



# **MUSIIKIN ILMAISEN INTERNET- JAKELUN HYÖDYT JA HAITAT**

Joona Kukkola

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2012  
Musiikkipedagogi (AMK)  
Musiikkiteknologian  
suuntautumisvaihtoehto

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Tampere University of Applied Sciences

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Musiikkipedagogi (AMK)  
Musiikkiteknologian suuntautumisvaihtoehto

JOONA KUKKOLA:

Musiikin ilmaisen Internet-jakelun hyödyt ja haitat

Opinnäytetyö 34 sivua, josta liitteitä 2 sivua  
Toukokuu 2012

---

Internetissä ilmaiseksi leviävä musiikki voi olla taloudellinen rasite musiikin tekijälle ja julkaisijalle. Maksuton musiikin kuuntelu verkossa on tänä päivänä hyvin yleistä, ja usein äänitteiden tekijät jäävät jopa kokonaan ilman tekijänoikeudellista korvausta työnsä hyödyntämisestä. Laiton kaupallisen musiikin levitys Internetissä ja vertaisverkoissa on vaikuttanut koko alan ilmapiiriin ja vienyt suuren osan musiikintekijöiden tuloista, mutta myös lailliset sivustot ja sovellukset ottavat niistä osansa, kuten tämä opinnäytetyö osoitti.

Tässä työssä tiedonhankintamenetelminä käytettiin muun muassa haastatteluja sekä kuluttajakyselyä. Opinnäytetyön tekeminen paljasti, kuinka ilmaisista jakelumahdollisuuksista voi olla joillekin musiikin parissa työskenteleville arvaamatonta hyötyäkin. Esimerkiksi single-kappaleen ilmainen jakaminen Internetissä toimii usein hyvänä markkinoinnin edistäjänä ja pitää kuulijakunnan tyytyväisenä. Myös uudet, suuremmalle yleisölle tuntemattomat, yhtyeet voivat löytää ponnahduslautansa ilmaisesta levityksestä. Linkit helposti saatavilla olevasta musiikista leviävät vaivattomasti ja nopeasti sadoille ihmisille vaikkapa sosiaalisen median välityksellä.

Tässä opinnäytetyössä pohdittiin musiikin ilmaisen Internet-jakelun hyötyjä ja haittapuolia monipuolisesti esimerkkien avulla sekä jaettiin alan ammattilaisten mielipiteitä ja näkemyksiä. Lisäksi tekijä tarkasteli ihmisten musiikinkulutustottumuksia tekemäänsä kyselyyn perustuvan tilaston valossa.

---

Asiasanat: internet-jakelu, ilmainen, musiikkipalvelu, hyödyt, haitat.

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree programme in music  
Option of Music Technology

**JOONA KUKKOLA:**

The Benefits and Disadvantages of Free Music Distribution on the Internet

Bachelor's thesis 34 pages, appendices 2 pages  
May 2012

---

Music spreading out free of charge on the Internet could be economically harmful for music makers and publishers. That is because they are often entirely left without financial benefits defined by copyright. Illegal distribution of music in the Internet has influenced for the whole atmosphere of the music industry by taking away a lot of income from composers and musicians. Legal webpages and applications affect their paycheck in a negative way as the findings of this thesis indicate.

The research methods used in this thesis were interviews and inquiry for the music consumers. Researches and examples exposed how free distribution possibilities could be exploited. For example publishing a new single works as a good advertisement. New and unknown bands can easily distribute the links to their song via social media.

The benefits and disadvantages of free music distribution on the Internet were variedly pondered in this thesis by examples and by sharing the opinions of professionals working in the music industry. Furthermore the author examined the habits of music consumers by statistics based on the inquiry.

---

Key words: free, music, service, internet, distribution

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	INTERNETJAKELU .....	7
2.1	Ilmaiset jakelukanavat Internetissä.....	8
2.1.1	YouTube.....	8
2.1.2	SoundCloud.....	9
2.1.3	Mikseri.net .....	9
2.2	Maksulliset jakelukanavat.....	9
2.2.1	Spotify.....	10
2.2.2	iTunes ja iTunes Store.....	10
2.2.3	Hitlantis.....	11
2.3	Piratismi .....	12
2.4	Internet-jakelun hyödyt .....	13
2.5	Internet-jakelun haitat.....	14
2.6	Esimerkkejä ilmaisesta Internet-jakelusta .....	15
3	HAASTATTELUT.....	17
4	KYSELY .....	21
4.1	Kyselyn toteutus .....	21
4.2	Kyselyn tilastointi ja mielenkiintoisen huomiot .....	21
4.2.1	Levymyynti .....	22
4.2.2	Laillinen lataus .....	22
4.2.3	YouTuben käyttö .....	23
4.2.4	Musiikin ostaminen kuullun perusteella .....	24
4.2.5	Musiikin lataaminen suoraan yhtyeen kotisivuilta .....	25
4.2.6	Lahjoitukset .....	25
5	POHDINTA.....	27
	LÄHTEET.....	29
	LIITTEET .....	33
	Liite 1. ....	33

## 1 JOHDANTO

Internetissä tapahtuva musiikin levitys on muuttanut fyysisten äänitteiden kauppaa ja sitä kautta koko musiikkialaa huomattavasti. Piratismi ja musiikin laitton levitys ovat syösseet levymyynnin hurjaan laskuun, vaikka yhä useampi kansalainen tuomitseekin piratismiin. Lailliset musiikin kuunteluun tarkoitetut kanavat Internetissä nauttivat valtavaa suosiota. Musiikin kuuntelu tietoverkon välityksellä onkin tehty ennennäkemättömän helpoksi. Useat sivustot ja sovellukset tarjoavat musiikin ystäville mahdollisuuden kuunnella lähes kaikkea koskaan tehtyä kaupallista musiikkia nopeasti ja ilmaiseksi tai hyvin edullisesti omalla kotitietokoneella. Koska musiikista on tehty kuluttajalle monessa tapauksessa ilmainen hyödyke, ei musiikin tekijälle kerry korvauksia tehdystä työstä. Tästä kärsii koko musiikkibisnes kaikkien luovien alojen tapaan.

Tällä opinnäytetyöllä toin esiin musiikin ilmaisen Internet-jakelun mukanaan tuomia haittapuolia ja kertoa siitä, ketkä kärsivät seurauksista ja millä tavoin. Ilmaisella verkkolevityksellä on suuria negatiivisia vaikutuksia koko alaan, tuotantoon ja työllisyysstilanteeseen, mutta se on tarjonnut monelle musiikin tekijälle paljon hyvääkin. Vaikka Internetissä kuunnellusta musiikista saavutettavat korvaukset jäävät pieniksi, tarjoaa Internet ja sosiaaliset mediat musiikin tekijälle edullisen ja nopean tavan mainostaa tuotantoaan ja saada uusia kuulijoita. Kerron tässä työssä myös siitä, miten ja missä määrin musiikin ilmainen jakaminen voi hyödyttää alalla toimivia tahoja. Lisäksi kerron muutamien esimerkein, kuinka muuten maailmalla korkean profiilin yhtyeet ja Suomessa hieman tuntemattomammakin artistit ovat löytäneet tapoja hyödyntää Internetin tarjoamia mahdollisuuksia tuoda itseään ja musiikkiaan julki. Monet yhtyeet ovat nousseet yleisön tietoisuuteen ilmaiseksi jakamansa musiikin myötä. Uuden yhtyeen ongelmaksi jääkin valtavirrasta erottuminen ja yleisön mielenkiinnon ylläpito. Tässä työssä pohdin etenkin verkossa tapahtuvan musiikin leviämisen hyötyjä ja haittoja, en niinkään fyysisen äänitteen myynnin kärsimiä seurauksia.

Esittelen tässä työssä myös alalla tunnettujen vaikuttajien mielipiteitä. Haastatteluihini vastasivat esimerkiksi Suomen kärkipään yhtyeitä tuottanut Rauli Eskolin, joka kertoi alan nykytilanteesta tuottajan ja tuotantoyhtiön näkökulmasta. Varsin mielenkiintoisia ja

monipuolisia ajatuksiaan jakoi myös Suomessa hyvin tunnetun CMX-yhtyeen kitaristi Janne Halmkrona, jonka tietämystä alan muuttujista ja tilanteesta on pitkän muusikonuran lisäksi kerryttänyt työskentely suuressa levy-yhtiössä.

Lopuksi esittelen yksityiskohtia musiikin kulutustottumuksista Internetissä sosiaalisessa mediassa toteuttamaani kuluttajakyselyyn saamieni vastausten perusteella laatimani tilaston valossa. Suuntaa-antava tilasto kertoo esimerkiksi musiikin laillisten ja laittomien latauksien suhteista sekä laillisten musiikkipalvelujen käytöstä Internetissä.

## 2 INTERNETJAKELU

Internet-jakelulla tarkoitan tässä opinnäytetyössä Internetissä tapahtuvaa musiikin levitystä. Levitys voi tapahtua yhtyeen tai artistin omien ehtojen mukaisesti, levy-yhtiön sanelemana tai jopa täysin luvatta. Kun jakaminen tapahtuu kuulijalle maksuttomasti, on selvää että jaetusta musiikista saatavat rahalliset tekijänoikeuskorvaukset ja myyntitulot jäävät olemattomiksi. Monissa tapauksissa korvaus tuleeekin musiikin-tekijälle välillisesti, sillä Internetistä löytyvä musiikki on oivallinen käyntikortti ja mainos. Monet yhtyeet mainostavat esimerkiksi tulevaa tuotantoaan lataamalla ääninäytteen tai musiikkivideon kotisivuilleen. Suomessa tunnetaan varsin monia yhtyeitä, jotka ovat nousseet tähteyteen laitettuaan musiikkiaan ilmaiseksi Internetiin kuunneltavaksi. Tällaisia ovat esimerkiksi Happporadio, Stam1na ja Uniklubi (Mikseri: Tietoa Mikseristä). Maailmalta löytyy myös muutamia tapauksia yhtyeistä, jotka jakavat musiikkiaan ilmaiseksi kotisivuillaan, mutta saavat korvauksen latauksen tehneiltä ihmisiltä muun muassa vapaaehtoisina lahjoituksina.

