



## Johdatus tuotantopäällikön tehtäviin mainoselokuvassa

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelman tutkintotyö  
Tuotannon suuntautumisvaihtoehto  
Syksy 2005

**Sivi Uitto**

## OPINNÄYTETIIVISTELMÄ

Osasto Viestintä	Erikoistumisala Tuotanto
Tekijä Sivi Uitto	
Työn nimi Johdatus tuotantopäällikön tehtäviin mainoselokuvassa	
Lopputyön laji Kirjallinen	
Työn valmistumisaika 28.11.2005	Sivumäärä 44
<p>Tiivistelmä</p> <p>Käyn tutkintotyössäni läpi mainoselokuvan tuotantoprosessin tuotantopäällikön näkökulmasta. Ennakkotuotanto on merkittävin osa AV-projektin tuotantoprosessia ja niin myös mainoselokuvan tekemisessä, siksi olen keskittynyt siihen eniten. Pysin käymään läpi tätä tuotannon osaa myös mahdollisimman käytännönläheisesti. Kerron myös muista tuotannossa mukana olevien työtehtävistä, ja etenkin niistä, jotka yleensä tukevat tuotantopäällikön tehtäviä ennakkotuotannossa. Kuvausten ja jälkitöiden osalta taas käyn läpi perusasiat.</p> <p>Pysin kertomaan mahdollisimman paljon mainoselokuvatuotannoissa vallitsevista työtavoista ja valoittamaan mainoselokuva-alan henkeä. Uskon, että tekstistä on hyötyä muidenkin asiakaslähtöisten tuotantojen ja miksei minkä tahansa AV-tuotannon muodon toteutuksessa.</p> <p>Mainoselokuva ala on mielestäni AV-tuotantojen palveluala. Mainoselokuvan tekeminen on kiehtova yhdistelmä asiakkaan tavoitteita ja ohjaajan toteutusta. Kiehtova yhdistelmä voi kuitenkin muuttua herkästi ristiriidaksi, jos ei tiedosta tämän AV-tuotantomuodon kaupallisuutta. Mainoselokuvan tekeminen on rankkaa työtä siinä missä mikä muukin AV-tuotannon muoto.</p>	
Aineisto Kirjallisuus, www-sivustot	
Asiasanat Mainoselokuva, tuotantopäällikkö, tuottaja,	
Säilytyspaikka TAMK / Taide ja viestintä	
Muita tietoja	

THESIS	SUMMARY
Department Media Programme	Area of specialisation Media Production
Author Sivi Uitto	
Title Johdatus Tuotantopäällikön tehtäviin mainoselokuvassa	
Sort of Final Thesis (Written / Project / Portfolio) Written	
Date 28.11.2005	Number of pages 44
<p>Summary:</p> <p>Making a TV commercial is definately as hard work as any other form of audiovisual production. It is a fascinating combination of client's needs, advertising agency's demands and the director's view. The combination can easily slip in to wrong track if the team is not working out together. The person working in the business needs to be aware of the demands and working culture of commercial world.</p> <p>The thesis is written from the production managers point of view. I try to go through the whole process of making a TV commercial as practically as possible. Preproduction is the most important part of the whole process, so I've given it a bit more room in the thesis. In the end, the thesis is probably an introduction for any kind of audiovisual production and in particular an introduction of making TV commercials.</p>	
Material (e.g. audio / video tape, photographs, slides, paintings, statues...) literature, webpages	
Key words Tv commercial, production management,	
Filing Tampere Polytechnic, Art and Media	
Other information	

## Sisällys

<b>1</b>	<b>Johdanto.....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Mainoselokuva .....</b>	<b>4</b>
2.1	Esimerkki mainoselokuvan tuotantoprosessista.....	4
2.2	Suuret odotukset kohtaavat .....	5
<b>3</b>	<b>Tuotannon vastuulliset tehtävät.....</b>	<b>7</b>
3.1	Tuotantopäällikkö tuottajan ja ohjaajan oikea käsi .....	7
3.2	Muu tuotantoryhmä .....	9
<b>4</b>	<b>Kilpailuvaihe.....</b>	<b>11</b>
4.1	Tuotantoaikataulu .....	11
4.2	Kuvaajan valinta.....	12
<b>5</b>	<b>Projektin aloitus.....</b>	<b>14</b>
5.1	Perusasiat .....	14
5.2	Mainostuotantonumero .....	15
<b>6</b>	<b>Ennakkotuotanto .....</b>	<b>16</b>
6.1	Käsikirjoituksen purku .....	16
6.2	Freelancerit ja työryhmän varaus.....	17
6.3	Casting.....	18
6.4	Lokaatiot ja studio .....	19
6.5	Sopimukset ja palkkiot .....	21
6.5.1	Esiintyjä sopimukset .....	21
6.5.2	Freelance-työsopimukset.....	22
<b>7</b>	<b>Kuvauskalusto ja tekniikka.....</b>	<b>23</b>
<b>8</b>	<b>Kuvausaikataulu .....</b>	<b>24</b>
8.1	Call Sheet .....	25

<b>9 Kuvaukset.....</b>	<b>26</b>
9.1 Apulaisohjaus kuvauksissa .....	26
9.2 Asiakkaat kuvauksissa .....	27
<b>10 Jälkituotanto .....</b>	<b>28</b>
10.1 Filmituotannon kuvan jälkityöt .....	28
10.2 Videoformaatin jälkityöt .....	30
10.3 Kanavat ja mediatoimistot .....	30
<b>11 Kokoavat työt .....</b>	<b>31</b>
11.1 Musiikin raportointi ja Teosto .....	31
11.2 Arkistointi .....	31
<b>12 Production service eli tuotantopalvelu.....</b>	<b>33</b>
<b>13 Yhteenveto .....</b>	<b>34</b>
<b>Lähteet .....</b>	<b>35</b>
<b>Liitteet .....</b>	<b>36</b>

# 1 Johdanto

Lukemattomat mielikuvat mainosalasta viittaavat siihen, että mainosala olisi jotenkin kepeää ja keimailevaa, isoja bonuksia ja työsuhdemersuja, mutta ei sinne päinkään. Mainostuotantoyhtiössä se ei sitä ainakaan ole. Mainosala on kovaa työtä ja ikuisen paremmuuden tavoittelua. Mielestäni mainoselokuvat ovat filmituotantojen palveluala. Usein vertaamme työpaikallani mainoselokuvan tekemistä mihin tahansa hampurilaisen valmistukseen. Suurin glamouri on ehkä siinä, että monet luovat mainostoimistojen suunnittelijat ja tuotantoyhtiöiden ohjaajat tekevät töitään aivan liiankin kunnianhimoisesti.

Kerron tutkintotyössäni pääosin tuotantopäällikön työtehtävistä mainoselokuvatuotannossa. Siinä ohessa selviää myös mainoselokuvan ongelmat tai edut. Uskon että kirjoittamiani asioita voi soveltaa muihinkin filmituotannon muotoihin. Toivon voivani osoittaa, että lähes kuka tahansa organisointikykyinen ihminen kykenee tuotantopäällikön tehtävään, tietysti luova hulluus ei ole haitaksi.

Työskentelytapani, joihin viitataan tutkintotyössäni, eivät ole tietenkään ne ainoat oikeat. Jokainen projekti ja tiimi on omanlaisensa, enkä siksi voi kertoa asioista täysin kattavasti. Tuotantopäällikön tehtävien määritykset perustuvat omien työpaikkojeni, Revolution Films Oy:n ja myöhemmin Woodpecker Film Oy:n tuotantotapoihin. Niitä olemme tietysti kehittäneet sitä mukaan kun työyhteisöt ovat muuttuneet ja omat taitoni ovat kehittyneet. En väitä kertovani koko totuutta, sillä tämän hetkinen kokemuksenihan alalta ei vetele vertoja monillekaan vanhemman polven tuotantopäälliköille. Myöskään en voi ottaa huomioon kaikkea mahdollista. Toivon kuitenkin, että tuotos on kättä pidempää niille, jotka haluavat parantaa omaa ammattitaitoaan ja lisätä varmuutta toimintatapoihinsa.

## 2 Mainoselokuva

Mainoselokuva eroaa muista AV- tai filmiprojekteista siksi, että se tehdään yhteistyössä mainostoimiston ja asiakkaan kanssa joilla molemmilla on painavaa sanottavaa tuotteen sisältöön. Mainoselokuva on täysin kaupallinen tuote. Sen päämääränä on mainostaa jotain tuotetta tai palvelua.

Mainoselokuvalla on aina tilaaja eli asiakas, jonka toiveena yleensä on lisätä myyntiä tai ainakin tuotteensa tunnettavuutta ja näkyvyyttä. Mainostoimisto on taas vastuussa asiakkaalle suunnittelemastaan kampanjasta. Mainoselokuvalla on elämänkaari, joka on yllättävän pitkä mutta mahdollisesti nopea. Ennen kuin mainoselokuva päättyy katkolle, se kulkee monien tahojen kautta.

Mainoselokuva on itse asiassa monien tahojen ja ihmisten tiimityön tulosta. Mainosalalta ei kuitenkaan löydä ehkä solidaarisinta tiimityön muotoa, vaan sekin on kaikin puolin taloudellista. Mainostuotantoyhtiö -- ei aivan alimpana, mutta ruokaketjun alemmilla tasoilla toimivana yhteistyökumppanina -- pyrkii palvelemaan asiakasta ja toimistoa parhaalla mahdollisella tavalla.

### 2.1 Esimerkki mainoselokuvan tuotantoprosessista

Esittelen tässä luvussa kuinka mainoselokuva yleensä toteutetaan.

Asiakas palkkaa mainostoimiston laatimaan heille mainoskampanjan.

Yhteistyössä he valitsevat luovien tiimin, joka kehittää asiakkaalle mainoskampanjan ja päättää, mitä medioita tullaan käyttämään kampanjassa. Mainostoimistolla on yleensä yhteistyökumppaninaan mediatoimisto, joka taas ostaa asiakkaalle tarvittavat ns. media-ajat tai tilat eri medioista. Kun on päätetty, että kampanja sisältää myös TV- tai elokuvateatterikampanjan tai mainoselokuvamaisen AV-tuotteen, mainostoimisto pohtii käsikirjoituksen filmiä tai spottia eli mainoselokuvaa varten. Kun kampanjan käsikirjoitus tai synopsis on valmis, mainostoimiston tiimi miettii mahdollisia ohjaajia ja tuotantoyhtiöitä, joita voitaisiin lähteä kilpailuttamaan tämän kyseisen mainoselokuvatuotannon toteutusta varten.

Mainoselokuvayhtiössä tuottaja vastaa puhelimeen ja saa tietää, että hänelle

pian lähetetään TV-käsikirjoitus mainostoimistolta. Mainostoimisto pyytää tuottajalta käsikirjoitukseen ohjaajan näkemystä eli treatmentin ja tuottajan laatimaan treatmentin pohjalta kustannusarviota. Mainostoimiston projektipäällikkö kertoo, että mainoselokuvakampanjan TV-toteutus kilpailutetaan myös muiden tuotantoyhtiöiden ja ohjaajien kesken.

Tuotantoyhtiössä laaditaan mainostoimiston pyytämät treatment ja kustannusarvio mainostoimiston vaatimassa aikataulussa. Tuotantoyhtiötä saatetaan pyytää tulemaan esittelemään ideansa henkilökohtaisesti mainostoimistoon. Palaverin päätteeksi tuotantoyhtiö muokkaa ideoitaan ja kustannuksia mainostoimiston toivomaan suuntaan. Sitten tuotantoyhtiö odottaa tuotantopäätöstä ja jännittää, tuleeko se valituksi vai hylätyksi.

Tuotantoyhtiössä tuottaja vastaa taas puheluun mainostoimistosta. Mainostoimisto kertoo, että tuotantoyhtiö on tullut valituksi ja että he lähtevät välittömästi edistämään tuotantoa. Tuotantoyhtiössä pidetään aloituspalaveri, jossa käydään läpi, miten projekti edistyy siitä eteenpäin. Miten, koska, kuinka ja keiden kanssa mainoselokuva toteutetaan. Ennakkotuotanto käynnistyy, laaditaan lopulliset aikataulut, roolitus ja kuvauspaikat hyväksytetään asiakkaalla ja mainostoimistolla, mainos kuvataan, mainos leikataan, värimääritellään, tehdään äänet ja valitaan musiikit. Lopputulos hyväksytetään asiakkaalla, tehdään toivotut muutokset, masteroidaan masteriksi ja lähetetään lähetyksellä televisiokanaville esitettäväksi.

