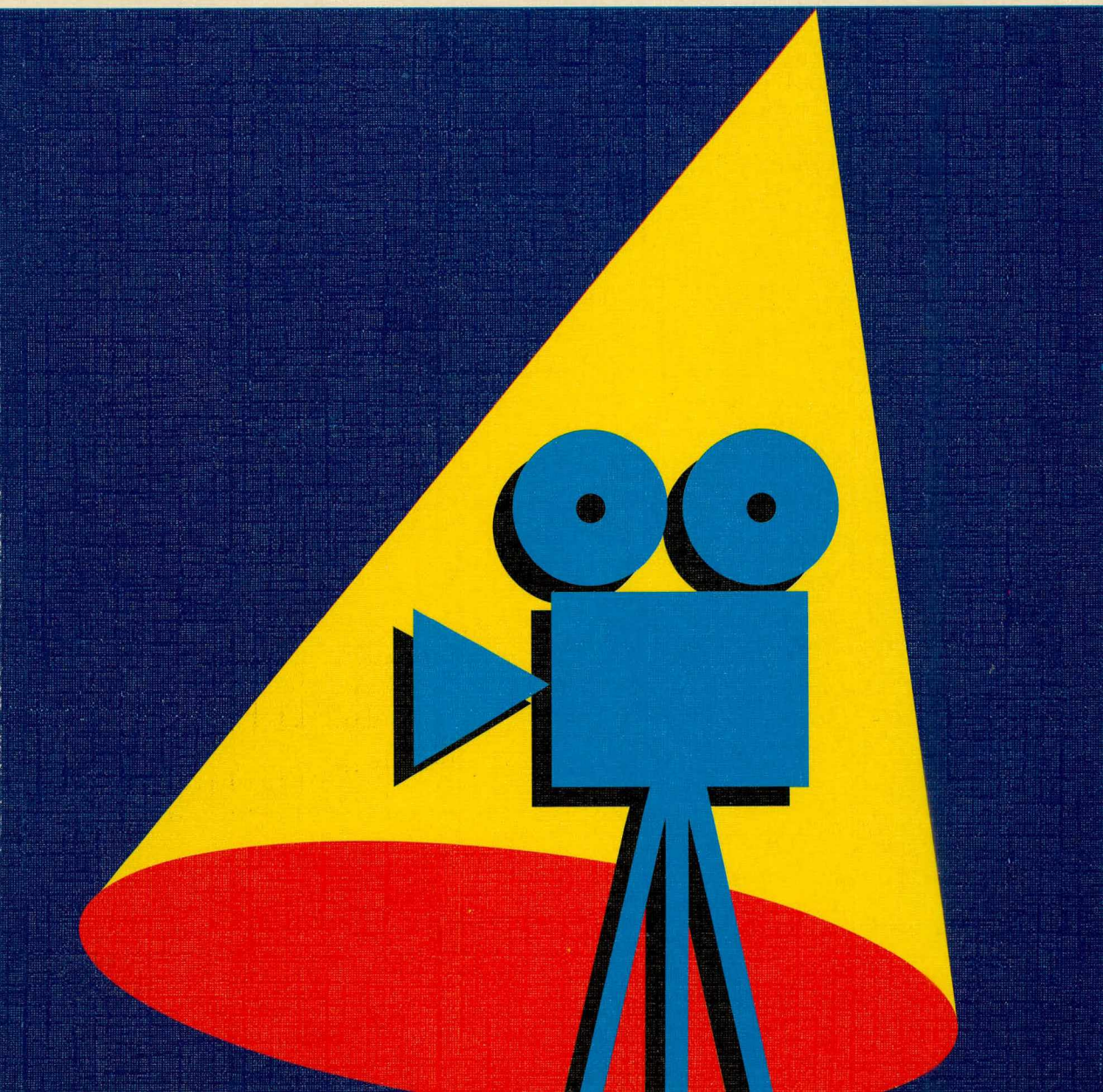
Tilastokeskus
Statistikcentralen
Statistics Finland

Kulttuuri ja viestintä 1995:1
Kultur och massmedier
Culture and the media

Audiovisuaalinen elokuva- ja ohjelmatuotanto Suomessa

Production of audio-visual programmes and films in Finland

Rauli Kohvakka



Tilastokeskus
Statistikcentralen
Statistics Finland

Kulttuuri ja viestintä 1995:1
Kultur och massmedier
Culture and the media

Audiovisuaalinen elokuva- ja ohjelmatuotanto Suomessa

Production of audio-visual programmes and films in Finland

Rauli Kohvakka

Tammikuu 1995

Helsinki – Helsingfors 1995

Tiedustelut – Förfrågningar – Inquiries:

Rauli Kohvakka
(90) 17 341

Kansikuva: Ilkka Kärkkäinen

Taulukoissa käytetyt symbolit

Ei mitään ilmoitettavaa	–
Tieto ei ole saatu tai se on liian epäluotettava ilmoitettavaksi	..
Suure on pienempi kuin puolet käytetystä yksiköstä	0 ja 0,0

Symbols used in Tables

Magnitude nil	–
Data not available	..
Magnitude less than half of unit employed	0 and 0,0

Esipuhe

Audiovisuaalisen joukkoviestinnän lähitulevaisuudesta esitetään monenlaisia visioita. Suurimpia muutoksia sisältävät ennustukset tulevat jäämään toteutumatta, kuten on käynyt hurjimmille visioille aikaisemminkin joukkoviestinnän historiassa. Jo nyt on kuitenkin ilmeistä, että liikkuviin kuviin perustuva viestintä tulee muuttumaan, sillä tuon muutoksen teknisistä edellytyksistä on jo riittävän paljon nähtävissä. Kehitys tulee vaikuttamaan myös liikkuvien kuvien tekemiseen ja tekijöihin. Audiovisuaalinen elokuva- ja ohjelmatuotanto Suomessa -raportin tavoitteena valottaa aihettaan ajankohtana, jona tietoa eniten tarvitaan – silloin kun muutos on vasta tulossa, silloin kun muutosta ollaan vasta tekemässä.

Julkaisu on osa Opetusministeriön ja Tilastokeskuksen yhteistyötä suomalaista audiovisuaalista joukkoviestintää koskevan tilasto- ja tutkimustiedon tuottamisessa.

Julkaisun on tehnyt Rauli Kohvakka. Kuviot on tehnyt Veli Rajaniemi, julkaisun taiton Hilkka Lehikoinen ja englanninkieliset käännökset Susan Sinisalo. Kannen on suunnitellut Ilkka Kärkkäinen.

Foreword

Visions of all kinds have been put forward of the trend in the audio-visual media over the next few years. The forecasts predicting the biggest changes will not materialise, as has been proved by the fate of the wildest visions in the earlier history of mass communication. It is, however, already obvious that the communication by means of moving pictures will change, for there are even now sufficient signs of the technical advances being made in this field. The change will also affect the making and makers of moving pictures. The goal of the report on audio-visual film and programme production is to throw light on its theme at a time when the need for knowledge greatest of all – when the changes still lie in the future or are only in the process of being made.

The report is one result of the cooperation existing between the Ministry of Education and Statistics Finland in the production of statistics and research findings on audio-visual mass media in Finland.

The report was written by Rauli Kohvakka, the figures are by Veli Rajaniemi and the make-up by Hilkka Lehikoinen. It was translated into English by Susan Sinisalo.

Sisällysluettelo

Esipuhe 3

1. Johdanto 7

2. Elokuva- ja ohjelmatuotannon määrä 11
   - 2.1 Elokuvat 11
     - 2.1.1 Pitkät näytelmäelokuvat 11
     - 2.1.2 Dokumentit ja lyhyet näytelmäelokuvat 18
   - 2.2 Televisio-ohjelmat 20
   - 2.3 Video-ohjelmat 22
   - 2.4 Televisiomainokset 24

3. Tuotantoyritysten määrä ja rakenne 26
   - 3.1 Elokuvatuotantoyhtiöt 26
   - 3.2 MTV:lle televisio-ohjelmia tekevät yritykset 30
   - 3.3 Televisiomainosyhtiöt 31
   - 3.4 Videotuottajat 32
   - 3.5 Elokuva-, ohjelma- ja mainostuotannon yhdistäminen 33
   - 3.6 Tuotantoyritysten rakenne 35

4. Rahoituksen järjestäminen osana elokuvan tuotantoprosessia 43
   - 4.1 Suomen elokuvasäätiö 44
   - 4.2 Audiovisuaalisen viestintäkulttuurin edistämiskeskus, AVEK 49
   - 4.3 Yleisradio 51
   - 4.4 Rahoituksen kokonaiskuvio 55

5. English Summary 60
   - 5.1 Production of audio-visual programmes and films in Finland 60
     - 5.1.1 Volume of production 60
     - 5.1.2 Production companies 64

Kirjallisuus 58

Liitteet 72

Liitetaulukot 73

Taulukot

Tekstitaulukot

1. Kotimaisten pitkien näytelmäelokuvien ensi-illat Pohjoismaissa 1980–93 14

2. Tarkastetut kotimaiset dokumentit ja lyhytelokuvat 1984–93 18

3. Dokumentti- ja lyhytelokuvatuotanto Pohjoismaissa vuosina 1990–93 yhteensä 20

4. Tarkastetut julkiseen esitykseen tarkoitetut video-ohjelmat 1984–93 23

5. Uudet televisiomainokset ja tarkastetut elokuvateatte-reissa esitettävät mainokset 1984–93 25

6. Elokuva- ja videotuotanto -toimialan yritykset henkilö-kunnan määrän mukaan 1992 37

7. Elokuva- ja videotuotanto -toimialan yritykset liike-vaihdon mukaan 1992 39

8. Elokuva- ja videotuotanto -toimialan yritykset aloittamisvuoden mukaan 1992 39

9. Elokuvasäätiön tuotantotuki 1988–93 45

Liitetaulukot

1. Suomessa tehdyt pitkät näytelmäelokuvat 1907–93 73

Kuviot

1. Kotimaisten pitkien näytelmäelokuvien ensi-illat ja tarkastetut kotimaiset pitkät näytelmäelokuvat 1984–93 ...13

2. Suomessa tehdyt pitkät näytelmäelokuvat 1907–1993 17

3. Pitkien näytelmäelokuvien tuotanto Länsi-Euroopan maissa 1993 17

4. Pitkien näytelmäelokuvien budjettien keskiarvo eräissä Länsi-Euroopan maissa 1993 18

5. Tarkastetut ja tarkastamoon ilmoitetut kasettilevitykseen tarkoitetut kotimaiset video-ohjelmat 1990–93 25

6. MTV:ssä esitetyn mainoksen tehneet yritykset niiden tekemien mainoksien määrän mukaan 1993 32

7. Elokuva- ja videotuotanto -toimialan yritykset määrä henkilökunnan määrän mukaan 1992 37

8. Elokuva- ja videotuotanto -toimialan yritykset liikevaihdon mukaan 1992 39

9. Aloittaneet ja lopettaneet yritykset elokuva- ja videotuotanto -toimialalla 1989–92 41

10. Konkurssiin haetut yritykset elokuva- ja videotuotanto -toimialalla 1989–92 42

11. Elokuvasäätiön tuotantotuki tuotannon eri vaiheisiin 1993 46

12. Elokuvasäätiön tuotantovaiheeseen jakama tuki elokuvatyypeittäin 1993 47

13. AVEK:n tuotantotuki tuotannon eri vaiheisiin 1993/94 ...51

1 Johdanto

Audiovisuaalisesta joukkoviestinnästä kirjoitetaan ja puhutaan paljon lehdissä, televisiossa ja radiossa. Sitä käsitellään paljon myös tutkijoiden, joukkoviestintähallinnon virkamiesten ja alan liikemiesten seminaareissa ja raporteissa. Syy tälle kiinnostukselle on se, että audiovisuaalisen joukkoviestinnän odotetaan muuttuvan lähitulevaisuudessa. Näin tuleekin jossain määrin tapahtumaan, sillä jo tänään on nähtävissä kyllin paljon muutoksen edellytyksiä. Liikkuvan kuvan ja äänen digitaalinen käsittely on tekniikkana pitkällä ja käytännön sovellutuksinakin jo läsnä ja on täysin mahdollista, että se kehittyy seuraavana kymmenenä vuotena yhtä nopeasti kuin mikrotietokoneet kehittyivät kymmenenä viime vuotena. Muutoksen laajuus ja sen merkitys audiovisuaaliselle kulttuurille tai ihmisten tavalle käyttää joukkoviestimiä jää nähtäväksi. Todennäköisesti muutos on pienempi kuin suurin osa visionääreistä tänään ennustaa – näin kävi aikanaan videon yleistyessä – mutta suurempi kuin mitä epäilijät esittävät.

Audiovisuaalinen joukkoviestintä on itseasiassa ollut ajankohtainen asia jo viimeisen kymmenen vuoden ajan, mikä on johtunut siitä, että se on muuttunut myös tuona aikana. Videoiden, satelliittikanavien ja kaapeliverkkojen tulosta on reilut kymmenen vuotta. Televisiojärjestelmien deregulaatiosta ei ole niinkään kauaa.

Audiovisuaalisen joukkoviestinnän tänä päivänä saamassa julkisuudessa voi nähdä uudenlaisia vivahteita. Audiovisuaalinen joukkoviestintä on visioissa sijoitettu aiempaa keskeisemmälle paikalle yhteiskunnassa. Tulevaisuudessa yhteiskunnan talouden on nähty perustuvan hyvin pitkälle erilaisen informaation tuottamiselle, välittämiselle ja kaupalle. Esimerkiksi EU:n audiovisuaalista joukkoviestintää koskevaa politiikkaa käsittelevä Green Paper perustuu hyvin pitkälle EU:n koko yhteiskunnan taloudellista kehitystä pohtivaan Valkoiseen kirjaan (Strategy Options to ...). Suuri osa tästä taloudellista arvoa tuottavasta informaatiosta on audiovisuaalisen joukkoviestinnän tuotteita eli elokuvia ja televisio-ohjelmia, vaikka sitä ei kovin usein tuoda esiin. Yhdysvaltalainen joukkoviestintätutkija Janet Wasko onkin ihmetellyt, miksei kukaan puhu informaatioyhteiskunnan ohella viihdeyhteiskunnasta, vaikka suurin osa informaatiovaltateillä liikkuvasta tavarasta tulee olemaan viihdettä (Wasko 1994). Kun kymmenen viisitoista vuotta sitten keskusteltiin tuolloin vasta tulollaan olleista videoista, satelliittikanavista ja kaapeliverkoista puhuttiin enemmän vain joukkoviestinnän tai joukkoviestinten käytön muuttumisesta.

Keskustelu informaation merkityksen muutoksesta yhteiskunnassa ei sinänsä ole uutta. Ainakin yhteiskuntatieteilijät puhuivat jo kahdeksankymmentäluvulla paljon informaatioyhteiskunnasta. Tänä päivänä keskus-

telua käydään ehkä osittain eri foorumeilla. Informaatiovaltateistä puhuvat paljon myös joukkoviestintähallinnon virkamiehet ja suurten joukkoviestintä- ja puhelinyhtiöiden johtajat ja strategit. Varmaan lähes kaikissa teollistuneissa maissa istuu liikenne-, kulttuuri-, ja teollisuusministeriöiden työryhmiä ja komiteoita miettimässä informaatiostrategioita.

Tänä päivänä keskustelu liittyy toimintaan aiempaa enemmän. Ministeriöiden työryhmät miettivät nimenomaan ohjelmia, joilla on tarkoitus käytännössä edistää informaation tuottamista, liikkumista ja kauppaamista. Suurissa joukkoviestintä- ja puhelinyhtiöissä mietitään mihin käytännön toimenpiteisiin pitää ryhtyä, jotta ne saisivat osansa alan markkinoista tulevaisuudessa, kuten niiden aktiivisuus yrityskaupoissa osoittaa. Joukkoviestintäjärjestelmät eivät tosin koskaan muutu tyhjiössä vaan taloudelliset ja poliittiset intressit vaikuttavat aina muutokseen (Williams 1975). Ilmeisesti tänä päivänä eri tahot ovat liikkeellä määrätietoisemmin kuin mitä ne ovat olleet vähään aikaan. Lisäksi muutokselle on nyt olemassa poikkeuksellisen hyvät tekniset edellytykset.

Koko audiovisuaalista joukkoviestintää, ja ylipäätään viestintää, koskevan keskustelun lisääntymisen myötä myös audiovisuaalisten elokuvien ja ohjelmien tekeminen on saanut viime aikoina enemmän huomiota. Siitä on tehty useita selvityksiä; EU:ssa (Rapport de la Cellule de Réflexion ...), Pohjoismaisella tasolla (Har kort- og dokumentarfilmen i Norden en fremtid?, Undersogelse af film og TV distribution i Norden) ja myös Suomessa (esim. Erikson 1994, Suihko & Wuolle 1992, Suomalainen elokuva- ja televisiotuotanto ja Televisio-ohjelmien tuotanto YLE:n ja MTV:n ulkopuolella). Suomessa on tehty tutkimus myös elokuvatekijöiden taloudellisesta asemasta (Oesch 1994). Raporteissa on kartoitettu ja kuvattu audiovisuaalisen tuotannon nykytilannetta ja pohdittu sen ongelmia ja niiden ratkaisemista. Euroopassa keskustelun näkökulmana on pitkälti ollut huoli siitä, että uusissa informaatioverkoissa tulee liikkumaan ja uudet palvelut tulevat tarjoamaan valtaosin yhdysvaltalaisia elokuvia ja ohjelmia. Eurooppalaisesta televisio-, video- ja elokuvatarjonnasta suuri osa jo on yhdysvaltalaista.

Osittain kiinnostus audiovisuaalista elokuva- ja ohjelmatuotantoa kohtaan on jo varhaisempaa. Suurten televisioyhtiöiden ulkopuolinen eli ns. riippumaton televisio-ohjelmatuotanto sai uutta joukkoviestintäpoliittista merkitystä kahdeksankymmentäluvulla kun kriittinen suhtautuminen yleisradioyhtiöitä kohtaan kasvoi. Yleisradioyhtiöiden liian hallitsevana pidettyä asemaa haluttiin heikentää lisäämällä niiden ulkopuolista ohjelmatuotantoa. Esimerkiksi Englannissa Channel Four järjestettiin kotimaisen ohjelmiston osalta pelkästään yhtiön ulkopuolisen tuotannon varaan. Elokuvatuotannon tilaa ja ongelmia taas on pohdittu usein aiemminkin, sillä ainakin suomalaisen elokuvan on nähty tämän tästä olevan kriisissä. Tämän hetkistä suomalaista elokuvaa koskevaa keskustelua seuratessa tuntuu ajoittain siltä, että edellä mainitut laajemmat visiot audiovisuaali-

sen joukkoviestinnän muutoksesta ovat saaneet suomalaisen elokuvan ongelmat vaikuttamaan suuremmilta kuin mitä ne todellisuudessa ovat.

