



## **YKSIN IDEAN KANSSA**

Dokumenttielokuvan idean myyntiprosessi  
aloittelevan tekijän näkökulmasta

Outi Tienhaara

Opinnäytetyö  
Lokakuu 2013  
Viestinnän koulutusohjelma  
Kuvaus

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelma  
Kuvaus

Outi Tienhaara  
Yksin idean kanssa  
Dokumenttielokuvan idean myyntiprosessi aloittelevan tekijän näkökulmasta

Opinnäytetyö 40 sivua  
Lokakuu 2013  
Työn ohjaaja Anneli Karppinen

---

Opinnäytetyössäni tutkin, minkälaiset mahdollisuudet aloittelevalla dokumenttielokuvan tekijällä on saada oma dokumenttielokuvansa tuotantoon. Tutkimuksessa tarkasteltiin myös kiinnostavan idean määrittelyä ja dokumenttielokuvan rahoitusprosessin alkuvaihetta Suomessa asiantuntijahaastatteluihin ja alan kirjallisuuteen tukeutuen.

Dokumenttielokuvan tekoprosessin alkuvaiheessa tekijä voi hakea käsirjoitustukea Suomen elokuvasäätiöstä (SES) tai Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskuksesta AVEKista. Myönteisen käsikirjoitustukipäätöksen jälkeen tekijä tarvitsee tuotantoyhtiön. Rahoituspäätöstä tehdessä ostajat ja rahoittajat arvioivat idean kiinnostavuutta, tekijän valmiutta toteuttaa dokumenttielokuva ja tekijää itseään. Tärkein myyntiväline alkuvaiheessa on hyvä synopsis.

Aloittelevalla tekijällä on realistiset mahdollisuudet saada tukea prosessin alkuvaiheessa, mikäli idea on tarpeeksi kiinnostava. Ostajat vakuuttaakseen aloitteleva tekijä tarvitsee tuekseen kokeneen tuotantoyhtiön, kokeneen tiimin tai vakuuttavaa aiheesta kuvattua materiaalia.

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Media programme  
Area of Specialization: Cinematography

Outi Tienhaara

Alone with an idea

Selling your own documentary film idea, as seen from the point of view of a beginning filmmaker

Bachelor's thesis

40 pages

October 2013

---

In this bachelor's thesis I analyse how beginner documentary filmmaker can sell his own documentary film idea. In this research I also examine what does interesting and potential idea mean. I try found best ways to find financing for a film by advice of experienced filmmakers and financiers.

Documentary filmmaker can get support for scriptwriting from Finnish Film Foundation or Avek. After getting support for scriptwriting, filmmaker needs to co-operate with production house. Founders evaluates how interesting idea is and filmmaker himself.

In the beginning of process beginner documentary filmmaker has realistic opportunities to get financial support, if idea is interesting enough. To convince buyers beginner filmmaker needs experienced production house, expert team members or high-level footage.

---

Key words: documentary film, film, idea, financing, funding

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
2 TERMIEN MÄÄRITTELYÄ.....	7
2.1 Dokumenttielokuva .....	8
2.2 Televisiodokumentti.....	9
2.3 Aihe, näkökulma, teema ja idea.....	11
3 KIINNOSTAVA IDEA JA AIHE.....	13
3.1 Aiheen työstäminen.....	13
3.2 Rahoittajat ja potentiaalisen idean tunnistaminen.....	14
3.3 Potentiaalinen idea ja tekijä.....	16
3.4 Kumpi on tärkeämpi, aihe vai tekijä?.....	19
3.5 Vinkkejä synopsisen kirjoittamiseen.....	20
3.5.1 Videomateriaalin liittäminen.....	22
4 IDEAN MYYMINEN TUOTANTOYHTIÖLLE.....	24
4.1 Idean tarjoaminen tuotantoyhtiöön.....	24
4.2 Idean myyminen televisiokanavalle.....	25
4.2.1 Televisiokanavan ostajan vakuuttaminen.....	27
4.2.2 Ohjelmapaikat.....	29
4.2.3 Ohjelmaehdotus.....	30
4.3 Pitsaus.....	31
5 IDEAN MYYMINEN RAHOITTAJILLE.....	33
5.1 Kolmikantarahoitus.....	33
5.2 Apurahat.....	34
5.3 Rahoittajien vakuuttaminen.....	34
6 PÄÄTELMÄT.....	36
LÄHTEET.....	39

## 1.1

### JOHDANTO

Aloittaessani opinnäytetyöni taustatyötä keväällä 2012 pääni oli täynnä ideoita ja minulla oli palava halu päästä tekemään dokumenttielokuvaa. En tiennyt, miten edetä. Opinnäytetyöni aihe syntyi siis puhtaasta tiedonhalusta ja -tarpeesta. Pohdin tuolloin, miten kiinnostava idea voitaisiin määritellä ja voisiko minulla, valmistumisen kynnyksellä olevalla opiskelijalla, olla mahdollisuus kehittää niin hyvä idea, että itseni lisäksi joku muu kiinnostuisi siitä. Pohdin myös, miten voisin vakuuttaa tuntemattomat alan ammattilaiset omasta pätevyydestäni.

Opinnäytetyössäni keskityn erityisesti dokumenttielokuvan idean myymiseen rahoittajille ja tuotantoyhtiöön. Tavoitteenani on pohtia, millälaiset mahdollisuudet aloittelevalla dokumenttielokuvan tekijällä on saada oma elokuvansa tuotantoon. Tarkoitukseni on koota asiantuntijahaastatteluihin ja alan kirjallisuuteen tukeutuen tietoa siitä, miten aloitteleva tekijä voisi saada dokumenttielokuvansa idean myytyä sekä rahoittajille, että tuotantoyhtiöön.

Opinnäytetyössäni pyrin myös selvittämään, millainen on kiinnostava idea. Selvitän myös dokumenttielokuvan rahoitusprosessin etenemistä aloittelevan tekijän näkökulmasta. Tekijällä tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä dokumenttielokuvan käsikirjoittajaa ja ohjaajaa.

Dokumenttielokuvia rahoitetaan Suomessa vähemmän kuin fiktioelokuvia. Dokumenttielokuvilla itsensä elättäminen on lähestulkoon mahdotonta, ja moni tekijä tekee dokumenttielokuvien lisäksi myös jotain muuta työtä. Dokumenttielokuvien tekoprosessi on yleensä pitkä ja vaatii tekijältä runsaasti ajallista panostusta ennen rahoituksen varmistumista. Prosessin haastavuudesta johtuen pyrin löytämään realistisia, käytännönläheisiä toimintatapoja ja vinkkejä aloittelevalle dokumentin tekijälle.

Harva päättää ryhtymällä ryhtyä tekemään dokumenttielokuvaa. Tekoprosessin saattaa käynnistää joko tekijän sisäinen tarve kertoa jokin tarina tai halu käsitellä jotain aihetta dokumenttielokuvan kautta. Todellisuuteen liittyvistä asioista, ilmiöistä tai ihmisistä kiinnostuneet ihmiset päätyvät muita helpommin tekemään dokumenttielokuvia. Tekijän

sisäinen halu ja kiinnostus vie häntä eteenpäin. Useimmilla tekijöillä on joko vakituinen tai oma tuotantoyhtiö, mutta uran alkuvaiheessa näin yleensä ei ole.

Ostajat ja rahoittajat pohtivat päätöstä tehdessään aiheen kiinnostavuutta. Tekijä ja aihe kulkevat käsi kädessä, samalla siis yleensä arvioidaan tekijän pätevyyttä. Kokenutkin tekijä on joskus ollut ensikertalainen. Millä tavalla ensikertalainen voi vakuuttaa ostajat ja rahoittajat?

Suomessa voi hakea dokumenttielokuvan rahoitusta myös eri säätiöiltä; esimerkiksi Kirkon mediasäätiö on keskeinen rahoittaja; ja erinäisiltä kulttuurirahastoilta. Suomalaisen dokumenttielokuvan yleisin rahoitusmalli on ns. kolmikantamalli: Yleisradio, Elokuvasäätiö ja Audiovisuaalisen kulttuurin edistämissäätiö (Avek). Suomen elokuvasäätiö on itsenäinen säätiö, joka kuuluu Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan ohjaukseen. Säätiön tuotantotukipäätöksiä valmistelemassa on tuotantoneuvoja, dokumenttielokuvien tukipäätöksistä vastaa tällä hetkellä Elina Kivihalmw. Tuotantoneuvojat valitaan toimeensa määräaikaisiksi kausiksi. Avek tukee tekijänoikeusvaroilla audiovisuaalista kulttuuria. Avekin lyhyt- ja dokumenttielokuvien tuotantoneujana on tällä hetkellä Timo Korhonen.

Yleisradion tuottajat ostavat ohjelmia esitettäväksi televisiossa. Heistä haastattelin Iikka Vehkalahtea ja Pentti Väliahdetta. Lisäksi haastattelin tuotantoyhtiö Oktoberin tuottaja Joonas Berghällia ja Illumen tuottaja Venla Hellstedtiä. Tavoitteenani on selvittää, minkälaisissa ideoissa nämä kuusi henkilöä näkevät potentiaalia. Miten uusi tekijä voi vakuuttaa nämä henkilöt omasta ammattitaidostaan, vai riittääkö toimiva idea? Ja millainen toimiva idea heidän mielestään on? Miten rahoittajat saadaan kiinnostumaan ideasta? Ovatko tuoreiden tekijöiden ideat heidän mielestään yhtä kiinnostavia, kuin alan ammattilaisten? Miten aloitteleva tekijä voi vakuuttaa rahoittajat? Miten rahoitusprosessi käytännössä etenee alkuvaiheessa?

Opinnäytetyöni kohderyhmänä ovat dokumenttielokuvista kiinnostuneet alan opiskelijat ja tuoreet tekijät, joilla ei vielä ole pitkää kokemusta ja joiden nimi ei ole tarpeeksi tunnettu vakuuttamaan eri tahoja. Tekijät, joilla on oma idea, palava halu päästä käsittelemään jotain aihetta ja kova tahtotila päästä toteuttamaan oma idea.

## 2 TERMIEN MÄÄRITTELYÄ

Yleisellä tasolla aihepiirin termien määrittely on hyvin laajaa ja myös tekijäkohtaista. Tästä syystä pidän aiheellisena aluksi avata opinnäytetyöhöni liittyviä keskeisimpiä termejä. Dokumenttielokuvan elokuvallisia piirteitä saattaa löytyä niistä teoksista, jotka määritellään televisiodokumentiksi ja elokuvateatteriin päätyvistä dokumenteista saattaa löytyä televisiodokumentin piirteitä. Rajanveto on haastavaa.

Asiaohjelma ei ole lajityyppi, vaan yleisotsikko, jonka alle voidaan sijoittaa dokumenttielokuvat, tv-dokumentit, reportaasit, ajankohtaisjournalismi, tiede- ja kulttuuriohjelmat, viikottaismakasiinit ja useimmat keskusteluohjelmat (Saksala 2008, 15.)

Miten dokumentin tekijöitä tehdään? Karkeasti sanottuna: Suomessa yliopistoista valmistuu journalisteja, Aalto-yliopistosta dokumenttitaiteilijoita ja ammattikorkeakouluista viestinnän ammattilaisia, joista ainakin osan pitäisi taitaa elokuva- ja televisio-kerronta. Dokumentintekijälle ihanteelliset lähtökohdat saattaisi antaa näiden koulutusten jonkinlainen välimuoto. Pentti Väliahdet kommentoi Saksalan teoksessa (2008, 24), että nykyään toistakymmentä koulua valmistaa viestinnän tutkintoihin Suomessa. Tästä syystä tekijöiden taustat ovat hyvin erilaiset. Esimerkiksi Aalto-yliopiston opiskelijat eivät saa journalistista sisältökoulutusta ja vastaavasti journalistit jäävät vaille elokuva- ja tv-ilmaisun koulutusta. Tästä syystä tekijän omalle vastuulle jää kouluttaa itseään lisää, tai oppia tekemällä.

Saksala vertaa (2008, 18) dokumenttielokuvien ja television asiadokumenttien lähtökohtia. Hän väittää, että luova dokumentti on kuvakeskeinen, tekijälähtöinen ja persoonallinen. Journalistinen asiadokumentti sen sijaan lähtee tarpeesta tulkita ulkoista maailmaa ja sen ilmiöitä. Aaltosen mukaan taas (2006, 101) valtaosa hänen tutkimukseensa haastattelemissa dokumentaristeista määrittelee tärkeimmäksi syyksi dokumenttielokuvien tekemiseen maailman käsittelyn, hahmottamisen, ajattelun ja yrityksen ymmärtää asioita.

