



KOHTI PAREMPAA JÄLKITUOTANTOA

Elokuvan jälkituotanto tuottajan näkökulmasta

Aina Ilona Tolmunen

Opinnäytetyö

Huhtikuu 2012

Viestinnän koulutusohjelma

Mediatuottaminen

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu

Viestinnän koulutusohjelma

Mediatuotanto

AINA ILONA TOLMUNEN

Kohti parempaa jälkituotantoa

Elokuvan jälkituotanto tuottajan näkökulmasta

Opinnäytetyö 34 sivua, 1 liite

Huhtikuu 2012

Opinnäytetyöni käsittelee suomalaisen elokuvan tuotantoa, erityisesti jälkituotantoa, tuottajan näkökulmasta. Kirjallinen opinnäytetyöni koostuu pääasiassa kahdesta henkilöhaastattelusta ja internetissä julkaistuista kirjallisista artikkeleista ja tilastoista. Opinnäytetyöni on opastyylinen koonti jälkituotantoon liittyvistä asioista, joita erityisesti tuottajan on hyvä tietää, sen tarkempaa syventymättä esimerkiksi teknisiin yksityiskohtiin.

Tämä kirjallinen työ on toinen osa opinnäytetyöstäni ja toinen osa on Sudenveistäjä – lyhytelokuva, jossa toimin tuottajana, myös jälkituotannossa. Elokuvan jälkituotanto elää tällä hetkellä murroksessa, koska tekniikka on siirtymässä lähes täysin filmistä digitaaliseen ja yhä enemmän elokuvan elementtejä tehdään jälkituotannossa kuvausten jälkeen. Tuottajan roolissa pätee kuitenkin varsin selkeä ohje. Jokaisessa tuotannon vaiheessa tuottajan on oltava perillä siitä, mitä missäkin vaiheessa tehdään, kuka tekee, missä, kauanko se kestää ja paljonko se maksaa. Jälkituotanto on huomioitava alusta asti, osana kokonaisuutta.

Asiasanat: elokuva, jälkituotanto, tuottaja, tuottajan rooli, tuotannon eri vaiheet, kokonaishallinta, kokemus

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences

Degree programme of Media

Media Production

AINA ILONA TOLMUNEN

Towards a better post-production

Film post-production producer's point of view

Bachelor's thesis 34 pages, 1 appendix

April 2012

This thesis examines is about Finnish film productions, especially post-production producer's point of view. The thesis consists primarily of two interviews and internet articles and statistics. My thesis examines is a one kind of guide about tings that producer must notice in post-production but it is still not get into too specific technical details.

This thesis examines is a one part of two parts. The other part is a short film called Wolf Carver. I produced that film, also during the post-production. Film post-production are currently living in transition, because the technology is moving almost entirely from film to digital and more and more elements of the film are making in post-production. The producer's role is still quite easy to understand. In every part of production, the producer must be aware of every step is made, by whom, where, how long is going to take and how much it costs. Producer must take care of post-production from the beginning and undestand that it is a very important part of the whole production.

Sisällys

1	Johdanto	5
2	Elokvatuottajan työnkuva	6
2.1	Tuottaja on vastuunkantaja.....	6
2.2	Suomalainen elokuva ja sen rahoitus	7
3	Elokuvan jälkituotanto	11
3.1	Jälkituotanto eli post-production	11
3.2	Jälkituotannon vaiheet	13
3.3	Siirtyminen filmistä digitaaliseen	14
4	Jälkituotannon workflow haltuun	16
4.1	Leikkaustyö käyntiin	16
4.2	Värimäärittely	16
4.3	Äänisuunnittelu ja musiikki	17
4.4	Efektit ja grafiikat	17
5	Jälkipuhteet, levitys ja markkinointi	19
5.1	Levitysyhtiöiden ja elokuvateattereiden rooli	19
5.2	TV -levitys.....	20
5.3	Elokvafestivaalit ja kansainvälinen levitys	21
5.4	Arkistointi.....	21
5.5	Kiitokset ja Teosto	22
5.6	Kieliversiot.....	23
5.7	Kaupallisen myynnin formaatit	24
5.8	360 asteen markkinointi	25
6	Kohti parempaa jälkituotantoa	26
6.1	Ilman jälkituotantoa ei ole elokuvaa.....	26
6.2	Jälkituotanto mukaan alusta asti.....	27

6.3	Jälkituotannon murros ja tulevaisuus	29
7	Lähteet	31
8	Liitteet	33

1 Johdanto

Opinnäytetyöni taustalla on vahva kiinnostus elokuvatuottamiseen ja kirjallisessa osiossa keskityn erityisesti jälkituotantoon. Englanniksi sitä kutsutaan termillä post-production, josta käytetään Suomessakin usein lyhennettä post. Tarkastelen jälkituotannon eri vaiheita ja mitä erityisesti tuottajan on otettava niissä huomioon. Koska tuottajan työ on kuitenkin kokonaisvaltaista, avaan lyhyesti myös muita tuotannon osa-alueita kuten rahoitusta, jälkiselvitysten tekoa ja elokuvan markkinointia ja levitystä.

Vaikka tuotin Tampereen ammattikorkeakoulussa osana opinnäytetyötäni lyhytelokuvan Sudenveistäjä, en aio käsitellä kyseistä elokuvaa tässä kirjallisessa osuudessa sen enempää. Sudenveistäjän kautta sain kuitenkin innostuksen jälkituotantoon, koska näen, että se on vähintäänkin yhtä tärkeä työvaihe kuin esimerkiksi kuvausten järjestäminen. Sudenveistäjässä pyrin myös olemaan erityisen läsnä jälkituotannossa ja palautteen perusteella onnistuinkin siinä hyvin. Sudenveistäjän kautta tajusin myös sen, että jälkituotannossa on monta osa-aluetta, mitä pitää osata hallita. Jokainen jälkituotannon osa-alue, kuten leikkaaminen tai äänisuunnittelu, vaativat sekä vahvaa teknistä tietämystä että luovaa ja taiteellista näkemystä.

Opinnäytetyöni on suunnattu erityisesti alan opiskelijoille, tuleville tuottajille. Siitä on varmasti hyötyä myös alalla työskenteleville, mutta tietotaitoni ja erityisesti se, etten ole vielä työskennellyt pitkän elokuvan parissa, väistämättäkin suuntaa tämän työn enemmän alan opiskelijoille kuin pitkän uran tehneille ammattilaisille. Toki muuttuva maailma ja teknologia ovat kaikille uutta ja sen murrosta aionkin tässä lopputyössäni erityisesti pohtia. Jälkituotannosta löytyy paljon teknistä kirjallisuutta, esimerkiksi leikkaajille suunnattua, mutta tuottajan osallisuudesta jälkituotannossa ei ole paljoa kirjoitettu. Tämäkään kirjallinen tuotos ei tarjoa kaikenkattavaa jälkituotannon opasta, mutta se avaa pääpiirteitä jälkituotannon keskeisistä vaiheista ja termistöstä. Ennen kaikkea se avaa ammattilaishaastattelujen kautta heidän näkemyksiään jälkituotannosta, aitojen esimerkkien avulla.

2 Elokuvatuottajan työnkuva

2.1 Tuottaja on vastuunkantaja

Usein elokuvia tehdessä nostetaan esille elokuvan ohjaaja. Hän on taiteellinen johtaja, mutta elokuva tarvitsee taustalleen tuotantoyhtiön ja tuottajan. Tuottaja päättää käsikirjoituksen tai idean perusteella, aletaanko elokuvalla hankkimaan tuotantotukea ja rahoitusta. Suomen elokuvasäätiöstä voi hakea myös käsikirjoitustukea, joka on henkilökohtainen ja jonka avulla käsikirjoittaja voi kehittää käsikirjoitustaan ennen varsinaista tuotantoa. Tuottajan on siis ensiarvoisen tärkeää osata ymmärtää käsikirjoituksia ja löytää niistä sellaiset tarinat, joiden arvoon uskoo. Tuottajan on osattava myös sanoa, mikä käsikirjoituksessa on heikkoa ja mitkä ovat realistiset mahdollisuudet sen toteuttamiseen. Toki tuottajan pitää osata olla myös rohkea ja uskaltaa lähteä mukaan uusiin ja innovatiivisiin tuotantoihin. Kokenut tuottaja osaa käyttää harkintakykyään siinäkin asiassa. Tuottaja on viime kädessä vastuussa elokuvasta. Tuottaja hankkii rahoituksen ja palkkaa työntekijät elokuvaan. Tuottaja pitää huolen kaikista elokuvaan liittyvistä sopimuksista. Tuottajan on osattava tehdä päätöksiä, jos elokuva ei saakaan toivottua rahoitusta ja se joudutaan syystä tai toisesta perumaan. Myös, jos elokuva jää tappiolliseksi, on tuottajan kannettava taloudellinen vastuu.

Tuottajan on huolehdittava, että tuotanto etenee aikataulussa ja oltava jatkuvasti hereillä, jos niin ei tapahdukaan ja tehtävä tarvittaessa kompromisseja. Mitään tuotantoa ei voi ikuisuuteen hioa, jossain vaiheessa se on tehtävä valmiiksi, vaikka esimerkiksi leikkaus jäisi jonkun mielestä vielä keskeneräiseksi. Tuottajan on ensi kädessä huolehdittava siitä, että eteenpäin mennään, unohtamatta laadukasta lopputulosta. First floor productions tuotantoyhtiön Pauli Pentti toteaa, että kokemuksen kautta tuottaja oppii, missä vaiheessa pitää tehdä päätöksiä. Milloin elokuvaa näytetään rahoittajille, milloin levitysyhtiölle, milloin TV-yhtiöille ja miten paljon muutoksia voidaan vielä sen jälkeen tehdä. (Pentti, 4.4.2012). Talvi Digital jälkituotantoyhtiön tuottaja Ville Lepistö toteaa, ettei tuottajan kuitenkaan kannata

lyödä elokuvan ensi-iltaa lukkoon liian varhaisessa vaiheessa, jos jälkituotannon kestosta ei ole tarkkaa käsitystä (Lepistö, 24.11.2011).