Audiovisuaalisen joukkoviestinnän ajankohtaisuus on keskeinen syy myös tämän raportin tekemiselle. Raportissa kuvataan suomalaisen audiovisuaalisen tuotannon rakenteita erilaisten elokuvien ja ohjelmien sekä tuotantoyritysten osalta. Painopiste on elokuvatuotannossa, jonka osalta tarkastellaan rakenteiden lisäksi myös yritysten ja niissä työskentelevien ihmisten toimintaa sekä niiden toimintaympäristöä. Aivan koko audiovisuaalinen tuotanto ei ole raportissa mukana, sillä televisio-ohjelmatuotannossa ei käsitellä Yleisradion, Mainostelevision tai kaapelitelevisioyhtiöiden omaa ohjelmatuotantoa. Lisäksi esimerkiksi video- ja mediataidetta sekä musiikkivideoita ei tarkastella.

Audiovisuaalinen elokuva- ja ohjelmatuotanto Suomessa -raportin tavoitteena on ollut myös täydentää jo ilmestyneiden raporttien kuvaa. Niiden näkökulma on ollut enimmäkseen taloudellinen tai liiketaloudellinen. Tässä raportissa elokuvien ja ohjelmien tekemistä ei tarkastella ainoastaan yritysten tasolla vaan myös alalla työskentelevien ihmisten toimintana. Myös yritysten toimintaa pyritään tarkastelemaan hyvin käytännöllisellä tekemisen tasolla.

Raportti perustuu kahdenlaiseen aineistoon. Audiovisuaalisen tuotannon rakenteita kuvataan useiden tilastolähteiden avulla. Osa tilastoista on saatu lähteistä sellaisenaan, osa on tehty erilaisten luetteloiden ja listojen pohjalta. Raportissa on pyritty selittämään miten aineistot ja tilastot on muodostettu, mitä tilastot kuvaavat ja miten hyvin ne kyseistä asiaa kuvaavat. Tämä on välttämätöntä kuvattaessa audiovisuaalisen joukkoviestinnän kaltaista aihetta, joka on mahdollista jäsentää monella eri tavalla ja johon liittyvillä käsitteillä on useita erilaisia määritelmiä. Tähän seikkaan ei kaikissa viime aikoina ilmestyneissä raporteissa ole kiinnitetty tarpeeksi huomiota.

Elokuvatuotantoyritysten toiminnan ja niiden toimintaympäristön kuvaus perustuu elokuvantekijöiden ja tukea jakavissa organisaatioissa sekä televisioyhtiöissä elokuvatuotannon kanssa työskentelevien ihmisten haastatteluihin. Haastateltavat on pyritty valitsemaan siten, että saadaan tietoa kaikista elokuvatuotannon tahoista. Haastateltujen luettelo on liitteenä. Haastattelut on tehty pääasiassa syksyn 1993 ja kevään 1994 aikana, minkä jälkeen alalla on tapahtunut jonkin verran muutoksia, lähinnä Yleisradiossa. Muutokset on osittain pystytty ottamaan huomioon raportissa.

Haastatteluja on käytetty paljon audiovisuaalista elokuva- ja ohjelmatuotantoa koskevissa tutkimuksissa. Tämä johtuu siitä, että aiheesta on ollut käytettävissä niin vähän kirjallisia lähteitä. Esimerkiksi elokuvan tukijärjestelmän toiminnan muodollisesta ja virallisesta puolesta on saanut tietoa vuosikertomuksista, säännöistä ja vastaavista, mutta tuen jakamisen ja hakemisen käytäntöjä ei ole kuvattu missään. Tutkijalle haastattelut ovat olleet käytännössä ainoa tapa saada tietoa.

Haastattelujen etu on niiden taloudellisuus. Kohtuullisella määrällä haastatteluja saadaan paljon tietoa laajoistakin tutkimuskohteista. Yksi haastattelujen ongelma on se, että aineiston pohjalta saatu kuva tutkimuskohteesta riippuu siitä, ketä on haastateltu. Elokuvatuotanto on kuitenkin sen verran pieni ala Suomessa, että kohtuullisen pienellä haastattelujen määrällä saadaan jo melko hyvin katettua keskeisimmät tahot ja näkökulmat. Tässä raportissa haastatteluja on käytetty pääasiassa elokuvatuotantojärjestelmän kuvaamiseen. Sekä elokuvien tekijät että tuen jakajat ja televisioyhtiöiden työntekijät kuvasivat sen toimintaa hyvin samalla tavalla. Osittain tämä johtui siitä, että tuotantoyhtiöiden, julkisen tuen jakajien ja televisioyhtiöiden toimintaa tarkasteltiin hyvin yleisellä tasolla.

Haastattelujen ongelmaksi saattaa muodostua myös se, että ihmiset kuvaavat asioita ja tapahtumia ainoastaan niin kuin ne yleensä tapahtuvat. Näin kävi pitkälti ainakin tässä tutkimuksessa. Tällöin yksittäiset ja poikkeukselliset tapahtumienkulut jäävät vähemmälle huomiolle, ja juuri ne saattaisivat kertoa tutkimuskohteesta paljon. Kuitenkin elokuvatuottajilla on varmasti sellaisia kokemuksia Yleisradion ja julkisen tuen jakajien toiminnasta, jotka poikkeavat tässä esitetystä.

Kolmas haastattelujen ongelma, joka liittyy varsinkin alan ongelmien kartoittamiseen, on se, että tutkija saattaa alkaa yksinkertaisesti toistaa haastateltujen näkemyksiä ongelmista. Tällöin hän ei esitä tutkimuksen tuottamaa näkemystä vaan legitimoi yhden tutkimuskohteen parissa valitsevista näkemyksistä tutkimustulokseksi. Usein kyseessä on vielä tutkimuksen tilaajien näkemys.

Raportin rakenne on seuraava. Toisessa luvussa tarkastellaan audiovisuaalisen tuotannon määrää elokuva- ja ohjelmatyypeittäin. Kolmannessa luvussa kuvataan tuotantoyritysten määrää ja yrityskannan rakennetta ja neljännessä luvussa käsitellään yksityiskohtaisemmin elokuvantekijöiden toimintaa ja toimintaympäristöä tuotannon rahoituksen osalta.

2 Elokuva- ja ohjelmatuotannon määrä

Audiovisuaalinen joukkoviestintä on jo tällä hetkellä niin integroitunutta, että elokuvien ja ohjelmien ryhmitteleminen on hankalaa. Elokuvia esitetään myös televisiossa ja niitä levitetään myös videokasetteina. Myös televisio-ohjelmia on jossain määrin saatavissa videokasetteina. Videota taas käytetään sekä elokuvien että televisio-ohjelmien tekemisessä. Ryhmittelyjä voidaan tehdä useilla eri tavoilla, jotka kaikki ovat yhtä hyviä. Tässä on käytetty hyvin perinteistä ryhmittelyä elokuviin, televisio-ohjelmiin, mainoksiin sekä video-ohjelmiin: näin lähinnä siksi, että se on intuitiivinen ja ymmärrettävä sekä tämän selvityksen tarkoituksiin riittävä ryhmittely. Tässä televisio-ohjelmina pidetään "varsinaisia" televisio-ohjelmia, joilla ei ole muita jakelukanavia. Suurelle osalle televisio-ohjelmista, kuten uutisille, erilaisille ajankohtaisohjelmille, urheilulähetyksille, visailuille ja talk show'lle televisio on käytännössä ja usein myös periaatteessa ainoa esittämiskanava. Määritelmiin liittyviin kysymyksiin palataan vielä seuraavissa luvuissa.

2.1 Elokuvatuotanto

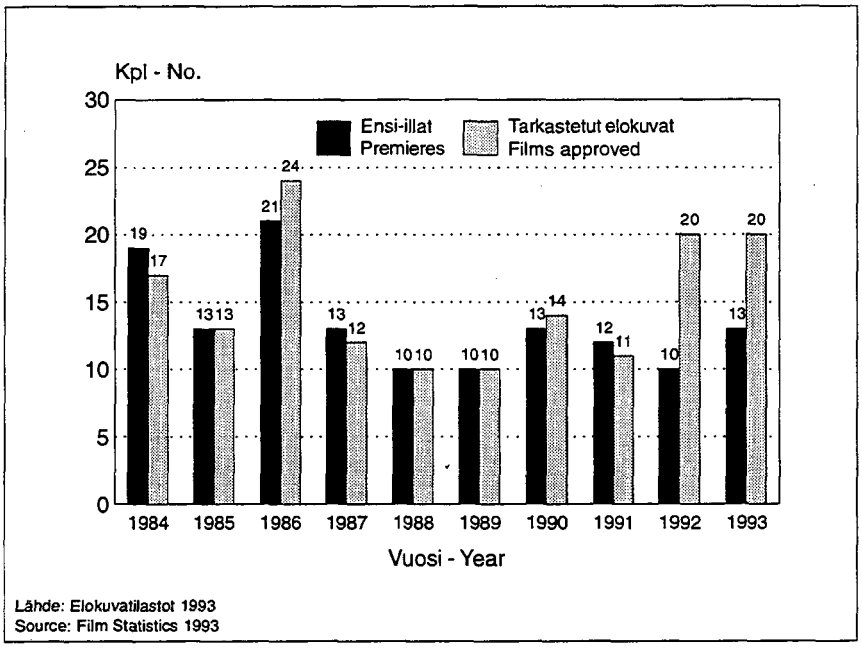
2.1.1 Pitkät näytelmäelokuvat

Suomessa on viime vuosina tehty 60–80 erilaista elokuvaa vuodessa. Luku sisältää sekä pitkät ja lyhyet elokuvat että näytelmäelokuvat ja dokumentit. Pitkiä näytelmäelokuvia tehdään vuosittain reilut toistakymmentä. Lukumäärä vaihtelee hieman käytetyn tilastolähteen mukaan. Elokuvatilastojen mukaan vuonna 1993 elokuvateatteriensi-iltaan tuli 13 kotimaista pitkää näytelmäelokuvaa (kuvio 1). Samana vuonna elokuvatarkastamo tarkasti kuitenkin 20 pitkää näytelmäelokuvaa.

Lukujen ero johtuu kahdesta seikasta. Ensiksikin tilastot kuvaavat kahta eri asiaa, ensi-iltoja ja elokuvien tarkastamista, joilla molemmilla voidaan kuvata elokuvatuotannon määrää. Kaikki tehdyt pitkät näytelmäelokuvat tarkastetaan ja kaikki pitkät näytelmäelokuvat tulevat teatteriesitykseen ja saavat siten ensi-illan. Näin ei kuitenkaan ole välttämättä aina jatkossa, sillä on mahdollista, että Suomessa joitain kotimaisia elokuvia esitetään vain matineoissa ja festivaaleilla television ollessa niiden varsinainen esityskanava. Tällöin ensi-iltojen määrä ei enää kuvaa elokuva-

Kuvio 1 Kotimaisten pitkien näytelmäelokuvien ensi-illat ja tarkastetut kotimaiset pitkät näytelmäelokuvat 1984 – 93

Figure 1 Premieres of Finnish features and inspected Finnish features, 1984 – 1993



Lähde: Elokuvatilastot 1993
Source: Film Statistics 1993

tuotannon määrää. Pienet erot tilastoissa saattavat johtua siitä, että elokuva tarkastetaan vuoden loppupuolella ja sen ensi-ilta on seuraavana vuonna. Elokuva merkitään tällöin tilastoissa eri vuosille.

Suurimmaksi osaksi erot elokuvien määrissä johtuvat erilaisista tavoista määritellä pitkä näytelmäelokuva. Pääasiassa kyse on elokuvan pituudesta, mutta jonkin verran myös elokuvan muista piirteistä. Elokuvatarkastamossa pitkäksi elokuvaksi laskettiin aiemmin vain yli tunnin pituiset elokuvat. Viime vuosina myös lyhyempiä elokuvia on laskettu pitkiksi elokuviksi, mikäli niillä on eräitä muita pitkän elokuvan piirteitä. Ilmeisesti tämä muutos selittää kuviossa 1 näkyvän aiempaa suuremman eron tarkastamon ja säätiön tilastoissa vuosina 1992 ja -93. Elokuvasäätiön tilastossa pitkän elokuvan raja ei käytännössä ole ollut yksiselitteinen vaan elokuvia on luokiteltu pitkiin tai lyhyisiin tapauskohtaisesti. Tunti on kuitenkin ollut eräänlainen minimi, sitä lyhyempiä elokuvia on pidetty lyhyinä tai puolipitkinä elokuvina, joiden määrää ei ole tilastoitu. Pitkiä näytelmäelokuvia on siis tehty yli kymmenen vuodessa: kuinka paljon yli kymmenen riippuu siitä, millä tilastolla asiaa kuvataan. Suuruusluokka on molemmissa tilastoissa kuitenkin sama.

Erilaiset määritelmät eivät ole tilastoinnille kovin suuri ongelma, mikäli käytetyt määritelmät tuodaan riittävän selvästi esiin. Tällöin niiden erojen vaikutus voidaan ottaa huomioon. Tätä ei kuitenkaan tehdä kovin usein esimerkiksi kansainvälisissä vertailuissa.

Elokuvien määrittely ja luokittelu ei kuitenkaan ole yksinomaan tilastointiin liittyvä asia vaan se liittyy laajemmin elokuvien tekemiseen. Elokuvien tekemisessä, tukemisessa ja esittämisessä käytetään jatkuvasti määrittelyjä ja luokitteluja. Pitkän ja lyhyen elokuvan rajalla on siis syytä viivähtää vielä hetki.

Pitkä näytelmäelokuva ei tunnu ongelmalliselta käsitteeltä. Todennäköisesti suurin osa ihmisistä sanoisi tietävänsä mikä pitkä näytelmäelokuva on. Kaikki osaisivat varmasti antaa esimerkkejä pitkästä näytelmäelokuvasta. Pituus on keskeinen osa mielikuvaamme pitkästä näytelmäelokuvasta. Ne ovat yleensä puolestatoista tunnista kahteen tuntiin, mutta myös lyhyempiä ja pidempiä on.

Katsotaanpa kuinka pitkä pitkän näytelmäelokuvan on täytynyt olla vuoden 1993 elokuvatilastossa. Mika Kaurismäen Viimeisellä rajalla – Last border, 1 tunti 45 minuuttia, oli pitkä elokuva. Claes Olsonin Akvaariorakkaus, 1 tunti 39 minuuttia, oli pitkä elokuva, samoin 1 tunti 29 minuuttia kestänyt Pekko aikamiespojan poikamiesaika. Arto Lehkamon Ristilukki oli vielä hieman lyhyempi, 1 tunti 13 minuuttia, mutta sekin oli pitkä elokuva. Markku Pölösen Onnen maa, 1 tunti 1 minuutti, ei enää ollut pitkä elokuva. Vuonna 1993 siis 12 minuuttia teki eron. On ehkä syytä todeta, että tässä ei ole otettu millään tavoin kantaa mainittujen elokuvien hyvyyteen. Sekä Ristilukki ja Onnen maa ovat arvoisiaan elokuvia täysin riippumatta siitä, miten niitä tässä tai muualla on luokiteltu.

Pitkän näytelmäelokuvan mielikuva sisältää myös muita piirteitä, kuten esimerkiksi sen, että elokuvaa esitetään elokuvateattereissa tai sen, että siinä kerrotaan jonkinlainen tarina. Kuitenkin Onnen maata esitettiin teattereissa enemmän kuin useita pitkiä näytelmäelokuvia ja Onnen maassa kerrottiin tarina. Pitkä näytelmäelokuva ei olekaan niin helppo käsite, mikäli sille pitää antaa tarkka määritelmä. Esimerkit pitkästä elokuvasta, joita on siis helppo antaa, kertovatkin itse asiassa sen mikä ainakin on pitkä elokuva.

Entä sitten? Katsojat osaavat kaikesta huolimatta katsoa elokuvia. He saattavat todeta yhtä hyvin Onnen maan kuin Ristilukin nähtyään, että se oli aika lyhyt. Kuten aikaisemmin todettiin myös elokuvien tuotannossa elokuvia luokitellaan. Elokuvia luokitellaan tavallaan jo ennen kuin ne on tehty, sillä jotkut aiheet tai ideat eivät ole pitkän elokuvan aiheita kun taas toiset ovat. Olennaista on se, että määrittelyt ja luokittelut sisältävät myös arvostuksia, mikä tulee havainnollisesti esiin juuri pitkän ja lyhyen elokuvan rajalla. Useissa yhteyksissä pitkiä elokuvia arvostetaan enemmän kuin lyhytelokuvia, minkä toivat esiin tässä tutkimuksessa haastatellut. Myöskään useissa elokuvatuotantoa käsittelevissä tutkimuksissa ja selvityksissä ei lyhytelokuvia edes käsitellä.

Pitkien näytelmäelokuvien tuotanto on pysynyt suurin piirtein saman suuruisena viime vuosikymmenen alun jälkeen. Tehtyjen elokuvien määrä on jonkin verran vaihdellut vuodesta toiseen. Kahtena vuotena 1980-luvun puoivälissä tuli ensi-iltaan 20 elokuvaa. Nämä olivat kuitenkin poikkeuksellisia vuosia, jotka nykyisessä taloudellisessa tilanteessa ovat todennäköisesti mahdottomia.

Taulukko 1 Kotimaisten pitkien näytelmäelokuvien ensi-illat Pohjoismaissa 1980 – 1993
Table 1 Premieres of Finnish full-length films in the Nordic countries 1980 – 93

Vuosi *Year*	Tanska *Denmark*	Ruotsi *Sweden*	Norja *Norway*	Islanti *Iceland*	Suomi *Finland*
1980	13	20	10	3	10
1981	13	19	10	3	9
1982	7	26	10	3	11
1983	11	15	8	4	12
1984	12	23	5	4	19
1985	8	20	10	3	13
1986	14	27	9	2	21
1987	12	21	7	1	13
1988	17	21	9	2	10
1989	17	33	10	2	10
1990	13	16	10	2	13
1991	9	30	9	2	12
1992	10	19	9	5	10
1993	11	21	10	2	13

Lähde: Nordic Feature Films. Facts & Figures. 1994. • Elokuvatilastot
Source: Nordic Feature Films. Facts & Figures. 1994. • Film Statistics

Ensi-iltaan tulevien näytelmäelokuvien määrän vaihtelu on myös kansainvälisesti tyypillistä. Muissa Pohjoismaissa se on jopa suurempaa kuin Suomessa (taulukko 1). Ainakin maissa, joissa elokuvatuotanto on riippuvainen julkisesta tuesta, tukipolitiikka vaikuttaa elokuvatuotannon määrään. Yhtenä vuotena saatetaan tukea muutamaa suuren budjetin elokuvaa, jolloin tukea saaneiden elokuvien kokonaismäärä jää pienemmäksi. Seuraavana vuonna taas ei mahdollisesti tueta yhtään kallista elokuvaa, jolloin tukea riittää useammille elokuville. Tuen jakajat ovat toiminnassaan jossain määrin riippuvaisia elokuvien tekijöistä. Se millaisille elokuville, kalliille tai halvoille, tukea annetaan riippuu osittain myös siitä, millaisille elokuville tuottajat tukea hakevat. Suuren budjetin elokuville ei välttämättä kaikkina vuosina edes haeta rahoitusta.