Suomessa musiikillisia tekijänoikeuksia valvoo Säveltäjien Tekijänoikeustoimisto Teosto ry., joka edustaa noin 26 000:ta kotimaista musiikin tekijää ja kustantajaa (Teosto: Mikä Teosto on?). Teosto myöntää artisteille käyttöluvia pienimuotoisen latausten myynnin mahdollistamiseksi artistin kotisivuilta. Tämän lisäksi verkkokaupat voivat myydä artistin musiikkikappaleita. Käyttöluvia tarvitaan myös vaikka artistin tarkoitus ei olisikaan myydä musiikkiaan kotisivuilla vaan pelkästään asettaa kappaleita kuunneltavaksi sinne. Koska Teoston tehtävänä on valvoa musiikin tekijöiden oikeuksia, on Teosto halunnut luoda artisteille mahdollisuuden jakaa musiikkiaan luvallisesti Internetissä. (Teosto: Internet ja mobiili.)

Kotisivujen lisäksi musiikkia voi jakaa tietoverkon välityksellä monin eri tavoin. On mahdollista asettaa musiikkikappale Internetiin kuunneltavaksi joko pelkkänä ääniraitana tai videotiedostona niin, ettei sitä saa tallennettua kuuntelijan omalle koneelle ilman käyttäjän teknisempää osaamista tai niin että kappaleen saa myös ladattua tiedostona itselleen. Seuraavien lukujen esimerkkien lisäksi Internetissä on tarjolla podcasteja eli ohjelmia tai kuunnelmia, jotka voi ladata tietokoneelleen myöhempää kuuntelua varten, sekä streaming-palveluja joista voi seurata vaikka radio-

tai televisiolähetystä suorana verkossa. Rajaan nämä kuitenkin työssäni ilman suurempaa huomiota.

## **2.1 Ilmaiset jakelukanavat Internetissä**

Valittavana on useita vaihtoehtoja saada musiikkiaan Internetiin ja kuulijakunnan korviin asti aivan ilmaiseksi. Tässä lyhyt esittely muutamasta, etenkin Suomessa suositusta, palvelusta, joihin musiikkia voi ladata joko videomuotoisena tiedostona tai vain äänitiedostona. Vastaavanlaisia palveluja löytyy Internetistä enemmänkin, kuten [www.metacafe.com](http://www.metacafe.com), [www.myspace.com](http://www.myspace.com) sekä [www.break.com](http://www.break.com), mutta esittely on rajattu vain seuraaviin.

### **2.1.1 YouTube**

YouTube on käyttäjilleen ilmainen videopalvelu, joka toimii Internetissä osoitteessa [www.youtube.com](http://www.youtube.com). Palvelun omistaja on Google, joka tunnetaan myös yhtenä Internetin suurimpana tiedonhakupalveluna. YouTuben käyttäjä voi ladata palveluun omia videoita tai katsoa muiden käyttäjien lisäämiä videoita. Se on Internetin suosituin suoratoistovideopalvelu. YouTubeen ladataan joka minuutti 60 tuntia videota, ja päivittäin palvelussa katsotaan yli 4 miljardia videota. Kuukausittain palvelua käyttää yli 800 miljoonaa erillistä käyttäjää. (Youtube: Tilastot.) Suomessa YouTube on neljänneksi suosituin verkkosivusto (Alexa Internet, 2012).

YouTube on kieltänyt tekijänoikeudellisesti suojattujen videoiden lataamisen videopalveluunsa ilman tekijänoikeuksien haltijan lupaa. Tekijänoikeuslain nojalla suojattujen videoiden valvonta ja poisto palvelusta on kuitenkin osoittautunut hyvin vaikeaksi tehtäväksi. (Junkkaala, J. 2008.)



### **2.1.2 SoundCloud**

SoundCloud on ilmainen tapa jakaa omia äänitiedostojaan. Siinä, missä YouTubeen ladataan videotiedostoja, on SoundCloud suunniteltu vain äänitiedostojen jakamiseen. SoundCloud on käyttäjälleen ilmainen, tosin tietyin rajoituksin. Ilmaisessa versiossa on esimerkiksi ladattavien ääniraitojen yhteismitta rajoitettu 120 minuuttiin. SoundCloudiin on luotu myös mahdollisuus äänittää omia ääniraitoja. (SoundCloud: The Tour.)

Musiikin kuuntelu SoundCloudin sivustolla [www.soundcloud.com](http://www.soundcloud.com) ei vaadi rekisteröitymistä. Sivustolle ladattujen ääniraitojen linkittäminen esimerkiksi sosiaalisissa medioissa on tehty hyvin helpoksi. Vuonna 2008 avattuun SoundCloud-palveluun on rekisteröitynyt jo yli kymmenen miljoonaa käyttäjää. (SoundCloud, 2012.)

### **2.1.3 Mikseri.net**

Mikseri.net on Suomen suurin musiikkiyhteisö, jonka sivustolle voi maksutta tallentaa äänitteitään kuunneltavaksi, ja tätä kautta saada musiikistaan palautetta muilta käyttäjiltä. Käyttäjäsivulla voi esimerkiksi kommentoida ja seurata yhtyeen julkaisuja, keikkoja ja videoita. Mikseri.netin käyttäjistä julkisuuteen nousseita yhtyeitä ovat ainakin Haporadio, Uniklubi, Stella sekä Stam1na. (Mikseri: Tietoa Mikseristä.) Mikseri.netissä on 178802 rekisteröitynyttä käyttäjää, 30767 kappaletta sisältävää artistiprojektia ja yhteensä 173754 musiikkikappaletta (Mikseri.net ylläpito, 2012).

## **2.2 Maksulliset jakelukanavat**

Jotkin musiikin jakelutavat Internetissä ovat maksullisia musiikin levittäjälle, toiset myös musiikin lataajalle. Seuraavaksi esittelyssä on muutamia, ainakin Suomessa yleisimpiä tapoja jakaa ja ladata tai kuunnella musiikkia Internetissä maksullisesti.

### 2.2.1 Spotify

Spotify on musiikkipalvelu, jossa käyttäjät voivat kuunnella musiikkia sovelluksen avulla verkosta. Kappalevalikoimaa voi selata ja kuunnella artisteittain, albumeittain tai tyyllilajin mukaan. Spotifylla on noin kymmenen miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää, joista maksavia asiakkaita on noin kolme miljoonaa. Käyttäjille on tarjolla yli 15 miljoonaa kappaletta, ja niiden määrä on jatkuvasti kasvussa. (Spotify: Background information.) Spotify on ladattavissa Internetistä käyttäjälleen ilmaisena, mainos-rahoitteisena versiona tai kuukausimaksullisena versiona jossa ei esiinny mainoksia. Omien musiikkikappaleiden saaminen Spotifyyn on julkaisijalle maksullista.

Spotifyta on kritisoitu suuressa määrin joidenkin artistien ja levy-yhtiöiden taholta, koska nämä eivät ole olleet tyytyväisiä Spotifylta saamiinsa varsin pieniin korvauksiin musiikkinsa käytöstä. Esimerkiksi Yö-yhtyeelle paljon hittejä säveltänyt suomalainen rockmuusikko Jussi Hakulinen on Aamulehden mukaan hyökännyt Facebookissa rajusti Spotifyta ja samalla etujärjestö Teostoa vastaan kuultuaan Spotify-soitosta kertyneiden korvaustensa määrän. (Ahonen, E. 2011.) Ruotsalaismuusikko Jonas Stentäpp (2009) Dökött-yhtyeestä on julkisesti kertonut yhtyeen tienanneen kolmen kuukauden tilitysjakson aikana 10 500 Spotify-kuuntelusta 27 kruunua eli noin 2,6 euroa. Näin ollen yhden soittokerran korvaushinnaksi jäi 0,025 senttiä.

### 2.2.2 iTunes ja iTunes Store

iTunes on Applen julkaisema ilmainen mediasoitin, joka toimii sekä Applen Mac-tietokoneilla että Windows-käyttöjärjestelmällä varustetuilla tietokoneilla. Se on ladattavissa ilmaiseksi osoitteessa [www.apple.com](http://www.apple.com). iTunesin arkistointi ja albumien järjestely sekä soittolistat ovat selkeitä ja käytännöllisiä. (Apple: Mikä on iTunes.)

iTunes Store on Applen digitaalinen mediakauppa, jossa muun muassa myydään musiikkia, elokuvia sekä ohjelmia ja pelejä (Apple: Mikä on iTunes). Suomessa iTunes Storesta ostettavien yksittäisten musiikkikappaleiden hintaryhmiä on kolme: 0,69 €, 0,99 € ja 1,29 € kappaleelta. Omien musiikkikappaleiden saaminen myytäväksi iTunes Storeen on myös julkaisijalle maksullista.

