

Opinnäytetyö (AMK)

Viestintä

Elokuva ja Televisio

2014

Maarit Vaahteranoksa

# OHJELMAIDEAN SUUNNITTELU JA TARJOAMINEN



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Viestintä | Elokuva ja Televisio

kevät 2014 | Sivumäärä 33

Ohjaaja: Vesa Kankaanpää

Maarit Vaahteranoksa

## OHJELMAIDEAN SUUNNITTELU JA TARJOAMINEN

Kirjallisessa opinnäytetyössäni tutkin, mitä oman ohjelmaidean suunnitteluprosessissa tulee ottaa huomioon. Pohdin kiinnostavan ohjelmaidean sisältöä ja rakennetta sekä miten omia ohjelmaideoita voi tarjota tuotantoyhtiöille ja televisiokanaville. Lisäksi pohdin selkeän ja kattavan ohjelmatarjouksen laatimista sekä seikkoja, jotka vaikuttavat oman ohjelmaidean menestymiseen.

### ASIASANAT:

Televisiosarja, lyhytelokuva, ohjelmatarjonta, ohjelmaidean menestyminen, konseptisuunnittelu, tuotantoyhtiö, televisiokanava

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Media Arts (BA) | Film Art

2014 | Total number of pages 33

Instructor: Vesa Kankaanpää

Maarit Vaahteranoksa

## PLANNING OF A PROGRAMMEIDEA AND PROGRAMMEOFFER

In my written thesis I studied which aspects have to be taken into account in the planning process of your own programmeidea. I thought about the content and structure of an interesting programmeidea and the ways you can offer your own programmeideas to production companies and television channels. I also thought about the making of a clear and wellcovered programmeoffer and the factors that affect the success of your own programmeidea.

### KEYWORDS:

Television program, short film, program supply, success of a programmeidea, planning a concept, production company, television channel

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 IDEAN SYNTYMINEN</b>	<b>7</b>
2.1 KONTAKTIEN LUOMINEN KOULUN ULKOPUOLELLE	8
<b>3 HYVÄ TELEVISIOSARJA</b>	<b>10</b>
3.1 KATEGORIAM JA GENRET	11
3.2 KÄSIKIRJOITUS	11
3.2.1 ADAPTAATIO	13
3.3 TARINA JA SISÄLTÖ	14
3.4 RAKENNE	15
<b>4 OHJELMAN TARJOAMINEN TUOTANTOON</b>	<b>17</b>
4.1 PITCHAUS	18
4.2 OHJELMAIDEAN SISÄLTÖ JA SYNOPSIS	18
4.3 TUOTANTOAIKATAULU	19
4.4 BUDJETTI JA RAHOITUSSUUNNITELMA	20
4.5 ESITTELYPAKETTI	24
<b>5 OMAN OHJELMAIDEAN MENESTYMINEN</b>	<b>27</b>
5.1 TUOTANTOYHTIÖN VALINTA JA MAHDOLLISET JAKELUKANAVAT	27
5.2 OMAN OHJELMAIDEAN MENESTYMINEN	27
5.3 SWOT-ANALYYSI	28
5.4 MITKÄ ASIAT VAIKUTTAVAT OHJELMATARJOUKSEN MENESTYMISEEN?	30
<b>6 LOPUKSI</b>	<b>32</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>33</b>

# 1 JOHDANTO

Kirjallisessa opinnäytetyössäni Ohjelmaidean suunnittelu ja tarjoaminen käyn läpi oman ohjelmaidean suunnittelua ja tarjoamista tuotantoyhtiölle ja sitä kautta televisiokanavalle. Tutkin, millainen on hyvän ohjelman rakenne ja suunnittelen oman ohjelmatarjouksen. Ajatus oman ohjelmaidean suunnittelusta syntyi, kun pohdin medianomien työllistymistä koulutuksen jälkeen. Sen sijaan, että lähettäisi kymmeniä työhakemuksia tuotantoyhtiöille ja televisiokanaville, suunnitteleekin jo koulun aikana jotain konkreettisempaa, esimerkiksi jonkin pitkälle ajatellun ohjelmaidean, jota voi tarjota eteenpäin.

Alkuperäinen ohjelmaideani oli luoda televisioon konsepti 10-osaisesta lyhytelokuvasarjasta, joka koostuu kymmenestä Juhani Ahon kirjoittamasta Lastuja-kokoelman novellista. Tässä tutkielmassa esitän ohjelmatarjouksen Juhani Ahon Uudisasukas-novelliin pohjautuvasta lyhytelokuvasta. Miksi Juhani Ahoa? Idea sai alkunsa, kun olimme tekemässä kurssikavereideni kanssa Uudisasukas-lyhytelokuvaa taiteellisena päättötöyönämme. Uudisasukas olisi toiminut 10-osaisen konseptikokonaisuuden demoelokuvana ja lyhytelokuvasarjan pilottijaksona.

Kirjallisessa opinnäytetyössäni pohdin televisio-ohjelman käsikirjoittamista, sisältöä ja rakennetta Are Nikkisen ja Anders Vacklinin Television runousoppia sekä Elina Hirvosen Käsikirjoittaminen -teoksien kautta. Ennen kuin kamera käy – ideasta kuvauksiin, tekijät kertovat on Riina Hyytiän väitöskirja taideteollisesta korkeakoulusta ja sen avulla pääsen käsiksi siihen, miten ideasta kehitellään valmis elokuvakäsikirjoitus.

Tässä kirjallisessa osiossa käsittelen oman ohjelmaidean suunnittelua ja tarjoamista tuotantoon alkuideasta esittelyvalmiiseen tuotteeseen asti. Tutkin, mitä kaikkea pitää löytyä selkeän ja kattavan ohjelmaidean esittelypaketista. Lisäksi arvioin oman ohjelmaideani vahvuuksia ja heikkouksia sekä pohdin, mitkä seikat vaikuttavat oman ohjelmaidean menestymiseen. Suomalainen menestystarina Iron Sky on hyvä esimerkki siitä, miten usko omaan ideaan tuottaa

tulosta. Näin tehtiin Iron Sky -kirjan kautta saa ajatusta siitä, miten hullusta ideasta tuli menestystarina. Lopuksi tiivistän, mitä olen oppinut ohjelmaidean suunnittelusta ja tarjoamisesta.

## 2 IDEAN SYNTYMINEN

Ajatus suunnitella oma ohjelmaidea tai jopa kokonainen ohjelmasarja syntyi, kun koulussa oli tullut aika suunnitella taiteellisia päättöitä. Kurssikaverillani oli idea dramatisoida elokuvakäsikirjoitukseksi ja ohjata lyhytelokuvaksi Juhani Ahon novelli Uudisasukas. Riina Hyytiä kirjoittaa väitöskirjassaan, ennen kuin kamera käy, että idea on aina prosessin käynnistäjä. Se on ensimmäisiä elokuvaa hahmottavia ajatuksia. Ajan myötä idea muokkautuu aiheeksi, kun mukaan tulee tarina ja keskeiset henkilöt (Hyytiä 2004, 11.) Usein idea elokuvasta syntyy havainnoista, joita jokainen meistä tekee ympäröivästä maailmasta. Tässä tapauksessa ohjaaja näki valmiin tarinan kuvina.

Minusta oli hieno ajatus tehdä lyhytelokuva Juhani Ahon novellista, koska hänen merkitystään suomalaiselle kulttuurille ja kirjalliselle identiteetille ei voi kiistää. Minun mielestä Uudisasukas olisi ollut kunnianhimoinen ja meille tarpeeksi haastava taiteelliseksi opinnäytetyöksi, jonka kautta olisimme saaneet tuoda esille kykymme tehdä lyhytelokuvia. Elokuva olisi toteutettu epookkina sijoittuen 1800-luvun loppuun. Toteutuessaan elokuvasta olisi tullut hyvä työnäyte jokaiselle työryhmän jäsenelle. Ideasta innostui myös Juhani Aho Seuran puheenjohtaja, ja saimme Seurasta hyvän yhteistyökumppanin projektille. Samoihin aikoihin Suomen Yleisradio julkaisi kotimaisen novellielokuvakilpailun, ja siihen tutustuttuani ajattelin, että Juhani Ahon teksteistä saisi helposti kokonaisen ohjelmasarjan jollekin tuotantoyhtiölle tai televisiokanavalle. Yle suosii yleisesti ottaen nykypäivään sijoittuvia ohjelmia, mutta uskoin, että Juhani Ahon merkitys kotimaisessa kirjallisuudessa sekä tarpeeksi vahva taiteellinen ja tuotannollinen suunnitelma ohjelmakonseptista saisivat Ylen päättäjät innostumaan. Uudisasukas-lyhytelokuvaan emme saaneet lopulta tuotantolupaa projektin laajuuden ja budjetin suuruuden vuoksi kouluolosuhteissa, mutta idea Uudisasukas-lyhytelokuvasta jäi kuitenkin elämään.