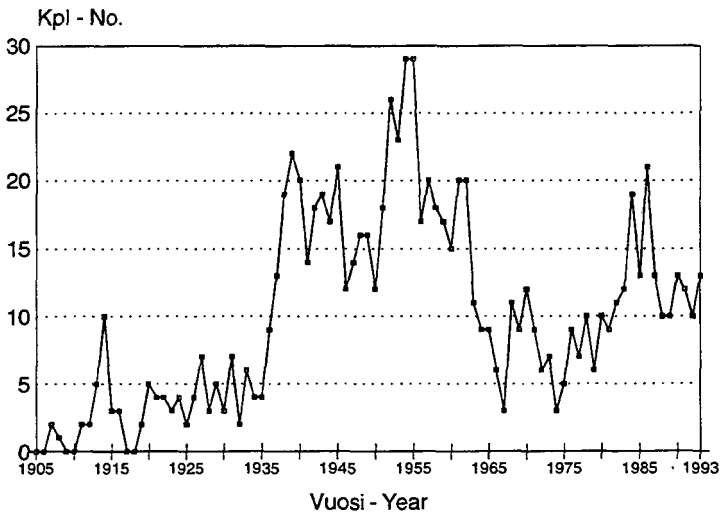
Vaikka tehtyjen elokuvien määrä vaihtelee vuodesta toiseen, voi elokuvatuotannon laajuus pysyä suunnilleen samalla tasolla siinä mielessä, että elokuvien tekemiseen on "investoitu" rahaa ja ainakin työtä yhtä paljon. Tehtyjen elokuvien määrä ei ota huomioon sitä, että elokuvat voivat olla hyvin erilaisia sen suhteen, kuinka suuret resurssit niiden tekemiseen on käytetty. Tilastoissa kaikki elokuvat näyttävät yhtä suurilta, mikä olisi otettava huomioon tehtäessä eri ajankohtien ja maiden välisiä vertailuja. Elokuvatuotannon määrärahojen pienentyminen viime vuosina on todennäköisesti aiheuttanut sen, että elokuvien tekemiseen käytetyt resurssit ovat supistuneet, vaikka elokuvien määrä on pysynyt ennallaan. Elokuvia tehdään yhtä paljon kuin aiemmin, mutta ne tehdään pienemmillä resursseilla.

Hieman pidemmän aikavälin tarkastelussa tämän hetkinen pitkien näytelmäelokuvien tuotanto sijoittuu määrältään välittömästi sotien jälkeisen ajan huippuvuosien ja 60- ja 70-lukujen aallonpohjan välille. Suomalainen elokuvatuotanto voimistui juuri ennen toista maailmansotaa. Sodan aikana tehtiin yhtä paljon elokuvia kuin aiemmin. Sodan jälkeen, viisikymmentäluvulla, tuotanto vielä kasvoi. Viisikymmentäluvulla tehtiin useina vuosina peräkkäin lähes kolmekymmentä pitkää elokuvaa vuodessa. Koko ajanjaksona 30-luvun lopusta 60-luvun alkuun elokuvatuotanto oli tasolla, jonka lähelle on sen jälkeen päästy vain edellä mainittuina muutamana 1980-luvun vuotena. Myös lyhytelokuvien tuotanto oli tuolloin moninkertaista nykyiseen verrattuna. Elokuvan näkökulmasta kyseinen ajanjakso olikin tähän päivään verrattuna aivan eri maailma. Televisiota ei vielä ollut. Ihmiset kävivät elokuvissa ja katsoivat kotimaisia elokuvia. Elokuvatuotanto saatettiin rahoittaa pääsylipputuloilla. Maassa toimi useita suuria elokuvatuotantoyhtiöitä.

Tämä maailma muuttui kuusikymmentäluvun alussa täysin. Koko elokuvatuotantojärjestelmä muuttui. Suuret tuotantoyhtiöt lopettivat elokuvien tekemisen. Elokuvatuotanto supistui alle kolmannekseen aikaisemmasta. Useamman kuin kymmenen elokuvan tuleminen ensi-iltaan oli poikkeuksellista. Eräinä vuosina ensi-iltoja oli vain kolme. Vaikka suomalainen elokuva on edelleen kriisissä, niin ilmeisesti myös tämä 60- ja 70-lukujen jakso oli tähän päivään verrattuna eri maailma.

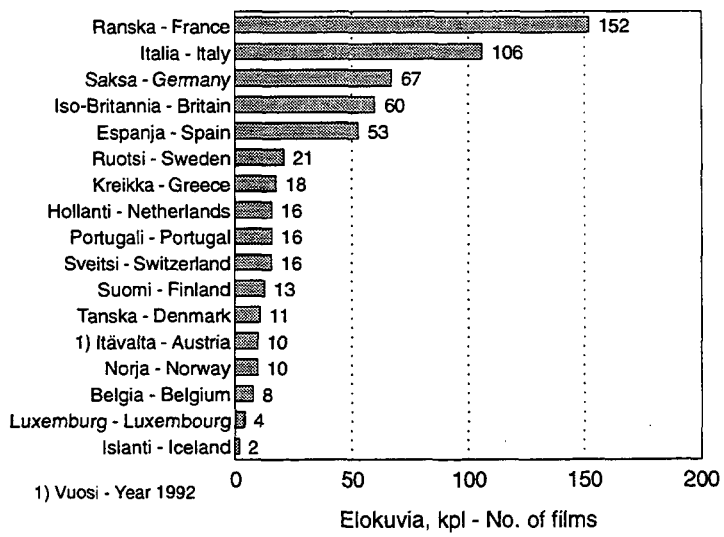
Kansainvälisesti Suomi on pitkien näytelmäelokuvien tekijänä pieni maa. Toki pienempiäkin on. Euroopan maista Ranskan elokuvatuotanto on määrältään aivan omaa luokkaansa, 152 uutta elokuvaa vuonna 1993 (kuvio 3). Ei siis ole yllättävää, että Ranska on aktiivinen eurooppalaisen elokuvan aseman edistämisessä. Lähimmäksi Ranskan määriä pääsee Italia, mutta sielläkin tehtiin vuonna 1993 noin 50 elokuvaa vähemmän kuin Ranskassa. Euroopan suurien elokuvatuotantomaidenkin välillä on siten suuria eroja – Saksan ja Englannin elokuvatuotanto on alle puolet Ranskan tuotannosta. Pohjoismaista Tanskassa ja Norjassa elokuvatuotanto on määrältään Suomen luokkaa. Ruotsissa tehdään pitkiä näytelmäelokuvia hieman naapureitaan enemmän. Keskeinen syy tälle on suuremmat elokuvatuotannon tukivarat.

Kuvio 2 Suomessa tehdyt pitkät näytelmäelokuvat 1907 – 1993
Figure 2 Feature-length films made in Finland, 1907 – 1993



Lähde: Liitetaulukko 1
Source: Appendix table 1

Kuvio 3 Pitkien näytelmäelokuvien tuotanto Länsi-Euroopan maissa 1993
Figure 3 Production of features in Western European countries, 1993



Lähde - Source: Screen Digest July 1994

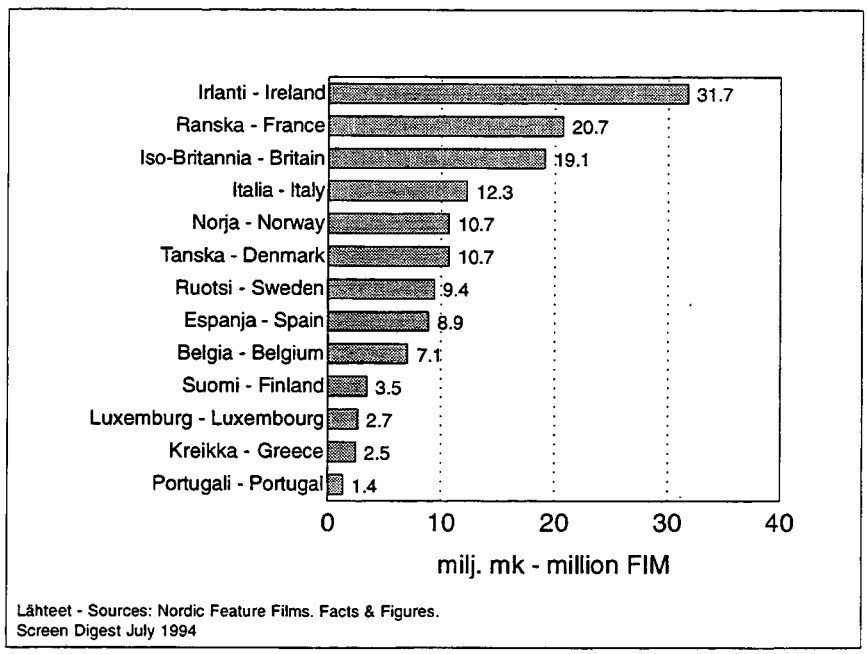
Suomi on pieni elokuvatuotantomaa myös elokuvien budjetin koon suhteen. Vuonna 1993 Suomessa tehtyjen pitkien näytelmäelokuvien budjettien keskiarvo oli 3,5 miljoonaa markkaa (kuvio 4). Ranskassa budjettien keskiarvo oli noin 20 miljoonaa markkaa. Yllättäen Irlannissa tehtiin vielä selkeästi suurempia elokuvia kuin Ranskassa. Irlannissa budjettien keskiarvo oli 30 miljoonaa markkaa. Ilmeisesti tätä selittää se, että irlantilaiset elokuvat ovat saaneet maailmalla paljon yleisöä, minkä vuoksi sikäläisten elokuvatuottajien on helpompi saada kansainvälistä rahoitusta tuotantoihinsa. Yhdysvaltalaisen rahoituksen saaminen taas mahdollistaa eurooppalaisessa mittakaavassa poikkeuksellisen kalliin elokuvan tekemisen. Muissa Pohjoismaissa tehdään selvästi kalliimpia elokuvia kuin Suomessa.

Suomessa tehtyjen elokuvien kustannukset olivat vuonna 1993 yhteensä 46,2 miljoonaa markkaa (Nordic Feature Films. Fact & Figures).

Länsi-Euroopassa pitkien näytelmäelokuvien budjetit ovat ilmeisesti pienentyneet. Vaikka viime vuonna elokuvia tehtiin toiseksi eniten kymmeneen vuoteen, investoitiin niiden tekemiseen kuitenkin vähiten rahaa samana aikana (Screen Digest 1994 July).

Kuvio 4 **Pitkien näytelmäelokuvien budjettien keskiarvo eräissä Länsi-Euroopan maissa 1993**

Figure 4 *Average budget of features in certain Western European countries, 1993*



Lähteet - Sources: Nordic Feature Films. Facts & Figures.
Screen Digest July 1994

2.1.2 *Dokumentit ja lyhyet näytelmäelokuvat*

Pitkät näytelmäelokuvat ovat vain osa elokuvatuotantoa, mikä on tosin viimeaikaisessa elokuvan tekemistä koskevassa keskustelussa usein unohdettu. Käsiteltäessä elokuvan tekemistä ja sen ongelmia on puhuttu vain pitkistä näytelmäelokuvista.

Pitkiä ja lyhyitä dokumentteja sekä lyhyitä näytelmäelokuvia on Suomessa parina viime vuotena tehty hieman yli 50 kappaletta. Aivan tarkkoja tilastoja ei ole käytettävissä, mutta suuruusluokka on tuollainen. Dokumentteja ja lyhytelokuvia on elokuvatarkastamossa tarkastettu kahtena viime vuotena nelisenkymmentä (taulukko 2). Taulukossa 2 16 mm elokuvat ovat lyhyitä elokuvia, sillä pitkät 16 mm elokuvat sisältyvät elokuvatarkastamon tilaston muihin luokkiin.

Taulukko 2 Tarkastetut kotimaiset dokumentit ja lyhytelokuvat 1984 – 93
Table 2 Approved Finnish documentaries and short films 1984 – 93

Vuosi *Year*	Pitkät dokum. *Long docum.*	35 mm:n lyhytelok. *35mm short films*	16 mm:n elokuvat *16mm short films*
1984	6	21	57
1985	19	20	101
1986	8	12	64
1987	9	19	58
1988	1	16	43
1989	3	21	59
1990	2	13	44
1991	3	25	40
1992	6	15	20
1993	8	22	13

Lähde: Elokuvatilastot 1993
Source: Film Statistics 1993

Tehtyjen dokumentti- ja lyhytelokuvien määrä on ilmeisesti kuitenkin hieman suurempi kuin tarkastettujen elokuvien määrä. Lain mukaan kaikki julkisesti esitettävät elokuvat tulee tarkastuttaa. Näin ei kuitenkaan ilmeisesti tehdä. Tämän huomion puolesta puhuu se seikka, että viime vuosina elokuvasäätiö ja AVEK on antanut tukea huomattavasti useamman lyhyen elokuvan tekemiseen kuin mitä niitä on tarkastamossa tarkastettu. Vuosina 1992 ja 1993 pelkästään elokuvasäätiö antoi tuotantotukea 92 lyhyelle dokumenttielokuvalle ja 12 lyhyelle näytelmäelokuvalle. Näinä vuosina on kuitenkin tarkastettu yhteensä vain 70 lyhyttä dokumenttia ja näytelmäelokuvaa. Kyseisinä vuosina on lisäksi tehty elokuvia, joita sää-

tiö ei ole tukenut vaan ne ovat saaneet tukea AVEK:sta. Kaikkia lyhytelokuvia ei ilmeisesti tarkastuteta niiden valmistuttua, vaan niille haetaan erikoislupa julkiseen esitykseen myöhemmin kun niitä esitetään esimerkiksi festivaaleilla. Tällaisen käytännön yleistyminen saattaa liittyä siihen, että televisiosta on tullut merkittävä lyhytelokuvien esityskanava ja televisioesitysoikeuksien myynnistä lähinnä Yleisradiolle yhä tärkeämpi rahoituslähde. Televisiossa esitettäviä elokuvia ei tarvitse tarkastuttaa. Osa tehdyistä lyhytelokuvista tarkastutetaan videoversiona.

Myös Thomas Stenderupin Pohjoismaiden dokumentti- ja lyhytelokuvatuotantoa käsittelevässä tutkimuksessaan esittämät elokuvatuotantoa kuvaavat luvut ovat suurempia kuin tarkastettujen elokuvien määrät (Undersogelse af film og TV distribution i Norden). Stenderup käytti lähteenä tukea jakavien säätiöiden tietoja. Tutkimuksen mukaan Suomessa tehtiin vuosina 1990 – 93 yhteensä 361 dokumenttia ja lyhytelokuvaa eli keskimäärin 90 vuodessa. Niitä tarkastettiin kyseisinä vuosina yhteensä vain 211 kappaletta. Vuotta kohden laskettuna ero on hieman alle 40 elokuvaa. Osa niistä on kuitenkin tämän tutkimuksen ryhmittelyn mukaan video-ohjelmia, sillä Stenderupin tutkimuksessa elokuviksi laskettiin myös videotekniikalla tehdyt ja levitetyt elokuvat. Kun tämä otetaan huomioon voidaan arvioida, että elokuvia tehtiin parikymmentä enemmän kuin niitä tarkastettiin. Dokumentti- ja lyhytelokuvatuotanto on siten parina viime vuotena Suomessa ollut suuruusluokaltaan 60 – 70 elokuvaa vuodessa.

Stenderupin tutkimuksen mukaan kaksi kolmasosaa suomalaisesta lyhyt- ja dokumenttituotannosta on dokumentteja (taulukko 3). Pitkien dokumenttien määrä on vaihdellut muutamasta vajaaseen kymmeneen vuodessa. Kaikista suurin ryhmä suomalaisessa elokuvatuotannossa ovat siten lyhyet dokumentit. Yksi syy tälle on Yleisradion elokuvienhankintapolitiikka. Yleisradio ei tee dokumentteja itse vaan ostaa ne ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä.

Lyhyitä fiktioita tehdään huomattavasti vähemmän kuin dokumentteja. Kun Stenderupin mukaan Suomessa tehtiin vuosina 1990 – 93 yhteensä noin 250 dokumenttia, niin lyhyitä fiktioita tehtiin samana aikana noin 80 kappaletta eli noin 20 vuodessa.

Lyhytelokuvien (dokumenttien ja fiktioiden) tuotanto on ilmeisesti laskenut jonkin verran tällä vuosikymmenellä. Vuonna 1989 tarkastettiin 59 kappaletta 16 mm tekniikalla tehtyjä lyhytelokuvia, mutta viime vuonna vain 13 kappaletta. 35 millimetrin tekniikalla tehtyjen lyhytelokuvien määrä on vaihdellut, mutta pysynyt kuitenkin samalla tasolla. Lyhytelokuvatuotannon supistuminen ei todennäköisesti ole niin suuri kuin tarkastettujen 16 mm lyhytelokuvien määrän. Mahdollisesti elokuvien tarkastamattajättäminen on yleistynyt tällä vuosikymmenellä. Lyhytelokuvatuotannon väheneminen ei ole johtunut siirtymisestä videotekniikkaan, sillä tarkastettujen julkiseen esitykseen tarkoitettujen video-ohjelmien määrä ei ole kasvanut. Ilmeisesti suurin syy on ollut lyhytelokuvatuotantoon osoitettujen tukimäärärahojen väheneminen.

Taulukko 3 Dokumentti- ja lyhytelokuvatuotanto Pohjoismaissa vuosina 1990 – 93 yhteensä

Table 3 Total documentary and short film production in the Nordic countries 1990 – 1993

Elokuvatyypit *Film types*	Suomi *Finland*	Tanska *Denmark*	Ruotsi *Sweden*	Norja *Norway*	Islanti *Iceland*
Dokumentit – *Documentries* ...	246	159	126	95	25
Fiktiot – *Feature*	81	44	120	116	14
Animaatiot – *Animation*	19	21	46	23	6
Kokeileva – *Experimental*	15	7	12	17	0
Yhteensä – *Total*	**361**	**231**	**304**	**251**	**45**

Lähde – *Source:*
Har kort- og dokumentarfilmen i Norden en fremtid? Nordiska Ministerråd. 1994.

Suomessa tehdään selvästi enemmän dokumentteja ja lyhytelokuvia kuin muissa Pohjoismaissa (taulukko 3). Vuosina 1990 – 93 Ruotsissa tehtiin noin 50 ja Norjassa sekä Tanskassa yli 100 elokuvaa vähemmän kuin Suomessa. Tosin tässä täytyy muistaa se, että oheinen tilasto ei kerro millaisia elokuvia on tehty. Juuri lyhytelokuvia on kovin monen kokoisia muutamasta minuutista tuntiin saakka.

