

Aliina Aavaluoma

Ensimmäistä kertaa uudestaan

Televisiosarjan toinen tuotantokausi tuottajan näkökulmasta

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Elokuva ja televisio

Opinnäytetyö

12.01.2018

Tekijä(t) Otsikko	Aliina Aavaluoma Ensimmäistä kertaa uudestaan. Televisiosarjan toisen tuotantokauden prosessi tuottajan näkökulmasta
Sivumäärä Aika	35 sivua + 1 liite 12.1.2018
Tutkinto	Medianomi (AMK)
Koulutusohjelma	Elokuva ja televisio
Suuntautumisvaihtoehto	Tuotanto
Ohjaaja(t)	Tuotannon lehtori Annakaisa Sukura
<p>Tämä opinnäytetyö pyrkii selvittämään kotimaisten televisiosarjojen toisen tuotantokauden prosessia verrattuna saman sarjan ensimmäiseen kauteen. Lähdeaineistona on käytetty televisiosarjoihin perehtyvää kirjallisuutta, aiempia opinnäytetöitä ja artikkeleita. Työtä varten on haastateltu alan asiantuntijoita, ja näitä haastatteluja on analysoitu teemoittelemalla.</p> <p>Opinnäytetyötä varten on haastateltu neljää suuren kotimaisen tuotantoyhtiön tuottajaa, jotka ovat olleet mukana saman sarjan molempien kausien teossa. Käsittelyyn on valittu suuria kotimaisia tuotantoyhtiöitä sekä televisiosaroja, joista on tullut viime vuosina kaksi tuotantokautta, mutta ei vielä enempää.</p> <p>Työssä käydään läpi toisen tuotantokauden prosessia verraten sitä ensimmäisen tuotantokauden tekoon pyrkimyksenä selvittää, onko toista kertaa tekeminen helpompaa vai tuoko se mukanaan yllättäviä haasteita. Työssä käsitellään prosessin kulkua tuotannon kehittämisestä ja rahoituksesta työryhmän hankintaan, tilaajan kanssa työskentelyyn sekä valmiin teoksen markkinointiin ja levitykseen. Lopussa pohditaan hieman tulevien kausien mahdollisuuksia toisen kauden jälkeen.</p> <p>Työssä käy ilmi, että toinen kausi koetaan mahdollisuutena tehdä enemmän, syventää tarinaa ja rikkoa katsojien odotuksia. Toisaalta toinen kausi tuo mukanaan paineita siitä, että sen olisi oltava ensimmäistä kautta huomattavasti parempi. Suurien näyttelijänimien saamista toiselle kaudelle ei pidetä niin tärkeänä televisiosarjoissa, sillä katsojat kiintyvät jo olemassa oleviin hahmoihin.</p> <p>Työssä selviää myös, että televisiosarjojen rahoitus saadaan yleensä vain kanavalta, mutta osassa haastatteluissa läpikäydyistä esimerkkisarjoista on jo muutoksia tähän ja useampia rahoittajia. Kävi ilmi, että suoratoistopalvelut mahdollistavat sen, että kanava voi olla vähemmistörahoittaja. Jatkosta puhuttaessa kaikki haastatellavat olivat sitä mieltä, että olisi hyödyllistä, mikäli kanava tilaisi useamman tuotantokauden kerralla, mikä säästäisi resursseja ja helpottaisi tuotannon suunnittelua. Kanavien on kuitenkin seurattava katsojalukuja, jotta tuotanto olisi kannattavaa.</p>	
Avainsanat	Televisiosarja, tuotantokausi, toinen tuotantokausi, tuotanto

Author(s) Title	Aliina Aavaluoma The Production of the Second Season of a Television Series
Number of Pages Date	35 pages + 1 appendices 12 January 2018
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Film and Television
Specialisation option	Film and Television Production
Instructor(s)	Annakaisa Sukura, Lecturer of Production
<p>This thesis aims to examine the process of the second season of the Finnish drama series comparing it to the first season of the same show. As a source material, professional literature about television studies has been used, as well as previous studies of the subject and articles.</p> <p>The professional opinions for this work consist of interviews with four producers from four big Finnish production companies. The producers selected to this work have been working in the production of two seasons of the same series. The TV-series chosen to this research have no more than two seasons made so far.</p> <p>The research aims to find out if the production of the second season is easier than the first season or if it brings up unexpected challenges. This work will examine the whole process of the second season from the perspective of funding and employing the crew to the actual filming process and subsequently marketing and distribution. In the end thoughts of the producers about the upcoming seasons are briefly explained.</p> <p>During this process, it was found out that producers experience the second season as an opportunity to do more and go deeper with the story breaking the audience's expectations. On the other hand, the second season comes with the pressure of needing to be better than the first season. What comes to actors, having big names added to the cast in the second season was not considered crucial as the audience have already become attached to the existing characters and want to get to know them better.</p> <p>What is found out as well was that in Finland the funding of a TV-series traditionally comes only from the network that also broadcasts the show. In the interviews, there were couple of series that had had funding from other sources as well. It is shown that the streaming services makes it possible for the network be the minority funder.</p> <p>When talking about the future seasons, all the producers agreed that it would be easier if the network would order few seasons at a time as this would save the recourses and make the planning of the production easier. However, networks need to follow the audience numbers to see which productions are profitable.</p>	
Keywords	Television series, season, second season, production

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Televisiosarja	2
2.1	Tuotantokausi	4
2.2	Tuottajan työ televisiosarjassa	4
3	Tutkimuksen teko	5
3.1	Menetelmät	5
3.2	Haastateltavat ja esimerkkisarjat	7
4	Tv-sarjan tuotanto	8
4.1	Tilaaaja	9
4.2	Yhteistuotanto	9
4.3	Tv-sarjan erot elokuvaan	9
5	Toisen tuotantokauden tekeminen	11
5.1	Miten toista kautta lähdetään tekemään?	11
5.2	Työryhmä ja näyttelijät	12
5.3	Tilaaajan kanssa työskentely	15
5.4	Markkinointi, levitys ja kansainvälisyys	16
5.5	Haasteet ja vaikeudet	18
5.6	Mahdollisuudet ja hyödyt	20
6	Rahoitus ja resurssit	21
6.1	Perinteisesti kanava rahoittaa	21
6.2	Elokuvasäätien tuki	22
6.3	Budjetti	24
6.4	Ajan käyttö	25
6.5	Käytettävissä olevat resurssit	26
7	Tulevat tuotantokaudet	26
8	Päätelmät	28
	Lähteet	33
	Liitteet	
	Liite 1. Haastattelujen pohjakysymykset	

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kartoittaa televisiosarjojen toisen tuotantokauden tuotantoprosessia tuottajan ja tuotantoyhtiön näkökulmasta verraten sitä ensimmäisen tuotantokauden ja uuden tv-sarjan tekoon. Keskitän tutkimukseni kotimaisiin fiktiivisiin sarjoihin, joista on tehty kaksi tuotantokautta.

Kiinnostuin aiheesta huomattessani, että vaikka televisiosarjojen tekemistä on tutkittu paljon, toisen tuotantokauden prosessiin ei monessakaan yhteydessä ollut perehdytty. Sen sijaan jatko-osien tekemistä on elokuvien puolella tutkittu jonkin verran. Suomessa televisiosarjoihin liittyviä tutkimuksia ovat muun muassa Hyytiän (1997) lopputyötutkimus tuottajan työstä tv-draamasarjassa sekä Salmisen (2005) opinnäytetyö tv-sarjatuottajien jaksamista. Tämän lisäksi internetissä on artikkeleita elokuvien jatko-osista sekä tv-sarjoista, jotka ovat saaneet jatkoa. Varsinaisia tutkimuksia toisesta kaudesta ensimmäiseen peilaten ei kuitenkaan ole juurikaan julkaistu.

Tämä tutkimus toimii jatkona kaikille niille teoksille, jossa on tutkittu ensimmäisen kauden tekemistä ja uuden sarjan tuottamista. Kun ensimmäinen kausi on saatu tehtyä, on aika keskittyä jatkoon ja toisen kauden tekemiseen. Työni käsittelee juuri tätä vaihetta – kun ensimmäistä kertaa lähdetään tekemään toista kertaa. Toisen tuotantokauden tekeminen on sinänsä uniikki ja mielenkiintoinen prosessi: siinä lähdetään tekemään toista kertaa, mutta uudelleenteon prosessi voi olla hyvinkin erilainen kuin ensimmäistä kertaa tehtäessä. Tätä seuraavat kaudet ovat kukin erilaisia, sillä silloin on päästy tekemään sarjaa uudelleen jo kertaalleen.

Haluan työssäni selvittää, miten toisen tuotantokauden tuotantoprosessi eroaa ensimmäisen kauden tuottamisesta, mitä haasteita ja mahdollisuuksia olemassa olevan tuotoksen jatkaminen pitää sisällään sekä mitä asioita tulisi ottaa huomioon toista kautta tehtäessä. Onko toisen kauden tuottaminen helpompaa tai edullisempaa kuin ensimmäisen kauden tuottaminen – tai voisiko se olla? Mielestäni tämä on tärkeä aihe, ja televisiosarjoja kehittäessä on tärkeää osata huomioida ensimmäisen kauden mahdollistamat asiat sekä olla tietoinen siitä, mitä uutta ja yllättävää toinen kausi voi tuoda tullessaan.

Lähden käsittelemään toista tuotantokautta ensin perehtymällä siihen, mitä televisiosarjat ovat ja miten jatko-osa käsitetään televisiossa. Seuraavaksi tutkin toisen kauden tuotannon prosessia haastatteleamalla tuottajia, joilla on kokemusta useamman kauden tekemisestä. Selvitän, miten työ televisiosarjojen kohdalla eroaa elokuvien tuottamisesta ja mistä toisen tuotantokauden prosessi lähtee liikkeelle. Käyn läpi rahoitusta, budjettia, työryhmää ja näyttelijöitä sekä toisen tuotantokauden resursseja. Perehdyn siihen, miten tilaajan kanssa työskentely eroaa, kun yhteistyötä tehdään toistamiseen. Käsitelen myös toisen tuotantokauden markkinointia ja levitystä televisioon ja muille mahdollisille kanaville. Haastattelujen avulla käsitelen toisen tuotantokauden tuomia haasteita ja mahdollisuuksia tuottajien silmin.

Lopussa kokoan yhteen haastatteluissa ilmenneitä asioita ja pohdin, voisiko tv-sarjoja jatkossa tuottaa näiden huomioiden varjossa eri tavalla. Pohdin myös sitä, miten muutuva ympäristö ja laajenevat esitysalustat voivat vaikuttaa jatkossa katselukokemuksiimme.

2 Televisiosarja

Caughie (2000, 205) vertaa televisiosarjoja romaaneihin ja puhuu siitä, että sarjassa rakennetaan jännitystä pitkittyneellä ajalla, kun tarina katkeaa aina jakson jälkeen. Creeber puolestaan erittelee sarjatelevision uniikkeja piirteitä muun muassa sillä, että pitkäkestoisessa sarjassa on mahdollisuudet aivan erilaiseen aikatauluun kuin elokuvissa: katsojat saadaan kiinnostumaan tarinasta pitkäksi aikaa ja tarinassa voidaan luoda kokonaisia maailmoja ja sivutarinoita, joita käsitellään hyvinkin tarkasti, mutta kaikki ei koskaan selviä (Creeber 2004, 4).

TV- sarjoilla on monia ala-lajeja. Suurin erottelu perinteisten sarjojen välillä englannin kielessä on eritelty käsitteillä *serial* (*jatkosarja*) ja *series* (*jaksosarja*). *Series* käsittää tv-sarjat, jotka seuraavat usein samoja hahmoja samoissa paikoissa, mutta jokaisella jaksolla on oma juonensa, joka ei välttämättä liity kokonaisuuteen millään lailla. Näin ollen sarjaa voi katsoa melkein missä järjestyksessä vain, ilman että seuraaminen on hankalaa. *Serial* puolestaan koskee jatkuvajuonisia sarjoja, joissa pyritään pääsemään lopputulokseen esimerkiksi kauden päättyessä. Tämä ei estä lisää jatkoa, mutta jokainen jakso liittyy toisiinsa ja rakentaa tarinaa eteenpäin. Nykyään nämäkin ovat sekoittuneet keskenään, eivätkä sarjan piirteet ole yhtä ennalta määritellyt kuin aiemmin.

Monissa jaksosarjoissa on nykyään myös jatkuvia juonia, mutta pääpiirteiltään sarja on kuitenkin juoneltaan loppumaton. Jatkuvajuonisissa sarjoissa on usein myös jakson pituisia pienempiä tarinankaaria, jotka auttavat uusia katsojia pääsemään tarinaan helpommin mukaan. Myös pidemmän tarinankaaren päätökset ovat jollain tapaa avoimia, mahdollistaen näin sarjan jatkon vielä tulevaisuudessa. (Creeber 2004, 8, 11.)

Nikkinen ja Vacklin kuvailevat jatkosarjan tarinan jakautuvan usean jakson ajalle ja selviävän katsojalle pikkuhiljaa. He jatkavat jakoa jatkosarjojen alla vielä minisarjaan, telenovelaan ja saippuaopperaan. Minisarja koostuu pienestä, rajallisesta määrästä jaksoja. Saippuaopperassa on valtava määrä hahmoja, joiden ihmissuhteiden käsitteelyyn sarja perustuu. Telenovela on saippuaopperaa, mutta se on päättyvä sarja, vaikkakin jaksoja on yli sata. (Nikkinen & Vacklin 2012, 48.)