Toisena hyvänä syynä oman ohjelmaidean suunnittelun ja tarjoamisen tutkimiseen kirjallisen päättötyöni aiheena katsoin olevan, että olemme pian koulusta

kentälle valmistuvia medianomeja. Medianomeja valmistuu Suomessa joka vuosi enemmän kuin on töitä tarjolla. Jos kouluaikana on mahdollisuus luoda jotakin, jota pystyy hyödyntämään heti valmistumisen jälkeen, kannattaa se mahdollisuus minusta käyttää hyväksi.

Minua kiinnostaa niin ikään suosittujen ohjelmien menestymisen salaisuus ja haluan pohtia, mikä tekee jostakin televisiosarjasta menestyvän? Onko olemassa jokin tietty kaava, jolla hyviä ohjelmaideoita rakennetaan? Minun mielestäni tärkeimmässä osassa ohjelmaideaa on sen sisältö mutta myös ohjelman julkaisuajankohta, markkinoinnin kiinnostavuus ja laajuus, ohjelman ajankohtaisuus ja tarkoin valittu kohdeyleisö. Millä menestystä sitten mitataan? Onko ohjelma silloin hyvä, kun sillä on päivittäin lähes miljoonan katsojaluvut (esimerkiksi *Salatut Elämät*)? Vai silloin, kun katsojia on vähemmän, mutta sarja nähdään muuten, esimerkiksi yhteiskunnallisesti merkittävän tai ajankohtaisen informaation takia, tärkeänä? Vastaus tähän kysymykseen riippuu varmasti vastaajasta eikä kysymykseen ole yksiselitteisesti oikeaa tai väärää vastausta.

## 2.1 Kontaktien luominen koulun ulkopuolelle

Kun opiskelee Turun Taideakatemiassa viimeistä kevätlukukautta, on minusta korkea aika alkaa luoda kontakteja alan kentälle. Hyviä kontakteja syntyy harjoittelujaksojen aikana, ja näitä kontakteja on syytä pitää yllä. Mutta on hyvä herätellä myös muita kontakteja. Kaikki valmistuvat oppilaat eivät kuitenkaan pääse aloittamaan töitä suoraan tuotantoyhtiössä, vaan yksi keino on myös yrittää saada omia ohjelmaideoita tuotantoon. Oman ohjelmaidean laatiminen, sen esittely eteenpäin tuotantoyhtiöille tai televisiokanaville ja lopulta idean käsittely ennen mahdollista tuotantopäätöstä voi viedä paljon aikaa, esimerkiksi Ylelle prosessi saattaa kestää parhaimmillaan jopa vuosia, joten nyt kun valmistumiseen on enää vajaa puoli vuotta, on hyvä aika aloittaa.

Omaa ohjelmaideaa voi tarjota esimerkiksi suoraan Ylelle tai johonkin tuotantoyhtiöön, jonka profiiliin ohjelma sopii, tai sitten suoraan ulkopuolisille rahoittajille, mutta usein ohjelmaidea menee varmemmin läpi, jos ohjelmaidean takana on

tuotantoon jo sitoutunut tuotantoyhtiö. Hyviä käsikirjoitusaiheita kannattaa lähettää Suomen elokuvasäätiölle, josta on mahdollisuus saada käsikirjoitustukea tai kehittelytukea ohjelmaidean jatkokehittelyyn. Suomen elokuvasäätiö myöntää rahoitusta myös lyhytelokuville, televisiosarjoille ja televisioelokuville, ei ainoastaan pitkille teatterielokuville. Olennaista on, että tuntee oman ohjelmaideansa suhteessa kysyntään eli tuotantotalojen tai televisiokanavien profiiliin. Esimerkiksi Juhani Ahoa on turha tarjota MTV:lle tai Neloselle, kun taas esimerkiksi Ylen Teemalle se sopisi oikeinkin hyvin. MTV on mainostelevisio ja sen ohjelmatarjonta koostuu viihdyttävästä, nuorekkaasta, paljon katsojia keräävistä ohjelmista. MTV haluaa tarjota ohjelmia ns. massakatsojille, sen takia MTV:ltä harvemmin näkee mitään pienelle kohderyhmälle suunnattua ohjelmaa. Volyymin pitää olla korkea koko ajan, jotta mainosmyynnillä saadaan katettua kanavan toimiminen. Nelonen taas on profiililtaan lifestyle-kanava. Sen ohjelmatarjonta sisältää paljon sisustusta, ruokaa, urheilua, hyvinvointia, viihdettä ja elokuvia. Myös Nelonen tavoittelee korkeita katsojalukuja. Yle Teema taas on kulttuurin, tieteen ja oppimisen kanava. Yle Teema näyttää paljon klassikkoelokuvia, dokumentteja ja kulttuuriin liittyviä ohjelmia. Juhani Ahon novellielokuvat sopivat kanavalle hyvin Juhani Ahon kulttuurisen arvon ja kohdeyleisön vuoksi.

### 3 HYVÄ TELEVISIOSARJA

Televisio on nykypäivänä tärkeässä osassa ihmisten arkea. Lähes jokaisessa kotitaloudessa on vähintään yksi televisio tai samat ohjelmat katsotaan internetistä. On näin ollen tärkeää miettiä, mitä televisiossa tarjotaan katsottavaksi, ohjelmien sisältö ja sanoma vaikuttaa katsojiin vääjäämättä. Nykyään, kun kanavia on runsaasti, ohjelmatarjonta on suuri ja ohjelmia voi katsoa oikeastaan koska tahansa internetistä, täytyy ohjelmien olla entistä parempia, jotta katsoja jää seuraamaan ohjelmaa eikä vaihda kanavaa. Nykyään on haastavaa saada televisiosarjalle suuria katsojamääriä. Esimerkiksi aikoinaan televisiosarja *Reinikainen* sai 2,4 miljoonaa katsojaa, mutta silloin televisiokanavia oli kaksi ja toiselta kanavalta ei tullut mitään (Hirvonen 2003, 164).

Kaikki televisio-ohjelmat ovat jossain määrin sarjoja, esimerkiksi uutiset, tv-dokumentit, makasiiniohjelmat, keskusteluohjelmat, tosi-tv ja perinteiset sarjaohjelmat. Tässä kohtaa opinnäytetyötäni keskityn sarjatyyppeihin ohjelmiin, koska ideani mukainen Juhani Ahon 10-osainen lyhytelokuvasarja luokitellaan sarjaksi. ”Sarjatyypistä puhutaan silloin, kun sarja perustuu toistoon ja siinä esiintyy samanlaisia muotoja ja sisältöjä.” (Nikkinen & Vacklin 2012, 45.)

Juhani Ahon Lastuja-sarjan toistuvuus on kirjailija, sarjassa toistuvasti esiintyvä tematiikka ja samat näyttelijät. Keskeisinä teemoina ovat lähimmäisen rakkaus, vaikeuksista selviytyminen ja ihmisen suhde luontoon. Jokainen jakso on oma erillinen ja itsenäinen tarinansa ja jokaisessa jaksossa esiintyy eri henkilöt, mutta esiintyjinä ovat samat näyttelijät. Sarjamaisuutta tuo myös tunnistettavaksi tehty tyyli ja Ahon kirjallinen kieli. Hyvä esimerkki samantyyllisestä draamako mediasarjasta oli vuosina 1999-2004 Nelosella esitetty *Kaverille ei jätetä*. Tuotantokauteen kuului 10 jaksoa, joissa jokaisessa jaksossa oli oma tarinansa, mutta työryhmä oli sama lukuun ottamatta vierailevia näyttelijöitä.

### 3.1 Kategoriat ja genret

Tv-sarjat jaetaan eri kategorioihin: jaksosarjaan (esimerkiksi *Klikkaa mua*), jossa jokaisessa jaksossa on oma tarinansa, mutta samat henkilöt, aika, paikka ja aihe; jatkosarjaan (suomalaiset maalauskomediat, esimerkiksi *Vain muutaman huijarin tähden*), jossa sama tarina jatkuu ja juoni kehittyy jokaisessa jaksossa; saippuasarjaan (esimerkiksi *Salatut elämät*); tilannekomediasarjaan (esimerkiksi *Frendit*); näiden lisäksi vielä sarjat, joita yhdistää jokin ajatus tai tapahtumapaikka, mutta jokainen jakso on itsenäinen tarinansa (esimerkiksi *Kaverille ei jätetä* tai *Kymmenen käskyä*). Juhani Ahon Lastuja-sarja kuuluu viimeksi mainittuun kategoriaan näistä.

