

## **2. Vaikuttaako ilmaislevitys myyntiin?**

Edellisessä luvussa käsiteltiin runsaasti yksityisyydensuojaan ja oikeusturvaan liittyviä syitä sille, miksi tiedostonjakamisen laillistaminen on tarpeen. Tämä ei kuitenkaan vastaa yleisimmin esitettyyn kysymykseen. Miten kukaan luovalla alalla voisi ansaita leipänsä jos minkä tahansa teoksen saisi ladata ilmaiseksi netistä?

Tässä kohtaa on oleellista huomata, että teoksia kopioidaan netissä runsaasti *jo nyt*, niin laittomasti kuin laillisestikin. Onkin kyseenalaista, miten paljon laillisuus todellisuudessa voisi lisätä lataamista. Tiedostojen lataaminen oli myöskin laillista ennen Lex Karpelan voimaantuloa vuonna 2006. Voikin siis hyvin olla, ettei epäkaupallisen kopioinnin laillistaminen muuttaisi yhtään mitään.

Mutta jos tiedostonjakaminen todella on näin laajalle levinnyttä, mikä on sen vaikutus? Musiikki- ja elokuvayhtiöt maalaavat mielellään sellaisen kuvan, että tiedostonjakaminen olisi tuhoamassa heidän koko liiketoiminta-alansa. Pitääkö tämä paikkansa?

On tärkeää huomata, että tiedostonjakamisen vaikutus ei välttämättä ole pelkästään negatiivinen. Ellei oteta lukuun pientä joukkoa supertähtiä, tuntemattomuus on useimpien tekijöiden suurin vihollinen. Tiedostonjakamisella ei ole suurta vaikutusta, mikäli kukaan potentiaalisista lataajista ei ole koskaan kuullut mitään tekijästä eikä teoksesta. Kun teoksen voi saada helposti käsiinsä ilmaiseksi, se leviää tehokkaammin ja ihmisillä on paljon pienempi kynnys kokeilla sitä. Monet näistä ilmaiseksi kokeilleista saattavat hyvinkin päätyä tukemismielessä ostamaan teoksesta kopion suoraan tekijältä.

Tästä seuraa se epäintuitiivinen havainto, että sillä ei ole suoraa merkitystä, miten moni lataajista ostaa alkuperäisen tuotteen ladattuaan siitä kopion. Usein puhutaan ikään kuin tällä olisi merkitystä. Jos lataajia on esimerkiksi satakertainen määrä ostajiin nähden, tämän herkästi mielletään tukevan tiedostonjakamisen paheksuttavuutta. Oleellista ei kuitenkaan ole lataajien ja ostajien määrän suhde, vaan se, mikä on *uusien ostopäätösten ja menetettyjen myyntien suhde*. Jos normaalisti 10 000 ihmistä kiinnittäisi huomionsa johonkin teokseen ja 5 % päätyisi ostamaan sen, ei tämä ole sen parempi kuin tilanne, jossa miljoona ihmistä kiinnittää laittoman latauksen vuoksi huomionsa teokseen ja heistä 0,5 % ostaa sen. Edellisessä tapauksessa ostajia on yhteensä 500, jälkimmäisessä 5000 – siitä huolimatta, että alle puoli prosenttia lataajista päätyy ostamaan kyseisen teoksen.

Tässä ei pitäisi olla mitään kovin ihmeellistä, sillä arkikokemuskin tukee tätä ajattelutapaa. Pienillä paikkakunnilla ei ole saatavilla yhtä paljon palveluita, koska mahdollisia asiakkaita on vähemmän. Ne palvelut joita on, ovat sellaisia, joita mahdollisimman moni tarvitsee. Jotta erikoistuneemmat ja vähemmän tarpeelliset palvelut olisivat kannattavia, on mentävä suuremmalle paikkakunnalle, jossa on enemmän väestöpohjaa ja siten enemmän mahdollisia asiakkaita. Kulttuuriteosten myynnissä on aivan sama periaate – mitä laajempi mahdollinen asiakaspohja on, sen todennäköisemmin teosta saa myytyä. Mitä enemmän teos leviää verkossa, sitä laajemmaksi asiakaspohja käy, lisäten myyntiä.

Näin siis teoriassa, mutta toimiiko teoria käytännössä? Tarkastellaan ilmaisjakelun vaikutusta kulttuurialoittain.

Tiedostonjakamista koskevilla keskusteluissa tilastot siitä, että tiedostonjakaminen saattaa jopa lisätä myyntiä, tulkitaan joskus suoriksi argumenteiksi tiedostonjakamisen laillistamisen puolesta. Jos vapaa kopiointi lisää myyntiä, tulisi vapaa kopiointi myynnin edistämiseksi laillistaa. Tästä ei ole kyse: kuten vastustajat herkästi huomauttavatkin, tähän ei tarvittaisi lainmuutosta, vaan vapaan kopioinnin salliminen muuttuisi itsestään normaaliksi toimenpiteeksi sitä mukaa kun sen vaikutus tiedostettaisiin. Sen sijaan

tiedostonjakamisen mahdollinen *negatiivinen* vaikutus on vahvin argumentti sille, miksi tiedostonjakaminen pitäisi ylipäänsä kieltää. Mikäli tämä väite osoitetaan paikkansapitämättömäksi, käyvät perustelut tiedostonjakamisen laittomuudelle hyvin heikoiksi. Kyse ei siis ole siitä, että tiedostonjakaminen pitäisi myynnin lisäämiseksi sallia. Kyse on siitä, että jos tiedostonjakaminen ei vähennä myyntiä, sen laittomuuttakaan ei voi perustella.

Selkeyden vuoksi on myös todettava, että emme väitä tiedostonjakamisen välttämättä kasvattavan kokonaisymyyntiä. Se olisi liian vahva väite. Sen sijaan väittämämme on, että jos tiedostonjakaminen tuottaa kokonaisvahinkoa, se ei tilastojen perusteella voi olla millään tapaa katastrofaalista.

## **Musiikki**

### **Musiikkitilastot**

Musiikin myyntiä Yhdysvalloissa mittaava Nielsen SoundScan raportoi vuoden 2008 myynnistä ennätystuloksia [1]:

- \* Myynnin kappalemäärissä oli 10 prosentin kasvua, kun tarkasteltiin kaikkia yksiköitä yhteensä (albumeita, sinkkuja, musiikkivideoita, digitaalisia kappaleita).
- \* Musiikin kokonaisymyynti saavutti 1,5 miljardin yksikön rajan. Aiempina vuosina myyntiä on ollut 1,4 miljardia (2007), 1,2 miljardia (2006) ja 1 miljardi (2005).
- \* Vuoden 2008 viimeisellä viikolla myytiin 65 miljoonaa yksikköä, enemmän kuin minään aiempina viikkona. Edellinen ennätys oli vuoden 2007 jouluviikko 58,4 miljoonalla yksiköllä.

Edes vuonna 2009 pahimmillaan ollut talouskriisi ei merkittävästi vähentänyt musiikin myyntiä. Kasvu jatkui entisestään vuonna 2009 [2]:

- \* Kokonaisymyynti oli 1,545 miljardia yksikköä, 2,1% edellistä vuotta enemmän.
- \* Kasvun veturina toimi digitaalimusiikin myynti. Musiikkia ostettiin digitaalimuodossa 1,16 miljardia yksittäistä kappaletta (kasvua 8,3%) sekä 76,4 miljoonaa albumia (kasvua 16,1%).

Nämä tulokset ovat mielenkiintoisia, sillä tiedostonjakamisen suosio on vuosi vuodelta vain kasvanut. Mikäli se todella tuottaa myynnille haittaa, myynnin tulisi olla hyvää vauhtia romahtamassa. Ja osa myynnistä laskeekin - kokonaisia albumeita ostetaan yhä vähemmän. Kokonaisuutena myynti on kuitenkin vain kasvussa, ja esimerkiksi Britannian singlemyynnissä saavutettiin vuonna 2009 kaikkien aikojen myyntiennätys [3]. Ruotsissa myytiin vuonna 2007 musiikkia 19 prosenttia enemmän kuin vuonna 2002 [4]. Mielenkiintoisena uutisena Nine Inch Nailsin ilmaisjakelussa ollut levy Ghosts oli Amazon-verkkokaupan vuoden 2008 myydyin albumi. NIN on kieltämättä iso yhtye, joka myisi hyvin joka tapauksessa, mutta ilmaisjakelun olisi voinut kuvitella pudottavan myyntiä *edes vähän*.

Suomalaisesta musiikkimyyntistä on saatavilla tilastoja Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajien kautta. ÄKT antaa seuraavat arviot äänitealan kokonaisymynnistä (digitaalimyynti perustuu vain ÄKT:n jäsenten myyntiin):

Vuosi	LP [5]	Kasetti [5]	CD [5]	Digitaalimyynti [6]	Mobiilimyynti	Yhteensä (milj.kpl.)
1992	3,0	4,6	5,7	-		13,3
1993	0,8	4,0	5,2	-		10,0

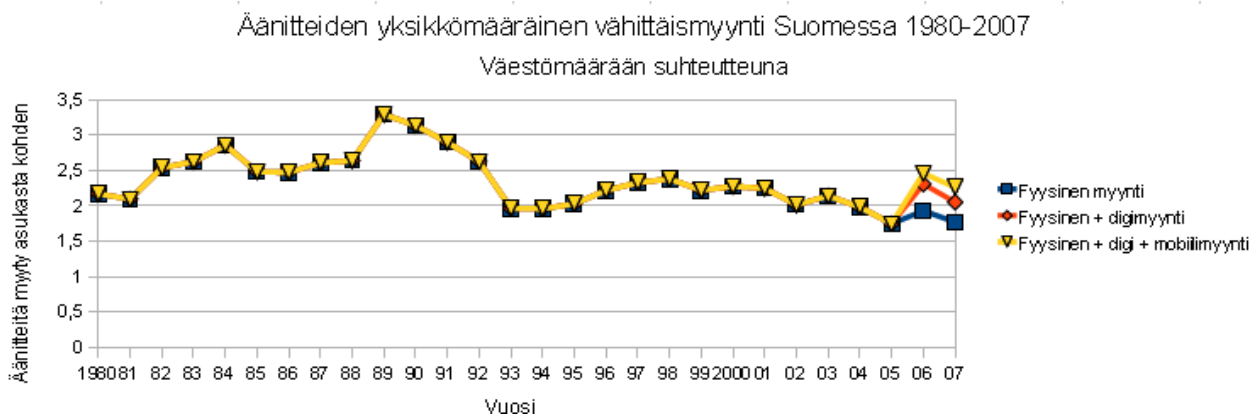
Alustava käsikirjoitus, 22.2.2010.

1994	0,1	3,9	6,0	-		10,0
1995	0,2	3,3	6,9	-		10,4
1996	0,1	3,0	8,3	-		11,4
1997	-	2,1	9,9	-		12,0
1998	-	1,3	11,0	-		12,3
1999	-	0,8	10,7	-		11,5
2000	-	0,3	11,5	-		11,8
2001	-	0,1	11,6	-		11,7
2002	-	0,1	10,4	-		10,5
2003	-	0,1	11,1	-		11,2
2004	-	-	10,4	-		10,4
2005	-	-	9,2	0,6	0,5	10,4
2006	-	-	10,2	2	0,8	13,0

Vuoden 2006 jälkeen ÄKT siirtyi tilastoimaan myytyjä boxeja myytyjen kappalemäärien sijaan. ÄKT ei ole julkaissut vuoden 2006 jälkeisiä arvioita koko äänitealalta, mutta omien jäsentensä myyntitilastoja kylläkin:

	Singlet	Vinyylit	CDt	DVD	Muut	Yhteensä
2007	137 789	10 301	6 129 749	378 392	16 121	6 672 352
2008	105 646	13 688	5 845 260	328 251	36 605	6 329 464
2009	66 547	15 747	4 862 660	302 106	27 653	5 274 713

Kappalemäärien perusteella tilanne ei vaikuta niin pahalta, kuin miltä se usein saadaan vaikuttamaan. Esimerkiksi kappalemyynti oli digitaalimyynti mukaanlukien vuonna 2006 samalla tasolla kuin 1990-luvun alussa, selkeästi ennen tiedostonjakamisen yleistymistä. Vielä rajummalta näyttää, jos katsotaan viimeisen noin 30 vuoden tilastoja, josta näkyy, ettei viimeaikainen pudotus ole mitään laman aikaiseen myynnin laskuun nähden.