Saksala määrittelee (2008, 15) dokumentin ja muiden asiaohjelmien, kuten reportaasin, eron siten, että asiaohjelmissa katsojan ja tapahtuman välissä on välittäjä, toimittaja, tulkitsemassa katsojan puolesta. Saksalan mukaan dokumentissa taas kuvakerronnan ja

katsojan välillä on suurempi yhteys; reportaasi selostaa tapahtumat, dokumentti näyttää. Lisäisin edelliseen myös ohjaajan olevan dokumenttielokuvassa katsojan ja tapahtuman välillä oleva välittäjä. Näen että kerronta - oli se sitten visuaalista tai selostavaa - riippuu dokumentin lajityypistä ja tekijästä, oli kyseessä sitten dokumenttielokuva tai reportaasi

Siinä missä fiktioita jaetaan genreihin, dokumenttielokuvia voidaan luokitella ja jäsentää erilaisten moodien avulla. Esimerkiksi poeettisen moodin elokuvat ovat hyvin visuaalisia ja nojaavat kuvalliseen kerrontaan. Selittävä moodi taas perustuu nimensä mukaisesti sanalliselle kommentaarille ja argumentaatiolle (Aaltonen, 2011, 26 - 29). Aaltosen mukaan valtaosa television päivittäin tarjoamasta dokumentaarista materiaalista luonto-ohjelmista tv-reportaaseihin edustaa selittävää moodia. Olen havainnut, että poeettisen moodin elokuvat mielletään elokuvataiteeksi ja selittävän moodin dokumentit liitetään taas televisioon, vaikka kyse on dokumenttielokuvan eri lajityypeistä.

Televisiodokumenttiin ja dokumenttielokuvaan liittyvien mielikuvien ja niiden syiden tarkempi tarkastelu olisi oma aiheensa opinnäytetyöksi. Termien määrittely on riippuvainen määrittelijästä, absoluuttista totuutta termistöstä ei voida esittää. Kaikesta huolimatta tekijöillä ja asiantuntijoilla on tarve määritellä dokumenttielokuvien ja tv-dokumenttien eroja. On hyvä muistaa, että eroavaisuudet ovat vain veteen piirretty viiva.

## 2.1 Dokumenttielokuva

Dokumenttielokuva ei kuvaa koskaan todellisuutta objektiivisesti, vaikka siihen aikaisemmin onkin vahvasti liitetty puolueettomuus ja objektiivisuus.

Dokumenttielokuva on aina tekijän subjektiivinen näkemys aiheesta (Aaltonen 2011, 15 – 18.) Se mitä katsojalle näytetään, miten näytetään tai mitä jätetään näyttämättä on tekijän tietoisien valintojen summa. Katsojan ajatuksia, tunteita ja mielipiteitä voidaan ohjailta dokumenttielokuvassa kerronnan keinoin, kuten fiktioelokuvassakin.

Dokumenttielokuvalla on erityinen suhde todellisuuteen - se esittää todellisen maailman, jossa elää tai on elänyt oikeita ihmisiä. Dokumenttielokuva on luovaa ilmaisua, ja se suuntautuu samanaikaisesti todellisuuteen. Dokumenttielokuva on



riippuvainen ympäröivästä yhteiskunnasta ja maailmasta. Sillä voi tutkia, analysoida, havainnoida, selittää, opettaa, paljastaa, edistää, säilyttää, protestoida ja niin edelleen. On huomattavaa, että kaikki listan sanat ovat verbejä: dokumenttielokuvalla tehdään jotain, johonkin kohdistuvaa. Dokumenttielokuvaa onkin kuvattu vasaraksi ja aseeksi - sen avulla voi vaikuttaa ihmisiin ja muuttaa maailmaa. (Aaltonen 2011, 16 – 17.)

Dokumenttielokuvalla on eri lajityyppejä, kuten fiktioelokuvalla genrejä. Esimerkkeinä lähestymistavoista mainittakoot seurantadokumentti, totuuselokuva, havainnoiva elokuva, tilannekuvaus ja henkilökuva. Yleisimpiä lajityyppejä on mm. henkilökohtainen dokumenttielokuva, historiallinen dokumenttielokuva ja elokuvallinen essee (Aaltonen 2011, 25 – 29.)

Määrittelen dokumenttielokuvan omin sanoin seuraavasti: dokumenttielokuva on tekijänsä subjektiivinen audiovisuaalinen tuotos, joka kuvaa ihmisiä, asioita, ilmiöitä, historiaa tai mitä tahansa todellista asiaa luovan kerronnan keinoin. Sen lisäksi, että dokumentti paljastaa todellisuutta, se paljastaa myös tekijänsä. Samalla kun tekijä kertoo aiheesta, hän kertoo myös itsestään - omista asenteistaan ja mielipiteistään.

## 2.2 **Televisiodokumentti**

Asiaohjelmat, reportaasit ja dokumentit - rajanveto näiden kaikkien välillä on todella häilyvää ja haastavaa. Ehkä olisikin hyvä puhua määrittelijän mielipiteestä, koska eri lajien rajat ovat hämärät.

Aaltonen määrittelee (2011, 21) reportaasin ja tv-dokumentin asiakeskeisemmäksi kuin dokumenttielokuvan. Hänen mukaansa tv-dokumentissa ohjelman rakenne on usein asiakeskeinen ja argumentoiva. Toisaalta Aaltonen myös kuvaa dokumenttielokuvan moodeja (2011, 25 - 29), joiden avulla voidaan jäsentää ja luokitella erilaisia dokumenttielokuvia. Tässä on havaittavissa pieni ristiriita Aaltosen aiemmin kuvaamiin tv-dokumentin ja dokumenttielokuvan eroihin. Yksi moodeista on nimeltään selittävä moodi, joka perustuu sanalliselle kommentaarille. Tähän moodiin luetaan esimerkiksi tv-reportaasit ja luonto-ohjelmat. Valtaosa television päivittäin tarjoamasta dokumentaarisesta materiaalista edustaa selittävää moodia. Voidaan siis päätellä, että reportaasit ja tv-dokumentit edustavat dokumenttielokuvan selittävää moodia, eli näin ollen myös ne voidaan lukea dokumenttielokuvaksi.

Saksalan (2008, 14) mukaan genrerajan ratkaisee lähetyskonteksti, eli se, näytetäänkö lopputuotos televisiossa, elokuvateatterissa tai jossain muualla. Tarkasteltaessa suomalaista dokumenttielokuvaa, voidaan todeta, että kaikkien tuotosten lähetyskanava on jossain vaiheessa televisio, osalla pelkästään televisio. Osa Saksalan (2008, 14) haastattelemissa henkilöistä on sitä mieltä, että tv-dokumentti on oma taiteenlajinsa, televisioon tuotettu luova dokumentti. Saksala kuitenkin kiteyttää, että ei ole olemassa mitään luonnonlakeja tai ilmaisukeinoja, joihin tv-dokumentin pitäisi mahtua.

Saksalan mukaan (2008, 14) televisiodokumentti on osattava tehdä niin, että se pystyy vangitsemaan katsojan koska tahansa otteeseensa. Tämä on yksi tapa nähdä asia. On myös muistettava, että television katselu ei ole pelkkää kanavasurffailua.

Televisiokanavista Yle on ehdottomasti suurin dokumenttielokuvien levityskanava Suomessa. Myös internet on vakiintunut levityskanavaksi ohjelmien katsomiseen - kaikki Ylen kanavilla esitetyt dokumentit ovat katsottavissa jälkikäteen internetistä. Käsittelen opinnäytetyön viidennessä luvussa suomalaisen dokumenttielokuvan levityskanavia.

Alan koulutus on aiempaa kirjavampaa ja on pitkälti tekijästä itsestään kiinni, miten hän asiat kertoo. Vaikka Aaltonen (2011, 21) ja Saksala (2008, 18) molemmat selittävät tv-dokumenttien olevan vähemmän visuaalisia television teknisen kaluston huonomman laadun takia, kokemukseni mukaan voin myös todeta, ettei elokuvallinen kerronta aina liity kameratekniikkaan. Jopa kännykkäkameralla voi kuvata elokuvallista kerrontaa, elokuvallinen kerronta on enemmän riippuvaista tekijästä kuin tekniikasta. Toiset kertovat asiat visuaalisemmin kuin toiset, toisia aiheita taas palvelee informaatiokeskeisempi lähestymistapa. Se miten aihetta lähestyy - mitä moodia dokumenttielokuva edustaa - on riippuvainen tekijästä. Esimerkiksi vuonna 2010 elokuvateatterilevitykseen tullessa suomalaisessa Reindeerspottingissa (2010, ohjaaja Joonas Neuvonen) käytettiin ajoittain tilastoja ja se oli kuvattu teknisesti alkeellisella kalustolla, eikä sitä määritely tv-dokumentiksi. Nähtäväksi jää, tullaanko televisiossa tulevaisuudessa hyödyntämään entistä enemmän elokuvakerronnan keinoja.

Dokumenttielokuvan ja televisiodokumentin erojen määrittäminen on haasteellista. En löytänyt pätevää perustelua sille, miksi televisiossa esitettävät itsenäiset dokumentaariset audiovisuaaliset tuotokset eivät myös menisi termin

dokumenttielokuva alle. Toiset ovat informaatiokeskeisempiä kuin toiset, mutta tekotapa on lajityypistä ja moodista riippuvainen. Toki on muistettava, että oma lukunsa ovat kanavien omat ohjelmaformaattit.

Selityksiä ja näkemyksiä dokumenttielokuvan ja televisiodokumentin määrittelystä on vähintään yhtä paljon kuin tekijöitäkin. Journalistinen dokumentti ja selittävä moodi mielletään televisiodokumentiksi, vaikkakin esimerkiksi Aaltosen mukaan (2011, 25 - 27) ne ovat dokumenttielokuvan lajityyppejä. Televisiodokumentti ja dokumenttielokuva mielletään kahdeksi eri asiaksi, vaikka televisiodokumentti selvästi voidaan määritellä dokumenttielokuvan lajityypiksi. En halua rajoittaa ajatteluni lokeroimalla vain journalistiset dokumentit televisiodokumenteiksi. Yksi asia on varmaa: dokumenttielokuvia löytyy television lähetyspaikoilta. Suomalaisen dokumenttielokuvan keskeisin levityskanava on ollut - ja tulee vielä pitkään olemaan – televisio. Television katselutapa on murroksessa, internet on rinnalla yhtenä katselukanavana.

Näen, että yksi asia erottaa dokumenttielokuvan ja television dokumentaarisen ohjelman, nimittäin rahoitus. Dokumenttielokuvassa rahoitus hankitaan monesta eri paikasta. Lisäksi tekijällä on periaatteessa täysi luomisen vapaus. Televisiokanavalla tilaajalla on mahdollisuus oman kantansa ilmaisuun sisällön suhteen. Televisio asettaa myös omat rajoitteensa - yleensä sinne tehdään tarkkaan ajalliseen mittaan, kun taas dokumenttielokuvaa tehdessä pituus on vapaasti määriteltävissä.

### **2.3 Aihe, näkökulma, teema ja idea**

Aihe voi olla esimerkiksi paikka, henkilö tai tapahtuma. Aihe on se osa todellisuutta, jota elokuva käsittelee. Aiheita voivat olla huumeet, seksuaalivähemmistöjen asema Suomessa, sauna, aivotutkimus tai monet muut. Aiheita on lukemattomia ja lukemattomista aiheista on tehty dokumenttielokuvia. Jokaisesta elokuvasta erityisen tekee sen näkökulma, eli se miten aihetta käsitellään ja tarkastellaan. Esimerkiksi se, käsitelläänkö seksuaalivähemmistöihin kohdistuvia asenteita seksuaalivähemmistöön kuuluvan henkilön vai heidän oikeuksiaan vastustavan henkilön kannalta? Kuvataanko jonkun ihmisen henkilökohtainen tarina aiheen tiimoilta, ja kenen? Hyvä elokuva pystyy puhuttelemaan katsojaa syvemmin ja sanomaan myös jotain yleisempää

maailmasta. Tekijän yleistä väitettä tai havaintoa maailmasta kutsutaan teemaksi. Teema on elokuvan syvällisempi havainto. Teema voi olla esimerkiksi homofobia, syrjintä tai viha (Aaltonen 2011, 58 – 59.)

Idea on oraalla oleva aiheen, näkökulman ja teeman yhdistelmä. Aiheita, näkökulmia ja teemoja yhdistelemällä voi kehittää loputtomasti ideoita. Ideaa on punnittava suhteessa johonkin. Yksi kriteeri arviointiin on elokuvan tai ohjelman käyttötarkoitus. Elokuvalla ja ohjelmalla täytyy olla jokin tarve. Tarve voi olla sisäinen tai ulkoinen. Sisäinen tarve tarkoittaa sitä, että tekijällä on halu kertoa tärkeästä asiasta ihmisille tai halu jakaa koskettava tarina muiden kanssa. Ulkoinen tarve voi lähteä halusta nostaa keskusteluun uusi merkittävä aihe. Parhaimmillaan ulkoinen ja sisäinen tarve yhdistyvät ja ideaa voidaan arvioida ja kehittää suhteessa näihin molempiin. (Aaltonen 2011, 60).

### 3 KIINNOSTAVA IDEA JA AIHE

Hyvä aihe on sellainen, mistä ei ole aiemmin tehty dokumenttielokuvaa, ei ainakaan samasta näkökulmasta. Universaali teema on hyvä asia, samoin aiheen elokuvallisuus. On myös yleistä, että tekijät tarttuvat johonkin epäkohtaan (Aaltonen 2011, 63.)