Genren määrittäminen on niin ikään tärkeää sekä käsikirjoittajalle että katsojalle. Käsikirjoittajalle määrittäminen on tärkeää siksi, että hän pysyy sovitussa genressä eikä tuota katsojalle pettymystä kirjoittaessaan ”väärää” genreä. Lisäksi käsikirjoittaja pystyy hyödyntämään tietyllä genrelle ominaisia piirteitä ja tekniikoita. Katsoja taas tietäessään genren pystyy tekemään valintoja sen suhteen, mitä genreä haluaa katsoa, ja tietää, mitä on tulossa, jos sarja luokitellaan esimerkiksi rikosdraamaksi. Siihen on syynsä, miksi televisiossa nähdään eniten poliisi- ja lääkärisarjoja, tällaisissa sarjoissa syntyy luontevasti dramaattista elämää ja kuolemaa käsitteleviä tarinoita (Nikkinen & Vacklin 2012, 45). Genren määrittäminen ei kuitenkaan ole helppoa, koska monessa sarjassa yhdistellään useaa genreä. Hyvä esimerkki on supersuosittu sarja *Twin Peaks*, jossa päägenrenä on murhamysteeri, mutta helposti sarjasta on löydettävissä myös saippuaopperan, tilannekomedian ja kauhun elementtejä (Nikkinen & Vacklin 2012, 45.)

### 3.2 Käsikirjoitus

Televisiosarjan tai elokuvan tekemisessä tärkeintä on hyvä käsikirjoitus. Ilman hyvää tarinaa katsojalla ei ole mitään, mitä seurata. Vaikka kaikki olisi muuten kohdallaan ja vaikka olisi parhaat mahdolliset näyttelijät tai alan paras kuvaaja, niin kanava vaihtuu hyvin äkkiä, jos ohjelma ei herätä katsojassa mitään tuntei-

ta. Timo Vuorensola sanoo käsikirjoituksesta *Iron Sky*:n tekemisestä tehdyssä kirjassa, että ohjaus, näyttelijät, tehosteet voivat kantaa elokuvassa maksimissaan parikymmentä minuuttia, mutta sen jälkeen katsoja haluaa tarinan, jota seurataan (Vuorensola 2012, 42).

Sarjoja tehdessä puhutaan koneesta: ”Kone on perustilanne, joka pitää sarjaa liikkeessä. Se tuottaa sarjan arvot, väittämät, henkilöt ja juonet.” (Hirvonen 2003, 138). Sarjan koneen ei tarvitse olla monimutkainen ollakseen loistava. Hyvä esimerkki on yksi kautta aikojen suosituimmista tilannekomediasarjoista *Frendit*, jossa kaikkien hahmojen tavoite jokaisessa jaksossa on löytää toimiva parisuhde (Hirvonen 2003, 139). Ja esimerkiksi suomalaisessa televisiosarjassa *Klikkaa mua*, keski-ikäisen naisen tavoite jokaisessa jaksossa on löytää elämänkumppani, nykypäivään hyvinkin sopivalla tavalla eli internetistä.

Käsikirjoituksen peruselementtejä ovat tarina, rakenne, syy-seuraussuhteet, juoni, hahmojen suhteet toisiinsa ja konfliktit. Käsikirjoittaja luo sarjan maailman. Käsikirjoittajan tärkein ominaisuus on henkilökohtainen halu kertoa tarina. Jos sitä ei ole käsikirjoituksesta usein tulee naiivi eikä se ole uskottava. Käsikirjoitusta tulee kirjoittaa niin kuin kirjoittaisi itselleen katsojana ja miettiä jaksaisiko itse katsoa elokuvaa? Onko se tarpeeksi kiinnostava? (Vuorensola 2012, 43.)

Silloin, kun katsoja sekoittaa todellisuuden ja fiktiivisen televisiosarjan, ollaan ohjelman teossa jossain määrin onnistuttu, koska katsoja uppoutuu syväällä sarjan maailmaan. Esimerkiksi, kun *Salatut Elämät* -sarjassa suosittu hahmo Ken Ojala kuoli jäätyään raitiovaunun alle, veivät katsojat kynttilöitä kyseiselle tapahtumapaikalle todellisessa elämässä.

Käsikirjoittaja kirjoittaa sarjan jakson rakenteen niin, että katsoja jää seuraamaan, mitä tapahtuu seuraavaksi. Käsikirjoittaja kirjoittaa hahmoista samastuttavat, jolloin katsojan on helppo eläytyä sarjan tapahtumiin ja peilata henkilöiden tunteita omaan elämäänsä. Televisiosarjoja tehdään myös sen takia, että katsoja saisi apua, neuvoja, ratkaisumalleja ja varoittavia esimerkkejä omaan elämäänsä (Hirvonen 2003, 135.)

Draamaa ja konflikteja haluaa useimmat ihmiset kokea ja katsoa. Meillä kaikilla on myös sisäänrakennettu halu tirkistellä toisten elämää, ja tähän televisio-ohjelmat tarjoavat mahdollisuuden. Kaikkien ohjelmien alussa on ”koukku”, jolla katsoja saadaan jäämään kanavalle seuraamaan tarinan etenemistä.

Juhani Ahon Lastuja-lyhytelokuvasarjan tärkein tekijä on näin ollen käsikirjoittaja, joka dramatisoi novelleista kiinnostavia lyhytelokuvakäsikirjoituksia, jotka sopivat audiovisuaaliseen mediaan mutta säilyttävät Ahon psykologis-realistisen tyylin ja tavan kirjoittaa sen aikaisesta maailmasta ja yhteiskunnasta.

### 3.2.1 Adaptaatio

Adaptaatiosta puhutaan silloin, kun jokin teos siirretään toiseen muotoon, esimerkiksi kun kirjasta tehdään elokuvakäsikirjoitus. Kun Juhani Ahon novellista tehdään elokuvakäsikirjoitus, voidaan siis puhua adaptaatiosta. Adaptaatiossa alkuperäisestä tekstistä otetaan tarina, sen maailma ja henkilöitä, mutta todella paljon myös karsitaan pois varsinaiseen elokuvakäsikirjoitukseen. Pois voi jäädä useita kohtauksia ja henkilöitä, ja aikaa tiivistetään sekä näkökulmaa voidaan muuttaa.

Daniela Hakulinen Metropolian ammattikorkeakoulusta määrittää adaptaation kirjallisessa opinnäytetyössään, Kirjallisuuden ja Elokuvan rajalla -Adaptaatio. Adaptaatio on alkuperäistekstin sovittamista elokuvan tai tv-sarjan käsikirjoitukseksi. Adaptaatiota käytetään todella paljon, koska sillä on myös korkea markkinointiarvo. Suosittuja fantasia-, jännitys- ja rikosromaanisarjoja käytetään juuri kirjan saaman kuuluisuuden ja korkeiden myyntilukujen takia (Hakulinen 2010, 2.), esimerkiksi J. K. Rowlingin Harry Potter -fantasiakirjasarja.

Adaptaatiotapauksissa aina pitää solmia optiosopimus alkuperäisteoksen tekijän kanssa. Se ei aina välttämättä ole helppoa, ja jos alkuperäisteoksen kirjoittaja haluaa olla mukana kirjoittamassa elokuvakäsikirjoitusta, voi syntyä suuriakin erimielisyyksiä. Riina Hyytiä kertoo väitöskirjassaan, että Heinähattu ja Vilttitossu -elokuvan alkuperäisteoksen kirjoittajat riitaantuivat elokuvakäsikirjoittajan kanssa. Heidän mielestään alkuperäisiä hahmoja, kirjan yksityiskohtia ja dialo-

gia ei kunnioitettu tarpeeksi. Mutta koska sopimus oli jo tehty, että kirjan saa kokonaisuudessaan tulkita elokuvaksi, lopputeksteissä luki, että elokuva perustuu Sinikka ja Tiina Nopolan alkuperäistekstiin ja käsikirjoittajina ainoastaan Kaisa Rastimo ja Marko Rauhala (Hyytiä 2004, 53.) Juhani Ahon novellista ei tule tekijänoikeuskiistoja, koska kirjailijan kuolemasta on kulunut yli 70-vuotta, jolloin tekstiä saa käyttää vapaasti. Toki on kohteliasta kysyä lupa perikunnalta. Juhani Ahon tekstin oikeuksia ei oikeastaan valvo kukaan, mutta selvitin asiaa Juhani Ahon Seuran kautta.