Tuottajan on tiedettävä teknisen termistön perusteet ja kokemuksen myötä käsitys eri työvaiheiden kestosta paranee. Tuottajan on osattava arvioida kuinka paljon ja millaista osaamista mikäkin työvaihe vaatii. Päätöksiä on osattava tehdä nopeasti myös silloin, jos näyttää, että johonkin työvaiheeseen on budjetoitu liian vähän tai liikaa.

Pitää koko ajan olla hereillä. Ja pystyä kommunikoimaan eri työvaiheita tekevien ihmisten kanssa, oikea-aikaisesti. Ei se sen kummoisempaa ole. Tietää sen, että jos budjetissa on leikkausassistentti 12 päivää, niin mitä se oikeasti tekee. Jos tuntuu siltä, että eihän tätä tarvita, niin sitten mahdollisimman nopeasti vaan pyyhkii sen sieltä pois ja erottaa sen ihmisen. Iso moka on antaa vaan asioiden mennä, eikä tarttua niihin. (Pentti, 4.4.2012)

Kuten tuottajan, myös ohjaajan rooli jatkuu kuvausten jälkeen. Usein hän seuraa tiiviisti leikkaajan työtä. Jos elokuvassa käytetään paljon visuaalisia efektejä, ohjaajalla on niihin myös omat visionsa. Esimerkiksi Rare Exportsin ohjaaja Jalmari Helander vastasi myös elokuvan lavastuksen suunnittelusta. Lepistö toteaa, että totta kai ohjaajalla on visio ja taiteellinen vastuu, peräänkuuluttaen kuitenkin jälkituotannon henkilöiden taiteellistakin vastuuta.

”Silti ne postijampparit on ne, jotka toteuttaa sen. Ja parhaimmassa tapauksessa ne tuo siihen enemmän, mitä ohjaaja on pystynyt edes miettimään.” (Lepistö, 24.11.2011)

2.2 Suomalainen elokuva ja sen rahoitus

Elokuvanteko voidaan karkeasti jakaa kolmeen osaa, esituotanto, tuotanto ja jälkituotanto. Esituotannossa hiotaan käsikirjoitusta ja hankitaan rahoitus, tuotannossa suunnitellaan ja toteutetaan kuvaukset, jälkituotannossa tehdään elokuva valmiiksi ja levitetään se. Eri vaiheiden pituudet vaihtelevat tuotannoittain ja esimerkiksi

dokumentin tekeminen eroaa paljon fiktion tuottamisesta.

ESITUOTANTO

- Käsikirjoituksen ja ohjaajan hyväksyntä
- Käsikirjoittaminen
- Taustatutkimus, haastattelut, kirjallisuus
- Kokonaisuikataulus

TUOTANTO

- Tuotantoon hyväksyntä
- Cast
- Crew
- Location scout
- Kuvaussuunnitelmat
- Kuvaukset

JÄLKITUOTANTO

- Leikkaus
- Äänet, musiikki
- Värimääritys
- Efektit ja grafiikat
- Ensi-ilta
- Levitys
- Markkinointi



KUVIO 1 / Tuotannon vaiheet / tehnyt Ilona Tolmunen 2012

Audiovisuaalista sisältöä tuottavien yritysten edunvalvonta- ja palvelujärjestö SATU ry:n jäsenrekisteriin kuuluu 97 eri tuotantoyhtiötä. *SATU ry:n jäseneksi voidaan hyväksyä oikeuskelpoinen yhteisö, jonka päätoimiala on televisiolähetystoiminnan harjoittajasta riippumaton TV-, elokuva-, mainoselokuva- tai muu audiovisuaalinen tuotanto. Jäseneksi hakevalla yrityksellä tulee olla jatkunutta toimintaa vähintään yhden päättyneen tilikauden verran (SATU ry, www-sivut).* Jäsenluettelo on kuitenkin vain suuntaa-antava, koska jäseneksi kuuluminen on tuotantoyhtiöille vapaaehtoista. Jäsenluettelo keskittyy muutenkin alan suurimpiin ja pääosin pääkaupunkiseudulle keskittyneisiin tuotantoyhtiöihin. Tuotantoyhtiöitä voidaan luetella muillakin tavoin. Esimerkiksi Suomen elokuvasäätiön uusimmassa Suomalaiset elokuvat 2012 - julkaisussa keskitytään juuri nyt säätiön rahoituksen piirissä oleviin elokuviin ja niiden tuotantoyhtiöihin. Listauksessa on 69 elokuvatuotantoyhtiötä. (SES, Suomalaiset elokuvat 2012).

Suomessa on tuotettu vuonna 2010 18 pitkää elokuvaa, joiden osarahoittajana on ollut Suomen elokuvasäätiö (Myöhemmin säätiö) (Suomen elokuvasäätiön www-sivut

6.12.2011). Säätiön tuki voi olla korkeintaan 50 prosenttia elokuvan kokonaisbudjetista ja maksimissaan 800 000 euroa. Tuotannon budjetoinnissa otetaan alusta asti huomioon jälkituotannon osuus. Tuottajan on osattava budjetoida jälkituotantoon riittävästi, myös mahdollisten yllätysten varalle. Jälkituotannon budjetoinnissa tulee huomioida leikkaus, värimääritys, äänien, musiikin teko, kopioinnit ja markkinointikustannukset. Efektit, animaatiot ja grafiikat kuuluvat myös jälkituotannon kuluihin. Säätiön tukiohjeet ovat hyvin seikkaperäiset ja niihin kannattaa tutustua erittäin huolella ja ajoissa, ennen kuin hakee tuotannolle tukea. Pentti toteaa, että säätiön raportointivaatimukset ovat myös hyvin tarkat ja läpinäkyvät. Säätiölle tehdään väliraportit kuvausten jälkeen ja leikkauksen päätyttyä. Tarvitaan Suomen kirjanpitojärjestelmän hyväksymä normaali, tilitoimiston tekemä kirjanpito. Siihen on kerätty kulut projektikohtaisesti ja tuloslaskelmasta ja pääkirjasta siirretään tiedot säätiön Excel-pohjalle, oikeisiin kohtiin. (Pentti, 4.4.2012). Lisäksi vuosittain tuotetaan satoja lyhytelokuvia ja muita omarahoitteisia projekteja. Myös kansainväliset yhteistuotannot ovat lisääntyneet viime vuosina. Esimerkiksi elokuvissa Rare Exports ja Iron Sky on osatuottajina ulkomaalaisia tuotantoyhtiöitä ja rahoitusta.

Säätiö vaatii tuotantotuen kohdalla, että elokuvalla on levittäjä, kuten Yle. Yle on merkittävä taho, toteaa myös säätiön toimitusjohtaja Irina Krohn Helsingin Sanomien haastattelussa: *”Viitenä viime vuonna säätiön tukemasta sisällöstä 80 prosenttia on päätynyt Ylen esittämäksi.”* (HS, 11.4.2012). Pentti toteaa, että elokuvalevittäjät ovat maailmanlaajuisesti yksi merkittävimmistä elokuvan ennakkorahoittajista. Elokuvia rahoitetaan maksamalla niin sanottua levitysennakkoa tuottajille. Ensin kaikista lipputuloista puolet menee elokuvateatterille, jonka jälkeen levittäjä saa oman osuutensa. Sen jälkeen tuotoista otetaan print and advertising –kulut eli elokuvan kopioihin ja mainontaan sijoitettuja levittäjän rahoja. Sen jälkeen otetaan lipputuloista vähennetään elokuvalla myönnetty levitysennakko. Vasta sen jälkeen alkaa tuottaja saada lipputuloja itselleen. (Pentti, 4.4.2012).

Vuonna 2010 Suomen elokuvasäätiö on jakanut 21 tuotannolle Markkinointi ja levitystukea yhteensä 1 230 600 euroa (hakijoita 24). Lisäksi 8 tuotannolle on

myönnetty jälkitukea yhteensä 913 753 euroa (hakijoita 8). Tilastojen mukaan siis suurin osa tuen hakijoista on myös saanut sitä. Tukimäärät ovat kuitenkin suhteellisen pieniä, levitystukeen on satsattu koko tukien määrästä 2% kuin varsinaiseen tuotantotukeen on mennyt 86% (SES, Elokuvasäätiön tukiohjeiden Markkinointi- ja levitystuki kohdassa mainitaan muun muassa, että elokuvalla pitää olla allekirjoitettu levityssopimus, jotta tuki voidaan myöntää. Markkinointitukea hakee elokuvan markkinoinnista päävastuun kantava taho eli yleensä suoraan levitysyhtiö. (SES, Tukiohjeet). Pauli Pentti tarkentaa vielä, että elokuva saa automaattisesti myös ikään kuin jälkitukea, joka on sidonnainen katsojamääriin. (Pentti, 4.4.2012).

