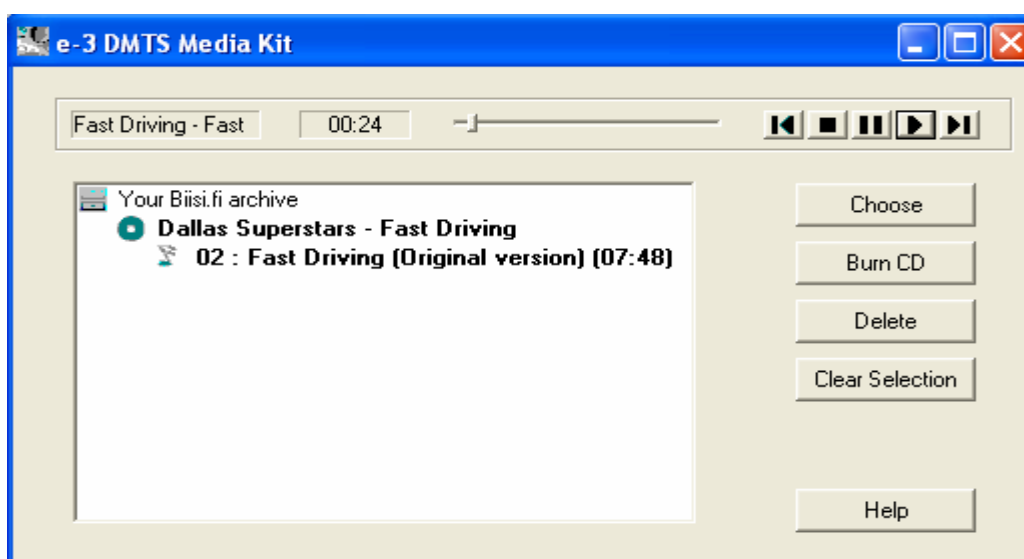
Espoolaisen e-3 Systems -ohjelmistotalon toteuttama Biisi.fi on yksi Suomen vanhimmista latauspalveluista. Muista verkkokaupoista poiketen palvelua voi käyttää joko rekisteröityneenä tai ilman rekisteröitymistä. Ikävä kyllä rekisteröitymisvapaus taitaa olla Biisi.fi -palvelun ainoa positiivinen ominaisuus.

Biisi.fi lupaa paljon, mutta tarjoaa vähän. Vielä vähemmän palvelu tiedottaa käyttämänsä järjestelmän ongelmista ja rajoituksista. Niin karulta kun se kuulostaakin, Biisi.fi siirtää yrityksensä infrastruktuurin kuluttajien niskoille. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että palvelu käyttää asiakkaidensa resursseja omiin kaupallisiin tarpeisiinsa.



### 3.3.1 Asiakkaiden resurssien käyttö

Biisi.fi -palvelun järjestelmävaatimuksena on Windows 2000 / XP. Palvelu käyttää omaa e-3™ MediaKit -soitinta, jota ilman musiikin ostaminen ei onnistu. MediaKit lataa ostettavan kappaleen joko keskuspalvelimelta tai toiselta palvelun käyttäjältä (eli sellaiselta henkilöltä, jonka koneelta kyseinen kappale jo löytyy). Jos sinun koneesi päätyy kappaleen toimittajaksi, MediaKit käyttää koneesi prosessoritehoa ja Internet-yhteyttä. Prosessorin käyttö lisää tietokoneesi sähkönkulutusta ja heikentää muiden ohjelmien suoriutumista. Kun Biisi.fi siirtää musiikkia koneeltasi toiselle käyttäjälle, palvelun viemä osuus on pois Internet-yhteytesi rajallisesta tiedonsiirtonopeudesta.



*MediaKit-soitin (Biisi.fi 2005)*

Latausten hajauttamisella Biisi.fi säästää laite- ja verkkokustannuksissa. Mikäpä olisikaan sen nerokkaampi bisnessuunnitelma, kun siirtää oman järjestelmän kuormitus pahaa aavistamattomien kuluttajien koneille! Mikä ovelinta, MediaKitin jakotoiminnot starttaavat jo tietokoneen käynnistyksen yhteydessä - teoriassa siis käyttäjän huomaamatta! MediaKitin uusimpiin versioihin on tullut mahdollisuus rajoittaa tiedostojen jakamista, mutta tämä informaatio löytyy vasta pitkän käyttöoikeussopimuksen häntäpäältä. Kerrottakoon siis lyhyesti, että tiedostojen jaon voi estää valitsemalla Settings-valikosta Distributions ja sieltä Deny media distribution.

### 3.3.2 Tietoturva ja yksityisyyden suoja

Biisi.fi -ohjelman tietoturvasta ja yksityisyyden suojasta ei ole mitään takeita. Palvelun käyttö vaatii tietokonetta suojaavan palomuurin avaamista, jolloin jokaisesta verkossa operoivasta ohjelmasta tulee lisäriski tietokoneen turvallisuudelle. Käyttöehdoissaan Biisi.fi sanoutuu irti kaikista vahingonkorvauksista, joita MediaKitin käyttö saattaa aiheuttaa.

Monet ohjelmat keräävät informaatiota asiakkaidensa tietokoneen käytöstä. Näitä tietoja käytetään pääasiassa myynnin ja markkinoinnin tarpeisiin. Biisi.fi ei ole julkistanut, kuinka se suhtautuu asiakkaidensa yksityisyyteen ja tietoturvaan. Siispä ei ole selvää, mitä tietoja Biisi.fi asiakaskoneiltaan kerää. MediaKit tarkastaa musiikin käyttöoikeuden joka kerta, kun asiakas kuuntelee lataamansa musiikkikappaleen. Tämä tieto yhdistettynä rekisteröityessä annettuun nimeen paljastaa kaiken musiikinkuuntelustasi. Kun MediaKit lataa kappaleita muilta käyttäjiltä, tietokoneet ottavat yhteyden toistensa yksilöllisiin ip-osoitteisiin. Ip-osoitteen avulla on mahdollista jäljittää sekä tietokoneita että koneiden omistajia. Näin ollen Biisi.fi saattaa paljastaa ulkopuolisille salaisen kaappi-iskelmä-diggailusi tai suunnattoman mahtiballadiperversiosi.

