



JÄRJESTÄJÄN JA KUVAUSPAIKAN YHTEISTYÖSUHDE TV- JA ELOKU- VATUOTANNOISSA

Aki-Ville Auvinen

Opinnäytetyö
Joulukuu 2013
Viestintä
Mediatuottaminen

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU
Tampere University of Applied Sciences

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma
Mediatuottaminen

AKI-VILLE AUVINEN:

Järjestäjän ja kuvauspaikan yhteistyösuhde tv- ja elokuvatuotannoissa

Opinnäytetyö 43 sivua, joista liitteitä 7 sivua
Joulukuu 2013

Kuvauspaikka on eräs elokuvan ja tv-ohjelman näkyvimpiä osia. Suurin osa suomalaisista tv-sarjoista, elokuvista ja mainoksista kuvataan studion ulkopuolisissa kuvauspaikoissa, jotka studiosta poiketen eivät ole täysin ulkopuolisilta suljettuja paikkoja. Monikymmenhenkinen työryhmä kalustoineen aiheuttaa haasteita sekä kuvauspaikan omistajan, että kuvauspaikkaa ympäröivien toimijoiden näkökulmasta. Samoin kuvauspaikan ympäristöstä tulee usein oma häiriönsä kuvaustoimintaan. Järjestäjän (location manager) tehtävä on hankkia, hallinnoida ja palauttaa kuvauspaikat siten, että kuvausryhmän ja ympäröivän maailman yhteiselo on mahdollisimman kitkatonta ja kuvaukset saadaan suoritettua aikataulussa ulkoisista seikoista huolimatta.

Tämän opinnäytetyön tavoite oli auttaa pitämään kuvauspaikat mahdollisimman monen tuotannon käytössä myös tulevaisuudessa, auttaa pitämään yllä alan arvostusta kuvauspaikkojen omistajien ja yleisön silmissä sekä lisätä ymmärrystä kuvauspaikkajärjestäjän monipuolisesta työstä. Työn tarkoitus oli tutkia järjestäjän ja kuvausryhmän suhdetta kuvauspaikkaan sekä tuoda kirjallisessa muodossa esiin järjestäjien hiljaista tietoa ja muiden tieteenalojen esittämiä teorioita kuvauspaikkasuhteen hyvästä hoidosta. Aihealuetta tutkittiin tapaustutkimuksena käyttäen tutkimuskohteena Ylen Uusi päivä -sarjaa. Aineistona oli kirjallisuuden ja kirjoittajan kokemusten lisäksi alan ammattilaisten teemahaastatteluja.

Tutkimuksessa ilmeni, että kuvauspaikkajärjestäjän työ on ihmissuhdekeskeistä, osin myyntityön kaltaista työtä, jossa on kyettävä luomaan nopeasti toimiva yhteistyösuhde ja luottamus järjestäjän ja kuvauspaikan omistajien sekä muiden yhteistyötahojen kanssa. Yhteistyösuhde on verrattavissa yritysten väliseen yhteistyöhön ja sen kehittämiseen soveltuvat menetelmät soveltuvat osin myös kuvauspaikkasuhteen kehittämiseen. Kirjallisuudesta poimittuja toimintamalleja verrattiin ja sovellettiin Uusi päivä -sarjassa käytettyihin toimintamalleihin ja havaittiin, että kirjallisuuden esittämiä malleja on käytetty hyvin tuloksin sarjan tuotannossa. Tuloksia luettaessa tulee huomioida tutkimuksen laadullisuus pienestä otoksesta johtuen.

Jatkotutkimusta suositeltiin tehtäväksi yritysten ja yhteisöiden sekä yritysten ja yritysten välisen yhteistyötapojen soveltumisesta kuvauspaikkatoimintaan laajemmin. Lisäksi suositeltiin haastattelemaan kuvauspaikkojen omistajia ja selvittämään mitkä tekijät ovat johtaneet onnistumiseen tai epäonnistumiseen.

Asiasanat: elokuvat -- tuotanto, ohjelmatuotanto, kuvauspaikat, järjestäjä

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Media Programme
Media Production

AKI-VILLE AUVINEN:

The Co-operative Relationship Between the Location Manager and the Location in Tv and Film Productions

Bachelor's thesis 43 pages, appendices 7 pages
December 2013

Most Finnish tv-shows and films are shot on location at least in part. Locations, unlike studios, can never be fully controlled by the production crew, which causes disruptions from the production's point of view. A production crew will also have an impact on the lives of residents, merchants and people working in the surrounding areas of the location. The location manager is responsible for finding, acquiring, running, and returning locations to the owner in a particular production. It is also the location manager's responsibility to ascertain the community around the location and the production co-exist peacefully throughout the course of the production.

The goal of this thesis was to help production companies and crews maintain production access to as many locations as possible, to help maintain respect towards the field of media in the eyes of location owners and general public, and to add understanding of the complex work of the location manager. The purpose of this thesis was to investigate the relationship between the location manager and the location owner, to study the skills and tactics used by location managers when developing a relationship with a location, and to examine models on developing co-operative relationships in the literature of other disciplines. The data was collected through interviews with experienced location managers and in literature.

It was found that the co-operative relationship between location manager and location owner is in a number of ways analogous to that between two businesses. Furthermore it was found that similar tactics and models may be employed in improving both kinds of relationships.

It should be noted that this study is qualitative and cannot be statistically generalized as such. In practise the ideas presented in this study are assumed to still apply in the work of most Finnish location managers.

Further research should be done on the wider scope of business-to-business relationship development and business-to-community relationship development and their usability in the work of a location manager. In addition, a quantitative research should be done on location owners regarding the causes of success or failure of the co-operative relationship in each location.

Key words: tv production, film production, location manager, filming locations

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	Kuvausten vaikutus ympäristöön	8
	2.1 Työryhmä.....	8
	2.2 Kuvauspaikan hallinta.....	9
3	Järjestäjän vastualueet	11
	3.1 Järjestäjän työnkuva.....	11
	3.2 Erot eri yhtiöissä ja tuotannoissa	12
	3.3 Kuvauspaikkojen määrittely ja etsintä.....	13
	3.4 Kuvausvaihe.....	17
	3.5 Jälkihoito.....	18
4	Järjestäjä yhteistyön rakentajana	19
	4.1 Kuvauspaikan motiivit.....	19
	4.2 Kuvauspaikkasuhteet ovat pääomaa	21
	4.3 Kognitiivinen sosiaalinen pääoma ja psykologinen sopimus	22
	4.4 Luottamus suhteen pohjana	24
	4.4.1 Henkilökohtainen luottamus	24
	4.4.2 Ominaisuuksiin ja asiantuntemukseen pohjautuva luottamus	25
	4.5 Suhteen rakentaminen.....	26
	4.5.1 Ensikontakti	26
	4.5.2 Kuvausvaiheen toiminta kuvauspaikalla.....	28
	4.6 Relationaalinen sosiaalinen pääoma pitkässä kuvauspaikkasuhteessa	30
	4.7 Pitkäaikaiset kuvauspaikat Uusi päivä -sarjassa.....	32
5	POHDINTA.....	34
	LÄHTEET.....	36
	Liite 1. Kimi Seppäsen haastattelukysymykset.....	37
	Liite 2. Ville Savijärven haastattelukysymykset.....	40
	Liite 3. Filmmaker's code of conduct	42

1 JOHDANTO

Suurinta osaa suomalaisista elokuvista ja tv-sarjoista kuvataan studion ulkopuolisissa kuvauspaikoissa, lokaatioissa. Lokaatiokuvaukset tuovat mukanaan haasteita. Harvat paikat ovat valmiiksi täysin sopivia kuvattaviin kohtauksiin. Niitä täytyy siis muuttaa kuvauksia varten. Kuvauspaikat myös kuuluvat jollekin, joten kuvauksiin tarvitaan omistajan lupa. Kuvaukset aiheuttavat aina jonkinlaista häiriötä ympäristön normaaliin toimintaan, oli kyseessä sitten omakotitalo, katu, kirjasto tai vaikka tori. Toisaalta kuvauspaikan ympäristöstä voi koitua kuvauksille häiriötä äänien, liikenteen tai muiden asioiden muodossa.

Suuremmissa ammattituotannoissa yhteyshenkilönä kuvauspaikkoihin ja niiden omistajiin toimii kuvauspaikkajärjestäjä. Kuvauspaikkajärjestäjän tehtävä on huolehtia kuvauspaikkojen etsinnästä, hankinnasta ja niiden hallinnasta kuvauksien aikana ja jälkeen.

Järjestäjän tehtäviin kuuluu myös tuotannon edustaminen: Yleisön näkökulmasta järjestäjät edustavat elokuvaa, tuotantoyhtiötä ja koko elokuva-alaa. Järjestäjät pitävät kiinni kuvauspaikan omistajan kädestä, kun heidän kotinsa tai kiinteistönsä vallataan, uudelleenjärjestellään ja muunnetaan toiseksi. Kun kuvauspaikka on valmisteltu, he estävät ulkopuolista maailmaa häiritsemästä kuvauksia. (Honthaner 2010, 324.)

Ammattitaitoinen kuvauspaikkajärjestäjä kykenee ohjaajan, kuvaajan, lavastajan ja tuottajan ohjeiden mukaisesti etsimään kuhunkin tuotantoon sopivat kuvauspaikat sekä hoitamaan niiden sopimukset, kuvausluvat, järjestelyt ja palautuksen omistajalle sovitulla tavalla. Järjestäjän työnimikkeellä ymmärretään eri työyhteisöissä hieman eri asioita. Tässä työssä viitataan järjestäjä ja kuvauspaikkajärjestäjä -nimikkeillä erityisesti elokuva-alalla ymmärrettyyn järjestäjään (location manager). Ylellä vastaavaa työnkuvaa toteuttaa tuotantomestari tai tuotantojärjestäjä, kun taas pelkkä järjestäjä viittaa enemmän rekvisitööriin.

Pienissä ja opiskelijatuotannoissa ammattijärjestäjän palkkaaminen ei aina ole mahdollista. Tällöin on erityisen tärkeää kiinnittää huomiota kuvauspaikan ja omistajien huomiointiin, jotta kuvaukset sujuisivat ja kuvausryhmät toivotettaisiin tervetulleeksi myös uudelleen. Yhteistyön epäonnistuessa voi kyseisessä paikassa seurauksena olla kuvauskielto kaikille muillekin tuotannoille. Samalla saatetaan sulkea pois myös muita paikkoja, koska tarina epäonnistuneista kuvaksista leviää helposti. Onkin tärkeää, että pienillä ja suurilla tuotannoilla, opiskelijatuotannot mukaan lukien, on ymmärrys kuvauspaikoista

ja niiden omistajista pääomana, josta tulee pitää huolta. Kuvauspaikat ja suhde niihin on ymmärrettävä tuotannon välittömien tarpeiden täyttämistä laajempänä yhteistyösuhteena.

Tämän opinnäytetyön tavoite on auttaa pitämään kuvauspaikat mahdollisimman monen tuotannon käytössä myös tulevaisuudessa, auttaa pitämään yllä alan arvostusta kuvauspaikkojen omistajien ja yleisön silmissä sekä lisätä ymmärrystä kuvauspaikkajärjestäjän monipuolisesta työstä. Työn tarkoitus on tutkia järjestäjän ja kuvausryhmän suhdetta kuvauspaikkaan sekä tuoda kirjallisessa muodossa esille järjestäjien hiljaista tietoa ja muiden tieteenalojen esittämiä teorioita kuvauspaikkasuhteen hyvästä hoidosta.

Työ on tarkoitettu erityisesti alaa opiskeleville tai henkilöille, jotka tekevät syystä tai toisesta järjestäjän työtehtäviä oman työnsä ohella esimerkiksi pienissä tuotantoyhtiöissä.

Aihealuetta tutkittiin tapaustutkimuksena, jossa pääasiallinen tiedonkeruumenetelmä oli teemahaastattelu. Erityishuomiota kiinnitettiin Uusi päivä -sarjan kuvaspaikkatoimintaan. Haastattelujen lisäksi käytettiin lähteinä alan kirjallisuutta sekä kirjoittajan kokemusta Yleisradion Uusi päivä -sarjan location managerina. Sisältö on pyritty kirjoittamaan siten, että se on käyttökelpoista järjestäjän työssä sekä elokuva-, että tv-puolella, mutta haastattelulähteiden ja kirjoittajan Yle-tausta saattaa painottaa sisältöä Ylen toimintamallien suuntaan.

Kirjallisena lähteenä käytettiin amerikkalaisen Cathy McCurdyn teosta Shoot on Location - the Logistics of Filming on Location, Whatever Your Budget or Experience. Kirja on käytännönläheinen opas kuvauspaikkajärjestäjän työhön. Kirja on kirjoitettu yhdysvaltalaisen elokuvatuotannon näkökulmasta, mutta suuri osa sisällöstä pätee yhtä lailla suomalaisessa tuotannossa ja toiminnassa. Lähteen käytössä on kuitenkin huomioitu maiden väliset erot ja sisältöä on sovellettu suomalaiseen tuotantokulttuuriin ja toimintatapoihin.

Työtä varten haastateltiin kahta elokuva- ja tv-alan kokenutta ammattijärjestäjää. Ville Savijärvi on työskennellyt järjestäjänä elokuvissa ja yli kaksikymmentä vuotta tuotantojärjestäjänä Ylen palveluksessa eri tv-sarjoissa ja ohjelmissa. Savijärvi on ollut mukana Uuden päivän tuotannossa alusta asti. Toinen haastateltava, Kimi Seppänen aloitti uransa Ylellä, mutta on tehnyt elokuvajärjestäjän töitä kaupallisella puolella toistakymmentä vuotta. Elokuvien lisäksi hän on toiminut järjestäjänä monissa mainoksissa.