Tuotannon jälkitukea myönnetään 4,00 euroa jokaista ensimmäisenä esitysvuotena myytyä normaalihintaista pääsylippua kohden 45.001:stä lipusta lähtien. Jälkitukea laskettaessa otetaan huomioon myös Koulukino-esitysten maksaneet katsojat. Tuotannon jälkituen kokonaismäärä voi kuitenkin olla enintään 200.000 euroa ja enintään 50% säätiön hyväksymistä tuotantokustannuksista. Milloin säätiö on myöntänyt elokuvaa varten tuotannon ennakkotukea, voi jälkituen määrä olla enintään 400.000 euroa ja ennakkotuen ja jälkituen yhteismäärä olla enintään 800.000 euroa ja enintään 50% säätiön hyväksymistä tuotantokustannuksista. (SES, Tukiohjeet)

Koska julkinen rahoitus on nykyään yhä enemmän kiven alla, tuottajat yrittävät saada mukaan kaupallisia rahoittajia. Kaupalliset rahoittajat saattavat hyvinkin lähteä mukaan, mutta yleensä he haluavat hyötyä siitä itsekin, esimerkiksi tuotesijoittelun avulla. Tuottajan onkin ensiarvoisen tärkeää sopia, mitä kyseisellä sponsoroinnilla saadaan ja miten yhteistyötaho siitä haluaa hyötyä. Tuottajan täytyy pitää huolta, että mahdolliset tuotesijoittelukuvat kuvataan eikä niitä leikata pois leikkausvaiheessa. Tuottajan on myös käytävä avointa keskustelua ohjaajan ja muun taiteellisessa vastuussa olevien kanssa, miten mahdollinen tuotesijoittelu sopii elokuvaan, ettei se olisi päälle liimattua.

3 Elokuvan jälkituotanto

3.1 Jälkituotanto eli post-production

Kun elokuva on siinä vaiheessa, että se on saanut rahoituksen, esituotanto- ja tuotantovaiheet on saatu valmiiksi, on edessä jälkituotanto. Jälkituotanto, post-production, on erittäin tärkeä tuotannon vaihe. Jälkituotantovaihetta kutsutaankin usein myös pelkällä post –nimityksellä. Osaava tuottaja ottaa jälkituotannon jo hyvissä ajoin huomioon. Suomessa suurin osa elokuvan jälkituotannoista tehdään jälkituotantofirmoissa. Jälkituotantofirmoja ovat muun muassa Generator Post, Talvi Digital, Post Control ja syksyllä 2011 perustettu James Post. Osa firmoista on keskittynyt enemmän mainosten tekemiseen. Yleensä leikkaus, visuaaliset efektit, värimääritys ja kopioiden teko hoidetaan yhdessä firmassa, äänet toisessa. Äänituotantofirmoja ovat muun muassa Meguru Film Sound ja Elokuvaääniyhtiö Humina. Pentti painottaa, että jälkituotanto vaatii nykyään tuottajalta aika paljon. Se vaatii kilpailuttamista, aikataulutusta ja palveluiden tilaamisen suhteuttamista siihen, kuinka paljon rahaa käytössä. Samoista palveluista saattaa saada tarjouksia, joista halvin on 10 000 euroa ja kallein 20 000 euroa. Jälkituotanto onkin fiksua hajauttaa moneen eri yhtiöön, koska eri osa-alueet vaativat erilaista osaamista. (Pentti, 4.4.2012)

Mä oon tehny paljon niin, että eriytän offline-editoinnin mieluusti yhdelle alihankkijalle, äänityöt yhdelle ja visuaaliset efektit yhdelle. Mut siinäkin voisi olla hyvä ratkaisu, et värimääritys ja masterointi tulee yhdestä paikasta, efektit tulee yhdestä paikasta, kopiot vielä kolmannesta paikasta. Jos sä otat nää kaikki kolme samasta paikasta, niin se taiteellis-teknis-taloudellinen riski ei oo jakaudu järkevällä tavalla. Kun siinä on niin monenlaista erilaista riskiä, ja erityyppisen osaamisen tarvetta, niin jälkityön workflow voi olla sen seittemän-kaheksan portainen, jos haluaa. (Pentti, 4.4.2012)

Tuottajan on huolehdittava eri tuotantovaiheiden balanssista. Esimerkiksi, jos ääniä ei ole saatu niin hyvin talteen kuvauksissa, tarkoittaa se enemmän töitä äänieditissä. ADR

(After Dialogue Recording) –äänitykset vaativat paikalle näyttelijöitä. Äänitöihin kuuluu myös erilaisten efektiäänien, foley –äänien, äänitys. Oman osuutensa vie elokuvan musiikki, joka usein joko osittain tai kokonaan sävelletään kyseistä elokuvaa varten.

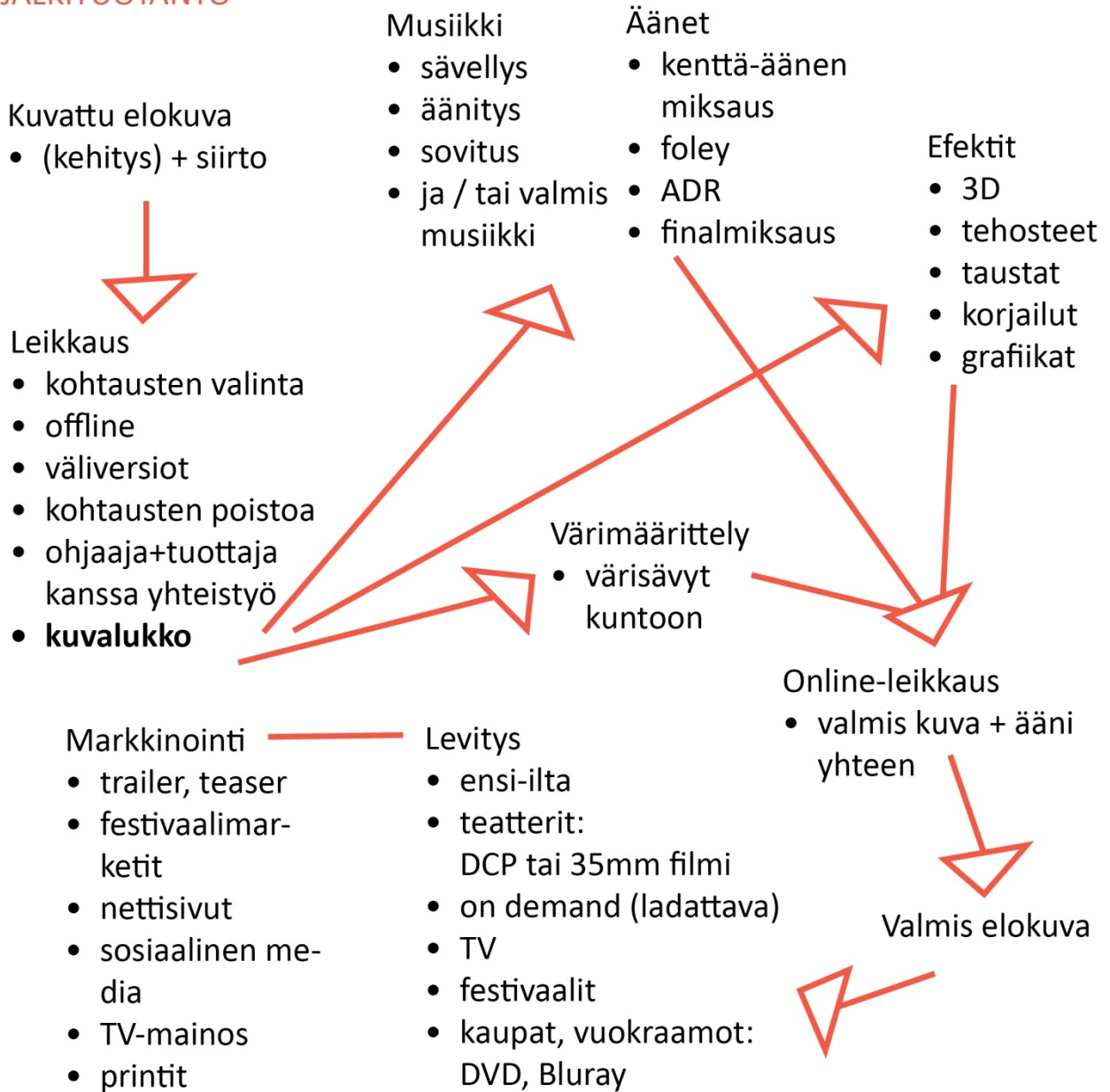
Koska leikkaaminen, edit, on oma taiteenlajinsa, on ohjaajalla yleensä toive siitä, kuka elokuvan leikkaa. Pentti sanoo, että nykyään sekä mainoselokuvan että pitkän elokuvan puolella työskennellään paljon freelancereina. Tuottajan onkin monissa tapauksissa mietittävä myös työryhmän henkilökemioita eikä pelkästään kustannuksia.

Silloin on mukavampi työskennelle sellaisessa ilmapiirissä, missä ihmiset saa työskennellä toivomiensa henkilöiden kanssa. Eikä ne hinnat kyl vaihtelee niin paljon, vaikka vaihteleekin. (Pentti, 4.4.2012)

Ilman hyvin organisoitua jälkituotantoa elokuva saattaa jäädä jopa tekemättä, koska pelkästään kuvatulla materiaalille ei tehdä mitään, jos sitä ei lähdetä työstämään eteenpäin.

3.2 Jälkituotannon vaiheet

JÄLKITUOTANTO



KUVIO 2 / Jälkituotannon vaiheet / tehnyt Ilona Tolmunen 2012

3.3 Siirtyminen filmistä digitaaliseen

Koska tekniikka on mennyt vauhdilla eteenpäin, yhä enemmän elokuvia kuvataan digitaalisilla formaateilla. Suomessa kuvataan kuitenkin vielä jonkin verran filmille, usein 35 mm tai joskus 16 mm filmille. Kun kuvataan filmille, filmi täytyy kehittää ja sen jälkeen siirtää digitaaliseen HD (High Definition) –muotoon. Siitä eteenpäin elokuvaa leikataan yleensä Final Cut, Avid tai Adoben Premiere -ohjelmilla. Filmiä pystyy Suomessa kehittämään tällä hetkellä vain yhdessä yrityksessä, Film Labissa. Myös filmin siirto digitaaliseksi onnistuu vain yhdessä yrityksessä, Generator Postissa. Filmi voidaan lähettää myös ulkomaille kehitykseen, koska se on halvempaa. Myöskin jos kuvataan ulkomailla, on suositeltavaa kehittää filmi paikallisesti, koska se ei välttämättä kestä turvatarkastuksien läpivalaisuja.