### 3.3.3 Käyttöehdot

Biisi.fi -palvelun käyttöehdot ovat hyvin tiukat. Palvelusta ostettua musiikkia voi kuunnella ainoastaan MediaKit-soittimella, minkä seurauksena kappaleita ei voi siirtää kannettavaan soittimeen eikä parempaan soitto-ohjelmaan. Mikä huvittavinta, ostetut kappaleet voi polttaa cd-levylle ainoastaan yhden kerran! (Biisi.fi 2007.) Niinpä käyttäjä voi heittää hyvästit sekalaisista biiseistä kasatuille kokoelmalevyille.

Biisi.fi:n käyttöehtojen mukaan cd-levystä saa tehdä yhden henkilökohtaisen varmuuskopion. Lisäksi ostettuja musiikkikappaleita voi kuunnella ”rajattomasti” kahdessa eri tietokoneessa. (Biisi.fi 2007.) Tuo ”rajattomuus” kuitenkin loppuu siinä vaiheessa, jos Biisi.fi menee nurin ja palvelun serveri häviää verkosta. Kuinka pitkää elinikää sinä veikkaisit yhtiölle, joka päästää markkinoille tällaisia ”palveluita”?

### 3.3.4 Musiikkivalikoima, tiedostoformaatti, hinnoittelu ja maksuvaihtoehdot

Biisi.fi ei kerro musiikkivalikoimansa laajuutta, mutta omien laskelmiini mukaan palvelusta löytyy noin 100 000 - 200 000 kappaletta. Albumien määrä jää alle 10 000 nimikkeeseen. Mukana on sekä kahden suurimman levy-yhtiön (Sony BMG ja Warner) että muutaman pienemmän levymerkin musiikkia. Yhteistyökumppaneina toimivat muun muassa Tuhma Records, Low Frequency Records ja Stargate Music. (Biisi.fi 2007.) Biisi.fi:stä on siis saatavilla jonkin verran marginaalimusiikkia, mutta suomeksi sanottuna tämä tarkoittaa vain muutamia kymmeniä vaihtoehtolevyjä. Esimerkiksi disco/funk/soul -kategoriasta löytyy mitättömät 22 hakutulosta ja Suomi-metal -kategoriasta säälittävät 49 tulosta.

Biisi.fi ei anna mitään tietoa käyttämästään tiedostomuodosta. Musiikkitiedostot ovat kuitenkin isokokoisia (noin 8 MB / kappale), joten luultavasti formaattina on Ogg Vorbis tai joku muu hyvälaatuinen äänenpakkausmenetelmä. Kappaleet on salattu kahteen kertaan; ensimmäisen salauksen sisällä on DMTS-otsakkeet ja toisen salauksen sisällä musiikkitiedosto. (Biisi.fi 2007.) DMTS (Dynamic Media Transport System) tarkoittaa e-3 Systemsin kehittämää digitaalisen median jakelujärjestelmää, joka mahdollistaa musiikin ja muiden digitaalisten sisältöjen jakelun tekijänoikeuksia kunnioittaen (MBnet 2004).

Lienee kai turha mainita, että Biisi.fi:n epäystävällinen kuluttajapolitiikka näkyy myös hinnoissa. Yhdestä kappaleesta joutuu pulittamaan 0,99 - 1,39 euroa ja albumista noin 13,90 euroa. Maksaminen onnistuu joko verkkopankin tai Digiraha-palvelun kautta. (Biisi.fi 2007.) Digiraha on Osuuspankin tarjoama verkkokukkaropalvelu, joka on tarkoitettu erityisesti pienten ostosten maksamiseen. Palvelua voi käyttää muun muassa tietokoneen ja matkapuhelimen avulla. (Osuuspankki 2007.)

### 3.3.5 Käyttöliittymä

MediaKitin käyttöliittymä on sekä kankea että visuaalisesti alkukantainen. Ohjelma ei hyväksy soittolistalleen muualta hankittuja kappaleita, joten MediaKitillä ei voi korvata muita soitto-ohjelmia. Myös cd-levyjen polttaminen onnistuu ainoastaan MediaKitin avulla. Ohjelman poltto-ongelmia korjaillaan vähän väliä, mikä kertonee jotain palvelun suorituskyvystä. MediaKit vaatii

tietokoneelta 800 MHz:n keskussuoritinta, mikä on melko suuri vaatimus pelkältä musiikin soitto-ohjelmalta. (Biisi.fi 2007.)

Kokonaisuudessaan Biisi.fi:n käyttö musiikin hankintaan ja soittamiseen on hankalampaa kuin cd-levyjen ostaminen. Kappaleiden esikuuntelu toimii moitteetta, mutta albumeista ja artisteista saatava tieto on puutteellista ja paikoin jopa virheellistä. Mikäli asiakas haluaa käyttää musiikkia monipuolisesti, hänen on poltettava ostamansa kappaleet cd:lle, palautettava tiedostot tietokoneelle ja muunnettava kappaleet haluamaansa formaattiin. Tämä operaatio paitsi huonontaa äänenlaatua, on myös kielletty Biisi.fi:n käyttöehdoissa.

Osa Biisi.fi:n ongelmista on yhteisiä kaikille verkossa toimiville musiikkikaupoille. Täytyy kuitenkin myöntää, etten ole aikaisemmin törmännyt yhteenkään näin kehnosti toteutettuun verkkokauppaan. Nettimusiikkia voi myydä muutenkin kuin siirtämällä bisneksen kulut asiakkaiden maksettavaksi. Tai rajoittamalla musiikin polttamisen yhteen cd-levyyn. Tai monopolisoimalla musiikin soitto-oikeudet surkeaan soitto-ohjelmaan. Toivottavasti Biisi.fi:n tilanne paranee tulevaisuudessa. Muussa tapauksessa palvelulle voi ennustaa erittäin lyhyttä ja kivuliasta elinkaarta.

### 3.4 MSN MUSIC / CDON.COM FINLAND

www.cdon.com



*Cdon.com -verkkokaupan etusivu (Cdon.com 2007)*

Vuonna 2004 perustettu MSN Music -latauspalvelu on Microsoftin vastaveto Applen iTunesille. Yhdysvalloissa MSN Music toimii itsenäisenä verkkokauppana, mutta Skandinaviassa palvelu on toteutettu Cdon.com -sivuston kautta (Reuters 2004). Lienee siis selkeintä puhua Cdon.comista eikä MSN:stä. Omien sanojensa mukaisesti Cdon.com on ”pohjoismaiden suurin verkkokauppa”.

