

Niina Karppinen

Pitkän elokuvan pitchaus

Opas tuottajalle

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Elokuva ja televisio

Opinnäytetyö

25.5.16

Tekijä(t) Otsikko	Niina Karppinen Pitkän elokuvan pitchaus – Opas tuottajalle
Sivumäärä Aika	14 sivua + 1 liitettä 25.5.16
Tutkinto	Medianomi (AMK)
Koulutusohjelma	Elokuva ja televisio
Suuntautumisvaihtoehto	Tuotanto
Ohjaaja	Annakaisa Sukura, Tuotannon lehtori
<p>Opinnäytetyö koskee pitkän fiktioelokuvan pitchausta. Tutkin millainen on hyvä pitchaus, pitäisikö sen olla erimuotoinen riippuen yleisöstä, mitä yleisiä virheitä elokuvantekijät tekevät pitchatessa, sekä hieman myös sivutaan miten selvitä lavakauhusta. Opinnäytetyössä mietitään onko olemassa perusreseptiä pitchaukselle, vai pitääkö jokaiselle tilanteelle rakentaa omanlaisensa pitchaustyyli.</p> <p>Opinnäytetyön idea lähti, kun osallistuin Four Corners-työpajaan. Työpajan aikana osallistuin viikon kestävään intensiivikurssiin, jolla opettelimme pitchaamaan oman elokuvamme mahdollisimman hyvin. Olen käyttänyt kurssin aikana oppimaani hiljaista tietoa myös osana opinnäytetyötä.</p> <p>Pitchaus on osa elokuvan tekemistä ja tärkeä osa tuottajan työtä. Jokaisen elokuvan tuotantoon vieminen edellyttää useampaa pitchauskertaa, ja sen opetteleminen on olennaista jokaiselle tuottajalle. Pitchaus oppaita on monenlaisia, mutta suurin osa on suunnattu enemmän liiketoiminnan kuin taiteen suuntaan. Opinnäytetyön tarkoitus on toimia oppaana pitchaukseen. Se on ensisijaisesti kirjoitettu tuottajalle, mutta myös kuka tahansa oman taiteensa tuottaja voi löytää opinnäytetyöstä hyödyllistä tietoa.</p>	
Avainsanat	pitchaus, elokuva, esiintymisjännitys

Author Title	Niina Karppinen Pitching a Feature Film – a Guide to a Producer
Number of Pages Date	14 pages + 1 appendices 25 May 2016
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Film and Television
Specialisation option	Production
Instructor(s)	Annakaisa Sukura, Principal Lecturer
<p>This thesis is about pitching a long fiction film. In the thesis I'm researching what is a good pitch, what changes one has to make on a pitch when pitching from a couple people to a crowd. There's also a piece on what are the usual mistakes filmmakers do during pitching and a whole chapter on stage fear and how to tackle it. In the thesis the basic question is, is there a recipe for a pitch or should there be a totally different style of pitching for every moment and film.</p> <p>The idea for the thesis came from a Four Corners –workshop. It was a script development workshop. During the workshop we participated to a week-long intensive course in which we learned to pitch our movie ideas as well as we could. I have used a lot of silent knowledge of that course in this thesis.</p> <p>Pitching is a part of making a movie and an important part of a producers job. Every movie production has gone through multiple pitching sessions and learning it is crucial to every producer. There are many books about pitching, but most of them are for the business crowd. This thesis is a guide to pitching. It's primarily for the producer, but anyone who somewhat produces their own art can find useful information.</p>	
Keywords	Pitching, film, stage fright

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Mitä on pitchaus	2
2.1	Tuotantopaketti	2
2.2	Pitchauksen muoto	4
3	Millainen on hyvä pitchaus	4
3.1	Yleisiä neuvoja	4
3.2	Yleiset virheet joita välttää pitchatessa	6
3.3	Presentaatio	7
3.4	Ison salin ja pienen yleisön erot	8
3.5	Joukkorahoituksen eroja pitchauksessa	9
3.6	Pitchaus tuottajalle	10
4	Esiintymisjännitys	11
4.1	Mistä esiintymispelko johtuu	11
4.2	Mistä apua esiintymispelkoon	11
5	Pohdintaa	12
	Lähteet	14
	Liitteet	
	Liite 1. Outi Rousun haastattelukysymykset	

1 Johdanto

Osallistuin Four Corners –työpajaan vuonna 2013 oppilaitoksen kautta. Liitän paljon työpajassa oppimaani tietoa opinnäytetyöhöni. Kiinnostavin ja itselleni opettavin osuus työpajaa oli viikon kestävä intensiivikurssi, jolla opeteltiin pitchaamaan oma elokuvaidea. Tilanteet, joita opettelimme, vaihtelivat hyvin nopeasta ja kasuaalista pitchauksesta aina isolle salille rahoittajia asti.

Työpajan aikana oli mahdollisuus tehdä teaser omalle elokuvaidealle. Four Corners maksoi muutamalle projektille tuotantotukea, jota me emme ikävä kyllä saaneet. Muun muassa tämä innosti itseäni tekemään juuri nimenomaan pitchauksesta opinnäytetyön, sillä en voinut ymmärtää, miksi me emme saaneet tuotantotukea teaseriin. Halusin tutkia pitchaamisen prosessia ja tutkia mikä tekee hyvän pitchauksen. Päätimme kuitenkin tuottajaparini Jalmari Eskelisen kanssa tuottaa teososana teaserin elokuvalle Rainer Guest Saves the World.

Olen myös haastatellut Outi Rousua, joka toimii tuotantoneuvottelijana Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskuksessa, eli AVEK:issa. Liitteessä on kysymyspohja, jota käytin haastattelun pohjana.

Avaan opinnäytetyössä mikä on pitchaus ja erikseen vielä millainen on onnistunut pitchaus. Tutkin millaisista osista se koostuu, ja yritän pohtia miksi se on niin. Kerron yleisistä virheistä, joita pitchauksessa voi tehdä ja mitä asioita kannattaa opetella välttämään.