Jos Yhdysvalloissa ja Britanniassa tehdään myyntiennätyksiä, miksi Suomen myyntiluvut ovat olleet laskussa? Vastaus löytyy digitaalisesta myynnistä: molemmissa maissa myynnin nousu on ollut pääasiassa digimyyntin ajamaa. Britanniassa vuonna 2009 myydyistä

singleistä peräti 99 prosenttia oli myyty digitaalisessa muodossa [3]. Sen sijaan Suomessa mahdollisuudet ostaa musiikkia sähköisessä muodossa ovat pitkään olleet huonommalla tolalla kuin muualla maailmassa. Oikeudet musiikin myyntiin on perinteisesti jaettu maakohtaisesti, ja Suomi on markkina-alueena niin pieni, että maahan on ollut vaikeaa saada kannattavia sopimuksia. Esimerkiksi suomalaisen digimusiikkikauppa The Groundin perustaja Antti Peisa kirjoitti palvelun huonosta menestyksestä seuraavasti [7]:

Näistä levy-yhtiöneuvotteluista vielä sen verran, että isoin ongelma niissä on, ettei Suomen päässä käydyillä neuvotteluilla ole oikein mitään merkitystä. Suomen edustajat pystyvät tarjoamaan vain vakiosoppareita (drm, kalliit hinnat) ja jos tästä haluaa poiketa, niin prosessista tulee hidas ja hankala. Ja päätökset ovat lähes aina kielteisiä. Ymmärtäähän sen toki – muutokset ovat helpoin aloittaa isolta yhtenäiseltä markkina-alueelta (Yhdysvallat) ja piskuinen firma itä-euroopassa vaikuttaa lähinnä vain riskiltä. --

Lisäksi laajentuminen ulkomaille kaatui heti juurillensa. Levy-yhtiöt rajaavat kilpailua alueittain ja meille annettiin leikkikentäksi pelkkä Suomi. Euroopassahan pitäisi olla tuotteiden vapaa liikkuvuus, mutta sopimuksemme kielsi myynnin muualle kuin Suomeen. Euroopanlaajuiset ennakot maksanevat lähelle miljoonia, kun Suomen kohdalla puhuttiin kymmenistä tuhansista euroista. Mainitsin aiemmin, että MP3-[tiedostomuodon käyttäminen] nosti ennakot meille mahdottomiin lukemiin: lopulta kaikkien levy-yhtiöiden mukaan saaminen olisi maksanut yli 100 000 euroa ja oikeuttanut pelkästään myynnin Suomeen. Tuo on järjetön summa rahaa, ottaen huomioon, minkälaisissa lapsenkengissä markkinat täällä ovat. Ja kaikki maksut eivät suinkaan olleet pelkkiä ennakoita (ennakot saa siis takaisin, jos ehtii ensimmäisen vuoden aikana riittävästi myydä), vaan mukana oli kaikenlaisia siirto- ja liittymismaksuja. Tämä selittää sitä, että uusia toimijoita ja aitoa innovointia kentällä on pelottavan vähän. Isojen poikien leikkiä, valitettavasti.

Myös toinen tämän teoksen kirjoittajista on törmännyt ikävästi huonon saatavuuden ongelmaan. Hän tahtoi ostaa eräälle ystävälleen Groove Coverage -yhtyeen version Alice Cooperin klassisesta Poison-kappaleesta. Kyseistä kappaletta ei kuitenkaan löytynyt mistään suomalaisesta verkkokaupasta, ei CD:nä eikä ladattavassa muodossa. Lopulta kappale löytyi myynnissä yhdysvaltalaiselta Amazon.com-sivustolta, mutta sieltä kieltäytyttiin myymästä kyseistä kappaletta Pohjois-Amerikan ulkopuolelle. Ostos hoitui lopulta siten, että kirjoittajan Yhdysvalloissa asuva tuttava osti kappaleen itselleen ja lähetti sen sitten edelleen kirjoittajalle ja tämän ystävälle. Kun teosten laillinen hankkiminen on tehty näin vaikeaksi, onko mikään ihmekään jos ihmiset eivät osta musiikkia? Tai onko mikään ihme, että Suomen myyntiluvut laskevat ja ulkomaiset myyntiluvut kasvavat, jos merkittävää osaa musiikista ei voi lainkaan ostaa kotimaan puolelta? Ostaja voi herkästi tottua käyttämään pääasiassa niitä kauppoja, joista on aiemmin saanut haluamansa. Mikäli nämä kaupat sattuvat sijaitsemaan ulkomailla, on seurauksena helposti se, että tämä näkyy suomalaisissa tilastoissa myynnin laskuna.

Tilanne on kuitenkin parantumassa. Markkinoille tuli vuonna 2008 ruotsalainen musiikkipalvelu Spotify, joka on tällä hetkellä käytettävissä Suomessa, Ruotsissa, Norjassa, Iso-Britanniassa, Espanjassa ja Ranskassa. Vuoden 2009 lokakuuhun mennessä palvelu oli ehtinyt kerätä jo viisi miljoonaa käyttäjää [8]. Konsepti on itsessään yksinkertainen: käyttäjä voi valita mainosrahoitteen ja maksullisen version välillä. Mainosrahoitteinen vaatii tällä hetkellä kutsun joltakin olemassaolevalta käyttäjältä, siinä missä maksullisen hinta on kymmenen euroa kuukaudessa. Vastineeksi käyttäjä saa rajattoman pääsyn kaikkeen palvelussa olevaan musiikkiin, jota löytyi vuoden 2009 lokakuussa kuuden miljoonan kappaleen verran [9]. Uusia kappaleita lisätään jatkuvasti. Musiikin etsiminen onnistuu kätevästi kirjoittamalla hakutermin ohjelman omaan hakupalveluun, ja käyttäjät

voivat myös muodostaa kappaleista omia soittolistojaan ja jakaa niitä toisilleen. Ilmaiskäyttäjät joutuvat pitämään koneensa kiinni verkossa halutessaan kuunnella palvelusta musiikkia, mutta maksavat käyttäjät pääsevät tallettamaan 3 333 kappaletta kerrallaan ilman nettiyhteyttä kuunneltavaksi. Palvelu on tietokoneen lisäksi saatavilla joillekin kännyköille.

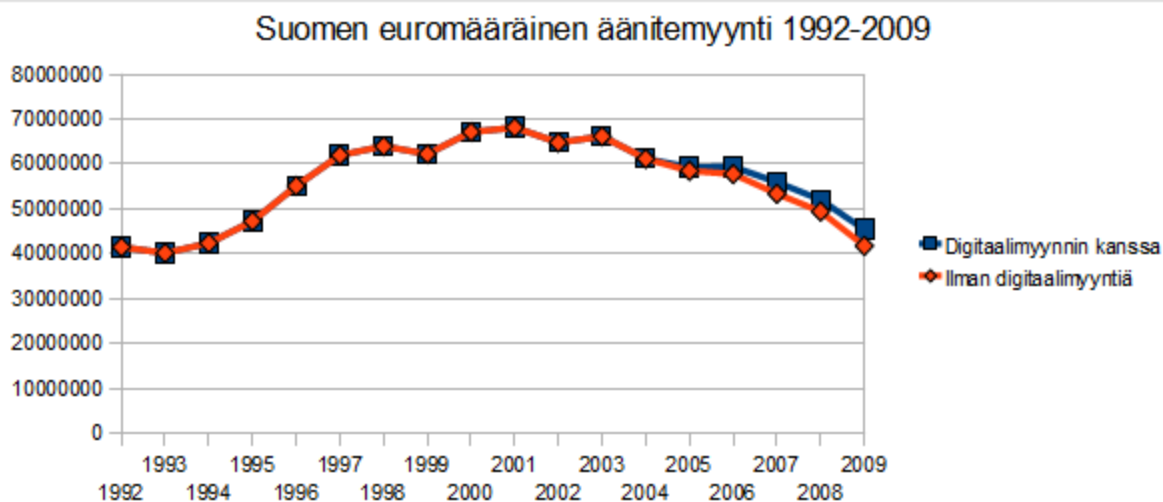
"Ilmaisen kanssa ei voi kilpailla" tuntuu olevan lähes uskonnollinen dogma osalle tiedostonjakamisen vastustajista. On kuitenkin selvää, että Spotifyn kaltaiset palvelut nimenomaan voivat kilpailla laittoman tiedostonjakamisen kanssa. Hieman harvinaisempia kappaleita saattaa tiedostonjakajien maailmassa joutua aktiivisesti metsästäämään, ja niitä saattaa olla niin harvalla jaossa, että ne päätyvät latautumaan tuskalialaan hitaasti. Kaupallisessa palvelussa voidaan pitää jatkuvasti saatavilla kaikkea musiikkia, mihin vain saadaan oikeudet. Spotifyssa myös kaikki kappaleet latautuvat käytännössä välittömästi epämääräisen odotteluajan sijaan. Kun haluamansa kappaleen löytäminen on hyvin vaivatonta, on todennäköistä, että kiinnostus käyttää muita tapoja vähenee. Monet myös pitävät hyvänä asiana sitä, että alkuperäiset tekijätkin voivat saada kuuntelemisesta korvausta, mikä saattaa myös kasvattaa Spotifyn suosiota. Toistaiseksi palvelu on vielä tehnyt tappiota, eikä ole kyennyt maksamaan tekijöille kuin varsin pieniä korvauksia. Kunhan se pääsee jaloilleen, se synnyttää kuitenkin ainutlaatuisen mahdollisuuden maksaa tekijöille suoraan kuuntelukertojen mukaan. Tähän asti yhtyeet ovat saaneet kertakorvauksen joka kerta kun heidän levyjään on ostettu tai he ovat käyneet keikoilla. Levystä on kuitenkin saanut saman summan rahaa riippumatta siitä, onko ostaja kuunnellut sen läpi kerran vai tuhat kertaa. Nyt on kuitenkin syntymässä mahdollisuus, jossa fanit voivat hyvin konkreettisesti osoittaa jatkuvaa arvostustaan yhtyeelle kuuntelemalla heidän kappaleitaan palveluissa, joissa tekijät saavat jokaisesta kuuntelukerrasta rahaa. Eräs Iso-Britanniassa tuoreeltaan tehty kysely onkin jo osoittanut, että Spotifyn kaltaiset lailliset palvelut ovat vähentäneet tiedostonjakamista, etenkin teini-ikäisten keskuudessa [10].

Mielenkiintoista on, että Spotify käyttää hyväkseen myös teknologiaa, joka yleistyi alunperin tiedostonjakotarkoituksissa. Tyypillisessä verkossahan lataajat hakevat haluamansa tiedostot suurelta määrältä muita käyttäjiä, jotka kaikki tarjoavat jakoon suuremman tai pienemmän joukon tiedostonpalasia. Spotify käyttää samaa tekniikkaa. Musiikkia haetaan keskuspalvelimilta, mutta sen lisäksi yksittäisten käyttäjien ohjelmat tarjoavat latausten nopeuttamiseksi musiikkia toisilleen. Ja tämä tuskin on lähellekään ainoa tapa, jolla palvelu on laittomalle toiminnalle velkaa. On syytä epäillä, olisiko perinteisesti varsin konservatiivinen ja kontrollifriikki levyteollisuus koskaan suostunut senkaltaiseen palveluun ilman laitonta tiedostonjakamista. Olisihan suurkorvausten kiskominen yksittäisistä levyistä paljon turvallisempaa ja tuottavaksi todistettua. Yritykset ovatkin pitkään pyrkineet ahdistelemaan tiedostonjakajia lain keinoin ja tiukentamaan lainsäädäntöä sen sijaan, että olisivat todella ryhtyneet parantamaan palveluitaan. Isossa-Britanniassa All Party Parliamentary Communications Group, parlamentin jäsenistä muodostuva ryhmä johon kuuluu jäseniä jokaisesta eri puolueesta, julkaisi lokakuussa 2009 Internetin sääntelyyn liittyvän raportin kuultuaan sitä varten yli 50 eri tahoa [11]. Ryhmä kirjoitti raportissaan:

Toteamme, että merkittävä osa tekijänoikeudella suojatun materiaalin laittomaan levittämiseen liittyvistä ongelmista on johtunut oikeudenomistajien, ja erityisesti musiikkialan, aivan liian hitaasta toiminnasta laillisten vaihtoehtojen perustamiseksi.

Vaikuttaakin siis varsin kaukaa haetulta ajatukselta, että tällainen palvelu olisi koskaan voinut syntyä, ellei aktiivinen tiedostonjakaminen olisi pakottanut viihdeteollisuutta hyväksymään sen. Ilmaisuuden kanssa oli pakko alkaa kilpailla, ja oikeasti panostaa palveluiden laatuun. Tiedostonjakaminen ei siis ole haitannut kaupallista toimintaa, vaan päin vastoin tehostanut sitä.

Olemme tähän asti tilastoihin viitatemme puhuneet pääasiassa yksikkömyynnistä. Yksikkömyynti ei vielä tosin kerro koko totuutta, koska esimerkiksi mobiilimyynnissä yksittäinen kappale maksaa selkeästi vähemmän kuin perinteisesti CD:llä. Myös albumin ja albumin yksittäisen raidan ostaminen arvioidaan siinä samanarvoiseksi. Käytännössä äänitealan kokonaistulot ovatkin olleet selkeässä laskussa, niin Suomessa kuin maailmanlaajuisestikin. IFPI:n kansainvälisten tilastojen mukaan myynnin arvosta on aikavälillä 1997-2008 kadonnut vajaat 30 prosenttia [12].



Tämä saattaa vaikeuttaa uusien äänitteiden tekemistä ja niiden saamista myyntiin. Tässä tarvitsee kuitenkin huomioida muutama asia. Ensinnäkin kannattaa huomata, että myynnin yksikkömäärien kasvu yhdistettynä kokonaistulojen laskuun tarkoittaa, että kuluttaja saa rahalleen enemmän vastinetta kuin koskaan ennen. Tätä ei tulekaan pitää huonona, vaan kuluttajan kannalta loistavana asiana. Digitaalimusiikin markkinoiden kehittymättömyys Suomessa saattaa sitä paitsi synkistää myös tätä tilastoa.

Äänitealan kärsiminen ei myöskään ole sama asia kuin musiikkialan kärsiminen. Tuoreltaan julkistettiin Tukholman kuninkaallisen teknillisen korkeakoulun kahden tutkijan selvitys, jonka mukaan artistit ovat olleet tiedostonjakoilmion voittajia [13]. Sen mukaan artistien tulot ovat ajanjaksolla 2000-2008 kasvaneet 35 prosenttia, 786 miljoonasta kruunusta 1058 miljoonaan kruunuun. Valtaosa kasvusta on tullut konserttiesiintymisistä: niistä saadut tulot ovat noin kaksinkertaistuneet. Tutkijat jakavat musiikkiteollisuuden kolmeen osaan: levy-yhtiöihin, konserttimusiikkiin ja tekijänoikeusjärjestöihin. Levy-yhtiöt ovat kärsineet, mutta konserttimusiikki on kasvanut enemmän kuin levy-yhtiöt ovat menettäneet. Myös musiikin tekijöille maksetut tekijänoikeuskorvaukset ovat kasvaneet.