#### 3.4.1 Kuunteluedellytykset, tiedostformaatti ja käyttöehdot

Vain Windows-ympäristössä toimivaa Cdon.comia voi käyttää joko selaimella tai Windows Media Player 10:n kautta. Käyttöliittymä on molemmissa tapauksissa samanlainen ja suomenkielinen. Musiikkitiedostojen toisto onnistuu myös WinAmp- ja Music Match -soittimien uusimmilla

versioilla. Soittimet eivät kuitenkaan toimi ilman Windows Media Playerin asentamista ja uusimman DRM-lisenssin päivittämistä. DRM-lisenssin voi päivittää Microsoftin sivuilta. (Cdon.com 2007.)

Cdon.comista ladattavat kappaleet ovat pääasiassa DRM-suojattuja WMA-tiedostoja, joiden bittivirtanopeus vaihtelee 128-192 kbit/s välillä. Osa valikoimasta on tarjolla myös mp3-muotoisena, jolloin tiedoston suojaus on toteutettu ääneen upotetun vesileiman avulla. (Cdon.com 2007.) Vesileiman avulla kappaleen ostanut asiakas voidaan tarvittaessa yksilöidä, mikäli tiedosto löytyy vertaisverkosta tai muista laittomista lähteistä. Mp3-tiedostojen osuus Cdon.comin valikoimasta on jatkuvassa kasvussa.

WMA-tiedostoille asetetut käyttörajoitukset eivät ole aivan yhtä tiukkoja kuin NetAnttilassa. Musiikkia voi soittaa yhteensä viidellä eri tietokoneella ja kappaleet voi polttaa kymmenelle eri cd-levylle. Kaiken ostamansa musiikin - mp3:set mukaan lukien - saa kuitenkin kopioida palvelusta vain kolmeen kertaan. (Cdon.com 2007.) Mikäli kappaleita haluaa kuunnella tien päällä, kannettavan soittimen on tuettava suojattuja WMA-tiedostoja. Mp3-formaatti ei vaadi lisenssiä, minkä ansiosta mp3:sia voidaan toistaa lähes kaikilla soittimilla.

### **3.4.2 Musiikkivalikoima, hinnoittelu, maksuvaihtoehdot ja käyttöliittymä**

Cdon.com ilmoittaa valikoimansa sisältävän ”satojatuhansia musiikki-, elokuva- ja pelinimikkeitä.” Kappalevalikoima on siis NetAnttilaa ja iTunesia pienempi. Kuten arvata saattaa, tarjonta painottuu neljän suurimman levy-yhtiön artisteihin. Vanhaa ja marginaalisia musiikkia on saatavilla erittäin rajoitetusti. Myös suomalaisen musiikin osuus on melko olematonta. Artisteista ja levyistä annetaan vain tärkeimmät tiedot, minkä vuoksi lisäinformaatiota joutuu hakemaan muita reittejä pitkin.

Microsoftin hinnoittelu seuraa Applen esimerkkiä. Yksittäiset kappaleet maksavat 0,99 euroa ja albumit noin 9,90 euroa. Maksaminen vaatii melko monta klikkausta, sillä maksunvälittäjänä toimii kolmas osapuoli (Bibit). Maksuvälineeksi kelpaa ainoastaan luottokortti, jonka käytöstä veloitetaan lisämaksu. (Cdon.com 2007.)

Käytettävyydeltään Cdon.comin sivusto ei ole kilpailijoidensa tasolla. Kokeiluhetkellä koko musiikkivalikoimaa ei päässyt selaamaan musiikkityylilinkkien kautta, vaan linkit rajoittivat

listauksen pelkkiin uutuuksiin. Ongelmia aiheutui myös kappaleiden esikuuntelusta, joka toimi moitteettomasti vain Windows Media Playerilla. Myös palvelun suomenkielinen toteutus kaipaisi melkoisesti hiomista. Kirjoitusvirheitä ja huonoa käännoistyötä vilisee siellä täällä, eivätkä tilausehtoihin unohtuneet englanninkieliset tekstinpätkät ainakaan paranna yleiskuvaa. Lisäksi ostaja jää riippuvuussuhteeseen kaupan kanssa, sillä musiikin soitto-oikeuksia kysellään myyjän palvelimelta oikein salasanojen kanssa. Ostaja ei voi myöskään aina muuntaa levyään cd:ksi joko siksi, että cd-poltin ei ole yhteensopiva Windows Media -käyttöoikeuksien kanssa tai käyttöoikeuksissa sallitaan vain levyn osittainen cd:ksi polttaminen. Täytyy kuitenkin myöntää, että rekisteröitymisen jälkeen musiikin ostaminen on sangen helppoa.

### 3.5 LEVYVIRASTO

www.levyvirasto.net

Levyvirasto.net - Kotimainen marginaalimusiikin välityspalvelu - MP3, CD, LP - Mozilla Firefox

Tiedosto Muokkaa Näytä Sivuhistoria Kirjanmerkit Työkalut Ohje

http://www.levyvirasto.net/catalog/index.php?cPath=21

Ilmainen Hotmail-tili Mukauta linkkirivi Windows Media Windows

**LEVYVIRASTO**  
- Virasto joka välittää -

Genret

- Rock
- Alternative
- Blues
- Emo
- Garage
- Hard rock
- Hardcore
- Indie rock
- Modern rock
- Noise
- Progressive
- Psychedelic
- Punk
- Roots
- Suomirock
- Pop
- Metal
- Electronic
- Jazz
- Hiphop
- Folk & World
- Muut
- DVD

Artikkelit

Bändiesittelyt (2)

Tiedotteet (3)

Ostoskori

**Rock**

**ROCK TOP 10**

Nämä levyt ovat laatunsa vuoksi viraston erityisessä suojeluksessa, kannattaa tarkistaa! Mikäli haluat selailla levyjä genrekohdaisesti, valitse mieleisesi musiikkityyli vasemmalta.