Aihe joka kiinnostaa itseä, kiinnostaa todennäköisesti muitakin. Kannattaa siis miettiä, mistä itse kiinnostuisi. Tekijän kannattaa koettaa myös astua muiden asemaan, miettiä sitä millainen idea saattaisi kiinnostaa jotakuta toista henkilöä. Tekijän täytyy olla perillä tämän hetkisistä yhteiskunnan ja kulttuurin ilmiöistä. Tekijän on myös osattava ennakoida, mitä on tulossa. Televisio on osittain intuitioala (Nikkinen & Vacklin, 225 – 226.)

#### 3.1 Aiheen työstäminen

Aihe voi löytyä uutisista, bussissa kuullusta keskustelusta, tavatuista ihmisistä - ihan mistä tahansa (Aaltonen 2011, 62.) Aiheen täytyy kiinnostaa dokumentin tekijää niin paljon, että sen parissa jaksaa viettää koko tekoprosessin ajan, mikä voi tarkoittaa useita vuosia. Usein aihe on tekijää lähellä, ei välttämättä konkreettisesti, mutta monesti tekijällä on aiheeseen henkilökohtainen suhde.

Michael Rabigerin mukaan (2012, 42 - 43) aloitteleva tekijä sortuu usein aiheeseen, josta hänellä ei ole tarpeeksi tietoa tai johon hänellä ei ole tarpeeksi suurta tunnesidettä. Rabiger kehottaa aloittelevaa tekijää kysymään itseltään esimerkiksi seuraavia asioita: haluanko todella tehdä elokuvan tästä aiheesta? Mistä aihealueesta minulla on paljon tietoa? Onko minulla vahva, emotionaalinen side aiheen työstämiseen - vahvempi kuin mihinkään muuhun aiheeseen? Rabigerin mukaan paras merkki on, että oma kiinnostus ja energia pysyvät korkealla ja tuntee suuren halun oppia lisää.

Dokumenttielokuvaa ideoidessa on hyvä pitää myös realiteetit mielessä; idean täytyy olla toteutettavissa. Vaikka tekijää kiinnostaisi kuinka paljon joku tietty aihe, ei pelkkä kiinnostukseen riitä jos hänellä ei ole pääsyä, accessia, toteuttamaan kyseistä aihetta. Pelkällä kiinnostuksellakin tosin pääsee hyvin pitkälle. Myös taloudelliset realiteetit on hyvä tiedostaa. Ensimmäisenä mieleen tulevat ideat saattavat tulla ensimmäisenä myös

muiden mieleen, liian yleiselle reitille ei kannata lähteä. Hyvä aihe löytyy yleensä todella läheltä, liian suuresti ei kannata ajatella. (Rabiger 2009, 43 – 44.)

Tekijän oma kiinnostus aiheeseen ei riitä, vaan myös muiden on kiinnostuttava siitä. Rosenthal kertoo (2011, 16) ystävästään, joka tekee omalaatuisia henkilökohtaisia dokumentteja itsestään, perheestään ja ystävistään. Hän tuottaa ne itse, pienellä budjetilla, mutta sitäkin suuremmalla intohimolla. Rosenthal pitää lopputuloksia useimmiten varsin hyvinä, toisaalta ne kantautuvat ainoastaan tekijän lähipiiriin nähtäväksi. Nämä elokuvat eivät tuota taloudellista voittoa, mutta silti tämä tekijä haaveilee suurista parrasvaloista ja taloustilanteensa vakautumisesta uralla dokumenttien parissa. Rosenthal kertoo huomauttaneensa ystäväelleen hienovaraisesti useaan otteeseen, että hänen tekemillään elokuvilla parrasvalot ja dokumenteilla itsensä elättäminen ei ole realistista. Tekijän oma kiinnostus aiheeseen ei siis riitä, myös muiden on kiinnostuttava siitä. Aaltonen pitää tärkeänä (2011, 67), että tekijä ei ajattele liikaa yleisön puolesta, vaan keskittyisi luomiseen ja aiheen työstämiseen.

Tämän päivän teknologia mahdollistaa sen, että kenen tahansa on mahdollista tuottaa dokumentaarista materiaalia pienelläkin budjetilla. Jos yrittää tienata elantonsa tai edes osan siitä tekemällä dokumenttielokuvia, on hyödyllistä konkretisoida tavoitteensa. Tekijän ei kannata unohtaa katsojaa tai rahoittajaa - ideointivaiheessa on hyvä miettiä myös, kiinnostaako tämä aihe mahdollisesti muita, tai miten aiheesta saisi kiinnostavan. Tähän prosessiin tuskin on olemassa mitään yhtä ja ainutta selkeää ohjenuoraa. Jokaisella tekijällä on oma tapansa ja tyyliensä työstää asioita.

Kun aihe on löytynyt, se täsmentyy ideaksi. Joskus asioiden kulku voi olla myös päinvastainen; tekijällä on aihe, mutta ei ideaa. Idea voi testata esimerkiksi kertomalla siitä lähipiirilleen - herättääkö se kiinnostusta? Kun tekijä on vakuuttunut ideansa ainutlaatuisuudesta, on seuraavana tavoitteena saada rahoittajat vakuuttumaa.

### **3.2 Rahoittajat ja potentiaalisen idean tunnistaminen**

Idea ja aihe on varmasti jokaiselle tekijälle tärkeä, potentiaalinen ja omalaatuinen. Sekä Korhonen (haastattelu 30.11.2012) että Vehkalahti (haastattelu 3.12.2012) kertovat, että heillä on samanaikaisesti useampi ehdotus samasta aiheesta. Molemmat käyttävät

esimerkkinä Talvivaaraa, joka on haastatteluhetkellä pinnalla julkisessa keskustelussa. Heille on samaan aikaan tarjolla useita käsikirjoituksia Talvivaaraa koskien. Tämä kertoo, ettei tekijän aihe välttämättä ole niin omaperäinen, kun hän kuvittelee – mutta hänen lähestymistapansa voi silti olla.

Rahoittajien ja ostajien ammatin tuoma pitkä kokemus auttaa potentiaalisen idean tunnistamisessa. Potentiaalista ideaa arvioitaessa rationaalinen ja looginen ajattelu on tärkeää. Ostajien päätökseen vaikuttaa myös se, onko samaa aihetta käytetty lähiaikoina, tai ollaanko sitä käyttämässä. Intuutiolla on ainakin pieni merkitys alkuvaiheessa. Ammattilaisten täytyy myös pystyä muotoilemaan intuitio syy-seuraussuhteeltaan rationaalisesti lauseiksi jossain vaiheessa, pelkän tunteen vuoksi ei voi tehdä kalliita tilauksia (Väliahdet, haastattelu 28.11.2012.)

Elina Kivihalme kertoo tunnistavansa (haastattelu 13.12.2012) kiinnostavan idean yllätyksellisyydestä. Joskus jo pelkkä nimi saattaa herättää suuren kiinnostuksen. Kivihalme muistuttaa, että hänelle tarjotaan paljon ideoita ja sieltä erottuakseen kirjoittamisen taito on tärkeä. "Ei voi kirjoittaa huonosti, enkä nyt tarkoita huonoa suomen kieltä, vaan näkemyksellistä ja selvää, selkeätä kieltä". (Kivihalme, haastattelu 13.12.2012.) Potentiaalisen idean tunnistaa, jos esimerkiksi aihetta ei ole käsitelty juuri siitä näkökulmasta aiemmin. Aiheen on hyvä olla jotenkin kiinni tässä ajassa. Kivihalmekin mainitsee intuition merkityksen: "se liittyy ihmisen olemukseen tietyllä tavalla, sellainen ihmistuntemus tässä työssä on kyllä kasvanut.

Kerroksellisuus ja nyansoidut havainnot ovat ne kaksi asiaa, joista Timo Korhonen (haastattelu 30.11.2012) tunnistaa potentiaalisen idean. Mikään yleinen ei ole kiinnostavaa. Nyansoitu, elokuvaksi tehtävä havainto todellisuudesta on merkki hyvästä ideasta. Korhoselle on tärkeää, että dokumentissa on kiinnostava henkilö, jolla on tarina ja henkilö haluaa jotain isompaa. Kiinnostavan dokumenttielokuvan pitää luvata, että pinnan takana jonka katsoja näkee, on jotain muuta, isompi filosofinen tai moraalinen kysymys.

Ei ole oikeastaan mitään yksinkertaista kaavaa ja hyvä idea voi olla oikeastaan yhden kappaleen tai yhden sivun mittainen juttu, joka vain kiinnostaa. Siinä on sitä jotain. Tällaisena esimerkkinä tulee mieleen esimerkiksi Katja Gauriloffin Säilöttyjä Unelmia. Ajatus lähti Ravioli-purkista ja sen matkasta eri ihmisten käsissä, joiden tarinoita ja unelmia tahtoisimme jakaa. Siinä oli jotain, joka alkoi heti kiinnostamaan vahvasti.

Siinäkin kuitenkin varmasti mielenkiintoisin osa oli ohjaajan sana ja jo tällaisissa 1-5 sivun käsikirjoituksissa olisi mahtavaa lukea se, että miksi ohjaaja aidosti ja vahvasti haluaa tehdä juuri tämän jutun. Sitten kun ohjaajan halu on tarpeeksi luja ja mukaansatempaava sitä helposti kiinnostuu ja lähtee mukaan hankkeeseen (Berghäll, sähköpostihaastattelu 1.10.2013.)

On tärkeää, että tekijä osaa kertoa ja esitellä aiheensa. Sillä miten sen esittelee, on merkitystä. Dokumenttielokuva heijastaa tekijäänsä ja sitä, miten tekijä näkee maailman. On tärkeää vakuuttaa rahoittajat siitä, että tekijä näkee poikkeuksellisella tavalla asioita. Tärkeää on myös tekijän intohimo ja valmius mennä teoksen kanssa eteenpäin. (Vehkalahti, haastattelu 3.12.2012.)

Mä mietin tota, että mistä sen tietää.. Kyllä siinä on sellainen oivalluksen - siis semmoisen valon - jos voi sanoa välähdyksenomaisesti, että tässä on jotakin. Ja mistä sitte tulee se ”tässä on jotakin”..Se tulee ehdottomasti siitä, että tämä ihminen näkee tässä kysymyksessä jotain poikkeavaa selkeästi, sillä on oma fokusoiva näkökanta, joka valaisee sitä kysymystä sillä tavalla, että se näkee joko ihan kokonaan uudella tavalla tai sitten ihminen on kulkenut, niin että se havaitsee. (Vehkalahti, haastattelu 3.12.2012.)

Ostajilla ja rahoittajilla on taito tunnistaa potentiaalinen idea satojen muiden ideoiden joukosta. Yllätyksellisyys; jokin uusi, tuore näkökulma tai lähestymistapa, saattaa toimia kiinnostuksen herättäjänä. Ensimmäiseksi kiinnostuksen herättää aihe. Tämän jälkeen tekijän täytyy vakuuttaa, että hän on rahallisen sijoituksen arvoinen. Rahoittajat kertovat tapaavansa aina tekijän ja keskustelewansa kiinnostavasta ideasta kasvokkain. Tällöin tekijän itsensä on myös tehtävä vaikutus.

### **3.3 Potentiaalinen idea ja tekijä**

Rahoittajat ja ostajat lukevat työkseen satoja synopsiksia ja käsikirjoituksia vuodessa. Varmasti jokainen tarina pitäisi tekijänsä mielestä kertoa, jokainen niistä on tekijälleen potentiaalinen ja omalaatuinen.

Ammattilaiset näkevät kirjoitetusta ehdotuksesta, mikäli tekijä ei ole ajatellut ideaa tarpeeksi. Keskenpäisestä ajatuksesta ammattilaiselle lukijalle saattaa tulla tunne, että tekijällä ei ole energiaa jaksaa koko rankan tuotantoprosessin läpi. Pitkälle kehitelty idea on siis mietitty perinpohjaisesti, kirjoitettu muutamaan kertaan uusiksi ja koekäytetty ystävillä ja sukulaisilla (Hellsted, sähköpostihaastattelu 30.9.2013.)



Aaltosen mukaan (2011, 70 - 71) hyvän idean tunnusmerkkejä ovat esimerkiksi aiheen emotiaallinen koskettavuus, elokuvallisuus, visuaalisuus, auditiivisuus ja ajankohtaisuus. Aiheen olisi hyvä olla sellainen, josta ei ole aiemmin tehty dokumenttielokuvaa, ja aiheen olisi hyvä olla tärkeä - ainakin tekijälle ja kohderyhmälle. Olisi hyvä, että aihetta voitaisiin käsitellä kiinnostavien henkilöiden ja hyvän tarinan kautta ja että aihe sanoisi jotain yleistä ihmisenä olemisesta tai jostain muusta suuresta kysymyksestä. On myös tärkeää, että tekijällä on henkilökohtainen suhde aiheeseen, hän suhtautuu siihen intohimoisesti ja hän on sitoutunut siihen.