Jatkuvajuonisen sarjan yksi kiinnostavimmista piirteistä on sen moninaisuus. Sarjat seuraavat useita henkilöitä usein sivujuonin yhdistellen näitä moninaisesti toisiinsa (Allen, Robert 2004, 251. toim. Allen & Hill). Allen ja Hill (2012, 167–168.) huomauttavat vielä, että jatkuvajuoniset sarjat saavat katsojat sitoutumaan sarjan maailmaan useiksi vuosiksi, jopa vuosikymmeniksi. Heidän mukaansa jatkuvajuoniset sarjat voidaan vielä jakaa avoimiin (*open*) ja suljettuihin (*closed*) sarjoihin, riippuen siitä jatkuuko sarja ikuisesti vai onko sen tarkoitus joskus päätyä loppumaan.

Keskityn tässä työssä kotimaisiin jatkuvajuonisiin sarjoihin, joille on tekeillä jatkoa ainakin toisen kauden verran. Eron suomalaisiin sarjoihin tuo se, että Suomi on verrattain pieni maa ja resurssit ovat täällä vähäisemmät kuin useissa muissa maissa. Nikkinen ja Vacklin (2012, 11) toteavatkin teoksessaan, että tv-sarja ei yllä elokuvan tasolle wau-efektin tuottamisessa, sillä aikataulu on tiukka, eikä budjetti välttämättä riitä saman tasoihin isoihin kohtauksiin. Tästä syystä sarjoissa onkin tärkeää keskittyä koskettamaan katsojia juonen ja monitasoisten henkilöiden kautta.

Allen ja Hill (2004, 165–166) mainitsevat, että televisiossa tarkoituksena oli nimenomaan sitouttaa katsojat kanavalle tiettyyn aikaan tiettyinä päivinä. Nykyään levitysmahdollisuudet ovat paljon laajemmat ja tätä kaavaa on alettu rikkoa. Millä tavoin tuottajat pyrkivät sitouttamaan katsojia vai onko sillä väliä?

Allen (2004, 243. toim. Allen & Hill) toteaa, ettei mikään television muoto ole kiinnostanut katsojia niin laajalti, usein ja suurissa määrin kuin jatkuvajuoniset sarjat. Haastatte-

luissanikin nousi ilmi se, että tv-sarjat ovat nyt suuremmassa suosiossa kuin aikoihin. Mikä siis olisikaan parempi syy perehtyä paremmin tutkimaan nykyisiä tv-sarjoja.

2.1 Tuotantokausi

Pitkä draamasarja koostuu useasta jaksosta, jotka muodostavat tuotantokausia. Vacklin ja Nikkinen (2012, 15) nimeävät kirjassaan tällaiset sarjat kausisarjoiksi, joissa on oma tarinansa niin jakson sisällä kuin tuotantokauden ajanakin.

Yhdysvalloissa tuotantokaudet ovat usein yli 20 jakson pituisia. Euroopassa ja Suomessa jaksoja on vähemmän, sillä tuotantokoneisto ja resurssit ovat täällä erilaiset. (Nikkinen ja Vacklin, 2012, 30–31.) Haastattelujeni esimerkkisarjat ovat suhteessa toisiinsa saman kestoisia.

Esimerkkisarjoissa jaksojen määrä pysyy toisella kaudella lähestulkoon samana kuin ensimmäisellä kaudella. Ohessa sarjojen ensimmäisten tuotantokausien jaksomäärä:

- Sorjonen, 10 jaksoa
- Ex-onnelliset, 12 jaksoa
- Downshifitajat, 10 jaksoa
- Mustat Lesket, 12 jaksoa
- Black Widows Scandinavia, 8 jaksoa

2.2 Tuottajan työ televisiosarjassa

Tuottajan työ on monipuolista ja toimenkuvat vaihtelevat projektikohtaisesti. Yhteneviä piirteitä ovat kuitenkin se, että tuottaja hankkii resurssit elokuvan tai tv-sarjan tuotantoon ja rekrytoi taiteellisen ja teknisen työryhmän. Tuottaja valvoo koko prosessin sujumista ja huolehtii, että se valmistuu ajallaan. Tuottajan tehtäviin kuuluu myös hankkia mahdolliset sponsorit sekä tehdä levitys- ja markkinointisopimukset. (Saksala 2015, 20.)

Tuottajan työ on valvoa, että tv-sarja päättyy käsikirjoituksesta tv-ruudulle. Työtehtävät vaihtelevat projekteittain, mutta pääosin tuottajan tehtäviin kuuluu hallintoa, valvontaa, työryhmän hallintaa, budjetointia, markkinointia ja rahoituksen hoitamista. Tuottaja te-

kee myös kaikki sopimukset työntekijöiden, rahoittajien, levittäjien ja muiden tahojen kanssa. Hän huolehtii, että käsikirjoituksessa luvutat asiat toteutuvat lopullisessa tuotoksessa. Kellisonin mukaan televisiosarja on tuottajan projekti, kun taas elokuva on ohjaajan ja teatteri näyttelijävetoinen. Tuottaja palkkaa muut tekijät tv-sarjaan ja on muita suuremmassa vastuussa teoksesta. (Kellison 2009, 2–3.)

Kaikki haastatteluihini valitsevat tuottajat toimivat tuotantoyhtiöissä vakituisessa työsuhteessa. He ovat tehneet töitä niin tv:n kuin elokuvienkin parissa. Haastateltavat kuvasivat, että työ televisiosarjoissa on suurilta osin samankaltaista kuin elokuvienkin kanssa. Samat tekijät ja samankaltaiset tarinat päätyvät niin elokuvateattereihin kuin televisioonkin. Suurimmat erot olivat projektien rahoituksessa ja budjetissa, joita käsitelen myöhempanä tarkemmin.

3 Tutkimuksen teko

Seuraavaksi käyn läpi sitä, miten tutkimukseni etenee ja mitä tutkimusmenetelmiä olen käyttänyt. Sen jälkeen esittelen haastateltavat tuottajat sekä esimerkkisarjat, joita haastatteluissa käsitelimme.

3.1 Menetelmät

Tutkimus toteutetaan kvalitatiivisesti asiantuntijahaastatteluin sekä alan ammattikirjallisuuden pohjaten. Haastattelut on toteutettu marraskuun 2017 aikana ja haastattelen neljän kotimaisen tuotantoyhtiön neljää tuottajaa, jotka ovat olleet mukana jonkin televisiosarjan kummankin kauden toteutuksessa.

Valitsin käsitteleväksi menestyneitä isoja tv-sarjoja, jotka näytetään suurilla tv-kanavilla. Valitsin sarjoja, joista on hiljattain tehty tai juuri tekeillä toinen tuotantokausi. Osalla haastateltavista oli kokemusta useamman sarjan ja tuotantokauden teosta, joten puhuimme tarvittaessa hieman myös niistä.

Pohjaan haastattelut useisiin haastattelumenetelmiä kuvaaviin kirjoihin, joihin olen perehtynyt ennen haastattelujen toteuttamista. Asiantuntijahaastatteluun (Hyvärinen, Nikander & Ruusuvuori 2017, 215) päädyin siksi, että tuottajilla on nimenomaan sellaista

hiljaista tietoa televisiosarjojen tuotannon prosesseista kokonaisuutena, joita muilla työryhmän jäsenillä puhumattakaan elokuva-alan ulkopuolisista ihmisistä, olisi.

Haastattelut on toteutettu laadullisena puolistrukturoituna teemahaastatteluna (Hirsjärvi & Hurme 2000, 27). Käytin kaikkien haastateltavien kohdalla samaa haastattelukysymysten pohjaa (liitteenä 1) mukaillen sitä kunkin sarjan tuotantovaiheiden mukaisesti. Mikäli käsiteltävän sarjan tuotanto oli vasta kuvausvaiheessa, käsitelimme toisen tuotantokauden markkinointia yleisellä tasolla tai tuottajan aiempien kokemusten pohjalta. Tilanteen mukaan saatoinkin vaihdella kysymysten järjestystä, kysyä tarkentavia lisäkysymyksiä tai sivuuttaa aiheen, joka ei ollut kyseisessä haastattelussa mielekäs.

Haastattelut on analysoitu käyttäen teemoittelua (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006) ja asiantuntijahaastattelun analyysiä (Ruusuvoori, Nikander & Hyvärinen 2010, 372-390). Haastatteluissa ilmenneitä kokemuksia ja huomioita on vertailtu pyrkien koamaan yhteen tekijöitä, jotka ilmenevät useamman erilaisen projektin teossa.

Haastateltavat ja esimerkkisarjat on esitelty myöhempänä, mutta valitut sarjat olivat lähinnä pohjina keskustelulle. Koska työni tarkoituksena on löytää yhdistäviä tekijöitä, en analyysissäni lähde erittelemään kunkin sarjan kohdalla tapahtuneita asioita yksittäin, vaan kokoon huomioita yhteen yleisesti kertoen, kuinka moni tuottajista koki asiat samalla tavalla. Näin ollen toisen kauden tekoa käsitellessäni huomiot ovat anonymoija, eikä sarjoja tai haastateltavia tuoda tarkemmin myöhemmässä vaiheessa enää esille. Tämä myös siksi, ettei työn huomio keskittyisi liaksi esimerkkisarjojen yksityiskohtiin vaan tuottajien kokemuksiin toisen kauden teosta. Yksittäiset mielipiteet ja huomiot erittelen käyttämällä nimikkeitä tuottaja 1, tuottaja 2, tuottaja 3 sekä tuottaja 4.

Tuottajilla on paljon hiljaista tietoa, vuosien tuomia kokemuksia ja viisautta, jota haluan myös työssäni tuoda esille televisiotuotannon maailmasta. Pyrin selvittämään, onko toisen kauden teossa olemassa toistuvia asioita, joista tekijät ovat tietoisia tai onko heillä kokemuksia, jotka voisivat sanallistettuna olla hyödyllisiä tulevaisuutta ajatellen.

Jo kaksikymmentä vuotta sitten Riina Hyytiä tutki Taideteollisen korkeakoulun päättötyössään *Tuottaja Tv-draamasarjassa. Tuottajan mahdollisuudet vaikuttaa tuotannon taiteellisten tavoitteiden asettamiseen, kehittelyyn ja toteutumiseen kotimaisessa tv-draamasarjassa kotimaisten tv-sarjojen tuottajuutta*. Käytän samankaltaisia haastattelu-

ja oman työni lähtökohtana, ja kyseinen työ on ollut minulle pohjana haastatteluja suunnitellessa.

3.2 Haastateltavat ja esimerkkisarjat

Haastattelin opinnäytetyötäni varten neljän eri tuotantoyhtiön tuottajaa. Seuraavaksi esittelen lyhyesti haastateltavat sekä televisiosarjat joihin haastatteluissa keskityimme. Kaikki valitut haastateltavat ovat isoja kotimaisia tuotantoyhtiöitä, joten katson niiden toimivan hyvinä esimerkkeinä ja käsiteltävinä tapauksina tässä tutkimuksessa, jossa käydään läpi kotimaisten sarjojen tuotantoa.

Matti Halonen on Fisherking Oy:n vastaava tuottaja ja työskennellyt alalla 30 vuotta. Hän toimii tuottajana Sorjonen-rikossarjassa, jonka toisen kauden kuvaukset ovat tätä työtä tehdessä juuri päättyneet. Sorjosta näytetään YLE TV1:llä ja sitä on levitetty ulkomaille muun muassa suoratoistopalvelu Netflixin kautta.

Leena Mäenpää työskentelee kymmenettä vuotta Dionysos Films Oy:ssä. Hän on tuottajana Ex-onnelliset-komediasarjassa, jonka toisen kauden kuvaukset ovat vielä tätä työtä tehdessä käynnissä. Ex-onnellisia näytetään MTV3-kanavalla.

Marko Talli on tuottajana Yellow Film & TV:ssä. Hän on ollut talossa yli 10 vuotta ja ollut mukana lukuisten tv-sarjojen ja elokuvien tuotannoissa. Hän on tuottanut Downshiftaajat-sarjaa, jota on näytetty ensimmäisenä kotimaisena sarjana Elisa Viihteellä. Opinnäytetyötä tehtäessä sarjan toinen kausi on jo näytetty maksukanavalla ja se on pian tulossa YLE TV2:lle.

Tarja Ahava työskentelee Moskito Television Oy:ssä ja on ollut alalla jo yli 20 vuotta. Hän on toiminut tuottajana menestyneessä draamasarjassa Mustat Lesket, josta on tehty myös skandinaavinen versio Black Widows Scandinavia, joka tuotettiin samassa talossa. Molemmista sarjoista on esitetty kaksi kautta. Mustia Leskiä Suomessa esittää Nelonen.

Olen valikoinut haastateltavat niin, että edustettuna on erilaisia tuotantoja ja eri tuotantoyhtiöiden teoksia. Tarkoituksena on käsitellä eri tuottajien kokemuksia, saaden niistä aikaan jonkinlaisia yleiskäsityksiä. Jokainen sarja ja tuotanto ovat erilaisia, mutta tuotannon kaarissa on yhteneväisyyksiä ja työn tarkoituksena onkin selvittää, mitkä asiat

toistuvat eri tuotannoissa. Tuotantojen koot ja haasteet on otettu huomioon, eikä niitä ole tarkoitus verrata toisiinsa. Tarkoituksena on huomioida, mitä kunkin sarjan toisen tuotantokauden kohdalla tulee ilmi verrattuna ensimmäiseen kauteen. Näin ensimmäinen kausi luo pohjan, johon kutakin tuotantoa verrataan kiinnittämättä liikaa huomiota muihin sarjoihin.