## **2.2 Suuret odotukset kohtaavat**

Toivo Tuska (2003, 109) antaa ymmärtää, että mainoselokuva on kaikkien luovien mainostoimiston suunnittelijoiden unelma ja tavoite. Hän myös kertoo televisiomainonnan olevan myös asiakkaalle eli mainostajalle eräänlainen markkinoijan mittapuu. Jos tekee mainontaa TV:seen, on saavuttanut jotain. Mainoselokuva on siis mainonnan aatelia.

Aatelia ei kuitenkaan synny vaivatta. Markku Rönkkö (1997, 16-68) Raul daSilva (1992, 95-105) ja Toivo Tuska (2003, 7) päivittelevät teksteissään



kunniatuntoisen mainoselokuvan sietämätöntä vaikeutta. Monitahoinen tiimityö mainostajan, mainostoimiston, mediatoimiston ja tuotantoyhtiön välillä ei aina ole mutkatonta. Odotukset ja paineet ovat kovat etenkin mainostajalla. Mainoselokuvan tekeminen ei ole halpaa, ja tämä onkin yksi hyvä syy lisäämään asiakkaan paineita. Hyvällä taloudellisella satsauksella mainostaja toivoo pääsevänsä tavoitteisiinsa, mutta onko mainoksen idea sittenkään rahojen väärä? Onneksi tällä alalla on totuttu ottamaan riskejä.

Näiden epävarmojen kysymysten varjossa asiakkaista ja suunnittelijoista tulee yllättävän tarkkoja. Tuotantoyhtiössä on siksi panostettava jokaiseen asiakkaaseen yhtä paljon ja yhtä tunnollisesti. Mainoselokuvien tekeminen on ehkä juuri siksi rankkaa. On siis täytettävä niin asiakkaan kuin suunnittelijan toiveet. Mainostuotantoyhtiö tai pikemminkin ohjaaja ja tuottaja pyrkivät palvelemaan asiakasta ja toimistoa toivotun mukaan ja joskus jopa niin innokkaasti, että he suistuvat täysin raiteilta hyvän mainoselokuvan teossa...

### **3 Tuotannon vastuulliset tehtävät**

Jokainen itseäänkunnioittava ohjaaja on huolehtinut työparikseen tuottajan tai tuotantoyhtiön. Hiljaa voisin kuiskata, että toisaalta jokainen kunnianhimoinen tuottaja tai tuotantoyhtiö on hoitanut siipiensä suojaan ohjaajia joita markkinoida. Ilman tätä työparia ei mainoselokuvia synny, saati mitään suurempaa audiovisuaalista projektia.

Tuottajan on oltava täysin selvillä siitä mitä ollaan tekemässä aina. Hänen on seistävä tuotteensa takana ja luotava tuotannolle taloudelliset rajat ja puitteet tehdä luova mainoselokuva. Tuottajalla täytyy olla kykyä selvittää tilanteet tuotannon eduksi. Tuottaja on ainoa henkilö, jolla on oikeus puuttua filmin sisältöön ohjaajan lisäksi niin, että siitä tulisi kaikkien odotusten mukainen, myös tuotannollisten odotusten.

Mielestäni tuottaja on ikään kuin mikä tahansa kauppias: hän myy tuotetta, jonka asiakas ostaa. Hänen myymänsä mainoselokuva, jossa toteutetaan ohjaajan luova näkemys ja mainoselokuvan käytännön tuotantopalvelu. Asiakas taas ostaa tuottajan ja ohjaajan yhdessä tarjoaman tuotantoratkaisun. Tuottaja valvoo tuotannon alusta loppuun, jotta tuotanto toteutetaan, kuten se on luvattu toteuttaa asiakkaan tarpeisiin. Tuottajan on ensisijaisesti myös huolehdittava suhteista mainostoimistoon päin. Tuottaja kantaa tuotannosta kokonaisvastuun.

#### **3.1 Tuotantopäällikkö tuottajan ja ohjaajan oikea käsi**

Jos kysyisin omilta kollegoilta, mitä tuotantopäällikkö on, ja mitä hänen tehtäviinsä kuuluu, kuuluisi syvä huokaus ja he sanoisivat, että kaikki kuuluu tuotantopäällikölle. Näin ei kuitenkaan ole, mutta siitä on suuri osa totta. Ennen kaikkea tuotantopäällikön tehtävä on organisoiva vastuutehtävä.

Tuotantopäällikön on tarkoitus valvoa yhdessä tuottajan kanssa, että kaikki tuotantoon liittyvät asiat tapahtuvat niin kuin on tahdottu ja tarkoitettu. Siksi usein tuntuu siltä, että tuotantopäällikkö tekee kaikkea vaikka hän oikeastaan panee ainoastaan kaiken vireille ja valvoo että kaikki toimii.

Tuottajalla kuitenkin on suurin vastuu ja nimenomaan tulosvastuu omasta tuotteestaan, jota myy ja vielä toivottavalla voitolla. Näin ollen tuotantopäällikön ja tuottajan on tehtävä tiivistä yhteistyötä taloudellisesti miellyttävän lopputuloksen saavuttamiseksi. Tuottaja luo kaupalliselle mainoselokuvatuotteelle ne tuotantorajat, jossa ohjaajan kirjoittama käsikirjoitus ja treatment pystytään toteuttamaan. Yhtä tärkeä työkumppani tuottajalle ja tuotantopäällikölle on tietysti ohjaaja. Ohjaajan näkemysten mukaista lopputulosta tuottaja ja tuotantopäällikkö pyrkivät toteuttamaan omien luovien ja organisatoristen kykyjensä mukaan. Lopputuloksen on kuitenkin vielä oltava asiakkaan tilaama ja ostama tuote. Joskus nämä asiat saattavat olla hyvinkin ristiriidassa keskenään.

Tuotantopäällikön työtehtävälista on pitkä. Osittain kaikki kuitenkin riippuu siitä, miten tehtävät on rajattu ja jaettu muun tuotantoryhmän kanssa ja ennen kaikkea, kuinka tehtävät on jaettu tuottajan kanssa. Tuottaja on tuotantopäällikön tärkein työkaveri. Näissä käytännöissä on tietysti eroja tuotantoyhtiöiden ja tiimien välillä. Osassa tiimeissä tuottaja saattaa vain katsoa päältä tai olla henkinen johtaja eikä ota kantaa käytännön toteutuksiin. Hän hoitaa vain asiakkaan kanssa neuvottelut, tuijottaa viivan alle ja siirtää vastuuta muille tahoille. Osallistuvat tuottajat taas pohtivat enemmän tuotantoratkaisuja ja silloin tehtävät usein risteävät tuotantopäällikön kanssa. Osallistuva tuottaja on omasta mielestäni parempi, sillä hän lisää osallistumisensa kautta myös niin sanottua tuotantoarvoa keskustelemalla asioista ja tuotantotavoista ohjaajan, kuvaajan, toimiston, asiakkaan ja tuotantotiiminsä kanssa saavuttaakseen parhaimman lopputuloksen. Onneni on ollut työskennellä jälkimmäisen tuottajatyypin kanssa.

Tuotantopäälliköille onkin tärkeintä löytää toimivat tuotantotavat yhdessä tuottajan kanssa. Kuitenkin hänen on oltava myös hyvässä yhteistyössä ohjaajan kanssa, jonka näkemystä ja luovaa tuotosta pyrimme toteuttamaan.

Tuotantopäällikkö on myös tuotantoryhmän ja teknisen ryhmän lähin esimies. Tuotantopäällikkö sopii heidän palkoistaan ja vastaa heidän työturvallisuudestaan. Tuotantopäällikön on myös huolehdittava, että kaikki

saavat ruokaa kuvauspäivän aikana ja että majoituksessa tai missään sellaisessa ei ole mitään sopimattomia puutteita. Tuotantopäällikön on myös hyvä pitää kiinni kirjoittamattomista ja sovelletuista säännöistä. Pidemmässä tuotannoissa on tärkeä muistaa, että pitkäksi venähtäneen päivän jälkeen on levättävä ja aikataulut mahdollisesti muutettava, niin että työnteko seuraavana päivänä on yhä järkevää ja turvallista.

### **3.2 Muu tuotantoryhmä**

Tuotantopäällikön tehtävät riippuvat pitkälti siitä, millainen tuotantoryhmä tuottajan lisäksi on hänen apunaan. Useimmiten Suomessa ja suomalaisille asiakkaille tehtävissä mainoksissa tuotantoryhmässä ei ole taloudellisista syistä useita henkilöitä, joille tehtäviä voisi jakaa. Tuotantokoordinaattori on tuotantopäällikön oikea käsi, jos sellainen on saatavilla. Koordinaattori-liite kuvastaa hänen tehtävänsä, eli hän koordinoi asioita joita, tuottaja tai tuotantopäällikkö on päättänyt tai laatinut. Karkea työnjako voisi olla seuraavanlainen: tuotantopäällikkö tekee aikataulun, varaa ryhmän ja sopii palkat ryhmän kanssa ja koordinaattori informoi aikataulujen tarkentuessa esiintyjät ja ryhmän. Koordinaattori järjestää usein myös majoituksia ja kuljetuksia. Useasti tuotannot eivät ole niin suuria, että niihin olisi varaa palkata koordinaattori, joten tilalla saattaa olla työharjoittelija tai tuotantoassistentti.

Lähes tärkein henkilö tuotantopäällikön apuna tuotannossa on järjestäjä tai tekninen järjestäjä. Tekninen järjestäjä on yleensä etsinyt kuvauspaikat, hoitanut luvat, ja liikennejärjestelyt, organisoinut sosiaalililat kuvauspaikalta, ja huolehtii vielä kuvausten jälkeen, että kuvauspaikka jää sellaiseen kuntoon kuin se oli kun saavuimme paikalle. Kuvauspaikoilla tarvitaan useasti myös nostureita, veneitä ja muita järeämpiä tarvikkeita, joten tekninen järjestäjä on oiva henkilö hoitamaan ko. asioita. Taiteellisempi järjestäjä hoitaa yleensä myös rekvisiitan ja lavastuksen. Kun tällainen henkilö on mukana ennakkotuotannossa ja kuvauspaikalla, tuntuu paljon turvallisemmalta olla kuvauksissa, koska tuotantopäällikkö ei voi olla huolehtimassa liikennejärjestelyistä yms. asioista ja yhtä aikaa myös valvoa kuvauksia kameran vieressä.

Joskus kuitenkin on niin, että teknistäkään järjestäjää ei tuotannossa ole, ja silloin tuotantopäällikkö hoitaa nämäkin tehtävät. On kuitenkin muistettava, että vaikka järjestäjä ja koordinaattori olisivatkin mukana tuotannossa, on tuotantopäällikkö vastuussa heistä ja heidän tekemisistään välittömästi omalle esimiehelleen eli tuottajalle ja osittain myös ohjaajalle.

## 4 Kilpailuvaihe

Mainostoimistot kilpailuttavat niin luovuudessa kuin taloudellisissa asioissa tuotantoyhtiöitä. Hyvin useasti kilpailut ratkeavat taloudellisimman hyväksi. Tuotantoyhtiö mielellään tutkiikin kaikki mahdolliset tuotantotavat ja toivoo löytävänsä järkevän ratkaisun taloudellisesti. Mainoselokuvan valmistelut alkavat yleensä tässä tarjouskilpailuvaiheessa. Useasti on otettava selvää, mitä jokin käsikirjoitukseen kirjoitettu elementti maksaa, jotta voimme antaa mahdollisimman täydellisen tarjouksen eli kustannusarvion asiakkaalle. Toisaalta emme voi lähteä laskemaan kustannusarvioita, jos emme tiedä miten käsikirjoitus toteutetaan. Lähes jokaiseen projektiin liittyy jotain sellaista, josta on otettava erikseen selvää. Kukaan meistä ei voi tietää kaikkea. Internet, keltaiset sivut, ammattilaiskontaktit Suomessa ja ulkomailla, ystävät ja monet muut nopeat tiedonhankintakeinot ovat tärkeitä välineitä.

Ohjaajakin tarvitsee useasti apua kirjoittaessaan käsikirjoituksesta treatmenttia. Hänen on ehkä otettava enemmän selvää mainostettavasta tuotteesta ja sen toiminnasta. Ohjaaja tarvitsee myös tietoa siitä, miten jokin tarinaan kirjoitettu yhteisö esimerkiksi toimii. Usein ohjaajat tarvitsevat myös kuvia tai muuta oheismateriaalia lisätäkseen treatmenttinsa ymmärtämistä. Ohjaajat tekevät tai teettävät näissä tilanteissa storyboardia eli kuvakäsikirjoituksia. Myös moodboard on joillekin ohjaajille tärkeä myyntiväline. Moodboard on johdatus tehtävän mainoselokuvan maailmaan. Siinä on tunnelmaa hahmottelevia kuvia toteutustavoista, pukeutumisesta, hahmoista tai tilanteista. Näiden kuvien etsimiseen tuotantopäällikkö yleensä osallistuu tai varaa piirtäjän kuvakäsikirjoituksia varten.

