

## **Osallistumisen verkko, käyttäjien luoma sisältö ja yhteisöllinen tuotanto Mikseri.net-palvelussa**

*Pirkka Åman*

**Internetin ja sen palveluiden viime vuosien kehitystä on luonnehdittu yhä enemmän käyttäjiä voimauttavana ja sosiaalisia verkostoja mahdollistavana teknologisten sovellusten ja palveluiden yhdistelmänä. Palvelut, joissa voi jaella omia ja arvioida muiden luomia mediasisältöjä, houkuttelevat jatkuvasti enemmän käyttäjiä. Esittelen suomalaisen musiikin jakeluun, vertaisarviointiin ja yhteisöllisyyteen perustuvan verkkopalvelun esimerkkinä Internetin uusista kehityssuunnista ja siitä, miten osa sen alkuperäisistä mahdollisuuksista ja lupauksista on käymässä toteen. Pääpaino on Mikseri.net-musiikkipalvelun käyttäjien muokattavissa olevissa ominaisuuksissa ja palvelun yhteisöllisessä tuottamisessa.**

Kuluvan vuosikymmenen loppua kohden on jatkuvasti vilkastunut keskustelu ilmiöistä, joita yksilöllistynyt kulutus ja toisaalta uudenlainen yhteisöllisyys yhdistettynä Internetin palveluihin on tuonut esiin (ks. mm. Benkler 2006; Mokka & Neuvonen 2006; Zuboff & Maxmin 2003; Åman 2006a; Åman 2006b; Åman 2007). Internetin alkuperäisten ominaisuuksien ja mahdollisuuksien laajenevaa toteutumista ja siihen liittyvää kehitystä on kuvattu viime vuosina monin käsittein. Niitä ovat muun muassa Web 2.0, sosiaalinen media ja osallistumisen verkko (participative web).

Mikseri.net-palvelussa käyvät toteen useat niistä tietoyhteiskuntavisioida, joita Suomenkin valtionhallinto säännöllisesti tuottaa. Se on ruohonjuuritason vapaaehtoisesta toiminnasta syntynyt palvelu, jossa käyttäjät tuottavat sisällön itse. On vaikeaa kuvitella, että samanlaista toimintaa yhtä suuressa mittakaavassa saataisiin aikaan ylhäältäpäin suunnatuilla aktivointikampanjoilla tai markkinavoimien tarjoamilla porkkanoilla. Toisin kuin

laittomat musiikin latauspalvelut, Mikseri.net on juridisesti ja eettisesti terveellä pohjalla. Muusikot hyötyvät saadessaan kappalleilleen julkisuutta ja palautetta musiikistaan foorumeiden ja soittolistojen kautta. Käyttäjät saavat ilmaista musiikkia ja mahdollisuuden tutustua samanhenkisiin musiikinharrastajiin. Kontribuutioni tietoyhteiskuntakeskustelulle ja verkkopalveluiden suunnittelulle sekä oikeutus Mikseri.net-palvelun esittelemiseen termien *osallistumisen verkko, käyttäjien luoma sisältö ja yhteisöllinen tuotanto* yhteydessä nousee siitä, että Mikseri.net on mielestäni erinomainen esimerkki nykyisten verkon sisältöpalveluiden mahdollisuudesta voimauttaa käyttäjiä arjessaan ja tuoda heitä yhteen itseilmaisun ja siitä saadun palautteen kautta.

## Mikä Mikseri?

Mikseri.net on suomalainen musiikin jakeluun erikoistunut verkkosivusto, jonka keskeisenä palveluna on tarjota musiikin tekijöille mahdollisuus julkaista musiikkiaan ilmaiseksi. Musiikin kuuntelun ja lataamisen lisäksi rekisteröityneet käyttäjät voivat muun muassa arvostella ja kommentoida kappaleita sekä kirjoittaa keskustelufoorumeille tai pikaviestinä suoraan toisille käyttäjille. Kun harrastelevat suomalaiset musiikintekijät tuottivat ennen demonauhoja ja -levyjä, nykyään he levittävät musiikkiaan paljolti Mikserin kautta.

Ensimmäinen versio palvelusta julkaistiin toukokuussa 2001. Sen perustivat Arto Aaltonen ja Miikka Koivuniemi, jotka olivat tuolloin alle kaksikymppisiä musiikin- ja tietotekniikan harrastajia. Mikseriä ei mainostettu lainkaan julkisesti vaan sana kiersi suusta suuhun, kaverilta kaverille ja verkon keskustelupalstalta toiselle. Vuoden kuluttua perustamisesta palvelua kehitettiin edelleen ja mukaan otettiin yhteisöllisyyttä mahdollistavia ominaisuuksia: keskustelufoorumit ja pikaviestit. Yhteisöllisyyden mahdollistavien uudistusten jälkeen Mikserin rekisteröityneiden käyttäjien määrä alkoi kasvaa nopeasti.