Olen kiinnittänyt huomiota myös siihen, että sarjat eroavat toisistaan genrensä osalta ja osa tuotannoista on huomattavasti kevyempiä ja toiset raskaampia isomman koneistonsa myötä. En kuitenkaan koe, että tämä vaikuttaa tutkimukseeni, sillä kokemukset toisen kauden tekemisestä kuitenkin samankaltaisia, oli sitten minkälainen sarja tahansa kyseessä. Keskityn nimenomaan eroihin ensimmäiseen kauteen verrattuna ja näin jokaisen sarjan prosessia verrataan lähinnä sen omaan ensimmäiseen kauteen. Haluan tutkia, löytyykö yhtäläisyyksiä ja onko olemassa hiljaista tietoa, jota voisi hyödyntää jatkossa, kun tuotetaan jatkoa sarjoille.

4 Tv-sarjan tuotanto

Tuottajan työ on erilaista joka projektissa, mutta samankaltaisia piirteitä löytyy. Televisiosarjoissa on muodostunut tiettyjä standardeja, joiden mukaan yleensä mennään. Riippuen esityskanavasta, televisiosarjojen jaksot ovat yleensä 30-60 minuutin pituisen esityspaikkaan tehtyjä. Mainosten kanssa tämä tarkoittaa keskimäärin 42 minuutin jaksoa tunnin esitysslotissa. Suoratoistopalveluissa esitettävät sarjat ovat usein saman pituisia kuin mainoskanavilla, joskin mainosten puuttuminen antaa mahdollisuuden pidemmälle jaksolle riippuen tilaajan toiveista.

Valitsemani esimerkkisarjat ovat keskenään samaa pituusluokkaa. Esimerkkeinä käytetyistä sarjoista Sorjosta esitetään Ylellä, joka ei ole mainoskanava, joten kanavalla ole mainoskatkoja. Tästä johtuen kyseisen sarjan jaksot ovat hieman muita esimerkkisarjoja pidempiä. Esimerkkisarjojen jaksojen pituudet ensimmäisellä tuotantokaudella:

Sorjonen, jakson pituus 52 minuuttia

Ex-Onnelliset, jakson pituus 43 minuuttia

Downshiftaajat, jakson pituus 42 minuuttia

Mustat Lesket, jakson pituus 42 minuuttia

4.1 Tilaaja

Televisiosarjan tilaaja on usein kanava, jolla ohjelma tullaan esittämään. Tilaaja on myös sarjan päärahoittaja.

Esimerkkisarjojen tilaajat

Sorjonen, YLE TV1

Ex-Onnelliset, MTV3 (toinen kausi esitetään ensin C-Morella)

Downshiftaajat, Elisa Viihde / YLE

Mustat Lesket, Nelonen

4.2 Yhteistuotanto

Yhteistuotanto on yksittäinen projekti, joka tuotetaan yhteisesti kahden tahon välillä. Yleensä yhteistuotantoon päädytään, kun kanavan antama rahoitus yksinään ei riitä tuotannon toteutumiseen niillä standardeilla joihin kyseisessä tuotannossa pyritään. Yhteistuotannon sisältävät usein sopimuksia tuottajien ja kanavien välillä, mutta mukana saattaa olla myös pankkeja ja muita sijoittavia tahoja. (Ellis, John 2004, 280. toim. Allen & Hill.) Mukana voi olla hyvinkin erilaisia rahoittajia, joista kaikki eivät vaikuta varsinaiseen tuotantoon. Käsittelen rahoittajien vaikutusta ohjelmaan sisältöön myöhemmin luvussa 5.4.

4.3 Tv-sarjan erot elokuvaan

Haastateltavat toivat ilmi sitä, että televisiotuotanto ja elokuvatuotanto eroavat toisistaan muun muassa rahoituksen, keston ja työryhmän koon kannalta. Esille tuotiin myös jo aiempana mainittu huomio siitä, että elokuva on ohjaajan ja televisiosarja tuottajan teos. Tämä pitää siltä osin paikkaansa, että tv-sarjassa saattaa olla useampi ohjaaja eikä ohjaajalla ole sisältöön niin paljon sananvaltaa kuin esimerkiksi käsikirjoittajalla.

Ilmi tuotiin myös se, että tv-sarjan kaari on paljon pidempi, varsinkin jos kyse on pitkäsarjasta, jossa on pyrkimyksenä tuottaa useampi tuotantokausi. Elokuvissa on haastateltavien mukaan intensiivisempi prosessi ja kuvauspäiviä on mahdollisesti vähemmän.

Rahallisesti elokuvissa on tv-sarjoja isommat budjetit per minuutti ja rahoitus tulee useammalta taholta. Rahoituksen hankkiminen vie näin elokuvissa myös enemmän aikaa ja rahoituspäätökset tulevat tuottajien mukaan hyvin myöhän. Tuottaja 1 jaotteli elokuvan rahoituksen kolmeen osaan: elokuvasäätiön tuki, levittäjän osuus ja tv-kanavan osuus, joista rakentuu keskeinen osuus elokuvan rahoitukselle. Hän lisäsi, että näistä koottu raha ei välttämättä vielä riitä tuotantoon, jolloin lisärahoitusta on etsittävä vielä muualta. Suurempien budjettien mainittiin antavan aikaa tehdä parempaa laatua kuin television puolella draamasarjoissa. Tuottaja 1 sanoi myös tv-sarjojen jälkituottojen olevan pienempiä kuin elokuvien, joskin nykyään ulkomaalaiset uudelleenfilmatisoinnit ovat alkaneet lisääntyä.

Tuotannon pituus lisää myös materiaalin määrää ja tuottaja 2 huomautti, että yhden tv-sarjan leikkausmateriaali vastaa noin 5–6 pitkän elokuvan kestoa määrällisesti. Tämä johtuu siitä, että jo yksi tv-sarjan jakso on pituudeltaan noin puolet pitkästä elokuvasta. Näin myös työryhmää saatetaan tarvita enemmän, varsinkin jos kyseessä on tiukka aikataulu, jolloin yhden ihmisen työaika ei riitä esimerkiksi leikkaamaan kaikkea materiaalia. Tv-sarja työllistää suuremman määrän ihmisiä kuin elokuva ja sitoo myös henkilöresursseja pidemmäksi aikaa.

Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että elokuvat ovat myös enemmän riski tuotantoyhtiölle juurikin rahoituksensa vuoksi. Budjettien suurus johtaa usein myös omarahoitukseen, joka saadaan takaisin vasta myöhemmin, mikäli elokuva menestyy tarpeeksi hyvin. Mikäli elokuva ei menesty, voidaan jäädä tappiolle. Tv-sarjojen rahoitus taas saadaan lähinnä kanavalta, ja tuo summa riittää jo perustekemiseen. Tv-sarjan ollessa hallitumpaa siitä jää ennustettu tulo käteen, mikäli se tuotetaan ammattimaisesti. Elokuvien rahoituspäätökset tulevat myös hyvin myöhään, ja tuottaja 3 koki, että televisiosarjojen kohdalla voidaan olla enemmän varmoja siitä, että projekti menee tuotantoon, kun tilaaja on pistänyt jo käsikirjoituksen tilaamiseen rahaa.

Haastateltavat olivat kuitenkin sitä mieltä, että samat ihmiset tekevät niin elokuvia kuin tv-sarjojakin ja saman tyyppiset käsikirjoitukset päätyvät kummassakin tuotantoon. Tällöin varsinaisessa työskentelyssä kuvauspaikalla ei ole suurtakaan eroa elokuvan ja televisiosarjan välillä, vaikka prosessi kulkeekin hieman eri tavalla.

5 Toisen tuotantokauden tekeminen

Työni tarkoituksena on selvittää mitä erityispiirteitä toisen tuotantokauden tekoon kuuluu ja miten niitä huomioimalla voidaan hyödyntää resursseja paremmin. Miten lähdetään tekemään uutta kautta, kun pohja sarjalle on jo olemassa?

Haastateltavat kokivat toisen kauden prosessin kevyempänä kuin ensimmäisen tuotantokauden prosessin. He kokivat sen myös nopeampana, kun pohja sarjalle oli jo ensimmäisellä kaudella luotu. He sanoivat, että maailmaa ei tarvitse enää testata ja kirjoitusprosessi on näin kevyempi, joskin yhtä työläs ja aikaa vievä. Ylipäätään mielipiteissä nousi esille se, että ensimmäisellä kaudella voidaan tehdä virheitä, joita sitten toisen kauden tekemisessä päästään korjaamaan.

5.1 Miten toista kautta lähdetään tekemään?

Pohtiessani toisen kauden tekoprosessia halusin lähteä selvittämään seuraavia kysymyksiä: Kuinka tärkeää toisella kaudella on ottaa riskejä ja lähteä tekemään jotain suurta ja vaikuttavaa? Missä määrin katsojien odotuksiin on vastattava? Kuinka tv-sarjan levitysalusta vaikuttaa sarjan tekoon? Onko toinen kausi mahdollista näyttää eri paikassa kuin ensimmäinen, ja mitä tämä käytännössä tarkoittaa? Mistä toisen kauden prosessi ylipäätään lähtee liikkeelle?

Haastateltavat mainitsivat, että toisen kauden tuotantopäätös tulee lähes poikkeuksetta vasta sitten, kun ensimmäinen kausi on tullut ulos kanavilta ja sen katsojaluvut ovat nähtävissä. He myönsivät, että olisi mukavaa, mikäli tieto toisen kauden toteutumisesta olisi jo aiemmin, mutta ymmärrettävästi tilaajan on nähtävä, miten sarja on otettu vastaan, jotta voidaan tietää, että toisen kauden tilaaminen on kannattavaa. Tähän tuottaja 2 antoi markkinoinnista tutun esimerkin: elokuvat ovat b2c-toimintaa, eli yritysten ja kuluttajien välistä toimintaa, sillä lipputulot tulevat elokuvateattereiden kassoilta. Tv-sarjat sen sijaan ovat b2b-toimintaa, eli yritysten keskinäistä toimintaa, sillä katsojaluvut määrittävät sen, onko tv-kanavan järkevää jatkaa sarjan tilaamista. Tämän takia sarjojen esitysaikoihin tulee usein parinkin vuoden viive.

Huomautuksena hän lisäsi vielä tähän, että eri maissa on eri käytännöt siihen, miten jatkokausia tilataan, mutta Suomessa yleisesti ottaen toimitaan näin. Maiden väliset

erot tulevat myös ilmi siinä, että Suomen mittakaavassa marginaalisen tv-sarjan pienet katsojaluvut ovat hyvin pieniä, mutta jossakin isommassa maassa pieni prosenttiosuus saattaa vastata lukumäärältään koko Suomen väkilukua. Tämän takia varsinkin Suomessa sarjoja, joilla on hyvin vähän katsojia, ei jatketa.

Ajatus toisesta kaudesta lähtee tekijöiden mukaan kuitenkin muhimaan jo ensimmäistä kautta tehtäessä. Käsikirjoittajat jättävät käsikirjoituksiin avoimia langanpätkiä, joita on jatkossa mahdollista käsitellä syvemmin. Tärkeimmille taiteellisista tehtävistä vastuussa oleville tekijöille ilmoitetaan hyvissä ajoin, että mahdollista jatkoa on suunnitteilla. Näin suunnitteluprosessin aikana voidaan käydä keskustelua ja saada tärkeät tekijät mukaan myös toiselle kaudelle tai ainakin tietoisiksi, että töitä toisella kaudella olisi pian tarjolla. Aina tämä ei kuitenkaan onnistu muiden töiden takia.

Business Wires -lehdessä julkaistun raportin mukaan elokuvien jatko-osat ovat saaneet lähes yhtä suuret katsojaluvut kuin sarjan ensimmäinen elokuva (Wood 2005). Miten suosio jakautuu tv-sarjojen kohdalla? Ensimmäisten kausien katsojaluvut olivat kaikkien sarjojen kohdalla suuria ja saivat ne yltämään korkealle vertailuissa (Finnpanel 2016). Toisten kausien katsojaluvut jäivät nähtäväksi, sillä mainituista sarjoista vain Mustista Leskistä on tullut toinen kausi ulos ilmaiskanavilta. Katsojalukujen seuraaminen myös monimutkaistuu jatkuvasti, kun katsojat hajaantuvat katsomaan usealta alustalta, eivätkä kanavan katsojaluvut tässä tapauksessa kerro kaikkea. Niin Ylellä, MTV3:lla kuin Nelosellakin on omat verkkopalvelunsa, joista televisiossa näytettyjä ohjelmia on mahdollista katsoa jälkikäteen uudelleen.