Lähteenä käytettiin myös Jonne Lindholmin kuvauspaikkajärjestäjän työtä koskevaa opinnäytetyötä. Lindholmin työ perustuu suurelta osin hänen omiin kokemuksiinsa ja siihen suhtauduttiin lähteenä haastattelunomaisesti. Lisäksi käytettiin lähteenä joitain teoksia liiketalouden ja muiden tieteenalojen puolelta.

Johdannon jälkeisessä luvussa kaksi kuvaillaan tv- tai elokuvatuotannon vaikutusta ympäristöön. Luvussa kolme kerrotaan suppeasti järjestäjän työkuvasta ja joistakin järjestäjän perustehtävistä. Luvussa neljä syvennetään järjestäjän työkuvaa käytännön ohjeilla kuvauspaikkasuhteen rakentamisessa sekä liitetään yhteistyösuhteen rakentamisen liiketalouden ja muiden tieteenalojen esittämiin malleihin yhteistyösuhteesta. Luvussa neljä kuvataan lisäksi Uuden päivän tapaa rakentaa suhdetta paikallisyhteisöön. Luvussa viisi pohditaan työn onnistumista sekä jatkotutkimus- ja kehityskohteita.

Opinnäytetyön rajattu laajuus ei mahdollista järjestäjän työn täydellistä esittelyä eikä tätä työtä voi siksi pitää kattavana oppaana järjestäjän työhön. Monia työkuvan kannalta olennaisiakin asioita on jätetty käsittelemättä, koska ne eivät suoraan liity tuotannon ja kuvauspaikan väliseen suhteeseen.

2 KUVAUSTEN VAIKUTUS YMPÄRISTÖÖN

2.1 Työryhmä

Draamatuotannon työryhmä tai kuvausryhmä toteuttaa lopputuotteen taltioinnin kuvauspaikalla sekä siihen liittyvät esi- ja jälkivalmistelut. Lokaatiokuvauksia tekevän työryhmän koko ja koostumus vaihtelevat tuotannosta riippuen. Pienimmillään kuvaukset hoidutuvat muutaman hengen voimin pienellä kalustolla. Massiivisimmillaan kalusto kulkee useammassa rekka-autossa ja henkilökuntaa ja heidän autojaan on valtava määrä. Oli työryhmän koko minkäläinen tahansa, kuvaustoiminta vaikuttaa aina ympäristöön jollakin tavalla.

Kuvauspaikkaan viitataan ammattikielessä usein sanalla lokaatio, jolla tarkoitetaan mitä tahansa kuvauspaikkaa varsinaisen studion ulkopuolella. Studiolla viitataan elokuvan tai tv-ohjelman tekemiseen tarkoitettua tilaa, jossa tuotanto-olosuhteet ovat täysin hallittavissa ja kuvauskäyttöön sopivat. Joissakin tuotannoissa studiota ei ole käytössä ollenkaan, jolloin koko tuotanto kuvataan lokaatiossa siellä toimivan työryhmän voimin.

Kevyimmilläänkin työryhmään kuuluu useita henkilöitä. ENG- eli electronic news gathering tuotannoissa kuvausryhmässä saattaa olla vain toimittaja, kuvaaja ja äänittäjä. Joskus selvittää jopa pelkällä toimittaja-kuvaaja -parilla. Draama- tai mainostuotannossa työryhmää on aina enemmän. Ylen Uusi päivä -sarjaa kuvataan kevyellä kalustolla, mutta nopeaan tahtiin. Uuden päivän lokaatiotyöryhmä muodostuu seuraavista ammattilaisista: ohjaaja, apulaisohjaaja, kuvaaja ja kaksi kameraoperoijaa (kahdelle kameralle), kuvaussihteeri/tuotantokoordinaattori, äänisuunnittelija ja kaksi äänittäjää, kaksi valaisijaa, puvustaja, maskeeraaja, järjestäjät (rekvisiitta-, ja kuvauspaikkajärjestäjä), näyttelijät ja avustajat (riippuen kohtauksesta).

Uuden päivän työryhmä liikkuu yhteensä viidellä autolla: kuvausauto, valoauto, järjestäjän auto, puvustuksen ja maskeerauksen auto sekä henkilökuljetusauto, jolla tuodaan paikalle näyttelijöitä studiolta ja viedään heitä taas studiolle kuvaamaan sisäkohtauksia.

Tämänkin kokoisen ryhmän vaikutus ympäröivien ihmisten arkeen on merkittävä.

2.2 Kuvauspaikan hallinta

Lokaatiokuvauksissa luodaan kuvauspaikalle alue, jonka olosuhteita pyritään hallitsemaan tarpeen ja mahdollisuuksien mukaan. Studiosta poiketen täydellistä hallintaa on kuitenkin mahdotonta saavuttaa. Järjestäjä varmistaa, että kuvausalue pysyy rauhallisena ohikulkuliikenteestä eikä kuva-alaan eksy asiattomia. Lisäksi järjestäjä pyrkii tarpeen mukaan hiljentämään ympäröiviä häiriöääniä, reitittämään esimerkiksi jakeluautoja ja jalkankulkijoita uudelleen ja näin mahdollistamaan kuvausryhmän työskentelyn lokaatiossa. Etenkin vilkkaalla kaupunkialueella tämä on haastava toteuttaa. McCurdy nimittää tätä kuvauspaikan haltuunottoa osuvasti kuplaksi, jonka järjestäjä rakentaa kuvauspaikan ympärille. Kupla on usein tarpeen, mutta äärimmillen vietynä se voi johtaa vaarallisiin tilanteisiin. (McCurdy 2011, 5.)

McCurdy käyttää tuottaja Ed Milkovichin termiä elokuvallinen immuniteetti. Elokuvallinen immuniteetti on tila, jossa lokaatiossa toimiva työryhmä toimii ikään kuin kuvattaisi normaaleissa studio-olosuhteissa. Keskittyessään työhönsä työryhmäläiset saattavat astua kadulle sivuilleen katsomatta ja olla aivan varmoja, ettei lähestyvä kuorma-auto mitenkään voi törmätä heihin. Elokuvantekijän näkökulmasta ympäröivä maailma ikään kuin pysähtyy. Vaaratilanteille sokeutumisen lisäksi elokuvallinen immuniteetti tuo mukanaan muitakin riskitekijöitä. Työryhmäläiset ottavat itselleen omistusoikeuden paikkoihin, mikä johtaa paikkojen hyväksikäyttöön. Roskia päätyy maahan, puiden oksia katkotaan etteivät ne olisi kuvassa, kalustoa ilmestyy autojen eteen keskelle autotietä ja työryhmäläiset tukkivat jalkakäytäviä, katuja ja kujia. Tuotannon kuorma-autot tukkivat ajoväyliä ja kukkapenkkeihin astutaan omia töitä tehdessä. Tai sitten työryhmäläinen päättää vetää kaapelin ja laittaa lampun naapurin pihalle ilman että kukaan on kysynyt mitään järjestysoastolta tai kyseisen takapihan omistajalta (McCurdy 2011, 6 - 7.)

Kuvausprosessi on keskittymistä vaativaa työtä ja siksi ympäristö jää helposti huomioimatta. Järjestäjän eräs rooli on toimia ikään kuin puskurina työryhmän ja ympäristön välillä. Työryhmää on välillä muistutettava ympäröivän maailman olemassaolosta ja samoin pyrittävä helpottamaan ympäröivää maailmaa tilapäisen häiriötekijän hyväksymisessä. Yhdysvalloissa on pyritty standardisoimaan erityinen käytöskoodi, jota jokainen työryhmäläinen sitoutuisi noudattamaan kuvauspaikoilla (katso liite 3). Kuvauspaikan haltuunotossa on siis kyse muustakin kuin pelkästä ulkopuolisten häiriöiden minimoinnista. Järjestäjän on otettava haltuun myös lokaation välitön ympäristö, pyrkien minimoimaan näi-

den kahden todellisuuden rajapinnassa tapahtuva kitka, jotta molemmat todellisuudet voivat toimia saumattomasti yhteen. Pieniä yhteentörmäyksiä tulee väistämättä, mutta hyvällä ennakkosuunnittelulla, tiedottamisella ja valmistelulla näitä voidaan merkittävästi vähentää.

McCurdy kuvaa osuvasti järjestäjän haasteita kuvauspaikalle mennessä. Kaikki eivät luumoudu tv:stä tutun elokuvanteon glamourista ja jännityksestä. Työssä kohtaa ihmisten erilaisia reaktioita vastustuksesta innostukseen tai jopa apatiaan. Yleisön vääränlainen reagointi tulee ennakoida ja estää. Tarvitaan paljon suunnittelua ja ennakointia ennen kaduille menoa. Jo ensimmäisellä kuvauspaikan etsintäkierröksellä pitäisi pohtia oikeita kysymyksiä ja miettiä realistisia odotuksia siitä, kuinka paljon kyseisen kuvauspaikan ympäristöä voi muuttaa. Kaikki tämä työ tehdään, jotta saavutettaisiin onnellinen keskitie, jossa kuvaustoiminta voi elää ihmisten jokapäiväisen elämän rinnalla. Haasteena on saada ihmiset sietämään kuvauksia ja sitä miten ne vaikuttavat heidän elämäänsä. Kaiken taustalla on hyvä tarkoitus ehkäistä kuvauspaikan ympäristössä asuvien ja työskentelevien ihmisten tuhoisia ja negatiivisia reaktioita. Tarvitaan kommunikointia, suunnittelua ja valmistelua (McCurdy, 2011, 7.)

Siksi jo kuvauspaikkoja valittaessa on huomioitava alueella tarvittavan kontrollin määrä, kuvausten vaikutus ympäristöön ja kustannukset (McCurdy 2011, 68-75) sekä sovitettavat käytettävät kuvauspaikat näiden tekijöiden ja tuotannon muiden vaatimusten mukaan. Järjestäjän tulee huolehtia, ettei elokuvallisen immuniteetin aikaansaama illuusio pääse vahingoittamaan suhteita lokaatioon tai sen ympäristöön.

3 JÄRJESTÄJÄN VASTUUALUEET

3.1 Järjestäjän työnkuva

Järjestäjän tehtävänä on etsiä, hankkia, valmistella, hallinnoida ja palauttaa tuotannossa tarvittavat kuvauspaikat. Työ on ihmisläheistä myyntityötä, jossa myydään kuvausryhmä kuvauspaikkaan ja pidetään omistaja ja työryhmä tyytyväisenä kuvausten jälkeenkin (Seppänen haastattelu 17.10.2013).

Järjestäjän työ on hyvin monipuolista.

Kuvauspaikkajärjestäjä (location manager) etsii kuvauspaikat, valokuvaa tai videokuvaa, esittelee ehdotuksensa päälavastajalle ja ohjaajalle, neuvottelee kuvauspaikkaan liittyvistä maksuista ja kuluista, osallistuu valittujen kuvauspaikkojen lopulliseen tarkistukseen ennen kuvauksia, sopii kuvauspaikan ruokailu- ja saniteettipalveluista, järjestää tilapäisen pysäköinnin vaatimat luvat ja apu- ja voimien liikenteen ohjaamiseen. Kuvausten aikana järjestäjä huolehtii kuvauspaikalla mahdollisesti esiintyvien häiriöiden poistamisesta, järjestää tarvittavat odottelu- ja taukotilat näyttelijöille ja avustajille, pitää yllä järjestystä ja vastaa kuvausalueen siivoamisesta ja mahdollisten vaurioiden korjaamisesta kuvausten päätyttyä. (Pirilä & Kivi 2010, 117 - 118.)

Kuvauspaikkojen löytymisen jälkeen McCurdy puolestaan luettelee järjestäjän tehtäviksi kuvauspaikan naapurien ja yrittäjien tiedottamisen, kuvauspaikkamaksujen neuvottelun, sopimusten tekemisen, kuvaus- ja esimerkiksi liikennejärjestelylupien hakemisen viranomaisilta asianmukaisilla hakemuksilla, liikennejärjestelyjen ja tarvittaessa katujen sulkemisen suunnittelun ja toteutuksen, pysäköintijärjestelyjen suunnittelun ja toteutuksen, opasteiden laatimisen kuvauspaikalle sekä kuvauspaikan ja työryhmän välisenä yhteyshenkilönä toimimisen. (McCurdy 2011, 177.)

Usein järjestäjän vastuualueeseen kuuluu myös kuvissa näkyvien eläinten, autojen ja muiden kulkuneuvojen hankkiminen ja hallinnointi (Seppänen, haastattelu 17.10.2013).

3.2 Erot eri yhtiöissä ja tuotannoissa

Järjestäjän työ noudattaa useimmissa tuotannoissa samantyyppistä kaavaa. Eroja työssä ja toiminnassa kuitenkin on tuotannosta ja tekijästä toiseen. Siksi tässä esitetty työnkuva on suuntaa antava, eikä välttämättä toteudu samanlaisena joka paikassa. Tuotantojen ja tekijöiden lisäksi eroja on myös yhtiöissä ja työyhteisöissä.

Kuten aiemmin mainittu, Ylessä järjestäjän työkenttään kuuluu vahvasti rekvisiitta. Aiemmin Tampereellakin käytössä ollut tuotantomestarin työnimike piti sisällään tässä työssä mainitut järjestäjän tehtävät. Sittemmin työtehtäviä yhdistettiin ja nykyisin puhutaan tuotantojärjestäjästä, jonka tehtäväkenttään kuuluu kuvauspaikkojen lisäksi myös rekvisiittaa.

