



DIGITAL MEDIA FINLAND

User Generated Content – mistä puhumme?

Jari Muikku

Teoston syysseminaari 10.11.2011

ESITYKSEN AIHEET

- UGC:n päälaajat
- Motiivit
- Trendit

User Generated Content vai User Created Content?

USER GENERATED CONTENT: PÄÄLAJIT

1. Olemassa olevan aineiston julkaiseminen sellaisenaan osittain tai kokonaan
2. Täysin uuden sisällön luominen
3. Uuden sisällön luominen käyttäen eri tavoin hyväkseen jo olemassa olevaa aineistoa

1: OLEMASSA OLEVA AINEISTO

- **Tyypillisin tapaus:** Jonkun muun tahon tuottaman vapaan tai tekijänoikeudellisesti suojatun teoksen lataaminen (uploading) kokonaan tai osittain johonkin verkkopalveluun muiden käytettäväksi
- **Mekaanista:** Ei luovaa elementtiä sisällön osalta
- **Ladatut sisällöt:** Elokuvat, tv-ohjelmat, äänitteet, pelit, artikkelit, kirjat, valokuvat, ohjelmat, tietokannat...

2: KOKONAAN UUSI SISÄLTÖ

- Yleensä perinteisen ammattimaisen tuotannon viitekehyksen ulkopuolella tuotettua sisältöä
- Tyypillisiä sisältöjä:
 - Blogit: laaja tyyli- ja aihekirjo
 - Kotivideot ja valokuvat
 - Audio: musiikki, puhe
 - Pelit
 - Tietokoneohjelmat
 - Wikit, uutispalstat, arvostelut, muistelmat jne.
- Erytistapaus: crowdsourcing

3: OLEMASSA OLEVAN AINEISTON HYÖDYNTÄMINEN

- Olemassa olevan aineiston hyödyntäminen luovalla tavalla
 - Muuntelu, lisääminen, poistaminen, korvaaminen, vaihtaminen, yhdistely keskenään tai itse tuotettuihin elementteihin
- Erilaisia lajityyppejä:
 - Remix
 - Mash-up, kollaasi
 - Parodia
 - Mukaelma jne.
- Esimerkkejä:

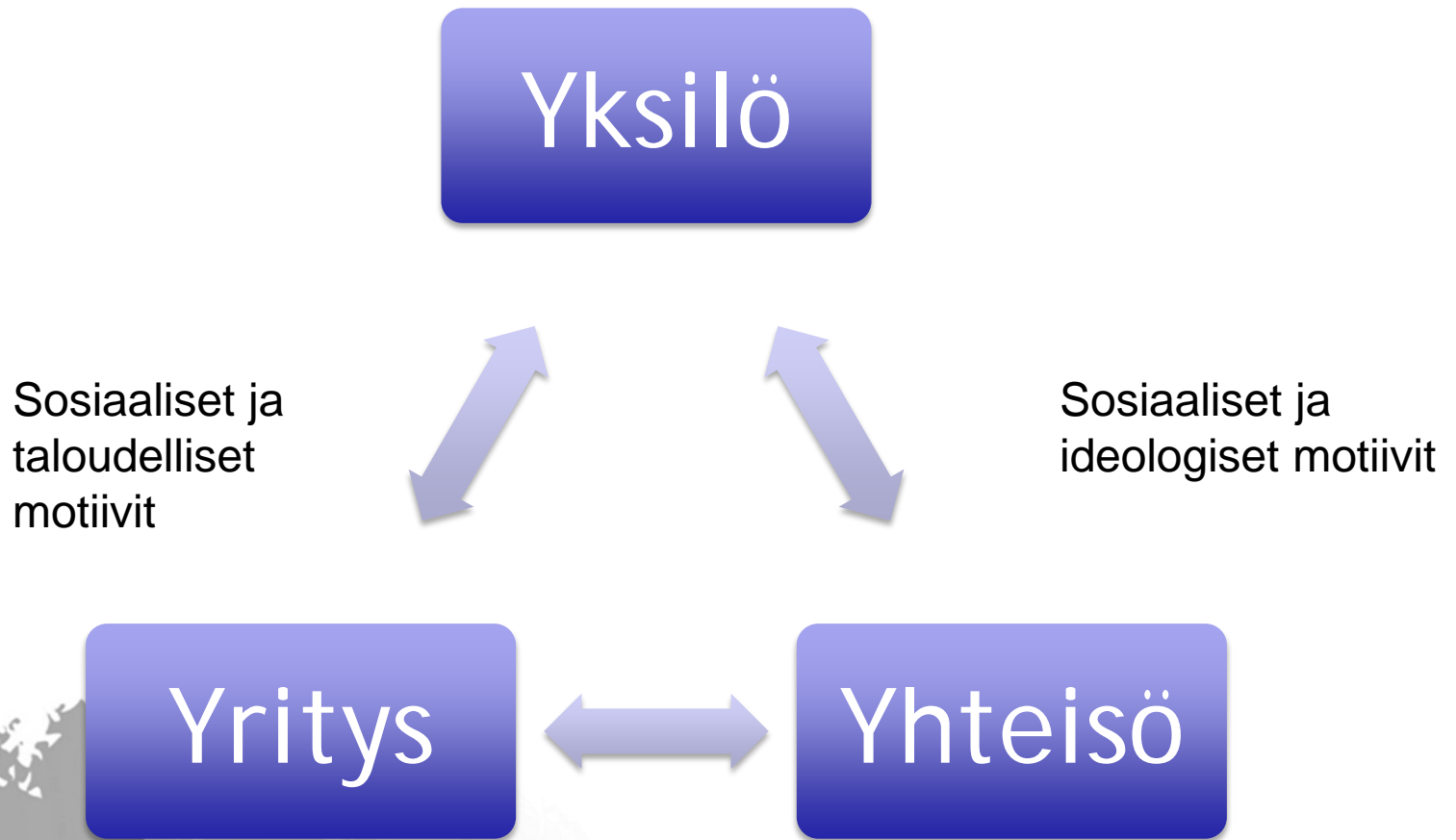
<http://www.waxaudio.com.au/videos.html>