Vaikka Spotify ja iTunes Store ovat täynnä sellaisten, jopa kaupallisesti menestyvien, yhtiöiden tuotantoa, joiden takana seisoo levy-yhtiö tai muuten suuri julkaisija, myös tuntemattoman musiikintekijän on mahdollista saada tuotantaan kyseisiin palveluihin. Se on maksullista. Pienlevy-yhtiön manageri Marko Harinen (2012) on julkaissut Spotifyssa ja iTunes Storessa muutamia äänitteitään. Hän kertoi toimintatavoistaan julkaisun suhteen ja mainitsi käyttävänsä noihin julkaisuihin välittäjä palvelua, joka hänen kohdallaan on Record Union. Se on Internetissä toimiva palvelu, joka jakelee yhtiöiden julkaisuja ja välittää niitä esimerkiksi juuri Spotifyyn ja iTunes Storeen muutamien dollareiden kokoista maksua vastaan. Harinen kertoi, että julkaisua haluavalla taholla tulee olla hyvälaatuinen äänite julkaistavasta kappaleesta, kohtuullisen laatuinen kansi, sekä kappaleen teostiedot. Record Union tekee kaiken muun. Record Unionin kautta on mahdollista julkaista musiikkiaan myös useassa muussa digitaalisessa musiikkikaupassa.

Pienlevy-yhtiötoimintaa harjoittava Harinen (2012) kertoi olevansa tyytyväinen saamiinsa pieniin korvauksiin Spotify-soitosta. Vaikka tilitykset ovat olleet lähes olemattoman pienet, vain muutamien dollarien arvoisia, on jokainen ansaittu sentti ollut Hariselle positiivinen yllätys siinä tapauksessa, että lähes tuntemattomien artistien musiikkia on laitettu Spotifyyn vain mainostusmielessä.

### **2.2.3 Hitlantis**

Hitlantis on suomalainen, riippumattomille yhtyeille ja artisteille tarkoitettu palvelu. Palvelussa kuullaan siis pelkästään musiikkia, jonka julkaisuoikeuksia ei omista mikään levy-yhtiö. Yhtye, joka haluaa musiikkiaan Hitlantikseen, maksaa palvelusta viisi euroa kuukaudessa. Kuuntelija voi käyttää Hitlantista ilmaiseksi, mutta jos haluaa ladata musiikkitiedostoja omalle koneelleen, on se maksullista. Näistä maksuista kertyneistä tuloista jopa 90 prosenttia ohjataan suoraan artistille. (Savaspuro, M. 2009.) Palvelu on saanut käyttäjikseen noin 5000 yhtyettä ja 200 000 kuukausittaista kuuntelijaa (Good News! from Finland, 2011).

### 2.3 Piratismi

Piratismilla tarkoitetaan tekijänoikeuksien suojatun tuotteen luvaton valmistusta ja levitystä. Musiikkiteollisuus kärsii eniten tietoverkoissa tapahtuvasta laittomasta levityksestä, mutta myös fyysisten laittomien kopioiden levityksestä ja myynnistä. (Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry: Piratismi.)

Musiikintekijät ja taiteilijat saavat harvoin kuukausipalkkaa. Heidän taloudelliset ansionsa muodostuvat tuotteiden myynnistä, esityksestä ja muusta käytöstä. Kun heidän töitään jaetaan tai myydään luvattomasti jää korvaus heidän tekemästä työstä saamatta. (Luovan työn tekijät ja yrittäjät: Piratismi.) Piratismi on globaali ongelma, ei pelkästään ääniteteollisuudelle, vaan kaikenlaiselle tallenteiden, elokuvien, tietokoneohjelmien ja -pelien tuotannolle.

Kansainvälinen kauppakamari, International Chamber of Commercen vuonna 2010 julkaiseman tutkimuksen mukaan piratismi vei Euroopassa luovilta aloilta vuonna 2008 noin 185 000 työpaikkaa. Luovilla aloilla työskentelee Euroopassa 14 miljoonaa ihmistä. Jos piratismiin suunta ja laajuus pysyy samana, menetetään vuonna 2015 Euroopassa 1,2 miljoonaa työpaikkaa. Luvattoman lataamisen myötä taloudelliset menetykset ovat sisällöntuottajille valtavat ja korvauksien maksaminen sekä työpaikkojen luominen alalle on hankalaa. Vuonna 2008 luvaton lataaminen maksoi luoville aloille Euroopassa 10 miljardia euroa. Tällä hetkellä koko alan tuotto Euroopassa on 680 miljardia euroa eli 6,9 prosenttia koko Euroopan bruttokansantuotteesta. (International Chamber of Commerce, 2010.)

Fyysisten äänitteiden korkeahko hinta on varmasti osaltaan vauhdittanut vertaisverkoissa ja Internetissä tapahtuvan piratismiin suosion kasvua. Piratismi rikkoo tekijänoikeuslakia, joka suojaa luovan työn tekijöitä. Kun verkossa toimitaan anonyymina ja kasvottomana, voi käyttäjän olla vaikea ymmärtää rikkovansa lakia ja henkilön oikeuksia (Mäkinen 2006, 196). Levymyynnin lasku on myös pakottanut Suomessa toimivien äänitetuottajien kattojärjestön Musiikkituottajat ry:n laskemaan kulta- ja platinallevyrajot. 1.1.2010 lähtien on kultalevyn myyntiraja ollut 10 000 kappaletta ja platinallevyn raja 15 000 myytyä kopiota. Myyntiluvuissa huomioidaan digitaalinen myynti. (Musiikkituottajat: Tilastot: Kultalevyjen myöntämisrajat.)

## 2.4 Internet-jakelun hyödyt

Tiedostojen jakamisessa on hyvä muistaa, ettei se maksa välttämättä mitään. Uuden kopion tekeminen tiedostosta on ilmaista, ja se vaikuttaa tuotteen hintaan laskevasti. (Österlund, P. 2011.) Fyysisen levyn paino- ja muut tuotantokustannukset voivat olla etenkin omakustannebändille huomattava kustannuserä, joten tässäkin suhteessa Internetin suomia mahdollisuuksia on syytä käyttää hyväksi.

Toinen merkittävä hyvä puoli Internet-jakelussa on se, että se on ilmaista tai edullista mainosta ja promootiota yhtyeelle (Eskolin, R. 2012). On olemassa jo useita albumeita, joiden ilmainen jakaminen yleisölle tiedostoina Internetissä on vauhdittanut sekä fyysisen levyn, että oheistuotteiden ja keikkojen myyntiä (katso luku 2.6). Lisäksi on olemassa myös esimerkkejä siitä kuinka yhden ainoan YouTube-palveluun ladatun videon myötä on syntynyt kansallisia tai jopa maailmanlaajuisia ilmiöitä. Tällaisessa tapauksessa on luonnollisesti videon sisällön oltava jollain tapaa poikkeuksellisen kiinnostavaa.

Musiikin tekijän kannalta tuotannon levittämisen avuksi on tullut sosiaalinen media. On hyvin vaivatonta ja nopeaa jakaa linkkejä omiin kappaleisiin vaikkapa Facebookissa. Oma mainosarvoa on tietysti myös sosiaalisissa medioissa käytettävillä profiilin tilapäivityksillä. (Halmkrona, J. 2012.) Näin kuulijat ja fanit voivat seurata suosikkiyhtyeensä kuulumisia. Yleistä on myös jakaa vaikkapa studioäänitysten etenemistä koskevia tai keikkabussitunnelmia välittäviä päivityksiä.

Musiikin kuuntelijan kannalta Internet-jakelu on hyvinkin hyödyllistä. Omalta kotitietokoneelta on mahdollista kuunnella tuhansien yhtyeiden julkaisuja. (Eskolin, R. 2012.) Miljoonat musiikkikappaleet ovat vain muutaman klikkauksen päässä. Uusia ja mielenkiintoisia artisteja on helppo löytää, ja ulkomaisia bändejä sekä marginaalimusiikin edustajia on suhteellisen vaivatonta päästä kuulemaan. Tämä on merkittävä hyöty kuulijalle siksikin, että harvinaisempia albumeita voi olla vaikeaa löytää kotimaisista levykaupoista tai kirjastoista.

## 2.5 Internet-jakelun haitat

Keskeisenä haittapuolena musiikin jakamisessa Internetissä ilmaiseksi lienee se, ettei näin synny musiikin tekijälle taloudellisia hyötyjä, ei suoria myyntituloja eikä tekijänoikeuskorvauksia. Siksi onkin hyvin tärkeää miettiä miten paljon ja millaisia kappaleita haluaa jakaa ilmaiseksi. (Halmkrona, J. 2012.)

Myös käyttäjälle maksullisissa palveluissa on sellainen ongelma, että yksittäisten musiikkikappaleiden myyntihinnat ovat auttamattomasti liian pieniä, jotta musiikin tekijälle muodostuisi edes jossain määrin järkeviä korvauksia. Musiikin digitaalisesta myynnistä koostuvat tulot jakautuvat osapuilleen seuraavasti: levy-yhtiöt 65 prosenttia, tekijänoikeusjärjestöt 8–12 prosenttia. Loput tulot suuntautuvat verkko-operaattoreille sekä maksuliikennekuluihin. Levy-yhtiöt jakavat artisteille osuudestaan noin 5–6 prosenttia ja tekijänoikeusjärjestöt sopimuksen mukaan. Musiikin tekijöiden osuus jää siis varsin pieneksi. (Snellman, C. 2004.)

Se, että musiikki jaetaan Internetissä ilmaiseksi, tarkoittaa sitä että fyysisten äänitteiden myynti laskee entisestään. Myös tämä tarkoittaa tulojen menetyksiä musiikin tekijälle. Kaikki tämä on vaikuttanut alan työntekijöiden motivaatioon tehdä työnsä yhtä huolella kuin ennen, mikä on tietysti ymmärrettävää. Myös töiden määrä esimerkiksi studioissa työskentelevillä on vähentynyt huomattavasti, koska musiikista saatavat tulot eivät riitä kattamaan yhtyeiden kalliita studiokuluja. (Eskolin, R. 2012.)

Vaikka musiikin ilmainen kuuntelu Internetistä olisikin tapahtunut laillisin keinoin, voi juuri ilmaisuudella olla koko musiikkialaa kohtaan heikentävät ja kauas kantavat seuraukset. Kun kuluttajat ovat tottuneet saamaan haluamansa musiikkituotteen ilmaiseksi, eivät he halua maksaa siitä tulevaisuudessakaan, ja siirtymää pelkästään maksullisiin palveluihin ja kovempiin hintoihin on mahdotonta tehdä (Halmkrona, J. 2012).