Itselläni on ollut joskus ongelmia esiintymisen kanssa, ja on yhäkin. Tämän opinnäytetyön yksi tutkittavista aiheista on esiintymispelko ja miten toimia sen kanssa. Opinnäytetyötä suunnitellessa en ollut ajatellut käyttäväni esiintymispelkoon paljoa vaivaa, vaan suunnittelin vain sivuavani aiheita. Haastatellessa Rousua huomasin kuitenkin että sainkin hyvää materiaalia aiheita varten ja päädyin kirjoittamaan siitä enemmän kuin suunnittelin. Koen aiheen myös tärkeäksi, sillä itselläni on omakohtaisia kokemuksia, sekä esiintymispelko voi vaikeuttaa työnsä esille saamista taideoilla.

2 Mitä on pitchaus

Pitchaus tulee englanninkielisestä sanasta pitching, joka tarkoittaa syöttämistä. Pitchaus tarkoittaa tilannetta, jossa henkilö esittelee oman ideansa, oli kyseessä elokuva tai liikeidea rahoittajille tai muille kuulijoille. Pitchaus eroaa muista esittelytavoista, sillä sen tarkoitus on saada katsoja koukuttumaan ja mahdollisesti sijoittamaan tuotteeseen tai projektiin. Pitkää elokuvaa usein pitchataan useamman kerran sen elämän aikana, aina käsikirjoituksen alkuvaiheista valmiin elokuvan levitykseen asti.

Kuka tahansa elokuva-alan ammattilainen tai työntekijä, joka haaveilee oman elokuvaideansa mahdollisesta toteutuksesta, tulisi opetella hieman pitchausta. Pitchaus on parhaimmillaan hyvin yksinkertaista ja nopeaa, mutta se on mahdollista pilata.

2.1 Tuotantopaketti

Pitchaustilaisuuteen ei voi mennä täysin tyhjin käsin. Henkilö jolle tekijä on pitchaamassa, sanotaan mahdollinen rahoittaja, tarvitsee jotain materiaalia ennen tapaamista. Tämä materiaali, oli se sitten tuotantopaketti tai treatment, tulee lähettää ainakin muutama viikkoa ennen sovittua tapaamista. Materiaali jota pitää lähettää ennen pitchaustilaisuutta, riippuu rahoittajasta. Esimerkiksi AVEK:in ja SES:in odotukset ovat erilaiset. Esimerkiksi SES tahtoo käsikirjoitusapurahan hakijaltaan työsuunnitelman, käsikirjoituksen/sisältökuvauksen, ansioluettelon, hankkeen lyhyen kuvauksen ja aiemmat apurahat – lomakkeen, joka löytyy heidän sivultaan (SES, 2016). AVEK:iin sen sijaan täytyy lähettää synopsis/treatment, työsuunnitelma sisältäen myös aikataulun ja selvitys hakijan aiemmasta toiminnasta (Kopiosto, 2016). Synopsis on muutaman lauseen tiivistelmä tai esitelmä elokuvasta. Synopsis kuvailee mistä elokuva kertoo, ketä siinä esiintyy ja miten se on kirjoitettu (Verkko-oppimateriaali, Käsikirjoittamisen käsitteitä ja tehtäviä, 2016). Treatment on kuvaus koko käsikirjoituksen juonesta, joka on kirjoitettu yksinkertaiseen ja helppoon luettavaan muotoon.

Treatment on preesensissä, proosamuotoisesti ja henkilöhahmon toiminnan kautta kirjoitettu tiivistelmä käsikirjoituksesta, jota on selkeä ja miellyttävä lukea. Se kertoo koko tarinan alusta loppuun. Treatmentissa olennaista on, että siitä pystyy hahmottamaan kokonaisuuden: teemat ja tarinan, muodon ja sisällön. Treatmentin ja synopsisin ero on se, että treatment kuvaa koko käsikirjoituksen tapahtumat alusta loppuun, ja synopsis toimii enemmänkin luonnoksena, esitteinä.

Treatment voi olla tarkoitettu myyntiasiakirjaksi kaikenlaisille potentiaalisille portinvartijoille. Siksi sen pitää olla sellaista tekstiä, jonka kautta rahoittajat pystyvät näkemään elokuvan päässään ikään kuin se tapahtuisi elokuvateatterin kankaalla. Treatment voi olla myös olla käsikirjoittajan etappi kohti valmista käsikirjoitusta ja se on erinomainen tapa esitellä tarina helppolukuisessa muodossa ja saada siihen palautetta. Useat käsikirjoittajat kirjoittavatkin treatmentin ennen varsinaista käsikirjoitusta. Näin he voivat hahmottaa itselleenkin teeman kirkkaasti ja nähdä, miten kokonaisuus rakentuu.

Käsitykset treatmentin pituudesta vaihtelevat ja ne voivat olla maakohtaisia. Pitkän elokuvan treatment on yleensä noin 20-35 sivun välillä, mutta se voi olla lyhyempi, jos kyseessä on lyhytelokuvan, tv-sarjan jakson tai tarjoamiseen tarkoitettu treatment. Monet pitävät perussääntönä sitä, että yksi sivu treatmentia vastaa kymmentä sivua käsikirjoitusta. Toisin sanoen suomalaisen koko illan 90-minuutin mittaisen elokuvan treatment olisi tällöin yhdeksän sivua pitkä, eikä 20-35 sivua. 45-minuuttia kestävän tv-sarjan jakson treatment on tällöin neljä ja puolisivua. (Verkko-oppimateriaali, Käsikirjoittamisen käsitteitä ja tehtäviä, 2016)

Työsuunnitelma tai tuotantosuunnitelma on selvitys suunnitellun elokuvan tärkeimmistä tuotannollisista tiedoista rahoittajille. Hieman riippuen rahoittajasta ja heidän käyttämästään pohjasta tuotantosuunnitelmaan sisältyy taiteellisen työryhmän suunnitelma, aikataulu (lähtien esituotannosta ensi-iltaan asti), elokuvan kesto, kuvausformaatti, esitysformaatti, levityssuunnitelma, budjetti ja rahoitussuunnitelma. AVEK:in ja SES:in omilta sivustoiltaan löytyy tuotantosuunnitelmapohja, joka kuuluu täyttää rahoitusta hakiessa.