Elokuvia kuvataan digitaalisesti muun muassa Red –kameroilla ja Arri Alexalla. Red on kokonaan oma formaattinsa, joten sen materiaalin siirrossa menee enemmän aikaa, koska se pitää kääntää leikkausohjelmaa tukevaksi formaatiksi siirron jälkeen.

Suomessa Talvi Digital oli ensimmäinen jälkituotantoyhtiö, joka rakensi pipe linen eli työskentelyalustansa Red –formaattiin. Talvi Digitalilla ei ole koskaan ollut eikä ole aikomustakaan hankkia filmin käsittelyyn tarvittavaa, raskasta laitteistoa. Filmille kuvattua voidaan kyllä työstää, kunhan se on ensin siirretty digitaaliseksi Generator Postissa.

”Me oltiin ensimmäinen paikka pohjoismaissa, jossa pystyttiin värimäärittelemään natiivia redrawta. Ruotsista tuli tuotantoyhtiö, joka oli hankkinut ensimmäisen pohjoismaisen redin, joskus just kolme vuotta sitten. Ne tuli meille tekemään värimäärittelytestit red-matskusta.” (Lepistö, 24.11.2011)

Redin jälkeen markkinoille tullut Arri Alexa kuvaa suoraan ProResiä, jota leikkausohjelma lukee suoraan eikä sitä tarvitse ensin konvertoida oikeaan formaattiin. Myöskin videokuvaa tuottavat digitaaliset järjestelmäkamerat kuten Canonin 5D ja 7D, ovat yleistyneet elokuvauksessa. Esimerkiksi Zaida Bergrothin ohjaama ja Bufon tuottama Hyvä poika on kuvattu Canonin 5D:llä (Episodi 3/2011).

Digitalisoituminen on myös kustannustehokasta, koska elokuvan materiaalit voidaan heti kuvauspäivän aikana tai päivän jälkeen siirtää kovalevylle ja tietokoneelle. Päivittäin siirrettyjä materiaaleja kutsutaan Dailies –nimityksellä. Leikkaaja voi periaatteessa aloittaa leikkaustyön jo heti kuvausten aikana. Nopea materiaalin siirto helpottaa myös ohjaajan ja kuvaajan työtä, koska he voivat katsoa saman tien, vaikka heti otonkin jälkeen, miltä kuva näyttää. Näin he voivat vielä muuttaa ohjauksellisia tai kuvauksellisia asioita seuraaviin kuviin.

Mielestäni tuottajan on ajateltava kustannustehokkuutta. Digitaaliset formaatit kehittyvät kovaa vauhtia lähelle filmiä, joten mielestäni on otettava asenne, että digitaalisuus on tätä päivää. Tosin kuten Lepistökin toteaa, tullaan varmasti aina käymään keskustelua siitä, että filmi on aina filmi. Digitaalisen materiaalin arkistointikin vie paljon vähemmän tilaa kuin isojen filmikelojen. Pitkän elokuvan kuvattu materiaali mahtuu muutamalle kovalevylle, kun taas kuvattuja filmikeloja on kymmeniä tai jopa satoja.

Lepistö toteaa myös, että elokuvan jälkituotanto helpottuu todella paljon, kun materiaali on valmiiksi digitaalista, erityisesti jos elokuvassa tullaan käyttämään paljon digitaalisia efektejä. Pois jäävät myös pienet ikävät asiat, kuten filmin skannauksessa eli digitaalisessa siirrossa tapahtuva ”filmin tutina”. Skannauksessa filmissä on aina muutama pikseli eloa, mikä vaikuttaa posttiin yllättävän paljon. Silloin pitää tehdä korjaustyötä, ennen kuin pääsee tekemään varsinaista työtä. (Lepistö, 24.11.2011)

*”Workflow on paljon nopeampi ja tehokkaampi, kun se on täysin digitaalista”
(Lepistö, 24.11.2011).*

Digitalisoituminen on kuitenkin myös hankaloittanut jälkituotantoa, koska eri formaatteja ja kopioita on niin monenlaisia. Kopioinnista, masteroinnista ja arkistoinnista lisää kappaleessa 5.4.

4 Jälkituotannon workflow haltuun

4.1 Leikkaustyö käyntiin

Kuvausten jälkeen materiaali toimitetaan leikkausassistentille. Leikkausassistentti synkkaa materiaalin ja järjestee sen leikkaajaa varten. Digitaalisuuden myötä leikkausassistentti aloittaa työt heti kuvauksissa. Esimerkiksi Aku Louhimiehen uusimmassa fiktiossa Elävien kirjoihin palkattiin videoassistentti, jonka työpäivät alkavat, kuin muilla loppuu kuvaukset. Hän järjestää materiaalit, dalies, erityisesti ohjaaja varten katsottavaksi seuraavan kuvauspäivän aamuksi valmiiksi.

Leikkaus, englanniksi editing, on luovaa työtä. Leikkaajan on tunnettava koko elokuvan materiaali, jonka perusteella hän valitsee parhaimmat otot jokaisesta kohtauksesta ensimmäiseen leikkausversioon. Leikkaaja tekee paljon valintoja, jotka vaikuttavat elokuvaan. Leikkaajan työ on saada muiden toiveet toteutumaan ja saada aikaan yhteisymmärrys, mutta on muistettava kunnioittaa leikkaajaa luovan työn tekijänä. (Clark & Spohr 1998, 85-86). Vaikka Clarkin ja Spohrin teksti on yli kymmenen vuotta vanhaa, pitää se edelleenkin paikkaansa.

4.2 Värimäärittely

Elokuvia tai mainoksia tehdessä käytetään edelleen filmiajoilta jäänyttä termistöä, offline- ja online-leikkaus. Offline -leikkaus tarkoittaa siis varsinaista leikkausta. Offlinen päätyttyä voidaan myös käyttää termiä kuvalukko (picture lock). Kun offline on saatu valmiiksi, siirrytään online -leikkaukseen, johon kuuluu värimäärittely, äänisuunnittelu, efektit, grafiikat ja masterointi eli täysilaatuisten versioiden tekeminen ja kopiointi tarvittaviin formaatteihin.

Värimäärittely, color grading, tehdään yleensä samoihin aikoihin kuin äänisuunnittelu. Kumpakaan ei kannata aloittaa ennen kuvalukkoa, jottei tehdä ylimääräistä työtä. Värimäärittelyssä kuvan värit muutetaan vahvemiksi ja värimäärittelyn avulla luodaan kuvaan halutunlainen tunnelma ja sävy. Elokuvan kuvaaja on usein mukana värimäärittelyssä mukana. Color suiteksi kutsutaan tilaa, jossa värimäärittely tehdään. Esimerkiksi jälkituotantoyhtiö James Postissa värimäärittely-yksikkö vastaa

ominaisuuksiltaan elokuvateatterisalia.

4.3 Äänisuunnittelu ja musiikki

Värimäärittelyn rinnalla aloitetaan äänisuunnittelu. Äänisuunnitteluun kuuluu kentällä eli kuvauksissa äänitettyjen äänien miksaus, ADR:t ja foley. Äänisuunnittelija mikkaa äänet kokonaisuudessa. Äänisuunnittelun lisäksi elokuvaan tehdään musiikit. Musiikit voivat olla joko elokuvaa varten sävelletyt ja tai jo valmiina olevaa musiikkia. Ohjaaja on vaikuttamassa ääni- ja musiikkimaailmaan, koska se esittää yllättävän suurta roolia elokuvassa. Hyvää äänisuunnittelua ei edes huomaa, vaan se sulautuu luontevasti kuvaan. Tuottajan on osattava antaa tilaa hyvälle äänisuunnittelulle. Se vaatii yhtäläisiä aikaa ja rahaa kuin muukin jälkituotanto. Äänisuunnittelija toimittaa lopuksi valmiin äänifileen jälkituotantofirmaan, jossa koostetaan elokuvasta masterit.

4.4 Efektit ja grafiikat

Efektejä elokuvissa ovat muun muassa erilaiset räjäytykset. Niitä tehdään tietysti ihan livenäkin, mutta osa lisätään vasta jälkitöissä. Esimerkiksi Pahat pojat (Solar Films, 2003) elokuvassa kassakaappi räjäytettiin kuvauksissa paikan päällä, mutta päivänvalossa kuvattu takaa-ajo kohtaaminen on muokattu iltahämäräksi editointivaiheessa. Efektien lisäksi elokuvan alku ja tai lopputekstit pitää myöskin tehdä. Tuottajan tärkein tehtävä on varmistaa, että kaikki luvatut asiat löytyvät lopputeksteistä, esimerkiksi yhteistyötahojen logot.

Digitaalisia efektejä käytetään myös ihan perinteisissäkin elokuvissa. Jälkituotantoyhtiö Talvi Digitalin tuottaja Ville Lepistö toteaa, että Herra Heinämäki ja Leijonatuuliviiri (2011) elokuva on perinteisesti kuvattu elokuva, mutta siinäkin on 20-30 ”efektishottia” eli kuvaa, jota on käsitelty digitaalisesti jälkitöissä (Lepistö, 24.11.2011). Digitaalisten efektit tulee tarkasti huomioon itse kuvaustilanteessa. Monesti digitaalisia jälkitöitä tehdään liikkuvan kuvan päälle tai taustalle. Tällöin kuvataan chromaa eli vihreää taustaa vasten, jolloin vihreät kohdat voidaan jälkikäteen kätevästi irrottaa ja paikata digitaalisilla elementeillä. Suomen historian jälkituotannollisesti suuritöisin pitkä elokuva tuli ensi-iltaan keväällä 2012. Blind Spot Picturesin tuottamassa ja Timo

Vuorensolan ohjaamassa Iron Skyssa on luotu kokonaisia maailmoja ja lavasteita digitaalisesti. Iron Skyn digitaalisiin efekteihin on keskittynyt kokonaan oma firma, Samuli Torssosen luotsaama Energia VFX. VFX tulee englannin sanoista visual effects, visuaaliset tehosteet.