Timo Korhonen kertoo (haastattelu 30.11.2012) haluavansa dokumenttielokuvan idealta lupauksen, että sen pinnan takana on jotain muuta - isompi filosofinen tai moraalinen kysymys.

Iikka Vehkalahden mukaan (haastattelu 3.12.2012) kiinnostava idea on merkityksellinen myös muille, kuin pelkästään tekijälle. Parhaimmillaan katsoja pystyy kommunikoimaan dokumenttielokuvan ja aiheen kanssa. Dokumenttielokuvan pitäisi antaa katsojalle jotain, että hän ymmärtäisi ja kokisi - ei niin että häntä opetettaisiin - vaan että katsoja itse on luoja. Vehkalahden mukaan suurin ero on siinä, että katsoessaan ihminen on subjekti, eli hän itse luo sen lopullisen dokumenttielokuvan. Vehkalahden mukaan ei ole kiinnostavaa kaataa informaatiota tai opettaa katsojaa. Tavoiteltavaa on, että katsoja menee dokumenttielokuvan sisään; elää, luo ja kasvaa elokuvan mukana. Saavuttaakseen tämän täytyy tietenkin olla sellainen aihe, joka kiinnostaa ihmisiä, että ihminen ryhtyy kommunikoimaan aiheen kanssa.

Isoja, maailmaa syleileviä aiheita on alkuvaiheessa hyvä välttää. Kiinnostava idea voi olla mistä tahansa aiheesta. Mikäli ideassa on erilainen, uudenlainen tai jotenkin omaperäinen näkökulma, tekee se ideasta kiinnostavan, oli aihe mikä tahansa (Kivihalme, haastattelu 13.12.2013).

Tottakai joskus aiheet ovat kiinnostavia ja niiden pohjalta syntyvät assosiaatioketjut ja maailmankuva on yksi asia määrittämään kiinnostavuutta, mutta se liittyy siihen näkökulmaan. Sen täytyy myös jotenkin liittyä tekijän persoonaan (Kivihalme, haastattelu 13.12.2013).

Kivihalme pohtii (haastattelu 13.12.2012), että sanojen erityinen ja omaperäinen määrittely on hiukan vaikeaa. Erityinen on omaperäinen näkökulma, joka ei tule ensimmäisenä mieleen jostain aiheesta tai ideasta. Se on lähestymistavassa. Hyvä idea ei ole liian yleinen, eikä liian hajallaan, vaan se on fokusoitu. Idea voi ja saa muuttua matkan varrella käsikirjoitusprosessissa. Aloittelevan tekijän kannattaa aloittaa lyhyestä dokumentista ja valita aihe mahdollisimman läheltä itseään.

Hyvä idea on siis mahdollista määritellä, joskin sen määritelmä on hyvin laaja. Onko sitten jotain, mitä tuoreen tekijän kannattaisi ensimmäisenä työnä välttää? Elina Kivihalmeen mukaan (haastattelu 13.12.2012) aloittelevan tekijän kannattaa välttää maailmaa syleileviä, suuria aiheita. Pentti Väliahdet puolestaan (haastattelu 28.11.2012) ei lähtisi välttelemään mitään, vaan enemmänkin pyrkisi rohkeasti lähestymään sekä aiheita, että kerronnallisia tapoja.

"Meillä on pikkuisen sellainen ongelma, että helposti meidän ammattikunnat kuppikuntaistuu ja tavallaan niitä tekemisen tapoja ja muita nostetaan toisten yläpuolelle". (Väliahdet, haastattelu 28.11.2012.)

Hyvä idea on siis puheenalaistava, merkityksellinen myös muille kuin tekijälleen ja siinä on syvyyttä. Näkökulma on kiinnostava, omaperäinen ja ennalta-arvaamaton. Kaikkea yleistä, ohutta ja kulunutta kannattaa välttää. Tuoreen tekijän ei myöskään pitäisi astua liian suuriin saappaisiin - ensimmäisellä kerralla ei kannata tarttua liian isoon aiheeseen. Lista voisi jatkua lähes loputtomiin. Kiinnostavuus pystytään määrittelemään ja pukemaan sanoiksi melko helposti - mutta voiko tekijä työstää idoitaan näiden määritteiden mukaan? Ideointiprosessissa on hyvä pysähtyä kuulostelemaan itseään ja muita useaankin otteeseen. Omaperäistä näkökulmaa tuskin löytää neuvoja tai oppeja pänttäämällä. Lukeminen, näkeminen ja kokeminen tietenkin kehittävät ajatteluprosessia ja tekijän maailmankuvaa, mutta ajattelu ja näkeminen on monen asian summa.

"..sen (hyvän idean) täytyy myös liittyä jotenkin tekijän persoonaan". (Elina Kivihalme, haastattelu 13.12.2012).

Dokumenttielokuvan idean ja aiheen lisäksi rahoittajat ovat kiinnostuneita myös tekijästä ja tekijän ajatuksista.

Aika paljon dokumenttielokuva on sitä, että ihminen näkee. Minusta on hirveän hyvä esimerkki, kun päiväkotiryhmä tekee matkan meren rannalle. Ne menee rannalle, tulee sieltä pois ja menee leikkipuistoon. Yhtäkkiä opettaja huomaa, että yksi pikkutyttö puuttuu. Opettaja juoksee takaisin rantaan ja kysyy tyttöltä mitä tämä tekee. - Katson merta, tyttö vastaa. Opettaja jatkaa: mutta mehän käytiin jo katsomassa sitä. - Joo, mutta me ei nähty, tyttö vastaa. Eli se tyttö halusi nähdä sen meren. Ja minä väitän, että siinä on se, että ihminen näkee. Eli jos et näe, niin ei siitä mitään tule. Ja näkeminen tässä yhteydessä tarkoittaa aika pitkälle menevää ajattelua - emotionaalisesti, filosofisesti, yhteiskunnallisesti, poliittisesti tai henkilökohtaisesti. (Vehkalahti, haastattelu 3.12.2012.)

### 3.4 Kumpi on tärkeämpi, aihe vai tekijä?

Kuinka sidoksissa tekijä ja aihe ovat toisiinsa? Kokemattomalla tekijällä voi olla hyvä idea ja puolestaan kokeneella ammattilaisella heikko aihe. Kumpi vakuuttaa paremmin, hyvä aihe, kokenut tekijä vai pitääkö olla koko paketti kasassa?

Idea ei välttämättä ole kaikista tärkein. Tärkeintä saattaa olla sen toteuttaja ja toteutustapa (Hellsted, sähköpostihaastattelu 30.9.2013).

Korhonen (haastattelu 30.11.2012) ja Kivihalme (haastattelu 13.12.2012) ovat yksimielisiä: aihe on tärkeämpi kun tekijä. Molemmat kertovat suhtautuvansa yhtä kriittisesti isoja nimiä kohtaan, kuin muitakin. Iikka Vehkalahti (haastattelu 3.12.2012) puolestaan nostaa tekijän etusijalle. Vehkalahden mukaan hyvä aihe on turha, jos tekijät eivät pysty tekemään siitä. Vehkalahti kertoo olevansa valmis keskustelemaan vahvan tekijän tai vahvan tiimin kanssa jostain muusta aiheesta, mikäli heidän tarjoamansa aihe on huono. Vehkalahti painottaa, että dokumenttielokuvan tekeminen on Suomessa tekijälähtöistä.

On hyvä muistaa, että käsikirjoitustuen myöntäminen ei ole riskibisnestä, kuten televisiodokumenttien ostaminen. Kun tekijä on miettinyt ideaa tarpeeksi, on seuraava askel kirjoittaa synopsis. Synopsis on yleensä rahoittajien ja ostajien ensikosketus aiheeseen ja tekijään.

### 3.5 Vinkkejä synopsisen kirjoittamiseen

Elokuvan nimellä ja synopsisella myydään dokumenttielokuvaa.

Dokumenttielokuvassa synopsisen muodot vaihtelevat. Fiktioelokuvassa synopsis on perinteisesti juonitiivistelmä, mutta dokumenttielokuvan synopsisvaiheessa juonta ei välttämättä ole. Synopsista kirjoittaessa päälauseen käyttö on toimiva apuväline, eli elokuvan keskeinen sisältö tiivistetään yhteen lauseeseen. Synopsiksesta tulee käydä ilmi elokuvan nimi, suunniteltu kesto ja kuvaus- ja esitysformaatti. Synopsisin ensimmäinen varsinainen lause on yleensä niin sanottu one-liner, eli elokuvan aihe tiivistetysti. Lopussa on hyvä esitellä lyhyesti myös tekijä ja mahdollisesti tuotantoyhtiö. Tekijän CV:n voi liittää erikseen mukaan. Television tuottajalle, rahoittajalle tai muulle päätöksentekijälle tehdään ohjelmaehdotus. Ohjelmaehdotus on tiiviimpi ja lyhyempi kuin synopsis. Ehdotuksessa on syytä perustella miksi elokuva pitäisi tehdä ja miksi nimenomaan kyseisen tuottajan yleisö olisi siitä kiinnostunut. Ohjelmaehdotus on hyvä kirjoittaa erikseen kunkin vastaanottajan mukaan. Kun liitteeksi lisätään synopsis, kohderyhmä, tiedot tekijöistä, CV, tuotantosuunnitelma ja kuvamateriaalia, on vahva paketti koossa. (Aaltonen 2011, 74-79).

Teeman kirjoittaminen paperille on haastavaa, se on oma taitonsa. Se olisi hyvä jäsentää niin, että yläotsakkeen alla on jäsennely kerronnallinen kulma. Puhuttaessa yleisistä teemoista, esimerkiksi huumeet tai avioero, ovat ne vielä hyvin ohutta yläpilveä sanallisesti ilmaistuna. Asia pitää pystyä jäsentämään paperille siten, että siinä on uutta kerrottavaa, jokin uusi kulma, se on käytännössä uusi dokumentti vaikka taustateema olisikin pyöritelty moneen kertaan eri tuotannoissa. Jos synopsisin lähettämisen jälkeen ei kuulu vastausta, tekijän kannattaa lähettää sähköposti perään ja pyytää palautetta. (Väliahdet, haastattelu 28.11.2012).

Wikipediatietojen selostamisessa ei ole mitään mielenkiintoa - sen tiedon voi kuka tahansa lukea internetistä. Wikipediatiedon ja visuaalisen kikkailun selittäminen eivät auta synopsisista tehdessä - kiinnostavinta on näkökulma ja rehellisyys, tekijän oman äänen kuuleminen, visuaalinen ja kerronnallinen taito ja kiinnostus. Rahoittaja kiinnostaa kuulla, mikä on syvempi tarkoitus, miksi tekijä on kiinnostunut aiheesta ja miksi tekijä on valinnut kyseisen näkökulman (Kivihalme, haastattelu 3.12.2012.)

Vakavasti otettava ehdotus on sellainen, jossa tekijällä on selkästi näkemys tai fokus siitä, mitä hän haluaa tehdä. Joko aihe on tärkeä tai se access tai havainto on niin mielenkiintoinen, että se sytyttää heti, että tässä on jotakin. Toiseksi se, että siinä on kakkoslause, ei pelkästään se aihe, vaan mitä aikoo tehdä, että siinä on jotain mieltä. (Vehkalahti, haastattelu 3.12.2011).

Timo Korhonen neuvoo (haastattelu 30.11.2012) kirjoittamaan idean paperille, alkuvaiheessa tekstiä on hyvä olla noin kaksi liuskaa, ei kymmentä. Käsikirjoitustukea haettaessa ei riitä, että tekijä kertoo haluavansa tehdä tietystä aiheesta dokumenttielokuvan. Henkilöt ja konkreettinen tilanne pitää olla etsittyinä. Tekijän pitää olla tutustunut henkiöihin. Teksti paljastaa, tunteeo tekijä aiheensa ja henkilönsä. Tekeminen on lopulta niin konkreettista, että yleiset ideakuvaukset eivät ole kiinnostavia.

Isompi filosofinen tai moraalinen kysymys olisi hyvä olla heti siinä one-linerissä. Oltuani pitkään pöydän toisella puolella tiedän, että emotionaalinen koukku kolmen ensimmäisen rivin aikana saa lukijan lukemaan ne kaksi liuskaa. Mutta jos se on vasta siellä viimeisillä riveillä, niin ei lukija pääse sinne asti, tai ei jaksa innostua sinne asti (Korhonen, haastattelu 31.11.2012.)

Tekstistä täytyy välittyä se, miten tekijä näkee maailman. On tärkeää, että tekijä näkee maailmaa poikkeuksellisella tavalla. Moni muu saattaa tarjota samaan aikaan samasta aiheesta, omalla ajattelulla on erotuttava muiden joukosta. Sillä miten kirjoittaa, on suuri merkitys (Vehkalahti, haastattelu 3.12.2012.)