Ansioluetteloon kuuluu merkitä vain elokuva-alan työt. Alan vaihdosta voi tietysti mainita ansioluettelossa, mutta kaikkia elämän aikana tehtyjä töitä ei kannata mainita. Jos ansioluettelo on todella täynnä paljon eri projekteja, kannattaa valita sieltä isoimmat ja tärkeimmät, sekä kirjoittaa filmografia itselleen.

Demoja ja visuaalista apua on hyvä ottaa mukaan pitchaukseen, varsinkin jos jotain on jo kuvattu. Pitchajaan täytyy kuitenkin pitää mielessä, että rahoittaja on varannut pitchaukselle tietyn aikamäärän jota kuuluu noudattaa.

Tuotantopaketti kannattaa tehdä huolella ja käyttää sen tekemiseen aikaa. Se tulee toimimaan tuotannon pohjana, ja siihen on helppo palata, jos tuottajalle tai muulle työryhmälle tulee ongelmia. Esituotannon aikana on helppo unohtaa millaista elokuvaa oltiin tekemässä, ja mikä sen sanoma kuului olla. Silloin voi katsoa tuotantopakettia ja käsikirjoitusversioita. Ne toimivat työkaluina koko työryhmälle esituotannosta lähtien.

2.2 Pitchauksen muoto

Pitchaus kannattaa pitää yksinkertaisessa muodossa. Perinteinen alku, keskikohta ja loppu toimivat pitchauksessa yhtä hyvin kuin muussakin tarinan rakenteessa. Alkuun kuuluu esitellä itsensä, sekä työparinsa, mikäli ei ole yksin pitchaamassa. Seuraavaksi pitää esitellä nopeasti elokuva, sen työnimi, genre ja niin edespäin. Keskikohdassa kerrotaan rahoittajalle synopsis, eli kuvaillaan elokuvan kokonaisuudessaan. Lopussa kerrotaan tuotannollisista asioista, kuten jo hankitusta työryhmästä, mahdollisesta budjetista, lokaatioista, musiikista tai rahoituksesta. Jokainen kohta voi kestää suunnilleen saman aikaa pitchauksesta paitsi alku voi olla hieman lyhyempi kuin muu pitchaus.

3 Millainen on hyvä pitchaus

Tässä kappaleessa käsittelen hyvän pitchauksen piirteitä. Osa lähteistä ovat omista muistiinpanoistani Four Corners käsikirjoitus työpajassa. Muistiinpanot on tehty viikon mittaisella pitchaus-kurssilla, jolla sekä käytiin paljon teoriaa läpi että opeteltiin puhumaan yleisön edessä erilaisissa stressitilanteissa. Kurssin idea oli saada kaikki osallistujat itsevarmoiksi pitchaajiksi nyt ja tulevaisuudessa. Kurssi päättyi pitchaustilaisuuteen, jossa opiskelijat pääsivät pitchaamaan käsikirjoituksensa kolmen hengen ryhmässä tuottajille ja rahoittajille. Pitchauksen jälkeen opiskelijat saivat vielä henkilökohtaista palautetta erillisessä tilaisuudessa tuottajilta ja rahoittajilta, joille olimme pitchanneet. Haastattelin myös AVEK:in, eli Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskuksen tuotantoneuvojaa Outi Rousua muun muassa hyvän pitchauksen piirteistä.

3.1 Yleisiä neuvoja

Pitchausta kannattaa harjoitella. Itsenäisesti harjoittelemisen ääneen on tärkeää, mutta vielä parempi olisi mahdollisuus pitchata toiselle ihmiselle. Pyydä kommentteja ja kysymyksiä, jotta opit reagoimaan ja vastaamaan yllättäviinkin kysymyksiin. Aina ei voi

välttää tilanteita, joissa tuntee joutuneensa loukkuun. Esimerkiksi jos pitchaajalta kysytään yksityiskohtaisesta aiheesta, joka ei ole asia jota on vielä harkinnut tai ei ole osa omaa asiantuntijuutta. Kuvitteellisessa tilanteessa sanotaan, että rahoittaja tahtoo tietää kenet haluaisit kuvaajaksi elokuvaasi. Pitchaaja on ehkä jo kuvaillut pitkälti elokuvan visuaalista maailmaa sanojen keinoin, mutta ei ole valmistautunut nimeämään kuvaajaa. Tällaisessa tilanteessa voi aina ehdottaa yhtä kuvaajaa ja sen jälkeen kääntää huomio takaisin rahoittajaan ja kysyä heidän mielipidettään aiheesta.

Pitchin kirjoittaminen puhtaaksi saattaa tuntua houkuttelevalta, mutta sitä ei kannata tehdä. Pitchaus ei ole puhe tai performanssi. Läpikirjoitettu pitchaus kuulostaa helposti jäykältä ja sen rakennetta on vaikea muuttaa enää sen kirjoittamisen jälkeen. Silloin on helppo jumiutua tiettyyn tapaan imaista elokuva-ideaasi, ja jos joku ei ymmärrä mitä tarkoitat tai joku haluaa tarkennusta, voi ilmetä ongelmia. Joskus myös korkeassa stressitilanteessa on helppo unohtaa valmiiksi pohdittu puhe, jolloin elokuvantekijällä ei ole mitään mitä pitchata.