Visuaalinen tehoste (kutsutaan myös joskus nimellä visuaalinen erikoistehoste) on elokuvan jälkityöstövaiheessa, nykyisin yleensä tietokoneella toteutettu erikoistehoste. Kyseessä saattaa olla kokonaan tietokoneella luotu kuvamateriaali tai kameralla kuvattu materiaali, joka tietokoneella käsitellään tai yhdistetään muihin kuviin. (Wikipedia)

Efekteissä puhuttaessa käytetään myös termiä CGI, joka tulee sanoista Computer-generated imagery. Se tarkoittaa siis yleisesti tietokonegrafiikkaa sen kaikissa muodoissaan, on kuva sitten stilliä tai liikkuvaa.

Computer-generated imagery (CGI) is the application of the field of computer graphics or, more specifically, 3D computer graphics to special effects in art, video games, films, television programs, commercials, simulators and simulation generally, and printed media. The visual scenes may be either dynamic or static. (Wikipedia).

Lepistö kiteyttää tekniikan kehityksen tuoman muutoksen elokuvan tekemiseen:

”Ei tarvi mennä kun ehkä 70-luvulle, niin silloin kuvattiin niin leffa oli siinä. Sit se vaan piti leikata, pistää äänet ja that’s it. Nykyään useammissa ja useammissa tapauksissa se on silleen, että leffa on kuvattu niin siellä on näyttelijät vihreätä vastaan.” (Lepistö, 24.11.2011)

5 Jälkipuhteet, levitys ja markkinointi

5.1 Levitysyhtiöiden ja elokuvateattereiden rooli

Elokuvien levittäjänä toimii joko suoraan Finnkino tai joku, yleensä kansainvälinen, levitysyhtiö. Suomessa on eri levittäjiä yhteensä 14, joista suurimpina Sandrew Metronome Distribution Finland (27,06%) ja Nordisk Film Theatrical distribution oy (17,96%) (SES, Elokuvu vuosi 2010). Suurin osa levitettävästä ohjelmistosta on ulkomaalaista. Esimerkiksi Sandrew Metronome Distribution Finland Oy on levittänyt kuitenkin myös suomalaisista elokuvista tai tv-sarjoista esimerkiksi Napapiirin sankarit, Prinsessa, Hella W, Paha perhe, Kielletty Hedelmä ja Kylmäverisesti sinun. Levittäjä FS Film Oy on levittänyt suomalaisista elokuvista esimerkiksi Likainen pommi, Mama Africa ja dokumentin Säilöttyjä unelmia (Elonet.fi www-sivusto). Katja Gauriloffin ohjaama Säilöttyjä unelmia on hyvä esimerkki siitä, että dokumentilla on ollut levitysyhtiö. Ainakin pääkaupunkiseudun ratikkamainonnassa huomasi selvästi kyseisen elokuvan julisteet.

Pauli Pentin tuottaman elokuvan Vuosaari levitysyhtiönä toimii Buena Vista International Finland. Sama levittäjä on toiminut myös esimerkiksi Hiljaisuus, Hyvä poika ja Roskisprinssi elokuvien levittäjänä. (Elonet.fi). Käytännössä levitysyhtiö siis huolehtii elokuvan kokonaismarkkinoinnista, kaikkia median kanavien hyödyntäen. Tuottajan on pidettävä huolta, että levitysyhtiö saa tarvittavat materiaalit, kuten elokuvan valokuvat markkinointia varten.

Suomessa toimi vuonna 2010 721 elokuvateatteria 127:llä eri paikkakunnalla. Vuoden 2010 loppuun mennessä yli 30 prosenttia (93) maan elokuvateatteri- saleista oli digitoitu ja niitä löytyy 43 eri paikkakunnilta. Peräti 90 digitaalisessa salissa on myös 3D-esitys- tekniikka ja salit on digitoitu vähintään 2K tason esitystekniikalla. (SES, Elokuvu vuosi 2010). Digitoitu tarkoittaa siis, että elokuvateatteriin on rakennettu 35mm filmiprojisoinnin oheen tai sen tilalle DCP, Digital Cinema Package, -tekniikka. DCP on digitaalinen, kovalevyn ja videotykin kautta esitettävä formaatti. DCP:ssä elokuvan tiedosto muutetaan ikään kuin sarjaksi hyvälaatuisia JPEG kuvia, JPEG 2000

kuvia. DCP on formaatti, joka näyttää ne yhtenä kuvasekvenssinä. DCP:hen voidaan ladata myös variaatiosekvenssejä, kuten eri kieliversiot. Tuottajan onkin huomioitava, että jälkituotantofirmalla on valmiudet tehdä DCP:tä ja varata siihen oma aikansa. James Post tuotantoyhtiössä on yksi työntekijä erikoistunut DCP:iden ja muiden kopioiden tekoon.

Suomessa elokuvateattereita hallinnoi suurilta osin Finnkino. Finnkinon lisäksi on jonkin verran yksityisiä elokuvateattereita ja muun muassa Matila Röhr Productions omistaa Helsingin Bio Rexin ja Maximin. Suomessa näytettiin vuonna 2010 ensi-illassa 23 suomalaista ja 109 yhdysvaltalaisista elokuvaa. Suomalaisen elokuvan osuus teatterilevityksessä on siis varsin pieni verrattuna USA:han. Se on kuitenkin toiseksi suurin, suomalaisen elokuvien jälkeen eniten valkokankailla nähdään ruotsalaisia, ranskalaisia ja brittiläisiä elokuvia. (SES, Elokvavuosi 2010). Vuodesta 2012 näyttää kuitenkin tulevan ennätyksellinen. Jo nyt huhtikuussa 2012 suomalaiset elokuvat ovat keränneet jo hieman yli miljoona kävijää, lähes saman verran kuin viime vuonna yhteensä. Ohjelmistopäällikkö Toni Lähteinen Finnkinosta toteaa, että vuoden 2012 ensimmäinen kvartaali (tammi-maaliskuu) on jo Finnkinon historian kaikkien aikojen paras. Kolmas Risto Räppääjä kerää edelleen paljon katsojia, alkuvuoden katsojia ovat keränneet runsaasti myös Varasto, Vuosaari ja Iron Sky. Suomalainen dokumenttielokuvakin teki toissavuonna historiaa, kun levityksessä nähtiin dokumentit Vesku, Reindeerspotting ja Miesten vuoro (Yle.fi -artikkeli 14.4.2012).

5.2 TV -levitys

Teattereiden sijaan kotimaiset elokuvat saavatkin perinteisesti suurimman yleisönsä televisioesityksessä. Vuoden 2010 katsotuin elokuva televisiossa oli Klaus Härön ohjaama, Kinotar tuotantoyhtiön tuottama Postia pappi Jaakobille (2009), jonka näki ensiesityksessään YLE TV1:ssä peräti 941 000 ihmistä kun taas elokuvateatterissa sen näkin vain 99 481 katsojaa (SES, Elokvavuosi 2010). Elokuvan rahoitusvaiheessa otetaan huomioon mahdollinen televisioesitys, jolta yleensä haetaan osa elokuvan rahoituksesta. Monesti kanavana toimii Yleisradio, mutta elokuva voidaan yhtälailla myydä myös muille kanaville. Solar Films tuotantoyhtiön www-sivujen mukaan

kuudesta uusimmasta Vares –elokuvasta tehdään teatterilevityksen ja DVD -julkaisun jälkeen 12 –osainen TV-sarja MTV3:lle. (Solar Films, www-sivut)

5.3 Elokuvfestivaalit ja kansainvälinen levitys

Suomessa tehdään paljon elokuvia, jotka eivät pääse teatteri- tai TV-levitykseen. Niin kotimaiset kuin kansainväliset elokuvafestivaalit tarjoavat paikan näille elokuville. Etenkin art house -elokuvat sekä lyhyt- ja dokumenttielokuvat löytävät yleisönsä nimenomaan festivaaleilta. Festivaalit ovat kuitenkin yhtä tärkeä asia pitkällekin fiktiolle. Monesti suomalaiset kokoillan elokuvat saavat maailman ensi-iltansa Euroopan elokuvafestivaaleilla. Vuoden 2012 Berliinin elokuvajuhlilla sai ensi-iltansa Iron Sky.

Sen lisäksi, että elokuva saa itse festivaalin kautta paljon uusia katsojia, on sen kansainvälinen jälleenmyynti ensiarvoisen tärkeää juuri festivaaleilla, jotka kuhisevat eri maiden kanavien ja festivaalien ostajia. Elokuvalle on tärkeä -saada hankittua ulkomainen myyntiagentti. Esimerkiksi tuottamani opinnäytetyöelokuva Sudenveistäjä onnistui saamaan sopimuksen aikaan ranskalaisen AD Astra Films –yhtiön kanssa, joka levittää elokuvia festivaaleille. Yhtiö huolehtii kopioiden lähettämisestä ja ilmoittautumisista festivaaleille sekä se yrittää myydä elokuvaa myös TV-kanaville. Toki sopimukseen kuuluu, että myyntiagentti saa tietyn osuuden mahdollisesta myyntisopimuksesta, mutta varsinkin opiskelijaelokuvassa jo pelkästään näkyvyys on tärkeä asia.