Paras on kirjoittaa sillä tavalla, miten kertoo omalle äidilleen tai naapurilleen siitä mitä on tekemässä. Sillä samalla yksinkertaisuudella, samalla suorudella, että ei yritä tehdä elokuvaa, vaan pyrkii kirjoittamaan tai esittämään, minkä tarinan haluaa kertoa. Moni sotkeentuu hahmottamaan elokuvaa, kun pitäisi vaan kertoa, että minä haluan kertoa tämän tarinan ja käytän dokumenttielokuvaa sen välineenä, kertoakseni tämän tarinan. Ei niin, että minä haluan tehdä tällöisen dokumenttielokuvan, jossa sitten on tällöinen tarinakin. Päinvastoin. Kerro minulle, mitä sinä haluat tehdä. Voi olla, että joku saattaa vaikka sanoa, että se on parempi tehdä kirjana. Tärkeintä on, mitä sinä haluat kertoa muille ihmisille. Dokumenttielokuva on vain väline sen kertomiseksi (Vehkalahti, haastattelu 3.12.2012.)

Synopsis on myynnin alkuvaiheessa ja rahoitusta hankittaessa merkittävin myynnin apuväline. Sillä miten synopsis on kirjoitettu, on suuri merkitys. Kirjoittaminen taas kuvastaa tekijän tapaa ajatella. Hyvä idea ei etene minnekään, jos se jää

pöytälaatikkoon. Rahoittajat ja televisiokanavien päättäjät lukevat ammatikseen synopsiksia ja ohjelmaehdotuksia - on kaikkien etu, että synopsis on kirjoitettu hyvin. Rahoittajien ja televisiokanavan edustajien mukaan on hyvin tavanomaista, että samasta aiheesta on useampi ehdotus tarjolla samaan aikaan - joukosta olisi erotettava edukseen. Mutta miten kirjoittaa hyvin? Oma ajatukseni on, että kirjoittaminen on apuväline tekijän ajatuksien ilmaisulle. Sen sijaan että miettii, miten kirjoittaa hyvin, voisi yrittää ilmaista ajatuksensa paperille ilman suurempia kikkailuja. Rahoittajat ja ostajat ovat kiinnostuneet tekijän ajatuksista ja näkemyksistä, eli faktatietojen liiallinen käyttö tai visuaalisen kikkailun kuvailu ei hyödytä alkuvaiheessa. Tärkeintä on yrittää ilmentää omat ajatuksensa ja idea paperille ja toivoa, että aihe herättää kiinnostuksen.

### 3.5.1 Videomateriaalin liittäminen

Avekin ja Suomen elokuvasäätiön viralliset ohjeistukset eivät vaadi videomateriaalia liitteeksi käsikirjoitustukea haettaessa. Nykyisin kenellä tahansa on mahdollisuus tuottaa vähintään kännykkäkameratasoista videomateriaalia, joten kustannukset eivät ole esteenä videomateriaalin liitteeksi lisäämiselle. Myöhemmässä vaiheessa videomateriaali on niin sanotusti itsestänselvyys, mutta entä alkuvaiheessa, ensikontaktissa?

Pentti Väliahdet kertoo (haastattelu, 28.11.2012), että taustoituksessa kuvattu materiaali toimii myynnin vakuutena. Hänen mukaansa materiaalia ei välttämättä kannata leikata esimerkiksi traileriksi saakka. Myynnin vakuutena oleva videomateriaali voi vakuuttaa esimerkiksi, että päähenkilö kestää myös kerronnallisesti. Iikka Vehkalahti kertoo (haastattelu, 2.12.2012) katsovansa mielellään kuvattua materiaalia. Toki riippuu mikä dokumentti on kyseessä: esimerkiksi historiallisessa dokumentissa Vehkalahti vaatii erittäin hyvän käsikirjoituksen, mutta esimerkiksi eteenpäinsuuntautuvissa seurantadokumenteissa tärkeämpää on päästä näkemään, kuin lukea tuhansia sanoja. Intohimo vakuuttaa Timo Korhosen (haastattelu, 30.11.2012) ja mitä enemmän tekijä on satsannut projektiin - esimerkiksi kuvaamalla videomateriaalia - sitä enemmän se kertoo tekijän intohimosta aiheeseen. Korhonen muistuttaa myös, että ei voida olettaa, että jokainen tulee valmiin demon kanssa, koska se olisi epäoikeudenmukaista. Toisilla on paremmat taloudelliset resurssit, mutta kaikilla ei ole mahdollisuutta esimerkiksi editointiin. Elina Kivihalmeen mielestä (haastattelu, 13.12.2012) tekijän pitää pystyä ajattelemaan ensin paperilla paljon, mutta hänellekin toimitetaan paljon

videomateriaalia liitteenä ja luonnollisesti hän ottaa ne katsoakseen. Kivihalme kehottaa myös liittämään esimerkiksi mahdollisesti aiemmin tehtyjä oppilastöitä liitteeksi. Hän suosittelee myös kuvaamista käsikirjoitusvaiheessa vähintään itseään varten, että esimerkiksi näkee miten henkilöt toimivat kussakin kontekstissa.

Ohjeistukset eivät vaadi videomateriaalin toimittamista alkuvaiheessa, mutta konkreettisesti lähes kaikki toimittavat sitä heti alkuvaiheessa. Siis hyvää videomateriaalia kannattaa lähettää, ei huonoa. Kuvattu materiaali auttaa hakemusten käsittelijää ja ostajaa asian ymmärtämisessä. Käsikirjoitustukea haettaessa materiaalin liittäminen on yleistä, mutta myös paperilla ajattelu voi vakuuttaa. Liitteenä oleva videomateriaali ei luonnollisesti takaa myönteistä ostopäätöstä. Etenkin televisiokanaville ideaa myytäessä kannattaa liittää research -kuvattua videomateriaalia. Tekniikan ei tarvitse olla viimeisen päälle, että ostaja näkisi esimerkiksi päähenkilön toimivuuden. Videomateriaali voi olla erinomainen mahdollisuus tuoreelle tekijälle antaa näyte taidoistaan. Eli jos materiaalin kuvaaminen on mahdollista, kannattaa se tehdä - vaikka sitten kännykkäkameralla.

## 4 IDEAN MYYMINEN TUOTANTOYHTIÖLLE

Kun kiinnostava idea on löytynyt ja tekijä on työstänyt sitä itsekseen, on seuraava askel tarjota ideaa tuotantoyhtiölle. Toinen vaihtoehto on tarjota ideaa suoraan televisiokanavalle, kaikki Yleisradion ohjelmapaikat eivät edellytä tuotantoyhtiön olemassaoloa. Pitkää dokumenttielokuvaa tehdessä tuotantoyhtiö on välttämätön. Tässä luvussa käsitelen idean tarjoamista tuotantoyhtiölle ja televisiokanavalle.

### 4.1 Idean tarjoaminen tuotantoyhtiöön

Ajan hermoilla oleva, taiteellisesti lahjakas, sivistynyt ja huumorintajuinen tekijä vakuuttaa Venla Hellstedin (sähköpostihaastattelu 30.9.2013). Hellsted huomauttaa, että elokuvan tekeminen on raskas, vuosia kestävä prosessi ja on helpottavaa, jos ohjaaja ja tuottajat tulevat hyvin toimeen keskenään.

Ammattitaidon voi myös näyttää tehdyillä töillä. Koulutyöt voivat riittää todistamaan tuoreen tekijän ammattitaidon. Tehdyistä töistä näkee, onko tekijällä kykyä tehdä puolituntinen, tuntinen tai pitkä dokumenttielokuva (Berghäll, sähköpostihaastattelu 1.10.2013.)

Muistaakseni aikoinaan Iikka Vehkalahti (YLE) katsoi minulta Viikatteen musiikkivideon: ”Viattomien lasten päivä”. Katsottuaan sitä noin kahden minuutin verran, hän tokaisi, että kyllä sinä osaat tarinan kertoa. Mielestäni siis näinkin pieni pätkä paljastaa, onko tarinankertoja vai ei (Berghäll, sähköpostihaastattelu 1.10.2013.)

Kun aiheesta on kirjoittanut 1-5 sivun treatmentin, tekijä todennäköisesti on valmis lähestymään tuotantoyhtiötä. Myös valmiilla, 10 - 20 sivun käsikirjoituksellakin voi ottaa yhteyttä. Toisaalta kannattaa lähestyä aikaisessa vaiheessa, niin selviää, onko tuottaja ylipäättään kiinnostunut koko aiheesta. Tuotantoyhtiölle ohjaajan sana on yhtä tärkeä, kuin itse idea ja synopsis. Tuotantoyhtiöt haluavat tietää, miksi ohjaaja tahtoo käsitellä juuri kyseistä aihetta (Berghäll, sähköpostihaastattelu 1.10.2013.)

Mieti ideasi tarkkaan, etsi vastaavia elokuvia, katso elokuvia. Kirjoita yhden sivun mittainen tarkkaan mietitty synopsis, jossa kerrot mikä



elokuva on, miksi se pitää tehdä juuri nyt ja kenelle? Sitten soita minulle ja esittele itsesi. Sen jälkeen lähetä synopsis. (Hellsted, sähköpostihaastattelu 1.10.2013.)

#### 4.2 Idean myyminen televisiokanavalle

Televisiossa on lukuisia ohjelmapaikkoja dokumentaarisille ohjelmille. Television ohjelmapaikat voivat olla hyvä aloituspaikka aloittelevalle tekijälle. Kiistatta eniten ohjelmapaikkoja dokumentaarisille tuotoksille on Yleisradion kanavilla. Lienee kuitenkin sanomattakin selvää, että kuka tahansa tekijä - tai mikä tahansa idea - ei välttämättä herätä kiinnostusta ostajassa. Television yhteydessä puhutaan nimenomaan ostajista tai tilaajasta, itsenäistä dokumenttielokuvaa tehdessä rahoittajista. Tekijä on myyjä, idea on tuote ja kanavan edustaja ostaja.

Televisiokanavilla on käytettävissä rajattu rahamäärä ohjelmien tuottamiseen ja ostamiseen. Käytännössä kanavien rahalliseen tilausjärjestelmään vaikuttaa se, minkälaisia tuotantoja strategisesti ostetaan ulkopuolelta ja millaisia ylipäätään tehdään. (Väliahdet, haastattelu 28.11.2012).

Ohjelmia kannattaa tarjota kanaville vuoden alussa, budjettien vielä ollessa auki. Yleensä seuraavan vuoden budjetit varmistuvat huhti-toukokuussa, mutta tässäkin voi olla kanavakohtaista vaihtelua. Etenkin Yleisradio päättää ohjelmistostaan vähintään vuotta aikaisemmin. (Nikkinen, Vacklin 2012, 256). Oman kokemuksen mukaan ohjelmia voi ja kannattaa tarjota vuoden ympäri. Lisäksi ainakin osassa Ylen ohjelmapaikoista ohjelmistosta ei päätetä ihan vuotta aikaisemmin, vaan myös nopeammalla aikataululla.

Näkisin, että ohjelmaa tarjottaessa täytyy tiedostaa ohjelmapaikka ja formaatti. Ensimmäinen kontakti televisiokanavan edustajaan tapahtuu lähettämällä synopsis oikealle tuottajalle. Synopsiksen jälkeen on mahdollinen tapaaminen tai pitsaustilaisuus ja tämän jälkeen, tai mahdollisesti jo tätä ennen, ohjelmaehdotuksen tekeminen. TV-ohjelmien suunnitteluun ja käsikirjoituksen tekemiseen on myös mahdollista hakea tukea eri säätiöiltä.

Tv-kanavia lähestyttäessä kullakin kanavalla on oma tilaaja: ostaja, kanavapäällikkö, genrepäällikkö, ohjelmapäällikkö tai vastaava tuottaja. Yleisradiossa ostajan titteli on

yksinkertaisesti tilaaja, joita on tällä hetkellä kuusi. Yleisradiossa oma tuotanto on merkittävämmässä asemassa kuin kaupallisilla kanavilla, eli tilaaja tilaa omilta toimituksilta tietynlaisia ohjelmia. (Nikkinen & Vacklin 2012, 252)

Kun kyseessä on sellainen tekijä, joka ei ole entuudestaan tuttu, niin ostajaa kannattaa lähestyä aiheen kiinnostavuuden kautta. Käytännössä tämä tarkoittaa synopsisista. Ammattilainen käsittelijä lähestyy aina tuntemattoman tekijän ehdotusta aiheen kiinnostavuuden kautta. Myynnin vakuutena on hyvä olla esimerkiksi research -kuvattua videomateriaalia, jota ei välttämättä kannata vielä editoida, mutta josta käy ilmi esimerkiksi kestäkö päähenkilö myöskin kerronnallisesti. (Väliahdet haastattelu 3.12.2012).