Levyt 1 - 10 (10 levyistä) Tulossivut: 1

kuuntele kaikki

Kuva	Nimi	Yhtye+	Hinta	Kuuntele
	<b>Älä katso ihmistä</b> Aivoläivistyksen kolmas levy. Julkaisu: 21.2.2007	<b>Aivoläivistys</b>	CD 13.00EUR MP3 9.00EUR	
	<b>The Album</b> Audacity is a street rock band hailing to those great 80's rock bands (The Cult, Guns 'n' Roses, Billy Idol...) that are missing nowadays. Audacity... <a href="#">lisää&gt;&gt;&gt;</a>	<b>Audacity</b>	CD 10.00EUR MP3 8.00EUR - Ei saatavilla	

Valmis

Käynnistä Levyvirasto.net - Koti... Lopputyö - Microsoft ... FI 14:07

Levyvirasto (Levyvirasto 2007)

Vuodesta 2005 toiminut Levyvirasto on riippumaton ja vaativia musiikinkuluttajia miellyttävä verkkomusiikkipalvelu. Palvelu eroaa perinteisistä verkkokaupoista sekä musiikkivalikoimansa että toimintatapojensa puolesta. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että Levyvirasto ohittaa perinteiset jakelukanavat ja toimii ainoastaan artistien ja pienlevy-yhtiöiden välikätenä. Toimintaan ei sisälly monivaiheista byrokratiaa tai oman edun ajamista, minkä seurauksena artistin käteen jää jopa 70 % myydyin musiikin hinnasta! (Levyvirasto 2007.) Tämä on huomattavasti enemmän kuin perinteisten jakelumallien kohdalla. Tiivistetysti voisi siis todeta, että Levyvirasto tukee artistien toimintaa mitä mainioimmalla tavalla.

### **3.5.1 Musiikkivalikoima**

Levyviraston musiikkivalikoima koostuu mielenkiintoisista ja myyntimääriltään pienistä vaihtoehtoartisteista. Tästä kaupasta on turha etsiä Britney Spearsia tai Antti Tuiskua, mutta miten olisi Ceebrolistics, Aivolävistys tai Stig Dogg? Palvelun yhteistyökumppaneina toimii liuta maineikkaita ja vähemmän tunnettuja pienlevy-yhtiöitä, kuten Combat Rock Industry, Fullsteam Records, Bad Vugum, New Music Community ja Bassoradio (Levyvirasto 2007). Virastosta löytyy myös sellaisia artisteja, joilla ei ole levytyssopimusta. Levytyssopimuksen puute ei kuitenkaan ole synonyymi amatöörimäisille demo-kokelaille, sillä Levyviraston ylläpitäjät hyväksyvät sivuilleen vain laadukasta ja kiinnostavaa musiikkia. Koska palvelu on suomalainen, musiikkivalikoima koostuu lähes yksinomaan kotimaisista artisteista.

### **3.5.2 Tiedostoformaatti, käyttöehdot, hinnoittelu ja maksuvaihtoehdot**

Levyviraston käyttämä tiedostoformaatti on 256 kbit/s pakattu mp3 (Levyvirasto 2007). Suomeksi sanottuna tämä tarkoittaa mainiota äänenlaatua. Musiikki toimitetaan zip-tiedostoina, jotka on erittäin helppo ladata ja purkaa. Zip-tiedosto sisältää myös mahdollisen bonus-materiaalin, kuten levynkannet tai musiikkivideot. Kuten mp3-formaatin ideologiaan kuuluu, tiedostoja ei ole turmeltu rajoittavilla DRM-suojauksilla. Niinpä Levyvirastosta ostettua musiikkia voi kuunnella missä tahansa, millä laitteilla tahansa ja kuinka usein tahansa.



Musiikin levittäminen suoraan artistilta kuulijalle mahdollistaa normaalista poikkeavat ja kuluttajaystävälliset hinnat. Albumien hintahaarukka vaihtelee noin neljän ja 15 euron välillä. Lopullisen myyntihinnan päättää artisti itse. Toisin kuin monet muut verkkokaupat, Levyvirastosta ei voi ladata yksittäisiä kappaleita. Palvelusta löytyy kuitenkin useita ep-levyjä, joiden hinnat vaihtelevat euron ja neljän euron välillä. Maksaminen onnistuu joko luottokortilla tai verkkomaksupalvelulla. Maksuvälineeksi kelpaa myös verkkomaksamispalveluun rekisteröity Visa Electron -kortti. (Levyvirasto 2007.)

### 3.5.3 Käyttöliittymä

Levyviraston ulkoasu ja käyttöliittymä on kohtalaisen selkeä ja looginen. Sivustolta löytyy bändiesittelyjä, levyarvioita, suosituksia ja ilmaiseksi kuunneltava jukeboksi. Tilaaminen edellyttää rekisteröitymistä, mutta ennen ostotapahtumaa kappaleista voi kuunnella minuutin mittaisen näytepätkän. Maksamisen jälkeen asiakas pääsee sivulle, jossa on linkki juuri ostettuihin tiedostoihin. Tiedostot ovat saatavilla seitsemän päivää ostamisen jälkeen. Jokaisen tiedoston voi ladata viisi kertaa.

Musiikkivalikoiman selaaminen on tehty helpoksi ja vaivattomaksi. Tämä johtuu Levyviraston asiantuntevista ja etsimistä nopeuttavista genrelinkeistä. Kuinka moni verkkokauppa jaksaa lajitella musiikkinsa yksityiskohtaisiin alagenreihin, kuten emo rock, power pop, doom metal ja metalcore? Ratkaisu kieli paitsi asiakasystävällisestä toiminnasta, myös Levyvirastoa ylläpitävien henkilöiden musiikkitietämyksestä. Mp3-tiedostojen lisäksi palvelusta voi ostaa tavallisia cd-levyjä, vinyylejä ja kasetteja.

Kokonaisuutena Levyvirasto on erittäin lupaava ja mielenkiintoinen verkkokauppa. Palvelun takaa huokuu aito musiikki-innostus ja asiakaspalvelulähtöisyys, mistä isompienkin verkkokauppojen kannattaisi ottaa mallia. Täytyy vain toivoa, ettei Levyvirastolle käy kuten elektroniikkafirmoille 1970-luvulla. Tai ohjelmistofirmoille 1980-luvulla. Tai Internet-firmoille 1990-luvulla. Tai uusille ja innovatiivisille firmoille 2000-luvulla. Näissä tapauksissa suurempi firma tai rahasto osti lupaavan pikkufirman joko sovinnolla tai pakolla. Tämän jälkeen ostaja pilasi työntekijöiden työolosuhteet ja vähitellen koko firman. Oston motiivina saattoi olla kilpailijan eliminoiminen, firman laajentaminen, pääoman kasvattaminen tai uudelle toimialalle siirtyminen. Jos osto ei

onnistunut, firma saatettiin kaataa ihan hivin vuoksi. Pidetään siis peukkuja Levyviraston tulevaisuuden puolesta.