Tuottajan pitää myös huolehtia, että festivaaleille on tehty tai tehdään tarvittaessa niiden vaatimat formaatit. Vaikka elokuvalla olisi Suomessa tehty DCP –formaatti, on joidenkin elokuvafestivaalin näytösformaatti edelleen filmi. Filmikopion tekemiseen uppoaa helposti monta tuhatta euroa, joten siihenkin on tuottajan varauduttava.

5.4 Arkistointi

Digitalisoitumisen myötä elokuvan arkistointi ei ole lainkaan niin yksinkertainen juttu kuin aikaisemmin on ollut. Vaikka kovalevyt vievät vähemmän tilaa, monien digitalisten

kuvausformaattien ja erilaisten digitaalisten esityskopioiden määrä on kasvanut ja monipuolistunut.

Sehän on aukioleva kysymys. Ennenhän, siis vielä viis vuotta sitten, oli se tilanne, että kaikilla oli nauhat hyllyssä. Nyt kaikki on niin kun levällään. (Pentti, 4.4.2012)

Pentti kuitenkin toteaa, että maailmanlaajuisesti on olemassa yrityksiä, jotka pitävät huolta elokuvan mastereista ja tekevät tarvittavat kopiot. Erilaisia master-formaatteja on nykyään todella monta: HD –tiedosto, HD CAM SR –nauha, Bluray –master, DVD –master, DCP –master, avoin DCP ja internega. Pentti sanoo, ettei hän nykyään tee filmikopiota kuin pakosta. Mastereita säilytetään yleensä jälkituotantoyhtiössä. Suomen elokuvasäätiössä, tuotantoyhtiöllä ja mahdollisesti myös kopiot tehneen yhtiön koneella. Pentti toteaa, että esimerkiksi Vuosaari -elokuvan kohdalla on tilanne vielä kesken mastereiden säilytyksen suhteen. (Pentti, 4.4.2012).

5.5 Kiitokset ja Teosto

Tuottajan on huolehdittava, että lopputeksteissä lukee kaikki mitä pitääkin. Tuottajan yksi tärkeimmistä tehtävistä elokuvan oikeuksiin liittyen on tarkistaa elokuvan oikeudet. Usein käytetään myös termiä ”clearata oikeudet”. Eli varmistaa, ettei jälkikäteen tule sanomista tai riitaa siitä, kuka elokuvan omistaa ja kuka saa tuotot. Tuottajan on tärkeä sopia jokaisen näyttelijän ja työntekijän kanssa kirjallisesti, että heidän työtänsä tullaan käyttämään kyseisessä teoksessa ja elokuvan oikeudet kuuluvat tuotantoyhtiölle. Näyttelijöiden kanssa sovitaan-optioista, jos elokuvaa näytetään esimerkiksi uusintana televisiossa. Musiikin tekijän kanssa on sovittava musiikin oikeuksista. Musiikit clearataan Teostosta. Teosto on ”*Säveltäjäin Tekijänoikeustoimisto Teosto ry. on säveltäjien, sanoittajien, sovittajien ja musiikin kustantajien tekijänoikeusjärjestö. Teosto myy ja kehittää palveluita asiakkaidensa musiikin käytön tarpeisiin sekä kerää ja tilittää musiikin tekijöille ja kustantajille korvaukset heidän musiikkinsa julkisesta esittämisestä ja tallentamisesta.*” (Teosto www-sivut, 2012)

Yleensä äänisuunnittelija antaa valmiin listan, jossa on elokuvan musiikin kestot ja tarkemmat tiedot. Jos ja kun halutaan käyttää muuta kuin arkistomusiikkia tai kyseiseen elokuvaan erikseen sävellettyä musiikkia, kuten tunnettuja radiohittejä, on niistä sovittava erikseen. Musiikista voidaan sopia suoraan säveltäjän kanssa ja hänen kanssaan voidaan sopia joku kokonaishinta musiikin käyttöön. Säveltäjän tulee myös tietää millaisessa kohtauksessa musiikkia käytetään. Vaikka säveltäjän kanssa musiikin käytöstä sovittaisiinkin, on musiikin käytöstä aina silti ilmoitettava myös Teostoon. Arkistomusiikkia hallinnoi muutama eri taho. Muun muassa Universal ja Extreme Music hallinnoivat musiikkikirjastoja ja heidän kanssaan suoraan sovitaan hinnat kunkin musiikin käyttämisestä. Heillä on musiikin käyttämisestä omat katalogihinnat, mutta niistäkin voi päästä jonkinlaisiin kokonaissummiin sopimalla.

Koska elokuvaa ei yksikään tuottaja tee yksin, on tuottajan muistettava myös lukuisia yhteistyötahoja, niin materiaalisesta kuin henkisestä avusta. Kutsu ensi-iltaan ja DVD lahjaksi ovat hyviä tapoja kiittää. Tuottaja on saattanut sopia yhteistyötahon kanssa esimerkiksi tuotesijoittelusta elokuvassa tai muita keinoja, että yhteistyökumppani saa jonkinlaista vastinetta rahoilleen. Tuottajan on aina tärkeintä joka tilanteessa pitää huolta siitä mitä on sovittu, ettei jälkikäteen tulisi epäselviä ja kiusallisia tilanteita.

5.6 Kieliversiot

Tuottajan on oltava kartalla myös siitä, mitä eri kieliversioita elokuvasta tehdään. Kuka kääntää elokuvan dialogin ja mille kielille se pitää kääntää. Pentti toteaa, että Suomessa tehdään yleensä aina englanninkieliset ja ruotsinkieliset tekstitykset. Tehdään englanninkielinen guide line, jonka mukaan jokainen maa, johon elokuva levitetään, tekee itse tekstitykset ja dubaukset. Avoin DCP on hyvä siihen, koska siihen voi jokaisessa maassa syöttää oman tekstityksen ja se menee automaattisesti oikeaan kohtaan. (Pentti, 4.4.2012).

Siinäkin on kahta tapaa, et ne lähettää ne tekstit tänne ja ne menee vaikka Post-controlliin, ja ne laittaa sen sinne ja lähettää sen DCP:n tekstitettyinä sinne tilaajamaahan, mutta esimerkiksi Vuosaaren kohdalla on ranskalainen

myyntiagentti, niin heille tulee tällänen oma DCP, koska se hinta-laatu-suhde on ihan toinen. Se tulee kalliiksi se lahreetaaminen, se on 200 euroa helposti sivu, lähettää ihan mikä tahansa. 40 maata ja jokaisesta tulee se, niin siihen menee kaikki fyrkka mitä siitä on tienattavissa. (Pentti, 4.4.2012)

5.7 Kaupallisen myynnin formaatit

Elokuvateatterin lisäksi elokuvaa levitetään myyntiin kauppoihin ja vuokraamoihin. DVD:n lisäksi tehdään nykyään usein myös Blu-ray. Myös vanhoja elokuvia julkaistaan uudestaan Blu-ray –muodossa.

”Vuonna 2010 tallenteiden myynnin ja vuokrauksen kokonaisliikevaihto oli 79 000 850 euroa. liikevaihto laski nyt toista vuotta peräkkäin, tällä kertaa 2,36 prosenttia. Vain Blu-ray tallenteet kasvattivat myyntiään edellisvuoteen verrattuna ja niiden osuus kokonaisliikevaihdosta nousi ensimmäistä kertaa yli 10 prosentin (2 % vuonna 2009). myytyjen ja vuokrattujen elokuvien kappalemäärissä DVD tallenteiden osuus on kuitenkin edelleen 94 prosenttia. Elokuvien perinteinen vuokraus menettää edelleen suosiotaan; DVD ja Blu-ray tallenteiden vuokrauksen osuus kokonaisliike- vaihdosta laski 11,52 prosenttiin (2009: 12,92 %). ” (SES, Elokuvavuosi 2010)

VOD eli Video on demand tarkoittaa ladattavaa bittimuotoista tiedostoa, joka on internetissä. VOD toimii joko siten, että videotiedosto ladataan tietokoneelle, tai se esitetään suoratoistona (engl. streaming) (Wikipedia 2011, hakusana VOD). Tällaista palvelua tarjoaa esimerkiksi Headweb, josta voi maksua vastaan vuokrata elokuvia. Palvelusta löytyy tällä hetkellä suomalaisista elokuvista ainakin Vares – Sukkanauhakäärme ja Ella ja Aleksin –yllätyssyntyttarit. Esimerkiksi Ellan ja Aleksin voi ladata koneelle 24 tunniksi hintaan 3,90€. Headweb:iä laajempi sivusto on Voddler, jossa on lisäksi Spotifyn tyylinen toiminta, jossa voi kuukausimaksua vastaan katsoa elokuvia. (Headweb, www-sivut)

5.8 360 asteen markkinointi

Kaikilla tuotteilla, kuten elokuvillakin on kohde, jolle ne myydään. Elokuvien kohdalla se on katsojat. Jo käsikirjoitusvaiheessa tuottajalla on oltava kuva siitä, kuka tulevaa elokuvaa tulisi katsomaan eli mikä on sen kohderyhmä. Onko vastaavia elokuvia tehty viime aikoina ja mitkä aiheet ovat ajankohtaisia tai niistä ei ole vielä tehty elokuvaa. Pentti toteaa, että tuottajan on tuotannon jokaisessa vaiheessa muistettava, että elokuva pitää markkinoida. Pentti toteaa, että 360 asteinen ajattelu olisi todella hyvä elokuvankin ympärille. Elokuvesta pitää saada tuotettua paljon muutakin kuin vain itse elokuva. Erilaisten extra-materiaalien tarve kasvaa koko ajan. Tuottajan pitää pyrkiä tuottamaan materiaalia, jota voidaan käyttää spoteissa, julisteissa, eri pituisissa trailereissa, internetissä ja sosiaalisessa mediassa. Myös ääniraidasta voi tehdä esimerkiksi radiomainoksia (Pentti, 4.4.2012).