Hyvässä pitchauksessa hirveän moni asia välittyy paremmin siinä, kun tapaavat sen kenelle pitchaat, elikkä tällaisessa vuorovaikutuksessa. Mielestäni hyvässä pitchauksessa pääset tapaamaan ja puhumaan sen henkilön kanssa omalla tavallasi ja sitten siihen rinnalle täytyy olla kirjallista materiaalia siitä elokuvasta mitä pitchaat. -- Kun jätät sen materiaalin hänelle, sanotaan että hän on rahoittaja, niin jätät sen materiaalin, tai toivottavasti olet jo lähettänyt se etukäteen että hän on kärryillä siitä mistä puhutaan. Kun hän on lukenut sen materiaalin ja sitten kun tavataan, niin hänellä on paitsi se taustatieto. Hän voi myös ajatella, että se mitä kerrot siinä keskustelussa, vertautuu siihen materiaaliin. Eli puhuuko tekijä elokuvastaan samalla tavalla kuin se on kirjoittanut, vai onko niissä joku ristiriita, vai täydentääkö (ne toisiaan). -- Rahoittaja voi mainita, että kun seuraavan version tästä kirjoitat, niin mainitse tuo. Että tuo on tärkeä juttu. Tai tämä onkin sun oma tarina, että sä et ole kirjoittanut sitä tähän matskuun. Kerro se, koska sillä on merkitystä. (Rousu, 2016)

Paras tapa päästä eroon virheistä pitchatessa on tuntea oma ideansa läpikotaisin. Jos itselläsi on vaikeuksia selittää ulkopuoliselle mistä elokuvasi kertoo, niin heillä on vielä suurempia vaikeuksia ymmärtää sitä. Niin kauan kuin osaat ilmaista ideasi aina parista virkkeestä puolen tunnin pitchaukseen, ilman ulkoa opettelua, ei tarvitse esittää ihmeellisiä temppuja. Sinun täytyy itse uskoa elokuvaasi ja näkemykseesi elokuvasta, jos et vaikuta itsekään kovin innostuneelta tekemään omaa elokuvaasi ei ole kukaan muukaan. Älä tee pitchauksestasi Powerpoint-esitelmää, varsinkin mikäli olet menossa pitchaamaan pienimuotoiseen tapaamiseen. Esitelmä jonka luet suoraan näytöltä laittaa kenet tahansa kuulijan uneen. Rahoittajalle on tärkeämpää tietää, miksi tämä elo-

kuva pitäisi tehdä ja miksi haluat sen tehdä. On eri asia käyttää tuotantopakettia tai muuta materiaalia pitchauksessa, kuin lukea se uudelleen rahoittajan edessä.

Pitchauksessa pitäisi muistaa, ettei rahoitusta haettaessa ole vielä valmista elokuvaa. Muutoksia tulee tapahtumaan, elokuva on vielä elävässä muodossa.

Sekin pitää muistaa, kun pitchaukseen valmistautuu, että se ei välttämättä kaikki kaadu, vaikka pitchaus ei menisi oikein. Siinä on myös se että aina kaikkea työtä ei ole voinutkaan tehdä, kaikkea ei välttämättä tiedä. Silloin voi pitchauksessa sanoa että olen tässä vaiheessa. Tiedän että paljon on vielä tekemistä ja tämä ei ole vielä missään tapauksessa valmis. Pitää tavallaan tunnustaa itselleen etukäteen, eikä olettaa että duuni olisi tehty ja tämä olisi nyt tässä. Elokuvan tekeminen on aina prosessi. Kaikki ymmärtää sen että pitchatessa aina pitchataan elokuva joka on tietyssä vaiheessa. Paljon on vielä työtä edessä. (Rousu, 2016)

Pitchatessa elokuvaa on parasta olla rehellinen elokuvan kehitysvaiheesta. Kuten Rousun haastattelussa käy ilmi, on parempi jos rahoittaja on tietoinen elokuvan ongelmista. Ongelmista on helppoa puhua vielä rahoitusvaiheessa, kun käsikirjoitus ei ole vielä valmis.

3.2 Yleiset virheet joita välttää pitchatessa

Kaikkia ei voi miellyttää, varsinkin mitä tulee makuasioihin. Hyvä elokuvaidea voi saada negatiivisen vastaanoton, mikäli sen pitchaus ei ole onnistunut. On myös mahdollista, että rahoittajan ja elokuvantekijän näkökulmat eivät kohtaa, jolloin elokuvantekijä ja rahoittaja ajattelevat kyseessä olevan täysin eri elokuva. Outi Rousu kertoi haastattelussani, että pahin virhe, jonka elokuvan tekijä voi tehdä, on olla ylimielinen.

Oli sitten kyseessä isompi foorumi tai pienempi tapaaminen, niin ihmisistä välittyä paljon näkymätöntä tietoa. Huono käytös tulee esiin helposti ja sillä tarkoitan sitä että sellainen tietty ylimielisyys ja eräänlainen asenne ”tiedän kaiken, älkää tulko mulle sanomaan, vaikka mitä sanotte niin teen tämän näin”. Niin sellainen tulee läpi, ja se kertoo ettei tämä ihminen ole valmis yhteistyöhön. Elokuva on jäänyt hänen mieleensä tietynlaiseksi, se tehdään näin tai sitten ei ollenkaan. Ja kaikki me ollaan ammattilaisia, kun keskustellaan elokuvasta. Tiedän että se on herkkä paikka puhua tekijän, ehkä myös tuottajan kanssa omasta elokuvastaan, se on heidän oma juttunsa. Jotkut ottavat palautetta vastaan, jotkut ei. -- Niin tämä on ehkä pahin virhe mitä pitchauksessa voi tehdä. Koska se tulee läpi, ja se saattaa olla ihan lausevalinnoissa tai sävyssä miten sanot asioita, eli kannattaa miettiä sitä. Eli kunnioita niitä muita ammattilaisia, he antavat sinulle nyt aikaa kertoa sun asia, ja sun täytyy nyt myös kunnioittaa sitä että on annettu tilaisuus. (Rousu, 2016)

Elokuvantekijä voi olla hyvinkin suojelevainen teostaan kohtaan, ja kuuluukin olla. Jos liian monta henkilöä saa sotkea liikaa käsikirjoitusta voi olla että alun perin hyvä idea, ei enää tunnu omalta, vaan pilalle menneeltä. Ideoita ja kritiikkiä pitää kuitenkin pystyä ottamaan vastaan, ja olemaan avoimin mielin, varsinkin pitchaustilaisuudessa. Se että kunnioittaa muiden ammattitaitoa ja ideoita, ei tarkoita että niitä on pakko ottaa mukaan tekstiin, mutta joustava täytyy olla.