Kesällä 2007, kuusi vuotta Mikserin julkistamisesta, sivustolla on kuunneltavana noin 100 000 kappaletta 20 000 eri artistilta. Rekisteröityneitä käyttäjiä on noin 110 000 ja kuukaudessa palvelussa vierailee nelisen sataa tuhatta käyttäjää. Joka viikko palveluun lähetetään lähes yhdeksän sataa uutta kappaletta ja foorumeille noin 3000 viestiä. Kappaleita kuunnel-

laan 1,5 miljoonaa kertaa kuussa. (Hoffren 2007.) Mikserin käyttäjistä 80 % on 15–30-vuotiaita. Musiikkityyleistä suurimpina erottuu selvästi kaksi genreä: konemusiikki ja hip-hop (Aaltonen 2005).

Mikseri.net on suosioltaan Suomen väkilukuun suhteutettuna ja toisaalta palveluiden monipuolisuudeltaan ja käyttäjäystävällisyydeltään maailmanlaajuisesti arvioituna ainutlaatuinen palvelu. Tarkastelen Mikseri.net-palvelua esimerkkinä siitä, kuinka asiastaan innostuneet harrastajat voivat tuottaa ja jatkuvasti kehittää yhteisöllisesti palvelua, jossa jaellaan muiden harrastajien tekemää sisältöä. Ydinpalveluiden ilmaisuus, yhteisöllisyys, musiikin tekemiseen liittyvä vertaisneuvonta ja laaja sisältö, tässä tapauksessa musiikin, kirjo tekevät siitä hedelmällisen esimerkin yhtenä verkon uusista sisältöpalveluista.

Kansainvälisiä käyttäjien luomaa musiikkia jakelevia verkkopalveluita, joissa on yhteisöllisiä ominaisuuksia ovat muun muassa Jamendo ja Garageband. En kuitenkaan ole löytänyt Mikseriä vastaavaa palvelua, jossa palvelut olisivat yhtä monipuolisia ja yhteisöllisesti tuotettuja.

Mikseriä pidetään yllä mainostulojen avulla. Sivustolla on mainosbanereita, joista palvelu saa valtaosan ylläpitoon tarvittavista tuloistaan. Palvelun liiketoimintamallina on *freemium* yhdistettynä mainostuloihin. Freemium-palvelut (free & premium) tarjoavat käyttäjille perusominaisuudet ilmaiseksi, mutta maksamalla tilaus- tai kertaluonteisesti käyttäjä saa laadullisesti tai määrällisesti lisää palveluita (Wikipedia 2007). Tunnettuja freemium-palveluita ovat kuvapalvelu Flickr, ääni- ja kuvapuheluita tarjoava Skype, Internet Movie Database sekä hotellin muotoon rakennettu graafinen chat Habbo Hotel.

## **Osallistumisen verkko, käyttäjien luoma sisältö ja yhteisöllinen tuotanto**

Web 2.0 -käsitteen loi kustantaja ja konsultti Tim O'Reilly vuonna 2003 (O'Reilly 2005). Viiden viime vuoden aikana on käytetty runsaasti puheenvuoroja yritettäessä määritellä Web 2.0:aa. Se ei kuitenkaan ole yksiselitteisesti määriteltävä malli tai tekniikka. Lähinnä kyseessä on konsepti, joka kokoaa joukon uusia toimintatapoja niin www-palveluiden suunnittelussa, ohjelmoinnissa, markkinoinnissa kuin tuotannossakin. Web 2.0 on kooste uusia ideoita, vanhoja tekniikoita ja ominaisuuksia, joilla kaikilla ei

välttämättä ole mitään tekemistä toistensa kanssa. Osa tekniikoista ja piirteistä keksittiin jo kymmenisen vuotta sitten, mutta niitä on päästy hyödyntämään vasta nyt laajakaistayhteyksien ja riittävän www-tallennustilan myötä, jotka ovat olleet teknisiä rajoitteita uusille yhteisöllisille verkkopalveluille. Kattokäsitteen alle on koottu varsin huolettomasti iso joukko Internet-palveluiden nykyisiä kehityssuuntia. Monet ”Web 2.0:n” ominaisuudet ovat olleet olemassa Internetin alkuvaiheista saakka ja tällä perusteella muun muassa World Wide Webin isä Tim Berners-Lee on kyseenalaistanut termin mielekkyyden. (Hintikka 2007.)

Web 2.0 on käsitteenä väärittynyt kaupallis-teknisen hypen iskusanaksi ja käsitteen rajat ovat veteen piirretyt, ja siksi se on liian epämääräinen analyttiseksi välineeksi. Yochai Benkler (2007) tiivistää termin käytön kahteen päämerkitykseen: joillekin se on käsite ilmiökentän ymmärtämisen välineeksi, toisille taas iskusana liiketoiminnan edistämiseksi.

Todellakin, kysymys on verkon alkuperäisten lupauksen ja mahdollisuuksien toteutumisesta. Vuorovaikutteisuus, osallistuvuus, monelta monelle -viestintä, käyttäjien luoma ja heidän uudelleen yhdistelemä ja jakelma sisältö, sen suositteleminen, arviointi ja linkittäminen ovat jo joko verkon alkuvaiheiden visioita tai sen syntyperäisiä piirteitä. (ks. Hintikka 1996; Wardrip-Fruin & Montfort 2003.)

