



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	05.02.2004
Tekijä(t)	Sulevi Seppänen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	88
Otsikko	Äänen digitalisaatio ja Internet muutosvoimina ääniteteollisuudelle ja äänitteiden kuluttajille		
Ohjaaja(t)	KTT Helena Mäkinen, KTM Vesa Hautala		

Tiivistelmä

Äänen digitaaliset tallennusteknologiat ja Internet ovat saattaneet niin ääniteteollisuuden kuin äänitteiden kuluttajatkin uuteen mielenkiintoiseen tilanteeseen. Tässä tutkimuksessa esitellään äänitteen muotoon vaikuttavat digitaaliteknologiat sekä Internetin rooli globaalina kommunikaatio- ja markkinointialustana. Tältä pohjalta luodaan lukijalle kattava kokonaiskäsitys näiden tuomista muutoksista niin ääniteteollisuudelle kuin musiikin kuluttajillekin. Tutkimus perustuu kirjallisuuden ja aiemmin tehtyjen tutkimusten tarkasteluun. Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen ja deskriptiivinen.

Äänen digitalisaatio vapauttaa musiikin kosketeltavan fyysisen formaatin tarpeesta ja tuo kuluttajan ulottuville mahdollisuuden äänen täysilaauteeseen kopiointiin ja omien tallenteiden valmistamiseen. Digitaalisessa muodossa olevaa ääntä on myös mahdollista siirtää tietoverkossa.

Internet tietoverkkona tarjoaa kommunikaatio- ja tiedonsiirtoalustan, jota voivat hyödyntää niin ääniteteollisuus kuin äänitteiden kuluttajatkin. Ääniteteollisuus voi käyttää Internetiä sekä äänitteiden markkinointiin että aineettomien digitaalisten äänitteiden siirtoon. Internetin avulla teoriassa myös pienemmille toimijoille avautuvat globaalit markkinat. Käytännössä toimivien liiketoimintamallien ja markkinointiin edelleen tarvittavien resurssien puute jarruttavat teknologian hyödyntämistä äänitekaupassa. Digitaalisessa muodossa olevan äänen kopioitavuus sekä vertaisverkot, joiden avulla kuluttajien on mahdollista vaihtaa vastikkeettomasti äänitiedostoja, luovat myös samalla uhan ääniteteollisuuden uusille ja perinteisille toimintatavoille.

Teknologian kehityksen myötä kuluttajan valinnanvara kulutettavan musiikin, kuunteluteknologioiden ja musiikin hankintapaikan suhteen lisääntyy. Äänite on kuitenkin moniulotteinen symbolinen tuote, jonka hankintaan vaikuttavat useat tekijät. Ääniteteollisuuden tulisikin pystyä tuottamaan kuluttajille lisäarvoa, josta nämä ovat valmiita maksamaan. Kuluttaja kuitenkin lopulta päättää miten ja missä muodossa musiikkia hankkii ja samalla määrittää koko äänitemarkkinoiden tulevaisuutta.

Asiasanat	Digitaalinen ääni, Internet, musiikin kulutus, ääniteteollisuus, äänitemarkkinat
Muita tietoja	