3.3 Presentaatio

Pitchatessa kannattaa olla mahdollisimman luonnollinen. Tietyissä määrissä voi olla muodollinen, mutta liiallinen jäykkyys vain vaikeuttaa pitchausta. Tärkeintä on että rahoittaja näkee tekijän seisovan elokuvansa takana ja olevansa rehellinen. Outi Rousu kertoi oman näkemyksensä pitchauksen presentaatiosta:

Jos ei ole superammattilainen monella eri taiteenalalla, niin ei kannata yrittää lähteä tekemään mitään sellaista mikä on itselle vierasta. Kannattaa tehdä pitchaus niin, minkä kokee omaksi tavaksi. Sellainen näytelmä ja draama on kauhean keinotekoista. Sellainen entertainment, viihdytys voi tulla tässä keskustelussa, voit heittää vähän vitsiä jos keksit jonkun tosi hyvän jutun. Mutta muuten ei tarvitse. (Rousu 2016)

Suomessa ei ole paljoa mahdollisuuksia pitchata suurelle yleisölle, joten tietynlainen suuren esityksen vetäminen saattaa helposti vain ärsyttää. Mitä vähemmän tuntee yleisöään, sitä enemmän pitäisi pitchauksen tukeutua niihin asioihin, joista olet täysin varma. Elokuvan tarinan täytyy olla Suomen kaltaisessa maassa se asia, joka pitchauksessa näkyy ja kuuluu.

Suomi nyt on tällainen ateur-maa vielä, että mennään elokuva ja aihe ja ohjaaja ja sisällöt edellä. Elokuvan tekeminen Suomessa ei ole vielä liiketoimintaa, eikä koskaan ehkä olekaan. Ollaan niin pieni kulttuurialue, ettei siitä välttämättä selaista elinkeinoa koskaan synnykään, niin kuin vaikka Yhdysvalloissa. Sen takia myös pitchaus on erilaista, että arvotamme täällä erilaiset arvot tärkeämmäksi kuin Hollywoodissa.

Pienet elokuvamarkkinat mahdollistavat tietynlaisen elokuvan taidearvojen ylläpidon, mitä tulee rahoituksen hakuun. Se ei kuitenkaan tarkoita, että pienemmät elokuvat saisivat katsojia, sillä yleisösuosikit teattereissa useimmiten ovat kevyempiä suomalaisia komedioita nykyään. Vuoden 2016 katsotuin elokuva Suomen elokuvasäätiön sivuilla (päivitetty 9.5.2016) oli Napapiirin sankarit 2, jota voisi kuvailla Suomen Hangover-

elokuvaksi. Lasten elokuvat kuten *Risto Räppääjä ja yöhaukka* sekä *Hevisaurus* ovat menestyneet, mutta lastenelokuvat ovat usein suosittuja, niin kauan kuin aihe on tuttu lapsille. Suosituimpia vakavia draamaelokuvia 9.5 mennessä olivat *Miekkailija* ja *Kättilö*. Molemmat elokuvat olivat saaneet mainetta jo ennen elokuviin tuloa, sillä *Miekkailija* oli Suomen Oscar-ehdokas ja *Kättilö* perustuu Katja Ketun samannimiseen kirjaan.

Kuvio 1. Suomen katsotuimmat elokuvat 2016 (päivitetty 9.5.2016)

Kotimaisten elokuvien katsojaluvut 2016

Päivitetty: 9.5.2016

	LEVITTÄJÄ	ENSI-ILTA	SALIT	KATSOJAT 2016	KATSOJAT_total
Miekkailija	Nordisk Film	13.3.2015	29	14 257	75 167
Kättilö	Nordisk Film	4.9.2015	129	1 122	227 325
Napapiirin sankarit 2	Nordisk Film	30.9.2015	147	20 143	398 591
Onnelin ja Annelin talvi	Nordisk Film	9.10.2015	121	6 764	224 027
Hevisaurus-elokuva	Nordisk Film	27.11.2015	121	8 970	70 313
Tyttö kuningas	SF Film	11.12.2015	80	13 033	33 056
Nuotin vierestä	Nordisk Film	1.1.2016	114	84 269	87 689
Järven tarina (D)	Nordisk Film	15.1.2016	114	168 733	166 654
Jättiläinen	Nordisk Film	22.1.2016	92	41 535	
Love Records	Future Film	29.1.2016	79	12 892	
Tappajan näköinen mies	Nordisk Film	5.2.2016	120	76 973	
Takaisin pintaan (D)	B-Plan	19.2.2016	134	16 569	
Risto Räppääjä ja yöhaukka	The Walt Disney Nordic	19.2.2016	65	340 205	
Äkkilähtö	Nordisk Film	26.2.2016	110	111 547	
Minä ja pikkusiskoni (D)	-	26.2.2016	-	510	
Sota ja mielenrauha (D)	Kinocompany	11.3.2016	28	2 902	
Onnenonkija	Nordisk Film	25.3.2016	116	83 284	
2 yötä aamuun	Mjöljk	15.4.2016	33	3 633	
Nälkämaan sampo	PEK	6.5.2016	10	254	
Yhteensä				1 007 595	

Elokuvan budjettiin harvemmin on varattu markkinointibudjettia, tai jos on, niin se on pieni. Sen takia elokuvan aiheen tuttuus ennen ensi-iltaa voi olla hyvinkin merkittävä tekijä kuinka hyvin elokuva tulee menestymään.