Flickr, MySpace, Wikipedia, IRCgalleria ja Mikseri ovat esimerkkejä palveluista osallistumisen verkossa, joka verrattuna ”Web 1.0:aan” merkitsee evoluutiota, muttei kuitenkaan selvää murrosta, vaikka Internet-liiketoiminnan konsultit niin mielellään väittävätkin. Tässä artikkelissa käytän termiä *osallistumisen verkko* kuvaamaan Internetin jatkuvasti lisääntyvää käyttöä ihmisten vuorovaikutuksen, osallistumisen ja itseilmaisun välineenä. Osallistumisen verkko tarkoittaa Internetiä, joka sisältää lisääntyvästi verkkopalveluita, jotka voimauttavat käyttäjiä mahdollistamalla osallistumisen palveluihin tuottamalla, arvioimalla ja jakelemalla sisältöä ja verkon sovelluksia yhteisöllisesti. Osallistumisen verkossa keskeistä ovat käyttäjien luoma sisältö (user created content) ja yhteisöllinen tuotanto (social production, peer-production). (O’Reilly, 2005; Wunsch-Vincent & Vickery 2007). Toisin kuin esimerkiksi Hollywood ja isot levy-yhtiöt, osallistumisen verkko tukee ihmisiä *tuottamaan kulttuuria itselleen ja itseään varten*, ja toimii siten tärkeänä voimauttajana ja kulttuurisen diversiteetin edistäjänä (Unesco 2002).

Asiastaan innostuneiden harrastajien luoma sisältö ja yhteisöllinen tuotanto ovat osallistumisen verkon piirteitä, mutta ne ovat olennaisia ihmisen toiminnan sosio-kulttuurisia muotoja myös verkon ulkopuolella. Verkko tarjoaa välineet ajasta ja paikasta riippumattomalle samanmielisten kanssakäymiselle, välineet vain ovat kehittyneempiä kuin kymmenen vuotta sitten. Verkon yhteisöllinen aspekti ei ole uusi asia, mutta sen yhteisöllisten palveluiden kasvu on ollut huimaa viiden viime vuoden aikana. Osa verkon alkuperäisistä visioista ja lupauksista on alkanut viime vuosina palveluiden ominaisuuksien parantumisen myötä toteutua. Eräs tärkeä syy viime vuosina yleistyneisiin yhteisölliseen tuottamiseen ja sisältöpalveluihin on käyttäjäystävällisyyden lisääntymisessä. Käyttäjille tarjotaan helppokäyttöisiä välineitä sisällön tuottamiseen ja sen saattamiseen vertaisryhmien (tai kenen vain) ulottuville.

Verkon uudet, käyttäjien muokattavissa olevat välineet ja niiden avulla tapahtuva tiedon keruu esimerkiksi käyttäjäprofiilien muodossa mahdollistavat palveluntarjoajat valjastamaan verkon käyttäjien ”kollektiivisen älykkyyden” palvelemaan heidän kaupallisia tai ei-kaupallisia intressejään. Usein on kysymys molemmista. Esimerkiksi Mikseri.net-palvelua ylläpidetään myymällä mainostajille tarkasti kohdennettua mainostilaa, mutta ylläpitäjien ensisijainen intressi on tarjota musiikin ystäville yhteisöllinen musiikin julkaisufoorumi. Sosiaalisten verkkopalveluiden voimaa kuvaa hyvin musiikin ilmaiseen jakeluun liittyvä esimerkki vuodelta 2006: Valta-virran listamusiikista poikkeavaa indie-rockia soittava sheffieldiläinen Arctic Monkeys -yhtye jakeli musiikkiaan ilmaiseksi keikoillaan ja MySpace-sivuillaan. Kun yhtyeen debyyttilevy julkaistiin, se rikkoi viikossa kaikki vastaavat Britannian levymyynnin aiemmat ennätykset. Albumista tuli nopeimmin myyty debyyttilevy; sitä myytiin 120 000 kappaletta julkaisun ensimmäisenä päivänä ja viikossa yli 360 000 kappaletta.

*Käyttäjien luoma sisältö* on tärkeimpiä osallistumisen verkon piirteistä. Se on verkossa jaeltua sisältöä, jonka ovat tuottaneet harrastelijat tai puoliammattilaiset, vastakohtana tuotantoyhtiöiden, sanomalehtien tai tv-kanavien tapaisille perinteisille mediasisältöjen tuottajille. Keskeistä on myös se, että käyttäjät arvioivat sisältöjä, esimerkiksi pisteyttämällä, ja suosittelivat niitä toisilleen. Termin käytön kannalta on tärkeää määrittellä käyttäjien luoman sisällön rajat. Digitaaliset mediat ovat jatkuvassa muuttumisen prosessissa, ja siksi täytyy muistaa, että määrittelyt eivät välttämättä ole kovin-

kaan pysyviä ja niiden takana olevat kriteerit muuttuvat ajan kuluessa, joskus nopeastikin.