### 4.1 Tuotantoaikataulu

Treatmentin ja kustannusarvion laadintavaiheessa pyritään mahdollinen tuotanto aikatauluttamaan, vaikei tuotantopäätöstä olisi vielä saatukaan mainostoimistolta. On muistettava ottaa selville aikatauluihin vaikuttavat asiat asiakkaalta, ettei tule ikäviä yllätyksiä. Aikataulu tukee aina taas kustannusarvioita. Jos esimerkiksi asiakas sanoo, että mainoksella on kiire, on

siihenkin varauduttava kustannuksia laadittaessa. On myös otettava selvää, ehditäänkö tuotanto tekemään tuotantoyhtiössä tai minne tuotanto voitaisiin sijoittaa kalenterissa, jotta se olisi mahdollista. Aikataulua kutsutaan yleensä nimellä tuotantoaikataulu. Työkokemuksen myötä selviää, kuinka paljon aikaa eri tuotantovaiheet vaativat. Nyrkkisääntönä voisi käyttää ajatusta, että kaikkiin tuotantovaiheisiin (ennakkotuotanto-kuvaus-jälkituotanto) menee viikko tuotantopäätöksen tultua.

Aikatauluun kannattaa myös laittaa tuotantoon liittyvien tahojen ja henkilöiden yhteystiedot. Asiakkaan, mainostoimiston ja tuotantoyhtiön yhteystiedot ovat ainakin todella tärkeitä, mutta myös muiden yhteistyöyritysten tai alihankkijoiden tiedot on hyvä laittaa aikatauluun. Yhteistyöyrityksiä voivat olla esimerkiksi jälkityötalot, äänisuunnitteluyhtiöt ja laboratorio. Toiset saattavat tehdä tuotantoaikataulusta kaiken kattavan paketin, josta löytyy niin ryhmälista kuin ajo-ohjekin kuvauspaikalle. Pienemmässä paketissa on se etu että se on jakokelpoinen aiemmin eikä vaadi alituista päivittämistä tuotannon edetessä (ks. liite 1 ja 2).

## **4.2 Kuvaajan valinta**

Yleensä myös kuvaaja valitaan myös kilpailuvaiheessa. Kuvaaja on ohjaajille erittäin tärkeä työpari ja kuvaajan valinta yleensä perustuukin ohjaajan henkilökohtaiseen mielipiteeseen. Kuvaajaa saatetaan käyttää jo kilpailuvaiheessa ohjaajan apuna. He mahdollisesti muodostavat niin kutsutun ”Lookin” eli tyylin mainoselokuvalle ja tekevät yhdessä kuvakäsikirjoituksen. Näiden elementtien kautta määrittyy pikkuhiljaa tuotantotapa. Kuvaajan valinta kilpailuvaiheessa määrittää jälleen mainoselokuvaa taloudellisesti ja aikataulullisesti. Kun kuvaaja on ollut mukana jo kilpailuvaiheessa, olemme pystyneet luomaan tarkemman tuotantotavan ja kustannusarviokin on silloin tarkempi.

Kuvaaja on harvoin kustannuskysymys, mutta useasti raha-asioista joudutaan neuvottelemaan. Mainostoimistot saattavat toivoa ulkomaisia kuvaajia tuotantoon tai se voi olla ihan ohjaajankin päätös, ja tällöin tietysti kuvaajan

palkkauskustannukset kasvavat. Joka tapauksessa kuvaajasta käydään keskustelut aina ennen muiden alan ammattilaisten palkkaamista tuotantoon.



## 5 Projektin aloitus

Kun on saatu päätös mainostoimistolta, että mainoselokuvatuotanto toteutuu, on päätöksen yhteydessä tuottaja käynyt vielä kertaalleen läpi tuotantoehdot. Eli tuottaja tarkistaa kustannusarvion ja aikataulut vielä kerran toimiston ja asiakkaan kanssa. Tarkistetun kustannusarvion kanssa tuottaja, ohjaaja ja tuotantopäällikkö lähtevät viemään tuotantoa eteenpäin. Joskus saattaa käydä niin, että tuotantopäällikkö kuulee tässä vaiheessa ensimmäistä kertaa koko tuotannosta. Esimerkiksi joissakin tuotantoyhtiöissä käytetään freelance-tuotantopäälliköitä ja he nimenomaan kuulevat tuotannosta vasta tässä vaiheessa.

### 5.1 Perusasiat

Ensimmäiset asiat mitä tuotantopäällikkö saa eteensä on treatment, aikataulu ja kustannusarvio. Treatmentistä yleensä selviää idea ja kaikki mitä tuotanto sisältää ja yleensä vähän enemmänkin. Kustannusarvio määrittää tuotannon todellisen laajuuden ja jopa laadun. Aikataulu on erittäin tärkeä sillä se sanelee myös kustannusasioita ja osittain myös toteutustapoja. Esimerkiksi tiiviissä jälkituotannon aikataulussa ei välttämättä ole aikaa toiseen värikorjaukseen eli ”tape to tapeen”, niin kuin yleensä on tapana tehdä. Nämä kolme asiaa eli treatmentti, kustannusarvio ja aikataulu ovat jokaisen tuotannon aloituksen tärkeimmät asiat.

Tässä vaiheessa tuotantopäällikkö tarkentaa vielä tuotantoaikataulua moneen otteeseen. Tuotantoaikataulussa on otettava kaikki tahot huomioon, ja mikä tärkeintä, asiakkaan ja mainostoimiston aikataulut. Tuotannon alkaessa asiakas eli mainostaja on todennäköisesti ostanut media-ajan ja se määrittää tuotannon valmistumispäivän. Joskus tuotanto menee testeihin tai se hyväksytään asiakkaan eri johtoportaisissa ennen kuin mainoksen master-nauha tiputetaan kanavalle. Tuotannossa on myös mukana jälkituotanto-talot ja niiden aikataulujen sovittaminen tuotannon aikatauluihin alan vilkkaimpina kuukausina on oikea päänsärky. Kehotankin kaikkia tekemään ennakkovarauksia ja aikataulutuksia heti mahdollisimman tarkasti, jotta myöhemmin tuotannossa ei

tällaisista asioista tarvitsisi huolehtia. Toisaalta kuten Richards Gates (1995, 8) toteaa tämä on ainoa ja viimeinen kerta tuotannossa kun tuotanto on aikataulussa. Muutoksilta ja odottamattomilta asioilta ei voi välttyä.

Tuotantopäällikön tärkeimpiä työkaluja läpi tuotannon on kulunseuranta. Siksi se kannattaa rakentaa jo heti alkuvaiheessa toimivaksi. Kulunseurantapohja on jokaiselle taloudesta mitään ymmärtävälle tuottajalle ja tuotantopäällikölle elinehto. Yksi tärkeimmistä tuotantopäällikön tehtävistä koko tuotannon ajan on ylläpitää seurantaa. Kun seurantaa pidetään yllä hyvin, ovat kaikki kulut tiedossa koko ajan. Siksi ennakkotuotannon aikana on hyvä sopia kaikkien työryhmäläisten ja yhteistyökumppaneiden kanssa hinnoista sekä antaa osastoille selkeät budjetit. Tuottaja ja tuotantopäällikkö asettavat katetavoitteen tai tuotantoyhtiössä on aina jokin vallitseva katetavoite johon on pyrittävä. Kate sanelee tarkat rajat sille, miten paljon ulosmeneviä kuluja saa tuotannosta syntyä kokonaisuudessaan. Kate on se osa tuotannon hinnasta, joka jää tuotantoyhtiöön kaikkien ulkopuolisten palkkioiden ja kulujen jälkeen. Hyvällä kulunseurannalla tuottaja ja tuotantopäällikkö pysyvät täysin kartalla rahoistaan.

## **5.2 Mainostuotantonumero**

Perusasioihin kuuluu mainostuotantonumero. Jokaiselle mainokselle luodaan mainostuotantonumero. Numerosta löytyy tuotantoyhtiön tunniste joka on yleensä 3 kirjainta ja 3-6 numeroa. Mainostuotantonumero on kaikkialla. Valtakunnalliset kanavat lähettävät esitetyistä mainoksista tiedot esimerkiksi Teostolle tuotantonumeroittain. Tuotantoyhtiö taas arkistoi tuotantonsa tuotantonumeroilla ja usein tuotantonumerolla löytyy ko. projektin kirjanpito tuotantoyhtiössä. Tuotantonumero on yleensä tiedossa myös mediatoimistoilla media-aikaa varatessa ja myöhemmin työryhmän jäsenillä ja yhteistyökumppaneilla laskutusviitteenä.

## 6 Ennakkotuotanto

Ennakkotuotanto on oikeastaan yhtä buukkaamista ja briiffaamista, eli varaamista ja informointia. Tuotantopäällikkö käytännössä roikkuu puhelimesta tai palaverissa tuon koko ajan. Ennakkotuotanto on oikeastaan tuotantopäällikölle kaikkein raskain työvaihe. Ennakkotuotannon aikana on saatava kaikki asiat vireille kuvauksia varten. Mitään ei oikeastaan saisi jättää viime tinkaakaan, sillä se kostautuu varmasti viimeistään kuvauksissa. Ohjaaja Bernardo Bertoluccin kertoo Laurent Tirardin (2002, 52) haastateltavana, että kaikki informaatio mitä on jaettavissa, on ehdottomasti jaettava ennen kuvauksia. Bertoluccin mielestä mitään informointia ei saa jättää itse kuvauksiin. Olen täysin samaa mieltä hänen kanssaan

Ennakkotuotannon aikana on tärkeää muistaa informoida myös asiakasta ja suunnittelijoita mahdollisimman paljon siitä missä mennään. TV-mainostuotannot ovat asiakkaalle tärkeitä ja on tärkeää että mitättömimmätkin asiat hyväksytetään asiakkaalla. Books, Cary ja Tannenbaum (1995, 196) puhuvat kirjassaan paljon asioiden asiakkaalla hyväksyttämistä ja sen tärkeydestä.

### 6.1 Käsikirjoituksen purku

Ennen kaikkea tuotantopäällikkö purkaa käsikirjoituksen, kuvakäsikirjoituksen tai treatmentin, hän keskustelee ohjaajan kanssa sisällön pienistä asioista. Ohjaaja on usein kirjoittanut selkeästi tuotantoon osa-alueista treatmentin, kuten castingista eli roolituksista, lokaatioista eli kuvauspaikoista, lavasteista, erikoistehosteista, tyylistä tai yleensäkin kaikesta tarpeellisesta. Asioista on kuitenkin vielä keskusteltava ja otettava selvää juuriaan myöten ohjaajalta, sillä on vaikea täyttää ohjaajan toiveita, jos niistä ei tiedä tai ymmärrä miten jokin asia halutaan toteuttaa. Keskustelujen ja asioiden selviämisen myötä tuotantopäällikkö pystyy jo hahmottelemaan kuvausaikataulua. Keskustelujen pohjalta tuotantopäällikkö pystyy informoimaan muita työryhmän jäseniä paremmin.

Tärkeää on, että ohjaajalla on yhdessä kuvaajan kanssa selkeä näkemys siitä, mitä on ryhdytty tekemään. Joskus on tietysti niin, ettei kuvaaja pysty olemaan tiiviisti mukana ennakkotuotannossa, jolloin ohjaajalla pitää taas olla selkeä näkemys myös kuvista. Kuvaajan ja ohjaaja rakentavat kovalistan, jonka pohjalta pystytään vielä helpommin purkamaan käsikirjoitus aikatauluiksi. Mainoksiin harvoin mahtuu kohtauksia, joten puhutaan ennemminkin kuvista. Kovalista yleensä perustuu selkeään storyboardiin.

## **6.2 Freelancerit ja työryhmän varaus**

Ulkopuolisen mielestä elokuvia on aina tekemässä hirvittävä lauma ihmisiä. Minusta taas usein tuntuu siltä, että kuvaustilanteessa kädet loppuvat kesken. On ymmärrettävää, että ulkopuolinen näkee kuvaukset laumana joutilasta väkeä, jos ei tiedä mitä varten kukakin ammattilainen on kuvauksissa mukana. Suomalaisessa alan kirjallisuudessa valitettavan harvoin on kirjoitettu alan työtehtävistä. Ja jos on, ne sisältävät usein isoja virheitä. Siksi olen itse laatinut työtehtävistä taulukon, jota olen käyttänyt opetuksessa ks. liite 3. Liitteestä selviää karkeasti mainoselokuva-alan työtehtävät.