Elokuva- ja mainospuolella järjestäjän työhön liittyvät kuvauspaikkojen lisäksi ainoastaan suuremmat kuvissa näkyvät esineet. ”Järjestäjän ruutuun kuuluu oikeastaan semmoiset pöydästä ja tuolista isommat liikkuvat vehkeet”, elokuvissa pitkään järjestäjänä toiminut Kimi Seppänen (haastattelu 17.10.2013) toteaa. Tässäkin voi tosin olla tuotanto-kohtaisia eroja.

Toinen merkittävä ero liittyy tuotannosta toiseen paljonkin vaihteleviin budjetteihin. Seppäsen mukaan joissakin tuotannoissa kuvauspaikkojen vuokraamiseen ei voida panostaa kovin paljon taloudellisesti kun toisissa, erityisesti mainoksissa, rahaa voi joskus olla käytettävissä hyvinkin paljon. ”Se voi tuntua naurettavaltakin, että saatetaan hylätä joku [paikka] viiden tonnin takia ja jollekin tilaajalle se ei ole mitään”, Seppänen kertoo (haastattelu 17.10.2013).

Tuotanto- ja mediakohtaisesti on myös joitain eroja muiden työryhmäläisten tehtäväkentässä. Tästä johtuen toisissa tuotannoissa järjestäjä esimerkiksi asioi koko tuotantoa koskevilla asioilla pääasiassa tuottajan kanssa ja toisissa esimerkiksi tuotantopäällikön kanssa. Tällaiset erot eivät kuitenkaan suoraan vaikuta järjestäjän työn sisältöön.

Tuotannosta riippuen varsinaisen järjestäjän lisäksi järjestelyosastossa voi olla erillinen henkilö, joka etsii kuvauspaikat (location scout). Useissa tuotannoissa järjestäjä hoitaa tämän itse, mutta välillä työvastuu jakautuu erillisen scoutin ja järjestäjän välille. Joku muu kuin varsinainen järjestäjä saattaa etsiä ja sopia kuvauspaikat, jolloin järjestäjä hoitaa itse kuvausvaiheen. (Seppänen, haastattelu 17.10.2013.)

Järjestäjällä voi olla apunaan myös apulaisjärjestäjiä tai assistentteja, jotka tarpeesta riippuen tukevat pääjärjestäjän työtä joko kuvauspaikalla tai muualla. Lisäksi järjestäjä vastaa tarvittavasta määrästä liikenteenpysäyttäjiä, autonkuljettajia ja monista muista käytännön tekemistä helpottavista ihmisistä.

3.3 Kuvauspaikkojen määrittely ja etsintä

Järjestäjän työ voidaan karkeasti jakaa kahteen vaiheeseen: kuvauspaikkojen etsintään (scouting) ja kuvausvaiheeseen. Elokuvasa tai mainoksessa etsintä ja kuvausjakso ovat usein erilliset vaiheet ennen varsinaisia kuvauksia. Etenkin Ylen Uuden päivän kaltaisissa pitkissä tv-sarjoissa uusia paikkoja haetaan myös kuvausjakson aikana.

Lähtökohdat kuvauspaikkojen hakemiseen nousevat käsikirjoituksen tarpeista, ohjaajan, kuvaajan ja lavastajan visioista sekä tuotannollisista mahdollisuuksista ja rajoitteista. Kuvauspaikka vaikuttaa elokuvan tai sarjan lopulliseen ilmeeseen paljon, joten järjestäjän tulee tiedostaa sen merkitys monella tasolla.

McCurdyn mukaan jokaisella kuvauspaikalla on tarinan kannalta käytännöllinen ja esteettinen tarkoitus. Käytännön näkökulmasta tarinan hahmojen täytyy asua jossain, samoin kun kaiken toiminnan täytyy tapahtua jossain paikassa ja ajassa. Kuvauspaikka luo kiintopisteen ihmisiin ja heidän toimintaansa. Kuvauspaikan ja näyttelijöiden välillä on jatkuva dynamiikka, joka vaikuttaa siihen miten näyttelijät kokevat ja saavuttavat asioita kussakin kohtauksessa. (McCurdy 2011, 3.)

Esteettisestä näkökulmasta kuvauspaikat ovat elokuvan tai ohjelman näkyvimpiä elementtejä. Niiden ulkoasu ja toiminta vaikuttavat lopputuloksen visuaaliseen ilmeeseen ratkaisevasti. Henkeäsalpaavat maisemat, rikkaat arkkitehtuuriset yksityiskohdat, urbaanin elämän tummat sävyt, voivat kaikki olla dramaattisia lisäyksiä hahmon toimintaan. Kuvauspaikoilla rakennetaan kontrastia erilaisten tilanteiden ja alueiden tai vaikka aikakausien välille. Ne toimivat katsojalle kiintopisteenä, joiden avulla hahmottaa tarinan kulua. (McCurdy 2011, 3.)

Luovien kriteerien lisäksi kuvauspaikan tulee sopia tuotannollisiin vaatimuksiin. Monessa tuotannossa on kuvauspaikkojen suhteen aluerajoituksia. Pääkaupunkiseudun alueella on esimerkiksi usein pyrittävä pysymään päiväraha-alueen sisällä (Helsinki, Espoo, Vantaa), etteivät kustannukset nouse liiaksi. Uudessa päivässä kaikkien kuvauspaikkojen

pitää olla enintään 20 minuutin ajomatkan päässä studiolta. Optimaalisessa kuvauspaikassa ”paikallinen ympäristö ei tuota [...] tekemiseen häiriötä äänellä tai jollain muulla [tavalla]” (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013). Tärkeää on myös, että paikkaan on logistisesti helppo tulla eli pysäköinti ja kaluston kuljetus kuvauspaikalle onnistuu mahdollisimman helposti ja nopeasti. Tämän lisäksi paikasta tai sen läheisyydestä tulee löytyä tarvittavat wc-, catering-, vaatevaihto- ja maskeeraustilat ja sähkönlähteet. Myös kuvauspaikan vuokran ja aikataulujen on sovittava tuotannon vaatimuksiin. Usein tarvitaan lupa tehdä paikkaan muutoksia ennen kuvauksia. Kaikkein ensimmäiseksi omistajan on tietysti annettava lupa paikan käyttöön. (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013.; Seppänen, haastattelu 17.10.2013.)

Järjestäjä aloittaa paikkojen etsimisen lukemalla käsikirjoituksen ja sitten purkamalla sen, eli kirjaamalla ylös kaikki asiat, jotka mitenkään vaikuttavat kuvauspaikkoihin tai niissä tehtäviin asioihin. Olennaista on kirjata tapahtuuko kohtaus sisällä (interiööri) vai ulkona (eksteriööri). Lisäksi merkitään vuorokaudenaika, kuinka monta päivää kyseisessä kuvauspaikassa olisi tarkoitus rakentaa, kuvata ja purkaa sekä toivottu tai aikataulutettu kuvauspäivä ja -aika. Muistiinpanoihin merkitään myös mahdolliset tehosteet, eläimet, ajoneuvot, odotettavissa olevat liikennejärjestelyt tai vaikka kohtauksessa tarvittava toimiva leivinuuni (Lindholm 2011, 16) ja muut paikkaan liittyvät erityisvaatimukset ja rajoitteet.

Kun käsikirjoitus on purettu, tavataan ohjaajan, kuvaajan, lavastajan ja tuottajan sekä tarvittaessa muiden asianosaisten kanssa ja sovitaan yhteisistä linjoista halutun visuaalisen tyylin ja muiden yksityiskohtien osalta. Tässä vaiheessa tarkennetaan paikkaan liittyviä erityistoiveita ja rajoitteita. Ohjaajalta voidaan kysyä tarkennuksia erilaisten käsikirjoitukseen merkittyjen toimintojen toteutustavasta. Yhdessä voidaan katsella esimerkiksi mallikuvia erityyppisistä paikoista tai eri aikakausilta, jolloin on helpompi saavuttaa selkeä käsitys siitä mitä ollaan hakemassa. Tarkentavia keskusteluja käydään aika ajoin koko hakuprosessin ajan.

Tässä vaiheessa on hyvä laatia paikkojen etsimiseen jonkinlainen aikataulu, jossa paikat on priorisoitu tärkeyden, lupaprosessien haastavuuden ja muiden tarvittavien kriteerien mukaan. Lindholm (2011, 18 - 20) suosittelee etsimään ensin kodit, sitten muut moneksi päiväksi tarvittavat kohteet. Lopuksi haetaan paikat, joissa ollaan alle päivä tai vain osa päivää.

Erilaiset luvat erityisjärjestelyille ja julkisiin paikkoihin kannattaa laittaa hakuun mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, koska viranomaisilla on luville omat käsittelyaikansa. Samoin haastavammat kulkuneuvot ja eläimet sekä tehosteet on hyvä hankkia ja sopia hyvissä ajoin.

Paikoista on hyvä tehdä myös mukana kulkeva lista, jossa on kompaktissa muodossa lueteltu kuvauspaikkojen vaatimukset. Näin liikenteessäkin voi tarkistaa sopiiko kadun varrella yllättäen näkyvä talo tuotannon kriteereihin (McCurdy 2011, 57). Etsinnässä on hyvä huomioida kuvauspaikkojen sijainti suhteessa toisiinsa ja pyrkiä löytämään samoille päiville osuviin paikkoihin mahdollisimman lähellä toisiaan olevat paikat, jolloin siirtymiseen ei kulu niin paljon aikaa.

Kuvauspaikkojen etsintään tarvitaan aikaa. Jotkin paikat saattavat löytyä helposti ja toisten eteen voi joutua tekemään todella paljon töitä. Paikkoja hakiessa kannattaa hyödyntää omaa kokemusta sekä vuosien varrella mahdollisesti kertynyttä kuvapankkia eri paikoista. Lisäksi ideoita voi pyytää kollegoilta, tutuilta ja jopa mahdollisista kuvauspaikoista, jotka eivät syystä tai toisesta toimi, mikäli keskustelua on muuten käyty. Korvaamattomana apuna voivat olla erilaiset karttapalvelut, Googlen Street View ja jotkin julkiset rekisterit, kuten kiinteistörekisterit ja Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä (YTJ).

Varsinainen etsiminen onkin sitten ennalta etsittyjen ja matkan varrella löydettyjen paikkojen läpikäymistä. Autolla pääsee lähelle, mutta paikan toimivuuden pystyy arvioimaan vasta jalkaisin. Itse paikan lisäksi kiinnitetään huomiota esimerkiksi alkaviin rakennustyömaihin tai muihin vastaaviin, jotka saattavat vaikuttaa tuleviin kuvauksiin. Kannattaa myös kuunnella ympäristön äänimaailmaa mahdollisten häiriöäänten selvittämiseksi. Jokaisesta paikasta on hyvä ottaa kattavasti valokuvia ja säästää yhteystiedot, vaikkei se juuri kyseiseen tuotantoon sopsisikaan, koska samaa paikkaa voi tarvita joskus myöhemmin. Kuvien ottamiseen on hyvä kysyä paikasta lupa. Samalla voi alustavasti varmistaa paikan omistajien tai haltijoiden kiinnostuksen mahdollisia kuvauksia kohtaan. Kannattaa myös kysellä, sopiiko paikan omistajille käsikirjoitusta vastaavien asioiden toteuttaminen paikassa, paikan esteettinen muuttaminen esimerkiksi tapetoimalla ja sopivatko paikalle tuotannon aikataulut.

Etsintäkiekkon jälkeen palataan saman pöydän ääreen ohjaajan, kuvaajan ja lavastajan kanssa. Paikat katsotaan kuvien perusteella läpi ja joihinkin saatetaan mennä myös tutus-

tumaan. Tässä kohtaa järjestäjä saa usein lisätietoa siitä, mitä paikoilta ei haluta tai täsmennyksiä siihen mitä etsitään. Melkein aina tarvitaan useampi etsintäkierros ennen kuin kaikki sopivat paikat löytyvät.

Kun paikat alkavat varmistua, keskustellaan paikan omistajien kanssa yksityiskohdista ja tehdään tarvittavat sopimukset. Periaatteessa kannattaa sopia kaikki mahdollinen kirjallisesti, esimerkiksi sähköpostitse. Näin molemmille osapuolille jää selkeä käsitys siitä, mitä on sovittu eikä väärinkäsityksille ole niin paljon tilaa.

Sopimukseen on hyvä kirjata aika, jona paikkaa käytetään, mitä on tarkoitus tehdä, mitä muutoksia paikassa tehdään, maksetaanko vuokraa, korvausvastuu ja käytössä oleva vakuutusurva, jos jotain hajoaa, sekä muut sovitut asiat. Joskus voidaan lisätä kohta, jossa sovitaan sopimuksen irtisanomisaika, eli kuinka kauan ennen sopimuksen toivottua päättymistä kuvauspaikan on ilmoitettava tuotantoryhmälle ettei kuvauksia voi enää jatkaa (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013).

Mikäli joku paikka vaikuttaa hankalalta löytää, kannattaa jatkaa keskustelua asiasta muiden kanssa. Esimerkiksi Uusi päivä -sarjaan tarvittiin junatunnelia, jossa voisi kuvata. Tampereen alueella piti sijaita eräs sopiva tunneli, mutta kukaan ei tuntunut tietävän tunnelin tarkkaa sijaintia. Kartalla ja satelliittikuvissa lupaavalta näyttäneet tunnelipaikat paljastuivat kerta toisensa jälkeen joksikin muuksi kuin tunneleiksi. Kollegalta saadut VR:n työntekijän yhteystiedot kuitenkin ratkaisivat ongelman. VR:n työntekijä osasi lyhyen keskustelun pohjalta kertoa missä kyseinen tunneli luultavasti on. Paikka käytiin katsomassa ja se vaikutti loistavalta. Muutaman lisäpuhelun ja sähköpostin sekä muutama päivän odottelun jälkeen Liikennevirasto myönsi luvat kuvata kyseisessä liikennöimättömässä tunnelissa. Tunneli sijaitsi paikalla, jota olisi ollut lähes mahdoton löytää ilman ulkopuolista apua. Onnistuneen kuvauspaikan lisäksi saatiin yhteyshenkilö VR:n toteuttavaan portaaseen, jolta voin jatkossakin kysellä mikäli tarvitaan vastaavia vaikeasti löydettäviä paikkoja rata-alueella.