Tällä hetkellä kolme olennaista piirrettä (Wunsch-Vincent & Vickery 2007) käyttäjien luoman sisällön määrittelylle ovat:

1. *Sisällön julkaiseminen*. Käyttäjät voivat toki luoda sisältöjä koskaan julkaisematta niitä, mutta jotta käsitteestä ei tulisi liian laaja, sen ulkopuolelle voidaan rajata pääosin kahdenväliset viestinnän muodot kuten sähköposti ja pikaviestit. Sisällön julkaiseminen on toimiva rajaava kriteeri käyttäjien luomalle sisällölle, oli sisältö sitten julkisessa tai rekisteröintiä edellyttävässä palvelussa.
2. *Luova panos*. Sisällön luomiseen on liityttävä käyttäjän omaa luovaa panosta, joko alkuperäisen sisällön luomisessa tai olemassa olevien sisältöjen muokkaamisessa esimerkiksi uudeksi musiikkikappaleeksi tai kuvaksi. Usein mukana on yhteistoiminnallinen elementti, kuten yhteisöllisesti tuotetuissa wikiteksteissä. Käyttäjien luoman sisällön ulkopuolelle voi esimerkiksi jättää jonkin tv-ohjelman lataamisen sellaisenaan YouTubeen. Jos taas käyttäjä kirjoittaa mietteitään blogiinsa tai lataa valokuviaan Flickr-palveluun, luovan panoksen kriteeri täytyy.

On kuitenkin hankalaa määritellä, mikä on minimimäärä käyttäjän omaa luovaa panosta. Se riippuu kontekstista, ja usein kutakin sisältöä määrittelevistä kulttuurisista tekijöistä. Esimerkiksi hip-hop-musiikkiin kuuluu olennaisena samplaaminen ja lainaaminen muiden kappaleista. Lainaaminen on niin leimallista tietyille musiikkityyleille, että on vaikea kuvitella, millaista jazz tai hip-hop olisi ilman lainaamista, puhumattaakaan aikaa ennen musiikin tallentamista, jolloin kansanmusiikki perustui olennaisesti eri versioille samoista kappaleista. Toisen kirjoittajan tekstin sijoittamista sellaisenaan oman novellin sisään taas pidettäisiin yleisesti vain plagiointina. Täytyy vielä muistaa, että luovan panoksen tasoa ei ole tässä määriteltä, ja monet ovat kritisoineet verkon uutta kehityssuuntaa vain luokattoman sisällön suunnattomana lisääntymisenä (ks. mm. Keen 2007). Jos ihmiset saavat itseilmaisustaan tyydytystä ja sisältöä elämäänsä esimerkiksi saippuasarjojen seuraamisella ja kirjoittamalla niistä blogiinsa, mielestäni elitististen kriitikkojen mielipiteet voi jättää omaan arvoonsa. Lisäksi, jos verkko on täynnä merkityksetöntä jaarittelua ja taiteellisesti huonolaatuista sisältöä, pätee sama myös reaali maailmaan.

### 3. *Ammatin ja ammatillisten käytäntöjen ulkopuolella tapahtuva luova toiminta.*

Käyttäjien luomalla sisällöllä ei useinkaan ole institutionaalista tai kaupallista ulottuvuutta, eivätkä sisältöä luovat harrastelijat odota saavansa taloudellista voittoa toiminnastaan. Motivaationa sisällön luomiseen on itseilmaisuuden tarpeen lisäksi halu saada yhteys samanmielisiin ja saavuttaa mainetta tai arvostusta, usein juuri vertaisryhmien keskuudessa.

Viimeinen kolmesta piirteestä on tulevaisuudessa yhä hankalampaa liittää olennaisesti käyttäjien luoman sisällön kriteeriksi. Vaikka käyttäjien luoma sisältö oli alussa ruohonjuuritason ilmiö, osa niistä käyttäjistä, jotka ovat kehittyneet harrastelijoista ammattilaisiksi pyrkii rahastamaan luomiltaan sisällöllä. Toisaalta palveluihin on rakennettu ominaisuuksia, joiden avulla käyttäjät voivat ansaita sisällöllään. Esimerkiksi Mikserissä voi luoda soittoaänen haluamastaan kappaleesta ja tällöin kappaleen tekijä saa Mikserikrediittejä, joita voi käyttää sivuston sisäisiin maksullisiin palveluihin.

Käyttäjien luomaa sisältöä edistävinä teknologisina tekijöinä ovat viime vuosina olleet laajakaistayhteyksien saatavuuden ja tietokoneiden muistin ja suoritintehojen lisääntyminen; sisältöjen luomiseen, yhdistelemiseen ja jakeluun tarkoitettujen työkalujen, kuten webteknologioiden ja tietokoneohjelmien kehittyminen; kuvan ja äänen tallentamiseen käytettävien kuluttajille tarkoitettujen kameroiden ja muiden digitaalisten laitteiden laadun parantuminen sekä sisällön julkaisuun keskittyneiden verkkosivustojen määrän nopea kasvu. Käyttäjien kannalta taloudellisista tekijöistä tärkein on se, että teknologian kehittyessä se on myös tullut käyttäjille edullisemmaksi. Vuonna 2007 teknisesti hyvälaatuista musiikkia voi tehdä alle 1000 euron tietokoneella. Lainsäädännöllisiä tekijöitä, jotka edesauttavat käyttäjien luomaa sisältöä ovat muun muassa lisääntynyt Creative Commons -lisenssin, ja muiden vastaavien entistä joustavampien tekijänoikeusmallien käyttö (Hietanen et al. 2007; Lessig 2004; Lessig 2007).