3.4 Ison salin ja pienen yleisön erot

Isolle salille ja vain parille ihmiselle pitchatessa on eronsa. Aiemmin on tehty selväksi, ettei pitchaus ole performanssi. Isolle salille pitchaus voi kuitenkin olla aika lähellä esitystä tai puhetta. Tämä johtuu enimmäkseen siitä, että pitchaaja ja kuuntelijat eivät ole samanlaisessa asemassa. Pitchaus kestää tietyn verran minutteja (useimmiten alle 10 minuuttia) ja sen jälkeen on kysymysten vuoro, joita kuuntelijat voivat kysyä. Tämä ei ole samankaltainen vuoropuhelu kuin parin ihmisen kesken tapahtuva pitchaus. (Rousu, 2016) Yleisölle pitchaus on paljon formaalimpi tilaisuus, joka täytyy suunnitella hyvin etukäteen. Silti pitää muistaa olla opettelematta sana sanalta ulkoa mitään, sillä se tulee vain sekoittamaan pitchaajan.

3.5 Joukkorahoituksen eroja pitchauksessa

Joukkorahoitus on tullut jopa Suomeen jäädäkseen. Kuitenkin elokuvan puolella, sitä ei voi vielä laskea erityisen toimivaksi rahoituksen muodoksi. Suomessa toimii Mesenaatti.me, joka on Suomen suurin joukkorahoituspalvelu. Sen sivuilta ovat monet kirjat, levyt ja jopa yhteisölliset hankkeet saaneet rahoituksen. Mesenaatissa on usein myös kriisiavun hakemuksia, oli kyse sitten kuivuudesta Somaliassa tai ryhmätoiminnan järjestämisestä seksuaalisen väkivallan uhreille. Pitkän elokuvan hakemuksia ei kuitenkaan Mesenaatissa paljonkaan näe. Musiikkivideoita ja animaatioita sivustolta löytyy aika usein, mutta pitkän elokuvan budjetti saattaa olla liian suuri Mesenaatin sivustolle.

Joukkorahoitus on mielestäni aina aimo annos markkinointia. Että siinä on vähän eri sävy. On hienoa että joukkorahoitus on tullut Suomeen ja siinä on joitakin hyviäkin saavutuksia ja pienempiäkin, jotka on ollut hyvin tärkeitä tekijöille. Mutta se on samalla markkinointia, ehkä jopa puolet siitä. Se faktinen raha mitä sieltä on voinut tulla, on voinut jäädä pieneksi, mutta projekti on tullut tutuksi paljon laajemmalle jengille, kuin vaan niille jotka on sitä rahoittaneet. Se on markkinointia mun mielestä, ja se voi välillisesti tuottaa rahoitusta, koska se elokuva on tullut tutuksi sen kampanjan takia. (Rousu, 2016)

Suomessa joukkorahoituksen tarkoitus voisi olla pienempi. Tietenkin koko elokuvan budjetti ei voi tulla joukkorahoituksen avulla, mutta kaikki markkinointi on hyvästä ja jos sen avulla saa tietyn osan budjetista kasaan, niin miksi sitä ei kannattaisi hyödyntää. Joukkorahoitus on kuitenkin vielä hyvin uusi käsite Suomessa, ja on hyvin ymmärrettävää miksi se ei ole täysin onnistunut elokuvan puolella. Suomalainen elokuva on muutenkin raskas tehdä ja rahat ja markkinat ovat tiukassa. Joukkorahoituskampanja, varsinkin onnistunut sellainen, voi olla raskas ja se on aina jonkun työajasta pois. Silti mielestäni sillä on suomalaisen elokuvan tulevaisuudessa rooli.

Pitchaus joukkorahoituskampanjassa on hyvin erilainen kuin perinteinen pitchaus. Tietysti suurimpana erona se ettei puhu kenellekään oikealle ihmiselle suoraan, vaan kaikki tapahtuu internetin välityksellä.

Kun kerran kyseessä on elokuva, oletuksena on, että joukkorahoitushankkeeseen olisi edes panostettu videoon. Nykyään melkein kaikissa hankkeissa on videomateriaalia tai muuta visuaalista mukavaa katseltavaa mahdolliselle rahoittajalle. Videon kuuluisi olla joko jonkinlainen teaser elokuvasta, tai ehkä elokuvan taiteellisesti vastaavat voisivat selittää nopeasti mistä kampanjassa on kyse ja miksi siihen kannattaa osallistua. Puoli-toista minuuttia on aika ehdoton takaraja tällaisessa esittelyvideossa, sillä muuten ihmisillä ei sitä tule katsottua. Mikäli jäi jotain sanomatta, niin loput infot voi kirjoittaa käsin hankkeeseen. Kampanja kuuluu pitää mahdollisimman yhtenäisenä sisällön ja kuvallisen ilmaisun suhteen. Hankesivun täytyy myös tietenkin olla katsojalle suunnattu, eikä rahoittajalle.

3.6 Pitchaus tuottajalle

Käsikirjoittaja voi hakea apurahaa ilman tuottajan apua, mutta mikäli jokin tuotantoyhtiö on jo osoittanut kiinnostusta käsikirjoitusta kohtaan, on korkeampi mahdollisuus hakemisessa. Käsikirjoittajan kannattaa ottaa hyvin selville tuotantoyhtiöstä ennen kuin päättää kenelle käsikirjoitusta tarjoaa (Aaltonen)

Eri yhtiöillä on erilaisia profiileja ja painotuksia. Kuka tekee dokumenttielokuvia? Kuka on erikoistunut kokeellisiin lyhytelokuviin? Mikä olisi oikea yhtiö kaupalliselle toimintaelokuvalle? Selaa nettisivuja, niin saat käsityksen eri yhtiöiden tuotannosta. Kokemus on ilman muuta hyvä asia, toisaalta taas suuressa yhtiössä pieni elokuva voi jäädä muiden projektien varjoon. Mieti projektiasi yhtiön kannalta, mikä juuri heitä voisi siinä kiinnostaa? (Aaltonen)

Aaltonen neuvoo lähettämään ensin elokuvaidean, eli käsikirjoituksen tai synopsiksen, ansioluettelon, sekä käsikirjoittajan sanan, eli mitä elokuva ja sen aihe merkitsee itselle ja koskettaa itseä. Muutaman viikon päästä kuuluu ottaa yhteyttä tuottajaan ja pyytää tapaamista tai vähintään mielipidettä käsikirjoituksesta.