Ennen kuvauksia kuvauspaikat esitellään työryhmän avainhenkilöille ja muille, joilla on kuvauspaikkaan liittyviä suoria tarpeita. Ylessä puhutaan ET:stä eli ennakkotutkimuksesta. Elokuva- ja mainospuolelle on vakiintunut termi *recce*, joka Lindholmin (2011, 22) mukaan juontuu englannin kielen sanasta *reconnaissance*, eli tiedustelu. Tällöin käydään paikan päällä läpi kaikki tekemisen kannalta oleellinen. Järjestäjä myös keskustelee eri

osastojen edustajien kanssa heidän tarpeistaan ja pyrkii parhaansa mukaan järjestämään tässä vaiheessa ilmenevät asiat kuntoon ennen kuvauksia.

Ennen kuvauksia pidetään myös tuotantopalaveri, jossa koko työryhmän kesken käydään läpi tulevat kuvaukset ja niihin liittyvät käytännön asiat.

3.4 Kuvausvaihe

Kuvausvaiheessa järjestäjä on osastonsa kanssa vastuussa toimivien puitteiden ylläpitämisestä kuvauksia varten. Järjestäjän tehtävä on huolehtia tarvittavan tiedon saatavuudesta koko työryhmälle. Ajoneuvojen kuljettajien pitää tietää mihin pysäköidä, valo-osaston mistä saadaan sähköä, catering-osasto tarvitsee tiedon mihin asettua, ääniosastoa voi kiinnostaa miten sammutetaan naapurihuoneen sirisevä sähkölaite, kaikkien pitää tietää missä ovat wc- ja taukotilat, apulaisohjaajalle näytetään mihin ohjata avustajat tauon ajaksi ja niin edelleen.

Järjestäjä on vastuussa myös siitä, että luvissa olevia tai omistajan kanssa sovittuja asioita noudatetaan kuvauspaikalla ja että kaikki ovat niistä tietoisia. Järjestäjä ei voi omin lupinensa antaa kuvausryhmän jäsenten tehdä asioita, joita ei ole etukäteen sovittu. Mahdolliset lisätoiveet kulkevat aina järjestäjän kautta kuvauspaikan omistajalle.

Järjestäjä myös huolehtii kaikista ympäristöstä johtuvista yllättävistä tilanteista ja pyrkii ratkaisemaan ne parhaansa mukaan. Jos esimerkiksi kuvataan jonkun kodissa ja naapurissa seinän takana torvisoittokunta aloittaa omat harjoituksensa, pyrkii järjestäjä mahdollistamaan kuvausten jatkumisen siten, että torvisoittokuntakin on tyytyväinen.

Järjestelyosastolta jonkun on oltava kuvauspaikalla koko ajan. Itse pääjärjestäjä saattaa joutua kesken kuvauspäivän hoitamaan myös jonkun aiemman paikan jälkiselvittelyä tai jonkun uuden paikan valmistelua kuvauksia varten. Kuvauspaikalla on kuitenkin oltava henkilön, joka pystyy nopeastikin reagoimaan mahdollisiin haasteisiin siten, etteivät kuvaukset tai kuvauspaikkaa ympäröivät ihmiset ja yritykset tarpeettomasti häiriinny.

Järjestäjä on tuotannon kasvot kuvauspaikkaan ja sitä ympäröiville ihmisille ja yrityksille. Hänen tärkeä tehtävänsä on siis edustaa tuotantoa kuvausten aikana ja pyrkiä parhaansa mukaan myös pitämään kaikki tyytyväisenä.

Uusi päivä -sarjassa kuvauspaikkajärjestäjä huolehtii usein myös rekvisiittajärjestäjän mukaan laittamasta kevyestä rekvisiitasta ja siitä, että se on kuvissa oikeaan aikaan ja oikean näköisenä.

Kuvausten aikana järjestäjän työ on vaihtelevaa ja usein kiireistä. Elokuvatuotannoissa järjestelyosastoa työllistää erityisen paljon tuotannon logistiikka. Kalustorekkojen ja muiden ajoneuvojen pysäköintijärjestelyt varsinkin kaupunkialueella ovat mittavat ja vaativat jatkuvaa suunnittelua ja pyörittelyä. Tv-sarjaa tehdään pienemmällä kalustolla ja ryhmällä, mutta siinä on taas usein enemmän kuvauspaikkoja tiiviimpään tahtiin. (Seppänen, haastattelu 17.10.2013.) Uusi päivä –sarjassa kuvataan pahimmillaan 6 - 7 paikassa samana päivänä.

Kun kuvaukset yhdessä paikassa on saatu tehtyä, varmistaa järjestäjä, että purku sujuu turvallisesti ja paikkoja rikkomatta ja että paikka jää sellaiseen kuntoon kun on sovittu.

3.5 Jälkihoito

Kuvausten jälkeen järjestäjä huolehtii mahdollisten vahinkojen ja vaurioiden korvaamisesta tai korjaamisesta, paikkojen siivoamisesta (mahdollisesti ulkopuolisella siivousyrityksellä), maksujen maksusta sekä varmistaa, ettei paikan omistajalla ole jäänyt mitään hampaankoloon. Paikkojen omistajia kiitetään erilaisin tavoin ja muutenkin omistajat pidetään tyytyväisenä. Järjestäjän tulisi lähteä paikasta aina viimeisenä joko kuvauspäivän jälkeen tai sitten seuraavana päivänä tarkistettuaan että kaikki on kunnossa. (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013; Seppänen, haastattelu 17.10.2013.)

4 JÄRJESTÄJÄ YHTEISTYÖN RAKENTAJANA

4.1 Kuvauspaikan motiivit

Kuvaaminen lokaatiossa tehdään aina jonkinlaisessa yhteistyössä kuvauspaikan omistajan kanssa, oli kyseessä sitten yritys, julkishallinnon taho tai yksityinen henkilö. Julkishallinto olettaa, että heidän myöntämiään lupia noudatetaan, yritysten pitää pystyä luottamaan, että sopimukset kuvausryhmän kanssa pitävät ja yksityiset henkilöt luovuttavat pahimmillaan koko kotinsa ja puutarhansa lähes tuntemattomien ihmisten käsiin. Järjestäjän on ensikohtaamisesta lähtien kehitettävä ja rakennettava yhteistyösuhdetta kuvauspaikkaan. Toimivan yhteistyösuhteen tärkeys korostuu Uusi päivä -sarjan kaltaisessa pitkässä sarjassa, jonka oletetaan jatkuvan samoissa kuvauspaikoissa vuosikausia.

Yhteistyösuhde kuvauspaikkoihin on monella tapaa verrattavissa yritysten väliseen yhteistyöhön. Yritysten välinen yhteistyö on oletusarvoltaan molempia osapuolia hyödyttävää. Kuvaustoiminta saatetaan puolestaan mieltää melko yksipuolisena suorituksena, jossa kuvausryhmä saapuu kuvauspaikkaan, hyödyntää sitä ja jatkaa matkaa seuraavaan paikkaan. Yhteistyösuhteen hahmottamiseksi on tärkeä ymmärtää myös kuvauspaikan näkökulma.

Uutta päivää kuvataan aina silloin tällöin eräässä Tampereen seudun kauppakeskuksessa. Kerran sarjaa varten tarvittiin pankkikonttorin sisäänkäyntiä sekä kiinteistövälitystoimistoa. Pankkikonttori oli määrä lavastaa tyhjään liiketilaan ja sitä valmistellessani huomasin samalla käytävällä myös kiinteistövälitystoimiston. Kävelin sisään, esittelin itseni ja asiaini ja kysyin saisimmeko tulla kuvaamaan Uutta päivää heidän tiloihinsa. Yllätyksekseni välittäjä toivotti meidät tervetulleeksi ennen kuin olin ehtinyt kahta lausetta pidemmälle. Sovimme kuvausten yksityiskohdista varoitettuani häntä kaaoksesta, jonka jo näin pieni kuvausryhmä tuo tullessaan.

Mikä saa kuvauspaikan omistajan toivottamaan kuvausryhmän tervetulleeksi näin innokkaasti? McCurdyn mukaan monet nauttivat siitä, että saavat olla omalla panoksellaan tekemässä elokuvaa tai tv-sarjaa. Toisille jännitystä tuo se, että pääsee näkemään kameran taakse ja kulissien takaiseen maailmaan. Toiset haluavat tukea paikallista työtä tai vaikka opiskelijoiden oppimista. (McCurdy 2011, 175.) Uuden päivän vakituinen Location ma-

nager Ville Savijärvi on samoilla linjoilla. Hänen mukaansa ihmisiä kiinnostaa mahdollisuus olla tekemisissä näyttelijöiden kanssa. Jos kuvattava sarja kiinnostaa jo entuudestaan, tuo se lisämotivaatiota lähteä mukaan. ”Tärkeintä on kuitenkin se, että saadaan ne ihmiset sitoutumaan siihen ja olemaan osa sitä sarjan tekoa, tuntemaan, että he edesauttavat sarjan tekemistä ja edistymistä” (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013). Elokuvajärjestäjä Kimi Seppänen mainitsee myös muistot yhdeksi motiiviksi lähteä kuvauksiin. ”Kerran kirjoitettiin yhden rakenteilla olevan autotallin seinään nimmarit koko porukka. [...] Se [omistaja] maalas meille valmiiks semmosen paikan ja sit sano et niin kauan kun tää talo on pystyssä niin meidän nimmarit on siellä seinällä” (Seppänen, haastattelu 17.10.2013).

Elämysten lisäksi usein myös pienet korvaukset paikan käytöstä auttavat. Kodinomistajan on koettava, että hänen antama panoksensa on tasapainossa saatuun vastineeseen nähden. Jos joku lähtee pois kotoa vaikka viikoksi kuvausten takia, siitä on hyvä maksaa jo kohtuullinen rahallinen korvaus. (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013.)

Joidenkin yritysten ja julkisten tilojen ollessa kyseessä rahan merkitys kasvaa. Monissa paikoissa tilojen käytöstä on olemassa oma hinnastonsa tai niistä sovitaan tietty vuokra. Mikäli aikataulut sopivat, kuvaamaan pääsee mainitulla rahasummalla. Joissain julkisissa tiloissa, kuten yliopistoissa ja muissa vastaavissa, saattaa riittää vahtimestarin palkan maksaminen tarvittavalta ajalta tai voidaan kuvata jopa ilmaiseksi. Esimerkiksi kirkoissa, tärkeää on myös se, että käyttäydytään asianmukaisella tavalla. (Seppänen, haastattelu 17.10.2013.)

Yhteistyösuhteen toimimisen kannalta on tärkeää, ettei kuvauspaikkoja hyödynnetä yksipuolisesti. Vaikka rahaa ei etenäkään pienissä tuotannoissa aina liiku ollenkaan, on elintärkeää varmistaa, ettei kuvauspaikan omistajalle tule hyväksikäytetty olo.

Kiinteistöväilytystoimiston tapauksessa osoittautui, että he olivat seuranneet sarjaa ja toimintaamme kauppakeskuksessa aina silloin tällöin. Kiinnostus tv-tuotantoon oli olemassa ja he olivat innoissaan saadessaan olla mukana sarjan teossa. Yleisradion tuotannoissa ei voida mainostaa yrityksiä, mutta he kuitenkin toivoivat ohikulkevien asiakkaiden tunnistavan heidän liikkeensä valmiin ohjelman perusteella.

4.2 Kuvauspaikkasuhteet ovat pääomaa

Etenkin Uuden päivän kaltaisessa pitkässä tv-tuotannossa, jossa käytetään paljon toistuvia kuvauspaikkoja, on tärkeimmillä kuvauspaikoilla tarinankin kannalta erittäin suuri merkitys. Mikäli kuvauspaikka menetetään, joudutaan tarinaa mahdollisesti muuttamaan ja pahimmillaan jo kuvattuja kohtauksia kuvaamaan uudelleen. Yhteydet kuvauspaikkoihin sekä oikeus kuvata niissä ovat tuotantoyhtiölle tärkeää pääomaa, jota tulee vaalia.

Yrityskirjallisuudessa Niemelä (2002, 72 - 73) käyttää Robert D. Putnamin ilmaisua sosiaalinen pääoma (social capital) kuvaamaan yhteistyösuhteita ja niihin rakentuvia aineettomia hyödykkeitä. Putnam viittaa Niemelän (2002, 76 - 77) mukaan sosiaalisen pääoman käsitteellä ”yksilöiden keskinäisiin yhteyksiin – sosiaalisiin verkostoihin ja niistä syntyviin vastavuoroisuutta ja luottamuksenarvoisuutta koskeviin normeihin”. Käsite kuvaa hyvin järjestäjän tai tuotantoyhtiön ja kuvauspaikkojen välisiä suhteita.