Tärkeä sosio-kulttuurinen tekijä on yhä nuorempien tuleminen verkkoon. Digitaalisen maailman natiiviväestö on syntynyt 1990-luvulla ja asunut verkossa siitä lähtien – tai jo aiemmin – kuin on oppinut lukemaan. Heillä on aiempia sukupolvia huomattavasti paremmat tietotekniset taidot ja kasvava halu olla mukana verkossa jakamassa ja suosittelemassa sisältöjä.

Lisäksi kynnys paljastaa itsestään henkilökohtaisia tietoja, esimerkiksi IRCgalleriassa tai sijoittamalla kotivideoitaan verkkoon, on madaltunut.

Laajakaistan yleistyminen, halu vuorovaikutukseen muiden samanmielisten kanssa, lisääntynyt halu jakaa ja osallistua verkkoyhteisöjen luomiseen ja rakentamiseen muuttavat verkkomedian käyttötapoja. Tämä pätee varsinkin nuorimpiin ikäryhmiin, erityisesti 12–17-vuotiaisiin. Sosiaaliset syyt tulevat seuraavina vuosina olemaan yksi tärkeimmistä tekijöistä käyttäjien luoman sisällön kasvamisella osaksi kulttuurista valtavirtaa. Toistaiseksi käyttäjien luomia sisältöjä tekevät suurimmaksi osaksi informaatioteknologioiden aikaiset omaksujat, lähinnä nuoret miehet. Lähes kolme-neljäsosa niistä, jotka julkaisevat amatöörivideoitaan verkossa ovat alle 25-vuotiaita, ja heistä 86% on miehiä (Nielsen Netratings 2006). Tällä hetkellä käyttäjien tuottamia videoita katsoo suuri määrä ihmisiä, mutta niitä tekevät vain muutamat.

Muita sosiaalisia tekijöitä, jotka edesauttavat käyttäjien luoman sisällön lisääntymistä ovat halu ilmaista itseään luomalla omaa sisältöä ja tarve suurempaan vuorovaikutteisuuteen kuin mitä televisio ja muut perinteiset mediat tarjoavat, sekä kollaboratiivisten projektien ja yhteisöjen kehittyminen. Edelliset tekijät leviävät lähitulevaisuudessa todennäköisesti myös vanhempiin ikäryhmiin ja täyttämään sellaisia sosiaalisia funktioita, joita esimerkiksi politiikka ja koulutus perinteisesti on kantanut.

Kiteyttäen voi todeta, että osallistumisen verkon käsite pohjautuu siihen, että Internetissä on yhä enemmän palveluita, jotka auttavat käyttäjiä jakelemaan, arvioimaan ja kehittämään yhdessä erilaisia sisältöjä ja sovelluksia. Verkon asema ihmisten arjessa kasvaa jatkuvasti ja käyttäjät hyödynnevät uusia palveluita ilmaistakseen itseään luomiensa sisältöjen kautta.

*Yhteisöllisessä tuotannossa* kysyntä voi synnyttää oman tarjontansa, sillä kuluttajat ovat myös tuottajia. Mikseri.netin loivat tietotekniikasta ja musiikin tekemisestä innostuneet nuoret, jotka ovat myöhemmin kasvanneet ammattilaisiksi molemmissa harrastuksissaan. Samalla tavalla sopivin välinein varustettuina ja motivoituneina oppilasta voi tulla opettajia (Leadbeter 2007). Mikserin keskustelufoorumeissa kokeneemmat musiikintekijät opastavat aloittelijoita, jotka puolestaan myöhemmin opettavat seuraavia aloittelijoita. Asialleen omistautuneet harrastajat kykenevät löytämään ratkaisuja heitä askarruttaviin ongelmiin käyttämällä hyväksien yhteisöllisesti tuotettujen palvelujen sisältämää tietämystä, joka kehit-

Taulukko 1. Käyttäjien luoman sisällön lajit. (Muokattu teoksesta Wunsch-Vincent & Vickery 2007.)