5.2 Työryhmä ja näyttelijät

Pyysin haastateltavia vertaamaan ensimmäisen ja toisen tuotantokauden työryhmiä. Tuottaja 3 kertoi, että hänen tuottamassaan sarjassa keskeisimmät vastuuroolit työryhmässä pysyivät samoilla henkilöillä, mutta muussa teknisessä ryhmässä ja assistenteissa oli paljon vaihtelua. Tuottaja 1 kommentoi, että yleensä työryhmässä on aina jonkin verran vaihtelua, sillä kaikki samat henkilöt eivät aina pääse toisen kauden kohdalla mukaan. Hän kuitenkin huomautti, että mikäli ensimmäinen kausi on onnistunut, ihmiset haluavat kyllä palata sarjan pariin. Tällä kertaa sarjassa työryhmää tuli tiukan aikataulun takia lisää toiselle kaudelle. Käsikirjoittaja vaihtui kirjoitustiimiin, toinen ohjaaja otettiin mukaan ensimmäisen lisäksi ja leikkaajien määrä kasvoi.

Tuottaja 4 kertoi, että heillä suurin osa keskeisten ryhmien johtajista, Head of Departmenteista (HOD) pysyi samana. He käyttävät myös mielellään hyväksi huomattuja henkilöitä, kuten valoryhmää ja assistentteja uudelleen. Tähän hän huomautti, että tietysti riippuu esimerkiksi kuvaajasta tai valaisijasta, kenen kanssa nämä haluavat työskennellä. Hänen mukaansa kaikki, jotka haluttiin mukaan toiselle kaudelle ja olivat muilta töiltä tuolloin vapaana, tulivat kyllä mukaan. Vaikka mukaan tulee uutta työryhmää, uusien työntekijöiden työtä mainittiin helpottavan se, että ensimmäinen kausi on jo olemassa ja näin esimerkiksi tyyllillisiä asioita voidaan opiskella aiemmista jaksoista.

Työryhmän palkkaamisen suhteen esille nousi se, että ihmisiä saa helpommin mukaan, kun tuote on tuttu ja menestynyt. Tuottaja 4 huomautti, että toisaalta mikäli ohjelman konsepti ei aukea tai tunnu itselle sopivalta, osataan kieltäytyä nopeammin. Tuottaja 1 mainitsi, että jos taas ensimmäisen kauden prosessi on ollut raskas, osa ihmisistä ei välttämättä halua lähteä mukaan uudelleen. Tuottaja 2 mainitsi, että jos prosessi on ollut rankkuudestaan huolimatta antoisa ja sarja menestynyt ja kiitelty, tekijöillä on syntynyt suhde sarjaan ja he mielellään tulevat kuitenkin mukaan uudelleen.

Tuottaja 1 huomautti, että aina on myös niitä, joilla on palo tehdä jotain uutta ja he valitsevat mieluummin jonkin uuden sarjan ensimmäisen kauden kuin sarjan toisen kauden, mikäli molemmat vaihtoehdot ovat samaan aikaan tarjolla.

Kahdessa sarjoista käytettiin laajempaa työryhmää ristikkäin. Ensimmäisessä sarjoista ohjaajat vuorottelivat kuvauksissa ja leikkaajan kanssa editissä, jolloin sarjaa saatiin leikattua jo kuvausten aikana. Toisessa sarjassa puolestaan oli kaksi kokonaista itsestä työryhmää, jotka kuvasivat samaan aikaan eri paikoissa. Näin materiaalia saatiin lyhyessä ajassa enemmän kasaan.

Toisella kaudella päänäyttelijät pysyvät useimmiten samoina ja sivuhahmoissa tulee aina lisää eloa. Kun etsitään uusia kasvoja mukaan toiselle kaudelle, tuottaja 1 ja tuottaja 3 uskoivat näyttelijöiden suostuvan aina mukaan, jos aikataulut vain sopivat. He eivät kokeneet sillä olevan välttämättä vaikutusta, mitä sarjaa tehdään, sillä kyseessä on kuitenkin työ, eikä töitä aina ole edes tarjolla. Tuottaja 2 myötäili, että kun tehdään menestyssarjaa, niin kyllä näyttelijätkin tahtovat olla mukana.

Tuottaja 4 tuottaja puolestaan kertoi, että kun näyttelijöitä pyydetään toiselle kaudelle, kieltäytyvät he nopeammin, mikäli sarja ei sovi esimerkiksi omaan moraaliin, sen sijaan

että tulisivat väkisin mukaan, mitä hän piti positiivisena asiana, sillä asiat selviävät tällöin nopeammin. Kun konsepti toisella kaudella on tuttu, voidaan välttää näin väärinkäsityksiä ja saada ryhmä nopeammin kasaan. Hän lisäsi, että toisaalta monet saattavat suostua mukaan toiselle kaudelle hyvinkin nopeasti ilman, että esimerkiksi näkevät edes käsikirjoitusta. Tähän vaikuttaa se, että sekä tuote (tv-sarja) että sitä tuottava tuotantotalo on entuudestaan tuttu. Muut yhtyivät siihen, että helpottaa kun kyseessä on tuttu sarja ja tutut tekijät ja esimerkiksi tiettyjen ohjaajien sarjoihin tullaan mukaan hyvin mielellään.

Yhdessä sarjoista oli eräs videobloggaaja pienessä roolissa toisella kaudella, mikä sarjan tuottajan mukaan toimii myös eräänlaisena markkinointikeinona, kun videobloggaaja tekee lisäksi omalle kanavalleen materiaalia kuvauksista ja hänen oma yleisönsä voi näin löytää sarjan.

Artikkelissaan *The Case of Second Season* de Semlyen (2012) käsittelee *Sherlock*-tv-sarjan toista kautta. Hän puhuu tähtinäyttelijöiden vaikutuksesta sarjan suosioon. Artikkelissa tulee myös ilmi, että tekijät ovat lähteneet toisella kaudella heti tekemään suuria juonenkäänteitä ja tunnettuja tapauksia *Sherlock Holmes* -kirjoista, kun ensimmäisellä kaudella sarja ja hahmot oli esitelty.

Haastatteluissa ilmeni paine siitä, että jokaisen kauden on oltava edellistä suurempi ja parempi. Haastateltavat painottivat kuitenkin kaikki sitä, että Suomessa sillä ei niinkään ole tekijöille merkitystä, saadaanko sarjaan toisella kaudella isoja nimiä mukaan. Toisaalta lehdistöä mainittiin kiinnostavan, mikäli mukaan saadaan nimi, joka on ollut viime aikoina pinnalla, mutta tekijöitä kiinnostaa lähinnä saada mielenkiintoisia ja rooliin sopivia näyttelijöitä.

Kaikki painottivat, että isot nimet ovat elokuvissa tärkeämpiä, sillä televisiosarjan aikana katsoja ehtii luoda suhteen hahmoihin ja ne tulevat tutuiksi pidemmällä aikavälillä, jolloin katsojat haluavat tietää nimenomaan, mitä näille hahmoille tapahtuu. Tuottaja 3 mainitsi, että ohjaajat saattavat haluta nimenomaan tuoreita kasvoja sellaisten sijaan, jotka ovat olleet paljon esillä. Toisaalta huomautettiin, että isot nimet nyt sattuvat vain olemaan hyviä ja heidän kanssaan on hyvä tehdä töitä, koska taitavat näyttelijät osavat ja tämä lopulta nopeuttaa tuotantoa.

Vastapainona tähän tuli ilmi se, että ohjaajat usein haluavat työskennellä mukavien näyttelijöiden kanssa, ja jos joku on erityisen hankala, ei hänen kanssaan halua tehdä jatkossa töitä. Tärkeämpää kuin olla tunnettu, on näyttelijän ammattitaito. Tuottaja 2 huomautti, että tv-sarjan tärkeä tehtävä on saada ihmiset koukuttumaan, joten näyttelijöiden on oltava sellaisia, joita jaksaa katsoa. Mikäli suuri nimi ei ole taitava, katsojille jää olo, että tämä on tullut rooliin vain rahan takia.

Tuottaja 1 nosti esille sen, että Suomessa monissa sarjoissa on käytössä jo meidän mittapuulla suurimmat tähdet ensimmäiseltä kaudelta alkaen päärooleissa. Tuottajan 2 mukaan kansainvälisellä mittapuulla katsottuna Suomessa taas ei ole isoja nimiä vielä tällä hetkellä. Suurten tähtien osuutta ei kuitenkaan vähätelty, ja tuottajan 2 mukaan tähti on aina tähti, mutta sarjan on mahdollista menestyä, vaikka mukana eivät olisi-kaan kaikki tämän hetken suurimmat nimet.

5.3 Tilaajan kanssa työskentely

Erot tilaajan kanssa työskentelyyn toisella kaudella liittyvät lähinnä siihen, että kyseessä on jo tuttu tuote. Haastateltavien mukaan vakuutteluvaihe jää pois, kun tilaaja tietää jo mitä on saamassa. Työskentelyä helpottaa, jos saa saman tiimin kuin edelliselläkin kaudella. Mikäli ensimmäinen kausi on menestynyt hyvin, tilaajakin on usein innoissaan lähtemässä toisen kauden tekoon.

Tuottaja 3 sanoi, että molempien kausien prosessit tilaajan kanssa olivat hyvin samantlaiset, vaikkakin kanavan päässä yhteyshenkilö vaihtui ja pitkä yhteistyö näin päättyi. Tilausprosessi saatiin kuitenkin hoitumaan sujuvasti ja tuotantoyhtiö palkkasi edellisellä kaudella kanavan kautta työskennelleen dramaturgin, joka ei enää ollut kanavalla töissä.

Myös tuottaja 2 kertoi, että yhteyshenkilö tilaajan päässä vaihtui kausien välillä. Koska kyseessä oli kuitenkin entuudestaan tuttu henkilö, työskentely oli sujuvaa. Haastateltava huomautti, että tilaajan päässä yhteyshenkilöllä on suuri merkitys sille, miten tilaajan kanssa työskentely sujuu.

Maksukanavalle tuotetun sarjan toinen kausi oli vahvemmin maksu-tv-kanavan sarja, sillä ensimmäinen kausi suunniteltiin ja käsikirjoitettiin alun perin perinteisen televisio-kanavan kanssa. Tilaaja vaihtui kesken prosessin, joten ensimmäisen kauden maksu-

tv osti näin valmiina tuotteena, mutta toisen kauden kehittämissä he olivat jo mukana ja heiltä tuli dramaturgi. Toisella kaudella esitysoikeuksia myytiin televisioon, mutta perinteinen kanava ei ollut prosessissa muuten mukana.

Tuottaja 3 huomautti, että he tekevät käsikirjoituksen tilaajan kanssa yhdessä ja prosessi on hyvin hedelmällinen, kun he tapaavat usein ja keskustelevat läpi kaikki toiveet ja kommentit. Hän mainitsi, että toisen kauden suhteen prosessi saattaa olla jopa ensimmäistä tarkempi, sillä tiedetään jo mihin tarina perustuu ja voidaan miettiä, mitä sillä voi ja kannattaa tehdä, jotta se lunastaa uudet odotukset. Tämä tuo mukanaan lisää paineita, sillä on mietittävä, mitkä tarinan kasvun paikat ovat. Toisen kauden on oltava vähintään yhtä hyvä kuin ensimmäisen, eikä siinä saa anteeksi mitään vain sen takia, että kyseessä on toinen kausi.

Tuottaja 4 vertasi pelkästään Suomessa tehtyjä sarjoja kansainvälisenä yhteistuotantona tehtyihin sarjoihin. Hänen mukaansa kansainvälisessä tuotannossa tilaajat olivat vahvemmin mukana niin käsikirjoitusvaiheessa kuin leikkausversioissakin esittäen niihin vaatimuksia. Varsinkin jos ensimmäinen kausi on menestynyt todella hyvin, on kaikkien haastateltavien mukaan tilaajalla luotto siihen, että toisesta kaudesta tulee hyvä, eivätkä he käsikirjoitusprosessin jälkeen ole enää niin tiiviisti mukana. Tilaajille lähetetään leikkausversioita, joihin saatetaan tehdä muutoksia heidän kommenttinsa perusteella.

5.4 Markkinointi, levitys ja kansainvälisyys

Markkinoinnista puhuttaessa haastatteluissa nousi ilmi, että ensimmäisen kauden markkinointi on lähes poikkeuksetta suurempaa kuin toisen kauden markkinointi.

Ensimmäisen kauden markkinointi on lanseerausmarkkinointia, toisen kauden muistutusmarkkinointia. Ensimmäiseen kauteen on panostettava enemmän, sillä kyseessä on uusi brändi ja tuote, jota yritetään myydä katsojille. Sen sijaan toisen kauden markkinoinnilla on lyhyempi kiitorata. Ensimmäisellä tuotantokaudella on usein oma lanseeraustilaisuus, mutta toisen kauden lanseeraus voi sisältyä levityskanavan omaan presssiin. Tuottaja 1 painotti, että heillä oli elokuvallinen markkinointisuunnitelma ensimmäisellä kaudella ja he järjestivät jokaiselle jaksolle oman kutsuvierasensi-illan. Hän mainitsi myös, että toisella kaudella markkinointi sosiaalisessa mediassa saattoi sen sijaan olla suurempaa, sillä sosiaalisen median merkitys oli kasvanut kausien välissä.

Koska tuotantokausien välissä saattaa olla useampi vuosi, toista kautta on kuitenkin mainostettava, jotta ihmiset löytävät sen. Heitä on muistutettava, että sarja tulee takaisin entistä isompana. Toisen kauden markkinointiin yleensä etsitään myös uusi näkökulma, jota painotetaan markkinoinnissa.