## 2.6 Esimerkkejä ilmaisesta Internet-jakelusta

Eräät tunnetut yhtyeet ovat tehneet varsin ansiokkaita kokeiluja tuotantonsa jakamisesta ilmaiseksi Internetissä. Vaikka ilmaisella tuotteella on vaikea tehdä taloudellista tuottoa, on sekin mahdollista ainakin välillisesti. Kuten ennen Internetin valtakauttakin, kekseliäimmät ja mielikuvituksellisimmat tuotteet musiikkimaailmassa ovat olleet usein tuottoisimpia. Samaa linjaa voidaan jatkaa, vaikka itse musiikki onkin piratismiin ja kuluttajien tottumusten luoman paineen alla menettänyt paikkansa pääasiallisena tulonlähteenä. Musiikki on monessa tapauksessa muuttunut kuukausimaksulliseksi tai jopa ilmaiseksi palveluksi, ja vaikka toki CD-levy pysyy myyntituotteena, varsinaisia tuloja saadaan esiintymisten lisäksi oheistuotteista, joita voidaan myydä vaikka tiedostoina tai fyysisinä tuotteina postimyynnillä. (Österlund, P. 2011.)

Englantilainen vaihtoehtorock-yhtye Radiohead oli ensimmäinen suuren profiilin bändi, joka julkaisi musiikkiaan ilmaiseksi Internetissä. Vuonna 2007 In Rainbows -albumi ilmestyi yhtyeen kotisivuille, ja se oli ladattavissa sieltä kuukauden ajan. Lataaja itse sai päättää itselleen sopivan hinnan albumille ja maksaa yhtyeelle rahaa lahjoituksena. Vaikka jakaminen tapahtui suhteellisen huonolaatuisina MP3-tiedostoina, sai yhtye sillä osakseen suurta kiinnostusta suunnannäyttäjänä alan nykytilanteeseen. (Räihä, K. 2008.) Albumi julkaistiin myöhemmin myös CD-levynä.

Yhdysvaltalainen Nine Inch Nails -yhtye otti mallia Radioheadin toiminnasta ja on vienyt ilmaisen Internet-jakelun vieläkin pidemmälle. Vuonna 2008 Ghosts-albumiltaan yhtye jakoi kotisivuillaan ilmaiseksi yhdeksää musiikkikappaletta varsin hyvälaatuisina, pakattuina MP3-tiedostoina. Kappaleiden lisäksi ladattavaan pakettiin kuului 40-sivuinen albumista kertova PDF-tiedosto sekä kuvia. Albumia sai toki myös ostaa vieläkin parempilaatuisina tiedostoina sekä fyysisenä äänitteenä. (Räihä, K. 2008.) Yhtyeeseen vakavasti suhtautuvat kannattajat voivat myös hankkia itselleen tavallista CD-levyä huomattavasti kalliimpia tuotepaketteja, joista koostuvilla tuloilla epäilemättä katettiin jo huomattavan hyvin levynteosta aiheutuneita kuluja. (Österlund, P. 2011.)

Myöhemmin samana vuonna Nine Inch Nails julkaisi kotisivuillaan seuraavan albuminsa nimeltään The Slip. Useissa eri formaateissa ja monissa eri laatuvalikoimissa ladattavissa olleen levyn mukana tuli koko albumin kansitaide PDF-tiedostona.

Myös The Slip -albumi julkaistiin myöhemmin fyysisenä äänitteenä. (Piraattiliitto. 2008.)

Tunnetumpia kotimaisia musiikkia ilmaiseksi Internetissä jakavia artisteja on vielä verrattain vähän. Kuitenkin esimerkiksi folk-vaikutteista popmusiikkia esittävä Manna eli Mariam Jäntti on julkaissut osan tuotannostaan SoundCloudin välityksellä ilmaiseksi kuunneltavaksi (Manna: Music, 2011). Yhtenä tuoreimpana tapauksena ilmaisen musiikin jakamisesta hyötynään tunnetaan artisti nimeltä Jannika B. Sony Music Entertainment Finlandin markkinointimanageri Katja Vauhkonen (2012) mukaan Jannika B oli osoittanut esimerkillistä toimintaa saattaessaan omaa tuotantoaan Spotifyyn sekä iTunes Storeen jo ennen levy-yhtiöltä saamaansa tukea. Sittemmin Jannika B on siirtynyt Sony Music Entertainment Finlandin artistiksi.

Suomalainen katusoittoyhtye Porkka Playboys julkaisi kesäkuussa 2011 musiikki-videona versionsa Queenin Bohemian Rhapsody kappaleesta YouTubeissa. Video keräsi kolmessa viikossa puoli miljoonaa katsojaa. (YouTube: Bohemian Rhapsody by Porkka Playboys.) Videon saamista kommentteista ja niissä käytetyistä kielistä päätellen katsojia on ollut varsin paljon myös Suomen ulkopuolelta. Yhtäkkiä Porkka Playboysille olikin myyty syksyksi 2011 noin kuusikymmentä keikkaa. Kansallisesti varsin poikkeuksellisen tilanteesta teki myös se, ettei kenenkään tarvinnut tarjota yhtyettä keikalle, vaan tilaajat ottivat itse yhteyttä bändiin (Grönmark, S. 2012). Tästä kertoo lisää Porkka Playboysin manageri Sanna Grönmark luvun 3 haastattelussa.



### 3 HAASTATTELUT

Jokaisella musiikkialalla toimivalla henkilöllä on varmasti jonkinlainen mielipide runsaasta Internet-jakelusta. Tätä opinnäytetyötä varten haastattelin muutamia alan ammattilaisia ja kyselin heidän näkemyksiä ja mielipiteitä työhöni liittyvistä aiheista. Sain hyvin mielenkiintoisia vastauksia johtuen siitä, että jokainen vastaaja työskentelee alan eri sektorilla: tuottaja, muusikko, levy-yhtiön artistimanageri sekä bändin yksityinen manageri.

Monipuolisesta ja runsaasta musiikin tuotannostaan (muun muassa Anna Abreu, CMX, Maj Karma, Herra Ylppö & Ihmiset, Suburban Tribe ja Apocalyptica) tunnettu tuottaja Rauli Eskolin (2012) tuotantoyhtiö Infish Oy:stä kertoi suhtautuvansa musiikin jakamiseen ilmaiseksi Internetissä kaksijakoisesti. Hyvinä puolina Eskolin mainitsi, että se on mahdollistanut tehokkaan promootion ja monipuolisen jakelun sekä YouTube-ilmiöiden syntyminen sekä sen, että musiikin saatavuus ja mahdollisuudet sen kuunteluun ovat nykyään aivan toista luokkaa kuin 90-luvun alussa. Hänen nähdäkseen ilmainen Internet-jakelu on tuntemattomalle artistille sinänsä hyvä asia, jos tämä kykenee erottumaan tarjonnan, ja varsinkin keskinkertaisuuden, valtameressä edukseen. Omakohtaisesti Eskolin kertoi musiikin ilmaisen Internet-jakelun ja sitä kautta äänitteiden myynnin laskun näkyvän töiden vähentyvänä määränä, hintojen laskemisen paineena sekä yleisenä pessimisminä alan ihmisten keskuudessa. Tämän hän kokeekin ikävimpänä piirteensä. Hänen mukaansa koveneva kilpailu toisaalta karsii alalta vähemmän lahjakkaat, mikä puolestaan nostaa tasoa. (Eskolin, R. 2012.)

Muusikko, CMX-yhtyeen kitaristi Janne Halmkronan (2012) mielestä suurin ongelma YouTubeen käytössä on se, että kun artistit laittavat musiikkiaan sinne, ainoa joka tekee rahaa on YouTubeen omistaja Google. Toisaalta koska YouTubeella on niin paljon käyttäjiä, pitää siellä olla myös paljon materiaalia. Jos artistin materiaalia ei löydy YouTubeesta, ei asiasta kiinnostumattomalle käyttäjälle artistia ole edes olemassa, Sony Music Entertainment Finlandillakin työskennellyt, Halmkrona tiivistä. Musiikin tekijän kannalta kyseessä onkin varsin ristiriitainen tilanne sillä vaikka Halmkronan, kuten miljoonien Internet-käyttäjienkin, mielestä musiikkia pitää olla saatavilla, lähinnä Google ja Internet-palveluntarjoajat hyötyvät siitä taloudellisesti.

Kotisivujen merkitys on Halmkronan (2012) mukaan pienentynyt merkittävästi sosiaalisten medioiden, kuten Facebookin, tulon jälkeen. Kotisivut pitäisi kuitenkin jokaisella itseään kunnioittavalla yhtyeellä olla, ja jos sieltä ei kyseisen yhtyeen musiikkia löydy missään muodossa, voidaan sitä pitää Halmkronan mielestä hieman outona. (Halmkrona, J. 2012.)

Musiikin ilmaisen verkkolevityksen hyväksi puoleksi Hamkrona (2012) mainitsi kuuluville pääsyn. Etenkin uusien artistien kohdalla on Halmkronan mukaan tärkeää että musiikkiin pääsee tutustumaan heti. Pitää mennä sinne, missä ihmiset ovat – YouTubeen ja Facebookiin. Ilmaisen Internet-jakelun haittapuoleksi haastattelussa nousi se, että tekijät jäävät ilman tekijänoikeuskorvauksia. Halmkrona mainitsi myös haitallisen vaikutuksen asenneilmapiiriin; kun ihmiset tottuvat saamaan jotain ilmaiseksi, eivät he siitä mielellään jatkossakaan maksa. (Halmkrona, J. 2012.)