Englantilaisen vuodesta 1991 soittaneen Show of Hands -yhtyeen Steve Knightley kertoi BBC:lle [14]:

"Meidät voi esiintymistemme jälkeen aina löytää keskustelmasta yleisömmen kanssa, jakamassa signeerauksia ja yleisesti hengaa CD-pöydän luona. Kysyn ihmisiltä aina, miten he kuulivat meistä ensimmäistä kertaa. Kolme yleisintä vastausta ovat...

...heidän ystävänsä "raahasivat" heidät mukaansa, he kuulivat meitä soitettavan radiossa, tai joku antoi heille kopion jostain CD-levyistämme.

Viimeistä vastausta seuraa yleensä syyllinen ja kiusaantunut ilme. Miettikäämme tätä tarkemmin: joku musiikkiamme arvostava on ystävällisesti tehnyt CD-levystä kopion ja nähnyt vaivaa levittääkseen meistä sanaa. Levyn saaja on sitten ostanut sekä lipun nähdäkseen meidät, että CD-levyn meiltä sinä iltana. Tätä voi halutessaan kutsua 'piratismiksi', mutta minulle se on anteliaisuuden osoitus ja kasvattaa sekä yleisöämme että levymyyntiämme. Ja kuten aina silloin sanon: jos tekisit sen joka tapauksessa, voit yhtä hyvin tehdä sen hyvällä omatunnolla!

Vastaavasti panemme harvoin vastaan jos ihmiset haluavat videokuvata esiintymisemme. Heidän olisi kohteliasta kysyä lupaa ja varmistaa etteivät häiritse muiden nautintoa, mutta tämäkin on yksi tapa lisää, jolla teknologiaa voi käyttää tavoittaakseen musiikilleen lisää kuuntelijoita. Uskon virallisen termin olevan 'viraalimarkkinointi', ja me olemme siitä täydellisen riippuvaisia."

Tämänhetkisissä liiketoimintamalleissa äänitteiden tekeminen rahoitetaan pääosin äänitemyyntillä. Mikäli konserttitulot kuitenkin jatkavat kasvuaan, se tekee nykyisille levy-yhtiöille kannattavaksi muuttaa toimintamalliaan muuttunutta asiaintilaa hyödyntäväksi. Kuten tähänkin saakka, levy-yhtiöt rahoittaisivat äänitteiden teon, mutta käyttäisivätkin niitä pääasiassa yhtyeen mainostamiseen. Varsinaiset tulot tulisivat kiertueilta, levy-yhtiön ja muusikoiden sopiessa levy-yhtiön saavan osuutensa kiertuetuloista. Tähän suuntaan ollaankin jo menossa, ja levy-yhtiöt ovatkin alkaneet pyytämään artisteiltaan myös osuutta kiertueiden tuloista [15].

Tilanne on kieltämättä ongelmallisempi niille tekijöille, jotka eivät keikkaile. Heidän ansaitsemismahdollisuutensa saattavatkin jossakin määrin kaventua. On myös paljon säveltäjiä ja sanoittajia, jotka eivät itse lainkaan esitä tekemäänsä musiikkia. Heillä ei sinänsä ole kovin suurta huolta, koska konserttiesiintymisistä maksetaan myös heille tekijänoikeuskorvauksia. Näiden korvausten määrä on lisääntyneiden konserttitulojen myötä kasvanut niin Ruotsissa [13] kuin Suomessakin [16].

Huomionarvoista myyntitilastoja katsellessa on myös, että useiden arvioiden mukaan 1990-luvun keskivaiheen musiikkimyynti oli epätavallisen korkealla, koska CD-levyt olivat yleistymässä. Ne, joilla oli paljon musiikkia kasetteina ja LP-levyinä, halusivat hankkia niistä myös CD-versiot, ja ostivat siksi enemmän musiikkia kuin olisivat normaalisti hankkineet. Vuosikymmenen lopulla he olivat enimmäkseen saaneet kokoelmansa muunnettua uuteen formaattiin, mistä seurasi vastaava notkahdus myyntilukuihin. Luvuissa näkyisi siis varmasti pudotusta myös ilman tiedostonjakamista. Lisäksi DVD-formaatti yleistyi 90-luvun lopulta 2000-luvun alkuun, ja vanhoja elokuvia, tv-sarjoja ja tietokonepelejä alettiin julkaista uudelleen DVD-muodossa. Kun monet ovat alkaneet muuntaa vanhoja VHS-kokoelmiaan DVD-muotoon, se ei ole voinut olla syömättä CD-myyntiä. Nämä alathan kilpailevat pitkälti samoista rahoista.

DVD-myyntiin aiheuttaman kilpailun lisäksi musiikin myynti kärsii kilpailusta muidenkin viihdemuotojen kanssa. Yhdysvalloissa toimivan, Tilastokeskusta vastaavan Bureau of the Census -viraston tekemien kyselyiden mukaan ihmiset käyttävät nykyään aiempaa vähemmän aikaa musiikin kuuntelemiseen. Vuonna 1996 keskimääräinen yhdysvaltalainen käytti tallennetun musiikin kuuntelemiseen yhteensä noin 292 tuntia vuodessa. Television katseluun käytettiin 1 559 tuntia vuodessa, videopelien pelaamiseen 25 tuntia, ja Internetin käyttöön vain 10 tuntia. Vuoteen 2005 mennessä musiikin kuunteleminen oli pudonnut 196 tuntiin vuodessa, siinä missä television katseleminen oli noussut 1 659 tuntiin, videopelit 73 tuntiin ja Internetin käyttö 169 tuntiin. (Internet-käytöstä oli erikseen rajattu pois eri tavat hakea perinteisiä medioita Internetin välityksellä, ja laskettu esimerkiksi ladatun musiikin kuuntelu musiikki- eikä Internet-kategoriaan.) [17] [18]

## **Elokuvat ja tv-sarjat**

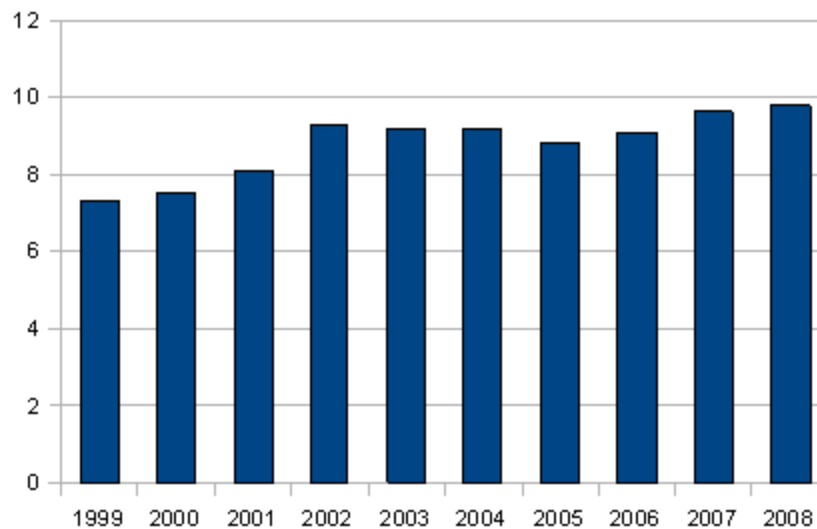
DVD-elokuvia ja tv-sarjoja myytiin Suomessa vuoden 2008 tammi-syyskuussa 8,2 miljoonaa kappaletta [19], neljä prosenttia enemmän kuin vuonna 2007. Tästä 70 % oli blu-ray-levyjen myynnin kasvua, mutta myös perinteiset DVD:t paransivat asemiaan. Yhdysvaltojen myynti näytti synkempää lukemaa pudoten miltei kahdeksan prosenttia [20].

Kotimaisilla elokuvateattereilla oli vuonna 2008 paras tulos neljään vuoteen [21], mutta tästä on hankala vetää johtopäätöksiä. Hyvä tulos (kahdeksan prosentin kasvulla edellisvuodesta) antaisi ymmärtää, ettei tiedostonjakaminen ole aiheuttanut merkittävää vahinkoa. Toisaalta uutisen voi myös tulkita siten, että viimeksi yhtä hyvään tulokseen päästiin viisi vuotta sitten. Ruotsissa tilanne oli selkeämpi: elokuvissa vähintään kerran puolessa vuodessa käyvien määrä oli vuonna 2006 korkein sitten mittausten aloittamisen 1980-luvulla. [4]

Yhdysvaltojen tilastot kertovat elokuvateatterien tulojen olleen ennätyselliset 9,8 miljardia dollaria. Tämä merkitsee 34 prosentin kasvua vuodesta 1999. [22] Myös kansainvälisesti tarkasteltuna elokuva-ala kasvoi merkittävästi. Kuuden suurimman elokuvastudion Yhdysvaltojen ulkopuoliset vuosituotot olivat yhteensä noin 9,9 miljardia dollaria. Tämä merkitsee vuoden 2007 lukuihin verrattuna 400 miljoonan dollarin kasvua. [23] Euroopan, Afrikan, ja Lähi-idän tulot kasvoivat vuoden 2004 hieman alle yhdeksästä miljardista dollarista kymmeneen miljardiin dollariin vuonna 2008 (+14 %). Aasian ja Tyynenmeren alueen tulot kasvoivat samana aikana 5,8 miljardista dollarista 6,7 miljardiin (+16 %), ja Latinalaisen Amerikan 1,1 miljardista 1,6 miljardiin (+45 %).

### **Elokuvateattereiden tulot Yhdysvalloissa**

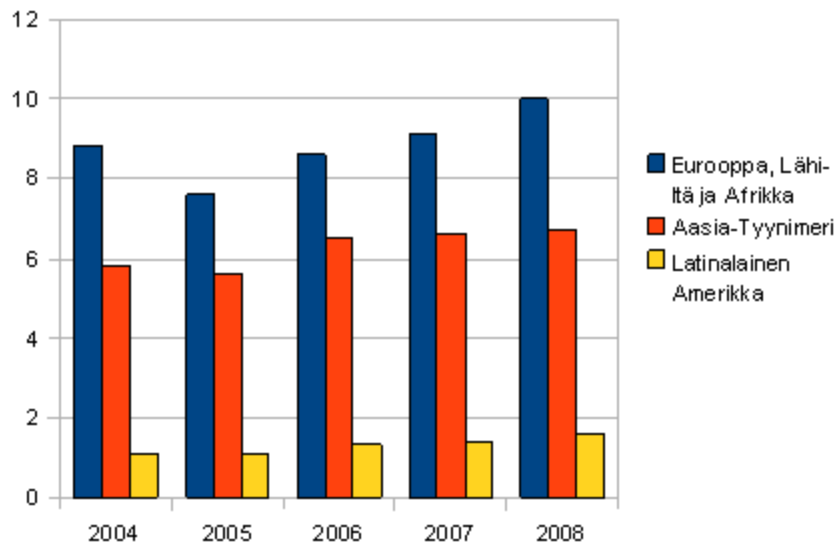
Miljardeissa dollareissa



Elokuvateattereiden tulot Yhdysvalloissa. [22]

## Elokuvateattereiden tulot kansainvälisesti

Miljardeissa dollareissa



Elokuvateattereiden tulot kansainvälisesti. [22]

Suomessa myös elokuvien ja videoiden tuotantoala on kasvanut. Kokoaikaiseksi muutetun henkilöstön määrä on vuosina 1993-2006 kasvanut 848 hengestä 1 452 henkeen. Liikevaihto on samana aikana kasvanut 62 miljoonasta eurosta 149 miljoonaan euroon. Liikevaihto on alalla kasvanut noin viiden prosentin vuosivauhtia ja työllisyys vastaavasti noin neljä prosenttia vuosittain. [24]

Tv-sarjojen puolelta mielenkiintoisen tapaukskertomuksen muodostaa brittiläinen komediaryhmä Monty Python. Ryhmän tuotokset ovat kulttiklassikoita, mikä luonnollisesti johti siihen, että heidän teoksiaan arvostavat fanit latsivat heidän videoita runsain määrin verkkoon muiden katseltavaksi. Eniten niitä ladattiin YouTube-videopalveluun, mistä ryhmä sai myös itse vihiä. Sen sijaan, että olisivat vaatineet YouTubea poistamaan heidän videonsa, he päättivätkin lähteä leikkiin mukaan. He selvittivät, mitkä heidän videoistaan olivat sellaisia, joita oli katsottu YouTubessa eniten ja korvasivat ne parempilaatuisilla, suoraan omista arkistoistaan peräisin olleilla videoilla. Lisäksi he laittoivat ilmaiseksi jakoon useita muita tuotoksiaan. [25] Videoiden yhteyteen lisättiin linkit, joiden kautta oli mahdollista ostaa niitä DVD-kokoelmia, joilta videot olivat peräisin. Vaikutus oli dramaattinen. Lyhyen ajan sisällä Monty Python -sarjan DVD:t kiipesivät Amazon.com-sivuston toiseksi myydyimmäksi tuotteeksi elokuvien ja tv-sarjojen kategoriassa. Kokonaisuudessaan myynti kasvoi noin 23-kertaiseksi! [26]

Tapaus on erityisen mielenkiintoinen siksi, että Monty Python oli valmiiksi suosittu ja tunnettu ryhmä, jonka myynti hyppäsi äkillisesti. Verkojakamisen mahdollisista hyödyistä puhuttaessa on yleinen väite se, että valmiiksi suurilla nimillä olisi menestys taattua joka tapauksessa. Tämän väitteen mukaan isoille nimille koituu menetyksiä tiedostonjakamisesta, mutta ne pystyvät olemassaolevan suosionsa (ja rehellisten faniensa) avulla pärjäämään joka tapauksessa. Kuitenkin Monty Pythonin tapauksessa näkyy, ettei kyse ole vain tästä: heidän myyntilukunsa kasvoivat nimenomaan heidän videoidensa levittyä laajemmalle.