### 3.3 Tarina ja sisältö

Tarinat ovat vanha perinne, ja niitä on länsimaisissa kulttuureissa kerrottu vuosisatoja sukupolvelta toisella. Tarinankerronta perustuu Antiikin Kreikan näytelmien luomaan perustaan ja Aristoteleen oppeihin. Hyvät käsikirjoittajat ovat nykypäivän tarinankertojia. Tarinan on ”kaaduttava” eteenpäin ja rytmin on vaihdeltava. ”Hyvä tarina päättyy aina pilkkuun, ei pisteeseen.” (Hirvonen 2003, 40). Eli tarinan täytyy jäädä kutkuttamaan ajatuksia, jolloin katsoja jää miettimään tarinan mahdollista jatkoa.

Nykyään, kun tarjontaa televisiossa on paljon, täytyy käsikirjoittajan olla tietoinen, mitä tarjoaa katsojille katsottavaksi ja mikä on ohjelman sisältö ja aihe. Käsikirjoittaja on vastuussa ohjelman sisällöstä. Omassa esimerkkitapauksessani Juhani Aho on jo kirjoittanut tarinan sisällön, mutta käsikirjoittajan on dramatisoitava teksti elokuvakäsikirjoitukseksi eli kiinnostavaksi tapahtumasarjaksi. Juhani Ahon Uudisasukas-novellin tarinan keskeinen sisältö on nuorten aikuisten usko tulevaisuuteen ja sinnikäs yrittäminen kyläyhteisön vastustuksesta ja ankarasta elinympäristöstä huolimatta.

Televisio-ohjelman kannalta on mietittävä, mikä on tarina televisio-ohjelmassa? Yksinkertaisuudessaan se on syy-seuraussuhteiden ketju, johon vahvasti liittyy katsojan oma tausta, ja katsoja käsittelee tarinaa omasta maailmankuvastaan

käsin. Esimerkiksi Suomessa asuva keski-ikäinen mies tulkitsee samaa tarinaa eri tavalla kuin Kiinassa asuva 12-vuotias lapsi. Hyvässä tarinassa täytyy olla draamaa ja tapahtumia. Leino kirjoittaa käsikirjoitusoppaassaan, että vahvassa draamassa henkilöt ovat elämänsä suurimpien ratkaisujen äärellä, jotka muuttavat heidän koko elämän ja että draama on inhimillisen toiminnan jäljittelyä (Leino 2003, 8).

Tuottajat ja käsikirjoittajat etsivät jatkuvasti hyviä tarinoita, joista tehdä kiinnostavia ohjelmia tai elokuvia. Syy, miksi haluan rakentaa Juhani Ahon teksteistä televisiosarjan, on juuri se, että meillä on valmiiksi kirjoitettuja hienoja tarinoita, jotka vielä sijoittuvat yhteiskuntamme lähihistoriaan. Juhani Ahon teksteistä on aiemmin filmatisoitu televisioelokuvaksi Rautatie ja pitkäksi elokuvaksi useamman eri ohjaajan toimesta Juha. Hyvä tarina on kiehtova, jännittävä, kysymyksiä ja ajatuksia herättävä, uskottava ja ennen kaikkea tunteita herättävä. ”Vaikuttavimmat tarinat ovat usein kuvattavissa muutamalla yksinkertaisella peruslauseella, mitä yksiselitteisempi tarina on, sitä nopeammin vastaanottaja havaitsee sen ja eläytyy siihen.” (Hirvonen 2003, 15).

### 3.4 Rakenne

Televisio-ohjelman tai elokuvan rakenne on oleellinen osa sitä, että katsoja pysyy kanavalla ja kokee ohjelman kiinnostavana. Rakenne määrää sen, että juoni kulkee koko ajan eteenpäin eikä pysähdy paikoilleen. ”Rakenne on tapa hahmottaa kerrottava juoni, tarina ja sisältö. Rakenne jakaa ne helpommin hallittaviin osiin, esimerkiksi näytöksiin. Näytökset voi vielä jakaa jaksoihin ja kohtauksiin.” (Hirvonen 2003, s. 38).

Ehkä tunnetuin rakenne elokuvissa on kolminäytöksinen rakenne. Ensimmäinen näytös virittää tarinan, esittelee henkilöt, tilanteen ja ympäristön. Toisessa näytöksessä tarinaa syvennetään ja kehitellään. Kolmannessa tarina huipentuu ja saa ratkaisun.

Yhtä lailla televisiosarjoissa käsikirjoittaja saa rakennettua ohjelmaan draamaa ja konflikteja valmiilla rakennemallilla.

Esimerkiksi tilannekomedian rakenteellinen malli:

1. Kuka on sankari eli päähenkilö?
2. Mitä päähenkilö haluaa?
3. Ovi avautuu, eli päähenkilö saa mahdollisuuden.
4. Päähenkilö ottaa ohjat.
5. Kapula lentää päähenkilön rattaisiin.
6. Tilanne hajoaa käsiin.
7. Päähenkilö on pohjalla.
8. Mitä päähenkilö saavuttaa?

(Hirvonen 2003, s. 140)

Toinen asia, jota käsikirjoittaja voi käyttää hyväkseen, on Christopher Voglerin sankarin matka, jonka Vogler lanseeraa kaikkia elokuvia yhdistäväksi tarinan arkkityypiksi. Vogler on siis koonnut kirjassaan *The Writer's Journey* antropologin Joseph Cambellin ja psygoanalyytikon C.G Jungin myytit tarinan kerronnan näkökulmasta. Vogler luottaa sankarin matkan toimivuuteen ja soveltuvuuteen erilaisissa tarinoissa (Hyytiä 2004, 80.)

Lyhyesti kerrottuna sankarin matka on siis tyypillinen juonirakenne, jossa sankari lähtee matkaan ja palaa sieltä voittajana, viisastuneena ja muuttuneena ihmisenä.

Juhani Ahon Lastuja-lyhytelokuvasarjassa jokaisessa lyhytelokuvassa käytetään kolminäytöksistä rakennetta, sillä sitä voi hyvin soveltaa myös 30-minuuttiseen elokuvaan. Novellien dramatisoinnissa saa olla tarkkana siitä, ettei elokuvakäsikirjoitukseen päädy liikaa henkilöitä ja heidän ongelmiaan tai heidän ystäviensä ajatuksia, suhteita ja ongelmia. Rakenteen ja käsikirjoituksen kannalta on tärkeää, että keskitytään päähenkilöön ja hänen ongelmiinsa, sivujuonia kuljetetaan rinnalla vain, jos ne liittyvät oleellisesti aiheeseen ja päähenkilöön.

## 4 OHJELMAN TARJOAMINEN TUOTANTOON

Ohjelmaidean saaminen läpi tuotantoyhtiöön ja sitä kautta jakelukanaville vaatii paljon työtä. Tarjoajan pitää olla perillä omasta ohjelmaideastaan, tuntea ideansa läpikotaisin ja ymmärtää, kenelle ideaa kannattaa kaupata. Tv-ohjelma tai elokuva tarvitsee hyvän tuottajan. Ohjelmaideaa voi tarjota eteenpäin ohjaaja tai käsikirjoittaja mutta toteutuakseen loistavakin idea tarvitsee tuottajan. ”Tuottaja eli henkilö, joka saa asiat tapahtumaan.” (Kaukoma 2012, 23). Varsinkin *Iron Sky*:n kaltaisessa menestystarinassa tuottajan rooli on erityisen tärkeä. Ilman tuottajan sinnikkäästi saavuttamaa rahoitusta elokuvaa ei olisi tehty. Tero Kaukoma, joka tuotti *Iron Sky*:n, kiteyttää tuottajan roolin hyvin sanomalla, että sen lisäksi, että tuottaja on mahdollistaja, tuottaja on kannustaja. Koska mikään ei ole niin helppoa kuin lopettaa uskomasta omaan visioon, tuottajan pitää pitää toteuttajan eli ohjaajan uskoa yllä (Kaukoma 2012, 27.)

Ennen ohjelmaidean tarjoamista tuotantoyhtiöön, rahoittajille tai jakelukanaville, tarjoajan pitää valmistella ideansa myyntiä varten. Idea pitää pystyä verbalisoimaan tiiviisti ja selkeästi. Tärkeitä asioita ohjelman pitchauksessa ovat ohjelmaidean sisällön tunteminen, tuotantoaikataulun hahmottaminen sekä realistisen budjetin ja rahoitussuunnitelman ymmärtäminen. *Iron Sky*:n tuottaja Tero Kaukoma kertoo, että rahoitusta hakiessa kannattaa aina oivaltaa se, että rahaa kannattaa etsiä sieltä, missä sitä käytetään. Tämä johti siihen, että hän lähti ensimmäisenä hakemaan rahoitusta Saksasta, josta löytyy suhteellisen paljon rahoitusmahdollisuuksia (Kaukoma 2012, 57.)