Myös elokuvatuotannon rakenne on Suomessa jonkin verran erilainen kuin naapurimaissa. Ensinnäkin dokumenttien osuus tuotannosta on Suomessa suurempi. Norjassa lyhyet fiktiot on suurin ryhmä ja Ruotsissakin tehdään suurin piirtein yhtä paljon lyhyitä fiktioita kuin dokumentteja. Toinen selvä ero on se, että muissa Pohjoismaissa animaatioiden osuus elokuvatuotannosta on suurempi kuin Suomessa. Niissä tehdään, Islantia lukuunottamatta, enemmän animaatioita kuin Suomessa, vaikka koko lyhytelokuva- ja dokumenttituotanto on täällä suurempaa.

2.2 Televisio-ohjelmat

Suurin osa kotimaisista elokuvista, sekä pitkistä että lyhyistä, esitetään televisiossa. Elokuvia ei kuitenkaan ole tehty ainoastaan televisiota varten, vaan niitä esitetään myös elokuvateattereissa ja esimerkiksi festivaaleilla, minkä vuoksi niitä ei tässä pidetä televisio-ohjelmina. Ne ovat toki osa television ohjelmistoa. Samanlaisen erottelun tekivät myös useat tässä tutkimuksessa haastatellut henkilöt. Sekä elokuvien tekijät että ihmiset, jotka jakavat niille säätiöissä tukea, ja ihmiset, jotka televisioyhtiöissä os-

tavat elokuvia puhuivat niistä nimenomaan elokuvina. Varsinkin televisiossa työskentelevät tekivät selvän erottelun elokuvien, myös dokumenttien ja lyhyiden näytelmäelokuvien, ja televisio-ohjelmien välillä. He korostivat ostavansa nimenomaan elokuvia, jotka poikkeavat (yhtiöiden omista) televisio-ohjelmista. He saattoivat puhua elokuvista, jotka sopivat heidän kanavansa tai ohjelmalinjansa ohjelmistoon, mutta he puhuivat silti nimenomaan elokuvista.

Suomalaiset tuotantoyhtiöt tekevät myös varsinaisia televisio-ohjelmia, siis ohjelmia, joita esitetään vain televisiossa. Eniten varsinaisia televisio-ohjelmia ulkopuolisilta tuottajilta ostaa MTV, jossa ulkopuolisen tuotannon hankinnasta vastaa tytäryhtiö Kolmostelevisio. Kolmostelevisio perustettiin 1980-luvun lopulla omaksi kanavakseen Channel Fourin mallin mukaan, eli sillä ei ollut omaa ohjelmatuotantoa vaan se hankki kaiken kotimaisen ohjelmiston ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä. MTV:n tytäryhtiö Kolmostelevisiosta tuli 1989. Vuonna 1993 MTV osti noin 500 tuntia ohjelmia (Erikson 1994). MTV:n ulkopuolisilta tuottajilta ostamien ohjelmien bruttoarvoksi on esitetty 50 – 60 miljoonaa markkaa (Erikson 1994).

MTV ostaa lähes yksinomaan sarjoja. Yhtiössä katsotaan, että ihmisten on vaikeampi löytää televisiotarjonnasta yksittäisiä pisteohjelmia. Sarjoille saadaan siten suurempi yleisö ja yleisö, joka seuraa ohjelmaa säännöllisesti. Sarjoista koostuvaan ohjelmistoon on helpompi myydä mainoksia tai sarjoista koostuvan ohjelmiston yleisökontaktit eli yleisö on helpompi myydä mainostajille.

MTV ostaa ulkopuolisilta visailuja ja peliohjelmia (syyskaudella 1994 Onnenpyörä, Ringo, Kolmosvisa, Rikos ja rangaistus, Mega visa ja Speden Spelit). Samoin urheilulähetyksiä ja urheilun ajankohtaisohjelmia. Myös osa MTV:n esittämistä sarjoista on ulkopuolisten tuotantoyhtiöiden tekemiä (Blondi tuli taloon ja Hyvät herrat). Raskaamman tuotannon studioviihdeohjelmat MTV tekee itse, mutta kevyemmän tuotannon viihdeohjelmia ostetaan ulkopuolelta (mm. Tsat Tsat Tsaa ja Vintiöt). Lisäksi ulkopuolelta ostetaan keskusteluohjelmia (Hyvät, pahat ja rumat) sekä ajankohtaisohjelmia (Bon Appetit, Teijan keittiössä, Seuraava potilas ja Joka kodin asuntomarkkinat). MTV esittää usein myös kotimaiset elokuvat puolen tunnin jaksoihin pilkottuina sarjoina.

Yleisradio ostaa ulkopuolisten yhtiöiden tuotantoja suunnilleen yhtä monta tuntia kuin MTV, mutta Yleisradio ostaa enimmäkseen elokuvia. Kaapelitelevisioyhtiöt ovat kolmas varsinaisten televisio-ohjelmien ostaja. Kaapelitelevisioyhtiöillä on kotimaista ohjelmistoa toisaalta PTV-ohjelmistossa ja toisaalta paikallisten kanavien omana ohjelmistona. Kaapelitelevisioyhtiöiden on arvioitu ostavan noin 1000 tuntia vuodessa ohjelmia riippumattomilta tuottajilta (Erikson 1994). Tuotannon arvoksi on arvioitu 20 miljoonaa markkaa vuonna 1992.

2.3 Videotuotanto

Videotekniikan kehittyminen ja yleistyminen muutti audiovisuaalisessa joukkoviestinnässä kulutuksen lisäksi myös elokuvien ja ohjelmien tuotantoa. Elokuville videokasetista kehittyi uusi jakelutapa, jolla on tuotantoyhtiöille taloudellista merkitystä ainakin Yhdysvalloissa. Ilmeisesti videojakelun merkitys alkaa pikku hiljaa kasvaa myös Suomessa. Suomen näkökulmasta ehkä merkittävämpää oli se, että videotekniikka lisäsi liikkuvan kuvan käyttämistä esimerkiksi koulutuksessa, yritystoiminnassa ja tiedotuksessa. Videotekniikalla erilaisia ohjelmia oli helpompi ja edullisempi esittää kuin filmitekniikkaa käyttäen. Video mahdollisti audiovisuaalisten ohjelmien käytön tilanteissa, joissa elokuvien esittäminen on mahdotonta. Videotekniikalla myös kyseisten ohjelmien tekeminen oli edullisempaa kuin filmitekniikalla. Videotekniikan yleistyminen synnyttikin audiovisuaaliseen joukkoviestintään pitkälti uuden tuotantosektorin. Videotekniikan halventuminen 1980-luvulla laski huomattavasti ohjelmatuotantoyrityksen perustamiskynnystä. Videotekniikka synnytti myös kokonaan uusia ohjelmatyyppejä kuten musiikkivideot ja videotaiteen. Suomessa videopajatoiminnan myötä liikkuvien kuvien tekeminen harrastuksena läheni ammattimaista tekemistä.

Videotuotanto on heterogeeninen ryhmä, joka koostuu monenlaisista ohjelmista kuten erilaisista koulutus-, esittely-, tiedotus- ja markkinointiohjelmista. Lisäksi ryhmään kuuluvat myös harrastevideot, karaokevideot, videotaide ja musiikkivideot. Tämä heterogeenisuus on seurausta juuri siitä, että videotekniikka käyttönsä joustavuuden vuoksi on mahdollistanut uudenlaisten liikkuvan kuvan käyttötapojen synnyn. Yhteistä niille on se, että niitä esitetään videonauhurin ja televisiomonitorin/monitorien tai videotykin avulla ja se, että useimmiten nämä ohjelmat on myös kuvattu videotekniikalla. Kuten edellä on jo todettu on videotuotannon ja muun audiovisuaalisen tuotannon raja kuin veteen piirretty viiva: elokuvia ja osaa varsinaisista televisio-ohjelmista levitetään myös videokaseteilla ja toisaalta mainoksia, televisio-ohjelmia ja myös elokuvia kuvataan videotekniikalla.

Videotuotannon määrästä ei kaikilta osin ole saatavissa tietoja. Tilastoja on olemassa vain vuokra- ja myyntikasettilevitykseen sekä julkiseen esitykseen tarkoitetuista ohjelmista. Ne on elokuva- ja videolakien nojalla tarkastutettava valtion elokuvatarkastamossa tai ilmoitettava sinne. Elokuvatarkastamonkin tilastoissa on varsinaisen videotuotannon erottaminen elokuvista ja televisio-ohjelmista vaikeaa, mikä vaikuttaa videotuotannon määrän arviointia. Tilastoja ei ole olemassa esimerkiksi yritysten ja järjestöjen omaan sisäiseen käyttöön tarkoitettujen video-ohjelmien tuotannosta, joka on merkittävä osa videotuotantoa.

Video-ohjelmien julkinen esittäminen tarkoittaa niiden esittämistä julkisissa tiloissa yhden tai useamman monitorin tai videotykin avulla. Täl-

laiset video-ohjelmat tarkastetaan saman lain perusteella kuin elokuvateatterissa tai muualla julkisesti esitettäväksi tarkoitetut elokuvat. Parina viime vuotena elokuvatarkastamo on tarkastanut noin 50 tällaista kotimaista video-ohjelmaa (taulukko 4). Yhden suurimmista ryhmistä muodostavat ravintoloissa esitettävät karaoke-ohjelmat. Toinen ryhmä on messuilla ja muissa näyttelyissä, kuten Tiedekeskus Heurekassa, esitettävät ohjelmat. Osa videoista on lyhytelokuvia, joista on tehty myös filmikopio, mutta tarkastettavaksi on lähetetty video.

Taulukko 4 Tarkastetut julkiseen esitykseen tarkoitetut kotimaiset video-ohjelmat 1984 – 93
Table 4 Finnish video programmes approved for public screening 1984 – 1993

Vuosi *Year*	Video-ohjelmia, kpl *No. of videos*
1984	57
1985	95
1986	149
1987	203
1988	62
1989	77
1990	84
1991	54
1992	59
1993	52

Lähde: Elokuvatilastot 1993
Source: Film Statistics 1993

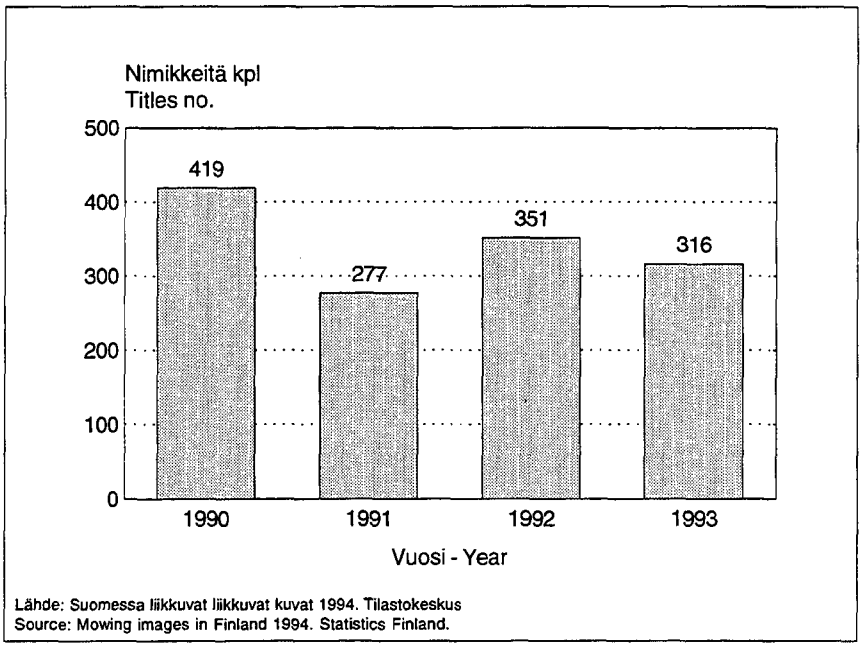
Kasettilevitykseen tarkoitettujen video-ohjelmien tuotanto on laajempaa kuin julkiseen levitykseen tarkoitettujen; ainakin niitä tarkastetaan enemmän. Vuonna 1993 elokuvatarkastamo tarkasti tai sinne ilmoitettiin hieman yli 300 kotimaista video-ohjelmaa, jotka oli tarkoitettu myytäväksi tai vuokrattavaksi videokasetteina (kuvio 5). Niiden sisällöstä ei ole tarkkoja tilastotietoja, mutta jonkinlainen kuva saadaan kuitenkin ohjelmien ja tarkastuttajien nimien perusteella. Odotetusti hyvin suuri osa, noin kolmannes tarkastetuista videoista, on varsinaisesti elokuvia tai televisio-ohjelmia. Pitkiä näytelmäelokuvia oli noin yksi viidesosa. Suurin osa niistä oli vanhoja elokuvia, jotka nyt tulivat myös videojakeluun. Lähes yhtä suuri ryhmä on erilaiset dokumentaariset ohjelmat, jotka ovat todennäköisesti enimmäkseen dokumenttielokuvia ja televisio-ohjelmia.

Vain noin kaksi kolmasosaa vuonna 1993 tarkastetuista kasettilevitykseen tarkoitetuista videoista on siten varsinaista videotuotantoa tässä käytetyssä merkityksessä. Suurimman ryhmän näistä videoista muodostivat erilaiset harrastusohjelmat. Niiden aihepiirejä olivat urheilu ja liikunta,

metsästys ja kalastus, moottoriurheilu, kotieläimet sekä käsityöt. Muita ohjelmatyyppejä olivat uskonnolliset ohjelmat, musiikkiohjelmat, kuurojen tiedotus- ja muut ohjelmat sekä karaokekasetit.

Kuvio 5 Tarkastetut ja tarkastamoon ilmoitetut kasettilevitykseen tarkoitetut kotimaiset video-ohjelmat 1990 – 93

Figure 5 Videos for cassette distribution inspected by State Office of Film Censorship of reported to it, 1990 – 1993



Lähde: Suomessa liikkuvat liikkuvat kuvat 1994. Tilastokeskus
Source: Mowing images in Finland 1994. Statistics Finland.

2.4 Televisiomainokset

Mainosrahoitteinen televisiotoiminta aloitettiin Suomessa kansainvälisestikin poikkeuksellisen varhain, jo 1950-luvulla, minkä seurauksena televisiomainostuotanto on ollut jo pitkään osa audiovisuaalista tuotantoa. Jo ennen televisiota, niin Suomessa kuin muuallakin, tehtiin mainoksia elokuvateattereissa esitettäväksi, mutta televisiomainonta moninkertaisti mainosten kysynnän. Televisiomainostuotanto kasvoi pikkuhiljaa ja 1980-luvun alussa MTV esitti vuodessa jo lähes 2 000 uutta mainosta. Alueellisen mainonnan aloittaminen 1980-luvun lopulla lisäsi huomattavasti televisiomainosten kysyntää mainostajien parissa. Mainostuotannon määrä kaksinkertaistui tämän vuosikymmenen alkuun mennessä. Vuonna 1993

Mainostelevisio esittikin jo noin 4700 uutta mainosta. Luvussa saman mainoksen alueelliset toisistaan vain hieman poikkeavat versiot on laskettu yhdeksi mainokseksi (taulukko 5). Mikäli tällaiset versiot lasketaan eri mainoksiksi esitti MTV yhteensä lähes seitsemän tuhatta mainosta. Kaapelikanavilla esitettyjen mainoksien määrästä ei ole tietoa, mutta todennäköisesti suurinta osaa niistä esitetään myös MTV:n kanavalla, minkä vuoksi ne sisältyvät oheisen taulukon lukuihin.

Taulukko 5 Uudet televisiomainokset ja tarkastetut elokuvateattereissa esitettävät mainokset 1984 – 93
Table 5 New television advertisements and advertisements approved for cinema screening 1984 – 1993

Vuosi *Year*	Televisiomainokset *TV advertisements*		Elokuvateatterissa esitettävät mainokset *Cinema advertisements*
	MTV *MTV Finland*	Kolmostelevisio *Channel Three*	
1984	1817	–	89
1985	1832	–	60
1986	1788	–	48
1987	2086	110	61
1988	1545	1 157	62
1989	1621	2 115	51
1990	1622	2 346	67
1991	1666	3 043	34
1992		3868	24
1993	4699	–	28

Lähde: Elokuvatilastot 1993 • Joukkoviestintätilasto 1993 • Mainoselokuvatuottajien liitto ry
Source: Film Statistics 1993 • Finnish Mass Media • Association of Advertisement Producers

Myös televisiomainoksia on hyvin monenlaisia sen suhteen kuinka paljon resursseja niiden tekemiseen on käytetty. Pienimmät mainokset ovat muutaman sekunnin mittaisia väläyksiä still kuvasta, joka saattaa sisältää pelkästään tekstiä. Tällaisia mainoksia, tai pikemmin televisioilmoituksia, voidaan tehdä vaatimattomalla videotekniikalla ja pienellä budjetilla. Alueellisen mainonnan aloittaminen lisäsi nimenomaan pienten, halpojen mainosten tuotantoa. Suurimmat mainokset taas ovat useita kymmeniä sekunteja kestäviä pieniä elokuvia, joiden tekemisessä on käytetty suurta tuotantoryhmää ja ammattinäyttelijöitä. Tällaisten mainosten tekeminen vaatii huomattavasti suuremman tuotantoyhtiön.

Ulkomaista alkuperää mainoksista on noin kymmenen prosenttia. Myös ulkomaiset mainokset työllistävät kotimaisia mainostuotantoyhtiöitä, sillä niihin tehdään useimmiten suomalaiset tekstit ja äänet.

3 Tuotantoyritysten määrä ja rakenne

3.1 Elokuvatuotantoyhtiöt

Elokuva- ja ohjelmatuotantoyritysten määrästä ei ole tarkkaa tietoa. Varsinkin tiettynä ajankohtana toimivien yritysten määrän selvittäminen on hankalaa. Kaiken kaikkiaan alalla yrityksiä on enemmän kuin toimivia yrityksiä. Tämä johtuu ensinnäkin siitä, että yritysten vaihtuvuus on melko suuri, varsinkin elokuva- ja videotuotannossa. Toisaalta alalla toimii paljon yrityksiä, joille esimerkiksi mainosten tai video-ohjelmien tekeminen on vain osa niiden toiminnasta. Varsinaisesti ne toimivat jollain muulla alalla. Lisäksi ainakin elokuva-alalla tuotantoyrityksillä saattaa olla välivuosia, joiden aikana ne eivät tee elokuvia. Erään arvion mukaan Suomessa on audiovisuaalisessa tuotannossa toimivia yrityksiä yhteensä 400 – 500 kappaletta (Erikson 1994). Seuraavassa yritysten määrää selvitetään useiden erilaisten lähteiden avulla.