Ohjaajalla on yleensä jokin näkemys siitä, kenet hän haluaa hoitamaan jotain tiettyä työnkuvaa. On ilmeistä, että kaikkien kanssa ei kemia toimi vaan teemme mieluiten töitä ihmisten kanssa, jotka olemme hyviksi havainneet. Vaikka kenttä onkin alallamme pieni, ei ole mitenkään outoa, ettei ole esimerkiksi kaikkien Suomen rekvisitöörien kanssa päässyt tekemään töitä. Toisaalta on sääli, että jumiudutaan kovin helposti käyttämään samoja freelancereita, sillä uudet ihmiset tuovat uusia ideoita. Toisaalta taas on niin turvallista pysyä vanhassa ja hyvässä valinnassa. Tärkeintä on kuitenkin löytää oikeat ihmiset tekemään juuri tätä tuotantoa. Taloudellisesti olisi järkevää, että freelancereita pystyttäisiin kilpailuttamaan, mutta yleensä siihen ei ole aikaa taikka tarjontaa tarpeeksi.

Keväällä 2005 Suomessa aloitti maamme ensimmäinen teknistä kameraryhmää välittävä agentuuri. Näitä agentuureja ei Suomessa ole aiemmin nähty, toisin kuin muualla maailmassa. Suomessa freelancer on tottunut markkinoimaan itse

itseään, mutta monien ei edes tarvitse, sillä sana kyllä kiirii. Kuvaajilla on aina ns. toivelista omasta kamera- ja valoryhmästään. Kameraryhmään kuuluvat siis kamera-assistentit, videoassistentti ja grip (grip huolehtii kameran liikkeistä ja kameran kiinnityksestä esimerkiksi autoon). Valoryhmään kuuluvat gaffer eli valaisija ja valomiehet. Ohjaajalla taas on oma toiveensa lavastajasta, puvustajasta ja meikistä tai yleensä muusta taiteellisesti tuotannosta vastaavasta ryhmästä.

Jokaisella tuotantoyhtiöllä tai tuottajalla on hallussaan lista freelancereista. Lista ei välttämättä ole millään paperilla vaan esimerkiksi kännykässä. Alalla olevista freelancereista kuulee parhaiten puskaradion kautta. Suomen elokuvatyöntekijöiden liitollä eli SET:illä<sup>1</sup> on nettisivuillaan tietoa alan freelancereista, mutta on muistettava, että iso osa alalla työskentelevistä henkilöistä ei kuulu liittoon. Paras tapa löytää hyviä tekijöitä on tentata jotain jo alalla toiminutta henkilöä.

### 6.3 Casting

Casting eli esiintyjien roolitus, pyritään käynnistämään mahdollisimman pian tuotantopäätöksen jälkeen. Jos roolitettavaa on paljon, vie casting paljon aikaa. Casting- ohjaaja tai roolittaja on yleensä freelancer. Freelance-casting-ohjaajalla saattaa olla omia arkistoja, joihin hän on kuvannut ihmisiä tai sitten hän käyttää mallitoimistoja apunaan. Suomessa on paljon erilaisia mallitoimistoja tai esiintyjätalleja. Mallitoimistojen listoilla on yleensä pelkästään muotikasvoja, joita harvemmin televisiomainonnassa käytetään. Esiintyjätallejakin on ruvennut syntymään alalle yhä enemmän ja enemmän. Heidän listoillaan on yleensä miellyttävän näköisiä tavallisia ihmisiä. Aivan erikseen ovat vielä näyttelijätallit, joilla on pelkästään ammattinäyttelijöitä listoillaan. Castingia saatetaan päätyä tekemään myös suoraan kadulta. Niin kutsuttua street castingia peräänkuulutetaan yleensä kun on löydettävä jokin ihmisryhmä, jota ei löydy kenenkään listoilta. Esimerkiksi saatetaan etsiä hammastahnamainokseen tavallisia ihmisiä, joilla on keltaiset hampaat.

---

<sup>1</sup> <http://www.teme.fi/set/ammattilaishakemisto/>

Casting-ohjaaja infoaa casting-kuvauksessa kuvattavansa niin, että he tietävät millaiseen projektiin ovat mahdollisesti tulossa, milloin ja millä rahalla. Nämä asiat on käytävä lävitse mahdollisen esiintyjän kanssa, jotta halutessaan esiintyjä voi kieltäytyä projektista ja ettei esiintyjän takia myöhemmin tulisi esimerkiksi aikatauluongelmia. Casting-ohjaaja ottaa mahdollisesta esiintyjästä videokuvaa ja stillkuvat. Mahdollisilta esiintyjiltä otetaan ylös koko tiedot puvustusta varten. Casting pitää yleensä esittää asiakkaalle ja toimistolle reilusti ennen mainoskuvauksia. Casting-ohjaaja kuvaa ohjaajalle monia vaihtoehtoja rooliin, ohjaajan briiffin mukaisesti. Ohjaaja sitten karsii kuvatuista esiintyjistä mielenkiintoisimmat ja esittelee ne toimistolle ja asiakkaalle. Toimisto ja asiakas päättävät lopulta yhteistyössä ohjaajan kanssa, keitä mainokseen valitaan. Joskus saatetaan tärkeisiin rooleihin kuvata muutamakin kierros. Eli ensimmäisellä kerralla on löytynyt hyvä miesesiintyjä, mutta ei ehkä tarpeeksi hyvää vastaesiintyjää. Tällöin uusissa casting-kuvauksissa saattaa valittu miesesiintyjä olla mukana ja mahdolliset vastaesiintyjät kuvataan miesesiintyjän kanssa. Näin on ohjaajalle helpompi valita esiintyjä, joka luontevimmin toimi valitun miesesiintyjän kanssa.

Roolittaja etsii myös avustajat eli ryhmän taustaesintyjä esimerkiksi satunnaisia kävelijöitä katukohtaukseen. Avustajillekin on olemassa omat tallinsa mutta, useasti joudumme etsimään, jonkin muunlaisen ryhmän kuten jalkapallojunioreiden vanhempainyhdistyksen esiintymään vaikka hääyleisönä. Avustajia harvemmin kuvataan castingin yhteydessä vaan lähinnä heistä on tiedossa ikä ja puhelinnumero.

#### **6.4 Lokaatiot ja studio**

Kuvauspaikkojen eli lokaatioiden etsintä aloitetaan yleensä samaan aikaan castingin kanssa. Tekninen järjestäjä tai järjestäjä yleensä etsii kuvauspaikat. Kuvauspaikkoja haetaan ohjaajan ja kuvaajan briiffin mukaan useita, jotta niistä voidaan valita parhaat, jotka esitellään toimistolle ja asiakkaalle; lopullinen päätös on heidän. Järjestäjä kuvaa lokaatioita ja ottaa selvää luvista, mahdollisista vuokrista ja kuvauspäivien sopivuudesta, jotta kaikki nämä olisivat jo valmiiksi tiedossa, esitellessään kuvauspaikat ohjaajalle. Ohjaaja valitsee

kuvaajan kanssa lokaatioista suosikkinsa, jonka hän castingin ohella voi perustellusti myydä asiakkaalle ja mainostoimistolle. Lähes aina asiakas ja toimisto luottavat ohjaajan näkemykseen näissä asioissa.

Kuvauspaikkojen etsiskelyssä on aina pidettävä mielessä tuotannollisuus, taiteellisuuden ohella tietenkin, li onko mahdollinen kuvauspaikka ollenkaan järkevä tuotannollisesti. Kuvauspaikalle pitää saada koko kuvausryhmä mahtumaan, kalustoineen ja kalustoautoineen. Joudutaanko tekemään massiivisia liikennejärjestelyjä tai missä kuvauspaikka sijaitsee? Jos kuvauspaikka on epäkäytännöllinen ja pitkän matkan päässä, vaikuttavat nämä seikat suoraan tuotannon kuluihin. Matkustusajasta on työryhmälle maksettava, ja kuljetuskalustoa on oltava enemmän jos paikka on kauempana. Käytännölliset ja lähellä sijaitsevat kuvauspaikat helpottavat tekemistä.

Järjestäjä huolehtii myös, että kuvauspaikalta löytyy esimerkiksi tarpeeksi sähköä. Kuvauskalusto ja etenkin valot vaativat valtavia määriä sähköä. Generaattorien vuokrat ovat korkeita, joten edullisinta on, että sähköä löytyy kuvauspaikalta tarpeeksi. Järjestäjä huolehtii myös mahdollisesti tarvittavista nostureista, hisseistä, ovien avauksista, hälytyksistä ja liikennejärjestelyistä. Järjestäjän on huolehdittava, että kuvauspaikalta löytyy sosiaaliset tilat, kuten vessa ja vesipiste. Tärkeää on myös, että kuvauspaikalta tai sen lähetyviltä löytyy tilat puvustukselle, maskille ja cateringille.

Studiota varten ei tarvitse palkata kuvauspaikkojen etsijää vaan tuotantopäällikkö voi aivan hyvin vuokrata tarvittavat tilat itse. Suomessa on yksityisiä studioita kourallinen. Suomesta ei valtavan isoa studiota löydä, mutta aivan riittäviä kuitenkin. Studiolla on sähköt, ja sosiaaliset tilat jo omasta takaa. Studiot valitaan oikeastaan kuvauksissa tarvittavan tilan mukaan.

Studioihinhan rakennetaan yleensä lavaste, joten lavastaja on oikea henkilö määrittelemään tarvittavan tilan ja sen, kauanko tilaa tarvitaan. Lavastaja on tietenkin sidottu tuotannon hänelle antamaan budjettiin ja ohjaajan hänelle antamaan briiffiin. Lavastaja piirtää lavasteesta pohjapiirrustukset ohjaajalle, jonka mukaan ohjaaja yhdessä lavastajan kanssa muokkaa lavastetta

toivottuun suuntaan. Lavastaja rakentaa keskikokoista lavastetta yleensä pari päivää ennen kuvauksia ja purkaa sitä päivän kuvausten jälkeen.

## **6.5 Sopimukset ja palkkiot**

Tärkeää olisi muistaa aina sopia kaikista mahdollisista asioista. Näin vältetään kaikilta väärinkäsityksiltä. Asioista kannattaa sopia kirjallisesti ja etukäteen ja myös tallettaa sopimus myöhempiä aikoja varten. Paljon on tietysti sellaisia asioita tuotannossa, joista ei kannata sopia kirjallisesti, vaan suullinen sopimus riittää. Yleensä kirjallisessa sopimuksessa sovitaan palkkiosta, esitysoikeuksista ja palkkion maksuaikataulusta.

Jotta palkkio voidaan maksaa freelancereille ja esiintyjille sovittuna päivänä, on heillä oltava verokortti. Verokortista selviää ennakonpidätysprosentti palkanmaksajalle, joka vähentää verokortin ennakonpidätysprosentin mukaan verot palkkiosta. Työnantaja maksaa taas sosiaalikuluja työntekijän palkkion päälle noin 38 %. Esimerkiksi, jos esiintyjälle maksetaan 100 € palkkiota, tuotantoyhtiö maksaa todellisuudessa palkkiota 138€. Jos esiintyjällä on verokortin mukaan 24%:n ennakonpidätysprosentti, joten ennakon pidätyksen jälkeen hänelle maksetaan 76€.

Alalla toimivilla freelancereilla on myös paljon yrityksiä. Näille yksityisyrittäjille ei makseta palkkioita verokortin mukaan vaan he laskuttavat tekemästään palveluista. Laskutettuna palkkio on yleensä isompi, sillä heidän yrityksensä maksaa heidän omat sosiaalikulunsa.

### **6.5.1 Esiintyjäsopimukset**

Castingin aloitusvaiheessa jo roolittajalle yleensä kerrotaan oikeuksista, jotka halutaan mahdolliselta esiintyjältä ostaa määritellyllä summalla. Tällainen käytäntö helpottaa roolittajaa työssään, sillä hinta yleensä rajaa esiintyjän tason aika hyvin. Esiintyjän kanssa sopimuksia kirjoitettaessa, sopimuksesta tulee selvittää mitä esitysoikeuksia ostetaan, mihin käyttöön ja kuinka pitkäksi aikaa.



Useasti kuulee puhuttavan siitä, että on ostettu kaikki oikeudet ikuisiksi ajoiksi. Se ei kuitenkaan ole kovin järkevää eikä välttämättä mahdollista. Eri asia on tietenkin kun puhutaan avustajista. He ovat taustatoimijoita, jolloin kertakorvausta vastaan he luovuttavat oikeutensa kuvaan ja äänimateriaalin osalta tuottajalle eli tuotantoyhtiölle.