Esimerkkisarjojen ensimmäisille kausille tehtiin muun muassa suuret lakanat keskustaan, kutsuvierasensi-iltoja, bussipysäkkimainoksia, ja yhdessä sarjassa musiikkivideokin. Toiselle kaudelle puolestaan tehtiin uudet julisteet, jonkin verran kadunvarsimainontaa, trailereita, ja tällä kertaa toisessa sarjassa musiikkivideo. Poikkeuksena toisen kauden markkinoinnissa on tilaajan tai levityskanavan vaihtuminen, esimerkiksi maksu-tv saattaa markkinoida heillä uutta sarjaa isostikin, mutta se jää heidän tehtäväkseen.

Käsiteltyjen sarjojen levitys tulee olemaan lähtökohtaisesti saman laajuista niin ensimmäisellä kuin toisellakin kaudella johtuen sopimussyistä. Sopimuksissa oli jo aiemmin määritelty, kuinka kauan kukin esitysikkuna kestää ja milloin sarja siirtyy esimerkiksi maksutelevisiosta normaalikanavalle. Yhdessä sarjoista toinen kausi näytetään ensimmäisestä poiketen maksu-tv:llä ennen kuin se tulee maksuttomalta kanavalta. Tämän vaikutuksia katsojalukuihin tuottaja sanoi odottavansa mielenkiinnolla. Fanit ovat ilmaisseet jo pettymyksensä tähän ja riskinä onkin, että kun sarjaa mainostetaan isosti ensin maksukanavalla, jota kaikilla katsojilla ei ole, saattaa sarja siirtyessään ilmaiskanavalle tuntua jo vanhalta.

Ulkomaille levittämisestä on mahdollisesti tehty sopimuksia jo ensimmäisen kauden yhteydessä ja tuottaja 3 mainitsikin, että toisesta kaudesta tehdään suoraan myös ääniraidat ilman suomen kieltä, jolloin sarja on helppo dubata toiselle kielelle. Useampi tuottaja mainitsi suomen kielen ja kulttuurin olevan liian eksoottista joihinkin maihin, mistä johtuen remake -oikeuksien ostaminen on yleisempää. Näin muissa maissa tehdään suomalaisista sarjoista omia, hieman muokattuja ja omaan kulttuuriin sovitettuja versioita.

Yleisempää vaikuttaisi haastattelujen perusteella kuitenkin olevan, että ulkomailta kiinnostutaan suomalaisesta sarjasta, kun alla on vähintään kaksi kautta. Tämä kertoo siitä, että sarja on menestynyt originaalimaassaan. Mikäli sarja on kansainvälisesti rahoitettu, useampi kausi kertoo myös siitä, että sarja on kannattanut, sillä sitä on ollut mahdollista rahoittaa lisää. Tuottaja 2 huomautti, että varsinkin Etelä-Amerikan maissa

ostetaan mieluummin sarjoja, joista on tullut useampi kausi, sillä he ovat tottuneet kulluttamaan telenoveloita ja pitkäikäisiä saippuasarjoja, joihin verrattuna suomalaiset reilu kymmenesaiset sarjat ovat minisarjoja.

Haastatteluissa nousi ilmi myös se, että ihmisten kiinnostus draamasarjoja kohtaan on viime vuosina kasvanut huomasti suoratoistopalveluiden, kuten Netflixin ja HBO:n ansiosta. Esille nousi myös se, että vaikka sarjan laatu on tärkeä asia, iso merkitys on myös sillä, kuinka sarjaa myydään ulkomaille ja kuinka paljon panostetaan siihen, että ulkomailla ollaan edes tietoisia suomalaisista tv-sarjoista. Yhden oven auetessa yleensä mahdollisuuksia nousee esille useampikin, ja kun yksi sarja on saatu myytyä, on mahdollista myydä muitakin sarjoja laajemmalle alueelle.

Keskusteltua kansainvälisistä yhteistuotannoista tarkemmin tuottaja 1 kanssa, esiin nousi yhteistuotantojen positiivisia ja negatiivisia puolia. Positiivisena koettiin, että mukaan saadaan taho, jolta pyytää kommentteja käsikirjoitukseen. Tämän avulla voidaan välttää tahattomat kulttuurilliset montut ja esimerkiksi se, ettei vahingossa loukata jotakin ihmisryhmää, mikä voisi vaikuttaa siihen, ettei valmista tuotetta voisi myydä johonkin maahan. Varsinkin suuri ja merkittävä yhteistyökumppani, kuten suuri ulkomaalainen tv-kanava tuo pienelle suomalaiselle yhtiölle kansainvälisissä silmissä paljon uskottavuutta.

Negatiivisena puolestaan esille nostettiin samaten kulttuurierot, mitkä joissain tapauksissa voivat aiheuttaa haasteita yhdessä työskentelyyn, mikäli työtavat ja tottumukset eroavat paljon toisistaan. Tämä tulee lähinnä ilmi ongelmatilanteissa, jos tuotanto ei olekaan mennyt niin hyvin. Yhteenvetona osatuottajia ei kuulemma oteta mukaan, ellei ole pakko, sillä kyseessä on aina pitkä suhde – koko tuotteen elinkaari, ei vain tuotantoprosessi.

5.5 Haasteet ja vaikeudet

Toisen tuotantokauden haasteiksi nousi luonnollinen halu tehdä parempaa jälkeä ja panostaa toiseen kauteen ensimmäistä enemmän. Haasteena koettiin se, mistä löytää toiselle kaudelle uudestaan into tehdä, kun projekti on jo tuttu, miten siitä saadaan tarinallisesti yhtä hyvä kuin ensimmäisestä.

Työryhmään liittyväksi haasteeksi tuli huoli ihmisten jaksamisesta ja siitä, että monet tulevat suoraan edellisestä pitkästä tuotannosta. Jaksaminen tuntuu olevan yleisestikin nykyään haaste. Toiseksi työryhmään liittyväksi haasteeksi nimettiin hyvän työryhmän löytäminen, joka toimii hyvin yhteen, kun tehdään pitkää päivää. Televisiosarjan yhden kauden kuvaamiseen voi mennä 70 päivää ja elokuva-alalla normaali työpäivän pituus on kymmenen tuntia. Kaikki työryhmän jäsenet eivät työskentele samassa paikassa samaan aikaan, vaan esimerkiksi maskeeraajat valmistelevat näyttelijöitä tuleviin kuvauksiin ja lavastajat valmistelevat seuraavaa kuvauspaikkaa. Näin paineen alla työskennellään useampi kuukausi putkeen.

Ehkä kuitenkin suurimmaksi haasteeksi nousi rahan riittäminen. Tuottaja 3:n kokemuksen mukaan tuotannot kehittyvät jatkuvasti ja aina on edellistä isompi ryhmä, enemmän autoja ja niin edelleen. Ihmiset tottuvat tähän eikä enää voida palata vanhoihin standardeihin. Koko ajan halutaan tehdä parempaa, kun ihmiset tottuvat kuluttamaan Netflixistä ja muista suoratoistopalveluista ulkomaalaisia laatusarjoja. Niihin verrattuna meillä on Suomessa hyvin pienet budjetit.

Rahan riittäminen on haaste, et miten saat sen saman ja vähenevän rahan riittämään kasvavissa olosuhteissa.

Tuottaja 3

Yhden tuotannon kohdalla suureksi haasteeksi nousi aikataulu. Tilaaja halusi toisen tuotantokauden nähtäville alle vuoden sisällä ensimmäisestä. Tämä ajoi tuotannon uuteen tuotantomalliin, jossa oli käytössä käsikirjoitustiimi, useampi ohjaaja ja useampi leikkaaja verrattuna ensimmäiseen kauteen.

Myös näyttelijöiden ja kuvauspaikkojen kohdalla on ollut haasteita, jotka ovat vaikuttaneet sisällöllisiin päätöksiin saakka. Kun toisella kaudella ei yllättäen yksi keskeisistä näyttelijöistä olekaan käytettävissä, on tämä huomioitava käsikirjoituksessa.

Kuvauspaikkojen suhteen voi myös tulla yllättäviä haasteita. Yhden sarjan kohdalla muun muassa aiemmin kuvauksissa käytetty talo oli purettu, joten kuvausympäristöä ja lopulta myös käsikirjoitusta oli muokattava tämän mukaan, kun jouduttiin etsimään kokonaan uudenlainen lokaatio kuvauksille. Haasteena mainittiin sekin, että kaikki on tavallaan aloitettava alusta, sillä lähes kaikki hankinnat on tehtävä uudelleen.

Sisällölliseksi haasteeksi mainittiin myös se, että vaarana on, ettei saa toistaa samoja asioita kuin edellisellä kaudella, vaan on keksittävä uusia. Sarja ei saa jäädä junnaamaan paikallaan vaan konseptin ydin on se, että sen on riitettävä tarpeeksi pitkälle.

Siinä on se konseptintekemisen suuri, suuri haaste ja vaikeus, et sä teet niin rikkaan ja niin avonaisen, mutta samalla tarpeeks suljetun konseptin, että siitä riittää ruokittavaa useammalle kaudelle.

Tuottaja 2

5.6 Mahdollisuudet ja hyödyt

Toisen tuotantokauden tuomiksi mahdollisuuksiksi koettiin se, että maailma tunnettiin entuudestaan ja käsikirjoitus voitiin kirjoittaa suoraan hahmoille.

Ensimmäiset kaudet on aina niin kun löytöretkiä. Siinä mielessä kakkoskautta kun lähdetään tekemään, niin se löytöretki on jo tehty tietyllä tavalla. Me tiedetään, millaisessa maailmassa me ollaan, millaisia hahmoja meillä on.

Tuottaja 2

Toisella kaudella saadaan myös mahdollisuus korjata ensimmäisen kauden virheitä, kun tiedetään mitkä tuotannon kipupisteet ovat ja niitä osataan paremmin huomioida. Myös työryhmä ja näyttelijät tuntevat prosessin paremmin ja osaavat omalta osaltaan valmistautua siihen henkisesti paremmin. Kolmas esille noussut huomio oli se, että kun ensimmäinen kausi on jo koeponnistettu, toisella kaudella tiedetään, mikä toimii ja mikä ei. Aikaa ei tarvitse kuluttaa esimerkiksi pilottien tekoon ja näin tekemiseen voidaan panostaa enemmän. Myös haasteet esimerkiksi tietyyttyppisten kuvauspaikkojen suhteen osataan arvioida ennalta paremmin.

Työskentelyn kannalta positiivisena koettiin se, jos tekemässä on sama työryhmä kuin edelliselläkin kaudella. Tällöin kaikki tietävät jo konseptin ja prosessin tekemisen kielen, jolloin yhteen työskenteleminen on sujuvaa. Myös hahmojen designit ovat jo valmiina, mikä helpottaa esimerkiksi puvustusta ja lavastusta tyylin ja suunnitelmien osalta.

Sisällölliseksi mahdollisuudeksi nousi monissa haastatteluissa se, että katsojat ovat kiintyneet hahmoihin. Tällöin pienikin asia tuntuu voimakkaammin kuin ensimmäisellä kaudella. Esimerkiksi sivuhahmon kuolema tuntuu pahemmalta, kun hahmoja on toisel-

la kaudella ehditty syventää. Toinen sisältöön liittyvä mahdollisuus nousi siitä, että katsojat voidaan yllättää ja heidän oletuksiaan voidaan rikkoa. Kolmas sisältöön liittyvä huomio oli se, että tarinaa voidaan peilata jo kokonaiseen olemassa olevaan kauteen ja katsojilta voidaan näin olettaa enemmän. Aikaa ei tarvitse kuluttaa enää hahmojen esittelyyn. Kun katsojat tietävät miten asiat ovat, voidaan asioita käsitellä hieman eri kulmasta ja mennä syvemmälle.

Mahdollisuus on myös se, että onnistunut työ tuo tuotantoyhtiölle lisää tunnettuutta ja näin uusia työmahdollisuuksia. Tämä avaa usein myös ovia ulkomaille, kun on näyttää, paljonko sarja on jo myynyt.

6 Rahoitus ja resurssit

Kuten aiemmin tuli jo ilmi, elokuvat ja televisiosarjat eroavat toisistaan eniten rahoituksen kannalta, ainakin perinteisesti. Televisiosarjoissa on lähtökohtaisesti vain yksi rahoittaja. Haasteltavien tuottamissa sarjoissa oli muutamia poikkeuksia tähän.

6.1 Perinteisesti kanava rahoittaa

Haastatteluissa kävi ilmi, että Suomessa televisiosarjojen rahoitus tulee lähes aina vain ohjelman tilanneelta kanavalta. Näin rahoitusprosessi on selkeämpi kuin elokuvien kohdalla. Televisiosarjojen tekoon myönnetään tukia, mutta yleensä rahoitus tulee vain yhdeltä taholta. Tämä kanavan rahoitus riittää perustekemiseen tv-sarjassa ja jos haluaa ekstraa, niin voi lähteä hakemaan lisärahoitusta. Haastateltavien mukaan toisella kaudella rahoittajat voivat tehdä nopeampia päätöksiä, kun tiedetään mitä on tulossa.

Tuottaja 4 nosti esille sen, että vaikka ensimmäisen kauden myynneistä ulkomaille tulee rahaa, ne ovat erillistä tuloa eivätkä siis sisälly toisen kauden rahoitukseen. Hänen mukaansa kuitenkin rauhoittaa mieltä, kun tietää rahaa olevan tulossa takaisin yhtiöön jossakin vaiheessa.