Elokuvia tekeviä yrityksiä Suomessa on tällä hetkellä noin 150 kappaletta. Kyse on siis toimivista elokuvatuotantoyrityksistä. Ne olivat vuosina 1992 – 93 saaneet valmiiksi vähintään yhden elokuvan tai niillä oli vähintään yksi elokuva tuotannossa tai menossa tuotantoon. Useilta yrityksiltä oli valmistunut ja/tai tekeillä useita elokuvia. Kaikki elokuvatyypit on laskettu mukaan; pitkät ja lyhyet, näytelmäelokuvat, dokumentit ja animaatiot. Lisäksi alalla on jonkun verran tuotantoyrityksiä, jotka eivät tällä hetkellä tee elokuvia eikä niillä ei ole myöskään muuta toimintaa, mutta niitä ei ole kuitenkaan lakkautettu. Elokuvatuotantoalalla toimii myös jonkin verran yrityksiä, jotka myyvät elokuvantekemiseen liittyviä palveluita, mutta eivät itse tuota elokuvia.

Elokuvan valmiiksi saaneiden yritysten määrä perustuu ensi-iltaan tulleiden elokuvien listoihin ja elokuvatarkastamon tarkastustietoihin. Yritykselle taas katsottiin olevan elokuva tuotannossa, mikäli se oli saanut ko. vuosina tuotantotukea AVEK:lta tai elokuvasäätiöltä. Yritykset laskettiin yhden vuoden sijasta kahden vuoden ajalta, koska elokuvan, varsinkin pitkän elokuvan, tekeminen on hyvin pitkä prosessi. Tukipäätös yrityksen elokuvasta saatetaan tehdä vuoden lopulla, elokuva tehdään seuraavan vuoden aikana ja se tarkastetaan ja tulee ensi-iltaan kolmannen vuoden alussa. Jos yritykset olisi laskettu vain yhden vuoden ajalta tällainen yritys ei olisi tullut lukuihin mukaan, vaikka se olisi koko vuoden tehnyt elokuvaa. Laskemalla yritykset kahden vuoden ajalta saatiin mukaan myös pienet yritykset, jotka tekevät elokuvia harvakseltaan, mutta kuitenkin säännöllisesti.

Aivan tarkkaan tässä käytetty laskentatapa ei kuvaa yritysten määrää, mikä johtuu ainakin seuraavista syistä. On mahdollista, että yritys on saanut tuotantotukea elokuvalle, mutta elokuvan tekemistä ei kuitenkaan ole aloitettu. Tällaisia tapauksia on kuitenkin niin vähän, ettei se muuta oleellisesti yritysten määrää. Lisäksi muutama yritys todennäköisesti on laskettu kahteen kertaan sen vuoksi, että ne ovat esiintyneet eri lähteissä niin erilaisilla nimillä, ettei niitä ole tunnistettu yhdeksi yritykseksi. Kyseisinä vuosina myös muutamalla sellaisella yrityksellä saattoi oli elokuva tekeillä, jotka eivät olleet saaneet tuotantotukea. Tällaiset yritykset eivät kuitenkaan lisää yritysten kokonaismäärää kuin muutamalla, sillä lähes kaikki elokuvat tehdään AVEK:n tai elokuvasäätiön tuotantotuella. Käytetyissä lähteissä esiintyi myös joukko yksityishenkilöitä, joita ei laskettu yrityksiksi. Osalla heistä kuitenkin todennäköisesti on yritys, usein toiminimi. Näistä mahdollisuuksista huolimatta suurin osa toimivista elokuvatuotantoyrityksistä on tullut mukaan.

Pitkiä näytelmäelokuvia elokuvatuotantoyrityksistä teki vuosina 1992 – 93 noin viidennes eli 28 kappaletta. Osa niistä oli pitkässä elokuvassa mukana vain osatuottajana. Valtaosa elokuvatuotantoyrityksistä tekee pelkästään dokumentteja tai lyhyitä näytelmäelokuvia. Kyseisinä vuosina tällaisia yrityksiä oli 120 kappaletta, joista tosin muutama on todennäköisesti aiemmin tehnyt tai tulee myöhemmin tekemään pitkän näytelmäelokuvan. Kolmetoista yritystä oli tehnyt sekä pitkiä että dokumentteja ja lyhyitä näytelmäelokuvia.

Yhtenä suomalaisen elokuva-alan keskeisenä ongelmana on pidetty tuotannon jatkuvuuden puutetta. Liian suuri osa tuotantoyrityksistä ei tee elokuvia säännöllisesti ja jatkuvasti. Useilla yrityksillä tehtyjen elokuvien välillä saattaa kulua muutama vuosi ilman toimintaa. Osa tuotantoyrityksistä taas perustetaan vain yhden elokuvan tekemistä varten tai vaikka ne olisikin tarkoitettu pidempi-ikäisiksi, ne eivät käytännössä pääse tekemään kuin yhden elokuvan, minkä jälkeen ne syystä tai toisesta lopetetaan. Kritiikin mukaan tuotannon epäsäännöllisyyden seurauksena yrityksien ammattitaito ja osaaminen ei kumuloidu. Myöskin elokuvan tuottamisessa tarvittavat kontaktit ja käytännöt joudutaan luomaan aina uudestaan.

Tuotannon epäsäännöllisyys mitä ilmeisemmin on suomalaisen elokuvatuotannon ongelma. Vuosina 1983 – 92 Suomessa teki pitkiä näytelmäelokuvia ja dokumentteja 69 yritystä (Joukkoviestintätilasto 1993). Näistä vain yhdeksän teki kyseisinä kymmenenä vuotena yhteensä enemmän kuin viisi elokuvaa ja vain neljä teki enemmän kuin kymmenen elokuvaa. Tilastossa tuotantoyrityksen yhdessä toisen yrityksen kanssa tekemä elokuva on laskettu kummallekin puolikkaaksi elokuvaksi. Suurimmalla osalla pitkiä elokuvia tehneistä yrityksistä tuotanto ei siten ollut jatkuvaa. Toisin päin asian voi ilmaista siten, että suuri osa suomalaisista pitkistä näytelmäelokuvista on sellaisten yritysten tekemää, joilla tuotanto on epäsäännöllistä.

Jatkuvuuden puute ei suomalaisessa elokuvatuotannossa ole kuitenkaan niin suuri kuin tilastojen valossa saattaa aluksi näyttää. Ensinnäkin mikäli edellä mainituista 69 pitkän elokuvan vuosina 1983 – 92 tehneestä yrityksestä poistettaisiin ne, jotka ovat tehneet elokuvan tai elokuvia vain osatuottajana yhdessä jonkin kokeneemman yrityksen kanssa, pienenisi epäsäännöllisten tuottajien osuus elokuvatuottajista ja elokuvista jonkin verran. Toiseksi mikäli otetaan huomioon kaiken tyyppiset elokuvat, on elokuvatuotanto jatkuvampaa. Kuten edellä todettiin puolella 28:sta vuosina 1992 – 93 pitkiä näytelmäelokuvia tehneistä yrityksistä oli samana aikana tekeillä dokumentti tai lyhytelokuva tai ne olivat sellaisen saaneet valmiiksi.

Epäsäännöllinen tuotanto varmasti on este esimerkiksi osaamisen ja kontaktien synnylle. On kuitenkin muistettava se, että elokuvatuotannossa työskentelevät ihmiset ovat suurimmaksi osaksi free lancereita eli elokuvan tuotantoryhmä kootaan erikseen elokuvan tekemisen ajaksi. Tämä tarkoittaa sitä, että vaikka tuotantoyritys olisi vasta perustettu tai monen vuoden jälkeen uudelleen henkiin herätetty, elokuvaa tekevät ihmiset saattavat olla kokeneita ja elokuvia säännöllisesti tekeviä. Osaaminen ja kontaktit eivät kumuloidukkaan yrityksiin sinänsä vaan yrityksissä työskenteleviin ihmisiin, jotka elokuvia tekevät ja joiden mukana osaaminen ja kontaktit kulkevat enemmän tai vähemmän säännöllisesti elokuvia tekevästä yrityksestä toiseen. Yritysten tuotannon epäjatkuvuus aiheuttaa tosin myös sellaisia yrityksen talouteen ja varoihin liittyviä piirteitä, joita ammattitaitoistenkaan ihmisten liikkuminen yrityksestä toiseen ei poista (Erikson 1994).

Osittain tuotannon epäjatkuvuuteen viitaten on esitetty, että Suomessa on liikaa elokuvatuotantoyrityksiä, ennen kaikkea liikaa pieniä tuotantoyrityksiä. Yhtenä syynä tähän on pidetty elokuvan tukijärjestelmää, joka tuotantotukea jakaessaan tarkastelee elokuvia projekteina. Tukipäätös tehdään ehdotettujen projektien ansioiden tai ominaisuuksien mukaan. Tällä tavoin mahdollisuudet elokuvien tekemiseen hajaantuvat niin monelle yritykselle, että säännölliseen ja jatkuvaan tuotantoon pystyy liian harva yritys. Yrityksillä, joilla on riittävän laajaa ja säännöllistä tuotantoa, on katsottu olevan paremmat edellytykset esimerkiksi markkinoinnin hoitamiseen tai kansainvälisiin yhteistuotantoihin osallistumiseen.

Tukijärjestelmien uudistamista käsiteltäessä on todettu, että sitä tulisi muuttaa sellaiseen suuntaan, että se ei edesauttaisi tuotannon hajautumista. Tukipolitiikalla yritysrakennetta tulisi vahvistaa nimenomaan siten, että alalle saataisiin riittävän suuria yrityksiä. Myös eurooppalaisessa elokuvapoliittisessa keskustelussa on pidetty erittäin tärkeänä suurten kilpailukykyisten yritysten muodostumista (Rapport de la Cellule de Réflexion sur la Politique Audiovisuelle dans l'Union Européenne). Suomessa on esitetty, että tukivaroja ja elokuvahankkeita pitäisi pyrkiä ohjaamaan olemassaoleviin, mieluummin isompiin ja vanhempiin, yrityksiin. Tämän tutkimuksen haastattelujen mukaan varsinkin uusien ohjaajien elokuvahank-

keita pyritään tällä tavoin ohjaamaan suurempiin yrityksiin sen sijaan, että ohjaaja tuottaisi elokuvan itse omassa yrityksessään. Tässä tutkimuksessa tuli kuitenkin hyvin selvästi esille myös se, että tälle haastateltujen mielestä sinänsä hyvälle pyrkimykselle on lähes mahdotonta löytää käytännön toteutustapaa. Mitkä yritykset valitaan niiden joukkoon, jotka saavat tehdä elokuvia. Entä miten tällaiseen yritystoiminnan tukeen liitetään elokuvien sisältöön perustuva harkinta.

Tuotantorakenteen vahvistaminen edellä mainitussa mielessä on varmasti tarpeellista. Pitkälle elokuvalleen rahoituksen saaneet pienet yritykset nykyään jossain määrin jo ryhtyvätkin yhteistyöhön vanhempien yritysten kanssa siten, että vanhempi yritys on elokuvan päätuottaja. Lisäksi monet nuoret elokuvaohjaajat hakeutuvat elokuviensa kanssa vanhempiin tuotantoyhtiöihin.

Tuotantoyhtiöiden suuri lukumäärä ja pienten yhtiöiden suuri lukumäärä ei kuitenkaan ole pelkästään ongelma. Se on myös tarpeellista ja hyväksi elokuvatuotannolle. Yritysten suuri määrä on selvästi hyvin tyypillistä suomalaiselle, ja pitkälti myös eurooppalaiselle, elokuva-alalle. Yritysten määrälle on olemassa varmasti syitä, jotka ovat keskeisiä elokuvien tekemiselle. Niitä pohtimalla saadaan parempi käsitys siitä, kuinka paljon tällaista keskeistä alan piirrettä on järkevää alkaa muuttamaan. Se lienee selvää, että liian voimakas yritysten määrän rajoittaminen ja elokuvien, tekijöiden ja rahojen ohjaaminen olemassaoleviin vanhempiin yrityksiin helposti synnyttää yhtä paljon uusia ongelmia kuin se ratkaisee vanhoja.

Osa ohjaajista ei halua antaa elokuvaansa olemassaolevan vanhan yrityksen tuotettavaksi, vaikka siitä olisi selvästi myös hyötyä, siksi, että osa näistä yrityksistä on melko huonossa taloudellisessa tilassa. Vanhemmissa alan yrityksissä on useimmiten enemmän tuotannollista kokemusta kuin pienissä ja uusissa yrityksissä, mutta ne välttämättä eivät ole kaikissa muissa suhteissa parempia elokuvan tuottamiseen. Tämä kävi ilmi sekä tämän tutkimuksen haastatteluissa että tekeillä olevassa nuoria elokuvaohjaajia koskevassa tutkimuksessa (Kohvakka 1995). Ohjaajat pelkäävät, että tällaisessa yhtiössä osa rahoista, jotka he ovat usein pitkän ja työlään hakuprosessin jälkeen saaneet elokuvalleen, käytetään muuhun kuin heidän elokuviensa tekemiseen. Haastatellut olivat sitä mieltä, että tällaista myöskin tapahtuu, mutta pitivät asian todistamista kuitenkin mahdottomana. Usein on kyse myös tuottajan ja ohjaajan välisestä vaikeasti ratkaistavasta mielipide-erosta sen suhteen, kuinka paljon elokuvan tuotantobudjetista pitää maksaa tuotantoyrityksen yleiskuluja. Ohjaajat pyrkivät minimoimaan tällaiset riskit ja tekijät, jotka heikentävät elokuvan tekemisen edellytyksiä.

Nuoret elokuvaohjaajat pitivät myös yleisenä sitä, että vanhemmissa elokuvayhtiöissä heidän elokuviensa eteen ei muutenkaan tehdä yhtä paljon työtä kuin yhtiön omistajien omien elokuvien eteen, esimerkiksi rahoituksen hankkimisessa, tuotannon valmistelussa tai valmiin elokuvan markkinoinnissa (Kohvakka 1995). Osa nuorista ohjaajista koki tekevänsä

liian erilaisia elokuvia verrattuna siihen, mitä vanhemmat tuotantoyhtiöt tekivät. Tämä aiheutti heidän mukaansa ensinnäkin kommunikaatio-ongelmia: ohjaajan oli ollut vaikea saada tuottaja ymmärtämään minkälaista elokuvaa hän pyrkii tekemään. Toisaalta usein ohjaaja ja tuottaja olivat halunneet viedä elokuvaa liian erilaisiin suuntiin. Tällaiset vaikeudet saattavat nousta erilaisesta elokuvallisesta näkemyksestä, elämänkokemuksesta, sukupuolesta ja ikäerosta.

Edellä mainitun kaltaiset seikat eivät varmasti koske ainoastaan alalle tulevia nuoria ohjaajia vaan myös vanhempia. Tämän vuoksi onkin tärkeää, että myös pienien ja uusien tuotantoyritysten on mahdollista tehdä elokuvia. Tuotannon jatkuvuutta on pyrittävä lisäämään ja luomaan edellytyksiä suurempien tuotantoyritysten syntymiselle, mutta samaan aikaan on parannettava uusien ja pienten yritysten mahdollisuuksia toimia siten, että uutuus ja pienuus ei olisi sellainen ongelma kuin se on nykyisin. Mikäli elokuvapolitiikalla liian voimakkaasti pyritään ohjaamaan tuotanto suurempiin yrityksiin, vaikeutetaan elokuvan sisällöllistä uudistumista.

3.2 *MTV:lle televisio-ohjelmia tekevät yritykset*

MTV / Kolmostelevisiolle varsinaisia televisio-ohjelmia tekeviä yrityksiä on hieman yli 20. Niistäkin puolelta MTV ostaa ohjelmia melko vähän, esimerkiksi vain yhtä pientä sarjaa. Ensimmäisinä toimintavuosinaan 1980-luvun lopussa Kolmostelevisio osti ohjelmia useammalta yhtiöltä. Yhtiö kokeili tietoisesti useita ohjelmantekijöitä. Tarkoituksena oli edesauttaa ohjelmatuotantoyritysten kentän kehittymistä (Lassila 1989). Nyt osasta näitä yrityksiä ja muutamista uusista on kehittynyt vakituisia yhteistyökumppaneita. Kolmostelevisio käytti alkuaikoinaan useampia yrityksiä myös siksi, että se osti tuolloin lyhyempiä saroja ja jonkin verran myös pisteohjelmia, minkä vuoksi ohjelmakaavioon mahtui useampien yritysten ohjelmia. Nykyisin uusien yritysten on melko vaikea saada myytyä ohjelmia Kolmostelevisiolle, koska kaavioon ei mahdu lisää sarjoja. Lisäksi Kolmostelevisiossa tunnutaan olevan tyytyväisiä nykyisten tekijöiden ohjelmiin. Uusille tekijöille on vaikea löytää tilaa, vaikka heidän esillepääsyään pidetäänkin periaatteessa tärkeänä.

MTV:lle televisiosarjaa tekevien yritysten toiminta poikkeaa huomattavasti elokuvatuotantoyhtiöiden toiminnasta. Niiden toiminnassa rahoituksen järjestäminen ei ole yhtä jatkuvaa kuin elokuvatuotantoyrityksien toiminnassa, jotka joutuvat hankkimaan joka tuotannolle erikseen rahoituksen. Yritys, jonka sarja on vakiinnuttanut paikkansa MTV:n ohjelmistossa voi keskittyä tekemään sarjaansa ainakin yhdeksi ohjelmakaudeksi kerrallaan. Useat ulkopuolisten tuotantoyhtiöiden sarjat ovat olleet MTV:n ohjelmistossa useita vuosia. Uuden sarjan aloittaminen ja saami-

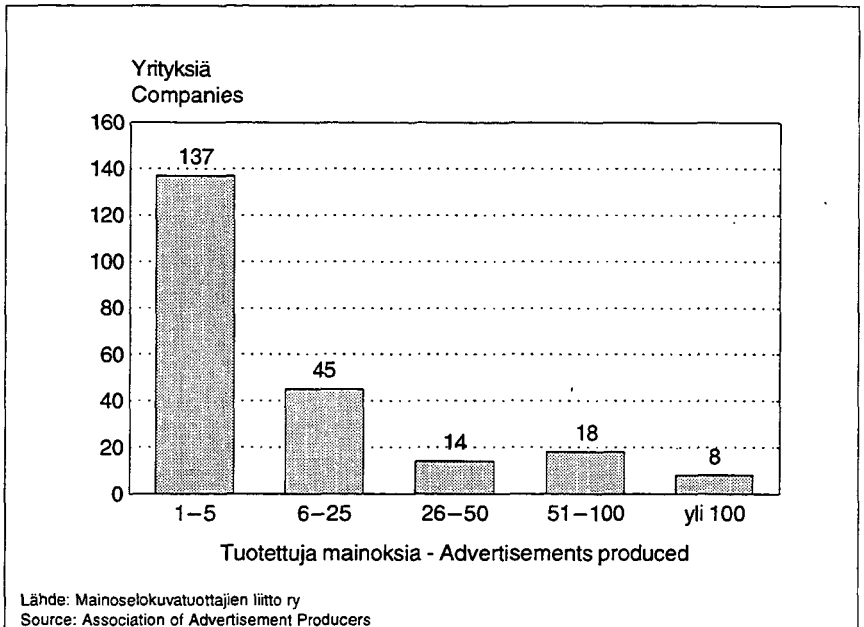
nen kanavan ohjelmistoon muistuttaa sitä vastoin elokuvatuotantoyhtiöiden rahoituksen hankkimisprosessia. Televisio-ohjelmatuottajien ja MTV:n neuvotteluissa on paljon samoja piirteitä kuin elokuvatuottajien ja tuen jakajien tai Yleisradion välisissä palavereissä (elokuvien rahoituksesta katso sivut 42–43).