Ohjelmaideasta voi laatia tuotantoyhtiötä varten koottavan esittelypaketin, josta käy ilmi kaikki oleellinen tarjottavasta tuotannosta. Asiallisen ja ammattimaisen esittelypaketin kokoaminen helpottaa ohjelmaidean ostajaa tekemään tuotantopäätöksen ja antaa tekijästä heti luotettavan kuvan.

Sarjaehdotus toimii myyntipakettina tuotantoyhtiölle ja tv-kanaville. Ehdotuksen tavoitteena on herättää sellaisen tuotantoyhtiön tai kanavan kiinnostus, joka on tehnyt samantapaisia sarjoja kuin sarjan ideoija haluaa tarjota (Nikkinen &

Vacklin 2012, 70). Sarjaehdotuksen on oltava hyvin kirjoitettu, loogisesti etenevä ja lukijaystävällinen. Sarjaehdotuksen tavoitteena ei ole kertoa kaikkea vaan ainoastaan saada lukija kiinnostumaan (Nikkinen & Vacklin 2012, 71.)

#### 4.1 Pitchaus

Pitching (engl. syöttäminen) tarkoittaa nopeaa esitystä tuotteen tai palvelun tai liikeidean pääkohdista. Sen tarkoitus on herättää kiinnostus esiteltävää asiaa kohtaan ja vakuuttaa kuulijat asian vahvuuksista. Hyvä pitchaus ottaa huomioon kuulijansa ja osoittaa markkinatuntemusta, mutta kertoo myös tekijänsä innosta, näkemyksestä ja osaamisesta. (Kopiosto 2013)

Pitchaus eli idean myyminen verbaalisesti on ohjelmantarjoajalle tärkeä taito ja työllistymisen kannalta varsin oleellinen kyky. Pitchausta kannattaakin harjoitella ennen kuin menee tarjoamaan ideaansa tuotantoyhtiöihin. Pitchausta harjoitellaan jo alan koulutuksessa opintojen aikana.

Hyvä pitchaus sisältää ainakin:

- esittely itsestä
- esittely ohjelmaideasta ja sen sisällöstä
- mikä tekee ohjelmaideasta ainutlaatuisen ja kiinnostavan
- miten ohjelmaideaan perustuva tuotanto on hyödynnettävissä taloudellisesta tai tuotantoyhtiön imagon kohottamiseksi

#### 4.2 Ohjelmaidean sisältö ja synopsis

Ei riitä, että on keksinyt hyvän ja mielenkiintoisen ohjelmaidean. Pitää osata myös verbalisoida idea ja saada muut vakuuttumaan ohjelmaideastaan ja ymmärtämään, mistä ohjelmassa on kyse. Sisällön kommunikoimiseen hyvä apuväline on synopsis, jolla voidaan viestiä sisältö tiivistä. Synopsis on tiivistelmä ohjelman sisällöstä, se on eräänlainen hahmotelma tai luonnos, josta selviää ohjelman sisältö ja muoto. Synopsisin tehtävä on ennen muuta tiivistää näh-

tävä tapahtumasarja tai tarina. (Elokuvantaju 2013) Synopsis on sellainen, jonka tuottaja ja rahoittaja lukevat ensimmäisenä.

Synopsis voi olla pituudeltaan maksimissaan kaksi liuskaa. Se kirjoitetaan aina proosamuotoon eli se on suorasanaista tekstiä. Synopsista kirjoittaessa on hyvä mahdollisuus pohtia sitä, onko tästä tarinasta elokuvaksi? Puuttuuko sieltä jotain olennaista? Onko aihe tarpeeksi kiinnostava? Tomi Leino kirjoittaa käsikirjoitusoppaassaan, että synopsiksen kirjoittaminen on jo melkein oma taiteenlajinsa, että miten saa muutamaankin liuskaan pitkän elokuvan tarinan ymmärrettävästi (Leino 2003, 88).

”Ensimmäisen sivun ensimmäinen lause on tärkein. Ohjelman tarjoaja voi olla varma, että lukija lukee ainakin sen.” (Nikkinen & Vacklin 2012, 75). Synopsis kannattaa kirjoittaa harkiten ja varmistaa, että lukija kiinnostuu aiheesta heti. Myös käsikirjoituksen kannalta synopsis on hyvä vaihe, koska silloin kokonaisuus ei vielä peity yksityiskohtien alle.

Ensimmäinen lause voi olla oneliner, tarina kerrottuna yhdellä lauseella, tai tv-ohjelmakuvauksista tuttu logline, joka on yhden tai kahden lauseen ja noin 25 sanan mittainen ytimekäs ja kuvaava synopsis (Nikkinen & Vacklin 2012, 75).

Sarjan loglinen sijaan saatetaan käyttää sanaa konsepti, jolla tarkoitetaan aikalailla samaa asiaa. Konsepti on kuitenkin väljä käsite, koska sillä voidaan tarkoittaa myös alustavaa ehdotusta tai hahmotelmaa. Sen voi myös ymmärtää muistiona, jossa on hahmoteltuja ajatuksia sarjasta, mutta se voi tarkoittaa myös valmista formaattia. (Nikkinen & Vacklin 2012, 75).

#### 4.3 Tuotantoaikataulu

Ohjelmantarjoajan on tunnettava alan sisäiset käytännöt ja millä aikajänteellä ohjelmia kannattaa tarjota tuotantoon. Esimerkiksi Ylellä idea on myytävä vähintään vuotta ennen tuotannon alkamista. Se kertoo ohjelmantarjoajan ammattitaidosta ja ymmärryksestä alaa kohtaan. Ohjelmistoa suunnitellaan pitkällä ai-

kajänteellä. Lähtökohtaisesti vastaanotetaan tarjouksia, jotka ovat tuotettavissa aikaisintaan noin vuoden kuluttua tarjoushetkestä. (Ylen nettisivut)

Realistisen tuotantoaikataulun laatiminen on otettava huomioon, kun kauppaa ohjelmaideaansa tuotantoyhtiöön tai kanavalle. Aikataulussa pitää ottaa huomioon se, että rahoituksen hankkimiseen voi mennä paljon enemmän aikaa, mitä alkujaan on ajateltu. Esimerkiksi *Iron Sky* -elokuvan rahoitusta aloitettiin kasaamaan vuonna 2007 ja vasta loppuvuonna 2010 alkoivat kuvaukset.

Tuotantoaikataulun laatimista ideasta valmiiseen käsikirjoitukseen ja elokuvan tai tv-sarjan kattavaan rahoitukseen on vaikea arvioida. Aikataulu elää paljon ja riippuu rahoitushankkeiden onnistumisesta ja käsikirjoituksen etenemisestä halluttuun suuntaan. Mutta kun rahoitus ja käsikirjoitus ovat kunnossa, tuottaja ja tuotantopäällikkö aikatauluttavat kuvaukset ja jälkituotannon hyvinkin tarkkaan, koska kuvaukset ja jälkituotanto ovat kallista työryhmän palkkojen ja tarvittavan tekniikan takia.

#### 4.4 Budjetti ja rahoitussuunnitelma

Ohjelman sisällön ja tuotantoaikataulun lisäksi ohjelman tarjoajan on ymmärrettävä tarjoamansa ohjelmaidean budjetti ja realistinen rahoitussuunnitelma ja saatavilla olevat rahoitusvaihtoehdot. *Iron Sky* -elokuvan tuottaja pitää elokuvanteossa kaikkein haastavimpana rahoituksen saamista. Liian pienellä rahoituksella elokuvaa ei kannata tehdä. *Iron Sky*:n tekijät toivat esiin uuden tavan rahoittaa elokuvia. He saivat yli miljoona euroa internet- ja yhteisörahoituksella lanseeraamalla teaser-trailerin ”Send us your money”, joka kehotti faneja sijoittamaan rahaa elokuvaan (Kaukomaa 2012, 67.)

Ohjelman tai elokuvan sisältö ja laajuus ratkaisevat, kuinka iso budjetti sille tarvitaan. Esimerkiksi Suomeen sijoittuva realistinen romanttinen draamaelokuva versus kuuhun sijoittuva scifi-tieteiskomedia. Tuottajan ja ohjelmantarjoajan täytyy tietää, mihin kaikkeen rahaa menee ja kuinka paljon, käsikirjoittajan palkasta kuvauksiin, markkinointiin ja ensi-iltaan asti. Juhani Ahon Uudisasukas-elokuvasta tekee kalliin sen sijoittuminen 1800-luvun loppuun. Epookki lavaste-

taan, puvustetaan ja maskeerataan kuvamaan jotain tiettyä aikakautta. Sen täytyy olla tarkka ja uskottava. Rahoitussuunnitelmalla vedetään suuret linjat ja tarkalla budjetilla pyöritetään satasia paikasta toiseen.