Kun esiintyjä on mallitoimistosta, tehdään sopimus tuottajan ja mallitoimiston välillä. Kirjaimellisesti erillistä sopimusta ei kirjoiteta, vaan sovitut asiat on määritelty mallitoimiston lähettämässä laskussa.

### **6.5.2 Freelance-työsopimukset**

Freelance-työsopimuksissa yleensä sovitaan palkasta ja palkanmaksun aikataulusta. Työsopimuksesta myös selviää, mitä tehtävää freelanceri on ollut tekemässä missäkin projektissa. Sopimuksesta tulisi myös löytyä tehty työaika ja miten freelanceri on itsensä hinnoitellut. Yleensä sopimus tarkoittaa samaa kuin palkkakortti tavallisen freelancerin kohdalla. Yleensä työsopimuksessa on myös mainittu, että mahdolliset tuotannossa syntyneet tekijänoikeudet siirtyvät sopimuksen myötä tuottajalle eli tuotantoyhtiölle.

## 7 Kuvauskalusto ja tekniikka

Mainoselokuvan kuvaaminen, kuten minkä tahansa AV-produktion toteuttamiseen tarvitaan kuvauskalustoa. Tuotantopäällikön ammattitaitoon kuuluu ymmärtää jotain kuvauskalustosta ja muusta tarvittavasta tekniikasta. Kalustosta ja tekniikasta on ymmärrettävä ihan budjetillisistakin syistä edes jotain. Kuvauskaluston määrä vaikuttaa välittömästi kuvausaikatauluun. Suuren valokaluston pystytys kestää selvästi kauemmin kuin pienemmän. Kokemuksen myötä kimurantitkin tekniikan salat selkenevät pikkuhiljaa. Peruasiat on kuitenkin järkevää ottaa haltuun. Kuvauksiin tarvitaan yleensä kamerakalustoa, valokalustoa ja äänikalustoa.

Vuosikymmeniä sitten trendinä oli, että jokainen tuotantoyhtiö omistaa jotain kuvauskalustoa itse. Vuosikymmeniä sitten oli myös trendinä että tuotantoyhtiössä toimi vakituinen kuvaaja tai joku muu teknisenryhmän jäsen, joka piti huolta kalustosta. Nykyään, kun vakituisia kalustonhuoltajia harvemmin tuotantoyhtiöistä enää löytyy, ovat tuotantoyhtiöt myyneet tai luopuneet kuvauskalustostaan. Arkistojenkin aarteita varmasti vielä jokaisesta pitkänlinjan tuotantoyhtiöstä löytyy.

Suomessa toimii muutamia vuokraamoja, jotka vuokraavat kuvauskalustoa. Jokaiselle kalustosaralle löytyy oma vuokraamonsa, ellei muutama. Tärkeintä on, että tietää mistä mitään saa.

## 8 Kuvausaikataulu

Kuvauksen aikatauluttaminen on hankalaa. On pystyttävä aikatauluttamaan monia täysin toisistaan riippumattomia asioita. Aikatauluttamisessa on otetta huomioon ainakin sää, aurinko, esiintyjät, meikki, kuvauspaikka, ilmansuunnat, kuljetukset, työpäivän mitta, siirtymiset, mainostoimiston aikataulut, resurssit, ihminen, ohjaajan tyttöystävä ja monta muuta tärkeää asiaa. Usein vaativiin kuvauksiin palkataan apulaisohjaaja, joka huolehtii täysin kuvausaikataulun teosta ja sen ylläpidosta kuvauksissa.

Kuvauspaikka käydään yleensä vielä tarkastamassa ennen tuotannon alkua. Matkaan lähtevät yleensä ohjaaja, kuvaaja, tuotantopäällikkö ja järjestäjä. Mukaan saattaa tarttua myös teknistä ryhmää, kuten valaisija ja grippi tai sitten rekvisitööri. Oikeastaan kuvauspaikan tarkistus määrittyy käsikirjoituksen ja kuvalistan mukaan. Kuvauspaikalla käydään yleensä kuvalistan kuvat läpi ja kaikki kuviin liittyvä, kuten missä aurinko on toivotulla kuvaushetkellä. Kuvauspaikkojen tarkistuksesta käytetään myös nimeä "location recce". Recce-sana tarkoittaa englanniksi tiedustelua ja on yleisesti käytetty kansainvälisessä alan kielessä.

Kuvauspaikkojen tarkistuksen ohessa tai sen jälkeen erillisessä tuotantopalaverissa koko ryhmän kanssa, käydään läpi vielä esimerkiksi maskin ja puvun ja muiden sellaisten osastojen kanssa asioista, jotka eivät ole olleet mukana loc-reccellä. Tuotantopalaverissa osastot tarkistavat vielä ohjaajalta ja kuvaajalta että ovat ymmärtäneet kaiken tarpeellisen ja mahdollisen. Tuotantopalaverissa osastot pääsevät myös keskustelemaan keskenään. Tämä keskustelu on yleensä hyvin hedelmällinen. Esimerkiksi, jos grip tarvitsee puutavaraa ostettavaksi asti, sitä saattaakin löytyä helposti lavastusosastolta ylimääräisenä, eikä sitä tarvitsekaan ostaa.

Ammattitaitoinen aikatauluttava henkilö ottaa selvää ja kirjaa kaiken ylös kohtaus kohtaukselta tuotantopalaverissa. Jokaisen osaston osuus on tärkeä. Aikatauluttavan henkilön on otettava pienimmätkin asiat huomioon kuten, mitä esiintyjille aiotaan tehdä maskissa hiusten suhteen. Sen perusteella

aikatauluttava henkilö pystyy arvioimaan esiintyjien valmisteluihin käytettävän ajan ennen kuvauksia.

Kuvauksia voidaan aikatauluttaa monella eri tavalla. Kuvat voidaan joko kuvata kronologisesti, suuntien mukaan tai päivänvalon mukaan tai esiintyjän aikataulun mukaan. Tämä riippuu täysin tuotannosta. Harvemmin kuvausta päästään tekemään kronologisesti tai oikeammin leikkausjärjestyksessä.

### **8.1 Call Sheet**

Kuvausaikataulua alan kielessä kutsutaan Call Sheet:ksi. Call Sheet jaetaan kuvausryhmälle viimeistään päivää ennen tuotantoa. Call sheetistä käy selville eri osastojen työn aloitusajat ja kaikki tärkeät päivän aikataulua koskevat tiedot (ks. liite 4). Sheeteissä on yleensä tarpeeksi informaatiota päivän mainostuotantoa ajatellen. Jokainen tuotanto ja tuotantoyhtiö ovat erilaisia ja siksi onkin tärkeää muistaa muutama perusasia jotka olisi löydettävä Call Sheetistä. Gatesin (1995, 65) mukaan Call sheetistä pitää löytyä tuotanto ja tuotantoyhtiö tietojen lisäksi ainakin vastuuhenkilöiden yhteystiedot. Tärkeää olisi laittaa myös kuvauspäivämäärä ja jo aiemmin mainitsemat aloitus ajat.

## 9 Kuvaukset

Jean-Pierre Geuensin (2000, 112) mukaan kuvauksissa on jotain kiehtovaa mystiikkaa. Yhdyn häneen täysin. Työn ja odotuksen tulokset näyttäytyvät kuvauksissa päivän mittaan. Kuvaukset ovat mielestäni projektin suola tuotantopäällikölle, ainakin minun tapauksessani. Kuvaukset ovat kovin palkitsevia, kun kaikki on suunniteltu hyvin. Kuvauksissa selviää varmasti ne asiat, jotka on unohdettu huomioida ennakkotuotanto vaiheessa.

Kuvauksissa tuotantopäällikön tärkein tehtävä on olla kuvauspaikalla kirjaimellisesti läsnä. Tuotantopäällikön on kokoajan tiedettävä, mitä siellä tapahtuu, mitä aiotaan tehdä seuraavaksi, kuka esiintyjä pitää hakea, ja milloin syödään. Kuvauksissa tuotantopäällikön tärkein työväline on kännykkä ja aikataulu. Jos jotain sattuu tai puuttuu, on tehtävä nopeita ratkaisuja, esimerkiksi tilattava asia kuvauspaikalle lähetillä. Asioiden täytyy tapahtua nopeasti sillä kun 30 hengen työryhmä seisoo odottamassa, esimerkiksi yhden tunnin hinnaksi saattaa tulla yli tuhat euroa. Ryhmän lisäksi seisoo kalusto eikä sekään ole ilmaista. Tämän vuoksi on hyvä tehdä kunnollinen aikataulu ja pitää siitä kiinni. Kuvauksissa helposti lankaudutaan eli juututaan hiomaan esimerkiksi jotain kuvaa. Siihen on puututtava ajoissa, ettei pian olla aikataulussa jäljessä.

### 9.1 Apulaisohjaus kuvauksissa

Kuten aiemmin mainitsinkin, vaikeampiin tai pidempiin tuotantoihin on hyvä palkata apulaisohjaaja, joka aikatauluttaa kuvauksen. Tällaisen apulaisohjaajan työtehtäviin kuvauksissa kuuluu ensisijaisesti aikataulun aikataulussa pitäminen. Hän huolehtii että kaikki osastot tietävät jo seuraavan siirron edellistä tehtäessä. Apulaisohjaaja asettelee avustajia ja ohjastaa esiintyjä ohjaajan apuna. Apulaisohjaaja käskyy myös kuvaukset ja määrää kuvausten tahdin.

Apulaisohjaaja saatetaan palkata kuvauksiin esimerkiksi suuren lapsiryhmän takia. Hänen tehtävänsä on silloin huolehtia lapsilaumasta ja saada heidät toimimaan myös kuvassa.

## 9.2 Asiakkaat kuvauksissa

Kuvauksissa on otettava huomioon asiakkaat ja mainostoimiston jäsenet. He ovat olleet prosessissa mukana kuitenkin pidempään kuin tuotantoyhtiö ja heillä on yleensä tärkeitä asioita huomioitavana kuvauksissa. Mainostoimiston copywriter seuraa tekstiä, ettei sen sävy esimerkiksi esiintyjän suussa muutu kovin epäsuotuisaksi asiakkaalle. Mainostoimiston AD seuraa taas kuvattavan mainoksen ilmettä. Asiakkaalle filmi jota tehdään on yleensä kaikki kaikessa, ja heille pienetkin asiat filmissä ovat tärkeitä, vaikkei tuotantoryhmän jäsen sitä ehkä huomaa. Mainostoimistolle ja asiakkaille on järjestettävä monitorointi tai katselu sekä kuuntelu kuvauksissa, jotta he voivat toimittaa tehtävänsä.

## 10 Jälkituotanto

Kaikki kuvattu materiaali jälkikäsitellään jollain tavoin. Jälkikäsitelyllä tarkoitan kaikkea mitä tapahtuu sen jälkeen kun kamera on tallentanut kuvattun materiaalin haluttuun formaattiin. Jälkitöissä käsitellään myös ääntä. Kaikki jälkityövaiheet yhdessä vievät aikaa noin viiden arkipäivän verran normaalissa mainoselokuvan tuotantoprosessissa. Monilla tuotantoyhtiöillä on jotain jälkityökalustoa kuten leikkausyksikkö. Muuten järeämmät jälkityöyksiköt sijaitsevat yleensä ns. jälkityötaloissa. Suomessa on muutamia hyviä jälkituotantotaloja, joissa voi hoitaa jälkityöt alusta loppuun.

Jälkityöt tehdään tiiviisti yhteistyössä mainostoimiston ja asiakkaankin kanssa. Jälkitöissä lisätään esimerkiksi grafiikoita tai speak-ääntä, jotka ovat usein täysin mainostoimiston käsialaa. Jälkityöt ovat kallis osa tuotantoa. Siksi onkin hyvä että yhteistyö on tiivistä, jotta kaikki vaiheet tulevat hyväksytyksi asiakkaalla ennen kuin siirrytään seuraavaan jälkityövaiheeseen tai ennen kuin on liian myöhäistä.

Arvioni mukaan suurin osa mainoselokuvista tehdään edelleen filmille. Digibetalle, HDcamille tai muille digitaalisille kuvaformaateille kuvataan nykyään tyylikeinojen vuoksi tai sitten pienemmissä tuotannoissa. Filmiprojektin jälkituotanto on monimutkaisempi prosessi verrattuna digitaalisen tai analogisen videotuotannon jälkitöihin.