3.3 Televisiomainosyhtiöt

Varsinaisia televisiomainostuotantoyrityksiä Suomessa on alle sata. Televisiomainoksia tekeviä yrityksiä on kuitenkin yhteensä yli kaksinkertainen määrä. Vuonna 1993 yhteensä 222 yritystä teki vähintään yhden MTV:ssä esitetyn uuden mainoksen (kuvio 6). Näistä kuitenkin 137 yritystä teki alle kuusi mainosta. Näin vähäinen tuotanto ei vielä riitä yrityksen pystyssä pitämiseen, olivatpa mainokset kuinka suuria tahansa. Todennäköisesti vain muutaman mainoksen tekevällä yrityksellä ei ole resursseja suurten ja suuritöisten mainosten tekemiseen. Kyseiset yritykset tekevätkin varsinaisesti jotain muuta, ja siinä sivussa muutaman mainoksen. Kaapelitelevisiokanavilla esitettäviä mainoksia tekevät yritykset ovat todennäköisesti suurimmaksi osaksi mukana oheisessa luvussa.

Kuvio 6 MTV:ssä esitetyn mainoksen tehneet yritykset niiden tekemien mainoksien määrän mukaan 1993

Figure 6 Companies making advertisements shown by MTV Finland according to the number of advertisements made, 1993



Lähde: Mainoselokuvatuottajien liitto ry
Source: Association of Advertisement Producers

Televisiomainoksia tehneiden yritysten määrä on viime vuosina kasvanut. Vuonna 1992 mainoksia teki 189 yritystä. Eniten ovat lisääntyneet muutaman mainoksen vuodessa tekevät yritykset. Ilmeisesti taloudellisen laman myötä yhä useampi yritys, joka käyttää videotuotantokalustoa varsinaiseen toimintaansa, on hankkinut lisätuloja tekemällä mainoksia. Toisaalta halpojen televisiomainosten mainosten kysyntä mainostajien keskuudessa on saattanut kasvaa laman seurauksena. Lisäksi alueellisen televisiomainonnan aloittaminen viime vuosikymmenen lopulla kasvatti juuri pienten ja halpojen mainosten kysyntää. Alueellinen mainosaika televisiossa ei ollut yhtä kallista kuin valtakunnallinen, jolloin myös pienemmillä yrityksillä oli varaa mainostaa televisiossa. Tällaisten yritysten mainosbudjetti ei kuitenkaan sallinut kalliiden mainosten tekemistä. Samoihin aikoihin hintojen laskun seurauksena videotuotantokalusto yleistyi, minkä seurauksena myös suurten kaupunkien ulkopuolella oli yrityksiä, jotka saattoivat vastata uuteen kysyntään.

3.4 Videotuottajat

Videotuotantoyritysten määrän arvioiminen on vaikeampaa kuin muussa audiovisuaalisessa tuotannossa toimivien. Syyt ovat samat kuin videotuotannon määrän tilastoinnissa. Ei ole olemassa yhtä lähdettä, johon käyttökelpoisia tietoja kertyisi. Ei ole olemassa yhtä tarkastajaa tai asiakasta tai tuen jakajaa, jonka kautta kaikki videotuotanto kulkisi ja jonka kanssa kaikki yritykset olisivat tekemisissä.

Jonkinlaisen kuvan videotuotantoyritysten määrästä saa Visio -lehden julkaisemista tiedoista. Lehti keräsi kyselyllä tietoja audiovisuaalisen ohjelmatuotannon yrityksistä syksyllä 1994 (Rinta 1994). Yhteensä hieman alle sata tuotantoyritystä vastasi kyselyyn. Lehden mukaan nämä yritykset edustavat alan keskeisintä tarjontaa. Kyseisistä yrityksistä 60 ilmoitti erikoisalakseen videotuotannon yleensä tai esimerkiksi yritys-, koulutus-, esittely- tai musiikkivideoiden tekemisen. Todennäköisesti Suomessa videotuotantoyrityksiä, varsinkin pieniä, on jonkin verran enemmän. Pelkästään video-ohjelmia tekeviä yrityksiä ei ole kovin paljoa. Useimmilla video-ohjelmia tekevillä yrityksillä on myös muuta toimintaa.

Edellä esitetty arvio, että audiovisuaalisella alalla toimii yhteensä 400 – 500 tuotantoyhtiötä, näyttää pitävän melko hyvin paikkansa. Kun edellämainituista lähteistä kerätyt listat yhdistetään ja niistä poistetaan päällekkäisyydet saadaan yritysten kokonaismääräksi 430. Kun otetaan huomioon käytetyistä lähteistä puuttuvien yritysten todennäköinen määrä, voidaan sanoa Suomessa olevan yhteensä noin 500 audiovisuaalisessa tuotannossa toimivaa yritystä.

3.5 *Elokuva-, ohjelma- ja mainostuotannon yhdistäminen*

Erilaisen audiovisuaalisen tuotannon yhdistäminen ei kaiken kaikkiaan ole kovin yleistä.

Yleisintä näyttää olevan, että sama yritys tekee sekä video-ohjelmia, että televisiomainoksia. Kaksi kolmasosaa Visio-lehden luetteloimista videotuotantoon erikoistuneista yrityksistä teki myös mainoksia. Video-ohjelmia tekevien yritysten osuus mainoksia tehneistä yrityksistä ei sen sijaan ole korkea, mikä johtuu siitä, että mainoksia tekeviä yrityksiä on niin paljon. Varsinaisista mainostuottajista, siis paljon mainoksia tekevistä yrityksistä, jo huomattavasti suurempi osuus tekee myös video-ohjelmia. Myös suurimmilla, eniten mainoksia tekevillä yrityksillä on videotuotantoa.

Video-ohjelma- ja mainostuotannon yhdistäminen on ilmeisesti helppoa. Ensinnäkin video-ohjelmia ja mainoksia tehdään samalla tuotantotekniikalla. Osa asiakkaistakin saattaa olla samoja. Tosin mainoselokuvatuotannossa varsinaisena asiakkaana on useimmiten mainostoimisto eikä mainostaja, vaikka tuotantoyhtiö on yhteydessä suoraan myös mainostajan kanssa. Videotuotannossa taas varsinaisena asiakkaana on useimmiten ohjelman tilannut yritys, laitos tai vastaava.

Televisio-ohjelmien tekemistä on ilmeisesti vaikea yhdistää kovin laajaan mainos- tai muuhun tuotantoon. Noin puolet MTV:lle ohjelmia tekevistä yrityksistä teki myös mainoksia, mutta ne tekivät kuitenkin muutamaa poikkeusta lukuunottamatta vain pari mainosta vuodessa. Tämä johtuu pitkälti siitä, että MTV:n ostamat ohjelmat ovat lähes kokonaan sarjoja ja sarjan tekeminen työllistää yrityksen tuotantohenkilöstön siten, että sen on vaikea irrottautua tekemään mainoksia tai jotain muuta välillä. Mainostoimistot taas käyttävät mieluummin sellaisia tuotantoyrityksiä, jotka ovat jatkuvasti käytettävissä. Kesällä televisio-ohjelmia tekevillä yhtiöillä on paremmat mahdollisuudet tehdä myös muuta, sillä silloin useimmilla kotimaisilla sarjoilla on tauko televisiossa. Muutamat televisio-ohjelmayritykset tekevätkin elokuvia, ja kaiketi pääosin juuri kesällä.

Myöskään elokuvan tekemisen yhdistäminen johonkin muuhun audiovisuaaliseen tuotantoon ei ole kovin yleistä. Pitkän näytelmäelokuvan tuotantoyrityksistä vain muutama tekee mainittavassa määrin muuta kuin elokuvia. Tosin nämä muutamat sitten tekevät sitäkin enemmän. Pitkän näytelmäelokuvan kuvausjaksot ovat yritykselle hyvin intensiivisiä jaksoja. Kuvaukset saattavat kestää useita viikkoja ja niiden aikana tehdään pitkiä työpäiviä. Usein elokuva kuvataan kaukana yrityksen kotikaupungista. Jatkuvaa ja säännöllistä mainos-, video-tai televisio-ohjelmatuotantoa tekevien yritysten ei ole kovin helppoa irrottautua kokonaan muusta

toiminnastaan ja lähteä esimerkiksi kuuden viikon kuvausmatkalle satojen kilometrien päähän.

Pitkän fiktioelokuvan tuotantoyrityksistä noin puolet tekee myös lyhytelokuvia ja dokumentteja, mikä on hyvin ymmärrettävää: onhan kyse kahdesta melko samanlaisesta tuotannosta. Pitkien elokuvien tekeminen ei vie yrityksen kaikkea aikaa, joten väliaikoina on mahdollista tehdä muunlaisia elokuvia. Pitkiä elokuvia tekevällä yrityksellä on jo niin paljon näyttöjä, että sen on helpompi saada rahoitusta myös dokumenteille ja lyhytelokuville.

Dokumenttien ja lyhytelokuvien tekeminen on helpompi yhdistää muuhun audiovisuaaliseen tuotantoon kuin pitkien näytelmäelokuvien tekeminen. Lyhyiden näytelmäelokuvien ja dokumenttien tekeminen ei edellytä yhtä pitkää irrottautumista muusta toiminnasta kuin pitkien fiktioiden tekeminen. MTV:lle televisio-ohjelmia tekevistä noin 20 yrityksestä kuusi tekikin myös lyhytelokuvia. Toisaalta vain noin kymmenesosa elokuvatuotantoyrityksistä tekee myös mainoksia ja nekin lähes kaikki vain muutaman mainoksen vuodessa. Kyseessä on todennäköisesti mainos omasta elokuvateatteriensi-iltaan tulevasta elokuvasta tai elokuvan tuotantoon palveluita tai tarvikkeita antaneelle yritykselle tehty mainos.

Kovin laajaa erilaisen audiovisuaalisen tuotannon yhdistämistä vaikeuttaa myös se, että alat ovat tietyssä mielessä melko erillisiä maailmoja. Kaikelle audiovisuaaliselle tuotannolle, kuten kaikelle yritystoiminnalle, on keskeistä ihmisten väliset kontaktit. Mikäli yritys aikoo toimia jollain audiovisuaalisen tuotannon alueella täytyy sen edes jossain määrin pitää yllä kontakteja. Televisiomainosten tekijöillä on oltava hyvät kontaktit mainostoimistoihin, televisio-ohjelmien tekijöillä MTV:hen ja elokuvien tekijöillä tuotantotuen jakajiin ja Yleisradion eri yksiköihin. Kyse ei ole tuttujen suosimisesta vaan siitä, että yhteistyötä on helpompi tehdä tuttujen ihmisten kanssa. Osa yritysten toiminnasta on näiden kontaktien jatkuvaa luomista ja ylläpitoa. Kontaktien ylläpitäminen samanaikaisesti kaikilla audiovisuaalisen tuotannon alueilla ole aivan helppoa.

Erilaisen audiovisuaalisen tuotannon yhdistämisen vähäisyys johtuu tuotantotekniikkaan, yritysten toimintarytmiin ja ihmisten kontakteihin liittyvien kysymysten lisäksi siitä, että kyseessä on kuitenkin melko erilaisten asioiden tekeminen. Elokuvat, televisio-ohjelmat, mainokset ja video-ohjelmat ovat omanlaisiaan "tuotteita", mikä tarkoittaa ensinnäkin sitä, että niistä kunkin tekeminen edellyttää juuri siihen tarvittavaa kokemusta ja sen mukana tuomaa osaamista – visuaalista, kerronnallista, teknistä jne. Ilman kokemusta ja osaamista ei ole helppoa siirtyä tuotantotyypistä toiseen.

Toisaalta on kyse tekijöiden orientaatiosta ja intresseistä. Tekijät yksinkertaisesti ovat kiinnostuneita nimenomaan jonkun tietyn elokuva- tai ohjelmatyypin tekemisestä. Ohjaajalla tai tuottajalla, joka on hakeutunut tekemään esimerkiksi dokumentteja tai viihde-ohjelmia, ja on jo useita vuosia niitä tehnyt, ei välttämättä ole syytä vaihtaa jonkin toisen elokuva-

tai ohjelmatyypin tekemiseen. Tuotantoyritysten toiminnassa, kuten kaikessa yritystoiminnassa, on kuitenkin pohjimmiltaan kyse ihmisten intresseistä ja motivaatiosta. Yritykset eivät ole vain voittoa maksimoivia ja taloudellisen rationaliteetin mukaan toimivia mustia laatikoita, vaan valintoja niissä tekevät ihmiset omien preferenssiensä ja arvojensa mukaan. Näissä valinnoissa yrityksen taloudella ja myös voiton maksimoinnilla on enemmän tai vähemmän keskeinen sija. Onhan yrityksen, myös audiovisuaalisessa tuotannossa, vähintään pysyttävä pystyssä. Kenties tällainen inhimillinen momentti on olennaista nimenomaan kulttuuriteollisuuden yrityksistä (katso kulttuuriteollisuuden yritysten toiminnasta mm. Negus 1992, Wasko 1994).

Usean erilaisen audiovisuaalisen tuotannon yhdistäminen toki onnistuu, minkä muutamat yritykset ovat osoittaneet. Laajemmassa mitassa tehtynä se vaatii kuitenkin omaa henkilöstöä, vakituista tai free lancereita, kullekin tuotannon alueelle.

Ihmiset liikkuvat jonkin verran yrityksiä enemmän audiovisuaalisen tuotannon sektorilta toiselle. Elokuvatuotanto toimii lähes yksinomaan free lance työvoiman varassa ja myös muillakin alueilla free lancereita käytetään paljon. Tämä mahdollistaa sen, että esimerkiksi ohjaaja käy elokuvien välillä tekemässä mainoksia tai ohjaamassa televisio-ohjelmia. Monille elokuvan tekijöille, varsinkin nuorille, muilla audiovisuaalisen tuotannon alueilla työskentely on myös taloudellisesti välttämätöntä.

3.6 Tuotantoyritysten rakenne

Audiovisuaalisessa tuotannossa toimivien yritysten rakennetta kuvataan tässä raportissa Tilastokeskuksen yritysrekiserin tiedoilla. Yritysrekisteri on kaikkea yritystoimintaa kuvaava järjestelmä, jossa yritykset luokitellaan toimialaluokituksen mukaan (TOL). Elokuvien, televisio- ja videoohjelmien sekä mainosten tekeminen on toimialaluokituksessa omana luokkanaan, jonka nimi on elokuva- ja videotuotanto (TOL 9111). Koska kaikki audiovisuaalisen tuotannon sektorit on toimialaluokituksessa sijoitettu samaan toimialaan, ei niillä toimivia yrityksiä pysty yritysrekisterin avulla tarkastelemaan erikseen.

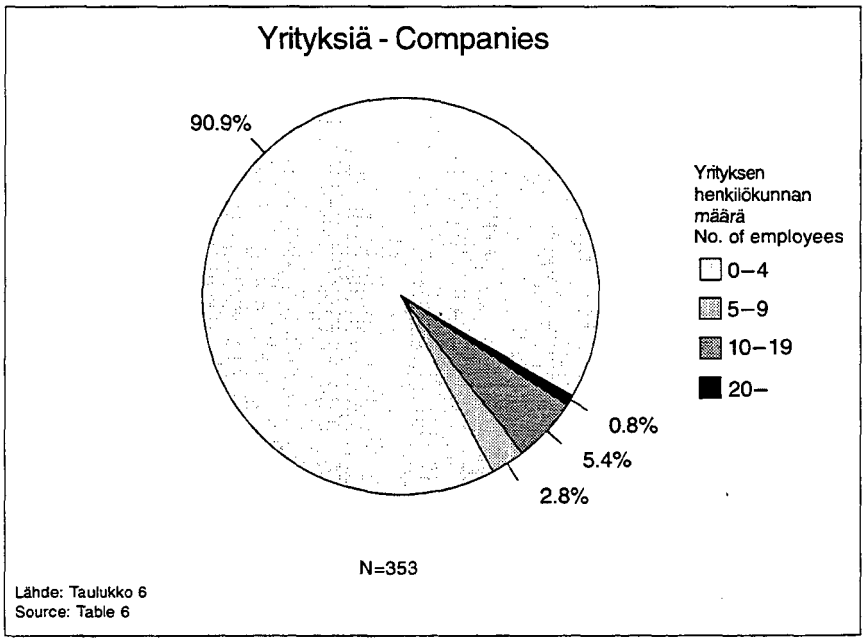
Yritysrekisteristä poimittu yritysjoukko poikkeaa jonkin verran edellisissä luvuissa kuvatusta yritysjoukosta, joka oli poimittu useista eri lähteistä. Tämä johtuu siitä, että elokuva- ja videotuotanto -toimialaan sisältyy myös audiovisuaalisessa tuotannossa tarvittavia teknisiä palveluita myyvät yritykset. Edellähän käsiteltiin vain yrityksiä, jotka tekevät elokuvia ja ohjelmia.

Toinen yritysjoukkojen eron syy on se, että osa elokuvia ja ohjelmia tekevistä yrityksistä kuuluu yritysrekisterissä jollekin toiselle toimialalle. Niiden varsinainen toiminta on tällä toimialalla, mutta ne tekevät sen ohella elokuvia tai mainoksia. Kuten edellä todettiin mainoksia tehneistä yrityksistä lähes sata teki vain muutaman mainoksen vuodessa, eikä niillä ollut myöskään mitään muuta audiovisuaalista tuotantoa. Todennäköisesti nämä yritykset muodostavat suurimman osan edellisissä luvuissa kuvatun yritysjoukon ja yritysrekisteristä poimitun yritysjoukon erosta. Yritysrekisterin mukaan elokuva- ja videotuotanto -toimialalla toimii yhteensä noin 350 yritystä ja edellä audiovisuaalisessa tuotannossa arvioitiin toimivan hieman yli 500 yritystä.

Pienten yritysten suuri määrä on tyypillistä audiovisuaaliselle tuotannolle. Varsinkin henkilökunnaltaan pienten yritysten osuus yrityskannasta on erittäin suuri. Lähes 90 prosentissa yrityksistä oli työntekijöitä alle 5 viisi henkeä vuonna 1992 (kuvio 7). Kymmenen tai useamman henkilön yrityksiä oli parikymmentä. Yritysrekisterissä yritysten henkilökunnan määrä arvioidaan niiden maksamien palkkojen avulla.