Ohjelmaa tarjottaessa on otettava huomioon, että ei kannata tarjota suurta ja kallista ohjelmaideaa pienelle tai vähävaraiselle tuotantoyhtiölle. Yhtä lailla suuret ja isoa taloudellista voittoa hakevat tuotantoyhtiöt eivät ole todennäköisesti kiinnostuneita pienen mittakaavan marginaalielokuvista tai riskituotannoista.

Realistisen budjetin ja rahoitussuunnitelman laatimisessa voi käyttää apuna esimerkiksi Suomen elokuvasääton sivuilta ladattavissa olevaa budjetti- ja rahoitussuunnitelmapohjaa.

Taulukko 1. Esimerkki budjettipohjasta. (Suomen elokuvasäätiö 2013)

## YHTEENVETO KUSTANNUKSISTA

Tuotantoyhtiö:		Budjetin pvm
Elokuvan nimi:		Käsikirjoituksen pvm
Ennakkosuunnittelu:	viikkoa	Elokuvan kesto:
Kuvausaika:	päivää	Kuvausformaatti:
Jälkituotanto:	viikkoa	Esitysformaatti:

01	KÄSIKIRJOITUS JA OIKEUDET	0
02	TUOTANNONVALMISTELU HENKILÖKUNTA	0
03	KULJETUKSET, MATKAT JA MAJOITUS	0
04	MUUT TUOTANNON VALMISTELUKULUT	0
	<b>KÄSIKIRJOITUS JA TUOTANNONVALMISTELU YHTEENSÄ</b>	<b>0</b>
05	ELOKUVAHENKILÖKUNTA	0
06	ESIINTYJÄT	0
07	KULJETUKSET, MATKAT JA MAJOITUS	0
08	LAVASTEET JA REKVISIITTA	0
09	PUVUT	0
10	MASKEERAUS JA KAMPAUS	0
11	STUDIOT JA KUVAUSPAIKAT	0
12	ELOKUVATEKNINEN KALUSTO	0
13	MATERIAALIKUSANNUKSET	0
14	LABORATORIO JA DIGIYKSIKKÖ/TUOTANTO	0
	<b>TUOTANTO YHTEENSÄ</b>	<b>0</b>
15	LEIKKAUS JA KUVANKÄSITTELY	0
16	ÄÄNEN JÄLKIKÄSITTELY	0
17	MUSIIKKI	0
18	MUUT OIKEUDET	0
	<b>JÄLKITUOTANTO YHTEENSÄ</b>	<b>0</b>
19	KOPIOKUSTANNUKSET	0
20	MARKKINOINTIKUSTANNUKSET	0
21	SEKALAISET KUSTANNUKSET	0
	<b>MUUT YHTEENSÄ</b>	<b>0</b>
	<b>KÄSIKIRJOITUS JA TUOTANNONVALMISTELU</b>	<b>0</b>
	<b>TUOTANTOKUSTANNUKSET</b>	<b>0</b>
	HALLINTOKULUT korkeintaan 5%	5,0 % 0
	VARAUS SATUNNAISIIN KULUIHIN 7-10%	10,0 % 0
	<b>KOKONAISKUSTANNUKSET YHTEENSÄ</b>	<b>0</b>
	<b>KÄSIKIRJOITUS JA TUOTANNONVALMISTELU</b>	<b>0</b>
	<b>TUOTANTO</b>	<b>0</b>
	<b>JÄLKITUOTANTO</b>	<b>0</b>
	<b>MUUT</b>	<b>0</b>
	HALLINTOKULUT korkeintaan 5%	5,0 % 0
	VARAUS SATUNNAISIIN KULUIHIN 7-10%	10,0 % 0
	<b>KOKONAISKUSTANNUKSET YHTEENSÄ</b>	<b>0</b>

Taulukko 2. Esimerkki rahoitussuunnitelmasta. (Suomen elokuvasäätiö 2013)

**RAHOITUSSUUNNITELMA**

Tuotantoyhtiö: 0

Päivämäärä:

Elokuvan nimi: 0

<b>SUOMEN ELOKUVASÄÄTIÖN TUKI</b>	
Kehittämistuki	0,00 %
Tuotantotuki	0,00 %
Yhteensä	0   0,00 %
<b>MUU KOTIMAINEN JULKINEN TUKI</b>	
AVEK	0,00 %
	0,00 %
	0,00 %
Yhteensä	0   0,00 %
<b>ULKOMAINEN JULKINEN TUKI</b>	
Pohjoismainen Elokuva- ja TV-Rahasto	0,00 %
Eurimages	0,00 %
MEDIA	0,00 %
Yhteensä	0   0,00 %
<b>KOTIMAINEN ENNAKKOMYyntI</b>	
TV-myynti	0,00 %
MG/levittäjän ennako	0,00 %
	0,00 %
Yhteensä	0   0,00 %
<b>ULKOMAINEN RAHOITUS</b>	
Ulkomainen ennakkomyynti	0,00 %
Ulkomainen osatuottaja	0,00 %
	0,00 %
Yhteensä	0   0,00 %
<b>KOTIMAINEN MUU RAHOITUS</b>	
Kotimaiset osatuottajat	0,00 %
Kotimainen muu rahoitus	0,00 %
	0,00 %
Yhteensä	0   0,00 %
<b>TUOTTAJAN OMARAHOITUS</b>	
	0,00 %
	0,00 %
	0,00 %
Yhteensä	0   0,00 %
<b>Elokuvan rahoitus yhteensä</b>	
	0   0,00 %

Budjettipohjan ja rahoitussuunnitelman avulla on helppoa hahmotella kokonaisbudjettia ja kuinka paljon rahaa oikeasti tarvitaan. Koulun ”turvallisesta” ympäristöstä kun ponnistaa, voi olla vaikea hahmottaa, mihin kaikkeen budjettia tarvitaan ja kuinka paljon. Itse olen opinnäytetyössäni laskenut realistisen budjetin elokuväsäätöön budjettipohjan avulla ja tehnyt huomioita siitä, kuinka paljon maksaa esim. kalusto- ja tilavuokrat, tekijänoikeudet ja palkat sivukuluineen.

#### 4.5 Esittelypaketti

Esittelypaketin avulla on helppo myydä ohjelmaa eteenpäin, mutta se auttaa myös ohjelmaidean tarjoajaa kokoamaan ajatuksensa selkeäksi ja tiiviiksi kokonaisuudeksi. Esittelypakettia luodessa voi niin ikään nähdä ohjelmaidean mahdolliset puutteet tai kehitystarpeet.

Kun esittelypaketti on kerran tehty perusteellisesti ja huolellisesti, voidaan sitä käyttää paitsi ohjelmaidean myymisessä eri tuotantotahoilla tai vaikka ohjelmaidean myöhemmässä markkinoinnissa ja tuotannon suunnittelussa.

Sisällön lisäksi ohjelmaidean esittelypakettiin kirjoitetaan yleiskatsaus. Yleiskatsaus sisältää kuvauksen sarjan pituudesta ja aiotusta ohjelmapaikasta sekä lyhyen perustelun, miksi sarja sopii juuri kyseisen kanavan kyseiseen slottiin. Yleiskatsaus luonnehtii sarjan uniikkia tyyliä, sävyä, genreä, maailmaa ja kohdeyleisöä sekä kuvailee, mitä katsoja saa silti viikoittain (Nikkinen & Vacklin 2012, 76.)

Esimerkiksi Ylelle suunnatun esittelypaketin tulee sisältää seuraavat asiat:

- Tiivistä ohjelmatarjous yhden sivun mittaiseksi selkeäksi yhteenvedoksi
- Lähetä se saatteen kera sähköpostitse tilaajalle
- Tarjouksesta tulee perustietojen lisäksi selkeästi käydä ilmi:
  - 1) Kenelle ohjelmasarja on suunnattu ja miten se konkreettisesti on ehdotuksessa huomioitu?
  - 2) Missä välineissä ja miten ohjelmakokonaisuus näkyisi ja kuuluisi?
  - 3) Miksi ohjelman tilaaminen juuri nyt tärkeää?