Sosiaalista pääomaa on kolmenlaista: strukturaalista, relationaalista ja kognitiivista. Strukturaalisella pääomalla viitataan esimerkiksi järjestäjän tai tuotantoyhtiön olemassaoleviin suhteisiin eri tahoihin. Kognitiivinen sosiaalinen pääoma tarkoittaa suhteisiin kertynyttä ymmärrystä toisen osapuolen tavoitteista ja arvoista. Relationaalisella sosiaalisella pääomalla puolestaan tarkoitetaan suhteeseen kertynyttä luottamusta, arvostusta ja muita positiivisia piirteitä. (Niemelä 2002, 72 - 73.)

Strukturaalista sosiaalista pääomaa ovat siis olemassa olevat kontaktit eri paikkoihin. Järjestäjän kannalta näitä ovat kaikki kontaktit käytössä oleviin ja käyttämättömiin kuvauspaikkoihin, viranomaistahoihin ja esimerkiksi tietyn alueen yrityksiin. Niemelän mukaan määritelmään sisältyvät ”yrityksen yhteydet sidosryhmiin, erityisesti asiakkaisiin, mutta myös muuhun yritystoimintaan, muihin sidosryhmiin ja koko yhteiskuntaan” (Niemelä 2002, 72 - 73).

Edmund Burke keskittyy teoksessaan yritysten ja yhteisöjen välisen suhteen rakentamiseen ja kehittämiseen ja lähestyy aihetta hieman eri näkökulmasta. Burken mukaan tällaiset suhteet ovat välttämättömiä yrityksen toiminnan kannalta (Burke 1999, 36). Burke puhuu myös yrityksen toimivallasta (license to operate), jolla tarkoitetaan toimintoja, joita yhteiskunnat sallivat yksityisen, voittoa tavoittelevan yhtiön harjoittaa. Toimivalta toisin sanoen määrittää mitä yhtiö voi ja ei voi tehdä (Burke 1999, 10).

Toimivallan käsite pätee myös tuotantoyhtiön ja sitä kautta järjestäjän ja eri yhteisöjen väliseen suhteeseen. Toimivalta määrittyy konkreettisesti lupana kuvata tai toimia tietyssä paikassa. Pitkällä aikavälillä siihen vaikuttavat kuvauspaikan omistajan lisäksi monet ympäröivät yhteisöt, joiden elämään kuvaukset tavalla tai toisella vaikuttavat.

Tällaisia yhteisöjä voivat olla maantieteelliset yhteisöt (kaupunkitaso), aidanvierusyhteisöt (yrityksen tilojen/toiminnan välittömässä läheisyydessä), vaikutusyhteisöt (joihin yrityksen toiminta jotain kautta välillisesti vaikuttaa), työntekijöiden yhteisöt (yhteisöt joihin työntekijät kuuluvat), erilaiset intressiryhmät (common interest community), sekä cyber- eli internet-yhteisö (Burke 1999, 61).

Burke (1999) nostaa esiin lukuisia projekteja, joissa esimerkiksi paikalliset asukkaat ovat estäneet jonkin yrityksen toiminnan laajenemisen tai pakottaneet yrityksen lopettamaan toiminnan tietyllä alueella. Toisaalta yhteisöjen laaja tuki voi myös merkittävästi helpottaa jonkin hankkeen toteuttamista tietyllä alueella. Sama pätee myös pitkäjänteiseen kuvaustoimintaan.

4.3 Kognitiivinen sosiaalinen pääoma ja psykologinen sopimus

Yhteistyön jatkuessa syntyy jatkuvasti kehittyvää ymmärrystä toisen osapuolen tavoitteista ja toimintamalleista. Tätä kutsutaan kognitiiviseksi sosiaalisiksi pääomaksi. Uusiin kuvauspaikkoihin mentäessä järjestäjän tehtäviin kuuluu valmistella omistajat tai haltijat kuvausprosessiin ja sen aikaansaamiin muutoksiin kuvauspaikassa. Tämä tehdään kertomalla mahdollisimman selkeästi tuotannon suunnitelmista ja käytännön toiminnasta kuvauspaikassa. Suhteen jatkuessa kuvauspaikassa ymmärretään paremmin kuvausten mukanaan tuomat vaatimukset ja toimintamallit, jolloin päästään itse tekemiseen käsiksi paljon nopeammin. Kognitiivisen sosiaalisen pääoman kertyminen helpottaa järjestäjän työtä erittäin paljon. Seppäsen mukaan tuttuun kuvauspaikkaan mentäessä voidaan vaikka ”puhua golfista” ja sopia siinä sivussa aikataulut ja maksut. Muuta pohjatyötä ei siinä kohdassa välttämättä tarvita. (Seppänen, haastattelu 17.10.2013)

Burken käyttämä psykologisen sopimuksen käsite konkretisoi asiaa hieman lisää. Käsitteen loi alun perin Harvardissa professorina toiminut Harry Levinson kuvaamaan esimiehen ja yrityksen välisessä suhteessa olevia ominaisuuksia. Burke soveltaa samaa yrityk-

sen ja yhteisön suhteeseen. Psykologinen sopimus pitää sisällään konkreettisesti sovittujen asioiden lisäksi kaikki sanomattomat odotukset ja oletukset, joita yrityksellä ja yhteisöllä on toisiaan kohtaan. Vaikka psykologista sopimusta ei ole suoraan kirjattu mihinkään, osapuolet olettavat tiedostamattaan sellaisen olevan olemassa. Kun toinen osapuoli rikkoo sopimusta tavalla tai toisella, on seurauksena usein vihaa tai turhautumista, johon liittyy kokemus epäreilusta kohtelusta. Järjestäjän työn kannalta vallitsevasta psykologisesta sopimuksesta on tärkeää olla perillä, jotta pystyy paremmin toimimaan yhteistyössä. (Burke 1999, 4 - 5.)

Yhteisöillä on Burken mukaan omat odotuksensa yhteisölle tärkeiden asioiden edistämisestä. Tällaisia asioita voivat olla vaikka odotukset julkisen tilan siisteydestä, puhtaudesta, tietyistä kohteliaisuudesta ja yhteistyökyvystä. Yhteisössä odotetaan kaikkien osallistuvan osaltaan näiden asioiden ylläpitoon, mikä koskee myös yhteistyössä olevaa yritystä. Yhteisön ja yritysten välillä velvoitteita voivat olla veronmaksu, lakien kunnioittaminen ja töiden tarjoaminen. Yritys taas odottaa yritystoimintaan tarvittavaa infrastruktuuria ja vaikka koulutettua työvoimaa. (Burke 1999, 6.)

Psykologiseen sopimukseen kuuluu myös paljon ei-konkreettisia asioita, kuten odotus yrityksen lojaaliudesta yhteisölle ja päinvastoin (Burke 1999, 6 - 8). Kuvaustilanteessa yhteisö tai yksittäinen kuvauspaikka saattaa odottaa, että se esitetään myönteisessä valossa. Lisäksi odotuksena voi olla kohtelias ja huomioiva käyttäytyminen työryhmän suunnalta. Odotukset vaihtelevat paikasta toiseen. Kun osapuolten ymmärrys sanattomasta psykologisesta sopimuksesta kasvaa, kasvatetaan samalla Niemelän kuvaamaa kognitiivista sosiaalista pääomaa. Niemelän mukaan ”yhteistyössä kasvaa [...] yhteinen tapa ymmärtää asioita, niin sanotusti yhteinen kieli” (2002, 73).

Pitkäaikaisessa kuvaustoiminnassa tavoitteena onkin muodostaa suhde, joka mahdollistaa yhteistyön toiminnan sovitusti ja ilman, että toisen osapuolen tarkoituksia ja motiiveja tarvitsee jatkuvasti kyseenalaistaa. Toisen osapuolen toimintatavat ja käytös alkavat olla sen verran tuttuja, että normaalit asiat voidaan hoitaa pienelläkin kommunikoinnilla hyvässä yhteisymmärryksessä ilman väärinkäsityksiä.

4.4 Luottamus suhteen pohjana

Yhteistyösuhteen perustavana voimana on luottamus (Mäki 2007, 35; Niemelä 2002; Burke 1999; Savijärvi, haastattelu 14.10.2013). Ilman jonkinlaista luottamusta kuvaamaan ei mennä. Psykologinen sopimus ja sen edes osittainen tunteminen sekä kunnioittaminen ovat avainasemassa luottamuksen kasvussa. Jaetut arvot ja normisto luovat yhteistä pohjaa ja perustavan luottamuksen osapuolten välille. Niemelän mukaan suhteen jatkuessa tuttavuuden, ystävyuden, maineen, arvostuksen ja hyvien kokemusten tuottama kasvava luottamus mahdollistaa yhä syvempää yhteistyötä. Suhteisiin kertyvää arvostusta ja luottamusta nimitetään relationaaliseksi pääomaksi (Niemelä 2002, 73).

Luottamuksesta on olemassa lukuisia eri määritelmiä riippuen kirjoittajan edustamasta tieteenalasta. Erään määritelmän mukaan luottamuksellinen yhteistyö on riskinottoa. Toisen osapuolen käytös toista kohtaan ei aina olekaan odotettua tai toista osapuolta hyödyttävää. Su määrittelee luottamuksen seuraavasti. Luottamus on luottajan luottavaisuuden määrä eli kuinka suuren riskin petetyksi tulemisesta luottaja on valmis ottamaan. (Su 2002, 1,8.)

Mäki (2007, 35 - 36) kuvaa kattavasti luottamuksen eri määritelmiä ja erilaisia tutkimusnäkökulmia. Edellä oleva Su:n esittämä määritelmä luottamuksesta on sosiaalipsykologisen käsityksen mukainen. Psykologiassa luottamusta käsitellään usein ihmisen perusluottamuksen kautta - miten paljon ihminen luontaisesti luottaa toisiin ihmisiin. Sosiologiassa ja taloustieteessä luottamuksella käsitetään usein institutionaalisen ilmiönä, eli instituutioiden välillä ja niiden sisällä. Näissä näkökulmissa puhutaan luottamuksen kulttuurista ja selvitetään miten sitä voidaan kehittää eteenpäin. Kuvauspaikkajärjestäjän työn kannalta hänen edustamaansa instituutiota tai yritystä kohtaan tunnettu luottamus on merkittävä apu uusien paikkojen hankinnassa. Toisaalta epäluottamus järjestäjän taustayhteisöä kohtaan voi hankaloittaa toimintaa merkittävästi.

4.4.1 Henkilökohtainen luottamus

Eri tutkimusnäkökulmien pohjalta sekä Mäki (2007, 36 - 37) että Niemelä (2002, 82 - 83) esittävät jaottelun luottamuksen eri tyypeistä. Jokaisessa tyypissä tarvitaan kaikkia kolmea sosiaalisen pääoman lajia eri suhteissa.

Ensimmäinen tyyppi on osapuolten välinen henkilökohtainen luottamussuhde. Tämä voi olla tietoon perustuvaa luottamusta, joka perustuu toisesta saatuihin kokemuksiin ja toisen käyttäytymisen ennustettavuuteen. Luottamuksen takana on tällöin keskinäinen arvostus tai muunlainen tunneside. Henkilökohtainen luottamus voi syventyä identifikaatioon pohjautuvaksi luottamukseksi. Tällöin osapuolet alkavat asettua toistensa asemaan yhä enemmän ja tavoitella samoja tavoitteita ja työskennellä yhteisten päämäärien hyväksi. Tätä kutsutaan myös kumppanuusluottamukseksi.

Järjestäjän työssä henkilökohtaisen luottamuksen rakentaminen on tärkeää. Erityisesti yksityishenkilön, mutta myös muiden tahojen ollessa kyseessä, kuvauspaikan omistajan on kyettävä luottamaan järjestäjään ihmisenä. Ideaalitulanteessa suhteeseen syntyy kumppanuusluottamusta, jolloin omistaja voi luottaa järjestäjän tavoittelevan myös hänen etuaan.

4.4.2 Ominaisuuksiin ja asiantuntemukseen pohjautuva luottamus

Toinen luottamuksen päätyyppi on toisen asiantuntemukseen tai ominaisuuksiin pohjautuva luottamus. Tämän tyyppinen luottamus voi pohjautua osapuolten väliseen samankaltaisuuteen. ”Havaitun samuuden myötä toisen käyttäytyminen tulee ennustettavaksi”, Mäki (2007, 37) kuvaa. Ominaisuuspohjainen luottamus edellyttää jaettua kulttuuria tai toimintamalleja toimiakseen (vertaa psykologinen sopimus).

Asiantuntemukseen pohjautuva luottamus on sukua ominaisuuksiin pohjautuvalle, mutta perustuu toisen osapuolen maineeseen tai esimerkiksi hänen edustamaansa ammattiryhmään. Esimerkiksi ihmisen luottamus lääkäriin perustuu asiantuntemukseen pohjautuvaan luottamukseen. Lääkäriin kuulumisen omaan ammattiryhmäänsä tuo mukanaan oletuksen asiantuntemuksesta, pätevyydestä ja luotettavuudesta. Lääkäreidenkin asiantuntemuksessa on toki eroja, joten asiantuntemukseen pohjautuva luottamuskin voi olla jonkin ammattiryhmän edustajan kohdalla perustellumpaa kuin toisen. (Niemelä 1999, 83.)