Kuvio 7 Elokuva- ja videotuotanto -toimialan (TOL 9111) yritysten määrä henkilökunnan määrän mukaan 1992

Figure 7 Film and video production companies (SIC 9111) by number of employees, 1992



Lähde: Taulukko 6
Source: Table 6

Kuten aiemmin todettiin käytetään audiovisuaalisessa tuotannossa paljon free lance työvoimaa. Elokuvatuotannossa työskentelevien työsopimukset ovat lähes yksinomaan lyhyitä: ne kestävät muutamasta viikosta pariin kuukauteen. Mainos- ja televisio-ohjelmatuotantoyrityksissä on enemmän vakituista henkilökuntaa, mutta myös niissä käytetään paljon free lancereita. Todennäköisesti elokuva- ja videotuotanto toimialan yritykset työllistävät todellisuudessa hieman enemmän ihmisiä kuin mitä maksettujen palkkojen avulla arvioituna näyttää. Tämä johtuu siitä, että osalla free lance työvoimasta on oma yritys, minkä vuoksi heille maksetut korvaukset eivät yrityksen kirjanpidossa näy maksettuina palkoina vaan ostettuina palveluina. Erityisesti ohjaajilla, käsikirjoittajilla ja kuvaajilla on omia yrityksiä. Tässä tutkimuksessa haastatellut arvioivat, että elokuvatuotantoon osallistuvista henkilöistä noin 20 prosentilla on oma yritys. Näille tekijöille maksettujen palkkioiden arvioitiin muodostavan kuitenkin hieman suuremman osuuden kaikista maksetuista palkkioista ja palkoista, noin 30 prosenttia. Mikäli tällaiset työntekijät otetaan huomioon henkilökunnaltaan pienten yritysten osuus ei ole aivan niin suuri kuin kuviossa 7.

Pienet yritykset ovat merkittäviä työllistäjiä. Toimialan henkilökunnasta ne työllistävät lähes puolet (taulukko 6). Myös alan kokonaisliikevaihdosta pienet yritykset tekevät lähes puolet. Yritysrekisterin mukaan elokuva- ja ohjelmatuotanto toimialan kokonaisliikevaihto oli 342 miljoonaa markkaa vuonna 1992.

Taulukko 6 Elokuva- ja videotuotanto -toimialan (TOL 9111) yritykset henkilökunnan määrän mukaan 1992
Table 6 Film and video production companies (SIC 9111) according to number of employees in 1992

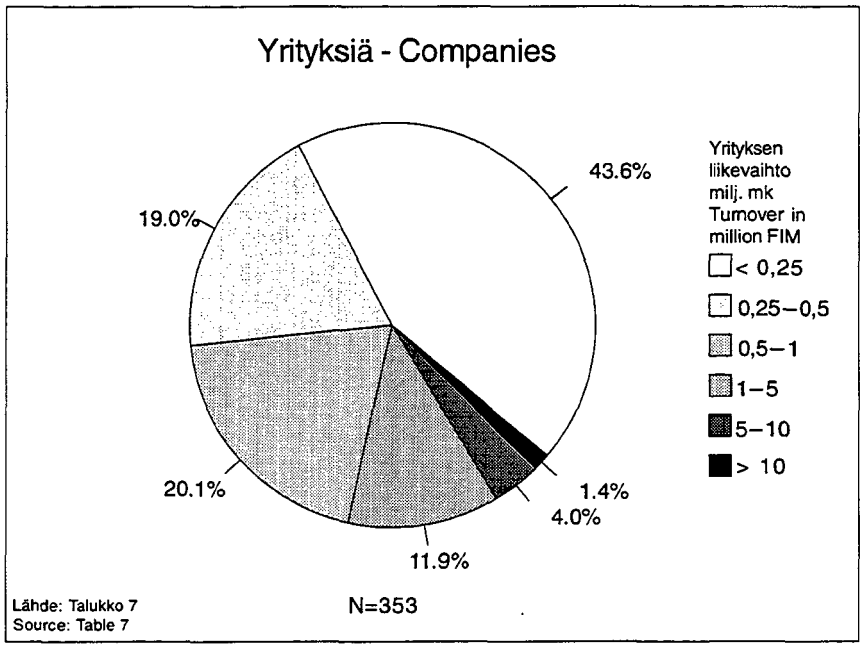
Keskimääräinen henkilökunta *Average staff*	Yrityksiä *Companies*		Liikevaihto milj.mk *Turnover Million FIM*		Henkilökunta *Staff*	
		%		%		%
0 – 4	321	90,9	142,1	41,5	313	44,3
5 – 9	10	2,8	36,0	10,5	59	8,4
>10	22	6,2	164,3	48,0	334	47,3
Yhteensä – *Total*	**353**	**100,0**	**342,4**	**100,0**	**706**	**100,0**

Lähde: Tilastokeskus, yritysrekisteri
Source: Statistics Finland, Business Register

Elokuva- ja videotuotannon yritysrakenne on liikevaihdon suhteen suurin piirtein samanlainen kuin henkilökunnan suhteen. Erittäin pieniä yrityksiä, joiden liikevaihto on alle 250 000 markkaa, on lähes puolet (kuvio 8). Liikevaihdon suhteen keskikokoisia yrityksiä on hieman enemmän kuin henkilökunnan suhteen. Elokuva- ja videotuotanto -toimialalla

Kuvio 8 Elokuva- ja videotuotanto -toimialan (TOL 9111) yritysten määrä liikevaihdon mukaan 1992

Figure 8 Film and video production companies (SIC 9111) by turnover, 1992



Lähde: Talukko 7
Source: Table 7

suuretkaan yritykset eivät ole yleisesti ottaen kovin suuria. Vuonna 1992 vain viidellä yrityksellä oli liikevaihto yli kymmenen miljoonaa markkaa. Muiden lähteiden mukaan alan suurimpien yritysten liikevaihdot ovat suuruusluokaltaan parikymmentä miljoonaa markkaa.

Liikevaihdoltaan kaikkein pienimmät yritykset tekevät noin 5 prosenttia alan liikevaihdosta (taulukko 7). Niiden liikevaihdon keskiarvo on yli 100 000 markkaa. Tällainen pieni yritys saattaa olla esimerkiksi elokuvatuotantoyritys, joka tekee yhden lyhytelokuvan vuodessa. Tällaisella summalla, 100 000 – 250 000 markalla, yritys pystyy tekemään pienen lyhyen fiktion tai hieman isomman dokumentin riippuen siitä, miten paljon tekijöille maksetaan palkkoja. Varsinkin alalle juuri tulleet ihmiset tekevät elokuvia halpis periaatteela eli suuri osa tuotannosta tehdään talkootyönä. Kaikkein pienimmät yritykset saattavat olla myös esimerkiksi kuvaus- tai äänityspalveluita myyviä yrityksiä.

Ilmeisesti kaikkein pienimpien yritysten omistajat työskentelevät myös itse toisissa alan yrityksissä. Liikevaihdoltaan kaikkein pienimmät yritykset eivät nimittäin työllistä keskimäärin edes yhtä henkeä koko vuodeksi. Vuonna 1992 alle 250 000 markan yrityksiä audiovisuaalisessa tuotannossa oli 152 kappaletta, mutta niillä oli henkilökuntaa yhteensä 81 henkeä (taulukko 7).

Taulukko 7 Elokuva- ja videotuotanto -toimialan (TOL 9111) yritykset liikevaihdon mukaan 1992
Table 7 Film and video production companies (SIC 9111) according to turnover in 1992

Liikevaihto milj.mk *Turnover FIM*	Yrityksiä *Companies*	%	Liikevaihto milj.mk *Turnover FIM*	%	Henkilökunta *Staff*	%
alle/*under* 0,25	154	43,6	17,2	5,0	81	11,5
0.25 – 0, 5	67	19,0	24,5	7,2	57	8,1
0,5 – 1	71	20,1	50,1	14,6	107	15,2
1 – 5	42	11,9	86,5	25,2	177	25.1
5 – 10	14	4,0	99,9	29,2	195	27,6
yli/*over* 10	5	1,4	64,4	18,8	89	12,6
Yhteensä – *Total* .	**353**	**100,0**	**342,6**	**100,0**	**706**	**100,0**

Lähde: Tilastokeskus, yritysrekisteri
Source: Statistics Finland, Business Register

Aiemmin todettiin, että audiovisuaalisessa tuotannossa varsinkin pienten yritysten vaihtuvuus on suuri. Tilastokeskuksen yritysrekisterin tilastot tukevat tätä käsitystä. Vuonna 1992 toimineista yrityksistä viidennes oli perustettu vuosina 1992 tai 1991 (taulukko 8). Alalle tulon kynnys onkin matala. Videotekniikka on jo niin edullista, että pienen videotuotantoyrityksen voi perustaa pienellä pääomalla. Myös uudella elokuvatuotantoyrityksellä on suurempia kuluja vasta kun se alkaa tekemään elokuvaa, mutta siinä vaiheessa sillä on kuitenkin jo elokuvan koko rahoitus hankittuna. Yrityksen perustamisesta toki aiheutuu kuluja ja yrityksellä on kiinteitä kuluja, mutta pienen tuotantoyrityksen on mahdollista pitää ne hyvin alhaisina.

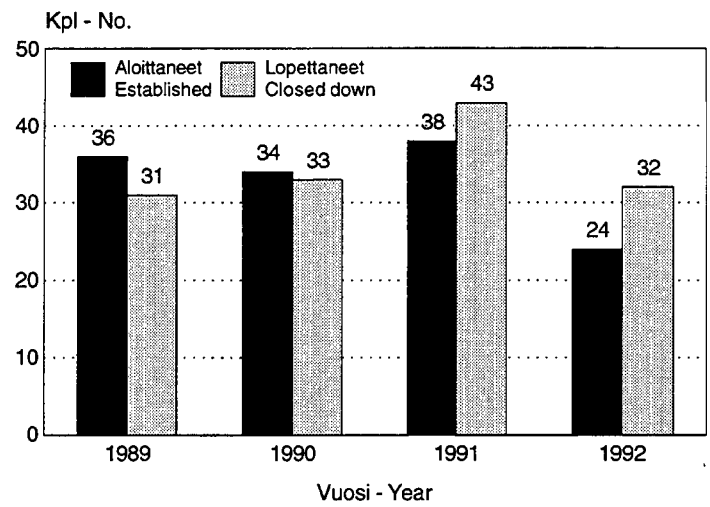
Taulukko 8 Elokuva- ja videotuotanto -toimialan (TOL 9111) yritykset aloittamisvuoden mukaan 1992
Table 8 Film and video production companies (SIC 9111) according to year of establishment in 1992

Aloitusvuosi *Established*	Yrityksiä *Companies*	%	Liikevaihto milj.mk *Turnover in million FIM*	%
1992	27	7,6	16,1	4,7
1991	44	12,5	35,8	10,5
1988 – 90	132	37,4	64,2	18,7
1985 – 87	52	14,7	72,0	21,0
– 1984	98	27,8	154,5	45,1
Yhteensä – *Total*	**353**	**100,0**	**342,5**	**100,0**

Lähde: Tilastokeskus, yritystilastot
Source: Statistics Finland, Business Register

Kuvio 9 Aloittaneet ja lopettaneet yritykset 1) elokuva- ja videotuotanto -toimialalla (TOL 9111) 1989 – 92

Figure 9 Film and video production companies (SIC 9111) established and disbanded, 1989 – 1992



1) Liikevaihtoverovelvolliset ja työnantajana toimineet yritykset
Companies subject to turnover tax and acting as employers

Lähteet: Selvitys audiovisuaalisen alan yrityksistä. Tilastokeskus 1992, Tilastokeskus, yritystilastot
Sources: Survey of companies operating in audio-visual field. Statistics Finland 1992
Statistics Finland, business statistics

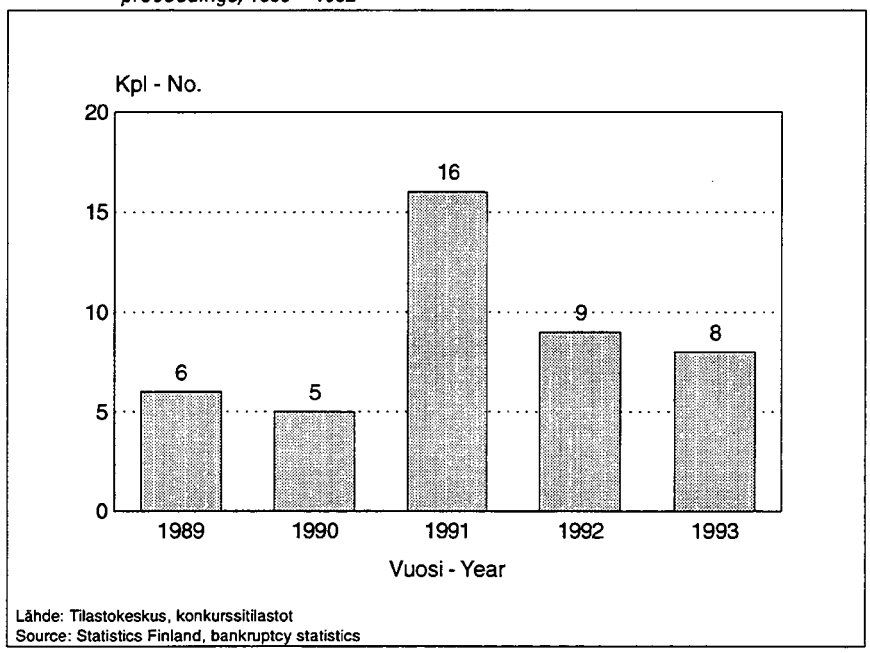
Audiovisuaalisessa tuotannossa toimii myös alalla jo pitkään olleita yrityksiä. Noin 350 alan yrityksestä sata oli perustettu ennen vuotta 1985. Vaikka tuotantorakenne osassa alaa on heikko, näyttää alalla olevan myös vanhoja yrityksiä, joihin osaamista on jo kertynyt.

Yritysten vaihtuvuus audiovisuaalisessa tuotannossa on vuosittain noin kymmenen prosentin luokkaa. Yritysrekisterin mukaan viime vuosina 30 – 40 uutta yritystä on aloittanut alalla ja suurin piirtein yhtä monta on lopettanut toimintansa. Vaikka tilastoja ei ole olemassa vuotta 1989 aiemmalta ajalta, voidaan sanoa, että taloudellinen laskusuhdanne ei ole ainakaan kovin paljoa vaikuttanut yritysten määrään. Lopettaneiden yritysten määrässä oli vuonna 1991 pieni piikki ja uusia yrityksiä aloitti vuonna 1992 hieman aiempia vuosia vähemmän. Vaikka alan yrityksillä on mennyt huonommin näyttää siltä, että alalle on tultu ja sieltä poistuttu kuten aiemminkin.

Taloudellinen laskusuhdanne on kuitenkin lisännyt audiovisuaalisessa tuotannossa toimivien yritysten konkursseja. Vuonna 1991 alalla tehtiin 16 konkurssia eli kolminkertainen määrä aikaisempiin vuosiin verrattuna (kuvio 10). Konkurssitilastot eivät ikävä kyllä kerro sitä, millä audiovisuaalisen tuotannon sektorilla kyseiset yritykset toimivat. Lisäksi on muistettava, että kyseessä ovat vain liikevaihtoverovelvolliset yritykset ja palkkoja maksavat yritykset, joita vuonna 1991 oli kaksi kolmasosaa alan yrityksistä.

Kuvio 10 Konkurssiin haetut yritykset elokuva- ja videotuotanto -toimialalla (TOL 9111) 1989 – 93

Figure 10 Film and video production companies (SIC 9111) subject to bankruptcy proceedings, 1980 – 1992



Lähde: Tilastokeskus, konkurssitilastot
Source: Statistics Finland, bankruptcy statistics

Karkeasti ottaen elokuva- ja videotuotanto -toimialan yritysten taloudellinen tilanne riippuu muutamasta tekijästä. Niitä ovat televisiomainonnan kehitys, elokuvatuotantoon ohjattujen tukivarojen kehitys, kotimaisten elokuvien pääsylipputulot, televisioyhtiöiden politiikka ulkopuolisten ohjelmatuottajien käytössä ja se, kuinka yritykset ja julkinen sektori käyttävät rahaa erilaisten esittely-, koulutus- ja markkinointivideoiden tekemiseen.

Kaikkien näiden tekijöiden kehityksestä ei ole tietoa. Televisiomainonta on viime vuosina kehittynyt hyvin kun otetaan huomioon se, että samaan aikaan koko joukkoviestintämainontaan käytetty rahamäärä on vähentynyt. Televisiomainonnan arvo kasvoi yli 20 % vuosina 1988 – 92 kun samana aikana koko joukkoviestintämainonnan arvo laski noin 10 %.

Valtio ja kunnat ovat viime vuosina karsineet voimakkaasti kulujaan. Samoin ovat tehneet yritykset. Todennäköisesti ne ovat käyttäneet aikaisempaa vähemmän rahaa myös erilaisten video-ohjelmien tekemiseen. Ohjelmia on kenties tehty yhtä paljon kuin aiemmin, mutta ne on tehty pienemmillä budjeteilla.

Siitä ei ole käytettävissä tietoja, millä tavoin televisioyhtiöiden kotimaisten elokuvien ja ohjelmien ostamiseen käyttämä rahamäärä on kehit-

tynyt. Yleisesti ottaen ainakaan Yleisradion edellytykset sen kasvattamiseen eivät ole kovin hyvät. Kiristyneessä taloudellisessa tilanteessa Yleisradiossa on katsottu, ettei se voi lisätä ulkopuolisten tekijöiden käyttöä, sillä sen täytyy työllistää ensin oma vakituinen henkilökuntansa. Tämä pyrkimys tuli selvästi esiin myös tässä tutkimuksessa tehdyissä haastatteluissa.

Elokuvien tekemiseen ohjatut tukivarat ovat pienentyneet parina viime vuotena. Elokuvasäätiö jakoi vuonna 1993 tuotantotukea 9 miljoonaa markkaa vähemmän kuin edellisenä vuotena. AVEK:n elokuva- ja mediataidetuotannon tukimäärärahat ovat kasvaneet hieman jatkuvasti. Kotimaisten elokuvien elokuvateattereissa saamat katsojamäärät ovat tällä vuosikymmenellä vähentyneet alle puoleen. Vuonna 1990 kotimaisia elokuvia kävi katsomassa noin 850 000 ihmistä, mutta vuonna 1993 enää hieman yli 350 000 ihmistä. Tämän seurauksena myös kotimaisten elokuvien ennestäänkin pienet lipputulot laskivat noin puoleen. Elokuvalipun keskihinnan avulla laskettuna kotimaisten elokuvien vuoden 1990 lipputuloiksi saadaan noin 25 miljoonaa markkaa. Vuonna 1993 ne olivat vain noin 12 miljoonaa markkaa. Elokuvalipun hinnasta vain osa menee elokuvan tuotantoyhtiölle.