Viime vuosina internetin ja erityisesti sosiaalisen median hyödyntäminen markkinoinnissa on räjähdysmäisesti kasvanut. Koko markkinointi on muuttanut muotoaan ja käyttäjillä on yhä suurempi valta ja osallisuus markkinointiin. Elokuvalle tehdään yleensä edelleen nettisivut, mutta sosiaalisen median kanavat pitää tuntea myös. Tästä hyvä esimerkki on Iron Sky –elokuvan markkinointi. Sosiaaliselle medialle on tuotannossa oma vastuhenkilö, Pekka Ollula. Elokuvan teosta on kerrottu koko tuotannon ajan reaaliajassa faneille ja muulle yleisölle. (Markkinointi & Mainonta, 20 / 2011).

Sosiaalisen median Facebook -palvelua hyödynnetään myös vanhojen klassikoiden uudelleen markkinoimiseen. Esimerkiksi Tarantinon Kill Bill –elokuvan Facebook – sivusta tykkää lähes kaksi miljoonaa. Sivulla julkaistaan kilpailuja, vanhoja stillejä elokuvasta ja mainoksia siitä, että elokuvasta on tehty nyt myös Bluray –versiot.

6 Kohti parempaa jälkituotantoa

6.1 Ilman jälkituotantoa ei ole elokuvaa

Jenni Saariston Tampereen ammattikorkeakoulun opinnäytetyössä mainitaan jo otsikossa: Muista posti! (Saaristo 2005, otsikko). Parhaimmillaan onnistunut jälkityö tuo elokuvalla paljon lisää, pahimmillaan se on ylimääräistä työtä. Pahimmassa tapauksessa kuulee sanottavan lentävää lausetta *fix it in the post*, eli postissa korjataan. Kuvauksissa saatetaan ajatella, varsinkin kiireessä, että joku esine taustalla saadaan kyllä editissä pois, vaikka sen siirtämiseen ei olisi kauaa vienyt aikaa itse kuvaustilanteessa. Jälkitöissä siihen menee monta arvokasta työtuntia.

”Menee minuutti, et joku siirtää jonkun asian pois sieltä kuvasta fyysisesti kuin sitä tekee joku efektimies kaks päivää.” (Lepistö, 24.1.2011).

Lepistö jatkaa, että silloin olemassa olevaa resurssia ja olemassa olevaa aikaa käytetään toissijaisten asioiden tekemiseen ja silloin kokonaisuus kärsii eikä lopputulos ole niin hyvä, kun se voisi olla. Lepistö sanoo myös, että itse elokuvan tekeminen ei ole radikaalisti muuttunut, mutta jälkituotanto sen sijaan on. Elokuva tehdään yhä enemmän jälkitöissä ja se ei ole kokonainen ilman sitä. Hullunkurista siinä on se, että harvemmin kiitellään elokuvan jälkityöntekijöitä, varsinkaan efektien ja 3D:n tekijöitä, illuusio elää, että setti ja kuvausryhmä tekevät elokuvan. Posti sitten tekee töitä pari kuukautta ja elokuva pulpahtaa ulos. (Lepistö, 24.11.2011).

Tuottajan tärkein työkalu kaikissa tuotannon vaiheissa on oma suu ja korvat. Niiden tehokkuutta ei voi aliarvioida. Tuottajan on oltava perillä hyvin ja vieläkin paremmin siitä, mitä tehdään, miksi, missä, miten, kuka, kauanko aikaa se vie ja paljonko se maksaa. Jotta isoa kokonaisuutta pystyy hallitsemaan, on oltava kontaktissa ainakin eri osa-alueiden esimiesten kanssa. Pentti kehottaa, että jos haluaa oppia myös jälkituotannosta, on tärkeää tuntea kaikki tuotannon vaiheet.

”Kannattaa osallistua tosi päivittäisellä tasolla, ainakin yhteen tuotantoon pitkän elokuvan puolella, periaatteessa suunnittelu, budjetoituvaiheesta, olla kuvausvaiheessa mukana, olla ainakin kerran mukana jälkituotantovaiheessa, päivittäin, seurata, roikkua siellä, tehdä omat työnsä jossain toisessa komerossa ja soittaa puhelunsa sieltä. Ja nähdä mitä siinä tapahtuu.” (Pentti, 4.4.2012)

Hyvä elokuvatuottaja osaa arvostaa jälkituotantoa. Jälkituotanto on tärkeä osa elokuvan tekemistä, ja jälkituotannossa hiotaan elokuvasta timantti. Kaikkea ei kuitenkaan tarvitse osata itse, vaan on osattava etsiä työryhmään oikeat ja osaavat henkilöt ja luottaa heidän osaamiseensa. Nimenomaan luottamusta ja jälkityön arvostusta Lepistökin alalle kaipaisi. Hänen mielestään yhdestä näkökulmasta jälkituotanto on edelleen vain se hännän huippu, kun taas jälkituotannon näkökulmasta he tekevät yhä enemmän ja enemmän, ja silti kiitos on vaatimaton.

Hyvä elokuvatuottaja ymmärtää, mistä jälkituotannossa puhutaan. Kaikkia yksityiskohtia ei tarvitse osata, mutta yleisimmät käsitteet ja jälkituotannon kulku on hallittava. Jos jotain asiaa ei tiedä tai osaa, kysyy ja opiskelee. Mikään kysymys ei ole tyhmä ja tuottajan on hyvä myöntää omat puutteensa. Tuottajan on ohjaajan lisäksi tehtävä myös päätöksiä. Jälkituotanto tarvitsee yhtäläillä johtajaa ja viimeisen sanan sanojaa, joten tuottajan on yhtä tärkeää olla paikalla kuin ohjaajankin. Päätöksiä pitää osata tehdä, että päästään eteenpäin ja saadaan elokuva valmiiksi.

6.2 Jälkituotanto mukaan alusta asti

Jälkituotanto kokonaisuudessaan elää tällä hetkellä murroksessa.

”Täs on nyt tän meidän ajan, tän nykyhetken sellainen isoin murroskohta, et postissa tehdään ja halutaan tehdä koko ajan enemmän, enemmän ja enemmän. Mutta postia ei vielä ole otettu osaksi sitä prosessia siellä alkupäässä.” (Lepistö, 24.11.2011)

Lepistö toteaa vielä, että ennen kuin puhutaan rahasta minuuttiakaan, niin pitäisi puhua siitä, että mitä ollaan tekemässä. Miten se kannattaisi tehdä ja kuinka kauan

siinä menee. Unelmatilanne siis olisi se, että jälkituotantofirma olisi mukana alusta asti. Varsinkin kun nykyään enenemissä määrin, elokuvassa käytetään digitaalista tekniikkaa, olisi hyvä, että jälkituotanto olisi alusta asti vaikuttamassa elokuvan toteutukseen. Lepistökin toteaa, että jos käsikirjoitus on menossa siihen suuntaan, että elokuvan toteutuminen on kiinni siitä, miten se toteutuu jälkitöissä, pitäisi siinä jo vaiheessa ajatella kunnolla jälkityön osuutta. Mukana pitäisi olla henkilö, on se sitten luova post-tuottaja tai tuottava supervisor, joka tietää jälkityön tekniset rajoitukset ja mahdollisuudet. Näin saadaan kuvausvaiheeseen tuntemus, joka osaa katsoa kuvattavia asioita siitä lähtökohdasta, että niitä pystytään mahdollisimman kätevästi ja kustannustehokkaasti muokkaamaan editointivaiheessa. Vaikka tällaisen henkilön palkkaaminen alussa voi tuntua suurelta summalta, mutta sen läsnäololla ja osaamisella vältetään monia lisäkustannuksia. (Lepistö, 4.4.2012)

”Hetki kun tämmöinen ihminen on jo siellä tavallaan ihan ensimmäisessä luovassa vaiheessa läsnä, niin mä väitän, että sillä tavalla pystyttäisiin muokkaamaan koko sitä tekemisen prosessia silleen, että se menisi realistisimmin aikataulutetusti, realistisimmin budjetoidusti ja huomattavasti pienemmillä yllätyksillä. Ja mitä ne post-tyypit puhuu, pitää ottaa todesta. Ja et se kantsii ottaa todesta jo heti siellä alussa. Eikä vasta puolessa välissä. Koska siinä puolessa välissä se on hemmetin paljon tuskallisempaa ja tai kalliimpaa alkaa tehdä asioita oikein, jos niitä on siihen asti tehty vähän väärin. (Lepistö, 24.11.2011)

Tuottaja Pauli Pentti näkee asian kuitenkin hieman erilailla. Toki hänkin toteaa, että lisähenkilön tarve riippuu tuotannosta ja budjetista, mutta Pentin näkemyksen mukaan, tulee jälkityökorjailut kuitenkin halvemmaksi kuin se, että post-production tuottaja olisi alusta asti mukana. Pentti kertoo esimerkkinä Nokian isosta mainostuotannosta, jossa käytettiin paljon chroma –taustaa kuvauksissa.

