

Kirja-arvio

Heidi Keinonen

Mikä erottaa Netflixin lineaarisesta televisiosta?

Lotz, Amanda D. 2022. *Netflix and Streaming Video. The Business of Subscriber-Funded Video on Demand*. Cambridge: Polity Press, 208 s.

Amanda Lotzin tuore teos *Netflix and Streaming Video. The Business of Subscriber-Funded Video on Demand* avaa kattavasti tilausmaksurahoitteisten suoratoistopalvelujen luonnetta ja toimintaa. Esipuheessaan Lotz esittää kaksi pääargumenttia, joiden varaan kirjan kaksiosainen rakenne muodostuu: 1) SVOD-palvelujen eli tilausmaksuun perustuvien videopalvelujen tarkastelu edellyttää uusia, lineaaristen palvelujen tutkimuksesta poikkeavia käsitteitä, ja 2) Netflixin toimintamalli eroaa sekä aiemmista lineaarisista palveluista että muista nykyisistä tilausmaksurahoitteisista suoratoistopalveluista (s. x).

Johdannossa Lotz rajaa tarkastelunsa nimenomaan tilausmaksurahoitteisiin suoratoistopalveluihin ja listaa neljä rakenteellista ominaisuutta, joiden avulla SVOD-palveluja voidaan määritellä. Nämä ovat maantieteellinen tavoitavuus, katalogin erityisyys, katalogin omistajuus sekä yrityksen omistajuus. Listaus on teoksen parasta tutkimuksellista antia, sillä se tarjoaa konkreettisia käsitteellisiä työkaluja SVOD-palvelujen kirjon hahmottamiseen. Maantieteellisen tavoitavuuden osalta Lotz erottaa toisistaan yhdellä alueella, usealla alueella ja globaalisti toimivat palvelut. Katalogin erityisyys puolestaan viittaa suurelle yleisölle (esim. Netflix) ja erityisyleisöille (esim. anime-suoratoistopalvelu Crunchyroll) suunnattuihin palveluihin. Katalogin omistuksen suhteen voidaan erottaa toisistaan suoratoistopalvelut, jotka omistavat esittämiensä sisältöjen oikeudet ja ne, jotka lisensoivat sisältöjä muilta toimijoilta. Yrityksen omistajuuden kannalta on merkityksellistä, onko kyseessä itsenäinen suoratoistopalvelu vai mediakonglomeraattiin kuuluva palvelu, joka tarjoaa uuden jakelukanavan emoyrityksen olemassa olevalle videokirjastolle (kuten Disney+) tai täydentää sellaisen emoyrityksen tarjontaa, jonka tehtävänä ei alun perin ole ollut viihdesisältöjen tuottaminen (esim. Apple+ ja Amazon Prime Video). (S. 7–13.)

Teoksen ensimmäisessä osassa Lotz pohtii tilausmaksurahoitteisten suoratoistopalvelujen ja lineaarisen television eroa muun muassa katselukokemuksen ja sisältöka-

talogien suhteen. Lotz osoittaa, että televisiota koskevaa ajatteluamme hallitsee lineaaristen normien paradigma. Suoratoistopalveluja tulee kuitenkin tarkastella niiden omilla ehdoilla. Suoratoistopalveluiden tuottajat eivät esimerkiksi ole niinkään kiinnostuneita yksittäisten ohjelmien katsojaluvuista, vaan kuukausittaisesta tilaajamäärien vaihtelusta (s. 56). Katsojademografia ei myöskään ohjaa suoratoistopalvelujen toimintaa, sillä ne pystyvät analysoimaan tilaajiensa kulutuskäyttäytymistä paljon yksityiskohdaisemmin kuin lineaarisia televisiokanavia tarjoavat toimijat (s. 70).