Tuotantoyhtiöille tarjotaan paljon hankkeita. Tavallista on, että synopsiksen tai käsikirjoituksen joutuu lähettämään moneen tuotantoyhtiöön. Joka tapauksessa sinun on saatava joku tuotantoyhtiö hankkeellesi, jotta pääset eteenpäin. Tarjot-

tujen käsikirjoitusten taso vaihtelee suuresti, mutta ammattimaisesti kirjoitetut ja viimeistellyt ehdotukset erottuvat joukosta. Vaikka tarjontaa on paljon, tuotantoyhtiö myös koko ajan tarvitsee uusia hyviä ideoita ja käsikirjoituksia. Tuotantoyhtiö saattaa sanoa, että aihe ei juuri nyt kiinnosta, mutta lukevat mielellään valmiin käsikirjoituksen. Silloin sinulla on jo vähän jalka oven välissä. (Aaltonen)

Kun tuottajalle on tuttua kirjoitustyyliä, ja kiinnostuksenkohteeksi, on mahdollista että saat kirjoitustöitä esimerkiksi freelancerina samaiselta tuottajalta.

4 Esiintymisjännitys

Esiintymisjännitystä on monenlaista, ja suurin osa meistä kokenut jonkinasteista esiintymisjännitystä elämänsä aikana. Päivi Arjas (2002, 15—19) selittää, että esiintymisjännityksellä viitataan kolmeen eri käsitteeseen. Esiintymisjännityksen voi kokea myös positiivisena, jolloin esiintymisjännitys ilmentyy voimaa antavana varana, joka parantaa suoritusta, kun taas toiselle jännitys rampauttaa ja on erittäin negatiivinen kokemus. Tutkimuksessa Arjas kertoo kuinka esiintymisjännitystä ja esiintymispelkoa voidaan helposti pitää synonyymeinä, vaikka ne eivät sitä ole. Keskityn nyt esiintymispelkoon, mistä se johtuu, voiko siitä päästä eroon ja millä tavoin.

4.1 Mistä esiintymispelko johtuu

Esiintymispelko pahimmillaan viittaa syvempiin ongelmiin, jotka kumpuavat sosiaalisesta pelosta. Haittaavassa pelossa esiintyjä kokee, ettei voi esiintyä tai se vaikeuttaa merkittävästi esiintymistä. Esiintymisharjoitukset eivät myöskään auta, sillä esiintyjällä on kielteinen suhde itseen ja hän on riippuvainen kuulijoistaan. (Arjas, 2002)

4.2 Mistä apua esiintymispelkoon

Esiintymisharjoituksia on monenlaisia. Niitä voi kokeilla kunnes löytää itselleen sopivan metodin. On olemassa aina hengitysharjoituksista erilaisiin ajatusprosesseihin. Syvähengitysharjoitusten tarkoitus on rahoittaa ja rentouttaa, sekä nopeuttaa veren kulkemista aivoihin (Arjas, 2002)

Rentoutumisharjoituksia on monenlaisia, joiden päällinen tarkoitus on rentouttaa omaa kehoa ja sen kautta saada myös tilanne haltuun. Tavallisin ja tutuin menetelmä monille mahtaa olla Schultzin, jossa kuvitellaan omat raajat painaviksi ja rennoiksi yksi kerrallaan. Kyseinen menetelmä ei ole nopea ratkaisu, vaan vaatii useamman kuukauden harjoittelun. Mutta kerran kun sen on oppinut, henkilön pitäisi pystyä rentouttamaan itsensä parilla käskyllä. Toinen hidas apukeino on jooga, jonka apuun monet uskovat. Jooga muun muassa parantaa keskittymistä, nopeuttaa ajattelua, muuttaa mielenlaadua optimistisemmaksi ja herkistää aisteja (Arjas, 2002).

Mikäli kuitenkin rentoutumisharjoitukset eivät tunnu auttavan pelkoihin on muitakin tapoja selvittää esiintymistilanteista. Helpoin tapa on olla lähtemättä korkean stressin tilanteeseen yksin, vaan tuoda työpari mukaan. Oli työpari sitten, tuottaja, käsikirjoittaja, ohjaaja tai joku muu taiteellisesti vastuullinen työryhmän jäsen, tärkeintä on, ettei joudu olemaan yksin pitchauksensa kanssa. Työparin kanssa voi jakaa pitchauksen osiot, eikä se haittaa että toinen työparista olisi enemmän äänessä. Kunhan elokuvan idea tulee järkevästi esille rahoittajalle, pitchauksen tarkoitus on saavutettu (Rousu, 2016).

5 Pohdintaa

Tällä opinnäytteellä pyrin alun perin vastaavaan tutkimuskysymykseen, onko olemassa perusreseptiä elokuvan pitchaukselle. Asiaa tutkittuani uskon että näin on. En usko että se toimii välttämättä ympäri maailmaa, sillä ihmisillä on erilaiset temperamentit ja eri maissa on hyvin erityyppiset markkinat elokuvalla. Pitchaus, joka Suomessa tuntuu erinomaiselta ja vastaa juuri oikeisiin kysymyksiin, ei välttämättä ole tarpeeksi silmään pistävä muualla maailmassa isommilla markkinoilla.

Suomessa rehellisyys ja tietynlainen nöyryys oman elokuvaidean ja taiteen tarjoamisessa muiden katseltavaksi palkitaan. Pelkän hyvän pitchauksen perusteella ei kukaan saa rahoitusta, elokuvan idean ja tarinan täytyy olla kiinnostava ja toteutettavissa. Pitchaus on työkalu, jota jokainen tuottaja tarvitsee. Kaikki tuottajat eivät välttämättä ole valovoimaisia esiintyjiä, jotka häikäisevät salit ihmeellisillä puheillaan. Mutta harjoitte-

lemalla peruspitchin ja opettelemalla pois turhista peloista kuka tahansa voi saada äänensä sen verran kuuluviin, että tarina vie mennessään.