Omaakohtaisena kokemuksena verkkolevityksen haasteista Halmkrona (2012) kertoi, kuinka CMX olisi halunnut vuosia sitten laittaa musiikkiaan jakoon kotisivuilleen. Hänen mukaansa heidän olisi pitänyt pyytää luvat levy-yhtiöltä, Gramexilta ja Teostolta eikä niillä tahoilla ollut oikein minkäänlaista käsitystä siitä, mitä olisi pitänyt tehdä. Selviteltyään asiaa koko homma tuntui hänestä niin monimutkaiselta, että kappaleet jäi kokonaan laittamatta kotisivuille.

Etenkin aloittelevien bändien pitää Halmkronan (2012) mielestä olla itse todella aktiivisia Internetissä. Hän nimesikin Internetin tämän päivän puskaradioksi ja lisäsi, että kaikki sosiaaliset mediat pitäisi ottaa haltuun, mutta ylläpito pitäisi osata tehdä tyylikkäästi niin, että mystisyys säilyy. Jos kaikki on koko ajan tarjolla, niin potentiaaliselta fanilta voi lopahtaa mielenkiinto, Halmkrona kertoi. Lisäksi hän arveli, ettei loputon musiikin ilmaisjakelu kannata siksikään, että ihmisillä ei ole tapana arvostaa ilmaista. (Halmkrona, J. 2012.)

Kysyessäni ison levy-yhtiön kantaa musiikin ilmaiseen verkkolevitykseen, sain lyhyen mutta ytimekkään vastauksen. Artistimanageri Mikko Tukiainen (2012) Sony Music Entertainment Finlandilta kertoi levy-yhtiön tarkastelevan musiikin ilmaisia jakoja aina

artisti- ja julkaisukohtaisesti osana isompaa markkinointisuunnitelmaa, joka ajatellaan aina levyn ja ennen kaikkea artistin luonteen mukaisesti.

Porkka Playboys -yhtyeen manageri, muusikko ja teatterituottaja Sanna Grönmarkin kanssa käymässäni keskustelussa puhuttiin enimmäkseen YouTube-ilmiön syntyisestä ja sitä seuraavista hyödyistä. Aluksi Grönmark (2011) kuitenkin kertoi omista mielteistään ja kokemuksistaan koskien ilmaista Internet-jakelua. Hän mainitsi esimerkiksi kaikkien käyttämiensä nuottien sekä kaiken kotimaisen kuuntelemansa musiikin olevan ostettua. Grönmarkin mielestä niin kauan, kun musiikin lataaminen esimerkiksi juuri YouTube-palveluun on esiintyjän oma valinta, voidaan sitä suosia. Hän lataa myös itse omia kappaleitaan YouTubeen, jolloin niitä saa kuunnella vapaasti ja ne ovat saatavilla, eikä hän näe siinä mitään ristiriitaa. Ja koska YouTubea ei musiikkia ladata kuuntelijan omalle koneelle vaan se on kuunneltavissa vain kyseisellä sivustolla, on kaikki hyvin. (Grönmark, S. 2011.)

Kun keskustelu kääntyy tekijänoikeuksiin, nousee aiheeksi myös Porkka Playboys. Yhtyeen Bohemian Rhapsody -kappaleesta, jonka alkuperäisesittäjä on Queen, tekemästä versiosta kuvattu musiikkivideo on julkaistu YouTubeessa. Tekijänoikeuksista ole neuvoteltu, vaikka videota ei olisi saanut tehdä ilman lupaa. Toisaalta Queenin kitaristi Brian May on linkittänyt videon omille kotisivuilleen. Siitä tulee sellainen olo, että ainakin hän on ikään kuin hyväksynyt tuon version, Grönmark (2011) myhäili. Koko YouTubeessa tapahtuva toiminta on Grönmarkin mukaan lähtenyt käsistä. Jos sieltä poistettaisiin kaikki tekijänoikeuksia rikkova materiaali, ei sinne jäisi juuri mitään muuta kuin jotain kotivideoita. Isoilla levy-yhtiöillä lienee myös oikeus poistaa omia etujaan haittaavia videoita palvelusta, koska joitakin uusia kappaleita on Grönmarkin mukaan hävinnyt YouTubeesta hyvin nopeasti, ja tilalle on vain ilmestynyt ilmoitus videon poistosta tekijänoikeudellisista syistä. Usein tässä on luultavasti kyse rahasta. Jos voidaan epäillä, että videon olemassaolo vähentää julkaisijan tuloja, video luonnollisesti poistetaan palvelusta. Jos taas videon voidaan todeta olevan hyödyksi vaikkapa levymyynnin edistämisessä, ei siihen puututa. Toki isotkin artistit julkaisevat videoita YouTubeessa promootiotarkoituksessa. Kun ihmiset jakavat noita videoita sosiaalisissa medioissa, kuten Facebookissa tai Twitterissä, saa artisti ilmaista mainosta, laskelmoi Grönmark (2011).

Porkka Playboysin YouTubeen lataama video keräsi kolmessa viikossa yli puoli miljoonaa katselukertaa. Tätä kirjoitettaessa on video katsottu jo 938 373 kertaa. Julkaisua seuranneen alkuhuuman jälkeen videota on katsottu päivittäin 1000–2000 kertaa kuluneen puolen vuoden ajan. Kesällä 2011 valtaosa Suomen levikiltään suurimmista lehdistä teki yhtyeestä näkyviä juttuja – onpa yhtye päässyt jopa esiintymään jopa Ylen Aamu tv:hen sekä MTV3:n Kymmenen uutisten loppukevennykseen. Myös bändin kadulla kuvatut, jo aiemmin YouTubeessa julkaistut esiintymiset ovat saaneet sittemmin kymmeniä tuhansia uusien katsontakertoja.

Videon saama suosio on aiheuttanut mielenkiintoisen tilanteen bändin keikkamyyntiin. Keikkoja ei Grönmarkin (2011) mukaan varsinaisesti ole tarvinnut aktiivisesti myydä vaan pikemminkin asiakkailta on tullut päivittäin yhteydenottoja ja keikkapyyntöjä sähköpostitse ja puhelimitse. Se on mille tahansa bändille hyvin poikkeuksellinen tilanne. Grönmark on usein jopa joutunut kieltäytymään keikkatarjouksista koska kaikkia keikkoja ei ole mahdollista tehdä. Videosta tuli etenkin Suomessa jonkinasteinen ilmiö. Käytännössä bändiä ei ole Grönmarkin mielestä tarvinnut tuotteistaa itse mitenkään, eikä ole ollut tarvetta selitellä millaisesta bändistä on kyse, jos kysyjä on nähnyt videon. Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi keikkamyynnin osalta sitä, että ilman videota Grönmark olisi joutunut soittamaan keikkapaikkoihin, tarjoamaan tuntematonta bändiä ja uskottelemaan puhelimitse asiakkaalle, kuinka viihdyttävästä yhtyeestä onkaan kyse.

Ilman sosiaalisia medioita, kuten Facebookia ja Twitteriä, ei Porkka Playboys varmasti olisi saavuttanut vastaavaa suosiota. Yhtyeellä ei ole olemassa minkäänlaista markkinointirahaa tai -kanavia, mutta videoon tykästyneet ihmiset ovat jakaneet linkkiä videoon pelkästään Facebookissa yli 100 000 kertaa. Ennen videon julkaisua bändin keikkamyynni perustui lähinnä katusoiton yhteydessä jaettuihin yhteystietoihin. Myös julkisia keikkoja on yhtye pystynyt markkinoimaan ilmaiseksi Facebookin välityksellä. Etenkin pienempien keikkojen katsomot on täytetty pääasiassa Facebook-tapahtumakutsujen voimalla. (Grönmark, S. 2012.)

## **4 KYSELY**

Opinnäytetyötäni varten tein kyselyn musiikin kulutustottumuksista niin sanotun tavallisen musiikinkuuntelijan näkökulmasta. Siinä esitin kysymyksiä siitä, missä muodossa ja mistä ihmiset yleensä hankkivat ja kuuntelevat musiikkia, miten suuri osuus on CD-levyn hankkimisella ja kuinka paljon ja missä suhteessa kuluttajat lataavat musiikkia tiedostoina joko laillisesti tai laittomasti. Näiden lisäksi kiinnitin huomiota verkossa tapahtuvaan musiikin kuunteluun ja siihen onko ilmaiseksi Internetissä kuultu musiikki vaikuttanut päätökseen ostaa musiikkia. Kyselyn koko sisältö on liitteenä (Liite 1).