### 10.1 Filmituotannon kuvan jälkityöt

Kuvattu filmi täytyy ensimmäiseksi kehittää. 35mm:n ja 16mm:n filmiä voidaan kehittää Suomessa muutamassa paikassa. Kehityksen jälkeen filmi viedään skannattavaksi jälkituotantotaloon. Filmistä skannataan digitaaliseen muotoon off-line leikkausta varten. Skannauksen yhteydessä filmi voidaan värimäärittellä. Värimäärittelyssä skannauksen asetuksia muutetaan esimerkiksi niin, että musta väri skannautuu tummempana kuin se on alunperin kuvattu. Skannausta saatetaan kutsua myös siirroksi. Kun filmi on digitaalisessa tai analogisessa muodossa esim. digibetalla, materiaali logataan off-line yksikköön otto

kerrallaan. Loggaus tapahtuu nauhalla olevan aikakoodin avulla. Broadcast-tasoinen kuva on aika suurta digitaaliselta kooltaan, ja jotta yksiköt jaksavat tällaisia tiedostoja pyörittää, materiaali loggataan leikkausyksikköön heikompilaatuisena. Off-line kuva saattaa olla erittäin surkeaa. Loggauksen jälkeen leikkaaja aloittaa tarinan kursimisen kokoon eli virallinen leikkaustyö alkaa.

Off-line leikkaus hyväksytetään asiakkaalla. Off-line leikkauksen pohjalta tehdään EDL eli editlist. EDL on eräänlainen sisällysluettelo. Siinä on kronologisesti tekstinä kerrottu mistä aikakoodista ja miltä nauhalta tai filmirullalta mikäkin otto löytyy. Tämän jälkeen tuotanto ns. nostetaan on-lineen editlistan mukaan. On-line nosto tehdään koska off-line tasoinen kuva ei ole missään nimessä edes broadcast-tasoista. On-linessä tehdään kellotiedot, joista näkyy mistä projektista on kysymys. Kellotietoihin laitetaan tietoja tuotannosta, kuten nimi, pituus ja ohjaaja, tärkeintä on kuitenkin tuotantonumero. Kellot ovat oikeastaan kanavien teknisten vaatimusten mukaiset. Teknisistä vaatimuksista selviää, kuinka pitkään masterilla on esimerkiksi oltava mustaa ennen seuraavaa mainosta, ja mistä aikakoodista kellotietojen on alettava jne.

On-line-versiolla mennään yleensä värimäärittelyyn. Tätä värimäärittelyä kutsutaan Tape to Tapeksi. Tässä vain valitut otot tai palat aikakoodilta värimääritellään. Värimäärittelyn jälkeen ryhdytään tekemään grafiikoita. Grafiikat tarkoittavat kaikkia mainoksessa näkyviä blansseja, tekstejä ja loppukuvia, joita ei ole ns. kuvattu kuvausten yhteydessä. Jos tuotantoon on tehty animaatiota tai vaativampia grafiikoita liitetään nekin tässä vaiheessa kuvaan.

Tämän jälkeen masteroitu kuva päättyy äänitöihin. Dialogi-ääni on saatettu synkata kuvan kanssa jo ennen loggausta, helpottaen leikkaajan tehtäviä off-line vaiheessa. Muuten äänet synkataan viimeistään tässä vaiheessa. Äänissä siis tehdään äänileikkaus, lisätään pisteäännet, jinglet ja musiikki. Äänitöissä äänitetään myös mahdollinen speak mainosta varten. Lopuksi äänet masteroidaan niin että ne ovat kaikkien kanavien teknisten tietojen mukaiset.



Näin ollen nauha on valmis kanaville lähetettäväksi.

## **10.2 Videoformaatin jälkityöt**

Leikkausta varten digitaaliset kuvaformaatit tai videoformaatit joudutaan usein siirtämään toiseen kuvaformaattiin. Toisaalta nykyaikaiset leikkausyksiköt lukevat monia eri formaatteja. Kun materiaalia siirretään formaatilta toiselle, olisi muistettava huomata, että kuvatun nauhan aikakoodit myös tallentuvat uudelle nauhalle. Tämä helpottaa leikkausta ja muitakin myöhempiä jälkituotannon vaiheita. Materiaali logataan off-line-yksikköön aikakoodin perusteella.

Joskus videoformaattiin kuvattu materiaali voidaan leikata on-line tasoisesti eikä sitä näin ollen tarvitse nostaa on-lineen. Tällöin EDL:n mukainen materiaali printataan vain master-nauhalle ja se värimääritellään ns. Tape to Tapessa. Muuten grafiikat ja äänet tuotetaan samoin kuin filmiprosessissa.

## **10.3 Kanavat ja mediatoimistot**

Asiakas on palkannut mediatoimiston varaamaan ja media-aikoja. Media-ajalla tarkoitetaan niitä sekunteja, jotka varataan kaupallisten tv-kanavien katkoilta. Suomessa tärkeimpiä kaupallisia kanavia ovat MTV3, Nelonen ja SubTV. Näillä kanavilla toimii ammattitaitoiset trafiikit eli osasto, joka huolehtii mainokset kanavan sisällä katkoilla ajettaville kuvanauhoille. Kanavilla on omat toimitus- ja tekniset ohjeet, joiden mukaan nauhat täytyy koostaa. Nämä täytyy huomioida jo jälkituotantovaiheessa.

Kanaville lähtevien masterien mukaan laitetaan nauhakortti, josta selviää mistä mainoksesta on kysymys. Nauhakortissa on enemmän teknisiä tietoja kuin nauhan kannessa, ja mikä tärkeintä, nauhasta löytyy mainostuotantonumero. Master-nauhat toimitetaan valtakunnallisille kanaville kaksi arkipäivää ennen ensiesitystä. Myöhästymisistä joudutaan maksamaan sakkoja. MTV Nordic:n, Voice:n ja muiden pohjoismaisten tai kansainvälisten kanavien toimitus- ja tekniset ohjeet vaihtelevat. On kuitenkin järkevää varata masterien toimittamiseen reilusti aikaa vahinkojen välttämiseksi

## 11 Kokoavat työt

### 11.1 Musiikin raportointi ja Teosto

Mainoksissa käytettävää musiikkia on monenlaista. Yleisintä ja halvinta on käyttää tuotantomusiikkiarkistoja. Tuotantomusiikkiarkistoja on lähes kaikilla kansainvälisillä levy-yhtiöillä. Tuotantomusiikki on tehty täysin ja ainoastaan AV- tai radiotuotantoja varten, joten sitä on myös helppo käyttää. Musiikkia myös joskus teetetään, ja yleensä tällainen musiikki on Teoston<sup>2</sup> hallinnoimaa. Silloin siitä maksetaan korvaus Teostolle esityssekunneittain. Isommat mainostajat ovat useasti teettäneet itselleen ns. äänilogon, jolloin nuo muutamat säveletkin ovat yleensä Teoston hallinnoimaa musiikkia.

Mainoksissa käytetään useasti myös tunnettua musiikkia eli kaupallista musiikkia. Kun tällaista musiikkia käytetään mainoksessa, on kannattavaa selvittää käyttöoikeudet ja esitysoikeudet ennen kuin nauha päätyy kanaville. Teosto auttaa tässä vaiheessa mielellään, kun tiedetään mikä kappale halutaan ja kenen esittämänä. Teoston kautta pystyy selvittämään niin suomalaisten kuin ulkomaisten esiintyjien ja kappaleiden oikeuksia. Kaupallista musiikkia ei usein käytetä, sillä se on kovin kallista. Esimerkiksi 15 sekuntia esitysoikeutta Suomeen tunnetusta kappaleesta saattaa maksaa kymmeniä tuhansia euroja.

Kun valmis mainoselokuva on lähtenyt kanaville, on tehtävä musiikista raportoinnit. Teostolle raportoidaan jokaisesta mainoselokuvasta, vaikka raportoitava tieto olisikin vain se, että mainos ei sisällä musiikkia. Jos mainoksessa on käytetty tuotantomusiikkia tai arkistomusiikkia, raportoidaan se ko. arkistoon, jotta Teosto voi laskuttaa käytöstä.

### 11.2 Arkistointi

Asiakas ostaa usein mainoselokuvatuotantoon esitysoikeudet vuodeksi kerrallaan. Lähes kaikkia mainoksia tullaan ajamaan uudelleen jossain mediassa vielä tuon ensimmäisen esitysvuoden jälkeen. Koska kaikki oikeudet

---

<sup>2</sup> [www.teosto.fi](http://www.teosto.fi)

eivät siirry koskaan mainostajalle ikuisiksi ajoiksi, on oikeastaan uusittava näitä myöhempiä esityksiä varten myöhemmin. Siksi on tärkeää että sopimukset ja lähes kaikki mahdollinen tieto tuotannosta säästyy. Hyvin arkistoiduista tiedoista löytyy sitten myöhemmin kaikkien eduksi nämä tiedot nopeasti.

## 12 Production service eli tuotantopalvelu

Yksi suomalaisen mainoselokuvan tuottavimmista muodoista on production service eli tuotantopalvelu. Ulkomaiset mainostoimistot tai tuotantoyhtiöt haluavat toteuttaa kuvauksen useimmiten lokaation takia toisessa maassa. Me suomalaiset olemme siunattu lumen jään ihmeellä, jonka perässä ulkomaiset tuotannot usein Suomeen tulevat.

Production service -tuotannot ovat yleensä hyvin mieluisia suomalaiselle tuotantoyhtiölle. Production service -tuotannot eroavat tavallisista tuotantoyhtiön tuotannoista sillä, että tuotantoyhtiön harteilla ei näissä tuotannossa ole ns. taiteellista vastuuta lopputuloksesta. Production service -tuotannoissa siis tuotantoyhtiö kirjaimellisesti tarjoaa ainoastaa tuotantopalvelun ulkomaiselle yhteistyöyritykselle.

Tuotantopalvelut ovat eksoottista vaihtelua tuotantoyhtiössä, mutta yleensä ne ovat rankempia tuotantoja kuin tavalliset kotimaiset tuotannot. Esimerkiksi lontoolainen mainoselokuvatuottaja on tottunut hieman kurinalaisempaan ja hierarkisempaan tuotantokulttuuriin kuin mitä meillä täällä Suomessa on. Ulkomaalaiset ovat tottuneet myös kokonaisvaltaisempaan palveluun kuljettajia ja esiliinoja (chapperone) myöten. Usein näissä tuotannoissa tuotantopäälliköllä on huomattavasti enemmän organisoitavaa. Työryhmän koko on aina lähes kaksinkertainen. Kuvaukset ovat yleensä jossain muualla kuin pääkaupunki seudulla. Majoitusten, lentojen, kuljetusten ja vaikka asiakkaan manikyöyrin järjestämisessä on hieman enemmän tekemistä kuin tavallisessa tuotannossa.

Tuotantopalvelut ovat omalla tavallaan kuitenkin tärkeitä suomalaiselle tuotantokulttuurille. Jokainen ulkomainen tuotanto opettaa meille, jotain uutta esimerkiksi tuotantotavoista ja tekniikasta. Näiden ulkomaisten tuotantojen myötä koko Suomen alan ammattitaito aina hivenen paranee, ainakin pikkuhiljaa.

## 13 Yhteenveto

Tuotantopäällikön tehtävät mainoselokuvassa ovat monimuotoisia. Juuri monimuotoisuus on ehkä ammatin suola. Koskaan -- ei todellakaan -- tule kahta samanlaista päivää peräkkäin. Jokaisessa uudessa projektissa on aina jotain uutta, josta on otettava selvää. Joskus uudet asiat ovat aivan absurdeja, mutta hauskoja. Joskus taas uudet asiat tai tehtävät saattavat tuntua todella hankalilta. Ripaus luovaa hulluutta onkin tällaisissa tilanteissa poikaa. Missään tuotannossa ei voi välttyä yllätyksiltä. Yllätysten määrää voi kuitenkin rajoittaa ennakoimalla, hyvällä suunnittelulla ja järjestelmällisellä organisoinnilla.

Tutkielmassani viitataan usein tuotantopäällikön suureen työmäärään ja vastuuseen. Organisoitukykyinen ihminen selviää kuitenkin taakasta, kun osaa laittaa asiat tärkeysjärjestykseen. Pitää muistaa, että tuotantopäällikkö ei ole kuitenkaan yksin vastuussa tuotannosta, vaikka se välillä siltä tuntuu, vaan tuottaja vastaa lopulta kaikesta. Toisaalta ammattitaitoa on myös, että huomaa liian isot työtaakat. Ammattitaitoisin on se, joka osaa palkata itselleen assistentin tarpeen vaatiessa. Tuotantopäällikön tehtävät vaativat valtavasti sosiaalisia taitoja erilaisten ihmisten ja tahojen kanssa. Väsyneenä näitä suhteita on vaikea pitää hyvänä ja ammattimaisina. Suhteet ovat kovin tärkeitä kaupallisessa kanssakäymisessä, pienikin särö yhteistyössä voi olla fataalia koko tuotantoyhtiölle.