4.5 Suhteen rakentaminen

4.5.1 Ensikontakti

Järjestäjän kohdatessa kuvauspaikan omistajat ensimmäistä kertaan, ei luottamusta aluksi välttämättä juuri ole. Ennalta tuntemattomien kumppanien välistä luottamusta on Mäen (2007, 37) mukaan selitetty pikaluottamuksen avulla. Tällöin puhutaan luottamuksesta, joka pohjautuu toisesta osapuolesta muodostettuun stereotyyppiseen käsitykseen. Tässä kohtaa toimii myös ns. ihmistuntemus eli psykologiset heuristiikat, jotka ovat nopeisiin päätöksiin soveltuvia malleja. Ajatuksena on, että ihminen käy potentiaalisen yhteistyökumppanin tavatessaan sekunnin murto-osissa läpi useita yhteyksiä vastaavan tyyliisiin henkilöihin ja aikaisempien kokemusten perusteella arvio voidaanko uuteen henkilöön luottaa. Tämä ilmeisesti harvemmin on tietoinen prosessi, luottamusta joko on tai ei ole. (Mäki 2007, 37.) Mikäli asetettu luottamus osoittautuu vääräksi tai perättömäksi, luottaja helposti perääntyy ja yhteistyösuhde päättyy. Toisaalta mikäli luottamussuhdetta hoidetaan hyvin, voi yhteistyö syventyä ja kasvaa entistä toimivammaksi ja hyvinkin nopeasti.

Järjestäjä on tuotannon näkyvin ja usein ainoa yhteyshenkilö kuvauspaikkaan (Seppänen, haastattelu 17.10.2013). Siksi tuotannon ja kuvauspaikan välinen yhteistyösuhde henkilöityy erityisesti järjestäjän henkilökohtaiseen suhteeseen kuvauspaikan omistajiin ja ympäristöön. Suhteen rakentaminen on järjestäjän tehtävä.

Kuvauspaikkojen valmistelussa ja hankinnassa luottamusta rakennetaan alusta lähtien. Savijärven (haastattelu 14.10.2013) mukaan luottamus on itse asiassa kaikkein tärkein elementti suhteessa kuvauspaikkaan. Luottamuksen synnyttämisessä olennaista on avoimuus ja rehellisyys koko yhteistyön ajan. On tärkeää tavata ihmiset kasvotusten, koska ihmisten on vaikeampi luottaa ihmiseen jonka kanssa ovat pelkästään keskustelleet puhelimesta (Seppänen, haastattelu 17.10.2013).

Minkälainen luottamus riittää kuvauspaikalla toimimiseen? Niemelä (2002, 77 - 80) jakaa luottamukseen neljään eri asteeseen:

1. Vähäinen luottamus. Osapuolten on oltava jatkuvasti varuillaan eikä sovittujen asioiden toteutumiseen voi luottaa.

2. Valvontaan perustuva luottamus. Osapuolilla on yhteisymmärrys yhteistyön johtamisesta kaikkien kannalta parempaan lopputulokseen. Tehdään yksityiskohtaisia sopimuksia, jotka alistetaan kolmannen osapuolen valvontaan, koska ei voida olla varmoja, että toinen osapuoli pitää sovitut asiat.
3. Sopimukseen perustuva luottamus. Perustuu oletukseen, että toinen osapuoli on periaatteessa sanansa mittainen. Sovitut asiat hoidetaan sovitusti. Mikäli tulee ongelmia, niistä keskustellaan avoimesti.
4. Vastavuoroinen luottamus. Molemminpuolinen ymmärrys yhteistyön kokonaisuudesta. Yhteistyössä välillä toinen osapuoli voittaa, välillä toinen. Tämä ei kuitenkaan häiritse luottamussuhdetta, koska molemmat osapuolet tietävät olevansa voittavalla puolella sopivan ajan koittaessa. Pitkiä neuvotteluja tai sopimuksia ei tarvita. Sisältää aiemmin mainittua kumppanuusluottamusta.

Toimivassa kuvauspaikassa luottamuksen on oltava vähintään sopimukseen perustuvan luottamuksen tasolla, jotta paikassa työskenteleminen on mielekästä. Vastavuoroisen luottamuksen tasolle on mahdollista päästä, mutta siihen vaaditaan aikaa ja sitä kautta sekä kognitiivisen että relationaalisen sosiaalisen pääoman kerryttämistä suhteeseen.

Luottamuksen rakentamisessa tärkeää on se, että on itse valmis luottamaan. Niemelä (2002, 84) tiivistää luottamuksen rakentamisen Cohenia & Prusakia lainaten: ”Ole luottettava. Ole avoin ja edistä avoimuutta. Luota.” Luottamus siis synnyttää luottamusta.

Kuvauspaikan omistajalle on myös annettava aikaa muodostaa luottamus järjestäjää kohtaan. Kahvin juonti on tärkeä työkalu järjestäjän työkalupakissa (Seppänen, haastattelu 17.10.2013). Järjestäjällä on oltava aikaa istua alas, keskustella ja erityisesti kuunnella omistajan ajatuksia ja murheitakin sekä oltava aidosti kiinnostunut toisesta ihmisestä. Samalla opitaan toisesta ihmisestä ja aletaan hahmottaa psykologista sopimusta, jonka mukaan kyseinen ihminen ja paikka toimii.

Ymmärrystä kuvauspaikan psykologisesta sopimuksesta voi kasvattaa myös ennakkoon. On hyödyllistä selvittää omistajasta hieman taustoja, jotka voivat vaikuttaa tämän suhtautumiseen kuvauksia kohtaan ja sovittaa oma toiminta tämän mukaan (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013). Mikäli tarkoitus on esimerkiksi kuvata jonkin yrityksen tiloissa, voi etukäteen selvittää kyseisen yrityksen arvoja ja miettiä voiko näitä käyttää oman tuotannon markkinointiin kuvauspaikalle.

Kun kuvauspaikkaa lähestyy ensimmäisen kerran, suosittelee Savijärvi (haastattelu 14.10.2013) menemään paikalle mahdollisimman pienellä ryhmällä. Suurempi väkimäärä voi saada aikaan turhaa painetta kuvauspaikan omistajaa kohtaan. Tilanteen tulisi olla mahdollisimman neutraali ja omistajan hallittavissa. Kuvausryhmä ja aluksi järjestäjä menee kuvauspaikkaan kylään ja kaiken itse kuvaustilanteen ulkopuolisen toiminnan täytyy olla sen mukaista.

Kun on löydetty kuvauspaikan omistaja tai päätöksistä vastaava henkilö, esitellään lyhyesti itsensä, kerrotaan mitä ollaan tekemässä ja miksi. Kun oma asia on kerrottu, tunnustellaan ja kuunnellaan omistajan suhtautumista ja mielipidettä. Keskustelun edetessä tehdään selväksi minkälainen ryhmä on tulossa ja minkälainen kaaos siitä välttämättä syntyy. Suurin osa järjestäjän kohtaamista ihmisistä ei tunne tv-, elokuva- tai mainostuotantoja ja siksi asiat on kerrottava sellaisella kielellä, että he ymmärtävät mistä oikeasti on kysymys (McCurdy 2011, 102).

Kaikessa keskustelussa on tärkeää olla rehellinen eikä kaunistella toimintaa millään lailla. Pitää kertoa, että autoja tulee paljon, nurmikko voi mennä huonoon kuntoon, ihmisiä ja kalustoa on joka paikka täynnä, mutta lopuksi siivoamme jälkemme ja olemme koko ajan varovaisia. On hyvä kertoa myös hieman kuvattavasta tarinasta laajemmin, etteivät kuvaukset myöhemmin kaadu siihen ettei omistaja ollutkaan aiemmin tietoinen että elokuvassa esimerkiksi käsitellään sotaa ja ammutaan ihmisiä. (Seppänen, haastattelu 17.10.2013.)

Kaiken keskellä kuunnellaan kuvauspaikan omistajan tarinoita viime kesänä istutetuista ruusuista naapurin meluavaan moottorisahaan ja talven pakkasvaurioihin tai käydään tutustumassa vanhan isännän autotallin aarteisiin. Tämä kasvattaa sekä suhteen relationaalista että kognitiivista sosiaalista pääomaa.

4.5.2 Kuvausvaiheen toiminta kuvauspaikalla

Kun kuvauspaikka on valittu ja lupa kuvauksiin saatu, sovitaan käytännön asiat. Kuvauspaikan omistajan on tärkeä tuntee voivansa vaikuttaa sopimuksen sisältöön, jotta voidaan yhdessä miettiä miten kuvaustilanne tehdään hyväksi puolin ja toisin (Savijärvi, haastat-

telu 14.10.2013). Kuvausryhmä ei siis sanele mitä tehdään, vaan omistajalle annetaan tilaa tuoda oma näkemyksensä keskusteluun. Järjestäjän täytyy kuitenkin sopia sellaiset ehdot että itse kuvaustoiminta voidaan hyvin toteuttaa.

Mikäli kuvataan jonkun kodissa tai muuten arvokkaassa ympäristössä, kannattaa mahdolliset riskit käydä omistajan kanssa läpi ja pyrkiä minimoimaan ne. Kuvaspaikan voi kiertää omistajan kanssa ja pohtia mitkä asiat ovat sellaisia, joille ei saa koitua vahinkoa. Tarvittaessa perintövaasit ja muut vastaavat arvoesineet siirretään pois lokaatiosta ennen kuvauksia. (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013.) Samanlaista vuoropuhelua on hyvä käydä myös muista omistajaa tai järjestäjää mietityttävistä asioista. Siten rakennetaan avoimuutta ja luottamusta toimintaan ja ylläpidetään omistajan positiivisia vaikutusmahdollisuuksia kuvaustoimintaan.

Kun kuvausryhmä saapuu kuvauspaikalle ensimmäisen kerran ja omistaja on paikalla, on järjestäjän hyvä olla tarkkana. Tilanteesta riippuen kuvauksista aiheutuva kaaos saattaa ennakkovaroituksista huolimatta järkyttää, joten järjestäjän on hyvä olla paikalla tuomassa turvaa omistajalle. Mikäli paikalle saapuu muitakin uteliaita, kuten naapureita, kannattaa heille avoimesti kertoa mitä tehdään ja mahdollisuuksien mukaan tutustua katsomaan kuvauksia ja toimintaa lähempää. (McCurdy 2011, 163.) Positiivisella suhtautumisella kuvauspaikan ympäristöön luodaan positiivista ilmapiiriä kuvaustoimintaa kohtaan.

Kuvausten aikana järjestäjä pitää yllä sekä omistajan, että ryhmän etua. On vähintään yhtä tärkeää, että kuvauspaikan omistaja tai haltija on tyytyväinen kuin että ohjaaja, kuvaaja, tuottaja ja muu työryhmä ovat tyytyväisiä (Seppänen, haastattelu 17.10.2013). Samoin pitää huomioida myös mahdolliset ohikulkijat ja heidän tarpeensa. Ihmisten kulkemista ei saa liiaksi häiritä eikä yritysten julkisivuja tukkia (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013). Tekemisen pitää myös olla sekä tekijöille, että ulkopuolisille turvallista. Kaapeleita ei saa vetää sinne tänne ja kalusto on merkittävä niin, ettei kukaan vahingossakaan törmää siihen esimerkiksi polkupyörän kanssa.

Kuvausten aikana järjestäjä on omistajan ja työryhmän tavoitettavissa ja valmiina ratkomaan mahdollisia pulma- ja ongelmatilanteita (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013). Samoin, jos työryhmällä on uusia tarpeita tai halua toteuttaa jokin asia hieman eri tavalla kuin aiemmin suunniteltiin, huolehtii järjestäjä luvan kysymisestä omistajalta. Mikäli lupaa ei tule, järjestäjä pitää huolen ettei kiellettyjä asioita tehdä.

Muutenkin järjestäjän on tärkeä huolehtia sovittujen asioiden noudattamisesta. Yhteisesti sovittujen pelisääntöjen lisäksi, on tärkeää pitää kiinni sovituista aikatauluista. Paikasta on poistuttava silloin kun on luvattu, mikäli sillä on kriittistä merkitystä paikan omistajalle (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013). On hyvä myös muistaa, että järjestäjä toimii omaan toimivaltaansa kuuluvissa asioissa tuottajan antamalla valtuutuksella. ”Tuottaja on se, joka on vastuussa tuotannosta ja sen etenemisestä ja järjestäjä toteuttaa sitä” (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013).

Kuvausten jatkuessa kannattaa pitää yllä keskustelua paikan omistajan kanssa, mikäli hän on paikalla. Keskustella voi aivan arkipäiväisistä asioista ja samalla tunnustella onko jokin alkanut vaivaamaan omistajaa. Savijärven (haastattelu 14.10.2013) mukaan sen saattaa huomata esimerkiksi siitä, että alusta asti luotu avoimuus alkaa kärsiä tavalla tai toisella. Seppänen on samoilla linjoilla. ”Kyllä sen näkee ihmisestä, jos rupeaa kiristelemään hampaitaan, että tää ei nyt enää olekaan kivaa”. Seppänen saattaa usein kysyä suoraan onko kaikki hyvin tai huumorin varjolla ”onko tämä lapsilauma ollut kiltisti” (haastattelu 17.10.2013). Kaikkiin negatiivisiin kommentteihin tai viittauksiin kannattaa tarttua heti ja tarkistaa onko kuvausryhmän syytä muuttaa toimintaansa jollain tapaa (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013).

Kun kuvaukset ovat päättyneet ja kalusto purettu, tarkistetaan omistajalta jälleen kerran, että kaikki on hoidettu hyvin. Kun jäljet on siivottu, sähköt ja muut sovitut maksut hoidettu, on hyvä omistajan kanssa kiertää paikka ja katsoa onko siellä vielä jotain, mikä on jäänyt huomiotta. Kuvauspaikan tyytyväisyys kuvausten jälkeen on tärkeää myös siksi, että sana epäonnistuneista kuvauksista leviää. Sen lisäksi, ettei tiettyyn nimenomaiseen kuvauspaikkaan pääse enää kuvaamaan, voi epäonnistunut jälkihoito sulkea pois myös esimerkiksi saman yrityksen muut toimipisteet tai kuvauspaikan omistajan serkun kartanon, jota olisi tarvittu seuraavan elokuvan kuvauksiin. ”On monta paikkaa, mihin ei pääse, koska on joko sattunut jotain tai asioita on hoidettu huonosti tai sit sille on jäänyt [...] semmonen paha mieli siitä asiasta muuten” (Seppänen, haastattelu 17.10.2013).