### **4.1 Kyselyn toteutus**

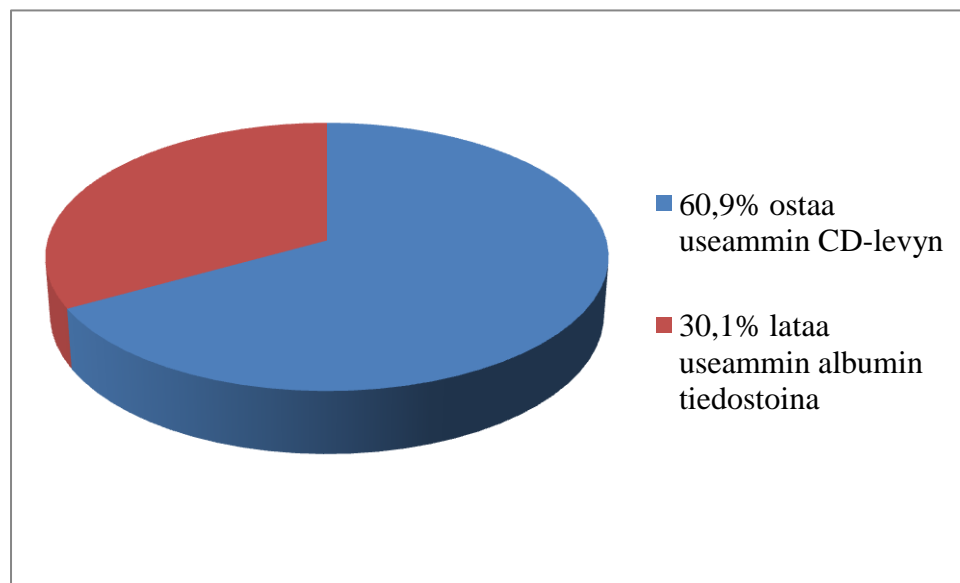
Kyselyn toteutus tapahtui sosiaalisessa mediassa, Facebook-tilini välityksellä. Vastaajat olivat Facebook-kavereikseni ilmoittautuneita henkilöitä. Valitsin kuitenkin vastaajat siten, että sukupuoleen, ikään tai ammattikuntaan liittyviä mahdollisia vaikutuksia ei esiintyisi lopullisessa tilastossa. Vastaajajoukkoa valitessani en suosinut esimerkiksi muusikkojen ammattikuntaa, koska monella musiikintekijällä on varmasti hyvinkin vahvoja näkemyksiä koskien vaikkapa laitonta musiikin lataamista. Lähetin kyselyn 38 henkilölle ja siihen vastasi 23 henkilöä. Vastaajista 43,5% on miehiä ja 56,5% naisia. Vastaajien keski-ikä on 27,0 vuotta. Tilastoa voitaneen pitää suuntaa-antavana.

### **4.2 Kyselyn tilastointi ja mielenkiintoisen huomiot**

Tilastoin kyselyyn saamani vastaukset prosentuaalisiin osuuksiin sekä kaikkien vastausten, myös sukupuolen ja ikäjakauman perusteella. Iän jakajaksi valikoitui alle 25-vuotiaat ja 25-vuotiaat tai vanhemmat. En kuitenkaan havainnut mitään mainitsemisen arvoisia eroja sukupuolen tai ikäjakauman perusteella, joten jätän ne tässä huomioimatta. Seuraavaksi nostan esiin tilastosta ilmenneet mielenkiintoisimmat asiat kuvioina.

### 4.2.1 Levymyynti

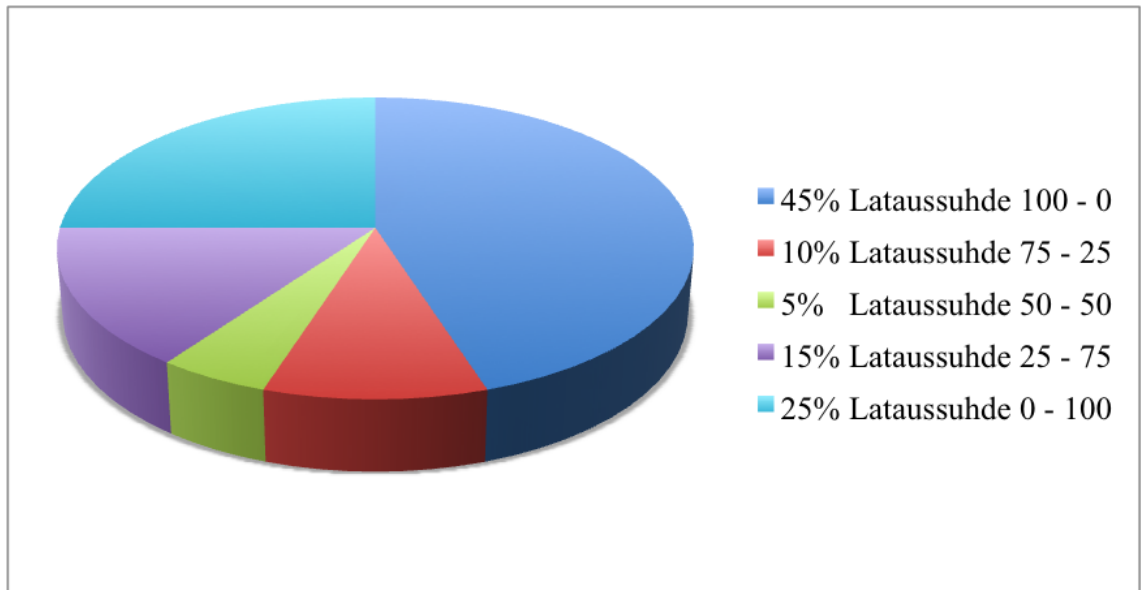
Vaikka julkisuudessa puhutaan paljon levymyynnin laskusta ja sen vaikutuksista alaan, on huomionarvoista, että kyselyni vastaajista kuitenkin yli puolet, 60,9 prosenttia, ostaa useammin perinteisemmän CD-levyn, kuin lataa albumin tiedostoina Internetistä (Kuvio 1). Todettakoon kuitenkin, että tämä kysymys ei pitänyt sisällään esimerkiksi YouTube:n tai Spotifyn luomia mahdollisuuksia kuunnella musiikkia verkossa, vaan kysymyksen muotoilussa levyn ostamisen vaihtoehtona oli albumin lataaminen omalle koneelle.



KUVIO 1. CD-levyn hankinnan ja tiedostolatauksen osuudet.

### 4.2.2 Laillinen lataus

Jopa 45 prosenttia vastaajista, jotka kertoivat lataavansa musiikkia Internetistä, vastasivat kaiken lataamansa musiikin olevan laillisesti ladattu. Sitä vastoin 25 prosenttia kertoi kaiken Internetistä lataamansa musiikin olevan laittomasti ladattua. Myös muiden vastausten osuudet näkyvät kuvioista 2.

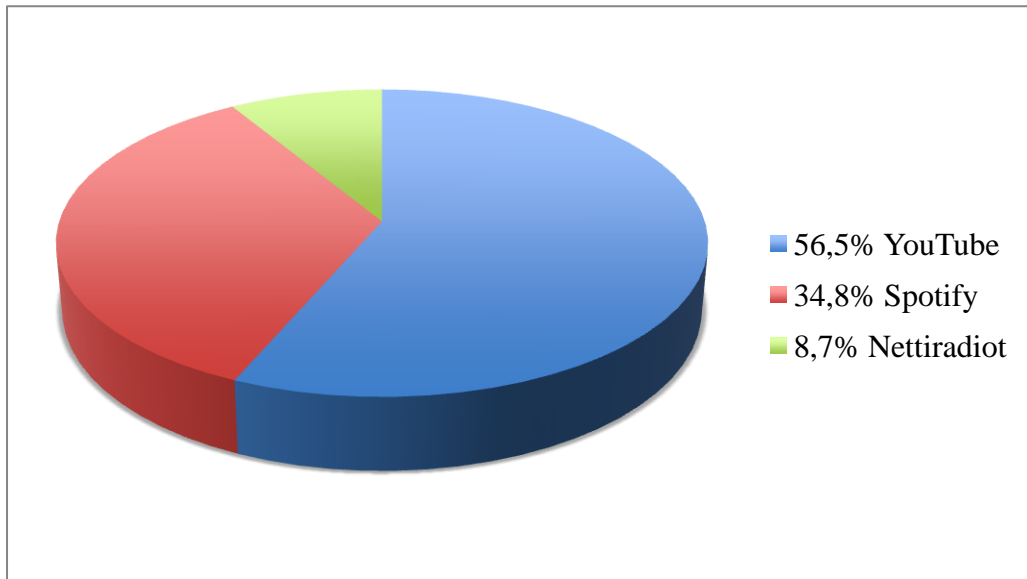


KUVIO 2. Musiikin laillisten ja laittomien latausten suhde.

(Lataussuhde: lailliset lataukset – laittomat lataukset)

#### 4.2.3 YouTube'n käyttö

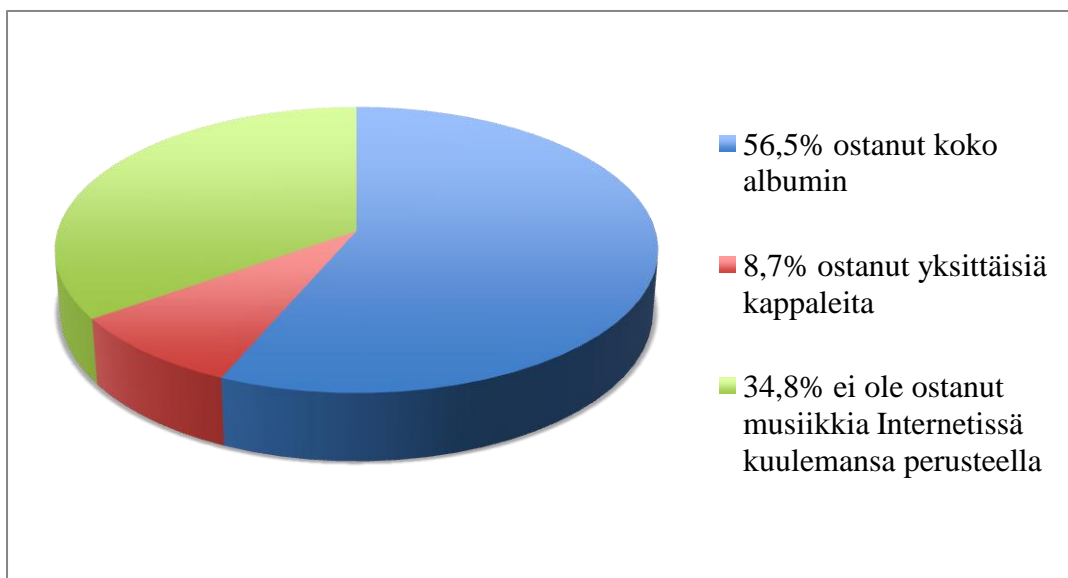
Kaikki vastaajat ilmoittivat kuuntelevansa musiikkia Internetistä. Kyselyn mukaan YouTube on suosituin kanava kuunnella musiikkia verkossa siitäkin huolimatta, että palvelussa on tarjolla pelkästään videoita ja etenkin hitaammilla verkkoyhteyksillä latausajat voivat olla pitkiä. Palvelun kappaletarjonta on hyvin laaja, eikä palvelu vaadi rekisteröitymistä tai sisäänkirjautumista. Vastaajista 56,5 prosenttia kertoo käyttävänsä enimmäkseen YouTubea musiikin kuunteluun verkossa. Spotifya kertoo käyttävänsä vain 34,8 prosenttia. (Kuvio 3).