Rahoituksesta ilmeni se, että draamasarjat tehdään mittatilaustyönä päärahoittavalle kanavalle. Mikäli projektilla on lisäksi muita rahoittajia, he ovat yleensä pienemmässä osassa ja saavat päätilaajalle tehdyn työn valmiina, eikä sitä siis räätälöidä heille. Mui-

den rahoittajien mielipiteitä kuunnellaan kyllä paljonkin, jos he ovat isolla summalla mukana.

Kaksi haastatteluissa käsitellyistä sarjoista oli vain kanavan rahoittamia. Kolmas oli rahoitettu kanavan ja suoratoistopalvelun avulla ja neljäs oli rahoitettu kansainvälisesti useammalta taholta. Suoratoistopalveluun tehdyn sarjan ensimmäinen kausi oli rahoitettu lähes tasaväkisesti suoratoistopalvelun ja ilmaiskanavan toimesta. Toinen kausi oli rahoitettu suurimmaksi osaksi suoratoistopalvelun kautta ja kanava oli ollut selkeänä vähemmistörahoittajana ostaen esitysoikeuksia.

Tuottaja 2 huomautti, että mikäli sarjaa rahoitetaan useammalta taholta ja mukana on useampi maa, on oltava tarkkana siitä, että ymmärtää rahoittajia, jottei tule vahingossa valinneeksi keskenään ristiriitaisia tahoja rahoittamaan sarjaa. Eri tahot saattavat haluta vaikuttaa hyvinkin paljon sisältöön ja tämä voi ajaa tilanteeseen, jossa kukaan ei ole koskaan tyytyväinen. Maiden välillä on paljon eroja siinä mitä halutaan, koska eri maissa on erilaiset kulttuurit ja ihmisten kulutustottumukset vaihtelevat tämän mukaan.

Kun kyseessä on ulkomaista rahoitusta, prosessi oli tuottaja 2:n mukaan hyvin samankaltainen molemmilla kausilla. Menestys vaikuttaa tuotantoyhtiön maineeseen ja uskottavuuteen ja täten mahdollisuuksiin saada rahoitusta sekä partnereita. Myös ensimmäisen kauden onnistuminen vaikuttaa ulkomaisen rahoituksen saamiseen. Kun sijoittavat saavat rahansa nopeasti takaisin, luotto pysyy ja rahaa on mahdollista saada jatkossakin.

Suomessa ollaan totuttu yhden rahoittajan malliin ja rahoitusprosessi on hidas. Taitava tuottaja voikin saada ulkomaisen rahoituksen kasaan ennen kotimaista kanavan päätöstä. Rahoituksen hakeminen eri tahoilta riippuu varmasti myös siitä, millaiselle yleisölle sarjaa kohdennetaan. Mikäli sarja on suunnattu lähtökohtaisesti suomalaiselle yleisölle, kanavan rahoitus on varmasti riittävä eikä sitä kannata lähteä monimutkaistamaan turhaan ilman pätevää syytä. Mutta jos sarjaa suunnataan valmiiksi jo kansainvälisille markkinoille, kansainvälinen rahoitus saattaa alkaa olla tarpeen.

6.2 Elokuvasäätiön tuki

Suomen Elokuvasäätiö (SES) tukee kotimaista elokuvaa ja myöntää tukea elokuvien tuotantoon, esittämiseen, levittämiseen sekä kulttuuriviennin tarpeisiin. Tukea voi ha-

kea käsikirjoitukselle, projektin kehittelylle sekä markkinointiin ja levitykseen. Suomen Elokuvasäätiö tukee myös televisiosarjojen tuotantoa. (Suomen elokuvasäätiö.)

Tuotannon tukipäätökset

Päätös pvm: Tukityyppi nimi:

Tukityyppi nimi	Lajityyppi	Päätös pvm	Esittelijä	Tuenhakija	Kohde	Päätös C
Tuotantotuki	TV-sarja	16.09.2015	Marjo Valve	Yellow Film & TV Oy	downshiftaajat	80 000
Kehittämistuki	TV-sarja	03.12.2014	Joona Louhivuori	Yellow Film & TV	downshiftaajat	20 000

Kuvio 1. Downshiftaajien ensimmäisen kauden saama elokuvasäätiön tuki (ses.fi)

Kaikki haastateltavat sarjat ovatkin saaneet tukea ensimmäiselle kaudelleen. Seuraavissa kuvioissa nähdään kunkin esimerkisarjan saamat tuet: kuvio 1 Downshiftaajien saama elokuvasäätiön tuki, kuvio 2 Ex-Onnellisten saama tuki, kuvio 3 Sorjosen saama tuki sekä kuvio 4 Mustien Leskien saama tuki.

Tuotannon tukipäätökset

Päätös pvm: Tukityyppi nimi:

Tukityyppi nimi	Lajityyppi	Päätös pvm	Esittelijä	Tuenhakija	Kohde	Päätös C
Tuotantotuki	TV-sarja	18.11.2015	Marjo Valve	Dionysos Films Oy	ex-onnelliset	100 000

Kuvio 2. Ex-Onnellisten ensimmäisen kauden saama elokuvasäätiön tuki (ses.fi)

Elokuvasäätiö myöntää tukea vain ensimmäiselle tuotantokaudelle tai elokuvan ensimmäiselle osalle, ja myönnetty tuki on tyypiltään muuta rahoitusta täydentävää (Hautamäki, sähköpostikeskustelu 2017). Tämä vaikutti siihen, että ensimmäisen kauden budjetti saattoi esimerkkituotannoissa olla toisen kauden budjettia suurempi, mikäli rahoitus tuli muuten vain kanavalta.

Tuotannon tukipäätökset						
Päätös pvm	Tukityyppi nimi					
Kaikki (4) ↓	Kaikki (4) ↓	SORJONEN	Hae	Tyhjennä		
Tukityyppi nimi	Lajityyppi	Päätös pvm	Esittelijä	Tuenhakija	Kohde	Päätös €
Tuotantotuki	TV-sarja	03.06.2015	Joona Louhivuori	Fisher King Production Oy	SORJONEN	130 000
Kehittämistuki	TV-sarja	06.02.2015	Joona Louhivuori	Fisher King Production Oy	SORJONEN	20 000

Kuvio 3. Sorjosen ensimmäisen kauden saamat elokuväsäätiön tuet (ses.fi)

Tuottaja 2 huomautti, että elokuvat katsotaan Euroopassa kulttuuritoimeksi, jota tuetaan vahvasti, ja suuri osa elokuvan budjetista voi olla tukea erinäisiltä säätiöiltä. Näin ollen mahdolliset tuet jo nostavat budjettia verrattuna tv-sarjoihin, joiden julkinen rahoitus on muutaman prosentin luokkaa.

Tuotannon tukipäätökset						
Päätös pvm	Tukityyppi nimi					
Kaikki (1) ↓	Kaikki (1) ↓	mustat lesket	Hae	Tyhjennä		
Tukityyppi nimi	Lajityyppi	Päätös pvm	Esittelijä	Tuenhakija	Kohde	Päätös €
Kehittämistuki	TV-sarja	24.04.2013	Joona Louhivuori	Moskito Television Oy	mustat lesket	40 000

Kuvio 4. Mustien Leskien ensimmäisen kauden saama elokuväsäätiön tuki (ses.fi)

Esimerkkisarjat saivat tukea niin käsikirjoitukseen, sarjan kehittämiseen kuin itse tuotantoonkin. Tukien suuruus vaihteli muun muassa sarjan muun budjetin mukaan, ja suuremmalla budjetilla tehdyt sarjat saivat enemmän tukia.

6.3 Budjetti

Toisen kauden budjettien koot suhteessa ensimmäisen kauden budjetteihin vaihtelivat. Yhdessä sarjassa toisella kaudella oli hieman enemmän rahaa käytössä, mutta koska näyttelijöiden palkkoihin oli tullut korotuksia, ei tuottaja kokenut pienillä eroilla olevan merkitystä. Toisessa sarjassa budjetti oli eurolleen sama kummallakin kaudella. Kolmannessa sarjassa toisen kauden budjetti oli ensimmäistä pienempi, kun elokuväsäätiöltä ei tullut enää tukea. Neljännessä sarjassa kausien välillä oli iso ero ja budjetti suurempi. Myös kulut nousivat, sillä toista kautta kuvattiin suhteessa enemmän Suomessa, mikä nosti pelkästään palkkoja ja sosiaalikuluja puhumattakaan muista kustannuksista.

6.4 Ajan käyttö

Opinnäytetyössään *Paineessa ne timantitkin syntyvät: Draamasarja tuottajien kiireen kokemuksia* Salminen (2005, 11–12) käsittelee sitä, että draama sarjojen kustannukset nousevat, mutta käytettävissä oleva aika on sama ja budjetti mahdollisesti jopa pienevä. Tämä tuli myös omissa haastatteluissani ilmi. Useammassa haastattelussa toisen kauden haasteeksi mainittiin se, että jokaisen kauden on oltava edellistä parempi. Budjetit eivät välttämättä kasva, vaikka menot saattaisivat olla suuremmat. Tämä luo haastetta jatkokausille.

Kuvauspäivien määrä oli kaikissa haastatelluissa tuotannoissa sama kuin saman sarjan ensimmäisellä kaudella. Haastateltavat kommentoivat ajankäyttöä muun muassa sillä, että samat ohjaajat osasivat hyödyntää ajan loistavasti ja tuottajalla oli luotto siihen, että normaali päivä sujuu hyvin. Tuottaja 4 huomautti tähän, että toisella kaudella oli kuitenkin enemmän aikaa vieviä isoja kohtauksia, kuten räjäytyksiä.

Toisen kauden valmistelu oli ainakin yhdessä sarjoista ensimmäistä lyhyempi, eikä kuvauspaikkoja tarvinnut etsiä niin kauaa, kun puitteet oli jo luotu ja mielikuvat paikoista olivat tekijöillä niin vahvat. Toisaalta budjetti oli myös pienempi, joten valmistelujen nopea sujuminen helpotti tuotannon prosessia.

Tuotannon kesto ja kuvauspäivien määrä vaihtelivat riippuen siitä, kuinka raskas koneisto kullakin sarjalla oli. Näin suhteessa haastateltujen sarjojen kuvausmäärät toisiinsa verrattuina eroavat varmasti, mutta jokaisessa sarjassa oli suhteessa ensimmäiseen kauteensa saman verran kuvauspäiviä.

Ajankäytölliseksi huomioksi nousi myös kuvausympäristö. Pienessä kaupungissa, jossa välimatkat ovat lyhyempiä, siirtymät sujuvat nopeammin. Sen sijaan suuremmassa kaupungissa ja esimerkiksi pääkaupunkiseudulla välimatkat ovat pidempiä ja ruuhkat lisäävät ajoaikoja. Myös tutussa maassa ja ympäristössä kuvaaminen on sujuvampaa ja nopeampaa ja se tuo tavallaan lisäaikaa ylipäätään tekemiseen, vaikka varsinaista kuvauksissa käytettyä aikaa se ei muuttaisikaan.

6.5 Käytettävissä olevat resurssit

Haastateltavat kertoivat, että toisella kaudella lähes poikkeuksetta on etsittävä kuvauspaikat uudelleen, joitakin keskeisiä lukuun ottamatta. Mitä pidempi aikaväli kausien tuotannon välissä oli kulunut, sitä todennäköisempää oli, ettei vanhoja kuvauspaikkoja ollut enää satavilla. Paikkoja on myös kallista vuokrata pidemmäksi aikaa, joten niitä ei voida varata sitä varten, että niitä mahdollisesti vielä tulevaisuudessa tarvittaisiin. Yhdessä sarjassa vain yhden päähenkilön talo oli uudelleen käytössä. Toisessa sarjassa keskeiset asunnot oli kunnostettu, joten oli etsittävä uusi kuvausympäristö, mikä vaikutti käsikirjoitukseen asti. Toisen kauden myötä tullut suosio vaikutti myös negatiivisesti sillä tavalla, että kuvauspaikkojen vuokrahintapyynnöt kohosivat reilusti.

Rekvisiitasta ja puvustuksesta saattoi olla tallella osa, mutta lähinnä nekin oli hankittava uudelleen kahdestakin syystä. Ensinnäkin tyylit muuttuvat ajan kuluessa, joten on järkeväkin pysyä ajan tasalla ja hankkia hahmoille uusia vaatteita. Toinen syy oli se, että monet rekvisiitat ovat kuvauslainassa, joten niitä ei ole edes mahdollista säästää. Suuremmat lavasteet on purettava ja hävitettävä, sillä harvoilla on käytettävissään suuria varastotiloja. Tähän tuottaja 3 totesi harmissaan, että tuntuu ikävältä aloittaa aina nollasta, on vain henkinen pääoma jäljellä.

Rekvisiitan ja lavasteiden hankinta sponsoreina on toiselle kaudelle kuitenkin ensimmäistä helpompaa. Haastattelussa tuli ilmi, että hyvällä esitysajalla näytettävä menestynyt ja pitkä sarja on esimerkiksi huonekaluliikkeelle oiva tilaisuus tulla mukaan näkyvyyttä vastaan. Myös ohjaajat profiloituvat niin, että jotkin nimet itsessään avaavat ovia. Suurien lavaste ja huonekalu määrien hankkiminen on kuitenkin aina haastavaa, riippumatta siitä kuinka mones kausi on tekeillä.

7 Tulevat tuotantokaudet

Entä missä kohtaa sitten voidaan puhua sarjan jatkosta? Eroaako kolmannen tai neljännen kauden prosessi toisesta kaudesta? Voiko näihin tuleviin kausiin valmistautua jo jotenkin toisen kauden aikana?