Sisällön luonne	Kuvaus	Esimerkkejä
<b>Teksti, novellit, runous</b>	Alkuperäistä tuotantoa tai editointia ja lisäyksiä muiden teksteihin.	Fanfiction.net, Quizilla.com, Writely.
<b>Valokuvat, grafiikka</b>	Käyttäjien ottamat tai muokkaamat verkkoon ladatut valokuvat ja grafiikka.	Ofoto, Flickr, valokuvablogit, yhdistetyt ja muokatut kuvat.
<b>Musiikki ja muut audiosisällöt</b>	Musiikin tai muun audiosisällön äänittäminen, muokkaaminen ja julkaiseminen digitaalisessa muodossa.	Musiikki artistien kotisivuilla tai Mikseri.netin tai MySpacen kaltaisissa palveluissa. Podcasting, audio remiksaukset.
<b>Video</b>	Omien tai muiden tuottamien videoiden ja niiden yhdistelmien sijoittaminen verkkopalveluihin.	Elokuvatrailereiden remiksaukset, huulisynkkavideot, kotivideot, videoblogit, videocasting. Palveluita mm. YouTube, Google Video ja Current TV.
<b>Kansalaisjournalismi</b>	Kansalaisten harjoittama journalistinen raportointi ajankohtaisista aiheista multimediaalisesti ja verkkoon sijoitettuna.	OhmyNews, GlobalVoices, blogit, jotka raportoivat tapahtumapaikalta, kollaboratiiviset palvelut kuten CNN Exchange.
<b>Opetussisällöt</b>	Oppilaitoksissa tai muuten opetussellisiin tarkoituksiin luodut sisällöt.	Wikibooks, MITin OpenCourseWare.
<b>Mobiilisisällöt</b>	Sisältöä, joka luodaan matkapuhelimilla ja muilla mobiilivälineillä ja lähetetään multimediateksteinä, tekstiviesteinä, sähköpostitse tai ladataan verkkoon.	Videoita ja kuvia julkisista tapahtumista, onnettomuuksista, sellaisista tilanteista, joihin perinteiset mediat eivät ehdi tai pääse mukaan. Poliittinen organisointi tekstiviestein.
<b>Virtuaalisisällöt</b>	Sisällöt, jotka on luotu virtuaalisissa online-yhteisöissä tai niihin liittyen. Käyttäjien kehittämät pelit ovat myös lisääntymässä.	Habbo Hotel, Second Life. Virtuaalisten tavaroiden kuten korujen, vaatteiden ja huonekalujen luominen ja myyminen verkossa.

tyy ja hioutuu jatkuvasti pääosin harrastelijavoimin. Mikseri.net-verkkopalvelu on kehittynyt ja kehittyä edelleen paljolti noudattaen yhteisöllisen tuotannon mallia.

Mikserin ja monien yhteisöllisten käyttäjien luomaa sisältöä jakelevien verkkopalveluiden taustalla on *Pro-Am-ilmio*. Innostuneet harrastajat käyttävät apunaan verkon uusimman vaiheen sovelluksia, joiden myötä uudenlaiset ruohonjuuritason työnteon ja harrastamisen muodot ovat tulleet mahdollisiksi. Open source -ohjelmointi ja Wikipedia-tietosanakirja ovat ilmeisiä esimerkkejä Pro-Am-ilmioistä. Tämänkaltaisissa liikkeissä kuluttajat voidaan nähdä kuluttaja-tuottajina, asialleen omistautuneina ja verkotuneina harrastajina, professionaaleina amatööreinä, jotka työskentelevät usein ammattimaisten standardien mukaan. (Leadbeter & Miller 2004; Leadbeter 2007.)

Yhteisöllistä tuotantoa tapahtuu Mikserissä monin tavoin. MikseriWikissä rekisteröityneet käyttäjät voivat luoda artikkeleita esimerkiksi musiikin tekemiseen käytettävien välineiden käytöstä. Palvelussa on neljätoista keskustelufoorumia, joista yksi on omistettu palvelun kehittämistä koskelleille parannusehdotuksille, joita hyväksikäyttäen ylläpitäjät ovat kehittäneet ja jatkuvasti kehittävät palvelua. Palvelua ylläpitävät kaksitoista käyttäjää, jotka palvelun perustajajäsenet ovat nimittäneet, ja jotka ovat saavuttaneet asemansa vuosien varrella aktiivisuutensa ansiosta.

Arto Aaltonen, toinen Mikserin perustajista kertoo, että pian Mikserin julkaisun jälkeen vuonna 2001 palvelua alettiin suunnitella yhteisölliseen suuntaan:

*”Mukaan piti saada lisää musiikin kuuntelijoita ja arvostelijoita musiikin tekijöiden lisäksi. Kaikenlaiset uudistukset joita Mikseriin piti saada, tulivat käyttäjiltä foorumin kautta ja IRCistä, joten kaikki kunnia siis aktiivisille käyttäjille, jotka tiesivät mitä tahtoivat! Käyttäjien ehdoilla siis rakennettiin Mikserin kakkosversio, joka julkaistiin toukokuussa 2002. Palaute oli todellakin positiivista ja käyttäjämäärät kääntyivät kovaan nousuun. Parissa kuukaudessa mm. tuplasimme kävijämäärämme, datan siirto melkein kymmenkertastui.”*

Uusissa osallistumisen verkon palveluissa yksittäisten käyttäjien luoma sisältö on usein tiiviisti yhteenkietoutunut yhteisölliseen tuottamiseen. Näin Mikserissäkin. On vaikeaa vetää rajaa siihen, missä yksilön panos loppuu ja palvelun yhteisöllinen tuottaminen alkaa. Siksi yhteisöllinen tuottaminen ja käyttäjien luoma sisältö voidaan nähdä eri näkökulmina osallistumisen verkon sosiaalisiin sisältöpalveluihin. Mikseri.net-sivusto on luotu ja

kehittyy edelleen yhteisöllisen tuotannon kautta ja sen perusominaisuutena on jaella käyttäjien luomaa sisältöä.