- Esittelypaketti tulee suunnata johonkin seuraavista sisältöalueista:
  - 1) Fakta (kenttä on laaja dokumenttiohjelmasarjoista lifestyle-ohjelmiin)
  - 2) Fiktio (televisioelokuvat, draamasarjat ja käsikirjoitettu viihde)
  - 3) Kulttuuri (kulttuuri-, musiikki-, ja lastenohjelmat)

(Yle 2013)

## Liite 1. Esimerkkiohjelmatarjous Uudisasukas-lyhytelokuvasta.



### OHJELMATARJOUS

lyhytelokuvasta Juhani Ahon Uudisasukas-novelliin pohjautuen

Uudisasukas-lyhytelokuva on kuvaus sinnikkäästä rakkaudesta, elinympäristön ankaruudesta ja nuorten aikuisten uskosta tulevaisuuteen.

Uudisasukas kertoo nuoresta vastaviihitystä avioparista, joka nuoruuden uhmassaan raivaavat itselleen elintilaa asumattomilta mailta ja täynnä toivoa he aloittavat työn oman talon rakentamiseksi. Ankara maa vie lopulta voiton, ja yhteinen unelma kodista ja perheestä sortuu.

Uudisasukas-lyhytelokuva perustuu Juhani Ahon samannimiseen novelliin (Lastuja I -kokoelma, 1891).

Juhani Ahon merkitystä suomalaiselle kulttuurille ja kirjalliselle identiteetille ei voi kiistää. Uudisasukas on kirjoittamisajankohdastaan huolimatta kiinni ajassa ja yhteiskunnassa, jossa elämme.

Uudisasukas-lyhytelokuva on pilottijakso Lastuja-lyhytelokuvasarjalle.

Yhteenvedo ohjelmaehdotuksesta:

- Ohjelman kesto 30 minuuttia.
- Kohdeyleisö 35+ kulttuurista, suomalaisesta kirjallisuudesta ja kansanperinnöstä kiinnostuneet naiset.
- Ehdotus jakelukanavasta Yle Teema.
- Ohjelma tuo tunnetuksi vanhaa suomalaista kirjallisuutta ja kansanperinnettä aikana, jolloin kansallinen identiteetti kaipaa vahvistusta.

Odotan yhteydenottoa mielenkiinnolla ja tulen mielelläni keskustelemaan ohjelmaideastani kasvotusten.

Turussa 30.12.2013

Maarit Vaahteranoksa

## 5 OMAN OHJELMAIDEAN MENESTYMINEN

Kun esittelypaketti tai ohjelmatarjous ohjelmaideasta on saatu valmiiksi, on mietittävä tarkasti, mistä löytää sopiva yhteistyötaho, joka voisi ottaa ohjelman omaksi tuotannokseen ja toteuttaisi ohjelmaidean paperilta käytäntöön.

### 5.1 Tuotantoyhtiön valinta ja mahdolliset jakelukanavat

Tärkeintä on löytää tuotantoyhtiö tai kanava, jonne ohjelmaidea on mahdollista myydä. Ei kannata tarjota kaikkia ideoita samaan paikkaan tai lähteä ehdottelamaan ideoita suinpäin joka suuntaan, vaan pohtia rauhassa ja perustellusti, miksi juuri tämä ohjelma tälle kanavalle tai tähän tuotantoyhtiöön.

Ohjelman on sovittava tuotantoyhtiön ja jakelukanavan imagoon ja profiiliin sekä tyydytettävä jakelukanavan yleisöpohjan tarpeet. Joskus tuotantoyhtiöt ja jakelukanavat saattavat myös ottaa ohjelmistoonsa omasta totutusta linjastaan poikkeavaa ohjelmistoa. Tällöin tavoitteena voi olla nykyisen yleisöpohjan laajentaminen tai esimerkiksi tuotantoyhtiön profiilin laajentaminen tai nostaminen tietoisesti.

### 5.2 Oman ohjelmaidean menestyminen

Omaa ohjelmaideaa pitää pystyä arvioimaan objektiivisesti ja siihen pitää pysyä suhtautumaan myös kriittisesti ja hyväksyä idean mahdolliset rajoitteet ja kehitystarpeet. Ohjelmaidean mahdollisuuksiin toteutua on niin ikään kyettävä suhtautumaan realistisesti ja ideaansa on tarpeen vaatiessa kehiteltävä eteenpäin, jotta ohjelma lopulta saisi myönteisen tuotantopäätöksen.

Miten sitten tunnistaa oman ohjelmaideansa vahvuudet ja heikkoudet? Yksi mahdollinen menetelmä on tehdä ohjelmaideastaan SWOT-analyysi ja hyödynittää sen kautta saamia tuloksia idean kehittämiseksi ja parantamiseksi. Idean

vahvuuksia voi käyttää näin ollen entistä tehokkaammin ohjelman eduksi ja kääntää heikkoudet vahvuudeksi.

### 5.3 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi tulee englanninkielisistä sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat).

”SWOT on Albert Humphreyn kehittämä neliökenttämenetelmä, jota käytetään strategian laatimisessa, ongelmien tunnistamisessa, arvioinnissa ja idean kehittämisessä. SWOT-analyysin kohteena voi olla jonkin yrityksen toiminta koko laajuudessaan tai jonkin tuotteen – esimerkiksi ohjelmaidean – kilpailukyvyn ja pätevyyden arviointi.” (Wikipedia 2014)

SWOT-analyysissä tarkastellaan analysoitavan asian:

- 1) sisäisiä vahvuuksia
- 2) sisäisiä heikkouksia
- 3) ulkoisia mahdollisuuksia
- 4) ulkoisia uhkia

SWOT-analyysin perusteella voidaan tehdä päätelmiä, miten vahvuuksia voidaan käyttää hyväksi, miten heikkoudet muutetaan vahvuuksiksi, miten tulevaisuuden mahdollisuuksia hyödynnetään ja miten uhat vältetään.

(Wikipedia 2014)

Taulukko 3. SWOT-analyysi Uudisasukas-lyhytelokuvasta.

	VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
Sisäinen ympäristö	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ tekijät sitoutuneita</li> <li>+ tekijät nuoria ja uusia alan ammattilaisia</li> <li>+ aihe on henkilökohtaisesti tärkeä ja kuvaa yhteiskuntamme historiaa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tekijät kokemattomia ja tekijöillä ei vielä nimeä</li> <li>- tekijöiden kokemattomuus saattaa luoda epävarmuutta taiteellisesti korkean tason saavuttamiseen</li> </ul>
	MAHDOLLISUUDET	UHAT
Ulkoinen ympäristö	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Juhani Aho on merkittävä suomalainen kirjailija</li> <li>+ ohjelman sisältö kansansivistävää ja kansanperinnettä esittelevää</li> <li>+ Uudisasukas pilottijakso Lastuja-ohjelmasarjalle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Juhani Ahon tunnettavuus nykyaikana</li> <li>- kohdeyleisö voi jäädä pieneksi</li> <li>- epookki tuotantona kallis, joten ohjelma saattaa olla taloudellisesti riskituotanto</li> </ul>

Tekemäni SWOT-analyysin perusteella voidaan esimerkiksi todeta, että tekijöiden kokemattomuus voidaan nähdä mahdollisena uhkana ohjelmaidealle, mutta kyseinen uhka voidaan myös kääntää tarjottavan ohjelmaidean vahvuudeksi, koska tekijät ovat nuoria ja innokkaita, uusia ajatuksia ja tuoreita toimintamalleja omaavia tulevaisuuden ohjelmantekijöitä, jotka ovat kiinnostuneita suomalaisesta kansanperinteestä ja kirjallisuudesta, mikä on tärkeä arvo sinänsä. On hyvä asia, jos tekijöillä on ohjelman tai elokuvan aiheeseen jokin henkilökohtainen lähestymiskulma, varsinkin ohjaajalla. Aiheen täytyy olla tärkeä tekijöille, muuten on vaarana, että ohjelma tai elokuva jää varovaiseksi kokeiluksi. Koska tekijät ovat suhteellisen kokemattomia, heille voi olla taiteellisesti vielä epävarmuutta näkemyksessään tai he eivät vielä rohkene tuoda sitä esille, tämä saattaa vaikuttaa taiteellisesti korkean tason saavuttamiseen.