KUVIO 3. Käytettyjen palvelujen osuudet musiikin kuuntelussa.

#### 4.2.4 Musiikin ostaminen kuullun perusteella

Opinnäytetyöni kannalta varsin mielenkiintoinen kyselyn tilastosta selviävä asia on että huomattavan suuri osa vastaajista kertoo ostaneensa aiemmin ilmaiseksi kuuntelemaansa musiikkia (Kuvio 4). 56,5 prosenttia vastaajista on ostanut jopa kokonaisen albumin kuulemansa perusteella.

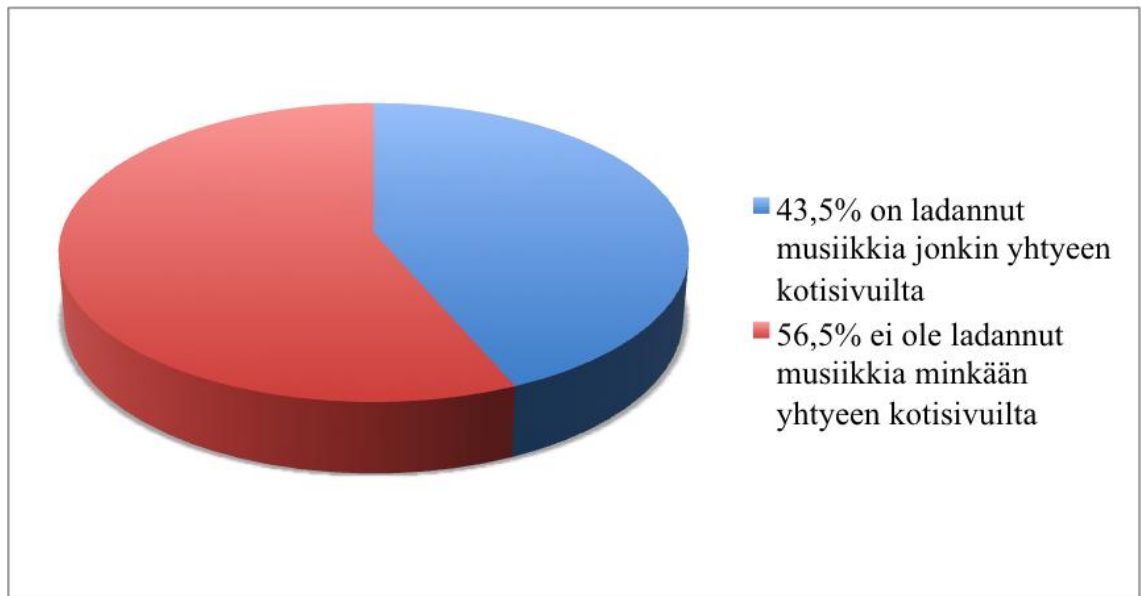


KUVIO 4. Musiikkiostosten osuudet Internetissä kuullun perusteella.



#### 4.2.5 Musiikin lataaminen suoraan yhtyeen kotisivuilta

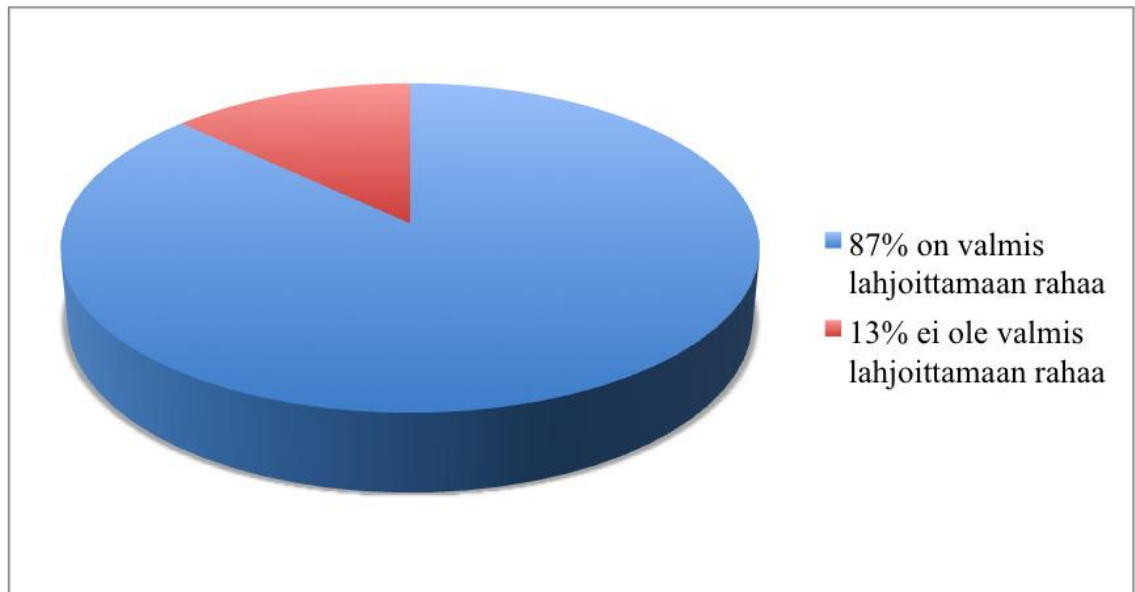
Vaikka musiikkiaan ilmaiseksi suoraan kotisivuillaan jakavien yhtyeiden määrä on verrattain pieni, on yllättävän moni vastaajista löytänyt ja ladannut musiikkia näin (Kuvio 5). Silti suurin osa, 56,5 prosenttia vastaajista ei ole näin tehnyt.



KUVIO 5. Musiikkia kotisivuilta ladanneiden ja lataamattomien suhde.

#### 4.2.6 Lahjoitukset

Opinnäytetyöni sekä muusikoiden työn kannalta mielekäs tilastollinen vastaus tuli kysymykseen rahan lahjoittamisesta ilmaisen musiikin jakamisen vastineeksi. Jopa 87 prosenttia vastaajista (Kuvio 6) on valmis maksamaan tai lahjoittamaan rahaa sellaisesta palvelusta, että yhtyeen musiikkia on ladattavissa ilmaiseksi suoraan kotisivuilla.



KUVIO 6. Kotisivuilla ladattavissa olevan musiikin vastineeksi maksamisen tai lahjoittamisen hyväksyvien ja hyväksymättömien suhde.

## 5 POHDINTA

Tätä opinnäytetyötä tehdessä olen saanut ilokseni huomata, että vaikka koko musiikkiala on saanut kokea kovan kolauksen laittomuuksien ja levymyyntin laskemisen myötä, voi Internetistä olla apua musiikintekijän tavoitteiden saavuttamiseksi. Alalla työllistyneiden ansiot ovat tulevaisuudessakin vaakalaudalla ja tilanne on huolestuttava. Kekseliäisyydellä ja kovalla työllä on kuitenkin mahdollista vielä nykyaikanakin saavuttaa taiteellisen työn ansaitsemaa arvostusta.

Opinnäytetyöni perusteella on aiheellista todeta, että Internet-jakelun suurin ja ikävin haittapuoli on se, ettei musiikin tekijöille kerry siitä taloudellista tuottoa, vaan tulot ohjautuvat enimmäkseen palveluita ylläpitäville tahoille. Laajasta Internet-jakelusta ja piratismista johtuen levymyynti laskee ja tekijät menettävät lisää ansioita. Kuitenkin esimerkit ja lähteet kertovat, että hyötyjä ilmaisesta verkkolevityksestä on paljon. Itse musiikinkuluttajan näkökulmasta koen mielekkäänä sen, että voin vaivattomasti kuunnella verkossa harvinaisempiakin ulkomaisia yhtyeitä.

Omalta osaltani olen erittäin tyytyväinen haastattelemieni ihmisten panokseen työtäni kohtaan ja monipuolisiin vastauksiin. Työtä tehdessä oli mielekästä vaihtaa ajatuksia musiikkibisneksessä eri aloilla työskentelevien kanssa, purkaa heiltä saamiani vastauksia ja jakaa heidän mielipiteitään ja kokemuksiaan. Lisäksi olen varsin tyytyväinen kyselyni vastausprosenttiin ja saamiini tuloksiin. Kysely olisi mielenkiintoista toteuttaa suuremmalla yleisöllä ja olisi hyvä vielä hieman laajentaa kyselyä tarkempien ja luotettavampien tilastojen aikaansaamiseksi.

Yritin tätä opinnäytetyötä varten tiedustella sähköpostitse Teosto ry:n kantaa muutamiin työni aihetta sivuaviin seikkoihin kolmelta eri Teoston edustajalta. Tiedustelemani asiat koskivat esimerkiksi Teoston yksityiskohtaisempaa mielipidettä luvatta Internetissä jaettavaa musiikkia kohtaan sekä artistin musiikkinsa jakamisen vastineeksi saamia rahallisia lahjoituksia. En kuitenkaan saanut Teostolta minkäänlaista vastausta kysymyksiini, joten en pystynyt Teoston kantaa verkkolevityksestä tämän tarkemmin esittelemään.