Koska suoratoistopalvelujen toimintalogiikka eroaa olennaisilta osin lineaarisesta televisiosta, palvelut ovat muuttaneet myös tapaa, jolla sisällöstä maksetaan tuotantoyhtiölle. Ikkunoinniksi kutsutussa perinteisessä mallissa sarjojen ja elokuvien esitysoikeuksia on myyty perättäisiksi ajanjaksoiksi esimerkiksi maksu-TV-kanaville, televisioyhtiöiden suoratoistopalveluille, DVD-julkaisuun ja lineaarisille televisiokanaville. Televisioyhtiöiden esitysoikeuksista maksamaan korvaukseen on vaikuttanut paitsi esitysjakson pituus myös esityskertojen määrä. Kuten Lotz toteaa (s. 74), suoratoistopalvelut maksavat tuotantoyhtiöille kiinteän summan, jolla ne saavat sisällön esitysoikeudet jopa vuosiksi eteenpäin. Lotz ei kuitenkaan tuo esiin sitä, että kansainväliset suoratoistopalvelut pyrkivät solmimaan niin sanottuja buy out -sopimuksia, joilla tuotantoyhtiöt luopuvat lähestulkoon kaikista oikeuksistaan. Kuten Suomessakin on huomattu, draamasarjan myyminen kansainväliselle suoratoistopalvelulle kertakorvausta vastaan voi näyttää tuotantoyhtiön näkökulmasta houkuttelevalta mahdollisuudelta, mutta samalla luovutetaan usein kaikki sarjan oikeudet tuotantoyhtiön ja samalla koko maan ulkopuolelle. Suomalaisten sarjojen leviäminen globaaleille markkinoille ei siten edistä kotimaisen avuotannon taloudellisesti kestävästä kehitystä.

Jo teoksen ensimmäisessä osassa piirtyvät esiin myös ne silmälasit, joiden läpi Lotz suoratoistopalveluja tarkastelee: esimerkiksi vertailu lineaarisen television kanssa perustuu nimenomaan yhdysvaltalaiseen televisiojärjestelmään. Lotzin mukaan globaalit suoratoistopalvelut ainoastaan täydentävät kunkin maan televisiojärjestelmää, eivät korvaa sitä (s. 108). Nuorempien katsojaryhmien kohdalla kehitys Suomessa on kuitenkin osoittautunut päinvastaiseksi, sillä lineaarisen television katselu on korvautunut lähes kokonaan suoratoistopalveluilla. Lisäksi mainosrahoitteinen televisio ja suoratoistopalvelut toimivat Lotzin mukaan eri markkinoilla. Netflix ja muut tilausmaksulliset suoratoistopalvelut eivät näyttäyty uhkana televisiomainonnalle – ne vievät oman osansa yleisön huomiosta, mutta nostavat jäljelle jäävien katsojien arvoa ja siten myös televisiomainonnan hintaa. Mainostajien kiinnostus televisiomainontaa kohtaan on voinut hiipua, mutta Lotz näkee tämän johtuvan suoratoistopalvelujen sijaan sosiaalisesta mediasta. (S. 109–110.) Av-alalla on kuitenkin meneillään useita merkittäviä muutoksia, jotka vaikuttavat myös mainontaan. Lisäksi alueelliset markkinat ovat keskenään hyvin erilaisia.

Teoksen toinen osa pureutuu Netflixiin. Lotz aloittaa esittelemällä kiinnostavia käsitteitä, joiden avulla Netflix rakentaa katalogiaan. Esimerkiksi makuklusterin käsite on syntynyt vasta suoratoistopalvelujen myötä, kun eri sisältöihin kytkeytyvää katsomiskäyttäytymistä on päästy jäljittämään systemaattisesti. Makuklusterit ovat siis sisältöjoukkoja jotka määrittellään katsomistottumusten pohjalta. Toisin kuin tekstilähtöinen genren käsite ja sitä tarkkarajaisempi, niin ikään suoratoistopalvelujen käyttämä *vertikaali* (esimerkiksi nuorten aikuisten komedia tai scifi-seikkailu), makuklusteri perustuu katsojien mieltymyksiin ja voi siten sisältää hyvinkin erilaisia ja eri genrejä edustavia sisältöjä. (S. 124–125.) Makuklusterit määrittävät millaisia sisältöjä esimerkiksi Netflix tilaa.

Lotzin mukaan Netflixin tilaamat nimikkeet muodostavat noin kolmasosan yhtiön katalogista. Omien alkuperäissisältöjensä avulla Netflix pystyy tarjoamaan tarkasti eri markkluistereille räätälöityä palvelua. (S. 139–140.) Vaikka Lotz tarkastelee Netflixin sisältöstrategiaa, hän ei tuo esiin, että sarjat ja elokuvat saattavat päätyä Netflixin alkuperäissisällöiksi hyvin erilaisia reittejä. Netflix saattaa olla mukana tuotannon alusta asti esimerkiksi sarjan ainoana tilaajana ja rahoittajana, mutta yhtiö voi myös tilata jatko-kausia sarjaan, jota on alun perin esitetty lineaarisessa televisiossa. Lisäksi Netflix voi ostaa yksinoikeudella juuri valmistumassa olevan sarjan tai olla yhteistuotannossa mukana yhtenä rahoittajana. Kaikki nämä sisällöt voidaan esitellä katsojille Netflix Original-sisältöinä.