Kotimainen ilmaislevityksen menestystarina on Star Wreck: In the Pirkinning, pienen harrastajaporukan tekemä tieteiselokuva, joka parodioi Star Trek- ja Babylon 5 -tieteissarjoja. Elokuva julkaistiin pitkällisen työn jälkeen verkossa ilmaiseksi vuoden 2005 lokakuussa. Se tuli samalla myyntiin myös DVD:llä. Vuotta myöhemmin, kun elokuva oli jo ladattu neljä miljoonaa kertaa, Universal Pictures otti levitykseen uusitun Imperial Edition -DVD:n. Uuden levyn myötä uusittiin erikoisefektit, ja sen mukana tuli runsaasti lisämateriaalia elokuvan tuotannosta. Tätä kirjoitettaessa DVD on virallisesti myynnissä Suomessa, Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Japanissa ja Iso-Britanniassa, ja Yhdysvaltojen levityksen on määrä alkaa piakkoin. Elokuvan ilmaisesta saatavuudesta ja suhteellisen vähäisestä mainstream-huomiosta huolimatta sitä on myyty jo 40 000 - 50 000 kappaletta. Se on myös esitetty televisiossa Suomessa, Italiassa ja Belgiassa.

## **Kirjat**

**Baen Free Library.** Baenin Vapaakirjasto (Baen Free Library, <http://www.baen.com/library/> ) on yhdysvaltalaisen Baen Books -kustantamon verkkosivusto, jolta voi lukea kustantamon julkaisemia teoksia ilmaiseksi. Sieltä löytyi tätä kirjoitettaessa 117 eri teosta eri kirjailijoilta. Sivusto sai alkunsa vuonna 2000, kun kirjailija Eric Flint hiiltyi muihin, verkkolataamisesta valittaviin kirjailijoihin ja piti heidän pelkojaan ylimitoitettuina. Hän mainitsi asiasta kustantajalleen, joka totesi verkkolevityksestä tulevan lisäjulkisuuden korkeintaan lisäävän myyntiä ja kysyi, haluaisiko Flint todistaa asian panemalla kirjansa verkkoon jakoon. Flint suostui, ja hänen kirjansa *Mother of Demons* olikin seuraavana päivänä kaikkien vapaasti saatavilla. Vielä saman päivän aikana Flint sai puolisen tusinaa viestiä, joissa kerrottiin päätöksestä ostaa hänen kirjansa. Osa teki sen puhtaana tuenosoituksena, mutta osa myös siksi, että oli päässyt selailemaan hänen kirjaansa ja aidosti todennut sen hyväksi ja ostamisen arvoiseksi. Flint tajusi kuitenkin nopeasti, että yksittäisen kirjan paneminen ladattavaksi oli vain ele ilman todellista merkitystä. Pian tämän jälkeen hän ja hänen kustantajansa avasivat Baenin vapaakirjaston. Kuka tahansa kustantamon kirjailija saattoi halutessaan lisätä sinne minkä tahansa teoksensa, niin pitkäksi aikaa kuin halusi. [27]

Flint perusteli päätöstään sen silkalla mainosarvolla. Kirjailijan kaikkein tärkein mainos on viidakkorumpu. Ihmiset, jotka kehuvat toisilleen juuri lukemaansa kirjaa, eivät maksa kirjailijalle mitään, ja ovat monta kertaa tehokkaampia kuin perinteiset mainokset. Jokainen tietää maksetun mainoksen olevan puolueellinen. Sen sijaan ystävä, joka kehuu kirjaa ja lainaa sen toiselle ystäväälle, tekee sen, koska pitää teoksesta aidosti. (Kuten Flint kommentoi: "*Miten moni lainaa ystäväälleen kirjan saatesanoilla: 'Sinun on pakko lukea tämä! Se on aivan hirveä!'*") Vastaavasti kirjastosta hyvän kirjan lainaavat eivät yleensä ole siitä jälkikäteen hiljaa, vaan kehuvat sitä kaikille muille lukemista harrastaville tutuilleen. Puhumattakaan siitä, miten lukuharrastus ylipäätään saa alkunsa. Se ei suinkaan ala siitä, että lapset ja teini-ikäiset ostelevat vähillä viikkorahoillaan kirjoja satunnaisia kirjailijoita, joista eivät tiedä mitään. Se alkaa siitä, että he lainaavat kirjastosta mielenkiintoisia kirjoja, joita heillä ei olisi varaa ostaa, ja alkavat lopulta ostaa kirjoja, kun ovat vanhempia ja varakkaampia. Pitkällä aikavälillä kirjailijoiden teosten vapaa saatavuus vain hyödyttää heitä. [27]

Noin kaksi kuukautta Vapaakirjaston avaamisen jälkeen Flint julkaisi pienen otteen niistä 123 kirjeestä, jotka hän oli saanut palvelun avattuaan [28]. Kirjeistä jokaisessa keuhuttiin päätöstä ja merkittävässä osassa niistä toistui sama teema. Elleivät kirjat olisi olleet ilmaiseksi saatavilla, kirjeiden lähettäjät eivät olisi koskaan ostaneet niitä. Riski käyttäjä tuntemattoman kirjailijan teokseen rahaa ja saada sika säkissä olisi ollut liian suuri. Mahdollisuus tutustua teoksiin etukäteen muutti tilanteen täysin. Flint arvioi kirjeiden perusteella, että hänen kirjansa olivat myyneet neljästä viiteen kertaa enemmän kuin ilman ilmaislevitystä.

Flint julkaisi puolisentoista vuotta myöhemmin tilastoja Vapaakirjaston vaikutuksesta myyntilukuihin [29]. Ensimmäinen Vapaakirjastoon lisätty teos oli Flintin esikoisromaani *Mother of Demons*, jota oli siihen mennessä myyty 9 694 kappaletta kolmen vuoden aikana. Puoltatoista vuotta myöhemmin kirjaa oli myyty yhteensä 18 500 kappaletta. Myynti oli kaksinkertaistanut sen jälkeen, kun se pantiin verkkoon ilmaiseksi saataville. Flint myöntää itsekin, että osa myynnin kasvusta on varmasti tullut myös hänen maineensa ja kirjoittajantaitojensa paranemisesta yleisesti, mutta on silti vaikea väittää, että Vapaakirjasto olisi voinut vahingoittaa hänen myyntiään. Asiaa ei myöskään voi selittää sillä, että Vapaakirjasto olisi ollut liian tuntematon vaikuttaakseen myyntilukuihin. Vuoden 2001 viimeisellä neljänneksellä sivustolla vierailtiin 130 000 kertaa, lähes 1 500 kertaa päivässä. *Mother of Demons* ei myöskään ole yksittäistapaus. Flintin parhaiten myynyt kirja on hänen romaaninsa *1632*, joka ilmestyi ensin kova- ja sitten pehmeäkantisena. Hän pani sen Vapaakirjastoon saataville samaan aikaan kuin pehmeäkantinen kopio ilmestyi, vuoden 2001 helmikuussa. Seuraavan vuoden huhtikuuhun mennessä sitä oli myyty 34 000 kappaletta. Ilmainen saatavuus verkossa ei tuottanut minkäänlaista tilastoissa näkyvää haittaa.

Toinen esimerkki on Flintin ja David Draken yhdessä kirjoittama romaani *An Oblique Approach*. Se lisättiin Vapaakirjastoon sellaisessa vaiheessa, kun se oli jo ollut myynnissä kaksi vuotta:

Myyntijakso	Myynti
Heinäkuu-joulukuu 1998	30 431 kappaletta
Tammi-kesäkuu 1999	5 546 kappaletta
Heinäkuu-joulukuu 1999	835 kappaletta
Tammi-kesäkuu 2000	795 kappaletta
<b>Tulee näillä main</b>	<b>Vapaakirjastoon</b>
Heinäkuu-joulukuu 2000	1 161 kappaletta
Tammi-kesäkuu 2001	1 904 kappaletta

*An Oblique Approachin* myyntiluvut noudattivat alalla yleistä kaavaa: myynti on hyvä heti julkaisun jälkeen, ja putoaa sitten olemattomiin. Normaalisti myynnin olisi pitänyt tippua sitä pienemmäksi, mitä pidemmän aikaa teoksen julkaisusta ehti kulua. Myynnin putoaminen olisi saattanut hidastua, mutta normaalisti myynnin ei missään olosuhteissa olisi pitänyt nousta, eikä etenkään jatkaa nousemistaan vuoden seuraavalla puolikkaalla. Drake oli myös ollut 20 vuoden ajan tunnettu kirjailija, joten myynnin nousu ei voinut johtua vain siitä, että hän olisi yleisesti tullut vasta nyt tunnetuksi. Saman sarjan toinen kirja, *In the Heart of Darkness*, toisti saman kaavan. Se pantiin Vapaakirjastoon samaan aikaan kuin *Oblique Approach*, ja oli sitä edeltäneenä puolivuotisjaksona myynyt 1 704 kappaletta. Vuotta myöhemmin sitä oli vastaavan jakson aikaan myyty 1 886 kappaletta. [29]

Näiden tilastojen julkistamisen yhteydessä Flint vertasi tilannetta auton ostamisen yhteydessä saatuun koeajoon. Sen sijaan, että autokauppiat olisivat huolestuneita "menettämistään kilometreistä", he tietävät koeajon usein olevan se asia, joka sinetöi ostopäätöksen asiakkaan mielessä. Näin ei toki käy joka kerta. On itse asiassa tavallisempaa, että asiakas poistuu koeajon jälkeen ostamatta autoa. Kun näin käy, autokauppias vain kohauttaa olkapäitään ja tarjoaa koeajoa seuraavalle asiakkaalleen, tietäen sen olevan väistämätön osa kaupantekoprosessia. Jos autokauppiat seuraisivat

"piraatteja" vastaan taistelevien toimintatapoja, he eivät antaisi kenenkään edes istua myytävänä olevassa autossa, koeajon tarjoamisesta puhumattakaan. [29]

Ehkä mielenkiintoisin kokemus Vapaakirjastosta on ollut, ettei sen vaikutus ole rajoittunut vain Baen-kustantamon julkaisemiin kirjoihin. Kirjailija Mercedes Lackey lisäsi omia, Baen Booksin julkaisemia teoksiaan Vapaakirjastoon. Pian tämän jälkeen hänen eräästä toisen kustantajan aiemmin julkaisemasta kirjastaan saamansa myyntitulot moninkertaistuivat! Kun monet huomasivat pitävänsä kirjailijan teoksista, he alkoivat etsiä lisää tämän teoksia riippumatta siitä, mikä kustantamo ne oli alun perin julkaissut. [30]

**Yksittäiset kirjailijat.** Äsken todetun valossa ei liene mikään yllätys, että muutkin kirjailijat ovat todenneet ilmaislevityksen toimivaksi ratkaisuksi. *Creative Commons* on vapaasti käytettävissä oleva lisenssi, jota käyttäen kuka tahansa voi julkaista teoksia. Eri Creative Commons -lisenssejä ovat esimerkiksi Nimeä (teosta saa hyödyntää miten tahansa, kunhan nimeää alkuperäisen tekijän), Nimeä-Epäkaupallinen (teosta saa hyödyntää miten tahansa, kunhan nimeää alkuperäisen tekijän, eikä ansaitse teoksella rahaa), Nimeä-Tarttuva (teosta saa hyödyntää miten tahansa, kunhan nimeää alkuperäisen teoksen ja julkaisee mahdollisesti tekemänsä muunnelmat samalla lisenssillä), sekä näiden eri yhdistelmät. Tieteiskirjailija Cory Doctorow, joka julkaisee kaikki teoksensa myös ilmaiseksi Creative Commonsin Nimeä-Epäkaupallinen-Tarttuva-lisenssillä, kirjoitti asiasta seuraavasti [30]:

Kirjoitusurani ja Creative Commons -lisenssit liittyvät erottamattomasti toisiinsa. Maailman suurin tieteiskirjallisuuden julkaisija, Tor, julkaisi esikoisromaanini *Down and Out in the Magic Kingdom* 9. tammikuuta 2003, vain pari päivää CC:n julkistettua ensimmäiset lisenssinsä. Olin ensimmäinen niitä käyttänyt kirjailija. Julkaisin kirjani tällaisella lisenssillä samana päivänä kuin se ilmestyi kaappoihin. Tähän päivään mennessä olen jo mennyt sekaisin kirjastani otetuista painoksista. Se on käännetty useammalle kielelle kuin tiedänkään, ja pelkästään minun sivuiltani sitä on ladattu yli 750 000 kertaa (en luonnollisestikaan tiedä latausten kokonaismäärää, koska kuka tahansa saa levittää teosta vapaasti).