Tuottaja 4 totesi, että tilaajalle on helpompaa, jos kolmannen kauden käsikirjoitukset on jo tilattu siinä vaiheessa, kun toinen kausi tulee ulos kanavalta. Tällöin päätös kolman-

nen kauden tuotannosta voidaan mahdollisesti tehdä jo ennen kuin toisen kauden katsojalukuja on saatavilla. Toisinaan, vaikka haluttaisiin tilata lisää, ei tähän kuitenkaan ole resursseja. Tuottaja 3 kommentoi, että toisen kauden jälkeen on taas odotettava ja katsottava, kuinka kausi lähtee liikkeelle. Voi myös olla, ettei ohjaaja halua tehdä sarjaa enempää. Tämän sanoisin olevan kyse enemmän siinä tapauksessa, mikäli ohjaaja toimii myös käsikirjoittajana. Muussa tapauksessa ohjaajia voi olla useampikin ja seuraavalle kaudelle voidaan hankkia uusi ohjaaja.

Tuottaja 1 kommentoi, että tilaaja oli itse suoraan päättänyt, ettei tahdo seuraava kautta heti perään. Usein tilaajankin on mietittävä, miten se suhteuttaa näytettävät sarjansa keskenään. Toisen kauden prosessin ollessa vielä kesken, tuntuu myös raskaalta ajatella vielä jatkoa, kun tietää että kaikki lavasteet on taas hävitettävä ja olisi taas lähdettävä hankkimaan kaikkea uudelleen.

Kaikki yhtyivät siihen, että Suomessa on tapana mennä kausi kerrallaan. Katsojalukuja seurataan jatkuvasti eikä pienillä budjeteilla ja vähenevillä resursseilla tahdota lähteä tuottamaan turhaan kannattamatonta tuotetta. Poikkeustapauksissa ensimmäisen kauden jälkeen on saatettu tilata kaksi kautta kerralla. Tuottajan 1:n tuotantoyhtiössä on aiemmin ollut tällainen projekti ja tuottaja kommentoi siinä olleen säästöä, kun saatiin yhdellä studiopystytyksellä kuvattua enemmän materiaalia.

Lyhyempiä, esimerkiksi nettisarjoja sen sijaan saatetaan helpommin tilata useampi kausi kerrallaan. Näiden tuotantoprosessi on kuitenkin paljon kevyempi kuin täysmittaisen televisiossa esitettävän sarjan. Tuottaja 3 kommentoi kuitenkin, että tällaisissa tapauksissa töitä on mukava tehdä, kun saa aikaan säästöjä ja molemmat kaudet saadaan myös markkinoille nopeammin.

Suomeen verrattuna ulkomailla näyttäisi olevan erilainen malli käytössä. Tuottaja 2 totesi, että Ruotsissa tilattaisiin heti menestyneen sarjan ensimmäisen kauden jälkeen kahden seuraavan kauden käsikirjoitukset, sillä niiden tilaaminen olisi pieni investointi koko koneistossa. Kun lähdetään vielä Pohjoismaita kauemmaksi, saatetaan muualla maailmassa tilata heti useampikin kausi. Tähän vaikuttaa niin kulttuuri kuin se, mitä kaikkea muuta kanava tilaa muualta. Tuottaja 2 kommentoi, että heille kävi kerran niin, että tilaaja ilmoitti olevansa estynyt tilaamaan kahteen vuoteen yhtään mitään budjettisyistä.

Juurikin budjettisyistä Suomessa varmaankin edetään varovaisesti jatkokausien kannalta. Tuottaja 4 kommentoi sitä, että Yhdysvalloissa saatetaan sitouttaa näyttelijä heti seitsemäksi kaudeksi sarjaan ja tämän jälkeen hänen ulosostamisensa epäonnistuneesta sarjasta on hyvin vaikeaa ja kallista. Suomessa ei ole varaa ostaa varastoon resursseja, kun on epävarmaa, tuleeko jatkoa. Koska jatko on aina epävarmaa, ei tuleviin kausiin voida tuotannollisesti valmistautua kuin henkisesti. Sen sijaan käsikirjoittajat yleensä nokkelina jättävät tarinaan avoimia langanpätkiä, joita on mahdollista jatkaa tulevilla kausilla.

Kaikki tuottajat olivat sitä mieltä, että olisi helpottavaa, jos tiedettäisiin suoraan, että ollaan tekemässä useampi kausi. Tähän huomiona kuitenkin, että suoraan useamman kauden tilaaminen ei heistä olisi järkevää, mutta esimerkiksi toisen ja kolmannen kauden tilaaminen samaan aikaan olisi toivottavaa. Haastateltavat kommentoivat, että tällainen tieto vaikuttaisi kuvauspaikkoihin, kerrontaan sekä resurssien hyödyntämiseen.

Tuottaja 3 mietti tätä mahdollisuutta ja huomautti, että jotta tämä olisi mahdollista, olisi käsikirjoitusten oltava valmiina ja valmisteluiden pitkällä, jotta useampi kausi saataisiin kerralla myytyä. Varsinkin uusien sarjojen kohdalla useamman kauden tilaaminen on riski. Tuottaja 1 huomautti, että myös Netflixillä seurataan katsojalukuja ja isosti lanseerattuja sarjoja on jäänyt yhteen kauteen. Myös sitä kommentoitiin, ettei ole kenellekään järkevää tehdä väkisin useaa kautta sarjaa, joka on flopannut.

8 Päätelmät

Lähdin tutkimaan toisen tuotantokauden tekoa tarkoitukseni selvittää, mitä prosessi pitää sisällään, aihetta kun ei ole tutkittu entuudestaan laajalti. Tuottaja 2 kommentoi, josko syy tähän olisi yksinkertaisesti se, ettei pitkiä, usean tuotantokauden mittaisia draamasarjoja ole juurikaan Suomessa tehty. Suomessa on pienet piirit ja moneen muuhun maahan verrattuna draamatuotanto on vielä lapsen kengissä. Monista sarjoista ei olekaan Suomessa tehty kovinkaan montaa tuotantokautta, mikäli vertaa ulkomaalaisiin tuotantoihin.

Oli ilahduttavaa huomata, että vaikka haastattelujen välillä oli yhtäläisyyksiä ja esille nousi selkeästi toistuvia asioita usean sarjan kohdalla, niin jokaisesta projektista ilmeni paljon erityisiä piirteitä. Osalla haastateltavista oli jopa täysin erilaisia kokemuksia sa-

moista asioista. Tämä muistuttaa siitä, että jokainen tuotanto on aina uusi prosessi ja sisältää omat haasteensa ja onnistumisensa.

Elokuva- ja televisioalalla projektiluontoisuus on enemmän sääntö kuin poikkeus ja yhden tuotannon jälkeen siirrytään seuraavaan. Tämä tuli haastatteluissa ilmi muun muassa siinä, että haastateltavat olivat tehneet mahdollisesti useitakin projekteja kyseessä olevan sarjan ensimmäisen kauden jälkeen, jolloin muistikuvat ensimmäisen kauden suhteen eivät olleet enää niin tarkkoja.

Tärkeimmäksi asiaksi toisen kauden teossa muodostui se, että tarinan maailma oli jo olemassa ja siitä oli helpompi lähteä tekemään. Jatkossa katsojalta voidaan olettaa enemmän asioita ja katsojaa voidaan yllättää uusilla juonenkäänteillä, kun tarinaan päästään syvemmin sisälle. Toisaalta toinen kausi tuo mukanaan paineita, koska laadun halutaan olevan parempi kuin ensimmäisellä kaudella ja tarinan on yllettävä seuraavalle tasolle, jotta katsojat pysyvät kiinnostuneina.

Yllättävänä tekijänä ilmi tuli se, että Suomessa tähtinäyttelijöiden saamista mukaan toiselle kaudelle ei koettu merkittävänä osana toisen kauden tekoa. Koska televisiosarjojen kaari on elokuvaa pidempi, katsojat ehtivät kiintyä ja olemassa oleviin hahmoihin, mikä on tärkeintä. Lisäksi Suomi on sen verran pieni elokuva- ja televisioma, että kotimaiset tähdet yleensä ovat jo mukana sarjoissa alusta alkaen, eikä kansainvälisellä tasolla suuria tähtiä ole vielä vakiintunut.

Haastatteluissa tuli ilmi, että draamasarjojen rahoitus tulee lähinnä sarjan tilanneelta kanavalta, joskin kahdessa sarjoista rahoitusta oli myös muilta tahoilta. Toisen kauden markkinointi puolestaan on yleisesti pienempää kuin ensimmäisen kauden markkinointi, sillä sarjan idea on jo katsojille tuttu ja tarkoituksena on vain muistuttaa sarjan palaamisesta ruudulle. Toisen kauden levitys on yleisesti yhtä laajaa kuin ensimmäisenkin kauden levitys, ja ulkomaille sarjoja on helpompi lähteä myymään usein vasta sitten, kun sarjasta on originaalimaassaan tehty vähintään kaksi kautta. Kaikista tässä työssä käsitellyistä sarjoista on jo myyty ulkomaille optioita ja osasta sarjoista on tehty muualla maailmassa uudelleen filmatisointeja, remakeja.

Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että olisi tuotannon ja resurssien hyödyntämisen kannalta järkevää, mikäli onnistuneen ensimmäisen kauden jälkeen tilattaisiin suoraan esimerkiksi kaksi seuraavaa kautta. Useamman kauden tekeminen kerrallaan koettiin

palkitsevaksi, aikaa ja rahaa säästäväksi sekä henkisesti helpommaksi, kun tietää että projekti jatkuu.

Olen tyytyväinen siihen, miten tämän työn avulla onnistuin tuomaan tuottajien hiljaista tietoa laajempaan tietoisuuteen ja nostamaan esille toisen kauden tuotannon kulkuun liittyviä piirteitä. Yleensä toinen kausi näyttäisi olevan siinä mielessä helpompi tuottaa, että koko tuotanto ja sen prosessi tunnetaan jo. Poikkeustapauksissa kaikki voi kuitenkin muuttua ja tällöin on oltava luova ratkaisujen suhteen. Jokainen tuotantokausi on oma tuotantoprosessinsa, johon kokeneella tuottajalla on rutiininomainen asenne. Mitä tahansa elokuvaa tai tv-sarja kautta lähdetään tekemään, tuotanto itsessään sisältää aina tietyt vaiheet, joita ei voida lähteä oikomaan, oli idea kuinka tuttu tahansa.

Sisällöllisiä haasteita tulee aina ja toisen kauden osalta nämä haasteet ja suuret yllättävät tilanteet saattavat olla jopa vaikeampia, kuin ensimmäisellä kaudella, sillä toisella kaudella ollaan sidoksissa jo aiemmin tehtyyn materiaaliin, eikä suuria muutoksia voida tehdä perustelematta niitä katsojille.

Työssä käsiteltyjä sarjoja on esitetty perinteisen television lisäksi suoratoistopalveluissa. Erityisen mielenkiintoista onkin seurata, miten esitysalustojen laajentuminen ja Suomen kansainvälistyminen kehittyvät lähivuosina. Maksu-tv-kanavia on jo Suomesakin usea, ja ulkomainen yhteistuotanto ja rahoitus on saapunut Suomeen. Tämä mahdollistaa sarjojen tekemisen isommin, ja Suomella on potentiaalia kansainvälisillä markkinoilla. Kanavien omistussuhteet kansainvälistyvät ja tämä voi mahdollistaa sen, että suomalaisia sarjoja saadaan tulevaisuudessa enemmän esille myös ulkomaalaisiin suoratoistopalveluihin. Suomen kielen haasteellisuudesta ulkomaalaisilla markkinoilla on puhuttu, sillä suomi on rytmiltään monista muista kielistä poikkeavaa, mikä tekee dubbaamisesta hankalaa. Sarjojen kotimaisuus taas houkuttaa suomalaisia katsojia uusien kotimaisten sarjojen pariin suoratoistopalveluiden kasvavassa tarjonnassa.

Millainen on Suomen television tulevaisuus draamasarjojen suhteen? Voiko ratkaisu pieneneviin resursseihin olla se, että tuotettaisiin enemmän lyhyempiä ja laadukkaampia minisarjoja, jolloin rahaa olisi suhteessa enemmän käytettävissä? Vai yleistyykö laajempi yhteistyö muiden maiden kanssa avaten Suomelle ovia kansainvälisille markkinoille? Myös kahden työryhmän käyttö samanaikaisesti säästää resursseja, ja nähtäväksi jää yleistyykö tämä käytäntö laajemmin tv-sarjoja tehtäessä. Tällöin on kuitenkin

otettava huomioon aikatauluttamisen haasteet, joita tämä tuotantomalli tuo mukanaan. Entä uskaltautuisivatko kanavat tilaamaan jatkossa esimerkiksi kaksi kautta kerrallaan?

Uskon, että rahoitus tulee tulevaisuudessa muuttumaan siten, että sitä saadaan useammalta taholta. Maksukanavat ostavat esitysoikeuksia tai koko sarjan itselleen, ja tämän esitysikkunan sulkeuduttua sarja päättyy ilmaiskanavalle, joka on ostanut oikeudet sarjan näyttämiseen.