Tätä työtä aloittaessani minulla oli vahva käsitys ja ennakkoavistus tulevan tutkimuksen tuloksista. Oma kokemukseni muusikkona on jo entuudestaan osoittanut minulle todeksi musiikin ilmaisen Internet-jakelun haittapuolia. Onnekseni löysin aiheesta itsellenikin uusia keinoja hyötyä, ja aion tulevaisuudessa ainakin kokeilla niitä oman musiikkini julkaisun apuvälineenä.

## LÄHTEET

Ahonen, E. Aamulehti. 2011. Puheenaihe: Viekö Spotify artistien rahat? 7.8.2011. Luettu 23.4.2012.

<http://www.aamulehti.fi/Kulttuuri/1194691496495/artikkeli/puheenaihe+viekko+spotify+artistien+rahat+.html>

Alexa Internet. The Web Information Company. Top Sites in Finland. Luettu 23.4.2012.

<http://www.alexa.com/topsites/countries/FI>

Apple. iTunes. Mikä on iTunes? iTunes-soitin. Luettu 23.4.2012.

<http://www.apple.com/fi/itunes/what-is/player.html>

Apple. iTunes. Mikä on iTunes? iTunes Store. Luettu 23.4.2012.

<http://www.apple.com/fi/itunes/what-is/store.html>

Eskolin, R. 2012. Sähköpostiviesti. Luettu 26.3.2012.

Good News! from Finland. 2011. Hitlantis-musiikkipalvelu tähtää kasvuun miljoonarahoituksen avulla. 1.7.2011. Luettu 23.4.2012.

<http://www.goodnewsfinland.fi/arkisto/uutiset/suomalainen-hitlantis-musiikkipalvelu-kerasi-yli-miljoona-euroa-rahoitusta/>

Grönmark, S. 2011. Haastattelu 15.11.2011. Haastattelija Kukkola, J. Haastattelumuistio.

Halmkrona, J. 2012. Haastattelu 5.4.2012. Haastattelija Kukkola, J. Haastattelumuistio.

Harinen, M. 2012. Keskustelu 16.4.2012.

International Chamber of Commerce. 2010. 1.2m jobs to be lost to piracy. 17.3.2010.

Luettu 23.4.2012. <http://www.iccwbo.org/bascap/index.html?id=35393>

Junkkaala, J. Tietoviikko. 2008. YouTube ohensi tekijän oikeuksia. 11.4.2008 Luettu 8.4.2012. [http://www.tietoviikko.fi/taustat/kaikki\\_jutut/article132158.ece](http://www.tietoviikko.fi/taustat/kaikki_jutut/article132158.ece)

Kulttuuriuutiset.net. LYHTY Luovan työn tekijät ja yrittäjät. Piratismi. Luettu 23.4.2011. <http://www.kulttuuriuutiset.net/tekijanoikeus/piratismi>

Manna. 2011. Music. Luettu 23.4.2012. <http://www.mannamariam.com/music/>

Mikseri. Tietoa Mikseristä. Luettu 23.4.2012. <http://www.mikseri.net/about.php>

Mikseri.net ylläpito, 2012. Sähköpostiviesti. Luettu 18.4.2012.

Musiikkituottajat. Tilastot: Kultalevyjen myöntämisrajat. Luettu 23.4.2012. <http://ifpi.fi/tilastot/kultalevyt/myontamisrajat>

Mäkinen, O. 2006 Internet ja etiikka. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu Oy.

Piraattiliitto. 2008. Nine Inch Nail jakaa uuden albuminsa täysin ilmaiseksi – myös huippulaadussa! 6.5.2008. Luettu 23.4.2012. <http://www.piraattiliitto.org/node/1293>

Räihä, K. 2008. AfterDawn. Nine Inch Nailsilta jälleen ilmaista musiikkia. 3.3.2008. Luettu 23.4.2012. [http://fin.afterdawn.com/uutiset/artikkeli.cfm/2008/03/03/nine\\_inch\\_nailsilta\\_j\\_lleen\\_ilmaista\\_musiikkia](http://fin.afterdawn.com/uutiset/artikkeli.cfm/2008/03/03/nine_inch_nailsilta_j_lleen_ilmaista_musiikkia)

Räihä, K. 2008. AfterDawn. Reznorin mielestä Radioheadin toiminta oli ”vilpillistä”. 15.3.2008. Luettu 23.4.2012. [http://fin.afterdawn.com/uutiset/artikkeli.cfm/2008/03/15/reznorin\\_mielest\\_radioheadin\\_toiminta\\_oli\\_vilpillist](http://fin.afterdawn.com/uutiset/artikkeli.cfm/2008/03/15/reznorin_mielest_radioheadin_toiminta_oli_vilpillist)

Savaspuro, M. Kauppalehti. 2009. Suomalaispomo haastaa Spotifyn. 4.11.2009. Luettu 23.4.2012. <http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/uutinen.jsp?oid=2009/11/27548&ext=rss>

Snellman, C. 2004. Säveltäjät ja sanoittajat, Elvis ry. Digitaalisen musiikin jakelu. 1.2004. Luettu 23.4.2012. <http://www.elvisry.fi/012004/digimusa.html>

SoundCloud. 2012. SoundCloud Celebrates Reaching 10 Million Milestone. 23.1.2012. Luettu 23.4.2012. <http://soundcloud.com/press/releases/2012/01/23/ten-million>

SoundCloud. The Tour. Luettu 23.4.2012. <http://soundcloud.com/tour/>

Spotify. Press: Background information. Luettu 23.4.2012. <http://www.spotify.com/fi/about-us/press/background-info/>

Stentäpp, J. Dala-demokraten. 2009. 0,00257143 kronor. 6.11.2009. Luettu 23.4.2012. <http://www.dalademokraten.se/Templates/pages/news.aspx?id=94340>

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry. Piratismi. Luettu 23.4.2012. <http://antipiracy.fi/piratismi/>

Teosto. Internet ja mobiili. Luettu 23.4.2012. <http://www.teosto.fi/teosto/websivut.nsf/7d7cb8d7c8ceffa0c22565c9004cf780/686d6255b623faf1c22572aa0028fb4a!OpenDocument>

Teosto. Mikä Teosto on? Luettu 23.4.2012. [http://teosto.fi/fi/mika\\_teosto\\_on.html](http://teosto.fi/fi/mika_teosto_on.html)

Tukiainen, M. 2012. Sähköpostiviesti. Luettu 12.4.2012.

Vauhkonen, K. 2012. Keskustelu 26.3.2012.

Youtube. Bohemian Rhapsody by Porkka Playboys. 8.6.2011. Luettu 23.4.2012. <http://www.youtube.com/watch?v=irLsjBDPe5c>

Youtube. Lehistölle: Tilastot. Luettu 23.4.2012. [http://www.youtube.com/static?gl=US&template=press\\_statistics](http://www.youtube.com/static?gl=US&template=press_statistics)

Östelund, P. 2011. Voiko musiikkibisneksestä ottaa oppia? 28.9.2011. Luettu 23.4.2012. <http://www.parosterlund.com/musiikkimaailman-bisnesopit/>



## LIITTEET

Liite 1.

Kysely opinnäytetyötäni varten

Moi!

Olen tekemässä opinnäytetyötä Tampereen ammattikorkeakouluun. Tutkimukseni kohde on musiikin ilmaisen Internet-jakelun hyödyt ja haitat. Työtäni varten teen myös kyselyä ns. tavallisen musiikinkuluttajan näkökulmasta. Toivonkin että vastaisit kyselyyni. Vastaamiseen kuluu aikaa noin kaksi minuuttia. Odotan vastauksia 25.3.2012 mennessä.

Vastauksista koostan tilaston ja käsittelen vastaukset anonymieinä ja ehdottoman luottamuksellisesti. Siksi toivonkin rehellisyyttä myös arkaluontoisemmissa kysymyksissä (koskien musiikin laitonta lataamista).

Toimithan seuraavasti:

Kopioi kysymykseni VASTAA -kenttään.

Vastatessasi kirjoita ”x” haluamasi vastausvaihtoehdon kohdalla olevien sulkuviivojen väliin. Mikäli kyselyni asettelu näkyy näytölläsi epäselvänä, kerrothan siitä minulle niin toimitan kyselyn eri muodossa.

Halutessasi voit kommentoida kyselyä koskevia asioita vapaasti kommenteille varattuun tilaan.

Lähetä vastauksesi.

Kysymykset:

Sukupuoli?

Ikä?

Ostatko useammin CD-levyn vai lataatko albumin tiedostoina? Rasti ruutuun. Valitse vain yksi.

CD-levy ( ) Tiedostot ( )

Jos lataat, missä suhteessa lataat musiikkitiedostoja laillisesti? Rasti ruutuun. Valitse vain yksi.

Laillinen vs. laitton lataus

- 100% - 0%
- 75% - 25%
- 50% - 50%
- 25% - 75%
- 0% - 100%

Kuunteletko musiikkia internetistä? Rasti ruutuun. Valitse vain yksi. Nimeä eniten käyttämäsi palvelu (Spotify/Youtube/joku muu, mikä?).

- Kyllä. Eniten käyttämäni palvelu:
- En kuuntele musiikkia internetistä.

Oletko ostanut jonkin albumin tai yksittäisiä kappaleita esimerkiksi Youtube-videon perusteella? Rasti ruutuun. Valitse vain yksi.

- Kyllä, koko albumin
- Kyllä, yksittäisiä kappaleita
- En

Oletko ladannut musiikkia ilmaiseksi jonkin yhtyeen kotisivuilta? Rasti ruutuun. Valitse vain toinen.

Kyllä ( ) En ( )

Olisitko valmis maksamaan / lahjoittamaan rahaa tällaisesta palvelusta? Rasti ruutuun.

Valitse vain toinen

Kyllä ( ) En ( )

Kommentteja:

Vastauksestasi kiittäen:

Joona Kukkola