### **3.6 MUTTA SUOMALAISIA VERKKOMUSIIKKIKAUPPOJA**

Omien laskelmieni mukaan Suomessa toimii tällä hetkellä noin 20 laillista verkkomusiikkikauppaa. Näitä ovat (edellä mainittujen palveluiden lisäksi) MTV, NRJ, Iltasanomat Musiikki, Funman, Elisa Jukeboksi (entinen Emma.fm), Musiikkilataamo, Lumo, Pepsi Max Music, Media Milkshake Finland, Laturi, E-Music, PHNet, Pop City, Saunalahti Musakauppa ja Welho Musiikki.

#### **3.6.1 Suomalainen mobiilimusiikkibisnes**

Kuten yllä olevasta listasta käy ilmi, nettimusiikkibisneksestä löytyy nykyisin monia tuttuja puhelinoperaattoreita. Monet operaattorit käyttävät niin kutsuttua dual delivery -strategiaa, joka tarkoittaa musiikin myymistä sekä laajakaistayhteyden kautta tietokoneisiin että mobiiliportaalin kautta kännyköihin (Mäntylä 2006). Suomessa dual delivery -mahdollisuus löytyy muun muassa Elisan Jukeboksista, Saunalahden Musakaupasta sekä Helsingin Sanomien ja TeliaSoneran Musiikkilataamosta. Myös Funman, Pepsi Max Music ja Pop City tarjoavat omanlaisiaan mobiilipalveluja. Näitä palveluja voivat olla vaikkapa aidot True Tone -soittoäännet.

Viime vuonna Suomen suurin kännykkävalmistaja Nokia osti digitaalista musiikkia jakelevan Loudeye-yhtiön. Loydeyen kautta Nokia sai haltuunsa 1,6 miljoonan kappaleen musiikkivalikoiman. Periaatteessa Nokia voisi nyt perustaa oman digitaalisen musiikkikaupan, josta kuluttaja voisi ostaa musiikkia sekä tietokoneeseen että kännykkään. Loydeye on kuitenkin keskittänyt musiikkipalveluidensa myynnin pelkästään yrityksille. (Sajari 2006.) Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että Louddeyella ei ole omaa vähittäismyyntiä suoraan kuluttajille. Lienee siis todennäköisintä, että Nokia pysyttelee musiikkikaupassa yritysmarkkinoilla.

## 4. SUOMALAINEN LATAUSLISTA

Musiikkikappaleiden netti- ja mobiililatauksia on listattu Yhdysvalloissa ja Euroopassa jo yli vuoden ajan. Ensimmäinen latauslistan kärkeen noussut kappale oli James Bluntin You're Beautiful. Suomessa latauslistan ylläpitäminen aloitettiin tämän vuoden helmikuussa. Iso-Britanniassa latauslista ja singelista ovat jo sulautuneet yhdeksi biisilistaksi. (Mäntysaari 2007, 21.) Suomessa lataukset ja singlet ovat ainakin vielä toistaiseksi pysyneet omilla listoillaan.

### 4.1 KUINKA DIGITAALINEN LISTA TOIMII - VAI TOIMIIKO OLLENKAAN?

Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry osti latauspalveluiden mittauksen englantilaiselta Official Chart Companylta. OCC käyttää kappaletunnisteiden keräämiseen Ison-Britannian Gramexia vastaavan CatCo-järjestön tietokantaa. Jos suomalainen levy-yhtiö ei tee Gramex-ilmoitusta ajoissa, verkkokaupasta ladattu kappale ei listaudu koneellisesti kerättäviin myyntitietoihin. (Mäntysaari 2007, 21.) Tästä syystä Suomen ensimmäinen latauslista oli melkoinen katastrofi. Listalta puuttui paitsi liuta kotimaisia artisteja, myös maailman suurimman verkkokaupan eli iTunesin myyntitilastot. Tällä hetkellä Englanti on ainoa maa, jonka latauslistalle iTunesin myyntitiedot rekisteröityvät.

Suomen toiselle latauslistalle osa kappaleiden myyntiluvuista jouduttiin syöttämään käsin. Näin listalle saatiin muun muassa iTunesin ladatuin kappale, Apulannan Koneeseen kadonnut. ÄKT on ilmoittanut levy-yhtiöille jatkavansa tunnistamatta jääneiden kappaleiden manuaalista syöttöä vielä maaliskuun puoliväliin saakka. Tämän jälkeen Gramexin tietokannasta puuttuvat kappaleet jäävät auttamatta listan ulkopuolelle. Muun muassa Saunalahden Musakauppaa pyörittävä Ericsson ei ole vielä toimittanut Gramex-tietojaan OCC:lle. Kunhan Ericsson nämä tiedot toimittaa, myös Saunalahti, Elisa ja DNA voidaan lisätä latauslistan piirissä oleviin kauppapaikkoihin. (Mäntysaari 2007, 21.) Tällä hetkellä ÄKT:n seurannassa on 16 suomalaista verkkokauppaa (Latauslista 2007).

Aiemmin Suomen viralliset myyntilistat on esitelty YLEn medioissa, mutta latauslistalle ÄKT on löytänyt uuden yhteistyökumppanin. Tästä eteenpäin digilista esitetään joka torstai kaupallisella The Voice -digikanavalla. Listaa voi tarkkailla myös Internetissä osoitteessa [www.latauslista.fi](http://www.latauslista.fi).

ÄKT ei ilmoita listojen tarkkoja myyntilukuja, mutta jo tässä vaiheessa listan kärkipaikalle yltävä kappale on myynyt moninkertaisesti singlelistan ykköseen verrattuna.

## 4.2 LATAUSLISTA VASTAAN SINGLELISTA

Latauslistalla on monia vahvuuksia verrattuna perinteiseen singlemyyntilistaan. Suurin vahvuus on epäilemättä se, että digilataukset ovat ohittaneet fyysisten singlejen myyntilukemat. Lisäksi digilistan tarjoama tieto on singlelistaa puhtaampaa. Perinteisiä sinkkujahan on kaupattu ennen julkaisemattomilla lisäraidoilla, jotka saattavat olla monelle fanille varsinaista sinkkubiisiä tärkeämpi ostotäky. Lataukset kertovat, mistä biiseistä yleisö oikeasti maksaa. Kolmas digilistan vahvuus on se, että kun musiikkiesitys on kertaalleen pantu ladattavaksi, se pysyy verkossa ja on saatavilla viikon jokaisena päivänä ja tuntina. Kaupankäynti ei ole enää alisteista aukioloajoille, jakeluongelmille eikä painosten loppumiselle. Reagoipa kansa millaisiin virikkeisiin tahansa ja kuinka impulsiivisesti tahansa, reaktiot ovat aina mitattavissa.