Miten maksu-tv ja suoratoistopalvelut vaikuttavat tulevaisuudessa? Jo haastatteluissa käsiteltyjä sarjoja on näytetty Elisa Viihteellä, C-Morella ja Netflixissä. Uskon, että tulevina vuosina draamasarjat tulevat valloittamaan internetin suoratoistopalveluita yhä enemmän. Mielenkiintoista onkin tulevaisuudessa nähdä, miten tämä vaikuttaa suomalaisen draaman tuotantoon. Yksi haastattelussa käsitellyistä sarjoista oli näyttänyt ensimmäisen kautensa maksuttomalla kanavalla joulun alla ja toinen kausi oli tullut maksukanavalta sopivasti heti alkuvuodesta, jolloin potentiaaliset asiakkaat saattoivat suunnata maksu-tv:lle ja ostaa itselleen esimerkiksi kuukauden katseluaikaa.

Nykyään suoratoistopalvelut mahdollistavat sen, että perinteinen kanava voi lähteä prosessiin mukaan vähemmistörahoittajana ostaen esitysoikeuksia, ja sarjaa näytetään usealla esitysikkunalla elokuvamaisesti. Osa haastateltavista kommentoikin lähteneensä tekemään sarjaa kuin elokuvaa. Lisääntykö tämä tv-sarjojen elokuvan kaltaisesti tekeminen tulevaisuudessa? Ainakin laadultaan ihmiset ovat tottuneet kuluttamaan huippusarjoja esimerkiksi Netflixin ja HBO:n kautta. Haastatteluissa tuli jo ilmi, että sarjoja oli tuotettu ja rahoitettu elokuvamaisesti laajemmin usealta taholta, laatuun panostettu entistä enemmän ja valmista tuotantokautta markkinoitu elokuvan keinoin suuresti pitäen ensi-iltoja jokaiselle jaksolle.

Koen, että television saralla eletään murrosta, ja on kiinnostavaa seurata, mihin tämä murros johtaa. Televisio siirtyy yhä enemmän internetiin ja tv-sarjoja voi katsoa uusista, jatkuvasti lisääntyvistä paikoista. Suomi kansainvälistyy koko ajan, ja kansainväliset yhteistyöt voivat avata tv-sarjoillemme ovia laajemmalle yleisölle.

Käydessäni läpi haastattelumateriaalia esille nousi suuri määrä kiinnostavia aihepiirejä, joita olisi mielenkiintoista lähteä tutkia syvemmin. Esimerkiksi televisiosarjojen kasvavia esityskanavia ja muuttuvaa rahoitusmallia olisi mielenkiintoista tutkia tarkemmin. Lisäk-

si suomalaisia tuotantoprosesseja olisi tärkeä tutkia jatkossakin, jotta niitä koskeva tieto lisääntyisi ja säilyisi edelleen tulevaisuudessakin.

Lähteet

Kirjalähteet

Allen, Robert C & Hill, Annette (toim.) 2004. *The Television Studies*. New York: Routledge.

Caughie, John 2000. *Television Drama. Realism, Modernism and British Culture*. New York: Oxford University Press.

Creeber, Glen 2004. *Serial Television. Big drama on the Small Screen*. London: British Film Institute.

Ellis, John. *Making Television*. Teoksessa Allen, Robert C & Hill, Annette (toim.) 2004. *The Television Studies*, 267-292. New York: Routledge.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2000. *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.

Hyvärinen, Matti & Nikander, Pirjo & Ruusuvuori, Johanna (toim.) 2017. *Tutkimushaastattelun käsikirja*. Tampere: Vastapaino.

Hyytiä, Riina 1997. *Tuottaja Tv-draamasarjassa. Tuottajan mahdollisuudet vaikuttaa tuotannon taiteellisten tavoitteiden asettamiseen, kehittelyyn ja toteutumiseen kotimaisessa tv-draamasarjassa. Lopputyötutkielma*. Helsinki: Taideteollinen Korkeakoulu.

Kellison, Cathrine 2009. *Producing for TV and New Media*. Oxford: Elsevier Inc.

Nikkinen, Are & Vacklin, Anders 2012. *Television Runousoppia. Toisenlainen Katse tv-ohjelmiin*. Helsinki: Like Kustannus Oy.

Ruusuvuori, Johanna & Nikander, Pirjo & Matti Hyvärinen (toim.) 2010. *Haastattelun Analyysi*. Tampere: Vastapaino.

Saksala, Elina 2015. *Tuottajan Käsikirja*. Helsinki: Like Kustannus Oy.

Salminen, Eeva 2005. "Paineessa Ne Timantitkin Synty": draamasarjatuottajien kii-reen kokemuksia. *Opinnäytetyö*. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu, Elokuva ja televisio.

Verkolähteet

de Semlyen, Nick 2012. *TV: THE CASE OF THE SECOND SEASON*

London: Emap Metro Ltd. Verkkojulkaisu (Helmikuu 2012)

<[https://search-proquest-](https://search-proquest-com.ezproxy.metropolia.fi/docview/927881574/fulltext/C7D5EC2F67464D83PQ/1?accountid=11363)

[com.ezproxy.metropolia.fi/docview/927881574/fulltext/C7D5EC2F67464D83PQ/1?accountid=11363](https://search-proquest-com.ezproxy.metropolia.fi/docview/927881574/fulltext/C7D5EC2F67464D83PQ/1?accountid=11363)>

(Luettu 6.1.2018)

Finnpanel 2016. Katsotuimpien ohjelmien TOP-listat

1. Downshiftaajat nettikatsojaluvut. Katsotuimmat netti-tv-sisällöt Areenassa, MTV Katsomossa ja Ruudussa 2016.
<https://www.finnpanel.fi/lataukset/tv_vuosi_2017.pdf>
(luettu 6.1.2018)
2. Ex-Onnellisten katsojaluvut. Kuukauden katsotuimmat lähetykset ikäryhmittäin. Yli 4-vuotiaat, syyskuu 2016.
<<https://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/kk/ohjika/2016/9/ohjika.html>>
(luettu 6.1.2018)
3. Mustat lesket katsojaluvut. Vuoden katsotuimmat lähetykset kanavittain Nelonen, vuosi 2016
<<https://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/topv/2016/nelonen.html>>
(luettu 6.1.2018)
4. Sorjonen katsojaluvut. Vuoden katsotuimmat lähetykset kanavittain Yle TV1, vuosi 2016
<<https://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/topv/viimeisin/topv.html>>
(luettu 6.1.2018)

Imdb. Internet Movie Database.

1. Black Widows Scandinavia –sarjan tiedot
<http://www.imdb.com/title/tt5433600/?ref=ttep_ep_tt>
(luettu 6.1.2018)
2. Downshiftaajat –sarjan tiedot
<http://www.imdb.com/title/tt6055020/?ref=nv_sr_1>
(luettu 6.1.2018)
3. Ex-Onnelliset –sarjan tiedot
<http://www.imdb.com/title/tt5065318/?ref=nv_sr_1>
(luettu 6.1.2018)
4. Mustat Lesket –sarjan tiedot
<http://www.imdb.com/title/tt2992876/?ref=nv_sr_1>
(luettu 6.1.2018)
5. Sorjonen –sarjan tiedot
<http://www.imdb.com/title/tt4937942/?ref=ttep_ep_tt>
(luettu 6.1.2018)

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna 2006. Teemoittelu. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovarasto [ylläpitäjä ja tuottaja].

<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html>. (Viitattu 11.01.2018.)

Suomen Elokuvasäätiö

1. Downshiftaajien saama tuki
<http://ses.fi/elokuvat/elokuva/?tx_browser_pi1%5BshowUid%5D=839&cHash=4c28a148f4e6a9fb0e14c32d9330d90c> (luettu 21.12.2017)

2. Elokuvuvuosi 2015. Tuet ja budjetit
<http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvuvuosi_2015_Facts_Figures.pdf>
(luettu 6.1.2018)
3. Ex-Onnellisten saama tuki
<http://ses.fi/elokuvat/elokuva/?tx_browser_pi1%5BshowUid%5D=845&cHash=95a46c5dbf94a07672bb0e6ec7cc2d99>
(luettu 21.12.2017)
4. Mustien Leskien saama tuki
<http://ses.fi/tukitoiminta/tukipaeaetoekset/tuotanto/?tx_browser_pi1%5BshowUid%5D=5094&cHash=017ff255b24775d26a8a26f7f2f70e0b>
(luettu 21.12.2017)
5. Sorjosen saama tuotantotuki.
<http://ses.fi/elokuvat/elokuva/?tx_browser_pi1%5BshowUid%5D=809&cHash=261605119f57f80db864a9e3cfbf1b39>
(luettu 21.12.2017)

Wood, Laura 2005. Research And Markets: Why Make A Movie Sequel?
New York: Business Wire.

Verkkajulkaisu (Helmikuu 2005)

<[https://search-proquest-](https://search-proquest-com.ezproxy.metropolia.fi/docview/445480597/E1343C65A770433BPQ/1?accountid=1363)

[com.ezproxy.metropolia.fi/docview/445480597/E1343C65A770433BPQ/1?accountid=1363](https://search-proquest-com.ezproxy.metropolia.fi/docview/445480597/E1343C65A770433BPQ/1?accountid=1363)>

(Luettu 3.1.2018)

Julkaisematon lähde

Hautamäki, Reetta 2017. Tiedottaja. Suomen elokuvasäätiö. Sähköpostikeskustelu
25.9.2017 ja 27.9.2017

Haastattelut

Ahava, Tarja 2017. Tuottaja. Moskito Television Oy (Mustat Lesket). Haastateltu
14.11.2017

Halonen, Matti 2017. Tuottaja. Fisherking Oy (Sorjonen). Haastateltu 29.11.2017

Mäenpää, Leena 2017. Tuottaja. Dionysos Films Oy (Ex-Onnelliset). Haastateltu
28.11.2017

Talli, Marko 2017. Tuottaja. Yellow Film & TV (Downshiftaajat). Haastateltu 29.11.2017

Haastattelurunko

Kuka olet, missä tuotannoissa olet ollut mukana ja mikä on ollut roolisi näissä tuotannoissa?

Miten tuottajan työ tv-sarjassa eroaa elokuvan tuottamisesta? Mitä tämä merkitsee tuotantoyhtiön kannalta?

Mistä toisen tuotantokauden prosessi alkaa? Milloin tiedetään, että toinen kausi toteutuu?

Miten prosessi yleisesti eroaa ensimmäisen kauden teosta, kun ei lähdetä aivan tyhjäästä?

Missä vaiheessa sarjan, johon keskitymme, toisen kauden tuotanto on?

Erosiko kyseisen sarjan toisen kauden budjetti ensimmäisen kauden budjetista?

Miten toinen kausi on rahoitettu verrattuna ensimmäiseen? Oliko helpompi tai vaikeampi saada rahoitusta? Kuinka paljon rahoitusta samoista lähteistä / pitikö etsiä paljon uusia?

Kuinka paljon resursseja hyödynnetään ensimmäiseltä kaudelta?

Ovatko samat työryhmän jäsenet samoissa tehtävissä, vai onko vaihtelua?

Kuinka iso osa kuvauspaikoista on samoja ja kuinka paljon piti hankkia uusia paikkoja?

Onko uuden työryhmän, kuvauspaikkojen ja näyttelijöiden hankinta helpompaa toisella kaudella, kun on näyttöä jo siitä mitä tehdään?

Pyytävätkö näyttelijät tai työryhmä isompia palkkoja toisella kaudella? Onko ensimmäisen kauden isoille näyttelijöille kirjattu sopimukseen jo jokin optio tulevista kausista ja käytettävyydestä niitä varten?

Kuinka tärkeää on saada uusia isoja nimiä mukaan?

Onko tunnettuja näyttelijöitä helpompi tai vaikeampi saada toiselle kaudelle kuin ensimmäiselle?

Kuinka uudet osapuolet (kuvausmaa/paikka, ulkomaalaiset näyttelijät) vaikuttavat sarjan tekoon? Rajoittavatko ne jollain tapaa?

Mitä ylimääräisiä haasteita ulkomaalainen raha tuo tullessaan?

Onko aikaa suhteessa enemmän tai vähemmän kuin ensimmäisellä kaudella? Käytetäänkö sitä eri tavalla?

Onko tilaajan kanssa työskentely erilaista toisella kaudella? Antaako tilaaja enemmän vapauksia tai asettavatko enemmän vaatimuksia toisella kaudella?

Onko toisen kauden levitys/esitysalusta laajempi kuin ensimmäisen kauden? Pysyykö sarjan näytösaika ja -paikka samana?

Suunnataanko toista kautta isommalle yleisölle ja jos niin miten?

Miten toisen kauden markkinointi eroaa ensimmäisen kauden markkinoinnista?

Onko toista kautta helpompi levittää myös ulkomaille, kun kotimaassa jo tunnettu?

Yllättikö jokin asia toisen kauden teossa, mitä et ollut ottanut huomioon aluksi?

Mitä kokemuksia ensimmäiseltä kaudelta pystyi hyödyntämään toista kautta tehdessä, kun sama sarja oli kyseessä?

Toisen kauden haasteet ja mahdollisuudet toisella kaudella omin sanoin?

Missä vaiheessa tiedetään, että lähdetään tekemään kolmatta tai neljättä kautta? Voiko näitä varten valmistautua jo jotenkin toisen kauden yhteydessä?

Mitä sellaista opit toisella kaudella, jota aiot hyödyntää jatkossa, jos sarjaa jatketaan?

Olisiko mielestäsi parempi, jos Suomessa tilattaisiin useampi kausi kerralla?