Toivon, että näillä tutkielmani eväillä helpotan jonkun tuoreen ja kokemattoman tuskaa uuden projektin äärellä. Hyvin hoidetusta työstä saa varmasti lopulta palkinnon ja hyvän mielen. Pitää vaan muistaa olla rehellinen sen suhteen mitä osaa, ja uskaltaa kysyä kun tulee epätiedon hetki. Markku Rönkkö (1997, 42) puhuu ylevästi kunniantuntoisen mainoselokuvan tekemisestä. Rönkön mukaan kunniantuntoinen mainoselokuva täyttää ennalta määritellyn tehtävän, innostaa tekijöitä ja kiinnostaa katsojia. Yhden ainakin näistä teeseistä ostan. Uusista projekteista pitää innostua, jotta työ pysyisi mielekkäänä. Leppoisa ja mukava työtahti on hedelmällistä. Nämä asiat näkyvät aina tavalla tai toisella lopputuloksessa.

## Lähteet

Book, A. C. & Cary, N. D. & Tannebaum, S. I. 1996. *The Radio & Television Commercial*. Third Edition, NTC Publishing Group, Illinois, USA.

daSilva, Raul 1992. *Making Money in Film and Video: a freelancer's handbook*. Second edition, Focal Press, Butterworth- Heinemann, Boston, USA.

Gates, Richard 1995. *Production Management for Film and Video*. Second edition, Focal Press, Reed Educational and Professional Publishing Ltd 1995, Cornwall, Great Britain.

Geuens, Jean-Pierre 2000. *Film Production Theory*. State University of New York Press, Albany, USA.

Rönkkö, Markku 1997. *Lyhyt Onni*. Mainostajien liitto, Jyväskylä.

Tirard, Laurent 2002. *Movie Makers' Master Class*. Faber and Faber Inc, New York, USA.

Tuska, Toivo 2003. *Mainonnan suunnittelun sietämätön keveys*. Talentum Media Oy, Jyväskylä.

## WWW- sivustot

Suomen Elokuva- ja Videotyöntekijäin Liitto SET ry:n ammattilaishakemisto saatavilla www-muodossa <http://www.teme.fi/set/ammattilaishakemisto/> , luettu 6.11.2005.

Teosto. Säveltäjien, sanoittajien, sovittajien ja musiikinkustantajien tekijänoikeusjärjestö. Saatavilla www-muodossa [www.teosto.fi](http://www.teosto.fi) , luettu 6.11.2005.

# Liitteet

## Liite 1

### Tuotantoaikataulumalli 1

<b>TUOTANTO</b>	<b>HACKMAN</b> "Mainos" WDP		
<b>ASIAKAS</b>	<b>IITTALA</b>		
<b>TOIMISTO</b>	<b>KIRNAUSKIS</b>	<b>p. 09 680 3420</b>	
Projektipäällikkö	Marika	050 3XX XXX	email@sahkoposti.fi
Copy	Sigge		
AD	Esko		
<hr/>			
<b>TUOTANTOYHTIÖ:</b>	<b>WOODPECKER FILM Oy</b>	09 8566 5500	
	Laivurinrinne 1, 00120 Helsinki	09 8566 5501	www.woodpeckerfilm.fi
Tuottaja	Hannu Kalliolahti	0400 XXXXX	email@sahkoposti.fi
Ohjaaja	Tommi Pietiläinen	040 XXX XXX	email@sahkoposti.fi
Tuotantopäällikkö	Sivi Uitto	040 XXX XXX	email@sahkoposti.fi
Kuvaaja	Mark Stubbs	040 XXX XXX	email@sahkoposti.fi
Leikkaaja	Anssi Puisto		
<hr/>			
<b>JÄLKITUOTANTO:</b>	<b>GENERATOR POST</b>	<b>020 123 2300</b>	
	Tammasaarenlaituri 3		mat@generator.fi
<b>ÄÄNITUOTANTO:</b>	<b>ELOKUVA ÄÄNIYHTIÖ HUMINA</b>	<b>09 7515 4555</b>	
	Uudemmaankatu 4-6 A3b		

#### TUOTANTOAIKATAULU

##### Pre - production

to 2.6	klo 14:00	PPM	
pe 10.6	klo 12:30	casting ja lavastuksen hyväksyntä ?	
16-17.6		lavasteen rakennus	

##### Production

ma 20.6	klo	esivalaisu	
ti 21.6.	klo	<b>KUVAUS</b>	

##### Post - production

ke 22.6.	klo 11-13:30	Filminkehitys ja Best Light -siirto	Spirit/ Adam / Generator Post
	klo 15:00	Off-line leikkaus alkaa	AVID/ Woodpecker Film Oy
ma 27.6	klo 14:00	Off-line näyttö	AVID/ Woodpecker Film Oy
ke 29.6	klo10-11:00	On-line	EQ/ Jari/ Generator Post
	klo 11:30-12:30	Tape to tape	Spirit / Adam/ Generator post
	klo 13- 15	Grafiikka	EQ/ Jari/ Generator Post
to 30.6.	klo	Audio ?	Humina / Uudenmaankatu 4-6
		VALMIS	

**Liite 2**  
**Tuotantoaikataulumalli 2**

**Publicis Helsinki**

**PIRKKA**  
**Pizza taxi**

**CREA** *filmi*

Laivurinrinne 1 00120 Helsinki p. 8566 5500 f. 8566 5501



**PIRKKA Pizza taksi 30 s**  
**CRF**

**Publicis Helsinki**

Tammasaarenkatu 1  
 00180 Helsinki  
 puh. 228 561  
 fax 2285 6425

Projektijoht.	Miska Rajasuo	XXX-XXXXXX	email @ email.fi
AD	Tuomas Hautamäki	XXX-XXXXXX	email @ email.fi
Copy	Mikko Mattila	XXX-XXXXXX	email @ email.fi

Mainostaja:  
**Ruokakesko Oy**

**Työryhmä**

**emails**

Ohjaaja ja kuvaaja Apul. ohjaaja	Tuomas Salminen Niko Waaralinna	XXX-XXXXXX XXX-XXXXXX	<a href="mailto:tuomas@creafilmi.fi">tuomas@creafilmi.fi</a> <a href="mailto:niko@creafilmi.fi">niko@creafilmi.fi</a>
Tuottaja Tuotantopäällikkö Tuotantoassistentti	Jaakko Kievari Katariina Holma Lauri Rauhanen	XXX-XXXXXX XXX-XXXXXX XXX-XXXXXX	email @ email.fi email @ email.fi email @ email.fi
Kamera-assistentti II kamera-assistentti	Jukka Talikka Hanna-Mari Kanervo	XXX-XXXXXX XXX-XXXXXX	email @ email.fi email @ email.fi
Gaffer Best boy Valomies Key Grip	Ville Penttilä Manu Haapala Ville Salminen Juha Niska	XXX-XXXXXX XXX-XXXXXX XXX-XXXXXX XXX-XXXXXX	email @ email.fi email @ email.fi email @ email.fi email @ email.fi
Äänittäjä	Risto Hankala	XXX-XXXXXX	email @ email.fi
Tekninen järjestäjä	Harri Nieminen	XXX-XXXXXX	email @ email.fi
Casting ja puvustus Catering ja maski	Nina Nygård Sanna Laitila	XXX-XXXXXX XXX-XXXXXX	email @ email.fi email @ email.fi

**Esiintyjä**

Mies	Timo	XXX-XXXXXX
------	------	------------

## Pre-Production

Casting ti 24.2. –  
Location scouting ti 24.2. –

Casting ja location näyttö ti 2.3. klo 12 Creafilmi  
Location recce ma 8.9. klo 16.30 - Hämeenlinna

## Production

Kuvausaika to 11.3 ilta/yö

klo 15 lähtö Helsingistä  
klo 16.20 perillä Hämeenlinnassa  
autojen parkkeeraus  
klo 16.30 ruokailu Raxxissa torin laidalla  
klo 17 valaisu  
klo 18.30 kuvausvalmius (kaupungin valot menee päälle)  
klo 19 kamera käy

Kuvauspaikka Hämeenlinnan tori

Ajo-ohje

1. Hakeudu 3-tielle, moottoritie Helsinki-Hämeenlinna-Tampere
2. Kun saavut Hämeenlinnaan, seuraa opasteita keskustaan
3. Eli liittymä moottoritieltä Hämeenlinnaan on ohjeissa oleva Kaivokatu

Ja luonto hoitaa loput.....

4. Jos meni sormi suuhun, ota se pois ja soita Harrille 0400 - 627142

## Post-production

Kehitys pe 12.3. Finnlab  
Siirto ja synkkaus pe 12.3. klo 13 - Generator Post / Marko / Spirit

Off-line ma 15.3. – ti 16.3. Crea Filmi / Avid  
Off-line näyttö toimistolle ma 15.3. iltapäivällä Crea Filmi / Avid  
Off-line näyttö asiakkaalle ti 16.3. klo 11 ? Crea Filmi / Avid

Editointi to 18.3. Generator Post / Ari / Henry  
Audio pe 19.3. Generator Post / Sami K. / ProTools

Filmi valmis, hyväksyntä ma 22.3.

Jättö ke 24.3.  
Jlos ma 29.3.

### Liite 3

#### TYÖTEHTÄVÄT MAINOSELOKUVASSA

##### Johtavat- ja vastuutehtävät :

Ohjaaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- käsikirjoituksen muokkaus eli treatmentin teko</li> <li>- vastaa visuaalisesta ilmeestä/ tyylistä / tahdistä/ dramaturgiasta (vastuu jaetaan yhdessä toimiston kanssa)</li> <li>- miettii kuvat kuvaajan kanssa</li> <li>- ilmaisee toiveensa / tahtonsa työryhmälle</li> </ul>
Tuottaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vastuussa asiakas suhteista/ Mainostoimisto</li> <li>- markkinoi ohjaajaa</li> <li>- vastuussa lopulta kaikesta</li> </ul>
Kuvaaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kuvien suunnittelu</li> <li>- kuvien valaisun suunnittelu / toiveet / tyylit</li> <li>- värimäärittelyissä mukana oleminen</li> <li>- oman teknisen kalustonsa valinta</li> <li>- teknisen ryhmän valinta</li> </ul>
Tuotantopäällikkö	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pitää tuotannon budjetissa</li> <li>- buukkaa työryhmän</li> <li>- asettaa palaverit</li> <li>- sopii tuotantoaikataulut</li> <li>- huolehtii työnjohtajan tavoin ryhmänsä hyvin voinnista</li> <li>- tekee sopimukset näyttelijöiden ja ryhmän kanssa</li> <li>- pitää kuluseurantaa</li> <li>- hoitaa jälkitöihin kuuluvat kokoavat työt´</li> <li>- arkistoi</li> <li>- infoaa työryhmän</li> <li>- huolehtii avustajista</li> <li>- lyö klaffia ja pitää kuvauskirjaa</li> <li>- hoitaa matkat ja majoitukset</li> </ul> <p>Tuotantopäälliköllä saattaa olla apunaan tuotanto koordinaattori tai tuotanto assistentti joilloin tehtävät jaetaan.</p>
Apulaisohjaaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tekee kuvausaikataulun *</li> <li>- kuvauspaikalla pitää kuvaukset aikataulussa *</li> <li>- vastaa jatkuvuudesta*</li> <li>- huolehtii kuljetusaikatauluista</li> <li>- infoaa työryhmää kuvauspaikalle</li> <li>- huolehtii avustajista kuvissa</li> <li>- pitää kuvauskirjaa</li> </ul> <p><b>HUOM!</b> kun apulaisohjaajaa ei ole palkattu tuotantoon. Hänen tehtävistään huolehtii Tuotantopäällikkö</p>

Tuotannon tehtävät:

Casting Ohjaaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vanhanaikainen nimi roolittaja</li> <li>- etsii esiintyjät ja avustajat tuotantoon</li> <li>- sopii esiintyjien työpäivistä ja palkoista</li> </ul>
Tekninen järjestäjä	<ul style="list-style-type: none"> <li>- etsii kuvauspaikat</li> <li>- hoitaa kuvausluvut, parkkiluvat</li> <li>- kuvauspaikkoihin liittyvät lisäjärjestelyt (esim. veneet, nosturit)</li> <li>- sosiaalitulat</li> <li>- siivoaa kuvauspaikat</li> <li>- liikenne järjestelyt esim. Liikenteenpysäytys</li> <li>- vastaa kuvissa olevista autoista</li> </ul>
Kuvausjärjestäjä	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pienemmissä tuotannoissa käytetty teknisen järjestäjän asemasta</li> <li>- saattaa vastaa kuvauspaikoista, castingista, rekivistä ja puvustuksesta</li> <li>- yleensä vastaa muutamasta asiasta esim. rekvisiitta ja kuvauspaikat</li> </ul>
Catering	<ul style="list-style-type: none"> <li>- huolehtii kuvauspaikan ruokailuista niin asiakkaiden kuin ryhmänkin</li> <li>- huolehtii oman jätehuoltonsa ja kuvauspaikan siivouksen omalta osaltaan</li> </ul>