Netflixin katalogin rakentamista, sisältöstrategiaa ja suhdetta globaaliuteen käsitellessään Lotz huomauttaa, että suurin osa Netflixin käyttäjistä näkee katalogista vain itseään kiinnostavan osan ja kuvittelee siten, että tämä pieni ”nurkka” on yhtä kuin Netflix (s. 147). Sen lisäksi, että Netflix on erilainen jokaiselle yksittäiselle tilaajalle, yhtiö näyttyy erilaisena eri maissa: katalogi vaihtelee alueittain ja lisäksi yhtiön liiketoimintamallia on sopeutettu erilaisiin ympäristöihin. Esimerkiksi Intiassa Netflix tarjoaa erikoishintaista, vain matkapuhelimella käytettävää tilausta. Ranskassa yhtiö puolestaan kokelee lineaarisen kanavan tarjoamista. (S. 163).

Suomalaisia lukijoita kiinnostanee erityisesti, miksi ja miten Netflix hankkii sisältöjä eri alueilta. Netflixin merkitys angloamerikkalaisten televisiomaiden hegemonian murtamisessa on kiistämätön. Yksi Netflixin strategisista painopisteistä on vuosia ollut eri kielialueita edustaviin, lokaaleihin sisältöihin panostaminen. Myös ensimmäiset suomalaiset globaaliin levitykseen päätyneet sarjat Sorjonen (*Bordertown*) ja Karppi (*Deadwind*) ovat matkustaneet maailmalle nimenomaan Netflixin kautta. Luvussa kymmenen valotetaan Netflixin strategiaa. Lotzin mukaan yli puolet Netflixin tilaamista aikuisille suunnatuista sarjoista tulee Yhdysvaltain ulkopuolelta (Lotz ei tosin kerro, minkä alueen katalogista tämä on laskettu). Strategian syynä on yleensä pidetty tilaajien tavoittelemista eri maista. Kyse voi kuitenkin olla enemmän brändiarvosta: Netflix ylläpitää brändiään globaalina suoratoistopalveluna panostamalla paikallisiin sisältöihin. Lisäksi Netflixin maine on sidoksissa eräänlaiseen ”kosmopoliittiseen pääomaan”, joka antaa tilaajille mahdollisuuden päästä käsiksi eri puolilla maailmaa tuotettuun sisältöön. (S. 179–181.)

Netflixin globaaliudesta tosin voidaan olla montaa mieltä. Lotz ottaa annettuna länsimaissa yleistyneen käsityksen suoratoistopalvelun globaalista levinneisyydestä, vaikka Netflixin ”globaalius” rajoittuu lähinnä Eurooppaan, Pohjois-Amerikkaan ja Australiaan. Esimerkiksi Kiinassa ja Lähi-idässä markkinoita johtavat aivan toiset suoratoistopalvelut. Teoksessa ei myöskään huomioida sitä, että ei-englanninkielisillä markkinoilla kansallisten tai paikallisten tilausvideopalvelujen rooli ja vaikutus Netflixiin voi olla hyvin erilainen kuin angloamerikkalaisella kielialueella, jossa Netflix tarjoaa katsojille sisältöjä pääasiassa näiden omalla äidinkielellä.

Vaikka Lotz tarkastelee Netflixiä ja sen toimintamalleja laajasti eri näkökulmista ja argumenttinsa hyvin perustellen, varsinaiseksi analyysiksi teosta ei voi kutsua. Lotz ei perusta havaintojaan systemaattisesti kerättyyn aineistoon, vaikka toteaakin katso-neensa, lukeneensa ja kuunnelleensa jokaisen julkisen lausunnon, jonka on löytänyt (s. xi). Myös aiempiin tutkimuksiin viitataan suppeasti, vaikka Netflixistä on tuotettu runsaasti tieteellisiä julkaisuja. Tyyliään teos onkin lähempänä valistuneita arvauksia ja es-

seististä pohdintaa kuin varsinaista tutkimustekstiä. Lotz on toki kohdannut saman ongelman kuin lukemattomat muutkin tutkijat: Netflixin edustajat eivät suostu haastatteluihin, ja yhtiö julkaisee dataa hyvin kitsaasti. Esimerkiksi Netflixille sisältöjä myyneitä toimijoita haastatteleamalla olisi kuitenkin ollut mahdollista saada runsaasti ensi käden tietoa yhtiön toimintatavoista. Näistä puutteista huolimatta Lotz hahmottaa havainnollisesti, miten Netflixin toimintalogiikka eroaa lineaarisesta televisiosta ja miten tilausmaksulliset suoratoistopalvelut ovat muuttaneet audiovisuaalisten sisältöjen tuotannon ja jakelun kenttää.