Dokumenttielokuvat on ikäänkuin ruokaketjun päässä - ne on pitkiä, kalliita tuotantoja, ne on kerronnallisesti, ohjauksellisesti, sisällöllisesti vaikeita. Niihin tarvitaan sekä teknistä osaamista, kerronnallista osaamista, luovaa osaamista, monenkaltaista osaamista. Ensikertalaisen saattaa olla paljon vaikeampi päästä kiinni suoraan dokumenttituotantoon, kuin johonkin muuhun ohjelmatuotannolliseen alueeseen. Esimerkiksi insertituotantoihin, opetusohjelmiin, uutisiin, ajankohtaistuotantoon - joiden mylly on paljon isompi ja jotka ei ole siellä ruokaketjun yläpäässä - eli lyhyempää, halvempaa ja nopeampaa tuotantoa, jota tilataan paljon enemmän kuin dokumenttituotantoa - yksittäiskappaleena, ei rahallisesti - niin uralla eteneminen on paljon helpompaa sitä kautta. On aika huikea saavutus, jos pääsee suoraan hyppäämään dokumenttiohjaajan saappaisiin (Väliahdet, haastattelu 28.11.2012.)

Mikäli taustalla on tunnettu tuotantoyhtiö, voi televisiokanava velvoittaa tuotantoyhtiön vastaamaan sisällöstä. Tämä on sopimusjuridisesti helpompi reitti. Eli jos tuotantoyhtiö ottaa vastuun tuntemattoman tekijän työstä tuotantoyhtiönä, voi televisiokanava ostajana olla varmempi tuotannon päättymisestä siihen pisteeseen, jossa kaikki osapuolet voivat olla tyytyväisiä. Tuntematon tekijä on kanavan ostajalle aina riski. Proadcast-yhtiön nimeämä tuottaja ei kuitenkaan ole se tekijä. Tuottaja vie prosessia siihen pisteeseen, että hypoteettisesti on kyseessä paras mahdollinen tuotanto - sekä taloudellisesti ja budjettiteknisesti, että sisällöllisesti ja kerronnallisesti. Tämän jälkeen tuotanto annetaan ohjaajan vastuulle. Se luovutetaanko tällainen vastuu kokemattomalle ja tuntemattomalle tekijälle, on aina riski, jota pitää harkita monesta eri näkökulmasta. Riskillä tarkoitetaan kymmenien- tai satojentuhansien tilauksia. Mitä enemmän rahaa sijoitetaan, sitä suurempi riski on (Väliahdet 28.11.2012).

Televisiokanavalle tarjottaessa tekijä voi tarjota ideaansa joko itsenäisesti tai tuotantoyhtiön kautta. Tuotantoyhtiö on ostajalle varmempi vaihtoehto, eli pääsääntöisesti tekijän kannattaa tarjota ideaansa ensisijaisesti tuotantoyhtiölle. Tekijän kannattaa myös asettaa tavoitteensa realistiselle tasolle. Pitkän dokumenttielokuvan sijaan tekijän ehkä kannattaa ensimmäiseksi yrittää päästä koittamaan siipiään kestoiltaan lyhyemmissä, tuotannollisesti nopeissa ja edullisimmissa tuotannoissa. Ennen kaikkea etenkin tuoreen tekijän on itsekin tiedostettava samat riskit, mitä televisiokanavan edustajat hänessä puntaroivat. On tunnistettava omat vahvuutensa ja heikkoutensa ja pyrittävä kehittämään itseään ja osaamistaan. Tuoreen tekijän on hyvä tiedostaa olevansa ostajalle riski ja mietittävä, millä konstilla hän voisi vakuuttaa ostajan omasta ammattitaidostaan ja pätevyydestään - mistä syystä minä olisin riskin arvoinen ja miten saan ostajan uskomaan minua? On myös hyvä muistaa, että vaikka tuore tekijä on riski ostajalle, joskus he ovat sen riskin valmiita ottamaan. Pentti Välihahteen karkean arvion mukaan (haastattelu 28.11.2012) jos pystytään nostamaan yhden tai kahden valmistuvan opiskelijan työ sellaiseen käsittelyprosessiin, että se jollain tavalla voi johtaa tuotantoon, voidaan olla tyytyväisiä. Täysi mahdottomuus ei riskin ottaminen ole ostajalle.

#### **4.2.1           Televisiokanavan ostajan vakuuttaminen**

Tuore tekijä tarvitsee Iikka Vehkalahden vakuuttamiseksi (haastattelu 3.12.2012) vahvan tiimin tuen. Vehkalahden mukaan on eri asia, onko tuoreella tekijällä esimerkiksi vahva ja kokenut kuvaaja, kuin se että kuvaajakin olisi aloitteleva. Vehkalahti kehottaa aloittelevaa tekijää ensin kuvaamaan jotain materiaalia, tämän jälkeen hankkimaan luotettavan tuotantoyhtiön tai tiimin. Jos näyttöä ei ole, niin näyttö on tehtävä. Jos ei ole mitään näyttöä entuudestaan, niin kannattaa hankkia vahva kuvaaja, leikkaaja ja tuotantoyhtiö - jos haluaa tehdä aloittelevan tuottajan ja tekijöiden kanssa, niin tiimin on näytettävä, että se pystyy tekemään. Vehkalahti haluaa nähdä aloittelijoilta kuvattua materiaalia, ennen valmistelurahan antamista. Jos tekijä on saanut Avekista tai elokuväsäätiöstä käsikirjoitustukea, niin Vehkalahti pitää itsestäänselvyytenä, että häntä lähestyttäessä on oltava olemassa niin hyvä näyttö, että tekijää ei tarvitse ryhtyä ohjaamaan sen suhteen.

Mitään tiettyyn lopputulokseen johtavaa määrättyä ei kuitenkaan ole olemassa. Uusien tekijöiden onnistumiset ovat olleet hyvin erilaisia: tekijät ovat eri kouluista, jokaisen työ

on ollut hyvin erilainen, tarinat ovat hyvin yksilöllisiä. Ostajat arvostavat yritteliäisyyttä, pelkällä koulutuksella ei te yhtään mitään. Ensimmäisen näyttöpaikan saamiseen tarvitaan yritteliäisyyttä ja oma-aloitteisuutta, kaikki mahdolliset näyttöpaikat on käytettävä hyväkseen. Kun ensimmäinen keskusteluyhteys ostajaan aukeaa, on tärkeää miettiä vastaukset kysymyksiin tarkasti – tekijän oma mielipide on todella tärkeä. Jos tekijällä ei esimerkiksi ole mielipidettä tai hän vaikka tiedustele kysyjän mielipidettä, saattaa kysyjän mieleen tulla, ettei tekijä ehkä olekaan varma ideastaan (Väliahdet, haastattelu 28.11.2012.)

Televisiokanavan ostajien täytyy kiinnostavaa ideaa määritellesään ajatella, mikä on kanavan rooliin sopiva idea; sekä sisällöllisesti, että kerronnallisesti. Televisio on viihtymisen väline ja ohjelmat saavat olla viihteellisiä, päätöksiä ei tehdä dokumenttielokuvia ostaessa viihteellisyyden ehdoilla (Väliahdet, haastattelu 28.11.2012.) Hyvä idea on Väliahteen mukaan mahdollisimman lähellä puheenalaistavaa elementtiä. On toivottavaa, että ihmiset alkavat keskustelemaan tuotannon kanssa. Käytännössä ohjelma ei saa olla liian kaukana katsojan elämästä. Eli sellaiset dokumentit, jotka eivät herätä dialogia katsojassa, ovat Väliahteen mukaan marginaalisen kohdeyleisön juttu. Tällaiset saattavat sopia esimerkiksi elokuvateatteriin, mutta huonosti televisioon. Tietenkin kolmikantarahoituksesta puhuttaessa tehdään paljon sellaisia dokumenttipäätöksiä, joiden ensisijainen alusta on elokuvateatteri.

Väliahteen mukaan viime vuosina on onnistuttu hyvin puheenalaistavien dokumenttien saralla. Hän käyttää esimerkkinä Miesten vuoroa (ohjaajat Joonas Berghäll ja Mika Hotakainen 2010) ja Sinivalloista valhetta (ohjaaja Arto Halonen 2012), jotka ovat kumpikin teemaltaan hyvin erityyppisiä. Väliahdet pohtii, että näiden kahden ääripään väliin mahtuu suunnaton määrä ideoita, ja hänen on hyvin vaikea määritellä mikä on kiinnostava teema, käytännössä se voi olla lähestulkoon mikä tahansa.

Tekijän kannattaa tarkkailla, mitä aiheesta on tehty tai mahdollisesti tehdään muualla. Samaa asiaa ei kannata tehdä uudestaan. Tekijän kannattaa myös kuulostella trendejä. Olisi hyvä osata ennakoida, mikä voisi olla pinnalla parin vuoden päästä. Jos tekijä käsittelee jotain kulunutta aihetta, täytyy näkökulman olla poikkeuksellisen hyvä ja vahva, sellainen mikä avaa aiheen uudestaan. Ohuita aiheita kannattaa välttää, sellaisia joissa ei ole yleistä aihe maailman kesto, pitkä aikakesto on tärkeä. Aiheesta täytyy löytyä syvyyttä (Vehkalahti 3.12.2012.)

Dokumenttielokuvan idean myymisprosessissa rahoittajilla, ostajilla ja tuotantoyhtiön edustajilla ei ole tuoreesta tekijästä mitään tietoa etukäteen. Useimmiten ensikosketus tuoreeseen tekijään tapahtuu luetun tekstin välityksellä. Mikäli tekijällä on koulutus, voidaan sitä pitää jonkinlaisena referenssinä. Jos CV kertoo työkokemuksesta alalla, on sekin hyödyllistä. Idea pitää olla loppuun mietitty, keskeneräisen ajatuksen kanssa ei kannata lähestyä tuotantoyhtiön edustajia. Jos dokumenttielokuvan idea ei ole kiinnostava, ei tekijän kokemuksesta ole hyötyä. Mutta jos aihe on kiinnostava, niin sekään ei riitä. Tekijän täytyy vakuuttaa, että hän on rahallisen sijoituksen arvoinen. Tekijän täytyy olla tietoinen, mihin ja kenelle ideaansa tarjoaa. Hänen on osattava perustella, miksi juuri kyseisen tuottajan kannattaisi kiinnostua hänen ideastaan juuri nyt. Mitä paremmin tekijä kykenee ilmaisemaan oman kiinnostuksensa aiheeseen, sen parempi. Taustoituksessa kuvattu materiaali auttaa ostajien vakuuttamisessa. Mikäli aiempaa näyttöä ei ole, tuotantoyhtiön ja televisiokanavan edustajille kannattaa liittää opiskelijatöitä liitteeksi. Kaikki eivät välttämättä katso niitä, mutta moni saattaa olla kiinnostunut. Niiden perusteella voi arvioida tekijän kerronnallista kykyä.

#### 4.2.2 Ohjelmapaikat

Televisiokanavilla on vakiintuneita, tarkkaan määriteltyjä ohjelmapaikkoja. Nykyään esitetään harvemmin pisteohjelmia, joita voitaisiin sijoittaa sinne tänne.

Televisiokanavalle ohjelmaehdotusta tehtäessä on hyvä tarjota sitä suoraan tietylle ohjelmapaikalle tai tietylle tuottajalle. Luonnollisesti on hyvä ottaa huomioon miten oman dokumentti-idean pituus ja ohjelmapaikan kesto kohtaavat (Saksala 2008, 75).

Suomessa eniten ohjelmapaikkoja dokumentaarille ohjelmille on Yleisradion kanavilla. Kuningaspaikka on maanantai-illan Dokumenttiprojekti, jossa esitetään pitkiä dokumenttielokuvia sekä Suomesta että ulkomailta. Yle Teemalla näytetään paljon erilaisia dokumentteja. Dokumenttaarisia sarjoja, tai sarjamuotoisia dokumentteja, esitetään yhä enemmän. Esimerkiksi Yleisradion kanavilla dokumenttaarisia sarjoja on näytetty runsaasti viimeisen kolmen vuoden aikana ja tarjonta on jatkuvasti lisääntymässä. Ylellä esitetyt kotimaiset dokumenttaariset sarjat ovat tähän mennessä useimmiten olleet kestoltaan enintään 30 min ja jaksoja on tavallisesti kahdeksasta kymmeneen kappaletta. Pentti Väliahdet uskoo (haastattelu 28.11.2012) sarjamuotoisen dokumentin tulevaisuuteen. Ja toisaalta - sarjamuotoinen dokumentti on jo muutaman

vuoden ollut täysin nykyhetkeä. Dokumentaarisia sarjoja esitetään Yleisradion lisäksi myös muilla kanavilla paljon. Tämän lisäksi löytyy yksittäisiä, yhden jakson ohjelmapaikkoja.

YLE TV1 -kanavalla on puolen tunnin ohjelmapaikka Tosi tarina -sarjalle. "TV1:n Asiaohjelmien Tosi tarina -sarja kertoo puolen tunnin tarinoita suomalaisista suomalaisille katsojille. Tarinat etsivät ja tavoittavat aina jotain erityistä arjesta ja päivästä. -- Tosi tarina panostaa dokumentin tekemisen laatuun. Tarinat lähtevät kokeneiden dokumentaristien, mutta myös aivan nuorten ensikertalaisten käsistä". (Yleisradion Tosi tarina -sarjan nettisivut).