Four Corners –työpajassa kurssin viimeisenä päivänä oli pitchaustilaisuus salille rahoittajia. Pitchaustilaisuuden katsojat olivat tuottajia ja rahoittajia, sekä muita vieraita, jotka osallistuivat myös Espanjan Sitgesissä pidettävään elokuvafestivaaliin samaan aikaan. Elokuvan pitchaus meni hyvin, elokuvan käsikirjoitus oli todella hauska ja toimiva, mutta pitchaus ei kuitenkaan saanut erityisen lämmintä vastaanottoa. Mielestäni tämä on erinomainen esimerkki, kulttuurieroista ja elokuvamarkkinoista, sillä elokuvafestivaali oli kauhu-, fantasia- ja scifipainotteinen. Espanja elokuvatuotantomaana on tunnettu kauhustaan ja fantasiastaan, eikä elokuvamme, joka oli hyvin musta komedia, oikein löytänyt yleisöään.

Sanotaan että huumori on hyvin kulttuurisidonnaista ja mielestäni osittain se pitää paikkansa. Mutta ihmisen elämässä on tiettyjä teemoja ja tapahtumia, jotka sitovat kaikkia. Kun komedia koskee kyseisiä aiheita, elokuva voi naurattaa ketä vain. Ehkä oma ideamme oli myös tässä mielessä väärälle yleisölle pitchattu. Huumori oli kirjoitettu hyvin vähäeleisesti ja parodian keinoin, joka ei ole selkein huumorin muoto, jota yrittää myydä vieraalla kielellä.

Pitchaustilaisuus oli hieno hetki oppimisen kannalta. Uskon että pystyisin kahden henkilön tai ehkä jopa yhden kanssa pitchaamaan isolle yleisölle ideaa muutamassa minuutissa, vastaamaan kysymyksiin ja olemaan selkeässä mielentilassa samaan aikaan. Tämän kaiken voi oppia käyttämällä erilaisia harjoituskeinoja joko vain rentoutusharjoituksilla tai vain omaa pitchaustekniikkaa toistamalla. Oma tapani on mielestäni helpoin, yksinkertaisin ja se joka jokaisen elokuvantekijän pitäisi joka tapauksessa tietää omasta elokuvastaan. Eli pitää vain tuntea tarina, mitä tapahtuu milloinkin, ketä tarinassa esiintyy, millaisia tunteita he tuntevat. Niin kauan nämä asiat ovat selkeitä voi elokuvan pitchata.

Lähteet

Arjas, Päivi, Muusikoiden esiintymisjännitys: tapaustutkimus klassisen musiikin ammattiopiskelijoiden jännittäjätyypeistä ja esiintymisvalmennuksen kurssikokemuksista, Jyväskylän Yliopisto, 2002

Davies, Adam P., Wistraich, Nicol, The Film Finance Handbook: How to Fund Your Film, Glasgow, Netribution Limited

http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/kasikirjoitus/artikkelit/aaltonen_johdanto.jsp
12.5.2016

<http://oppimateriaali.wikidot.com/synopsis> 12.5.2016

<http://oppimateriaali.wikidot.com/treatment> 12.5.2016

http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvavuosi_2015_Facts_Figures.pdf 13.5.2016

<http://ses.fi/tilastot-ja-tutkimukset/kotimaiset-katsojaluvut/> 13.5.2016

<http://viestinnantietoaines.aalto.fi/mmpv/esiintymisvarmuus.htm> 13.5.2016

http://www.kopiosto.fi/avek/tuen_hakeminen/digidemo/D_day/fi_FI/pitchausohjeet/,
10.5.2016

http://www.lapinlisa.fi/ohjeet/material/Kasikirjoituksesta_tuotantoon.pdf 12.5.2016

<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/11/12/nailla-vinkeilla-eroon-esiintymispelosta> 13.5.2016

<http://yle.fi/vintti/yle.fi/kohtaus/kohtaus/tarjoo/miten-pitchaat-eli-idean-myyymisen-taitoa.html>, 10.5.2016

Matamoros David, Pitchaus-kurssi, Four Corners työpaja 2013

<https://mesenaatti.me>

Haastattelut:

Outi Rousu, tuotantoneuvottelija, AVEK, 3.5.2016

Liite: Outi Rousun haastattelukysymykset

Osaatteko kuvailla millainen on hyvä pitchaus? Mistä kohdista ja asioista se koostuu?

AVEK:in sivuilla ovat hyvät yksinkertaiset neuvot treatmentin tekoon. Voisitteko avata mitä niitä?

Onko mielestänne parempi olla pitchaustilanteessa täysin oma itsensä vai ammattimaisen virallinen? Minkä takia?

Onko teillä jotain neuvoja ihmisille, joilla on esiintymiskammo?

Miten pitchaajan pitäisi valmistautua pitchaustilanteeseen?

Onko jotain suuria yleisiä virheitä, joita elokuvantekijät pitchaajina usein tekevät?

Mikä erottaa mielestänne AVEK:in muista suomalaisista rahoituskanavista, kuten esimerkiksi SES:istä?

Mitä eroja mielestänne on yhdelle tai parille henkilölle pitchatessa ja isommalle yleisölle?

Onko mielestänne pitchaus erilaista mitä tulee perinteiseen rahoitukseen ja joukkorahoitukseen? Jos mielestänne on eroja, mitä ne ovat?

Presentaatiolla on varmasti jotain merkitystä pitchatessa, mutta kannattaako erityisten tempujen teko pitchatessa, vai katoaako elokuvan sanoma?

Mitä mieltä olette taglineista?

Pitchauksesta on paljon verkkomateriaalia ja ohjekirjoja, mutta ne ovat pitkälti suunniteltu Hollywood-maisemaan. Sopiiko mielestänne samanlainen pitchaus-tyyli Suomessa?