4.6 Relationaalinen sosiaalinen pääoma pitkässä kuvauspaikkasuhteessa

Kun joissain paikoissa tai alueella aiotaan kuvata pitkänä, esimerkiksi useamman vuoden, aikajaksona, tarvitsee valmistelutyön olla entistä laajempaa ja myös suunnitelmallisem-

paa. Burke (1999, 101) kertoo Merck-yhtiöiden käyttävän termiä luottamustili, jolla viitataan luottamuksen määrään suhteessa tiettyyn yhteisöön. Yhtiön (tai tuotannon) toiminnassa tavoitteena on kasvattaa tätä luottamustiliä jatkuvasti, jotta yhteistyö voi olla molemmiin puolin kannattavaa. Kun luottamustilille on kerrytetty luottamusta eli yhteistyö on kerryttänyt relationaalista sosiaalista pääomaa, voidaan välillä tehdä asioita, jotka saattavat kuluttaa tätä luottamusta, kunhan tilin saldo pysyy edelleen positiivisena. Suhteeseen kerrytetty luottamus tai relationaalinen sosiaalinen pääoma mahdollistaa myös psykologisen sopimuksen joidenkin osien uudelleen neuvottelun ja muuttamisen yhteisesti. Tästä on erityistä hyötyä, kun toimintatapoja syystä tai toisesta tarvitsee muuttaa yhteistyön jatkuessa. Relationaalinen sosiaalinen pääoma siis tavallaan voitelee yhteistyön raitaita ja mahdollistaa yhteistyön jatkumisen myös tilanteissa, joissa jokin osapuoli joutuu tekemään kompromisseja. Tällöin voidaan puhua jo kumppanuusluottamuksesta.

Relationaalisen sosiaalisen pääoman kehittäminen yritys- ja yhteisösuhteissa on pitkäjänteistä ja suunnitelmallista työtä. Alkutilanteessa Burke (1999, 102) korostaa institutionaalisen luottamuksen merkitystä. Yrityksen, media-alan tai jopa järjestäjien ammattikunnan aiempi maine yhteisössä luo siis Burken pohjalta alkupisteen luottamuksellisen suhteen kehittämiseen. Myöskään siksi ei ole yhdentekevää, miten yhteistyön kuvauspaikan kanssa toteuttaa.

Burken mukaan suhteen kehittämisessä tarvittavia taitoja ovat kuunteleminen, kommunikatio ja win-win-tilanteiden luominen. Tarvitaan kykyä ymmärtää vaikkei välttämättä olla samaa mieltä toisten huolista ja tunteista. (Burke 1999, 102.)

Burke käsittelee suhteiden kehittämistä psykologisen sopimuksen kautta. Yrityksen ja sen vastuuhenkilöiden on tiedostettava psykologisen sopimuksen olemassaolo ja siihen liittyvä odotus jaetuista arvoista ja ideoista (kognitiivinen sosiaalinen pääoma). Tärkeää on myös sopimukseen kuuluvien asioiden tunnistaminen. Asioita voi tunnistaa esimerkiksi keskustelemalla yhteisön avainhenkilöiden kanssa ja selvittää heidän odotuksiaan. Yhtiön tai tuotannon ei tarvitse vastata kaikkiin odotuksiin vaan riittää että niiden olemassaolo hyväksytään ja niistä ollaan valmiit neuvottelemaan. Yrityksen tai tuotannon on myös tärkeää määritellä asiat joissa voidaan joustaa ja joissa ei voida joustaa. (Burke 1999, 103 - 104.) Erilaisissa tuotannoissa nämä täsmentyvät usein keskusteluissa ohjaajan, kuvaajan ja lavastajan kanssa.

On myös osattava erottaa asiallinen ja aiheeton kritiikki toisistaan. Asiallinen kritiikki vaatii toimia, asiaton pitää käsitellä, muttei välttämättä vaadi yhtiötä tai tuotantoa muuttamaan toimintaansa. Tärkeintä on kuitenkin muistaa kaikessa toiminnassa psykologisen sopimuksen olemassaolo ja toimia sen mukaisesti. (Burke 1999, 104.)

Burke kirjoittaa myös konkreettisista tavoista luoda luottamusta yrityksen ja yhteisön välille. Kierrokset yrityksen toimipaikoissa (tehdas tai tv-sarjan tapauksessa studio) ja yhteisön jäsenten ottaminen mukaan toimintojen suunnitteluvaiheeseen voivat olla merkittäviä tekijöitä suhteen rakentumisessa. Burke suosittelee myös säännöllisiä keskusteluja yhteisön avainhenkilöiden kanssa. Tarkoitus on selvittää mahdollisia muutoksia psykologisessa sopimuksessa ja saada palautetta toiminnasta. Myös suurista muutoksista on hyvä keskustella etukäteen. (Burke 1999, 101 - 110.)

4.7 Pitkäaikaiset kuvauspaikat Uusi päivä -sarjassa

Kun Uusi päivä -sarjan kuvaukset alkoivat vuoden 2010 keväällä, oli tärkeimpien kuvauspaikkojen kanssa tehty pitkä pohjatyö. Tampereen keskustan tuntumassa sijaitseva Tampellan alue on keskeinen kuvauspaikka sarjassa. Alueella sijaitseva Museokeskus Vapriikki toimii sarjassa Voimala-nimisen liike- ja kuntakeskuksen julkisivuna. Monet Tampellan kadut ja torit ovat myös tärkeä osa sarjan maisemaa.

Burke (1999, 102) suosittelee yhteisön avainhenkilöiden etsimistä ja yhteydenottoa näihin heti yhteistyön alkuvaiheessa. Uudessa päivässä avainhenkilöt saavutettiin Kanta-Tampellan asukasyhdistyksen kautta. Asukasyhdistykseen kuuluu suurin osa alueen taloyhtiöistä ja monia yrityksiä. Asukasyhdistyksen kanssa käyty dialogi alkoi kehittää yhteistyösuhdetta ja valottamaan alueella vallitsevaa psykologista sopimusta. Lisäksi asukasyhdistyksen kautta saatiin yhteydet myös muutamaan muuhun kuvauspaikkaan, kuten ”asuntolana” toimivaan Tampereen Navigaatioseuraan. Samaan aikaan käytiin neuvotteluja Tampereen kaupungin omistaman Museokeskus Vapriikin kanssa (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013.)

Kun avainhenkilöihin oli saatu rakennettua luottamuksellinen yhteys ja saavutettu jonkinlainen yhteinen ymmärrys kuvauksista alettiin tietoa tulevista kuvauksista jakaa laajemmin. Asukasyhdistyksen kautta saatiin tieto kuvauksista kaikille Tampellan yrityksille ja suurimmalle osalle asukkaista. Vapriikin työntekijöitä ja muita alueen avainhenkilöitä

sitoutettiin mukaan kutsumalla heidät tutustumaan Uuden päivän studiolle, jossa he tapasivat näyttelijöitä, ohjaajia ja tutustuivat tuotantoon sekä lavasteisiin. (Savijärvi, haastattelu 14.10.2013.) Prosessissa oli läsnä jatkuva dialogi ja avoimuuden luominen.

Myös McCurdy tuo esiin kuvausalueen ihmisiin tutustumisen ja tiedottamisen tärkeyden. Tärkeää hänen mukaansa on myös pitää työryhmä kurissa, jottei ryhmän toiminta rasita herkkää tasapainoa, joka kuvauspaikan kanssa on luotu. (McCurdy 2011, 8.) Uudessa päivässä tätä on toteutettu sopimalla kuvauksista ja paikoista yhdessä Vapriikin päättävien tahojen kanssa ja kiinnittämällä erityistä huomiota siihen, ettei Tampellan alueen ihmisten kulkemista ja normaalia elämää häiritä tarpeettomasti.

Asukkaat otetaan huomioon tervehtimällä heitä ja olemalla muuten kohtelias heitä kohdatessa. Ohikulkijoille kerrotaan siitä, mitä ollaan tekemässä ja kutsutaan seuraamaan kuvauksia mahdollisuuksien mukaan. Museokeskukseen tuleville autoilijoille kerrotaan mihin pysäköidä ja mistä saa parkkilipun. Samalla huolehditaan ettei kalustoa, ajoneuvoja tai työryhmän jäseniä ole paikoissa, jonne ei ole lupaa mennä. Kuvaustilanteesta ja kuvausryhmästä pyritään siis tekemään ympäristölle mahdollisimman positiivinen kokemus.

5 POHDINTA

Kuvauspaikkajärjestäjän työssä on keskeistä kyetä luomaan yhteistyösuhteita, joiden kautta päästään toimimaan tietyssä paikassa, tietyssä aikana ja tuotannolle sopivissa raameissa. Molempien osapuolten on hyödyttävä kuvauksista jollain tapaa. Yhteistyön tärkeänä pilarina on luottamus ja avoimuus.

Yhteistyön rattaita pyörittävää voimaa voidaan jäsentää sosiaalisen pääoman käsitteellä, joka pitää sisällään mm. olemassa olevat suhteet eri tahoihin, niihin kertyneen ymmärryksen toisen aikeista ja tavoitteista sekä suhteisiin kertyneen luottamuksen puolin ja toisin. Sosiaalista pääomaa tulee pystyä kartuttamaan välillä hyvinkin nopeassa tahdissa. Järjestäjän henkilökohtaisen työkokemuksen ja tuotantoyhtiön aikaisemman toiminnan kautta kertynyttä sosiaalista pääomaa pystyy hyödyntämään myös uusissa kuvauspaikoissa ja tuotannoissa.

Ylläpitääkseen ja kerryttääkseen sosiaalista pääomaa, järjestäjän tulee toimia sekä tuotannon että kuvauspaikan omistajien etujen mukaisesti ja huolehtia, että molempien edut tulevat saavutetuksi. Etenkin pitkässä tuotannossa on tärkeää rakentaa suhdetta pitkäjänteisesti myös kuvauspaikkaa ympäröivän paikallisyhteisön kanssa. Käyttökelpoisia tässä työssä ovat samat strategiat, joita käytetään yritysten ja yhteisöjen välisen suhteen luomisessa. Kun suhde on hyvä, voi kuvauspaikan omistaja tehdä kompromisseja ja jossain tapauksessa jopa muuttaa yhteisön sanattomia odotuksia ja ideaaleja (psykologinen sopimus) suhteessa tuotantoon.

Tutkimus osoitti, että järjestäjän ja kuvauspaikan väliseen suhteeseen voidaan ainakin tutkituissa tapauksissa soveltaa joitakin liiketalouden ja muiden tieteenalojen malleja. Tämä tutkimus on kuitenkin laadullinen, ei määrällinen, joten tuloksia ei voi tilastollisesti yleistää. Tutkimusta luettaessa on huomioitava myös kirjoittajan ja haastateltavien vahva Yle-tausta, joka saattoi vaikuttaa lopputulokseen. Tätä toisaalta tasapainotti mm. McCurdyn ja Lindholmin käyttö lähteinä. Tämä työ kuitenkin antanee melko todenmukaisen, joskin suppeahkon kuvan keinoista, joilla järjestäjä voi kehittää suhdetta kuvauspaikkaan. Järjestäjän työn laajemmaksi hahmottamiseksi ja oppimiseksi suositellaankin järjestäjän työn tekemisen lisäksi muihinkin teoksiin tutustumista.

Tutkimuksen kuluessa oli yllättävää, kuinka haastatteluissa esille nousseet käytännön toimintatavat olivat yhteneviä kirjallisuudesta löytyneiden tapojen kanssa. Kumpikaan haastatelluista ei ole saanut varsinaista järjestäjän koulutusta vaan he ovat oppineet kovan luokan ammattilaisiksi tekemänsä työn kautta.

Mielenkiintoista jatkotutkimusta voisi tehdä tutkimalla esimerkiksi sosiaalisen pääoman kartuttamisen keinoja ja niiden yleisempää toimivuutta kuvauspaikkatoiminnassa. Samoin lisätutkimusta kaipaisi Burken esittelemä ajatus yritys- ja yhteisösuhteista laajemmin. Tutkimusta voisi tehdä esimerkiksi selvittämällä lisää pitkien sarjojen kuvauspaikkatyössä toteutettuja toimintatapoja ja haastatteleamalla näiden kuvauspaikkojen omistajia onnistumisien ja myös epäonnistumisien syistä sekä vertaamalla näitä esitettyihin teorioihin ja malleihin.

LÄHTEET

Burke, E. M. 1999. Corporate Community Relations: The Principle of the Neighbor of Choice. Westport, Connecticut, USA: Praeger Publishers.

Honthaner, E. L. 2010. The complete film production handbook. Burlington, MA, USA: Focal Press.

Lindholm, J. 2011. Sokolin lentotukikohta Jakomäessä? Standardit kuvauspaikkajärjestäjän työlle kotimaisessa draamasarjassa. Elokuvan ja television koulutusohjelma. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Luettu 1.10.2013. <http://publications.theseus.fi/>

McCurdy, K. M. 2011. Shoot on Location. The Logistics of Filming on Location, Whatever Your Budget or Experience. Burlington, MA, USA: Focal Press.

Mäki, K. 2007. Yhteistyön rooli uuden liiketoiminnan käynnistämisessä. Yhteistyön luonne ja yhteistyöolosuhteiden lähteet suomalaisissa teknologiaautomoyrityksissä. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.