Mun mielestä se oli kuvaaja ja ohjaaja, jotka oli opiskellut sitä tekniikkaa. Että, se et siellä on joku post-production supervisor, joka nukkuu sen monitorin takana, niin kyllähän se voi siellä olla, jos on rahaa siihen. Mutta en mä koe sitä kauhean

tarkoituksenmukaiseksi. Jos on ohjaaja ja kuvaaja, jotka on tässä suhteessa kauhean epävarmoja, niin silloin se on eriasia. Se on kuitenkin budjettikysymys. Jos sä otat kalliin ihmisen sinne istumaan, niin se maksaa x euroa ja sitten kun sä korjaat niitä postissa, niin se on y euroa. Jos ohjaaja ja kuvaaja hallitsevat sen tekniikan, niin silloin ei tule sitä x euroa eikä tule sitä y euroa. (Pentti, 4.4.2012)

Onkin siis mielenkiintoista huomata, että näkemyseroja löytyy, eikä oikeanlaista tapaa tehdä asioita ole olemassa. Pentti toteaa myös, että jossain tapauksissa on käynyt jopa niin, että jälkituotantoyhtiö ei ole osannut realistisesti arvioida tehtävän työn kustannuksia. Siitä on kärsinyt sekä jälkituotantoyhtiö että tuottaja. Pentti painottaa, että jälkituotantoyhtiön pitää yksinkertaisesti osata hinnoitella työnsä oikein ja tuottajan pitää osata kerätä tarvittava raha siihen. Sopimusvaiheessa tuottaja on kyettävä löytämään se balanssi, jolloin ne vastuut on oikealla tavalla määritelty. Se on varmasti yksi tärkeimmistä asioista tällä hetkellä oppia, koska se on semmoinen asia, mitä esimerkiksi ohjaajat todennäköisesti tule oppimaan eivätkä halua oppia. (Pentti, 4.4.2012)

Pentti visioi myös muunlaisestakin tuotannon työnjaosta. Yleensä suomalaisessa elokuvassa työnjako menee niin, että tuotannossa on tuottaja, linjatuottaja ja tuotantopäällikkö. Nämä kolme hallitsevat koko prosessin. Pentti sanoo, että työnjako voisi olla myös niin, että hänellä olisi tuotantopäällikkö in office, tuotantopäällikkö in location ja tuotantopäällikkö in post-production. Eli operatiivinen toiminta olisi jaettu kolmeen osaan ja itse tuottaja työskentelisi vain talentin, eli taiteellisen osaston kuten ohjaajan, käsikirjoittaja, säveltäjän ja näyttelijöiden kanssa. (Pentti, 4.4.2012)

6.3 Jälkituotannon murros ja tulevaisuus

Elokuvan tekeminen ei itsessään ole muuttunut vuosien saatossa. Edelleen suunnitellaan käsikirjoituksen mukaiset kuvaukset, kootaan työryhmä, aikataulutetaan, suunnitellaan, järjestellään logistiikkaa, rakennetaan kuvaussetti ja kuvataan. Sen sijaan jälkituotanto on muuttunut ja muuttuu koko ajan jatkuvasti lisää.

Jälkituotantoja tehdään paljon myös ulkomailla ja hinta ratkaisee. Huolestuttavaa siinä on se, että kun työt valuvat ulkomaille, otetaan niiden tekijätkin sieltä. Se on tietysti pois suomalaisilta työntekijöiltä ja se laittaa alan ammattilaiset entistä tiukempaa ja kilpailuhenkiseen tilanteeseen. Hyvä tuottaja näkee kauas ja osaa arvostaa suomalaista osaamista ja tekijöitä. Asia ei kuitenkaan ole niin yksinkertainen, koska ulkomaista on monilla tuottajilla hyviä kokemuksia ja asiat saadaan hoidettua halvalla ja hyvin. Ehkä katseet pitäisikin suunnata rahoittajiin. Heidänkin tulisi ymmärtää, että kaikista halvin ei aina ole paras ja suomalaisten työllistäminen on pitkällä tähtäimellä kannattavampaa.

Pentti toteaa, että ylipäätään elokuvan rahoitus on murroksessa. Esimerkiksi suomalainen julkinen rahoitusjärjestelmä on varsin hyvä, koska siinä ei tarvitse saatua rahoitusta palauttaa. Koska elokuvateatteriketjut ovat Pentin käsityksen mukaan aika vahvoilla, etsitään uusia rahoitusmalleja jatkuvasti. Pohjoismaissa elokuvateatterit saavat 50 prosenttia lipputuloista, kun taas esimerkiksi Englannissa luku on jo 60 prosenttia. Elokuva on todella korkean riskin bisnestä, niin sen takia, riskin minimoimiseksi tai ylipäätään elokuvateollisuuden ylläpitämiseksi, on luotu erilaisia tukijärjestelmiä. Euroopassa soditaan jo tätä julkista, palauttamatonta tukea, jollainen esimerkiksi pohjoismaissa on, vastaan. Euroopassa yritetään siirtyä erilaisiin lainakäytäntöihin, jolloin esimerkiksi EU:n taloustoimisto lainaisi elokuvatuotannoille rahaa paremmin ehdoin, kun mitä elokuvalevittäjät. (Pentti, 4.4.2012)

Kaiken kaikkiaan Suomalainen elokuvantuotanto on murroksessa ja osaava tuottaja pysyy vauhdissa mukana, tuotannon jokaisessa vaiheessa. Aito kiinnostus ja jatkuva hereillä olo ovat tärkeimpiä hyvän tuottajan ominaisuuksia. Ei se sen kummoisempaa ole.

7 Lähteet

Kirjalliset lähteet

Bertling S., Rantala T. ja Saksala E. 2007. Tuottajan työ. Helsinki: Ylesradio Oy.

Clark B. ja Spohr S. 1998. Guide to post-production for TV and film.

Aikakausilehti, Episodi 3/2011. Artikkelit: Hyvä poika - Skavabölen pojat -tekijöiden uutuus.

Saaristo J. 2005. Muista posti! : suomalaisen elokuvan jälkitöistä. Tampere. Tampereen ammattikorkeakoulu, opinnäytetyö

Markkinointi & Mainonta. 20 / 2011. Artikkelit ”Natsit, fanit ja me” Iron Sky – elokuvasta.

Helsingin Sanomat 11.4.2012, Irina Krohnin haastattelu, sivu D7

Verkkolähteet

Wikipedian teksti hakusanalla Video on demand. Luettu 4.12.2011.

[http://fi.wikipedia.org/wiki/Video On Demand](http://fi.wikipedia.org/wiki/Video_On_Demand)

Head web www-sivusto. Luettu 6.12.2011.

<http://www.headweb.com/fi/?gclid=CKKZ7a3X7awCFY1YmAodZjwLg>

Vodder www-sivusto. Luettu 6.12.2011.

<http://www.vodder.com/en/movie/browse/>

Solar Films, Vares –elokuvat. Luettu 6.12.2011.

<http://www.solarfilms.com/elokuvat/kaikki/6xvares/>

Suomen elokuvasäätiö. Elokuvuvuosi 2010 -julkaisu. Luettu 6.12.2011.

<http://www.ses.fi/dokumentit/Elokuvuvuosi%202010%20Facts%20&%20Figures.pdf>

Wikipedia. Hakusana Color suite. Luettu 6.12.2011.

http://en.wikipedia.org/wiki/Color_suite

Teoston määritelmä- Luettu 18.3.2012.

<http://www.teosto.fi/teosto/websivut.nsf>

Suomen elokuvasäätiön tukiohjeet. Luettu 19.3.2012

<http://www.ses.fi/dokumentit/Tuotannon%20tukiohjeet.pdf>

Suomalaisia levitysyhtiöitä Elonet.fi. Luettu 9.4.2012.

<http://www.elonet.fi/company/yhixho/>

SATU ry:n toimintaperiaatteet, jäsenluettelo. Luettu 14.4.2012.

<http://www.satu.fi/satury/>

Suomen elokuvasäätiö, Suomalaiset elokuvat vuonna 2012. Luettu 13.4.2012.

<http://www.ses.fi/dokumentit/Finnish%20Films%202012.pdf>

Wikipedia, hakusana CGI. Luettu 14.4.2012.

http://en.wikipedia.org/wiki/Computer-generated_imagery

Wikipedia, hakusana Visuaalinen efekti. Luettu 14.4.2012.

http://fi.wikipedia.org/wiki/Visuaalinen_tehoste

Yle.fi, Leffa vetää kuin häkä –artikkeli. Luettu 14.4.2012.

http://yle.fi/uutiset/kulttuuri/2012/04/leffa_vetaa_kuin_haka_3404320.html

Henkilöhaastattelut

Pentti, Pauli, tuottaja, Haastattelu 4.4.2012. First floor productions.

Lepistö, Ville, post-production producer. Haastattelu 24.11.2011. Talvi Digital post-production company.

8 Liitteet

Liite 1

Teemahaastattelun kysymysrunko, jälkituotantoyhtiö Talvi Digitalin tuottaja Ville Lepistö, 24.11.2011

- Offline, online?
- Digitalisoitumisen hyvät ja huonot puolet?
- Efektien, animaatioiden osuus?
- Millaisia kokemuksia tuotantoyhtiöistä ja tuottajista?
- Vinkkejä tuotantoyhtiön tuottajalle, jotta tuotanto toimisi paremmin?
- Jälkituottajan tarve ja rooli?
- DCP, DVD, Bluray
- Ajatusmalli post –korjaa?
- Jälkituotannon tulevaisuus

Liite 2

Teemahaastattelun kysymysrunko, jälkituotantoyhtiö First floor productionsin tuottaja Pauli Pentti, 4.4.2012

- Jälkituotanto?
- Ville Lepistö kertoo haastattelussa, että pahimmassa tapauksessa tuotantoyhtiön puolelta ajatellaan, että post korjaa. Oletko ite törmännyt tällaiseen?
- SES –raportointi
- Levityskuvio Suomessa?
- Kieliversiot?
- Post-supervisorin käyttö tuotannon alusta asti?
- Mikä on vaikeinta jälkituotannossa?
- Vinkkejä tuottajalle jälkituotantoon?