Olen julkaissut kaikki myöhemmät kirjani Creative Commons -lisenssillä, mukaan lukien IDW:n kuudesta novellistani tekemän sarjakuvasovituksen. Käytän CC:tä puheilleni, artikkeleilleni ja yleisönosastonkirjoituksilleni, ja artikkeleille ja tarinoille joita kirjoitan "tavallisille" lehdille Forbesista Radariin. -- Nämä lisenssit ovat levittäneet töitäni kaikkialle maailmankolkkiin, joihin en koskaan olisi itse saanut vietyä teoksiani. Saan palautetta sotalaivoille sijoitetuilta merimiehiltä, kehitysmaissa työskenteleviltä vapaaehtoisilta, lapsilta köyhissä kouluissa ja ihmisiltä, "jotka eivät yleensä lue tällaisia juttuja", mutta löysivät työni, koska heidän ystäväillään oli mahdollisuus tutustuttaa heidät siihen. Lukijani ovat tehneet teosteni pohjalta lukemattomia remixejä, fanifiktiota, fanitaideteoksia, lauluja, käännöksiä ja muita hyviä ja inspiroivia teoksia, jotka ovat inspiroineet minua ja saaneet minut tuntemaan itseni nöyräksi (ja rikastuttaneet minua!).

-- Kuten Tim O'Reilly sanoo, ongelmani ei ole piratismi vaan tuntemattomuus. CC-lisenssit tekevät kirjoistani voikukan siemeniä, jotka leviävät tuulen mukana ja löytävät joka katukivetyksestä jokaisen halkeaman, versoten odottamattomista paikoista. Jokainen siemen on mahdollisuus, tilaisuus jollekulle ostaa kirjastani fyysinen kopio, tilata minulta teos, kutsua minut pitämään puhe. Myin kerran eräästä artikkelistani uusintapainoksen toimittajalle, joka näki sen roskapostiviestissä. Roskapostittaja oli kopioinut sen viestinsä pohjaan saadakseen sen menemään roskapostisuodattimien ohi. Toimittaja oli lukenut artikkelini, pitänyt siitä, googlettanut minut ja lähettänyt minulle shekin.

CC on auttanut minua onnistumaan taloudellisessa mielessä, mutta se auttaa minua menestymään myös taiteellisesti ja eettisesti. Eettisesti siinä mielessä, että CC-lisenssit sallivat lukijoideni laillisesti tehdä sen, mitä he ovat aina elämässään tehneet: jakaa toisilleen rakastamiaan teoksia, kertoa toisilleen tarinoita siten kuin ihmisillä on tapana. Taiteellisesti siinä mielessä, että elämme kopioinnin aikakautta, jolloin yritykset rajoittaa kopiointia ovat turhia, ja CC-lisenssit antavat minulle tilaisuuden omaksua kopiointi omiin toimintatapoihini sen kiroamisen sijaan.

Kirjoittajat ympäri maailmaa ottavat käyttöönsä CC-lisenssejä, synnyttäen siten taiteellisen liikkeen, joka suhtautuu kopiointiin ominaisuutena eikä bugina. Tämä on valtaisan tyydyttävää minulle tietekirjailijana: tässä meillä on taiteilijoita, jotka toimivat kuin eläisivät tulevaisuudessa eivätkä menneisyydessä. --

Cory Doctorow on tähän mennessä julkaissut yhdeksän kirjaa. Hänen ylläoleva puheenvuoronsa julkaistiin Creative Commonsin blogissa Nimeä-lisenssillä, mikä mahdollisti puheenvuoron lainaamisen tähän kirjaan. Tämä todennäköisesti tuo hänelle jälleen muutaman lukijan lisää.

Muitakin tapauksia löytyy runsaasti. Paulo Coelho, jonka kirjoja on myyty yli 100 miljoonaa kappaletta ja käännetty 66 eri kielelle, on kertonut kokemuksistaan verkkokopioinnin suhteen. Hänen kirjansa *Alkemisti* oli käännetty venäjäksi, mutta sen levityksessä oli ongelmia, eikä sitä saatu mainostettua. Kirja myi vain tuhat kappaletta vuodessa, ja Coelho päätti panna kirjasta ilmaiskappaleen levitykseen. Tämän jälkeen kirja myi 10 000 kappaletta, sitä seuraavana vuonna 100 000, ja sitä seuraavana yli miljoonan. Hänen kustantajansa oli asiasta hämmentynyt, sillä kirja ei vielä kukaan ollut saanut yhtään sen suurempaa julkisuutta perinteisessä mediassa, mutta verkossa kylläkin. Tämän jälkeen Coelho keräsi erilliselle sivulle löytämiään linkkejä kirjojensa piraattikopioihin kaikilla mahdollisilla kielillä. Sen jälkeen hän mainitsi linkin sivulle omassa blogissaan, teeskennellen "törmänneensä siihen sattumalta", ja seurasi vierestä, miten hän teostensa myynti kasvoi rajusti. [31] Neljä romaania kirjoittanut Peter Watts on pannut kaikki kirjansa verkkoon Creative Commons -lisenssillä. Hän kommentoi jälkikäteen tämän todennäköisesti pelastaneen hänen uransa.

-- [E]päintuutiivinen, mutta kiistämätön totuus on, että Creative Commons -reitille lähteminen on pelkästään edistänyt kirjoitusuraani, mikä se nyt sitten onkaan. (Itse asiassa uskon CC:n pelastaneen urani, pelastettuaan *Blindsightin* siltä unohdukselta, johon se olisi muuten ollut tuomittu.) [32]

**Liittovaltion kokemukset.** Boldrin ja Levine raportoivat kirjassaan *Against Intellectual Monopoly* kahden Yhdysvaltain liittovaltion julkaiseman raportin myynnistä [33]. Yhdysvaltojen lain mukaan liittovaltion julkaisuilla ei ole tekijänoikeudellista suojaa. 22. heinäkuuta 2004 julkaistiin *The Final Report of the National Commission on Terrorist Attacks Upon the United States*, vuoden 2001 syyskuun 11. päivän terrori-iskuista kertova raportti. Se pantiin välittömästi liittovaltion sivuille ilmaiseksi ladattavaksi, ja kaupallisen W.W. Norton -julkaisijan kustantama kopio tuli samaan aikaan myyntiin kirjakauppoihin. Kahta viikkoa myöhemmin kilpaileva kustantaja, St. Martin's, julkaisi raportista oman laitoksensa. Itse raportin lisäksi siihen oli lisätty New York Timesin toimittajien laatimia ylimääräisiä artikkeleita ja analyyssejä. Ilmaista versiota ladattiin verkosta arviolta 6,9 miljoonaa kertaa, ja siitä huolimatta niin St. Martin'sin kuin Nortoninkin laitokset pääsivät bestseller-listoille. Nortonin laitosta myytiin 1,1 miljoonaa kappaletta. Kahta vuotta myöhemmin julkaistiin painettuna Irakin sodasta tehty selvitys, joka myöskin oli vapaasti ladattavissa verkosta. Se nousi nopeasti Amazonin 25:n parhaiten myydyin kirjan joukkoon, ja vuoden 2006 lopussa

se oli kokonaismyyntinsä puolesta sijalla 191 kaikista Amazonin myymistä kirjoista. Ei hullumpaa teokselta, jonka kuka tahansa saattoi ladata verkosta ilmaiseksi.

Kaiken tämän jälkeen tuskin yllättää tieto siitä, että kirjamyynänti on ollut verkkoajanakin elinvoimaista. Johanna Nylanderin *Kulturskymning inställd* -raportin mukaan Ruotsin kirjamyynänti kasvoi 1 697 miljoonasta eurosta vuonna 1998 vuoden 2007 yhteensä 2 337 miljoonaan, mikä merkitsee lähes 40 prosentin kasvua kahdeksassa vuodessa [4]. Kuluttajat käyttivät vuonna 1995 Yhdysvalloissa yli 25 miljardia dollaria kirjojen ostamiseen, ja vuonna 2007 peräti 56,6 miljardia [17] [18]. Suomessa Kirjakauppaliitto ry:n ja Suomen Kustannusyhdistyksen Suomi lukee -raportissa vuodelta 2008 todettiin:

Viimeisen vuoden aikana yksityishenkilöt ostivat kirjoja yhteensä 22 miljoonaa kappaletta. Kappalemääräinen myynti oli kasvanut 10 % viimeisen viiden vuoden aikana. Kirjojen ostamiseen käytetty rahamäärä on samaan aikaan kasvanut 9 %, ja ostetun kirjan keskimääräinen hinta on näin ollen hiukan laskenut.

Vuodesta 1995 vuoteen 2003 ostettu kappalemäärä kasvoi 33 prosenttia ja kirjoihin käytetty rahamäärä 54 prosenttia. Ostetun kirjan keskihinta nousi 15 prosenttia. Kirjoihin käytetty rahamäärä kasvoi selvästi nopeammin kuin kotitalouksien käytettävissä olevat tulot ja kokonaiskulutus.

## **Pelit**

**Tietokone- ja videopeliteollisuus** on myöskin ollut elinvoimaista. Sen myynti oli Yhdysvalloissa 21,33 miljardia dollaria vuonna 2008 (kasvua edellisestä vuodesta kolme miljardia eli 19 prosenttia) [22]. Suomen pelimarkkinoiden arvo kasvoi 86,5 miljoonaan euroon, edellisvuoden 80,8 miljoonasta (kasvua seitsemän prosenttia) [34]. Ruotsissa tietokone- ja konsolipelejä myytiin 2006 kaksi miljoonaa enemmän kuin 1998, liikevaihdon kasvaessa samalla huimat 169 prosenttia [4]. Keskimääräinen yhdysvaltalainen käytti 11,47 dollaria vuodessa videopeleihin vuonna 1996, ja vuonna 2005 jo 32,23 dollaria [17] [18].

Osa tietokoneelle pelejä tehneistä on jossain määrin siirtynyt tekemään pelejä vain konsoleille, ilmoittaen syyksi PC-puolen aktiivisen piratismiin. Toisaalta kannattaa muistaa, että PC-pelit ovat olleet luonteeltaan kopioitavin mahdollinen viihdemuoto koko olemassaolonsa ajan. Toisin kuin esimerkiksi musiikin kohdalla, niitä ei koskaan ole ollut saatavilla ei-digitaalisessa muodossa. Käytännön pakosta niiden on aina myös täytynyt olla sen kokoisia, että niiden kopioiminen on ollut mahdollista. Ne ovatkin olleet aina hyvin aktiivisen kopioinnin ja piratismiin kohteena, mikä ei kaikesta huolimatta ole estänyt pelialaa kasvamasta yhdeksi viihdeteollisuuden suurimmista haaroista.

Pitkällä aikavälillä pelialan on periaatteessa myös mahdollista kiertää piratismiongelman kokonaan, taas kiitos pelien erikoislaatuisen muodon. Jo nyt on olemassa merkittävä määrä moninpelejä, jotka pyörivät pääasiassa pelintekijän palvelimilla, ja joihin ihmiset ottavat kotikoneiltaan yhteyden kuukausimaksua vastaan. Periaatteessa sama olisi täysin mahdollista toteuttaa myös yksinpelien kohdalla: ihmiset eivät enää ostaisi pelejä kotikoneilleen pelattavaksi, vaan tietyn määrän peliaikaa palvelimelta, jolla pyörisivät esimerkiksi kaikki viimeisen kymmenen vuoden aikana julkaistut pelit. Tämä vaatisi nykyistä nopeampia Internet-yhteyksiä, mutta jo nyt ollaan siirtymässä suuntaan, jossa ihmiset pitävät yhä suurempaa määrää tietojensa verkon palvelimilla. (Tämän teoksen käsikirjoitus sijaitsi kirjoitusvaiheessa puhtaasti Googlen Documents-palvelussa, ilman että siitä olisi ollut erillistä kopiota kummankaan kirjoittajan koneella.) Askel tähän suuntaan on jo nähtävissä esimerkiksi Valve Corporationin sähköisessä Steam-palvelussa, josta ostetut pelit siirtyvät ostajan kovalevylle, mutta osa niistä vaatii verkkoyhteyden varmistukseksi kopion laillisuuden ennen jokaista käynnistämiskertaa.

## **Kulttuuriala kokonaisuutena**

Turun Kauppakorkeakoulun mediaryhmän Luovan kentän yritystoiminta -raportti kertoo [35], että vuonna 2005 kulttuurin ja luovien alojen liikevaihto Suomessa oli lähes seitsemän miljardia euroa, mikä merkitsi 16 prosentin kasvua vuodesta 2000. Alan yritysten määrä kasvoi tällä aikavälillä kymmenen prosenttia, mikä on huomattavasti enemmän kuin koko yrityskannan kasvuvauhti (muutosta +6 %). Näiden yritysten työllistämien henkilöiden määrä kasvoi kolme prosenttia. Yhdysvalloissa keskimääräinen kuluttaja käytti eri viihdemuotoihin keskimäärin 496,87 dollaria vuodessa vuonna 1996, ja 766,57 dollaria vuonna 2005 [17] [18].