Taiteijat:

Production Designer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vastaa koko tuotannon visuaalisesta ilmeestä</li> <li>- puvustus, lavastus, meikki,</li> <li>- harvemmin käytetty Suomessa</li> </ul>
Lavastaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- luo ohjaajan haluaman maailman kuviin</li> <li>- suunnittelee ja rakentaa lavasteet</li> </ul>
Rekvisitööri	<ul style="list-style-type: none"> <li>- rekvisitoi lavasteen tai kuvauspaikan</li> <li>- huolehtii kuvissa olevista lampuista ( valaisija taas niiden polttimoista)</li> <li>- vastaa kuvissa syötävästä ruuasta</li> <li>- vastaa esiintyjien käyttämistä välineistä</li> </ul>
Stylisti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- stylisti suunnittelee esiintyjien tyylin</li> <li>- stylisti suunnittelee myös meikin</li> <li>- käytetään muotikuvauksissa eniten</li> </ul> <p>Jollei ole erikseen puvustajaa, stylisti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pitää huolen vaatteista</li> <li>- huolehtii esiintyjien lämpimyydestä</li> <li>- koruista, laukuista</li> </ul>
Puvustaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- suunnittelee puvustuksen</li> <li>- huolehtii esiintyjien lämpimyydestä kuvauspaikalla</li> <li>- hoitaa korut, laukut ja ns. accessories</li> </ul>
Maskeeraaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- huolehtii maskista</li> <li>- vuokraa peruukit, viikset, pulisongit</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- huolehtii esiintyjien hiuksista</li> <li>- maskeeraa ruhjeet, mustelmat, jne</li> </ul>
--	--

Tekniset tehtävät:

Kamera-assistentti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- huolehtii kamera kalustosta</li> <li>- lataa ja skarppaa</li> <li>- vaihtaa linssit ja tarkistaa portin</li> <li>- huolehtii kamera korkeudesta statiivilla</li> <li>- huolehtii että ohjaaja saa nauhoittavan video kuvan</li> <li>- Kuljettaa kaluston kuvauspaikalle</li> <li>- vastaa asiakas monitoroinnista</li> <li>- Kamera-assistentteja voi olla myös ns. kakkos kamera-assistentti ja video assari</li> </ul>
Valaisija/ Gaffer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- huolehtii valaisusta</li> <li>- valokalustosta ja sen kuljetuksesta</li> <li>- värilämpötiloista</li> <li>- studion esivalaisusta</li> <li>- sähkön käytöstä/ kulutuksesta / generaattoreista</li> <li>- polttotunneista</li> <li>- valaisijalla on usein alaisenaan BB eli Best Boy. BB on hänen lähin alaisensa ja vastaa esim.kaluston lastaamisesta ja kuljetuksesta kuvauspaikalle</li> <li>- valaisijalla on ryhmässään myös valomiehiä</li> </ul>
Key Grip/ Grip	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vastaa kameran liikkeistä</li> <li>- erityisistä kiinnityksistä esim. autoon tai helikopteriin</li> <li>- Kraana nostoista</li> <li>- dolly ajoista</li> <li>- kansainvälisissä tuotannosta vastaa kameran kiinnityksistä aina kinopäästä alaspäin</li> </ul>
Äänittäjä	<ul style="list-style-type: none"> <li>- äänittää 100% ääntä kuvauksissa</li> <li>- synkkaa mahdollisesti äänet ja kuvan Off-line leikkausta varten</li> </ul>

Erikoistehtävät:

SFX	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vastaa tuotannossa tapahtuvista erikoistehosteista esim. räjähdyksistä, sadetuksesta, kolareista, jne</li> </ul>
Eläinten käsittelijä	<ul style="list-style-type: none"> <li>- huolehtii eläimistä kuvissa ja kuvauspaikalla</li> <li>- kouluttaa eläimet esiintymiskuntoon</li> </ul>
Stuntkoordinaattori	<ul style="list-style-type: none"> <li>- suunnittelee tarvittavat stuntit</li> <li>- huolehtii stuntin turvallisuudesta</li> </ul>
Stunt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- toteuttaa koordinaattorin suunnittelemat stuntit</li> </ul>

Jälkityötehtävät:

Äänisuunnittelija	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vastaa äänen jälkikäsettelystä</li> <li>- miksauksesta</li> <li>- musiikista</li> </ul>
Leikkaaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- leikkaa ohjaajan ohjaamana jutusta storyboardin mukaisen</li> <li>- huolehtii EDL tiedostot eteenpäin jälkituotanto taloon</li> </ul>
Colorist/ Värimäärittelijä	<ul style="list-style-type: none"> <li>- värimäärittelee kuvan jälkitöissä</li> <li>- skannaa materiaalin digitaaliseen muotoon</li> </ul>
Animaattorit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Animoivat digitaaliset animaatiot kuvan jälkitöissä</li> </ul>
Yksikkö operaattorit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kuvan jälkityöt ovat monivaiheiset. Riippuen täysin tuotannosta kuvaa tehdään eri yksiköissä. Jälkituotantotalot ovat ottaneet käyttöön kansainvälisen tavan nimetä kunkin henkilön työtehtävä yksimukaan esim. Henry operaattori</li> </ul>

## Liite 4 Call Sheet



WOODPECKER FILM

### VEIKKAUS "Labyrintti" WDP50043

<b>Kuvauspäivä 1 07.04.05</b>	<b>Ohjaaja</b>	Jalmari	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
Lokaatio 1: Vesilaitos, Viikki	<b>Kuvaaja</b>	Jean Noel Mustonen	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
Lokaatio 2: Helsingin Energia, Kruna	<b>Tuottaja</b>	Jukka Valtanen	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
Lokaatio 3: Yrjönkatu 25	<b>Tuotantopäällikkö</b>	Sivi Ulitto	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
<b>Kuvauspäivä 2 08.04.05</b>	<b>Tekninen järj. apu</b>	Harri Nieminen	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
lokaatio 1: Kaisakoti, Bodomintie 37, Esbo	<b>Focus puller</b>	Sari Aaltonen	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
Studio Angel Studiot	<b>Clapper loader</b>	Tuomas Järvelä	to XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
		Tero A	to ilta XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Video assari</b>	Tuomas Ripatti	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Gaffer</b>	Jani Pinomaa	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Valomies</b>	Sampsa Pärnänen	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Valomies</b>	Sampsa Ylikoski	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Valomies</b>	Karri Pöykö	to ilta XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Valomies</b>	Kosti Lehikoinen	to ilta XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Valomies</b>	J-P Passi	to ilta XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Puvustus</b>	Saija Siekinen	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Make-up</b>	Mari Vaalasranta	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Lavastus</b>	Katariina Lume	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Rekvi assari</b>	Maria Ångerman	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>
	<b>Catering</b>	Gunsan Järnefelt	XXX-XXXXXX	<a href="mailto:email@sahkopostiemai.fi">email@sahkopostiemai.fi</a>

AURINKO	7.huhti	8.huhti
nousee	6:27	6:24
laskee	20:20	20:22
<b>CALL TIME</b>	<b>8:00</b>	<b>6:30</b>
Meikki ja puku	8:00	5:00
Grip/ valot/ Cam	8:00	6:30
järjestelyt / rekvi	8:00	5:00
Catering	8:00	11:00
<b>Kuvausvalmius</b>	<b>9:00</b>	<b>8:00</b>
Lounas, noin klo	13:00	11:30
Illallinen	19/21	17:00
Purku	<b>22:30</b>	<b>19:00</b>

Torstai 07.04.05					
Kuvausaika	Kuva	Int./Ext.	Setti & toiminta	esiintyjä	muuta
9:00	5	int.	Viikki vesilaitoksen tunnelit	1	
			Kuvia 3 kappaletta	1	
13:00	5	int.	Siirtyminen Kruunuhakaan	1	
			Kuvia 2 Kappaletta	1	
17:00			<b>Siirtyminen/ rakennus Yrjönkadun uimahalli</b>		
19:00			Harjoitus valmius		
19:30	Loppu 2B	ext.	Karnevaalit Laaja Hero väkijoukossa	1,3, ja extrat	
	Loppu 2A	ext.	Hero nousee luukusta, poliisi auttaa häntä	1,3 ja extraja	
22:30			<b>PURKU</b>		

Perjantai 08.04.05					
Kuvausaika	Kuva	Int./Ext.	Setti & toiminta	esiintyjä	muuta
6:30			rakennus Jacuzzi		
8:00	loppu 3B	int.	Jacuzzi Laaja kuva jossa mies nousee vedestä	1,4,5,6,7,8,9	
	loppu 3A	int.	Lähis miehen kasvoista	1,4,5,6,7,8,9	
9:00-10:30			<b>Siirtyminen Studioon</b>		
12:00	1	int. Selli	nallekarhumainen vankitoveri nukkuu yläpedissä Laaja	1,2	
	2	int. Selli	Wcpönttö LK / kädet laittavat pöntön paikoilleen		
	Loppu 1A	int. selli	Mies nousee lattian läpi taksisin selliin LK		
	Loppu 1B	int. selli	seli toveri halaa miestä Laajis		
15:00	6	ropelli	Mies juoksee kameran ohitse ja valitsee suuntaa laajis	1	Iso tuuletin
	7	ropelli	Mies valitsee vasemman suunnan LK		
17:00	3	kapea tunneli	Mies ryömii tunnelissa LK	1	
	4	kapea tunneli	LKK mies ryömii tunnelissa		
19:00			<b>Purku</b>		

Esiintyjä	Puhelinnumero	kuvaus	Nr	Puvustus ja meikki	On set	Muuta
Björn	xxx-xxxxxxx	razzi	Hero	1		nouto Katu 4
Kristian Forsman	xxx-xxxxxxx		seli toveri	2	11:30	Tien ja kadun risteys
Tero Halonen	xxx-xxxxxxx		poliisi	3		Tie 7 A, 00630
Larissa Makkonen	xxx-xxxxxxx	fondi	jacuzzi	4	5:30	
Heli Mikkonen	xxx-xxxxxxx		jacuzzi	5	5:30	
Outi Keto-Tokoi	xxx-xxxxxxx	fondi	jacuzzi	6	5:30	
Tuuli Eräkangas	xxx-xxxxxxx		jacuzzi	7	5:30	
Zoja Sazonov	xxx-xxxxxxx	actors	jacuzzi	8	5:30	
Tiina Heino	xxx-xxxxxxx	razzi	jacuzzi	9	5:30	
<b>Extras:</b>	xxx-xxxxxxx					
Ilona Siitari	xxx-xxxxxxx		Minna Sillanpää	xxx-xxxxxx	Veli-M Lehikoinen	xxx-xxxxxx
Nona Paavolainen	xxx-xxxxxxx		Ilkka Koistinen	xxx-xxxxxx	Tomi Germanow	xxx-xxxxxx
Sirpa Riuttala	xxx-xxxxxxx		Tuukka Jukola	xxx-xxxxxx	Teemu Mustajoki	xxx-xxxxxx
Gabriela Haupt	xxx-xxxxxxx		Riku Kaijansinkko	xxx-xxxxxx	Lapset: äidit punaisella	xxx-xxxxxx
Saana Peltola	xxx-xxxxxxx		Pauli Martikainen	xxx-xxxxxx	Helka Ketonen	xxx-xxxxxx
Marja Tyni	xxx-xxxxxxx		Ilja Mäkelä	xxx-xxxxxx	Aarne Velhonoja	xxx-xxxxxx
Marja Hiltunen	xxx-xxxxxxx		Petteri Kontti	xxx-xxxxxx	Otso Velhonoja	xxx-xxxxxx
Anniina	xxx-xxxxxxx		Kristian Häkkinen	xxx-xxxxxx	Milja Rautiainen	xxx-xxxxxx
Meri Kariluoto	xxx-xxxxxxx		Ville Räisänen	xxx-xxxxxx	Jade Rautiainen	xxx-xxxxxx
Venla Vuori	xxx-xxxxxxx		Lauri Mehtonen	xxx-xxxxxx	Jella Rautiainen	xxx-xxxxxx
Hanna Heiskanen	xxx-xxxxxxx		Riku Nurminen	xxx-xxxxxx	Tuli Jussi	xxx-xxxxxx