<http://www.youtube.com/watch?v=G-IN9uAkBEY>

UGC:N MOTIIVIT

- Motiivien tarkastelu kolmen eri tahon kautta:
 1. Yksilö
 2. Yhteisö (muodollinen tai vapaamuotoinen)
 3. Yritys

UGC:N MOTIIVIT



Sosiaaliset ja taloudelliset motiivit

Sosiaaliset ja ideologiset motiivit

Yritys

Yhteisö

Taloudelliset ja ideologiset motiivit

UGC:N MOTIIVIT

- **Sosiaaliset**
 - Yhteisöön kuuluminen
 - Huomion saaminen
 - Aineettomat tunnustukset kyvykkyydestä
- **Ideologiset**
 - Arvojen, aatteiden ja/tai ilmiöiden puolustaminen tai vastustaminen
- **Taloudelliset**
 - Taloudellisen tai muun hyödyn tuottaminen ja saaminen
 - Kuluttajan ja/tai yhteisön sitouttaminen yrityksen palveluihin ja tuotteisiin
 - Asiakastiedon luovuttaminen ja saaminen

CROWDSOURCING

- Crowdsourcing = talkoistaminen, virtuaalitalkoot
- Joukkovoiman ja erilaisten resurssien käyttö yhteisen päämäärän hyväksi
- Voi olla vastikkeellista tai hyötyä tavoittelematonta
- Esim. Star Wreck / Iron Sky
 - Luova työ
 - Rahoitus
 - Markkinointi & viestintä
- Tässä seminaarissa: Opera By You

UGC:N TRENDEJÄ

- UGC:n ja ammattimaisen sisältötuotannon rajat hämärtyvät
 - Ammattimaisen sisällöntuotannon digitaaliset työkalut kaikkien käytettävissä, ei kuitenkaan korvaa "käsityötaidon" merkitystä
 - Kuluttajille eivät vastakkaisia vaan toisiaan täydentäviä lajeja

UGC:N TRENDEJÄ

- UGC:n ja ammattimaisen sisältötuotannon rajat hämärtyvät
 - Ammattimaisen sisällöntuotannon digitaaliset työkalut kaikkien käytettävissä, ei kuitenkaan korvaa "käsityötaidon" merkitystä
 - Kuluttajille eivät vastakkaisia vaan toisiaan täydentäviä lajeja
- Ammattimainen sisällöntuotanto ja yritykset hyödyntävät entistä enemmän UGC:tä tuotannossaan ja markkinoinnissaan
 - Identiteetin ongelmat: esim. Syyrian kansannousu -uutiset
 - Myös entistä suurempi riski yrityksille: esim. Accidenture

UGC:N TRENDEJÄ

- UGC:n ja ammattimaisen sisältötuotannon rajat hämärtyvät
 - Ammattimaisen sisällöntuotannon digitaaliset työkalut kaikkien käytettävissä, ei kuitenkaan korvaa "käsityötaidon" merkitystä
 - Kuluttajille eivät vastakkaisia vaan toisiaan täydentäviä lajeja
- Ammattimainen sisällöntuotanto ja yritykset hyödyntävät entistä enemmän UGC:tä tuotannossaan ja markkinoinnissaan
 - Identiteetin ongelmat: esim. Syyrian kansannousu -uutiset
 - Myös entistä suurempi riski yrityksille: esim. Accidenture
- UGC:n kehitys haastaa perinteisen tekijänoikeusjärjestelmän
 - Oikeuksien lisensointi ja hallinnointi vaikeaa
 - Yksittäisten oikeudenomistajien suhtautuminen UGC-ilmiöön kirjavaa: taloudelliset ja moraaliset oikeudet

UGC:N TRENDEJÄ

- UGC:n ja ammattimaisen sisältötuotannon rajat hämärtyvät
 - Ammattimaisen sisällöntuotannon digitaaliset työkalut kaikkien käytettävissä, ei kuitenkaan korvaa "käsityötaidon" merkitystä
 - Kuluttajille eivät vastakkaisia vaan toisiaan täydentäviä lajeja
- Ammattimainen sisällöntuotanto ja yritykset hyödyntävät entistä enemmän UGC:tä tuotannossaan ja markkinoinnissaan
 - Identiteetin ongelmat: esim. Syyrian kansannousu -uutiset
 - Myös entistä suurempi riski yrityksille: esim. Accidenture
- UGC:n kehitys haastaa perinteisen tekijänoikeusjärjestelmän
 - Oikeuksien lisensointi ja hallinnointi vaikeaa
 - Yksittäisten oikeudenomistajien suhtautuminen UGC-ilmiöön kirjavaa: taloudelliset ja moraaliset oikeudet
- Kuka hyötyy? → UGC:stä hyötyä hakevan ymmärrettävä motiivit, teknologian mahdollisuudet ja uudenlaiset ekosysteemit

KIITOS!



www.digitalmedia.fi



Facebook.com/digitalmediafinland



[@digitalmediafi](https://twitter.com/digitalmediafi)



Korkeavuorenkatu 30 A, Helsinki
Lappeenranta - Oulu - Tampere