## **Tutkimukset**

Tähän asti kattavimman yhteenvedon tiedostonjakamistutkimuksista ovat tehneet Felix Oberholzer-Gee Harvardin yliopistosta ja Koleman Strumpf Kansasin yliopistosta [36]. He toteavat seuraavaa:

Yhteenveto joistakin merkittävimmistä tutkimuksista löytyy taulukosta 5. Kuten listasta näkyy, tulokset ovat ristiriitaisia. Kaksi tutkimusta raportoi tiedostonjakamisen myönteisestä vaikutuksesta myyntiin: Andersen ja Franz (2008) edustavalle otokselle kanadalaisia kuluttajia, ja kapeammin, Gopel ja muut (2006) kokeilemisen vaikutuksesta CD-myyntiin. Valtaosa tutkimuksista katsoo tiedostonjakamisen vähentävän myyntiä, arvioidun vaikutuksen vaihdellessa 3,5 prosentista elokuvien kohdalla (Rob ja Waldfogel, 2007), niinkin korkeaan kuin 30 prosenttiin musiikin kohdalla (Zentner, 2006). Tyypillinen arvio pudotuksesta on noin 20 %. Eräs näiden tutkimusten implikaatioista on, että muilla seikoilla kuin tiedostonjakamisella on täytynyt olla merkittävä vaikutus myyntiin. Musiikin kohdalla uusien (Internet-pohjaisten) viihdemuotojen suosio sekä LP-levyistä CD-levyihin tapahtuneen siirtymän päättymisen ovat merkittävimpiä selityksiä yleiselle myynnin vähentymiselle (Hong, 2004; Oberholzer-Gee ja Strumpf, 2007). Vaikka monet tutkimukset toteavat myynnin vähenevän, huomattava joukko tutkimuksia toteaa, ettei tiedostonjakaminen vahingointa myyntiä lainkaan (Tanaka, 2004; Bhattacharjee ja muut, 2007; Oberholzer-Gee ja Strumpf, 2007; Smith ja Telang, 2008). Myynnin vähenemisestä raportoivat tutkimuksetkin löytävät tyypillisesti merkittäviä osa-alueita, joihin tiedostonjakamisella ei ole ollut vaikutusta. Esimerkiksi Rob ja Waldfogel (2006) toteavat keskimääräisen myynnin pudotuksen olevan 20 %, mutta raportoivat, ettei tiedostonjakamisella ollut vaikutusta hittialbumien myyntiin.

Miksi eri tutkimusten tuloksissa on näin paljon heittoa? Oberholzer-Gee ja Strumpf mainitsevat useita vaikeasti mitattavia seikkoja, jotka saattavat vääristää tuloksia. Merkittävin ongelma piilee tiedostonjakamisen yleisyyden mittaamisessa. Useat tutkimukset nojaavat kyselyihin, joissa ihmiset saavat itse kertoa, miten paljon he harrastavat tiedostonjakamista. Näin saatujen tulosten luotettavuudesta ei kuitenkaan ole tietoa. Ihmiset saattavat vähätellä laittomaksi tietämäänsä toimintaa, tai vaihtoehtoisesti liioitella sitä ympäristössä, jossa tiedostonjakaminen on muodikasta, kuten monilla yliopistokampuksilla. Merkittävä osuus ihmisistä, jotka raportoivat lataavansa, eivät kerro, montako tiedostoa he ovat varsinaisesti ladanneet. Tämä saattaa johtua huonomuistisuudesta tai haluttomuudesta vastata.

Toiset tutkimukset yrittävät puolestaan arvioida tiedostonjakamisen yleisyyttä esimerkiksi Internet-liittymien määrän kautta. Tässä on kuitenkin se ilmeinen ongelma, että nettiä voi käyttää paljon muuhunkin kuin tiedostonjakamiseen. Esimerkiksi netissä pelattavat tietokonepelit voivat vähentää kiinnostusta musiikin ostamiseen ja siten vähentää musiikin

myyntiä. Paras keino mitata tiedostonjakamista olisi tarkkailla tiedostonjakoverkkoja suoraan, mutta tämä on työlästä ja vaatii huomattavaa teknistä asiantuntemusta, joten sitä tehdään harvoin. Oberholzer-Gee ja Strumpf panevat erikseen merkille, että heidän tarkastelemistaan tutkimuksista vain neljä arvioi tiedostonjakamista suoraan, ja juuri näissä tutkimuksissa todettiin, ettei tiedostonjakamisella ole vaikutusta myyntiin.

### **Viihdealan vääristely**

Yleisesti ottaen julkisuudessa esitetään tiedostonjakamisen aiheuttamista tappioista paljon suurempia lukuja kuin mikä olisi aiheellista. Tyypillinen laskutapa aloittaa arvioimalla, montako kopiota jostakin teoksesta on levitetty laittomasti. Sitten tämä määrä kerrotaan uuden teoksen myyntihinnalla ja ilmoitetaan saatu luku tiedostonjakamisen aiheuttamana tappiona. Laskutapa on tietenkin täysin absurdi, sillä se olettaa, että jokainen kopioitu teos olisi ostettu muuten. Koska ihmiset lataavat paljon enemmän kulttuuria kuin koskaan pystyisivät ostamaan, tämä oletus ei voi pitää paikkaansa. Lisäksi laskussa oletetaan, että tiedostonjakaminen todellakin automaattisesti vähentää myyntiä. Kuten olemme nähneet, tämä on vähintäänkin kyseenalaista. Tällaisella laskutavalla onkin aina välillä saatu "tappioita", jotka ovat suurempia kuin mitä kyseisten liiketoiminta-alojen kokonaisvoitot ovat koskaan olleet!

On useita eri syitä, miksi tiedostonjakamista saatetaan syyttää suuremmista tappioista kuin mitä se oikeasti on aiheuttanut. Ensinnäkin, syytösten esittäjät saattavat puhtaasti erehtyä. Ensikuulemalta voisi helposti kuvitella tiedostonjakamisen johtavan merkittäviin myyntitappioihin, jolloin tiedostonjakaminen oletetaan heti ensimmäisenä syyksi myyntilukujen pudotukseen. Toiseksi, vaikka tiedostonjakaminen ei välttämättä vähentäisikään myyntiä, se heikentää silti levittäjien mahdollisuutta kontrolloida teosten kulutustapoja ja voi pakottaa levittäjät laskemaan hintojaan. Näimmekin jo, miten kulttuurin laaja ilmainen saatavuus aiheuttaa paineita kehittää kuluttajille mieluisampia palveluita, mikä on omiaan laskemaan hintoja ja siten mahdollisesti kokonaistuloja, vaikka myynti kasvaisikin. Tällöin levittäjillä on edelleen motiivi rajoittaa tiedostonjakamista. Poliittisten päättäjien painostamisessa ja kansalaismielipiteen muovaamisessa perustelu "joutuisimme muuten laskemaan hintojamme kohtuullisemmalle tasolle" ei kuitenkaan olisi kovin vakuuttava. Sen sijaan tilalle valitaan valheellinen väite siitä, että tiedostonjakaminen olisi pääsyyllinen myynnin laskuun ja uhkaamassa koko alan tulevaisuutta. Tällöin saadaan paljon helpommin ihmisten sympatiat omalle puolelle. Kolmas vaihtoehto on, että tiedostonjakaminen tarjoaa epäonnistuneiden projektien tekijöille kätevän tekosyn. On paljon helpompi väittää, että "teostamme ei myydy, koska kaikki vain kopioivat sitä maksamatta", kuin "teostamme ei myydy, koska se ei ollut tarpeeksi hyvä" tai "teostamme ei myydy, koska emme osanneet markkinoida sitä tarpeeksi hyvin".

### **Vaikuttaisiko laillistaminen näihin lukuihin?**

Melko yleinen vastaus tässä luvussa esiteltyihin tutkimustuloksiin ja tilastoihin on, että tiedostonjakaminen ei ehkä vahingoita myyntiä nyt, mutta sen laillistaminen muuttaisi tilanteen kokonaan. Tällaisia väitteitä on olemassa oikeastaan kahta tyyppiä:

- \* **Yleisyysväite:** Tiedostonjakaminen on tällä hetkellä niin harvinaista, ettei se vielä vaikuta merkittävästi myyntiin. Tiedostonjakamisen laillistaminen muuttaisi asian.
- \* **Omatuntoväite:** Tämänhetkiset tiedostonjakajat ostavat lataamiaan teoksia vain, koska tietävät toimivansa laittomasti ja haluavat lepytellä soimaavaa omaatuntoaan. Tiedostonjakamisen laillistaminen muuttaisi asian.

Näistä kahdesta **yleisyysväite** on selkeästi heikompi. Kuten ensimmäisessä luvussa todettiin, tiedostonjakaminen on yleistynyt kiihtyvällä vauhdilla, ja etenkin nuorimpien

sukupolvien keskuudessa enemmistö harrastaa sitä. Kuten 1. luvussa todettiin Optulan tutkimusten pohjalta, pelkästään suomalaisissa 15–16-vuotiaissa olisi noin 40 000 aktiivista piraattia. Kokonaisuudessaan 74 prosenttia ikäluokasta oli joskus elämänsä aikana harrastanut luvattonta verkkolataamista – useampi kuin oli osallistunut tappeluun (22 %), harrastanut koulukiusaamista (49 %) tai edes ollut luvatta poissa koulusta (53 %). Optulan tutkimuksessa ei myöskään huomioitu muita tapoja rikkoa tekijänoikeuksia, kuten katsoa YouTubesta tai muista vastaavista videopalveluista palveluun luvattomasti lisättyjä videoita.

Ei vaikuta kovinkaan uskottavalta väittää, että tiedostonjakamisen laillisuus vaikuttaisi sen yleisyyteen kovinkaan merkittävästi. Kyseessä on paljon enemmän sukupolvi- kuin laillisuuskysymys, ja vanhempienkin joukossa sen yleisyys kasvaa jatkuvasti. Kovinkaan uskottavalta ei vaikuta myöskään väite, että tiedostonjakaminen ei tähänastisen harvinaisuutensa vuoksi olisi vaikuttanut myyntiin. Jos näin olisi, heräisi kysymys, miten paljon tiedostonjakaminen ylipäänsä voisi vähentää myyntiä, jos tähänastisilla lataajamäärillä ei ole juurikaan ollut vaikutusta.

**Omatuntoväite** on sen sijaan uskottavampi. Kukaan tuskin kyseenalaistaa sitä, etteikö teon laillisuus vaikuttaisi ihmisten halukkuuteen tehdä jotakin asiaa. Teoksen kopioiminen kaverilta, lainaaminen kirjastosta tai ostaminen käytettynä ovat kaikki sellaisia tapoja nauttia teoksesta, jotka eivät perinteisesti ole kerryttäneet alkuperäiselle tekijälle rahaa. Tästä huolimatta innokkaimmatkin tekijänoikeuksien puolustajat pitävät pääsääntöisesti kirjastosta lainaamista ja käytettynä ostamista täysin hyväksyttävänä ja oikeudenmukaisena. Vaikuttaisi uskottavalta, että tilanne olisi eri, mikäli kirjastot ja käytettyjen teosten myynti olisi aina ollut laitonta.

Tämä oletamus ei kuitenkaan sovi yhteen sen kanssa, että monet ostavat teoksia niiltäkin, jotka ovat itse laittaneet niistä ilmaiskopiot vapaaseen jakeluun. Mikäli laillisuus olisi ratkaiseva tekijä, näiden tekijöiden ei luulisi saavan teoksistaan mitään. Tämä osoittaa sen, etteivät lait ole sama asia kuin käytösnormit, vaikka nämä vaikuttavatkin toisiinsa. Valehtelemista ja seurustelukumppanin pettämistä katsotaan yhteiskunnassa pahalla vaikkei kumpikaan ole laitonta, samaan aikaan kun hyväntekeväisyyteen lahjoittamista pidetään myönteisenä ja sitä tehdään, vaikkei mikään laki vaadikaan sitä. Ne, jotka lataavat teoksia laillisesti tekijöiden luvalla, myös ostavat samoja teoksia, monesta eri syystä. Jotkut tekevät sitä tukeakseen tekijää ja antaakseen tälle kannustimen jatkaa luovaa työtänsä, toiset tekevät sitä ostaakseen itselleen hyvän mielen, jotkut taas osoittaakseen muille olevansa kulttuurin ystäviä ja "hyviä ihmisiä".

Tekijöiden kannalta tiedostonjakamisen laillisuutta tai laittomuutta paljon oleellisempaa on, että yhteiskunnan yleisesti hyväksymiin normeihin kuuluu tekijän palkitseminen hyvästä työstä. Tämän normin vallitessa tekijät saavat työstään korvausta vaikka tiedostonjakaminen olisi laillista, siinä missä sen puuttuessa tekijät saavat hyvin vähän, vaikka tiedostonjakaminen olisi laitonta (mutta yleistä). On myös uskottavaa olettaa, että nykyinen keinotekoinen vastakkainasettelu tiedostonjakajien ja tekijöiden välillä syö juuri tätä normia. Kun ihmisiä syytetään varkaiksi ja piraateiksi, on todennäköisempää, että he vastaavat aggressiivisesti pidättäytymällä tekijöiden rahallisesta tukemisesta, kuin että he alkaisivat arvostaa parjaajiaan ja maksaa heille vapaaehtoisesti rahaa. Verkossa onkin nähty useita boikottikampanjoita sellaisia yrityksiä tai taiteilijoita vastaan, jotka ovat tuominneet tiedostonjakamisen tai ryhtyneet oikeustoimiin jakajia vastaan. Tätä havaintoa tukee myös aiemmin mainittu Optulan tutkimus, jonka mukaan 10 % teoksia vuoden aikana laittomasti ladanneista yhdeksäsluokkalaisista mainitsi yhdeksi motiivikseen "viihdeteollisuuden ylivallan vastustamisen". Mikäli tiedostonjakamisesta tehtäisiin laillista, voitaisiin tästä vastakkainasettelusta päästä eroon ja edelleen vahventaa normia, jonka mukaan hyvästä työstä tulee saada palkkio tavalla tai toisella.

## **Ilmaiskilpailu**

Yksi merkittävä teosten myyntilukuihin vaikuttava tekijä saattaa olla Internetistä laillisesti ilmaiseksi löytyvä sisältö. Kun ihmisillä on mahdollisuus saada töitään ihmisten näkyville ilmaiseksi, he käyttävät sitä myös hyväkseen.