Palvelussa on lukuisia ominaisuuksia, joiden avulla käyttäjät voivat muokata musiikkinsa jakelua ja omaa musiikin kulutustaan. Tässä yhteydessä on mahdollista nostaa esiin valikoidusti yksi perusominaisuus, joka sekin kietoutuu yhteen monien muiden palvelun ominaisuuksien kanssa. Artistin tai musiikkiprojektin *kotisivu* on se palvelun yksittäinen osa-alue, joka musiikin tekijän kannalta on keskeinen. Sivulle ladataan omia kappaleita ja lyhyitä kuvauksia niistä genreineen. Artisti voi esitellä itsensä ja sijoittaa sivulleen haluamiaan kuvia sekä suunnitella sivun graafisen ilmeen. Kappaleita voi kuunnella streaming-tekniikalla ja ladata itselleen. Muut käyttäjät voivat käydä kommentoimassa kappaleita, ilmoittautua faniksi ja jättää palautettaan vieraskirjaan. Kappaleiden kuunteluun käytettävässä soitinpaneelissa olevien toimintojen avulla kappaleita voi merkitä hakusanoilla ja lisätä omaan MunMikseri-ominaisuuteen, jonka avulla palvelusta voi etsiä samankaltaista musiikkia. Artistille voi myös lähettää yksityisiä pikaviestejä, esimerkiksi jos on kiinnostunut tekemään musiikillista yhteistyötä.

Mikseri.netissä palvelun muokkaamista tapahtuu kaikilla palvelun osa-alueilla. Palvelua muokkaavat jatkuvasti ensinnäkin musiikkia siinä julkaisevat käyttäjät yksilöinä kotisivujensa ja sinne sijoitettujen kappaleiden kautta. Toiseksi, musiikkia kuuntelevat käyttäjät muokkaavat palvelua. Listat kappaleiden suosituimmuudesta, wikitekstit ja keskustelufoorumit muodostuvat yksilöiden kumulatiivisesta kollektiivisesta panoksesta. Kolmanneksi, ylläpitäjät muokkaavat palvelua jatkuvasti yhdessä käyttäjien toiveet ja parannusehdotukset huomioon ottaen. Valtaosa ylläpitäjistä on aktiivisia palvelun käyttäjiä sekä kuuntelijoina että musiikin tekijöinä. Koko palvelu muokkaantuu ja kehittyy yhteisöllisesti yksilöiden toiminnan kautta.

## Lopuksi

Mikserin suosion takana on mielestäni designratkaisuiden onnistuneisuus ja varsinkin se, että käyttäjät on alusta alkaen saatu sitoutettua mukaan palvelun kehittämiseen. Tässä on paljolti auttanut se, että käyttäjät ovat asiaan innostuneita harrastajia (Pro-Ams), kuten usein sisällöntuotannossa.

Hyvä esimerkki käyttäjät sitouttavasta suunnittelusta on tanskalainen Lego, joka on ottanut harrastajat kiinteästi mukaan tuotekehittelyyn (Hintikka 2007). Mikserissä käyttäjiä on kannustettu antamaan ehdotuksia palvelun parantamiseen alusta alkaen, ja se on osoittanut että käyttäjien motivointi palvelun tuottamisessa onnistuu kun palvelu antaa käyttäjille mahdollisuuden tehdä jotain mitä he tekisivät joka tapauksessa, mutta palvelun ansiosta voivat tehdä sitä paremmin, yhdistettynä yhteisöllisyyteen. Mikserin aloit- taessa toimintansa ei suomalaisilla musiikin harrastajilla ollut vastaavaa aree- naa, jossa tekijät ja kuuntelijat voivat olla suorassa vuorovaikutuksessa tois- tensa kanssa. Mikseri oli myös ensimmäinen ja vastaavassa mittakaavassa edelleen ainoa suomalainen musiikkisivusto, joka on yhdistänyt demomu- siikin jakelun ja yhteisöllisyyden. Jo hyvän aikaa ennen kuin yleisesti pu- huttiin käyttäjälähtöisestä sisällöntuottamisesta, yhteisöllisistä nettipalve- luista, puhumattakaan Web 2.0 -käsitteestä, Mikseri.net oli kaikkea tätä. Lisäksi menestyneiden kansainvälisten musiikin verkkopalveluiden suosi- on perusteella on nähty, mitä piirteitä kannattaa lainata. Esimerkiksi Mik- seriRadio-ominaisuus, ja sen soitinpaneeli ovat designissaan paljolti velkaa suosituille sosiaaliselle musiikkipalvelulle Last.fm:lle. Myös kaupallisia ja julkisen sektorin sisältöpalveluita suunnittelevien kannattaa mielestäni tu- tustua huolellisesti Mikserin ominaisuuksiin.