MOT on YLE TV1:n puolituntinen ohjelmapaikka. Osa ohjelmista on journalistisia, osa dokumentaarisia. Silminnäkijä on YLE TV2:n puolituntinen ohjelmapaikka, jossa nähdään ajankohtaisia dokumentaarisia ohjelmia. Joidenkin jaksojen tyyli on hyvin reportaasimainen, toisten taas tarinallinen. Silminnäkijässä nähdään sekä kotimaisia että ulkomailta ostettuja jaksoja. Yleisradion Ulkolinja on kansainvälisiä asioita käsittelevä ohjelmasarja.

Ylen kanavilla nähdään lukuisia määriä tiede-, kulttuuri- ja historiadokumentteja, sekä henkilökuvia. YLE Teema näyttää päivittäin dokumentteja, sekä ulkomaisia että kotimaisia. Kuhunkin ohjelmapaikkaan tutustuu parhaiten katsomalla kyseisen ohjelmapaikan ohjelmia.

### 4.2.3 Ohjelmaehdotus

Ohjelmaehdotus suunnataan suoraan kanavan tuottajalle, rahoittajalle tai muulle päätöksen tekijälle. Ohjelmaehdotuksen liitteeksi voidaan laittaa synopsis, mutta itsessään ohjelmaehdotus on tiiviimpi kuin synopsis. Ohjelmaehdotuksesta täytyy löytyä perustelut, miksi elokuva tai ohjelma tulisi tehdä ja miksi kyseisen tuottajan tai rahoittajan pitäisi olla siitä kiinnostunut. (Aaltonen 2011, 78).

Tuottajat Don Edkins ja Iikka Vehkalahti kertovat (Aaltonen 2011, 78-79) hyvän ohjelmaehdotuksen olevan yksinkertainen. Rakenteeltaan ohjelmaehdotus muistuttaa uutista - iskevä nimi, sitten one-liner jonka jälkeen asia avataan lyhyissä kappaleissa. Ensimmäisenä tulee siis olla nimi. Tämän jälkeen kaksi lausetta, jossa tiivistyy aihe ja

tarina lyhyesti. Sen jälkeen sama konkreettisemmin, kirjoitetaan kaikki se, mikä tuotteessa on olennaista, eli aihe, konflikti, rakenne, sävy, tyyli ja päähenkilö. Näistä voi kirjoittaa laajemmin, kuitenkin maksimissaan 400 sanalla. Loppuun voi kirjoittaa sen minkä kokee olennaiseksi aiheen taustasta, historiasta tai filosofiasta. Tämän jälkeen lisätään vielä varsinainen ehdotus, eli minkälaista yhteistyötä kyseiseltä taholta halutaan, kohderyhmä, tekijöiden tiedot ja tarvittavat liitteet. Tarvittavia liitteitä ovat CV, tuotantosuunnitelma ja mahdollinen kuvamateriaali.

### 4.3 Pitsaus

Pitsaustilanteeseen pääseminen tuntuu vaikeasti saavutettavalta ja luonnollisesti siihen kohdistuu valtava määrä paineita. Toisaalta pitsaamista tapahtuu myös työryhmää hankittaessa, mutta ostajille pitsaaminen tuntuu paljon isommalta asialta. Pitsaamisesta on tehty omia opinnäytetöitä, en tule pureutumaan siihen kovin syväluotaavasti omassa työssäni.

Mikäli tuotantoyhtiö tai televisiokanavan edustaja kiinnostuu ideasta, on seuraavaksi vuorossa pitsaaminen. Rabigerin mukaan (2009, 51) myyntitilanteeseen valmistautuminen pakottaa tekijän miettimään aihettaan vielä tarkemmin, mikä on tietenkin totta ja hyvä asia. Pitsaaminen on toistuvaa - tekijä tekee sitä työryhmää, rahoitusta ja levityskanavaa hankkiessa. Tätä kautta tapahtuu jatkuvaa pohdintaa ja myös parhaimmillaan tekijä saa jatkuvasti palautetta, mikä auttaa työstämään aihetta.

Tilanteesta riippuen, pitsaamiseen on yleensä aikaa muutamasta minuutista puoleen tuntiin. Rabiger neuvoo (2009, 55) olemaan innokas ja käyttämään värikästä kieltä. Käytännössä edellinen neuvo pätee täysin synopsiksen ja hakemusten kirjoittamiseenkin. Pitäisi vakuuttaa kuulijat siitä, että juuri kyseisen tekijän, eikä kenenkään muun, tulisi tehdä kyseinen dokumenttielokuva. Tekijän intohimon ja tarinan erityisyyden pitäisi välittyä samantien kuulijalle. Pitsaamista kannattaa harjoitella peilin edessä tai ystäville - sen täytyy olla suunniteltu ja jäsennelty. Rabiger kehoittaa tekemään muistiinpanoja, jotta pitsauksessa tulee ilmi seuraavat asiat: aiheen tausta, päähenkilö tai päähenkilöt ja mikä tekee niistä erityisen kiinnostavia, ongelma tai tilanne, jonka takia keskeiset henkilöt joutuvat paineen alle, visuaalinen tyyli, kaikki

muutokset ja kasvu, mitä on odotettavissa kuvausten aikana, miksi on tärkeää, että tämä elokuva tulee tehtyä ja miksi juuri kyseisen tekijän tulisi tehdä se.

Aaltosen mukaan (2009,193-194) on hyvin harvinaista, että projektin saa rahoitettua pitsaustilanteessa. Useimmiten rahoittajat ilmaisevat korkeintaan mielenkiintonsa ja sekin on jo hyvä saavutus. Tähän kannattaa tarttua ja jokaista vähänkin kiinnostuksensa ilmaissutta kannattaa lähestyä. Mahdolliselle rahoittajalle tai ostajalle pitää aina soittaa tai lähettää sähköpostia. Tv-yhtiön edustajat tai rahoittajat ottavat vain äärimmäisen harvoin yhteyttä. On hyvä odottaa muutama viikko ja kysellä sitten, olisiko syytä toimittaa jotain lisämateriaalia tai olisiko rahoittajalla tai tuottajalla aikaa tavata ja jutella projektista. Tapaamisen onnistuminen on jo erittäin hyvä merkki.

Kuulostaa tutulta: käytännössä Rabigerin neuvojen mukaan hyvästä pitsauksesta pitäisi välittyä täysin samat asiat, kuin hyvästä synopsiksesta. Voisi ajatella, että pitsauksessakin on kyse samanlaisesta ajattelun kuvauksesta kuin synopsiksessakin, väline on vain eri. Toiset pystyvät tekemään aiheesta kiinnostavamman kirjoittamalla, toiset puhumalla. Kumpaistakin voi onneksi harjoitella. Yritin etsiä pitsaukseen liittyvää materiaalia, jossa olisi neuvojen lisäksi pohdittu pitsaajan persoonan vaikutusta myönteiseen ja kielteiseen päätökseen. Miten vakuuttaa ostajat - neuvot ovat hyvin selkeitä. Mutta kuka vakuuttaa ostajat, onkin kiinnostava kysymys. Selvää lienee myös, että jokainen on omanlaisensa persoona - toisilta esiintyminen ja myyminen sujuu luontaisemmin kuin toisilta.



## 5 IDEAN MYYMINEN RAHOITTAJILLE

Rahoitusta lähdetään hakemaan ennalta valitun strategian mukaisesti. Tilausohjelmissa tai tv-ohjelmissa tilanne on yksinkertainen: toimitaan vain yhden rahoittajan kanssa. Kotimaisissa dokumenttielokuvatuotannoissa rahoitus haetaan pääsääntöisesti Suomesta, mutta satunnaisesti saatetaan etsiä kansainvälistäkin rahoitusta. (Aaltonen 2011, 176-177.)

Periaatteessa voidaan sanoa, että reittejä on kaksi. Joko tekijä on myynyt tai tekijältä on tilattu dokumentaarinen tuotos televisioon, tai hän työstää elokuvateatteridokumenttia. Ensimmäisessä vaihtoehdossa rahoituskuvio on yksinkertaisempi: ostaja vastaa rahoituksesta. Luonnollisesti ostajalla on myös omat odotuksensa ja vaatimuksensa lopputuloksen suhteen. Dokumenttielokuvaa tehdessä rahoituskanavia on useampia ja idea on tavallaan myytävä useampaan otteeseen, usealle eri taholle. Tässä opinnäytetyössä en paneudun ainoastaan dokumenttielokuvan rahoitusprosessiin alkuvaiheeseen - keskityn ainoastaan prosessin ensimmäisiin askeliin, eli idean myymiseen. Kaikki lähtee idean myymisestä - tuotantoyhtiölle, televisioyhtiölle tai rahoittajille. Ensimmäinen askel on yleensä hyvinkin ratkaiseva, mutta milloin on sen aika?

Opinnäytetyössäni tarkastelen perinteisiä rahoituskanavia. Vaihtoehtoisesti on olemassa esimerkiksi joukkorahoitusmenetelmä, jonka avulla maailmalla on rahoitettu pitkä dokumenttielokuvia. Joukkorahoitusmenetelmää on Suomessa kokeiltu fiktioelokuvan puolella. Crowdfunding tarkoittaa järjestelyä, jossa yksityiset ihmiset voivat lahjoittaa projektille rahaa. Lahjoitukset tehdään yleensä internetissä, esimerkiksi luottokortilla tai PayPalin kautta. Joukkorahoituksen säilymistä tai vakiintumista yhdeksi rahoituskanavaksi on hankala arvioida. Aiheen täytyy olla erityisen kiinnostava ja yhteiskunnallinen, että ihmisiä kiinnostaisi rahoittaa sitä. Opinnäytetyössäni halusin keskittyä perinteisiin, Suomessa tällä hetkellä vallitseviin rahoitusmenetelmiin.

### 5.1 Kolmikantarahoitus

Pitkän dokumenttielokuvan yleisin rahoitusmalli Suomessa on kolmikantarahoitus. Tämä tarkoittaa Yleisradion, Avekin ja Elokuvasäätiön tukea. Ensimmäinen

mahdollisuus tuen hakemiseen on Aveckin tai Elokuvasäätiön myöntämä käsikirjoitustuki. Ennen käsikirjoitustuen hakemista on myös mahdollista hakea apurahaa erinäisiltä säätiöiltä. Käsikirjoitustuen jälkeen on mahdollista hakea kehittämistukea. Kehittämistukea voidaan myöntää tuotantoyhtiölle. Tämän jälkeen voidaan hakea tuotannon ennakkotukea. Tuotantoprosessin loppuvaiheessa on mahdollista hakea markkinointi- ja levitystukea, sekä tuotannon jälkitukea. Eri tukien hakuprosessit on avattu tarkasti kunkin tahon nettisivuilla, tästä syystä en keskity opinnäytetyössäni niihin.

## 5.2 Apurahat

Kirkon mediasäätiö myöntää esimerkiksi käsikirjoitustukea, ennakkovalmistelutukea ja tuotantotukea. Kirkon mediasäätiön nettisivuilta löytyy hakulomake ja kattavat ohjeet tarvittavista liitteistä. Avustusta voi hakea myös esimerkiksi Taiteen edistämiskeskukselta, Alfred Kordelinin säätiöltä, Suomen elokuvakontakti ry:ltä ja Rahastosta. Säätiöiden kotisivuilta löytyy hakemuksiin ja liitteisiin liittyvä ohjeistus. Yleensä valtaosa dokumenttielokuvien tekijöistä hakee ensimmäisenä apurahoja muualta kuin Elokuvasäätiöstä tai Aveckista.

## 5.3 Rahoittajien vakuuttaminen

Tuoreella tekijällä ei yleensä ole mitään referenssejä. Nykyään lähes kaikki käsikirjoitustukea hakevat henkilöt ovat koulutettuja – harvemmin tukea saa henkilö, jolla ei ole alan koulutusta. Tämä ei johdu siitä, että hakija ei ole opiskellut. Opiskelu yksinkertaisesti auttaa oman idean artikuloinnissa. Kaikki rahoittajat eivät välttämättä katso koulutöitä (Korhonen 31.11.2012.)

CV, referenssit, itse aihe, sen käsittelytapa ja kiinnostava näkökulma auttavat rahoittajien vakuuttamisessa. Rahoittajille on myös tärkeää, että tekijällä itsellään on ymmärrys siitä, mihin hän pystyy, mikä on hänen oma äänensä ja oma visuaalinen ja kerronnallinen taitonsa. Tekijän on myös hyvä kertoa rahoittajille syy, miksi hän on kiinnostunut kyseisestä aiheesta. Rahoittajille tarjotaan paljon aiheita ja aiheessa on lupaus, mutta kaikista kiinnostavinta on tekijän oma näkökulma sekä tekijän omat ajatukset ja fokus, myös henkilökohtaisuus suhteessa aiheeseen (Elina Kivihalme, haastattelu 13.12.2012.)