Juhani Ahon merkitystä suomalaiselle kirjallisuudelle ei voi kiistää. Hän oli kuitenkin ensimmäisiä suomeksi kirjoittaneita ammattikirjailijoita ja hänen uransa oli pitkä. Hän kirjoitti useita romaaneja ja novelleja, lähemmäs 80 teosta. (Juhani Ahon Seura 2014) Lyhytelokuvasarja on kansanperinnettä kunnioittavaa ja kun Ahon tekstit tuodaan nykypäivän audiovisuaaliseen muotoon, niitä on helppoa näyttää nuorelle sukupolvelle, joille tulee tätä kautta tutuksi Ahon tekstit. Toisaalta Juhani Ahon tunnettavuus ei ole kovin laaja ja se vaikuttaa suoraan katsojamääriin televisiossa. Epookin tekeminen on huomattavasti kalliimpaa kuin nykyaikaan sijoittuvan elokuvan tekeminen, se vaikuttaa tuotanto ja rahoitus päätöksiin.

SWOT-analyysiä kehoitetaan kuitenkin käyttämään lähinnä suuntaa antavana, koska se on niin subjektiivinen, jokaiselta ihmiseltä tulee yleensä ihan erilainen analyysi samasta aiheesta.

#### 5.4 Mitkä asiat vaikuttavat ohjelmatarjouksen menestymiseen?

Tehtyäni SWOT-analyysin ohjelmaideastani, aloin pohtia, mitkä kaikki seikat tulee ottaa huomioon, kun kehittelee omaa ohjelmaideaa. Seuraavassa taulukossa pohdin asiaa neljästä eri tuotannollisesta näkökulmasta. Aiheen sisältö, taloudellinen vastuu, sisäinen into ja imago. Esitän taulukossani ajatukset kysymyksinä, joihin vastaamalla pystyy pohtimaan ohjelman arvoa, kannattavuutta, suunnittelua, ajankohtaisuutta ja taloudellisuutta.

Taulukko 4. Mitkä asiat voivat vaikuttaa ohjelmatarjouksen menestymiseen?

1. SISÄLTÖ	2. TALOUDELLINEN VASTUU
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Onko aihe               <ul style="list-style-type: none"> <li>a) yhteiskunnallisesti ajankohtainen</li> <li>b) tekijöilleen henkilökohtainen? (vai kenties molempia?)</li> </ul> </li> <li>- Onko materiaalilla jo olemassa oleva noste tai tilausta (esim. tunnettu romaani tv-sarjan lähtökohtana auttaa myynnissä/markkinoinnissa)?</li> <li>- Onko markkinoinnissa tärkeintä lupaus tv-ohjelman sisällöstä vai sen tekijöistä (ts. valitsevatko katsojat katsottavan ohjelman aiheen vai tunnettujen tekijöiden perusteella)?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ohjelman tarjoajan ymmärrettävä realistinen meno- ja tuloarvio.</li> <li>- Onko tuotantoyhtiön kannalta kyseessä               <ul style="list-style-type: none"> <li>a) nollatuotanto</li> <li>b) riskituotanto</li> <li>c) plussatuotanto / edellisen tuotannon taloudellinen paikkaus?</li> </ul> </li> <li>- Miten ohjelman toteuttaminen vaikuttaa tuotantoyhtiön seuraavaan tuotantoon / muihin tuotantoihin (onko seuraavan ohjelman oltava pienempi tai taloudellisesti takuuvarma tuotanto)?</li> </ul>
3. SISÄINEN INTO	4. IMAGO
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Onko taiteellisella työryhmällä intoa ohjelman tekemiseen?</li> <li>- Onko tuotannollisella henkilökunnalla intoa ohjelman edelleen myymiseen ja rahoituksen hankkimiseen (ts. kokevatko kaikki ohjelman toteutumisen henkilökohtaisella tasolla tärkeäksi)?</li> <li>- Hyvän työilmapiirin luominen luo edellytykset hyviin tuloksiin sekä taiteellisesti että taloudellisesti.</li> <li>- Sisäinen into välittyy katsojalle ja tekee katsomiskokemuksesta miellyttävän (esim. <i>Putous</i>-tv-sarja).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Miten ohjelma               <ul style="list-style-type: none"> <li>a) tukee tuotantoyhtiön tai jakelukanavan nykyistä profiilia</li> <li>b) palvelee tuotantoyhtiön tai jakelukanavan nykyistä yleisöpohjaa?</li> </ul> </li> <li>- Voiko ohjelma               <ul style="list-style-type: none"> <li>a) syventää tai muuttaa positiivisesti tuotantoyhtiön tai jakelukanavan imagoa</li> <li>b) laajentaa tuotantoyhtiön tai jakelukanavan yleisöpohjaa?</li> </ul> </li> <li>- Profiloituuko tuotantoyhtiö tai jakelukanava ohjelman kautta taide- vai viihdetuottajaksi?</li> <li>- Mille kohdeyleisölle ohjelma on suunnattu?</li> <li>- Onko ohjelma kohdistettu tietyille katsojakunnalle vai yleisinhimilliseksi?</li> <li>- Onko ohjelma suunniteltu maakunnalliseksi vai valtakunnalliseksi?</li> </ul>

## 6 LOPUKSI

Olen tutkinut opinnäytetyössäni ohjelmaidean suunnittelua ja tarjoamista useasta eri näkökulmasta. Pohdittuani asiaa tajuan, että menestyksekkään ohjelmaidean laatiminen ja saaminen tuotantoon asti vaatii ennen kaikkea paljon työtunteja ja laajaa alan tuntemusta usealta osa-alueelta.

Ohjelmaidean suunnittelijan ja tarjoajan on käytännössä tunnettava hyvän televisiosarjan draamallinen rakenne, kyettävä luomaan yhteiskunnallisesti ajankohtaisia sisältöjä, osattava pukea ja tiivistää ajatuksensa mielenkiintoiseen ja ymmärrettävään muotoon sekä kyettävä kokoamaan ohjelmaideastaan kattava esittelypaketti, joka pitää sisällään realistisen tuotantoaikataulun, budjetin ja toteutumiskelpoisen rahoitussuunnitelman, tai löydettävä ohjelmaidealleen tuotantoyhtiö tai jakelukanava, joka on valmis ottamaan ohjelman omaksi tuotannokseen.

Näin ollen ei ainoastaan riitä, että omaa mielenkiintoisen ja omaleimaisen ohjelmaidean, on hallittava kenttä ja sen lainalaisuudet laaja-alaisesti sekä hyväksyttävä myös se tosiasia, että ohjelmaidea siihen käytetyistä työtunneista huolimatta ei välttämättä aina päädy tuotantoon asti. Silti on kyettävä luomaan jatkuvasti uusia sisältöjä ja tuoreita ehdotuksia.

Päätän opinnäytetyöni elokuvaohjaaja Timo Vuorensolan ajatukseen, että ideoita pitää pystyä tuottamaan nopeasti, mutta vielä nopeammin pitää pystyä epäonnistumaan ideoidensa kanssa ja päästämään ideastaan irti, jos tuotantopäättöstä ei jostain syystä tule. Silloin on luotava heti jotain uutta ja edettävä uuden ideansa kanssa kohti tulevaisuutta.

## LÄHTEET

Nikkinen, A.; Vacklin, A. 2012. Television runousoppia. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Hyytiä, R. 2004. Ennen kuin kamera käy: ideasta kuvauksiin. Hollola: Salpausselän kirjapaino Oy.

Hirvonen, E. 2003. Käsikirjoittaminen. Juva: Ws bookwell Oy.

Hakulinen, D.; 2010. Kirjallisuuden ja Elokuvan rajalla: Adaptaatio. Helsinki: Metropolia ammattikorkeakoulu.

Vuorensola, T.; Kaukoma, T.; Torssonen, S.; Puskala, J.; Ollula, P.; Honkkonen, J. 2012. Näin tehtiin Iron Sky. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy

Leino, T. 2003. Sanoista eläviä kuvia. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Ylen www-sivusto. < <http://yle.fi/vintti/yle.fi/kohtaus/kohtaus/tarjoa.htm> > 14.11.2013

Wikipedian www-sivusto. < <http://fi.wikipedia.org/wiki/SWOT-analyysi/> > 30.12.2013.

Ylen www-sivusto. < <http://yle.fi/yleisradio/tarjoa-ohjelmaa> > 28.12.2013.

Suomen elokuvasäätiön [www-sivusto](http://ses.fi/hae/). < <http://ses.fi/hae/> > 31.12.2013.

Juhani Aho seuran [www.sivusto](http://www.juhaniahoseura.fi/juhani-aho/). < <http://www.juhaniahoseura.fi/juhani-aho/> > 29.1.2014

Kopioston www-sivusto. < [http://www.kopiosto.fi/avek/tuen\\_hakeminen/pitchausohjeet/](http://www.kopiosto.fi/avek/tuen_hakeminen/pitchausohjeet/) > 19.12.2013.

Elokuvantaju www-sivusto. < <http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/kasikirjoitus/synopsis.jsp> > 22.12.2013