Lopuksi haluan esittää palvelun kehittämiseen liittyvän ehdotuksen. Palvelussa musiikkia ei luoda yhdessä, joskin monet tekevät musiikkia yhdessä Mikserissä tapaamiensa ihmisten kanssa. Tulevaisuudessa palve- lun kehittäminen suuntaan, jossa tarjottaisiin käyttäjien muokattavia työ- kaluja musiikin jakelun ja kuluttamisen lisäksi myös musiikin tekemiseen yhdessä olisi huikea askel kohti yhä syvempää käyttäjien luoman sisällön ja vertaistuotannon kautta syntyvää kulttuurista monimuotoisuutta ja käyttäjiä voimauttavaa tuotteiden ja palveluiden suunnittelua. Tarkoitin ominaisuuksia, joiden avulla käyttäjät voisivat sivuston kautta kontribu- oida toistensa musiikkiprojekteihin, siten, että sivuston kautta voisi esi- merkiksi jakaa moniraitaisia tiedostoja. Nykyään yhteistyöprojekteissa lähetellään cd-levyjä tai musiikkiohjelmistojen tiedostoja, mutta tulevai- suudessa yhteistyö voisi tapahtuisi Mikserissä. Joku voisi esimerkiksi si- joittaa sivuilleen kappaleen, johon toivoisi Miles Davisin sähköisen vai- heen tyylistä kitarointia, ja halukkaat voisivat lisätä kappaleeseen näke- myksensä toiveesta.

## LÄHTEET

- Aaltonen, A (2005) haastattelu 21.2.2005.
- Benkler, Y (2006) *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale University Press. New Haven and London.
- Benkler, Y (2007) haastattelu Wizards of OS 4 -konferenssissa 15.9.2006.  
<http://www.youtube.com/watch?v=1Dg9pDny99E>. 29.7.2007.
- Christensen, R, Johnsen, A, Moltke, H (2007) *Good Copy Bad Copy*. Dokumenttielokuva. Rosforth. Copenhagen. <http://www.goodcopybadcopy.net/> 29.7.2007.
- Keen, A (2007) *The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture*. Doubleday. New York.
- Leadbeter, C (2007) *We-Think: why mass creativity is the next big thing* (draft).  
<http://www.wethinkthebook.net/> 29.7.2007.
- Leadbeter, C, Miller, P (2004) *The Pro-Am Revolution*. Demos. London.
- Lessig, L (2004) *Free culture*, The Penguin Press. New York.
- Lessig, L (2007) haastattelu dokumenttielokuvassa: *Good Copy Bad Copy*. Christensen, R, Johnsen, A, Moltke, H. Rosforth. Copenhagen.  
<http://www.goodcopybadcopy.net/> 29.7.2007.
- Hietanen, H, Oksanen, V, Välimäki, M (2007) *Community Created Content*. Turre Legal. Helsinki.
- Hintikka, K. A. (1996) *Uusi media – Viestintäkanava ja elinympäristö*. Teoksessa: *Johdatus uuteen mediaan*. Toim. Tarkka, M, Hintikka, K. A., Mäkelä, A. 2-18. Edita. Helsinki.
- Hintikka, K. A. (2007) *Web 2.0 – johdatus internetin uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin*. Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus TIEKE. Helsinki.
- Hoffren, M (2007) haastattelu 27.7.2007.
- Mokka, R, Neuvonen, A (2006) *Yksilön ääni. Hyvinvointivaltio yhteisöjen ajalla*. Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra. Helsinki.
- Nielsen Netratings (2006) *YouTube web traffic grows 75 percent week over week*.  
[http://netratings.com/pr/pr\\_060721\\_2.pdf](http://netratings.com/pr/pr_060721_2.pdf). 30.7.2007.
- O'Reilly, Tim (2005) *What Is Web 2.0*. <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>. 30.7.2007.
- UNESCO (2002) *Universal Declaration on Cultural Diversity*.  
[http://www.unesco.org/education/imld\\_2002/universal\\_decla.shtml](http://www.unesco.org/education/imld_2002/universal_decla.shtml). 29.7.2007.
- Wardrip-Fruin, N, Montfort, N (eds.) (2003) *The New Media Reader*. The MIT Press. London.
- Wikipedia (2007) *Freemium business model*. [http://en.wikipedia.org/wiki/Freemium\\_business\\_model](http://en.wikipedia.org/wiki/Freemium_business_model). 30.7.2007.

- Wunsch-Vincent, S, Vickery, G (2007) Participative Web: User Created Content. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). [Http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf). 30.7.2007.
- Zuboff, S, Maxmin, J (2003) The support economy: why corporations are failing individuals and the next episode of capitalism. Penguin. London.
- Åman, Pirkka (2006a) Musiikillinen serendipiteetti – musiikin verkkopalveluiden suositusominaisuudet uuden musiikin löytämisen apuna. Lähikuva 3/2006 66-77.
- Åman, Pirkka (2006b) Palveluiden suunnittelu yksilöllistyvän kulutuksen aikana. Teoksessa: Minne matka, luova talous? Toim. Inkinen, S, Karkulehto, S, Mäenpää, M, Timonen, E. 247-256. Rajalla. Jyväskylä.
- Åman, Pirkka (2007) Voimauttavaan suunnitteluun. Teoksessa: Puhepidot Tornissa ja muita näkökulmia luovien toimialojen nykyhetkeen. Toim. Inkinen, S, Karkulehto, S. 111-114. Taideaineiden ja antropologian laitoksen julkaisu- ja A. Kirjallisuus 16. Oulun yliopisto. Oulu.