Viikko Kirkan kuolinuutisen jälkeen viralliselle Top 30 -latauslistalle nousi kahdeksan Kirkan biisiä. Tuskin kukaan olisi voinut kuvitella ostavansa näitä kappaleita singlenä; vanhin julkaisu Hetki Lyö on nimittäin peräisin vuodelta 1967. Pari viikkoa myöhemmin Idols-tuomaristo sätti Ari Koivusta epäonnistuneesta kappalevalinnasta. Seuraavana päivänä Billy Joelin ”ikivanha” (1974) ja ”kaikkien unohtama” Piano Man oli Suomen iTunesin ladatuin kappale. (Pennanen 2007, 22.)

Kuten yllä olevista esimerkeistä voi päätellä, digilista käyttäytyy huomattavasti omapäisemmin kuin perinteinen singlemyyntilista. Digilistan käyttäytymistä on kuitenkin vaikea ottaa todesta, ellei itse lista ole missään määrin vakavasti otettava. On melko huono ennusmerkki, että Suomen ensimmäinen ja kuukausikaupalla säädetty digilista sisälsi useita teknisiä ja sisällöllisiä mokia. Listoja pitäisi katsoa kriittisellä silmällä jo ennen niiden julkistamista. ”Kyllä joku siitä sitten huomauttaa” -mentaliteetista ei ole koskaan seurannut eikä tule koskaan seuraamaan mitään hyvää.

Latauslistan pyöritys ei ole yksinkertaista puuhaa. Kaikkien aikojen suurimmasta digihitistä, Basshunterin Boten Annasta, on tällä hetkellä saatavilla kuusi erilaista versiota. Rekisteröityvätkö ne kaikki saman nimen alle, vai pitäisikö versioita edes laskea yhteen? Yhtä kaikki, digilistan

ylläpitoon liittyy vielä paljon selvittämättömiä epävarmuustekijöitä. Onneksi vanhat viisaudet tietävät kertoa, että hiljaa hyvä tulee ja kukaan ei ole seppä syntyessään.

## 5. YHTEENVETO

Kun aloin kirjoittaa tätä tutkintotyötä, asenteeni musiikin digitaalista jakelua kohtaan oli melko pessimistinen. Tämä johtui paitsi vannoutuneesta levykeräilyluonteestani, myös huonoista verkkokauppakokemuksistani. Kirjoitusprosessin aikana tutustuin moniin uusiin verkkokauppoihin, käytin kaljarahani suuren biisiarmeijan lataamiseen ja siirtelin musiikkia useiden eri soitinten ja kaiutinten välillä. Vaikka moni verkkokauppa yllätti minut positiivisesti, en edelleenkään ole järin innostunut käsittämättömillä käyttöehdoilla kahlittujen bittijonojen ostamisesta. Täytyy kuitenkin myöntää, että nykyisten latauspalveluiden käyttöliittymissä ja biisivalikoimissa on tapahtunut huomattavia parannuksia sitten surkukupaisan Emma.fm-palvelun.

Onko verkkokaupasta ladattu musiikkitiedosto sitten parempi vaihtoehto kuin kaupasta ostettu cd-levy? Vastaus ei ole yksiselitteinen, vaan riippuu jokaisen musiikinkuluttajan henkilökohtaisesta vaatimustasosta. Onko musiikinkuluttaja levyjä varastoiva hamsteri vai soundipolitiikasta kiinnostunut hifisti? Etsiikö hän yksittäisiä biisejä vai hienoilla kansilla varustettuja albumikokonaisuuksia? Haluaako hän hiplata levydivareiden vinyylivalikoimia vai hoitaa ostokset kotisohvalla löhötyessään? Se minkä toinen näkee hyvänä ominaisuutena, saattaa olla toiselle täysin sietämätön ajatus. Niinpä musiikkitiedostojen ja cd-levyjen mustavalkoinen vertailu on melko turhanpäiväistä ja epäobjektiivista puuhaa.

Unohdetaan siis objektiivisuus. Henkilökohtaisesti olen sitä mieltä, että musiikkitiedostojen DRM-rajoitukset tekevät laillisista verkkokaupoista kaikkea muuta kuin houkuttelevan vaihtoehdon. Kun ostan musiikkia, en halua kahlita itseäni vain yhteen kauppapaikkaan, yhteen käyttöjärjestelmään, yhteen mediasoittimeen tai yhteen valmistajaan. En halua myöskään ostaa sellaisia kappaleita, jotka katoavat samalla hetkellä kun tietokoneeni kovalevy hajoaa, biisin myynyt firma menee nurin tai kissani hyppää näppäimistöni delete-napin päälle. Kun ostan cd-levyn, saan jotain joka toimii kaikissa nykypäivän laitteissa. Samalla vältyn huonoilta soundeilta ja toistuvien formaattimuunnosten äänenlaatua heikentävältä vaikutukselta.

Toki verkkokauppoihin sisältyy myös hyviä ominaisuuksia. Näitä ovat muun muassa kappaleiden esikuuntelumahdollisuus ja kotisohvalta hoituva shoppausprosessi. Lisäksi verkkokaupassa myytävät biisit ovat halvempia kuin perinteiset singlet ja vastajulkaistun levyn voi hankkia samana

päivänä kun se globaalisti ilmestyy. Mikä tässä siis mättää? Eikö minun pitäisi olla iloinen siitä, että musiikkibisnes on viimeinkin noudattanut toiveitani ja siirtynyt nykyaikaan?

Ei, valitettavasti minä en osaa iloita. Tämä johtuu vuosien mittaan kerääntyneestä cd- ja vinyylitarkastelmastani. Haluan ostaa levyjä niin kauan kun niitä saa. Haluan kerätä suosikkiyhtyeideni kaikki teokset ja säilyttää ne ikuisesti. Haluan arkistoida levyni aakkosjärjestykseen ja yllättyä, mitä kaikkea vuoden päästä löydänkään. Haluan hypistellä isoja mustia vinyylejä ja ihastella niiden taidokasta tai amatöörimäistä kansitaidetta. Haluan tehdä löytöjä kirpputoreilta ja ostaa outoja savikiekkoja antikvariaateista. Haluan surffata eBayssa ja etsiä viimeisimpiä hintoja punk-harvinaisuuksilleni, joita en kuitenkaan koskaan aio myydä. Ja kun kuolen, haluan että laitatte arkuuni Black Flagin Damaged-albumin, vinyylinä, alkuperäispainoksena vuodelta 1981.