Esimerkiksi Mikseri.net on suomalainen sivusto, jolle kuka tahansa harrastelija voi lisätä omaa musiikkiaan kaikkien kuunneltavaksi. Tätä kirjoitettaessa sivustolta löytyi yli 122 000 kappaletta, kaikki ilmaiseksi ladattavissa ja kuunneltavissa. Ulkomaisista sivustoista Mp3.com tarjoaa kuuluvuutta vajaalle 1 400 artistille, joista valtaosa on lisännyt kuunneltavaksi useampia kappaleita kuin vain yhden. Jamendo-palvelussa on laillisesti jaossa yli 27 000 albumillista musiikkia. Myös erikoistuneisempia mieltymyksiä palvelevat sivustot ovat suosittuja, ja esimerkiksi uusia versioita eri tietokonepelien taustamusiikeista tarjoavalta Overclocked Remix -sivustolta löytyy noin 2 900 eri kappaletta. Yhä suurempi määrä kaupallisesti myynnissä olevaa musiikkia on myös laillisesti kuunneltavissa YouTube-videopalvelussa, oikeudenomistajien tehtyä YouTuben kanssa sopimukset asiasta.

Ilmaistarjonta ei millään muotoa rajoitu vain musiikkiin. Laadukkaan tekstin tuottaminen ei vaadi samanlaisia rahallisia investointeja kuin laadukkaan musiikin, ja netti onkin täynnä ilmaista tekstiä. Esimerkiksi fiktiota tarjoavalta Fictionpress.com-sivustolta löytyy yli 1,2 miljoonaa alkuperäisteosta, lyhyistä novelleista täyspitkiin kirjoihin ja runoudesta proosaan. Sarjakuvannälkäiset voivat lukea jotakin lukemattomista ilmaisista nettisarjakuvista, joita kaksi vuotta sitten arvioitiin [37] [38] olevan noin 15 000 - 36 000. Niistä pitkäikäisimpien arkistoista löytyy monta sataa strippiä, ja lisää syntyy säännöllisesti. Tietokoneohjelmistoja tuotetaan runsaasti ilmaisjakeluun. Ilmainen käyttöjärjestelmä Linux on tästä tunnetuin esimerkki, mutta lähes kaikista merkittävistä tuotteista, tekstinkäsittelyohjelmistoista kuvankäsittelyyn, löytyy toimivat ilmaisvastineet. Pelipuolellakin ilmaistarjonta on runsasta, sekä kokonaan uusien pelien että olemassaolevien kaupallisten pelien päälle rakentuvien "modien" muodossa. DeviantART.com puolestaan on sivusto, jonne voi lisätä niin kuvataidetta kuin proosaakin. Kesäkuussa 2008 sivustolla oli seitsemän miljoonaa jäsentä ja yli 57,5 miljoonaa teosta. Uusia teoksia lisättiin palveluun *noin 75 000 päivässä*.

Tekijät käyttävät edellä mainittuja sivustoja usein portfolioina töidensä esittelemisessä. Tämän vuoksi niiden rinnastaminen ilmaistarjontaan saattaa joidenkin mielestä olla outoa. Niillä olevia teoksia ei nimittäin saa käyttää kaupallisesti eikä edes levittää eteenpäin ilman tekijän lupaa. Onkin totta, ettei niillä oleva materiaali kilpaile suoraan kaupallisen kanssa siinä mielessä, että kuka tahansa voisi ottaa siellä olevaa materiaalia ja hyödyntää sitä kaupallisesti. Kuitenkin se kilpailee kylläkin kaupallisen kanssa epäsuorasti samalla tapaa kuin mikä tahansa muukin ilmaistarjonta. Jos tavalliset ihmiset voivat nauttia ilmaiseksi hyvästä kuvataiteesta, heillä ei ole enää yhtä suurta motivaatiota hankkia sitä jossakin muussa muodossa - ainakin olettaen, että tiedostonjakamisen vastustajien "miksi kukaan maksaisi sellaisesta minkä voi saada ilmaiseksikin" -ajattelu pitää paikkansa.

Kaikkea verkossa olevaa taidetta ei myöskään ole tehty yksinään ihailtavaksi, vaan osaksi laajempia teoksia. Tällöin kilpailu on vielä epäsuorempaa, koska näitä muita viihteenmuotoja ei ylipäätään osteta pelkästään taiteen vuoksi. Silloinkin syntyy tosin tiettyä kilpailua siitä, että ihmisten aika on rajallinen. Halutessaan jokainen pystyy nauttimaan täysipäiväisesti lähes kaikista kulttuurin muodoista ilman, että maksaa mitään tai hankkii mitään luvattomasti. Parhaimmillaan ei edes tarvitsisi hyödyntää kuin yhtä ainoaa sivustoa. Vuorokaudessa on 86 400 minuuttia, tai jos nukkumiseen varataan kuusi tuntia niin 64 800 minuuttia, ja jo pelkästään DeviantArtiin mainittiin lisättävän 75 000 teosta päivässä. Tällainen valtaisa ilmaistarjonta ei voikaan olla syömättä myös kaupallista kulttuuria. Aloittelevat tekijät eivät joudu kilpailemaan vain muiden teoksiaan myyvien kanssa, vaan myös kaikkien niiden, jotka jakavat omia teoksiaan ilmaiseksi. Osa

musiikkialan ammattilaisista onkin jo sitä mieltä, että kaupallisen musiikkituotannon uhistu tiedostonjakaminen on jo ehtinyt jäädä etäiseksi kakkoseksi ilmaistuotannon rinnalla. Tuntuukin siksi ihmeelliseltä, miten valtaosa kaupallisenkin kulttuurin aloista voi olla jatkuvassa kasvussa mikäli tiedostonjakaminen todella olisi sellainen uhka kuin usein väitetään. Ilmaistuotannon ja tiedostonjakamisen muodostaman kaksipäisen lohikäärmeenhan olisi pitänyt syödä kaikki kaupallisuus suihinsa jo aikaa sitten.

Osa kulttuurialalla toimivista onkin sitä mieltä, että ala on kriisissä, mutta ei niinkään tiedostonjakamisen vuoksi, vaan tarjonnan runsauden ylipäättään. Tätä mieltä on esimerkiksi muusikko, levykauppias ja levy-yhtiön perustaja Tommi Forsström. Hän kirjoittaa [39] [40], että nykypäivänä raha on jo lakannut olemasta se asia, joka rajoittaa ihmisten kykyä kuunnella musiikkia. Ilmaiseksi on saatavilla niin paljon musiikkia, niin laittomasti kuin aivan laillisestikin, että suurin ongelma on löytää aikaa kaiken kiinnostavan kuuntelemiseen. Kuluttajien huomiosta on kilpailemassa niin suuri joukko yhtyeitä ja tekijöitä, että muiden kuin valmiiden supertähtien on yhä vaikeampaa saada itseään esille ja myytyä. Tilanne on hyvä levittäjäyhtiöille, jotka voivat kerätä kokoelmiinsa suuren määrän eri tekijöiden levyjä ja kerätä rahansa myymällä kutakin levyä vain muutaman kappaleen. Tilanne on huonompi niille tekijöille, joiden levyjä myydään vain muutama kappale. Laiton tiedostonjakaminen on siis enemmänkin osa suurempaa ongelmaa. Siinä missä yksittäisen ihmisen oli aiemmin itse asiassa suhteellisen vaikea saada käsiinsä musiikkia, netti on tehnyt siitä vallankumouksellisen helppoa. Kuluttajan ja musiikinystävän kannalta tilanne on tietenkin erinomainen: musiikkia on kirjaimellisesti saatavilla enemmän kuin koskaan ehtii kuunnella.

Pääasiallinen ongelma siis on, että potti jakautuu yhä suuremmalle määrälle tekijöitä ja yksittäiset siivut käyvät yhä pienemmiksi. Eri alojen kokonaisyhteistyö tai voitot saattavat kasvaa, mutta yksittäiset tekijät eivät välttämättä saa yhtä suuria tuloja kuin aiemmin. On ihmisestä kiinni, pitääkö hyvänä vai huonona asiana sitä, että nykyään moni voi saada pienehkön summan siinä missä aiemmin muutamat saivat ison summan.

Tukea tälle ajatukselle tulee myös esimerkiksi Antti Peisalta. Hän avasi vuonna 2005 Levyvirasto.net-verkkopalvelun, jonka idea oli tarjota netissä kauppapaikka kotimaiselle pienmusiikille, niin itsenäisille artisteille kuin levy-yhtiöillekin (Levyviraston kasvun tyrehtyttyä se laajeni 2007 myymään myös suurempien yhtyeiden musiikkia). Hän kertoo [7]:

Useimmille pienbändeille musiikin myynnistä ei yksinkertaisesti ole hyötyä, sillä kysyntää ei ole tarpeeksi. Tätä väitettä tukee myös myyntitilastot, joita tutkailimme ennen The Groundin avaamista. Levyvirastossa reilusti *yli puolet pienbändeistä ei myy lainkaan tai vain muutaman levyn*. Maailma on muuttunut niistä ajoista, kun kotikylän bändin ihka oikea cd-julkaisu oli kova juttu.

Sama ilmiö on huomattu myös esimerkiksi sanomalehtipuolella: uutiset leviävät niin tehokkaasti ja helposti ympäri maailman, että kaupallisilla uutisten tarjoajilla on vaikeuksia pärjätä kilpailussa mukana. Ihmiset levittävät Twitterin kaltaisten palveluiden kautta jatkuvasti ilmaiseksi tietoja, ja kerran vuorokaudessa painettavat fyysiset lehdet jäävät toivottomasti jälkeen ja joutuvat julkaisemaan vanhentuneita uutisia. Jopa perinteinen pornoteollisuus kärsii netistä, koska halvalla tehtyjen harrastelijavideoiden saatavuus on parantunut hurjasti. YouTubea vastaavat aikuisviihteen ilmaiselvitykseen keskittyvät videopalvelut ovat huippusuosittuja.

Chris Anderson puhuu kirjassaan Free siitä, miten Internet ja tietotekniikka ovat joka tapauksessa väistämättä mullistamassa nykyiset liiketoimintamallit. Tiedostojen kopiointi ja levittäminen ei todellisuudessa ole täysin ilmaista, sillä niiden säilömiseen tarvitaan sähköä,

kovalevytilaa ja nettiliittymiä, mutta kustannukset ovat tarpeeksi lähellä nollaa, jotta voidaan puhua käytännössä ilmaisesta levityksestä. Verkossa toimimisesta tulee väistämättä tietty määrä kiinteitä kustannuksia. Rajakustannukset, eli kustannukset, jotka koituvat ylimääräisten kopioiden tuottamisesta kunhan kiinteät kulut on katettu, ovat kuitenkin olemattomia. YouTube, Google, Facebook ja Twitter ovat kaikki kaupallisia palveluita, mutta siitä huolimatta täysin ilmaisia. Kun verkkopalvelu Yahoo alkoi tarjota täysin rajoittamatonta määrää tilaa sähköposteille, kovinkaan moni ei yllätynyt. Rajatonta sähköpostitilaa tarjoavan palvelun ilmaantuminen oli ollut vain ajan kysymys. Palveluntarjoajalle koituvat kustannukset rajattoman tilan tarjoamiselle olivat pudonneet käytännössä nolnaan. [41]

Tähänastiset kulttuurialan liiketoimintamallit ovat rakentuneet niukkuuden käsitteen ympärille. Teoskappaleiden monistaminen oli aikoinaan hidasta ja suhteellisen kallista ja työlästä. Paul Graham on sanonut, että kustantajat eivät todellisuudessa koskaan aiemmin myyneet sisältöä, vaan paperia. Kirjojen ja sanomalehtien julkaisijat asettivat hinnat merkittävässä määrin sen mukaan, miten paljon tuotteiden painattaminen maksoi. [42] Kun ihmisten oli vaikea muuten saada teoksia käsiinsä, oli järkeenkäypää maksaa niiden painamisesta ja levittämisestä koituvista kuluista, mutta nykyään tuota vaikeutta ei enää ole. Pelkkä harrastelijoiden vapaaehtoisuudelta tuottama ilmaismateriaali on saavuttanut ja on saavuttamassa sellaiset mittasuhteet, etteivät kopioiden monistamisen rajallisuuteen perustuvat liiketoimintamallit enää missään tapauksessa muutenkaan toimi kovin kauaa. Sen sijaan on kysyntää liiketoimintamalleille, jotka käyttävät täysillä hyväkseen ilmaisuuden hyötyjä. Chris Anderson mainitsee kuusi pääkategoriaa, joihin voidaan jakaa tavat tarjota palveluita ilmaiseksi [41]:

- **"Freemium"**: Palveluita, joita kuka tahansa voi käyttää ilmaiseksi, mutta maksamalla saa lisäetuja. (Spotifyssa maksamalla pääsee eroon mainoksista ja saa tallentaa osan musiikista omalle koneelleen.) Perinteisissä malleissa kappaleiden valmistaminen oli kallista, joten valmistajat antoivat vain muutamia ilmaiskopioita ja toivoivat kuluttajien päätyvän ostamaan monta kertaa ilmaiskappaleiden määrän. Digitaalisissa liikemalleissa tilanne on päinvastainen. Tyypillinen freemium-verkkosivusto noudattaa yhden prosentin sääntöä: yksi prosentti kaikista käyttäjistä maksaa saamastaan palvelusta, mikä on tarpeeksi, jotta sivusto on kannattava. Jopa 99 prosentin palveleminen on tarpeeksi halpaa ollakseen käytännössä ilmaista.

- **Mainonta**: Mainostuloilla pyörivät erilaiset sivustot Googlesta Facebookiin. Varsin pieni osuus kaikista käyttäjistä päätyy klikkaamaan mainoksia, mutta se pienikin osuus on tarpeeksi iso kattaakseen ne kulut, joita palvelun tarjoaminen muille edellyttää.