Niemelä, S. 2002. Menestyvä yritysverkosto Verkostonrakentajan ABC. Helsinki: Edita Prima Oy.

Su, K. 2002. Social Networks and Trust. Hingham, MA, USA: Kluwer Academic Publishers.

Haastattelut:

Savijärvi, Ville. Location manager. 2013. Haastattelu 14.10.2013. Haastattelija Auvinen, A-V. Litteroitu. Yleisradio Oy. Uusi päivä.

Seppänen, Kimi. Location manager. 2013. Haastattelu 17.10.2013. Haastattelija Auvinen, A-V. Litteroitu. Cinefex Oy.

Liite 1. Kimi Seppäsen haastattelukysymykset

Kimi Seppästä haastatellessa käytettiin seuraavia kysymyksiä.

Oma tausta

- Mitä kautta alalle?
- Mitä tehnyt?

Yleistä alasta

- Kuvauspaikkajärjestäjän tehtäväkenttä Suomessa?
- Kenen kanssa toimit työryhmästä?
- Erot rekvisiittajärjestäjään?

Yhteistyön vaiheet

- Mikä on olennaista puhuttaessa suhteesta kuvauspaikkaan?
- Miksi kuvauspaikka pitää hoitaa hyvin vai pitääkö?
- Miten kuvauspaikkasuhde on hyvin hoidettu?
- Mitkä ovat kuvauspaikan hankinnan ja käytön tavoitteet tuotannon näkökulmasta?
- Mitä kuvauspaikan omistajalle jää käteen kuvauksista?
 - Onko vain yksipuolista paikkojen hyödyntämistä?

Ensikontakti (rel)

- Miten lähestyt kuvauspaikan omistajia ensimmäisen kerran?
 - Miten kuvaukset kannattaa esitellä omistajille?
 - Mikä on tärkeää paikkojen ensikontaktissa? Mitä tulisi huomioida?
- Miten rakennetaan luottamusta ja kunnioitusta alusta lähtien?
- Miten saavutetaan yhteinen ymmärrys siitä mitä ollaan tekemässä?
- Millä kuvauspaikan omistajan voi motivoida mukaan?
 - Mitä jos kuvauspaikan omistaja on vastahankaan?
- Minkälaisia haasteita olet havainnut kuvauspaikkojen saamisessa?
 - Miten aiempien kuvausryhmien toiminta näkyy kuvauspaikkojen hankinnassa ja saannissa?

Sopimukset (kog)

- Minkälaisia sopimuksia tarvitaan?
- Mitä kirjallisesti, mitä sovitaan suullisesti?
- Miten sopimukset vaikuttavat yhteistyösuhteeseen? Luottamukseen? Kunnioitukseen?

Suhteen ylläpito (kog+rel)

- Millainen on ideaali suhde kuvauspaikan omistajiin?
- Miten siihen päästään?
- Minkälaisia kompromisseja tuotanto joutuu tekemään? Entä omistaja?
- Mitä jos tärkeä paikka alkaa nikottelemaan kesken kaiken? Millä taataan jatkuvuus?
- Miten huolehditaan suhteen jatkuvuudesta?
- UP: Minkälaisia haasteita olette kohdanneet paikkojen jatkuvuudessa ja miten ne on ratkaistu?
- Miten voidaan arvioida kuvauspaikkasuhteen tilaa? ts. miten tiedät onko kaikki hyvin?
- Millä lisätään luottamusta ja kunnioitusta pitkällä jännteellä?

Kuvaukset

- Miten huolehditaan siitä, että kuvausryhmä pitää kiinni sovituista asioista?
- Miten hallitaan kuvauspaikan ympäristöä? Minkälaisilla keinoilla rakennetaan suhdetta sinne?
- Miten huolehditaan ohikulkijoista? Työkoneista? Työmatkalaisista? Päiväkotilapsista jne?
- Miten järjestäjä pitää yllä tuotantoyhtiön imagoa kuvauksissa?
- Järjestäjän asenne? Minkälainen pitäisi olla?
- Mitä jos/kun joku menee silti pieleen? Miten ratkaistaan?

Jälkihoito

- Mitä tapahtuu kuvausten jälkeen kun paikkaa ei enää tarvita?
- Miten jälkihoito huolehditaan?
- Mitä jos paikkaa tarvitaan uudelleen vaikka viiden vuoden päästä? Mitä tulee ottaa huomioon jälkihoidossa?

Viranomaistahot (struktuurallinen)

- Minkälainen suhde tuotannolla/henk koht. tällä hetkellä esim. kaupunkiin ym. tahoihin?
- Miten tähän on päästy?
- Miten tätä voi kehittää pienissä tuotannoissa ja uran alkupuolella?

Oma suhdeverkosto (struktuurallinen pääoma)

- Kerro omasta suhdeverkostostasi erilaisiin mahdollisiin kuvauspaikkoihin.
- Mikä on oman suhdeverkoston rooli paikkojen hankinnassa?
- Miten voidaan rakentaa tätä jatkuvasti?

Pienet tuotannot

- Miten neuvoisit pieniä (esim. opiskelija-)tuotantoja kuvauspaikkojen kanssa?
- Mitä kannattaa huomioida?
- Pitääkö luvat olla? Mitä lupia tarvitaan?

Liite 2. Ville Savijärven haastattelukysymykset

Näitä kysymyksiä käytettiin Ville Savijärven haastattelussa.

Oma tausta

Kerro taustasta???

Yhteistyön vaiheet

- Mikä on olennaista puhuttaessa suhteesta kuvauspaikkaan?
- Miksi kuvauspaikka pitää hoitaa hyvin vai pitääkö?
- Miten kuvauspaikkasuhde on hyvin hoidettu?
- Mitkä ovat kuvauspaikan hankinnan ja käytön tavoitteet tuotannon näkökulmasta?
- Mitä kuvauspaikan omistajalle jää käteen kuvauksista?
 - Onko vain yksipuolista paikkojen hyödyntämistä?

Ensikontakti (rel)

- Miten lähestyt kuvauspaikan omistajia ensimmäisen kerran?
 - Miten kuvaukset kannattaa esitellä omistajille?
 - Mikä on tärkeää paikkojen ensikontaktissa? Mitä tulisi huomioida?
- Miten rakennetaan luottamusta ja kunnioitusta alusta lähtien?
- Miten saavutetaan yhteinen ymmärrys siitä mitä ollaan tekemässä?
- Millä kuvauspaikan omistajan voi motivoida mukaan?
 - Mitä jos kuvauspaikan omistaja on vastahankaan?
- Minkälaisia haasteita olet havainnut kuvauspaikkojen saamisessa?
 - Miten aiempien kuvausryhmien toiminta näkyy kuvauspaikkojen hankinnassa ja saannissa?

Sopimukset (kog)

- Minkälaisia sopimuksia tarvitaan?
- Mitä kirjallisesti, mitä sovitaan suullisesti?
- Miten sopimukset vaikuttavat yhteistyösuhteeseen? Luottamukseen? Kunnioitukseen?

Suhteen ylläpito (kog+rel)

- Millainen on ideaali suhde kuvauspaikan omistajiin?
- Miten siihen päästään?
- Minkälaisia kompromisseja tuotanto joutuu tekemään? Entä omistaja?
- Mitä jos tärkeä paikka alkaa nikottelemaan kesken kaiken? Millä taataan jatkuvuus?

- Miten huolehditaan suhteen jatkuvuudesta?
- UP: Minkälaisia haasteita olette kohdanneet paikkojen jatkuvuudessa ja miten ne on ratkaistu?
- Miten voidaan arvioida kuvauspaikkasuhteen tilaa? ts. miten tiedät onko kaikki hyvin?
- Millä lisätään luottamusta ja kunnioitusta pitkällä jänteellä?

Kuvaukset

- Miten huolehditaan siitä, että kuvausryhmä pitää kiinni sovituista asioista?
- Miten hallitaan kuvauspaikan ympäristöä? Minkälaisilla keinoilla rakennetaan suhdetta sinne?
- Miten huolehditaan ohikulkijoista? Työkoneista? Työmatkalaisista? Päiväkotilapsista jne?
- Miten järjestäjä pitää yllä tuotantoyhtiön imagoa kuvauksissa?
- Järjestäjän asenne? Minkälainen pitäisi olla?
- Mitä jos/kun joku menee silti pieleen? Miten ratkaistaan?

Jälkihoito

- Mitä tapahtuu kuvausten jälkeen kun paikkaa ei enää tarvita?
- Miten jälkihoito huolehditaan?
- Mitä jos paikkaa tarvitaan uudelleen vaikka viiden vuoden päästä? Mitä tulee ottaa huomioon jälkihoidossa?

Viranomaistahot (struktuurallinen)

- Minkälainen suhde tuotannolla/henk koht. tällä hetkellä esim. kaupunkiin ym. tahoihin?
- Miten tähän on päästy?
- Miten tätä voi kehittää pienissä tuotannoissa ja uran alkupuolella?

Oma suhdeverkosto (struktuurallinen pääoma)

- Kerro omasta suhdeverkostostasi erilaisiin mahdollisiin kuvauspaikkoihin.
- Miten voidaan rakentaa tätä jatkuvasti?

Pienet tuotannot

- Miten neuvoisit pieniä (esim. opiskelija-)tuotantoja kuvauspaikkojen kanssa?
- Mitä kannattaa huomioida?

Liite 3. Filmmaker's code of conduct

Honthanerin (2010, 327 - 328) esittämä amerikkalaisessa elokuvateollisuudessa käytössä oleva käyttäytymisohjeistus, jonka noudattamista kaikki suuret tuotantoyhtiöt vaativat työntekijöiltään. Ohjeistus on osin sovellettavissa myös Suomen oloihin.

- Kaikille osapuolille, joihin kuvakset suoraan vaikuttavat (pysäköinnin, perusleirin tai ruokailualueiden osalta) on annettava ilmoitus aiheesta. Kuvausilmoituksesta pitää käydä ilmi tuotantoyhtiön nimi, tuotannon nimi, tuotannon tyyppi (esimerkiksi pitkä elokuva, tv-elokuva, tv-pilotti jne.), toiminnan laatu ja kesto (esimerkiksi päivämäärä, aika, kesto päivissä rakennus- ja purkupäivät mukaan lukien), yhtiön yhteyshenkilöt (apulaisohjaaja, tuotantopäällikkö, järjestäjä)
- Kaikkien työryhmän jäsenten tulee käyttää tuotannon henkilökorttia mikäli sellainen on annettu
- Alkoholista ei tule nauttia kuvauspaikalla
- Tuotantoajoneuvot eivät saa ajaa kuvauspaikalle pysäköintiä varten ennen pysäköintiluvassa mainittua aikaa. Ajoneuvot pysäköidään yksitellen ja moottorit sammutetaan niin pian kuin mahdollista. Näyttelijöiden ja muun työryhmän tulee pysäköidä määritellyille paikoilla.
- Asukkaiden autojen siirtäminen on kielletty ilman omistajan tai viranomaisen nimenomaista lupaa
- Kaikkien työryhmän jäsenten ja näyttelijöiden tulee tehdä kaikkensa, että melutaso pysyisi mahdollisimman pienenä. Aggregaatin, maskeeraustilan ja catering-pisteen sijoituksessa on huomioitava naapurit. Moottoreita ei koskaan saa jättää käyntiin ellei kyseinen ajoneuvo tai aggregaatti ole käytössä. Huutamista ja autojen merkkiäänien käyttöä tulee välttää, erityisesti öiseen aikaan. Kuvausaseilla ammutaan säästeliäästi ja vain tarpeen mukaan. Täysitehoisia paukkupatruunoita pyritään välttämään.
- Naapuritonttien alueelle ei saa mennä. On pysyttävä sillä tontilla, jolle kuvauslupa on saatu.
- Kasvillisuuden ja puiden poistaminen, leikkaaminen tai kääntely on kiellettyä, ellei siihen ole saatu lupaa lupaviranomaiselta tai tontin omistajalta.
- Työryhmän jäsenten on käytettävä paitaa ja kenkiä, ellei toisin määrätä. Vaatteita, jotka eivät osoite hyvää makua, ei tule pitää töissä.

- Näyttelijät ja työryhmä eivät käytä epäsovivaa kieltä yleisön kuuloalueella.
- Tupakointialueita on noudatettava ja savukkeet on aina sammutettava tuhkakuppeihin.
- Näyttelijät ja työryhmä eivät saa tuoda vieraita tai kotieläimiä kuvauspaikalle ilman tuotantoyhtiön etukäteistä ja nimenomaista lupaa.
- Näyttelijöiden ja muun työryhmän ruokailut tapahtuvat vain ruokailuun kuvausluvassa varatulla alueella. Työryhmän jäsenet saavat syödä vain määrätyillä alueilla aikataulutettuina ruokataukoina.
- Servetit, lautaset ja kahvikupit on toimitettava asianmukaisesti paikkoihinsa joka tilanteessa.
- Kaikki catering-, rakennus-, purku-, ja henkilökohtainen jäte tulee kuljettaa pois kuvauspaikasta.
- Työryhmän jäsenet eivät saa pitää autoissa näkyvillä kylttejä, julisteta tai kuvia, jotka eivät ole hyvän maun mukaisia
- Kaikki kyltit ja merkinnät, jotka lisätään tai poistetaan kuvausten aikana, palautetaan kuvausten jälkeen alkuperäiseen tilaansa, ellei kuvaussopimuksessa erikseen mainita toisin. Myös työryhmän opastekyltit on poistettava.
- Tuotantoyhtiö noudattaa pysäköintilupien ehtoja