## LÄHTEET:

- AfterDawn. 2007. Sanasto. Saatavilla www-muodossa:  
<http://fin.afterdawn.com/sanasto/termit/drm.cfm>. (Luettu 3.3.2007)
- Ankle. 2005. Musiikkiteollisuuden iTunes-kritiikki jatkuu. Saatavilla www-muodossa:  
<http://fin.afterdawn.com/uutiset/arkisto/6881.cfm>. (Luettu 19.2.2007)
- Ankle<sup>2</sup>. 2005. Verkkomusiikkikauppa arviolta yli neljännesmiljardiin 2005. Saatavilla www-muodossa: <http://fin.afterdawn.com/uutiset/arkisto/6318.cfm>. (Luettu 26.2.2007)
- Ankle<sup>3</sup>. 2005. PyMusiquella DRM-suojaamatonta musiikkia iTunesista. Saatavilla www-muodossa: <http://fin.afterdawn.com/uutiset/arkisto/6228.cfm>. (Luettu 7.3.2007)
- Apple. 2007. iTunes Music Store. Saatavilla www-muodossa:  
<http://www.apple.com/fi/itunes/store>.
- Biisi.fi. 2007. Biisi.fi. Saatavilla www-muodossa: <http://www.biisi.fi>.
- Cdon.com. 2007. Cdon.com Downloads. Saatavilla www-muodossa: [www.cdon.com](http://www.cdon.com)
- Doctorow, Cory. 2007. EMI abandons CD DRM. Saatavilla www-muodossa:  
[http://www.boingboing.net/2007/01/08/emi\\_abandons\\_cd\\_drm.html](http://www.boingboing.net/2007/01/08/emi_abandons_cd_drm.html). (Luettu 12.3.2007)
- dRD. 2005. PyMusique jälleen yhteensopiva iTunesin kanssa. Saatavilla www-muodossa:  
<http://fin.afterdawn.com/uutiset/arkisto/6241.cfm>. (Luettu 7.3.2007)
- EFFI. 2005. Tekijänoikeus-FAQ. Saatavilla www-muodossa:  
<http://www.ffi.org/tekijanoikeus/laki/tekijanoikeus-faq.html>. (Luettu 8.3.2007)
- Finlex. 2007. Laki tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta. Saatavilla www-muodossa:  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2002/20020458>. (Luettu 21.3.2007)

- Friedman, Robert. 2007. Beatles Ready for Legal Downloading Soon. Saatavilla www-muodossa:  
<http://www.foxnews.com/story/0,2933,251410,00.html>. (Luettu 28.3.2007)
  
- Gray, Patrick. 2004. Student hacks iTunes for compatibility. Saatavilla www-muodossa:  
<http://www.securityfocus.com/news/8561>. (Luettu 7.3.2007)
  
- IFPI. 2007. Digital Music Report '07. Saatavilla pdf-muodossa:  
<http://www.ifpi.org/content/library/digital-music-report-2007.pdf>. (Luettu 26.2.2007)
  
- IFPI<sup>2</sup>. 2006. 30 uutta tutkintopyyntöä. Saatavilla www-muodossa:  
<http://www.ifpi.fi/ajankohtaista/article.html?newsid=122>. (Luettu 14.3.2007)
  
- Jobs, Steve. 2007. Thoughts on Music. Saatavilla www-muodossa:  
<http://www.apple.com/hotnews/thoughtsonmusic>. (Luettu 12.3.2007)
  
- Jobs, Steve<sup>2</sup>. 2007. Macworld San Francisco 2007 - Keynote Address. Saatavilla QuickTime-muodossa: <http://events.apple.com.edgesuite.net/j47d52oo/event>. (Luettu 24.3.2007)
  
- Karvonen, Tuomas. 2003. iTunesin Windows-versio rikkoi miljoonan. Saatavilla www-muodossa:  
[http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news\\_id=20121](http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news_id=20121). (Luettu 19.3.2007)
  
- Kotilainen, Samuli. 2004. RealNetworks aloitti nettimusiikin hintasodan. Saatavilla www-muodossa: [http://www.tietokone.fi/pda/uutinen.asp?news\\_id=21576](http://www.tietokone.fi/pda/uutinen.asp?news_id=21576). (Luettu 26.2.2007)
  
- Krazit, Tom. 2007. Apple's Jobs calls for DRM-free music. Saatavilla www-muodossa:  
[http://news.com.com/Apples+Jobs+calls+for+DRM-free+music/2100-1027\\_3-6156763.html](http://news.com.com/Apples+Jobs+calls+for+DRM-free+music/2100-1027_3-6156763.html).  
(Luettu 12.3.2007)
  
- Kuivalainen, Jaakko. 2006. Espoon käräjäoikeus hylkäsi liiketoimintakieltihakemuksen DRM-riidassa. Saatavilla www-muodossa:  
[http://www.digitoday.fi/page.php?page\\_id=14&news\\_id=20067201](http://www.digitoday.fi/page.php?page_id=14&news_id=20067201). (Luettu 21.3.2007)
  
- Latauslista. 2007. The Official Finnish Download Chart. Saatavilla www-muodossa:

<http://www.latauslista.fi>. (Luettu 10.4.2007)

- Lehto, Tero. 2007. ÄKT: Tekijänoikeusuudistus vähensi piratismia. Saatavilla www-muodossa:  
[http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news\\_id=29291&tyyppi=1](http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news_id=29291&tyyppi=1). (Luettu 12.4.2007)

- Levyvirasto. 2007. Levyvirasto - virasto joka välittää. Saatavilla www-muodossa:  
<http://www.levyvirasto.net>.

- MacNewsWorld. 2005. European iTunes Music Store Tops 50 Million Songs Sold. Saatavilla  
www-muodossa: <http://www.macnewsworld.com/story/6C15S4ih8cBMAa/European-iTunes-Music-Store-Tops-50-Million-Songs-Sold.xhtml>. (Luettu 24.3.2007)

- Mander, Jonathan. 2006. Tekijänoikeuslakien kriitikot rynnistävät esiin. Rumba, 2006/1, s. 8.