Koulutus on siis eräänlainen edellytys rahoituksen saamiselle, ainakin siinä määrin, että se auttaa tekijää jäsentämään ideaansa ja ilmaisemaan itseään. Työkokemus ja referenssit ovat luonnollisesti myös aina hyvä asia. Kiinnostavan idean kanssa tärkeää on kiinnostava tekijä. Kukaan ei tietenkään voi muuttua tai muuttaa ajatuksiaan tietynlaiseksi, että vakuuttaisi rahoittajat tai ostajat. Ensiksi vakuutetaan rahoittajat paperilla, sitten tapaamisessa. Jokainen on omanlaisensa persoona ja lienee selvää, että todellisen kuvan antaminen itsestään ensitapamisessa on haasteellista. Olisi mielenkiintoista tietää, miten paljon henkilön luonteenpiirteet ja kyky ilmaista itseään sosiaalisissa tilanteissa vaikuttavat vakuuttavan ensivaikutelman tekemiseen rahoitusprosessiin liittyen.

Sanotaan, että dokumenttien tekeminen on kutsumus. Tulevaisuuden tekijöillä on varmasti vähintään yhtä palava halu päästä tekemään kuin tämän päivän ammattilaisilla. Halu tehdä vie jo pitkälle. Sitä miten kunkin henkilön halu ja innokkuus välittyvät muille, on mahdoton määritellä. Ainakin ne auttavat tekijää itseään tavoittamaan päämääräänsä. Sillä mitä pään sisältä löytyy, on valtava merkitys - sitä miten se määritellään tai koetaan, on hankala sanoa. Tekijän täytyy olla valmis paljastamaan itsensä ja ajatuksensa rahoittajille ja ostajille, ja hänen pitäisi pystyä tuomaan ilmi omat ajatuksensa rahoittajille ja ostajille. Ennen kaikkea tekijän täytyy olla aktiivinen ja tarjota omia ideoitaan.

Ensimmäinen askel on käsikirjoitustuen hakeminen Suomen elokuvasäätiöstä tai Avekista. Tätä ennen voi hakea säätiöiltä apurahaa ja työstää ideaa mahdollisimman pitkälle.

## PÄÄTELMÄT

Minulla oli opinnäytetyössäni tavoitteena selvittää dokumenttielokuvan idean myyntiprosessia aloittelevan tekijän näkökulmasta. Onnistuin mielestäni hyvin avaamaan tämän prosessinkulun. Ymmärsin, että on tapauskohtaista, kannattaako tekijän ensiksi hakea käsikirjoitustukea vai ottaa yhteyttä tuotantoyhtiöön. Tässä vaiheessa jokaisen on hyvä käyttää omaa harkintakykyään.

Pääsääntöisesti voidaan todeta, että ensimmäinen askel on idean kehittäminen tarpeeksi pitkälle. Käsikirjoitustukea ei kannata hakea liian varhaisessa vaiheessa. Pitkälle ajateltu ja työstetty idea vakuuttaa rahoittajat. Käsikirjoitustuki on aina henkilökohtainen, eli tekijä voi hyvin hakea sitä ilman tuotantoyhtiötä. Tämän jälkeen haetaan kehittä- ja tuotantotukea, ja tässä vaiheessa tuki myönnetään tuotantoyhtiölle. Eli viimeistään käsikirjoitustuen saamisen jälkeen tekijän on otettava yhteyttä tuotantoyhtiön edustajaan.

Aloittaessani kirjoittaa opinnäytetyötäni, mahdollisuudet päästä tekemään dokumenttielokuva ensikertalaisena tuntuivat epärealistiselta. Haastatteleman asiantuntijat eivät missään nimessä kertoneet reitin olevan helppo ja esimerkiksi Vehkalahti suhtautuu ensikertalaisiin skeptisesti. Televisioyhtiölle ensikertalaiseen sijoittaminen on isompi riski. Avek ja Suomen elokuvasäätiö eivät sinällään ota samankaltaisia riskejä rahoitusta myönnettäessä, kuin televisiokanavat. Käsikirjoitustuen saaminen on rahoittajien mukaan ensikertalaisellekin täysin mahdollista. Käsikirjoitustuen saaminen saattaa helpottaa tuotantoyhtiön löytämisessä ja tuotantoyhtiön olemassaolo taas saattaa vakuuttaa televisiokanavan ostajan päätökseen myönteisesti. Opiskelijatyöt eivät useimpia rahoittajia kiinnosta, mutta koulutuksesta on hyötyä. Jos näyttöä ei ole, se on tehtävä. Tukea kannattaa hakea huolellisesti tehdyllä hakemuksella. Minut yllätti tieto, että moni hakee käsikirjoitustukea Suomen elokuvasäätiöltä ja Aveckilta hyvin valmiiksi työstetyn käsikirjoituksen ja videomateriaalin kanssa. Virallisissa ohjeistuksissa ei tällaista vaadita heti käsikirjoitustukea haettaessa. Aloittelijan on hyvä tietää, millä välineillä kilpailee.

Yleisin pitkän dokumenttielokuvan rahoitusmalli Suomessa on kolmikantamalli. Tämä tarkoittaa Aveckin, Suomen elokuvasäätiön ja Yleisradion tukea. On olemassa myös

vaihtoehtoisia rahoitusmalleja, kuten joukkorahoitus. Tässä opinnäytetyössä halusin keskittyä perinteiseen ja Suomen yleisimpään rahoitusmalliin. Tekijällä on myös mahdollisuus myydä ideansa suoraan johonkin tiettyyn television ohjelmapaikkaan. Jokainen ohjelmapaikka, esimerkiksi Ylen Silminnäkiä, ei edellytä tuotantoyhtiön olemassaoloa.

Ensivaikutus ostajiin ja rahoittajiin tehdään synopsiksella tai ohjelmaehdotuksella. Sillä mitä kirjoittaa ja miten kirjoittaa, on suuri merkitys. Idea on pystyttävä kertomaan tiiviisti ja mahdollisimman kiinnostavasti muutamalla lauseella. Haastattelemiini henkilöt painottivat myös haluavansa tietää, miksi tekijä on kiinnostunut kyseisestä aiheesta. Voidaan myös todeta, että he kaikki olivat erittäin kiinnostuneita tekijästä ihmisenä. Se miten ja mitä tekijä ajattelee, on yksi tärkeimmistä asioista koko prosessissa. Videomateriaalin liittäminen auttaa sekä tekijää itseään käsikirjoituksen tekemisessä että rahoittajia ja ostajia arvioimaan esimerkiksi päähenkilön kiinnostavuutta ja tekijän tapaa kertoa asioita. Videomateriaali kertoo myös tekijän intohimosta aiheeseen, ja myös siitä rahoittajat haluavat vakuuttua. Ensikertalaiselle hyvän videomateriaalin liittäminen tukihakemuksen tai ohjelmaehdotuksen liitteeksi on hyvä mahdollisuus näyttää oma taitonsa tarinankertojana.

Aloittaessani kirjoittamaan opinnäytetyötäni, hyvä ja kiinnostava idea olivat mielestäni hyvin abstrakteja käsitteitä. Tavoitteenani oli myös selvittää, mitä kiinnostava idea tarkoittaa. Haastattelemiini alan ammattilaiset auttoivat avamaan tätä käsitettä. Voidaan tiivistää, että hyvä dokumenttielokuvan idea on ainutlaatuinen, uniikki ja sen taustalla on joku suurempi, syvälinen ajatus. Aiheessa täytyy olla syvyyttä ja useampi taso. Kiinnostava idea ei koskaan ole pelkkä idea – se on monien mielestä sama asia, kun tekijä. Ostajat, rahoittajat ja tuotantoyhtiön edustajat ovat kiinnostuneita kuulemaan tekijän äänen ja ovat hyvin halukkaita tietämään, miksi kyseinen tekijä on kiinnostunut juuri tästä aiheesta.

Kokeneetkin tekijät ovat joskus saaneet ensimmäisen rahoituksensa, eli mahdotonta se ei ole. Ymmärsin, että ensimmäiseksi ei ehkä kannata lähteä tekemään pitkää dokumenttielokuvaa, vaan kartuttaa kokemusta esimerkiksi lyhyen dokumenttielokuvan tekemisellä tai television insertituotannoissa. Tämä auttaa vakuuttamaan rahoittajat. Kokemusta kannattaa luonnollisesti kartuttaa tekijän itsensä kehittymisen kannalta, ei rahoittajien tai ostajien takia. Jokainen projekti opettaa ja kehittää tekijäänsä.

Opinnäytetyöprosessin aikana sain huomata, että kun todella kiinnostava dokumentin aihe löytyy, ei alkuvaiheen tekoprosessia voi pysäyttää. Realistisesti stoppi tulee viimeistään siinä vaiheessa, kun tulisi aloittaa kuvaukset. Käytännössä tähän pisteeseen asti pääseminen, tai ajautuminen, todistaa Vehkalahden, Kivihalmeen ja Korhosen kaltaisille henkilöille tekijän olevan tosissaan. Tässä vaiheessa he pystyvät myös arvioimaan aiheen kiinnostavuutta ja idean toimivuutta. Liian alkuvaiheessa heitä ei kannata lähestyä. Sen sijaan esimerkiksi kirkon mediasäätiöitä tai kulttuurirahastoja kannattaa lähestyä alussa.

Viimeisen puolentoista vuoden aikana keskityin minua eniten kiinnostavaan ideaan, hioin ja tarjosin sitä Yleisradion Silminäkijän tuottaja Hannele Valkeeniemelle. Tasan kolme viikkoa sitten ohjaamani jakso tuli ulos televisiosta. Aihe ja idea kiinnostivat kyseistä tuottajaa ja hän oli valmis ottamaan riskin ensikertalaisen kanssa. Nyt minulla on entistä kovempi halu päästä tekemään lisää. Seuraavalla kerralla en ole enää ensikertalainen. Idean täytyy olla taas erityisen kiinnostava ja huolella mietitty. En ole vielä lähestynyt haastattelemani henkilöitä seuraavan projektin tiimoilta, koska kirjoitettuani opinnäytetyöni tiedän, miten minun kannattaa edetä.

## LÄHTEET

### Kirjallisuus

Aaltonen, J. 2011. Seikkailu todellisuuteen. Dokumenttielokuvan tekijän opas. Helsinki: Like Kustannus Oy.

Aaltonen, J. 2006. Todellisuuden vangit vapauden valtakunnassa. Dokumenttielokuva ja sen tekoprosessi. Helsinki: Like Kustannus Oy.

Austin, T. & de Jong, W. 2008. Rethinking Documentary. New Perspectives, New Practices. Berkshire: Open University Press.

Nikkinen, A & Vacklin, A. 2012. Television runousoppia. Helsinki: Like Kustannus Oy

Rabiger, M. 2009. Directing the Documentary. United States of America: Elsevier Inc.

Rosenthal, A. 2011. Succeeding as a Documentary Filmmaker - A Guide to the Professional World. United States of America: Southern Illinois University Press.

Saksala, E. 2008. Asiaa ruudussa. Tv-dokumentin anatomia. Helsinki: Like Kustannus Oy.

### Haastattelut

Kivihalme, E. Suomen elokuvasäätiön dokumenttielokuvien tuotantoneuvoja. 2012. Haastattelu 13.12.2012. Haastattelija Tienhaara O. Helsinki

Korhonen, T. AVEKin lyhyt- ja dokumenttielokuvien tuotantoneuvoja. 2012. Haastattelu 30.11.2012. Haastattelija Tienhaara O. Helsinki

Vehkalahti, I. Yleisradion tuottaja. 2012. Haastattelu 3.12.2012. Haastattelija Tienhaara O. Helsinki.

Väliahdet, P. Yleisradion tuottaja. 2012. Haastattelu 28.11.2012. Haastattelija Tienhaara O. Helsinki.

Berghäll, J. Tuottaja. Sähköposti. Haastattelija Tienhaara, O. Sähköpostiviesti [joonas@oktober.fi](mailto:joonas@oktober.fi).

Hellsted, V. Tuottaja. Sähköposti. Haastattelija Tienhaara, O. Sähköpostiviesti [venla.hellsted@illume.fi](mailto:venla.hellsted@illume.fi).

### Internet-lähteet

Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus. 2013. Luettu 1.3.2013  
<http://www.kopioisto.fi/avek>

Suomen elokuvasäätiö. 2013. Luettu 1.3.2013. <http://www.ses.fi>

Yleisradio, Dokumenttiprojekti www-sivut. Luettu 1.3.2013  
<http://ohjelmat.yle.fi/dokumenttiprojekti/dokumenttiprojekti>

Yleisradio, MOT www-sivut. Luettu 28.9.2013  
<http://yle.fi/aihe/mot>

Yleisradio, Silminnäkijä www-sivut. Luettu 1.3.2013  
<http://yle.fi/uutiset/silminnakija/>

Yleisradio, Tositarina www-sivut. Luettu 28.9.2013.  
<http://ohjelmat.yle.fi/tositarina/etusivu>

Avek toimintakertomus 2011-2012. Luettu 20.3.2013.  
[http://www.kopiosto.fi/avek/ajankohtaista/ajankohtaista\\_arkisto/2012-2013/fi\\_FI/avek\\_toimintakertomus\\_2011\\_2012/](http://www.kopiosto.fi/avek/ajankohtaista/ajankohtaista_arkisto/2012-2013/fi_FI/avek_toimintakertomus_2011_2012/)