- **Sisäänheittotuotteet**: Kahvia ja olutta myydään Suomessa tyypillisesti tappiolla, jotta ihmiset tulisivat kauppoihin ostamaan niitä ja päätyisivät samalla ostamaan myös kalliimpia tuotteita. Brasiliassa myytiin kaduilla Banda Calypso -yhtyeen levyjä, joiden alkuperäisversiot yhtye oli jakanut katukauppiaille tulevaisuudessa keikkakaupungeissaan. Katukauppiat saivat täysin laillisesti kopioida ja myydä levyjä ja pitää voitot itsellään. Yhtyeen saapuessa superhalpojen levyjen aallon perässä kaupunkiin liput yhtyeen keikoille oli jo myyty loppuun. Tehtyään menestyksekkään keikan yhtye jatkoi matkaansa – yksityislentokoneella, jonka oli keikkatuloillaan ostanut.

- **Olemattomat rajakustannukset**: Nykypäivää verkossa. Musiikki on lähtenyt leviämään ilmaiseksi jo kauan ennen kuin oli liiketoimintamallia, joka olisi levittänyt sitä. Jotkut tekijät luopuvat rajakustannuksiin perustuvasta liiketoimintamallista ja nojautuvat jonkin muun kategorian rahanhankintakeinoihin, toiset hyväksyvät sen, etteivät saa tehtyä rahaa taiteella.

- **Palveluiden vaihto:** Digg-verkkopalvelussa ihmiset lähettävät palveluun erilaisia kiinnostavia linkkejä, ja äänestävät ylöspäin niitä muiden lähettämiä linkkejä joista itse pitävät. Automaattinen ohjelma valitsee suosituimmat linkit ja näyttää ne palvelun etusivulla, auttaen ihmisiä valikoimaan kiinnostavimmat linkit netin valtaisasta sisältömassasta. Palvelun käyttäminen itsessään luo jotakin, jolla on arvoa.

- **Lahjatalous:** Verkkosanakirja Wikipediaa kirjoittavat ympäri maailman lukemattomat ihmiset, pääasiallisena motivaationaan auttaa muita saamaan arvokasta tietoa. Altruistisia ihmisiä on aina ollut, mutta olemattomat kustannukset tekevät hyväntekeväisyydestä uudella tapaa helppoa.

Monet kulttuurialan ihmiset panikoivat nähdessään teoksiaan kopioitavan vapaasti, koska he ovat yhä kiinni perinteisessä paradigmassa, jossa jokaisen teoskappaleen tuottaminen oli kallista. Kun näin oli, olisi ollut mahdoton yhtälö jakaa kalliiseen hintaan ihmisille suuria määriä ilmaiskopioita, ja sitten vielä odottaa heidän käyttävän suuret summat myynnissä olevien kappaleiden hankkimiseen. Nykyään liiketoiminta voi kuitenkin hyvin pohjautua juuri ilmaiskappaleiden levittämiseen ja virallisten versioiden myymiseen suhteellisen pienelle ostajajoukolla, kohtuullista korvausta vastaan.

Tulevaisuudessa kulttuurintuotanto joutuu joka tapauksessa kilpailemaan yhä suuremmissa määrin ilmaisuuden kanssa. Näin olisi joka tapauksessa käynyt, oli laitonta tiedostonjakamista tai ei. Netti on antanut meille pääsyn valtaisaan määrään kaupallista tuotantoa, ja hajottanut kuluttajien huomion lukemattomien eri tuottajien välille. Seurauksena tuottajat joutuvat keksimään uusia tapoja, joilla tuoda itseään esille. Kuten olemme nähneet, ilmaisuus on hyvin tehokas tapa saada huomiota, mainetta ja rahaa. Yhä suurempi joukko tekijöitä päätyisi joka tapauksessa panemaan teoksiaan ilmaisjakeluun, mikä pakottaisi muut vähitellen samaan. Nykypäivänä on tavallista, että yhtyeillä on MySpace-sivustolla omat sivut, joiden kautta heidän kappaleitaan voi kuunnella ja joiden kautta he saavat julkisuutta. Luvaton tiedostonjakaminen on pelkästään kiihdyttänyt tätä kehitystä ehkä kymmenellä tai jopa 20 vuodella, mutta lopputulos olisi vääjäämättömästi ollut sama.

Paras tapa kilpailla ilmaisuuden kanssa on löytää jokin tapa, jolla omasta tuotannostaan voi tehdä kuluttajille maksutonta. Jos näin ei tee, tilanteesta paremmin perillä olevat luovat joka tapauksessa omat, maksuttomuuteen perustuvat liiketoimintamallinsa. Vaikka laitton tiedostonjakaminen loppuisi tänä päivänä kokonaan, olisivat niukkuuteen perustuvat liiketoimintamallit joka tapauksessa jo altavastajaan asemassa. Maksuttomuus ei kuitenkaan tarkoita sitä, että tekijöiden välttämättä tarvitsisi tehdä töitä ilmaiseksi. Se tarkoittaa vain sitä, että rahat on saatava muilla keinoin kuin vaatimalla maksua joka ainoasta teoskappaleesta, joka päättyy kuluttajien käsiin. Onneksi lukuisat tälläkin hetkellä menestyksekkäät liiketoimintamallit näyttävät, että perinteiselle mallille on vaihtoehtoja.

## **Lähdeviitteet**

[1] Businesswire (2008) 2008 U.S. Music Purchases Exceed 1.5 Billion; Growth in Overall

- Music Purchases Exceeds 10%. [http://www.businesswire.com/portal/site/home/permalink/?ndmViewId=news\\_view&newsId=20081231005304&newsLang=en](http://www.businesswire.com/portal/site/home/permalink/?ndmViewId=news_view&newsId=20081231005304&newsLang=en)
- [2] Nielsenwire (2010) A Big Music Year for Jackson, Boyle, Swift, Digital Downloads... and Vinyl? 7.1.2010. <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/consumer/a-big-music-year-for-jackson-boyle-swift-digital-downloads-and-vinyl/>
- [3] YLE Uutiset (2009). Britannian singlemyynnissä ennätysvuosi. 27.10.2009. [http://yle.fi/uutiset/viihde/2009/10/britannian\\_singlemyynnissa\\_ennatysvuosi\\_1113924.html](http://yle.fi/uutiset/viihde/2009/10/britannian_singlemyynnissa_ennatysvuosi_1113924.html)
- [4] Nylander, J. (2008) Kulturskymning inställd. Timbro.
- [5] Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ry (2010) Äänitealan kokonaismarkkinat. <http://www.ifpi.fi/tilastot/kokonaismarkkinat>
- [6] Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ry (2010) ÄKT:n jäsenyhtiöiden äänitteiden kappalemääräinen myynti. <http://www.ifpi.fi/tilastot/vuosimyynti/>
- [7] Peisa, A. (2008) Levyvirasto kuilun partaalla. *Monoliitti*. <http://www.monoliitti.com/blog/levyvirasto-kuilun-partaalla/>
- [8] TeliaSonera (2009) Telia and Spotify sign exclusive cooperation agreement. <http://www.teliasonera.com/press/pressreleases/item.page?prs.itemId=451361>
- [9] Arthur, C. (2009) Spotify starts rent-a-song service. *The Guardian*, 2.10.2009. <http://www.guardian.co.uk/technology/2009/oct/02/spotify-new-offline-service>
- [10] Cheng, J. (2009) Report: UK file sharing drops, even among teens. *Ars Technica*, 13.7.2009. <http://arstechnica.com/media/news/2009/07/report-more-uk-users-going-the-legal-route-for-music.ars>
- [11] All Party Parliamentary Communications Group (2009) "Can we keep our hands off the net?" - Report of an Inquiry by the All Party Parliamentary Communcations Group. [http://www.apcomms.org.uk/uploads/apComms\\_Final\\_Report.pdf](http://www.apcomms.org.uk/uploads/apComms_Final_Report.pdf)
- [12] IFPI (2010). Music market statistics. [http://www.ifpi.org/content/section\\_statistics/index.html](http://www.ifpi.org/content/section_statistics/index.html)
- [13] Dagens Nyheter (2009) Artister vinnare i fildelningen. 12.12.2009. <http://www.dn.se/kultur-noje/musik/artister-vinnare-pa-fildelningen-1.1012896>
- [14] Harding, M. (2008) Steve Knightley on embracing 'piracy'. *Folk & Acoustic with Mike Harding*. <http://www.bbc.co.uk/blogs/folk/2008/08/steve-knightley-on-embracing-p.html>
- [15] Sandall, R. (2007) Off the record. *Prospect*, 137, 1.8.2007. <http://www.prospectmagazine.co.uk/2007/08/offtherecord/>
- [16] Säveltäjien Tekijänoikeustoimisto Teosto r.y. (2009) Vuosikertomus 2008.
- [17] U.S. Census Bureau (2003) Statistical Abstract of the United States: 2002. Section 24, Information and Communications. <http://www.census.gov/prod/2003pubs/02statab/infocom.pdf>
- [18] U.S. Census Bureau (2009) Statistical Abstract of the United States: 2009.
- [19] YLE Uutiset 14.11.2008.
- [20] Hickerson, M. (2009) DVD Sales Decline in 2008. *Slice of Scifi*. <http://www.sliceofscifi.com/2009/01/15/dvd-sales-decline-in-2008/>
- [21] Kaleva (2009) Elokuvateattereille paras tulos neljään vuoteen. 7.1.2009. <http://www.kaleva.fi/plus/index.cfm?j=773601>
- [22] Ortutay, B. (2009) Video game sales top \$21 billion in 2008. *MSNBC*, 15.1.2009. <http://www.msnbc.msn.com/id/28682836/>
- [23] Helsingin Sanomat (2009) Hollywood-elokuvilla ennätystuottojen vuosi ulkomailla. 5.1.2009. <http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/1135242515942>
- [24] Alanen, A. (2008) There's no business like... *Tieto & Trendit*, 3/2008. [http://www.stat.fi/artikkelit/2008/art\\_2008-05-30\\_004.html?s=0](http://www.stat.fi/artikkelit/2008/art_2008-05-30_004.html?s=0)
- [25] <http://www.youtube.com/montypython>
- [26] Youtube Blog (2009) Watch it on YouTube, then Click-to-Buy. 21.1.2009. <http://www.youtube.com/blog?entry=n-q9Enl2O2Y>
- [27] Flint, E. (2000) Introducing the Baen Free Library. <http://www.baen.com/library/home.htm>
- [28] Flint, E. (2000) Prime Palaver #1: Letters to the Librarian. 20.12.2000.

- <http://www.baen.com/library/palaver.htm>
- [29] Flint, E. (2002) Prime Palaver #6. 15.4.2002. <http://www.baen.com/library/palaver6.htm>
- [30] Doctorow, C. (2007) Commoner Letter #2 - Cory Doctorow. *Commons News*, 29.10.2007. <http://creativecommons.org/weblog/entry/7774>
- [31] Coelho, P. (2008) Creating Universes. *Digital, Life, Design Conference 08*. <http://en.sevenload.com/videos/bIjFXZD-DLD08-Day1-Creating-universes>
- [32] Watts, P. (2009) Rip-Off Alert. *No Moods, Ads or Cutesy Fucking Icons (Re-reloaded)*. <http://www.rifters.com/crawl/?p=213>
- [33] Boldrin, M. & Levine, D.K. (2008) *Against Intellectual Monopoly*. Cambridge University Press.
- [34] Lahti, J. (2009) Suomen pelimarkkina kasvoi 87 miljoonaan euroon. *Digitoday*, 9.1.2009. <http://www.digitoday.fi/bisnes/2009/01/09/suomen-pelimarkkina-kasvoi-87-miljoonaan-euroon/2009646/66>
- [35] Turun Kauppakorkeakoulu (2007) Luovan kentän yritystoiminta - elinkelpoisuus ja kehityssuunnat. [http://www.digibusiness.fi/uploads/reports/1182411434\\_luovan\\_kentan\\_yritystoiminta.pdf](http://www.digibusiness.fi/uploads/reports/1182411434_luovan_kentan_yritystoiminta.pdf)
- [36] Oberholzer-Gee, F. & Strumpf, K. (2009) [http://www.unc.edu/~cigar/papers/File-Sharing\\_and\\_Copyright\\_2009-05-16.pdf](http://www.unc.edu/~cigar/papers/File-Sharing_and_Copyright_2009-05-16.pdf)
- [37] Lacy, S. (2007) Webcomics are profane, explicit, humorous — and influencing trends. *Charleston City Paper*, 21.11.2007. <http://www.charlestoncitypaper.com/gyrobase/Content?oid=oid%3A36337>
- [38] Manley, J. (2007) The Number of Webcomics in the World. *Cosmic Space Blog*. <http://blog.comicspace.com/?p=766>
- [39] Forsström, T. (2008) The Long Tail... or why we're sellin' records retail instead of releasing them. *If Society*. <http://www.ifsociety.com/blog.php?id=26>
- [40] Forsström, T. (2009) FREEWARS. *If Society*, 17.2.2009. <http://www.ifsociety.com/blog.php?id=51>
- [41] Anderson, C. (2008) *Free! Why \$0.00 Is the Future of Business*. *Wired Magazine*, 16-03. [http://www.wired.com/techbiz/it/magazine/16-03/ff\\_free?currentPage=all](http://www.wired.com/techbiz/it/magazine/16-03/ff_free?currentPage=all)
- [42] Graham, P. (2009) Post-Medium Publishing. <http://www.paulgraham.com/publishing.html>