- MBnet. 2004. Biisi.fi on uusi verkkomusiikkikauppa. Saatavilla www-muodossa:  
<http://www.mbnet.fi/uutiset/index.asp?Uutinen=1411>. (Luettu 30.3.2007)

- Mäntylä, Juha-Matti. 2006. Emman toinen tuleminen. Saatavilla www-muodossa:  
[http://www.tietoviikko.fi/tele\\_mobiili\\_docview.jsp?f\\_id=1065093](http://www.tietoviikko.fi/tele_mobiili_docview.jsp?f_id=1065093). (Luettu 7.4.2007)

- Mäntysaari, Jussi. 2007. Onko latauslista fiasko? Rumba, 2007/3, s. 21.

- NetAnttila. 2007. Download NetAnttila. Saatavilla www-muodossa:  
<http://download.netanttila.com>.

- Nokia. 2007. N91 Tarkka tuoteseloste. Saatavilla www-muodossa:  
[http://www.nokia.fi/puhelimet/puhelinmallit/n91/tarkka\\_tuoteseloste.html](http://www.nokia.fi/puhelimet/puhelinmallit/n91/tarkka_tuoteseloste.html). (Luettu 15.2.2007)

- Osuuspankki. 2007. Digiraha - halvin ja helpoin maksujärjestelmä Internet- ja mobiilipalveluille.  
Saatavilla www-muodossa: <https://www.op.fi/op?cid=150106325>. (Luettu 30.3.2007)

- Paakkanen, Simo. 2005. Verkkomusiikin mairinnousu. Mikrobitti, 2005/2, s. 54-58.

- Patentti- ja rekisterihallitus. 2007. Tieto- ja tutkimuspalvelut. Saatavilla www-muodossa: <http://www.ytj.fi/Yrity2.asp?yavain=813798&t=3800707DFEC39FF693A6FF60D0F9817A3C557F28>. (Luettu 21.3.2007)
  
- Pennanen, Timo. 2007. Latautunut tunnelma. Rumba, 3/2007, s. 22.
  
- Pepsi Max Music. 2007. Max Music Store. Saatavilla www-muodossa: <http://www.maxmusic.fi>. (Luettu 19.3.2007)
  
- Rapeli, Katja. 2007. Applen iPhone Nokialle vain pieni haastaja. Saatavilla www-muodossa: <http://www.arvopaperi.fi/article/id=20633>. (Luettu 27.3.2007)
  
- Reuters. 2004. MSN Music launched in eight European countries. Saatavilla www-muodossa: <http://olympics.reuters.com/newsArticle.jhtml?type=technologyNews&storyID=6712002>. (Luettu 29.3.2007)
  
- Robertson, Grant. 2006. Weird Al Yankovis Says Digital Is A Raw Deal For Some Artists. Saatavilla www-muodossa: <http://digitalmusic.weblogsinc.com/2006/06/14/weird-al-yankovic-says-digital-is-a-raw-deal-for-some-artists>. (Luettu 24.3.2007)
  
- Saarelainen, Ari. 2005. NetAnttila avasi verkkomusiikkikaupan. Saatavilla www-muodossa: [http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news\\_id=22983](http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news_id=22983). (Luettu 28.3.2007)
  
- Sajari, Petri. 2006. Uusia rytmejä musiikkiteollisuudessa. Saatavilla www-muodossa: [http://www.digitoday.fi/page.php?page\\_id=15&news\\_id=200610444](http://www.digitoday.fi/page.php?page_id=15&news_id=200610444). (Luettu 7.4.2007)
  
- Salo, Markku. 2004. Tietokoneavusteinen musiikki. Helsinki: Yliopiston kirjapaino.
  
- Smith, Tony. 2005. Apple Euro iTunes stores sell 50m song year one. Saatavilla www-muodossa: [http://www.theregister.co.uk/2005/06/23/apple\\_euro\\_itunes\\_sales](http://www.theregister.co.uk/2005/06/23/apple_euro_itunes_sales). (Luettu 24.3.2007)
  
- Stara. 2007. Apple julkisti vihdoinkin oman iPhone-puhelimensa! Saatavilla www-muodossa: <http://www.stara.fi/?p=4871>. (Luettu 27.3.2007)

- Summa, Satu. 2005. Kotimaisella musiikilla Suomen digimusamarkkinat auki. Saatavilla www-muodossa: [http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news\\_id=24045](http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news_id=24045). (Luettu 14.3.2007)
- Snellman, Costi. 2004. Digitaalisen musiikin nettijakelu. Saatavilla www-muodossa: <http://www.elvisry.fi/012004/digimusa.html>. (Luettu 18.2.2007)
- Tietokone. 2006. NetAnttilan digimusiikki ohitti cd-levymyynnin. Saatavilla www-muodossa: [http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news\\_id=28484&tyyppi=1](http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news_id=28484&tyyppi=1). (Luettu 29.3.2007)
- Wikipedia<sup>1</sup>. 2006. MP3. Saatavilla www-muodossa: <http://fi.wikipedia.org/wiki/MP3>. (Luettu 13.2.2007)
- Wikipedia<sup>2</sup>. 2007. FairPlay. Saatavilla www-muodossa: <http://en.wikipedia.org/wiki/FairPlay>. (Luettu 13.2.2007)
- Wikipedia<sup>3</sup>. 2006. Ogg Vorbis. Saatavilla www-muodossa: [http://fi.wikipedia.org/wiki/Ogg\\_Vorbis](http://fi.wikipedia.org/wiki/Ogg_Vorbis). (Luettu 14.2.2007)
- Wikipedia<sup>4</sup>. 2007. Home Taping Is Killing Music. Saatavilla www-muodossa: [http://en.wikipedia.org/wiki/Home\\_Taping\\_is\\_Killing\\_Music](http://en.wikipedia.org/wiki/Home_Taping_is_Killing_Music). (Luettu 4.3.2007)
- Wikipedia<sup>5</sup>. 2007. Graafinen käyttöliittymä. Saatavilla www-muodossa: [http://fi.wikipedia.org/wiki/Graafinen\\_k%C3%A4ytt%C3%B6liittym%C3%A4](http://fi.wikipedia.org/wiki/Graafinen_k%C3%A4ytt%C3%B6liittym%C3%A4). (Luettu 18.3.2007)
- Wikipedia<sup>6</sup>. 2007. JHymn. Saatavilla www-muodossa: <http://en.wikipedia.org/wiki/JHymn>. (Luettu 25.3.2007)
- Wilcox, Joe. 2003. iTunes store: More than 1 million sold. Saatavilla www-muodossa: [http://news.com.com/2100-1027\\_3-999701.html?tag=cd\\_mh](http://news.com.com/2100-1027_3-999701.html?tag=cd_mh). (Luettu 24.3.2007)