4 Rahoituksen järjestäminen osana elokuvan tuotantoprosessia

Ennen kuin elokuva on valmis joutuvat elokuvatuotantoyhtiöt, tai käytännössä elokuvia tekevät ihmiset, tekemisiin useiden elokuvatuotantoon osallistuvien ja siihen vaikuttavien tahojen kanssa. Tällaisia tahoja ovat tuotantotuen jakajat, esitysoikeuksia ostavat televisioyhtiöt, toiset tuotantoyhtiöt, tuotantopalveluita myyvät ja kalustoa vuokraavat yritykset, elokuvatoimistot, elokuvalaboratoriot sekä elokuvasta puhuvat ja kirjoittavat mediat. Kutsuttakoon näiden ihmisten, yritysten ja laitosten muodostamaa kokonaisuutta elokuvantekijöiden toimintaympäristöksi. Rahoituksen järjestäminen on keskeinen osa elokuvan tuotantoprosessia ja ne tahot, joiden kanssa elokuvalleen rahoitusta järjestävä elokuvantekijä joutuu tekemisiin, ovat kenties tärkein osa hänen toimintaympäristöään.

Tuotantoyritysten toiminnasta kuten myös tuottajien ja ohjaajien työstä melko suuri osa liittyy rahoituksen järjestämiseen. Rahoituksen pohtiminen alkaa jo hyvin varhaisessa vaiheessa elokuvan tekemistä. Käsikirjoitus on usein vielä kesken kun tuottaja, ohjaaja ja käsikirjoittaja, jotka voivat olla myös yksi ja sama henkilö, alkavat miettiä miten elokuvan tekemisen voisi rahoittaa. Tässä vaiheessa elokuvaa kehitetään sisällöllisesti ja käsikirjoitusta kirjoitetaan uuteen muotoon sen mukaan minkälainen elokuva aiheesta ja käsikirjoituksesta parhaiten katsotaan tulevan. Mahdollisesti siitä tulee sittenkin parempi tunnin televisioelokuva kuin varsinainen pitkä elokuva. Tällaisia kysymyksiä mietitään myös rahoituksen näkökulmasta.

Elokuvan tekemisen koko budjetti on järjestettävä etukäteen, koska jo pientenkin elokuvien tekeminen on niin kallista, ettei tuotantoyhtiöillä Suomessa, kuten ei monessa muussakaan maassa, ole itsellään riittäviä pääomia. Tuotantoyritykset saavat usein valmiiksi pari elokuvaa vuodessa, esimerkiksi kaksi lyhytelokuvaa tai yhden pitkän ja yhden lyhyen elokuvan. Siinä vaiheessa kun edellinen elokuva valmistuu pitää seuraavan tuotannon olla jo pitkälle valmisteltu eli sen rahoituksen pitää olla lähes selvä, jotta sitä päästäisiin tekemään ilman pidempää taukoa. Usein tässä vaiheessa on myös sitä seuraavien elokuvien rahoituksen hankinta jo käynnissä. Jatkuvaan tuotantoon pyrkivän yrityksen täytyy samanaikaisesti valmistella useiden elokuvien tekemistä, sillä osa hankkeista ei kuitenkaan saa rahoitusta, ei ainakaan ensiyrittämällä. Kun rahoitusta hankitaan vielä erikseen elokuvan tekemisen eri vaiheille, käsikirjoituksen tekemiseen, tuotannon valmisteluun, kansainvälisen rahoituksen hankkimiseen, varsinaiseen tuotantoon, markkinointiin ja levitykseen, rahoituksen järjestely on siten jatkuvaa toimintaa.

Suomessa elokuvatuotantoyritysten on usein pakko pyrkiä tekemään elokuvia jatkuvasti ja sen seurauksena järjestelemään rahoitusta jatkuvasti. Tämä koskee varsinkin yrityksiä, jotka ovat kasvaneet sen verran, että niillä on toimitiloista tai omasta kalustosta säännöllisiä menoja. Koska suomalaisilla tuotantoyrityksillä ole omaa pääomaa, millä ne voisivat kattaa kiinteät kulut, toimivat ne jatkuvasti suurimmaksi osaksi elokuviensa tuotantobudjettien varassa, minkä seurauksena tuotantojen välissä ei saa olla kovin pitkiä kausia, ettei yrityksen kassasta loppu raha.

Suomalaisten elokuvantekijöiden toimintaympäristö koostuu muutamasta keskeisestä tahosta. Rahoituksen hankkiminen tarkoittaa lähinnä tuen hakemista Suomen elokuvasäätiöstä ja/tai Audiovisuaalisen viestintäkulttuurin edistämiskeskukselta (AVEK) sekä televisioesitysoikeuksien ennakkomyyntiä Yleisradiolle tai MTV:lle. Osa rahoituksesta saatetaan yrittää hankkia ulkomailta pohjoismaisista elokuvasäätiöistä, EU:n tukielimistä tai ulkomaisilta televisioyhtiöiltä. Muitakin rahoituslähteitä on, mutta yleisesti ottaen ne ovat marginaalisia. Yksittäisille elokuville niillä tosin saattaa merkitystä.

Tässä luvussa kuvataan elokuvantekijöiden toimintaympäristöä rahoituksen osalta. Ensin käydään läpi keskeiset rahoittajat ja niiden toiminta ja tarkastellaan rahoituksen järjestämistä osana elokuvan tekemistä. Lopuksi tarkastellaan rahoittajien ja tekijöiden muodostamaa kokonaiskuviota.

4.1 Suomen elokuvasäätiö

Elokuvasäätiön sääntöjen mukaan se jakaa tuotantotukea avustuksina elokuvien, video-ohjelmien ja televisiolle tarkoitettujen ohjelmien tekemiseen. Vuonna 1993 sen tuotantotuen määrä oli noin 43 miljoonaa markkaa. Elokuvasäätiö edistää myös muuta elokuvatoimintaa kuin elokuvien tekemistä eli elokuvien maahantuontia, jakelua ja esittämistä. Elokuvatuotanto on kuitenkin tärkein säätiön tuen kohde. Vuonna 1993 tuotantotuen osuus kaikesta myönnetystä tuesta oli 85 %. Aiemmin säätiö jakoi tukea myös kotimaisen elokuvakulttuurin edistämiseen, mutta vuoden 1993 alussa tämä tehtävä siirrettiin kokonaan elokuvataidetoimikunnalle.

Säätiön toiminta rahoitetaan pääosin valtion talousarvion kulttuuribudjetin kautta. Pienen osan tuloistaan säätiö saa myymällä tuotantopalveluita elokuvantekijöille. Vuonna 1993 tuotantopalvelut tuottivat 3,7 miljoonaa markkaa. Vuoden 1993 loppuun asti elokuvasäätiön toimintaa rahoitettiin myös elokuvalipuista perittävällä säätiömaksulla. Vuoden 1994 alussa säätiömaksun periminen lopetettiin.

Elokuvasäätiön elokuvatuotantoon jakama tuki kasvoi voimakkaasti 1980-luvun lopulla aina vuoteen 1992 asti (taulukko 9). Tämän jälkeen jaettavissa olevaa tukea supistettiin valtion säästötoimien seurauksena

Taulukko 9 Elokuvasäätiön tuotantotuki 1988 – 93
Table 9 Production subsidies from the Finnish Film Foundation 1988 – 93

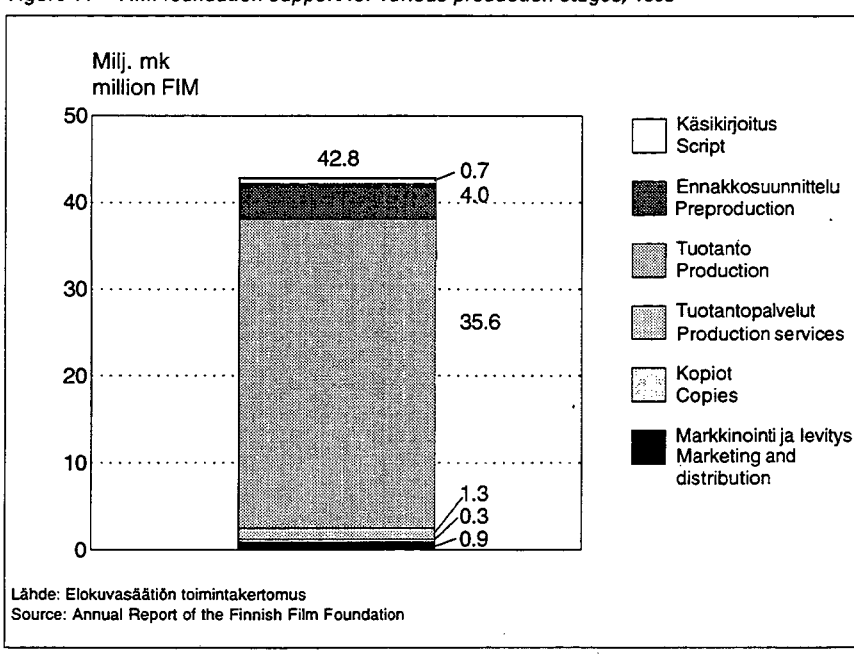
Vuosi – *Year*	Milj.mk – *FIM million*
1988	22,7
1989	29,4
1990	42,5
1991	50,5
1992	52,0
1993	42,8

Lähde: Elokuvasäätiön vuosikertomukset
Source: Finnish Film Foundation annual reports

voimakkaasti. Vuonna 1993 elokuvien tekemiseen myönnettiin 9 miljoonaa markkaa vähemmän kuin edellisenä vuonna.

Elokuvasäätiö jakaa tukea elokuvan tekemisen kaikkiin vaiheisiin eli käsikirjoitusten tekemiseen, tuotannon valmisteluun, kansainvälisten yhteistuotantojen valmisteluun, varsinaiseen tuotantoon, kopioiden tekemiseen sekä markkinointiin ja levitykseen. Varsinaisen tuotannon osuus tuesta on suurin, noin 80 % vuonna 1993 (kuvio 11).

Kuvio 11 Elokuvasäätiön tuotantotuki tuotannon eri vaiheisiin 1993
Figure 11 Film foundation support for various production stages, 1993



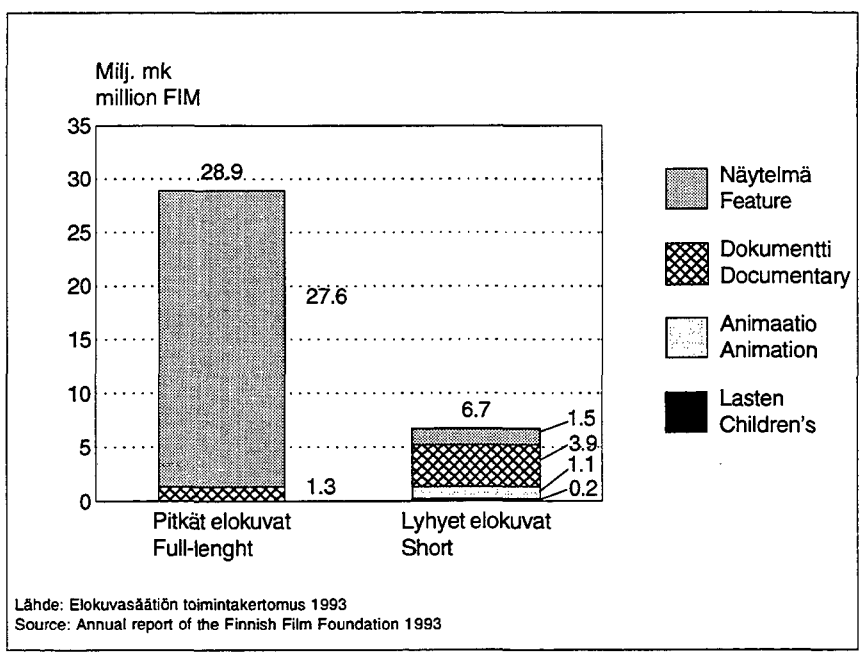
Lähde: Elokuvasäätiön toimintakertomus
Source: Annual Report of the Finnish Film Foundation

Elokuvasäätiö tukee pääasiassa pitkien elokuvien tekemistä. Vuonna 1993 pitkille elokuville, niiden tuotantovaiheeseen, jaettiin tukea noin 29 miljoonaa markkaa ja lyhyille elokuville 6,7 miljoonaa markkaa (kuvio 12). Muihin elokuvantekemisen vaiheisiin kuin varsinaiseen tuotantoon myönnetyn tuen jakautumisesta elokuvatyypeittäin ei ole käytettävissä tilastoja. Vuonna 1994 elokuvasäätiön hallitus teki päätöksen, jonka mukaan lyhytelokuvien osuus tuotantotukivaroista saa olla korkeitaan 20 %. Vuonna 1993 osuus oli noin 16 %. Tukea saaneet pitkät elokuvat ovat olleet lähes yksinomaan näytelmäelokuvia.

Tukimäärärahojen supistuessa vuonna 1993 elokuvasäätiö pienensi enemmän lyhyiden kuin pitkien elokuvien tukea. Pitkien elokuvien saama tuotantotuki väheni noin 13 % ja lyhytelokuvien tuki yli 40 %. Lyhytelokuvien tuesta suurin osa on myönnetty dokumenteille (kuvio 12). Vuonna 1993 lyhyet näytelmäelokuvat saivat noin neljänneksen lyhytelokuvien tuotantotuesta.

Suurista säätiön tukitoimintaa koskevista kysymyksistä päättävät hallintoneuvosto ja hallitus. Varsinaisia tuen jakajia ja jakokäytäntöjä säätiössä on useita. Toimitusjohtaja jakaa pitkien näytelmäelokuvien tekemiseen niin sanottua rahoitustukea, jota myönnetään elokuville, joilla on jo yli puolet rahoituksesta kunnossa. Alunperin rahoitustuki tarkoitettiin myönnettäväksi tavallaan automaattisesti kaikille niille elokuville, joiden muu rahoitus oli kunnossa. Säätiön tukirahojen määrä ei kuitenkaan tällai-

Kuvio 12 Elokuvasäätiön tuotantovaiheeseen jakama tuki elokuvatyypeittäin 1993
Figure 12 Film foundation support by type of film, 1993



Lähde: Elokuvasäätiön toimintakertomus 1993
Source: Annual report of the Finnish Film Foundation 1993

seen automaattitukeen riittänyt ja nykyään myös kyseisen tuen jakaminen perustuu käytännössä harkintaan. Vuonna 1993 rahoitustukea myönnettiin yhdeksälle elokuvalle yhteensä 7,9 miljoonaa markkaa. Rahoitustuen lisäksi toimitusjohtaja jakaa myös kansainvälistä tuotantotukea.

Tuotantoneuvoja ja viisijäseninen tuotantolautakunta jakavat harkinnavaraista tukea kaikille elokuvatyypeille. Vuonna 1993 ne myönsivät kumpikin tuotantotukea kolmelle pitkälle näytelmäelokuvalle. Tuotantoneuvoja ja -lautakunta jakavat myös muihin elokuvan tekemisen vaiheisiin kuin varsinaiseen tuotantoon tarkoitetun tuen.

Pitkät näytelmäelokuvat saavat rahoitusta myös ns. televisiorahastosta. Vuonna 1994 kahdeksan elokuvaa sai sieltä kukin miljoona markkaa. Televisiorahasto -sopimuksen mukaan Yleisradio, MTV ja elokuvasäätiö maksavat rahastoon vuosittain sovitun summan. Vuonna 1994 säätiö maksoi 2,4 miljoonaa, MTV 1,4 miljoonaa ja Yleisradio 4,2 miljoonaa markkaa. Maksamaansa summaa vastaan Yleisradio sai kuuden ja MTV kahden elokuvan televisioesitysoikeudet. Käytännössä televisioyhtiöt valitsevat tv-rahastosta rahoitusta saavat elokuvat, sillä ennen muodollista päätöstä säätiö neuvottelee televisioyhtiöiden kanssa siitä, mitkä tarjolla olevista elokuvista niitä kiinnostavat. Tässä vaiheessa tuotantoyhtiöt ovat käyneet televisioyhtiöissä esittelemässä elokuviaan. Valitut elokuvat voivat saada säätiöstä myös muuta tuotantotukea.

Tuotantoneuvoja on elokuvantekijöiden kannalta hyvin keskeinen henkilö. Sen lisäksi, että hän jakaa tukea itsenäisesti, käytännössä myös suuri osa hakemuksista kulkee hänen kauttaan. Hyvin yleisesti elokuvalleen tukea hakevat tai tuen hakemista suunnittelevat tuottajat ottavat ensin yhteyttä tuotantoneuvojaan. Yhteyden oton jälkeen tuottaja, joka Suomessa on usein myös elokuvan ohjaaja, tulee säätiöön esittelemään hanketta. Käydyissä keskusteluissa käsitellään hyvin monenlaisia suunnitteilla olevaan elokuvaan liittyviä kysymyksiä. Tuottaja esittelee elokuvan sisältöä, sille ajateltuja tekijöitä ja sitä, minkälaisella budjetilla, resursseilla ja aikataululla elokuva on tarkoitus tehdä. Tuotantoneuvoja käy läpi suunnitelmat ja katsoo ovatko ne hänen mielestään realistisia eli onko elokuva mahdollista tehdä suunnitelmien mukaisesti. Tuotantoneuvoja esittää näkemyksiään mihin suuntaan elokuvaa tulisi hänen mielestään kehittää. Tuotantoneuvoja ja tuottaja pyrkivät löytämään erilaisia vaihtoehtoja sille, mistä eri lähteistä elokuvalle voitaisiin saada rahoitusta. Onko elokuva esimerkiksi sen tyyppinen, että sille kannattaa hakea rahoitustukea säätiön toimitusjohtajalta. Mahdollisesti se voisi todennäköisemmin saada rahoitusta tuotantolautakunnasta tai tuotantoneuvojalta itseltään. Entä mitkä yksiköt Yleisradiossa voisivat olla kiinnostuneita elokuvasta.

Tällaisen tapaamisen jälkeen tuottaja alkaa hankkia elokuvalle rahoitusta. Vaikka tuotantoneuvoja ei olisi ollut vakuuttunut hankkeesta voi tuottaja kuitenkin vapaasti hakea sille tukea säätiöstä. Elokuvantekijöiden kannalta onkin tärkeää, että säätiössä on useita tuen jakajia. Tuotantoneuvoja Matti Penttilän mukaan usein käykin niin, että jos lautakunta ei

myönnä elokuvalle rahaa, niin sama hakemus tuodaan tuotantoneuvojalle tai päinvastoin.

Tuotantotukipäätöksiä tehtäessä kiinnitetään huomiota pitkälti samoihin asioihin, joita käsitellään tuottajien ja tuotantoneuvojan palavereissa. Hakemuksiin on tätä varten liitettävä kirjalliset suunnitelmat elokuvan sisällöstä, budjetista, rahoituksesta, tekijöistä, tuotannollisista järjestelyistä ja aikataulusta, levityksestä ja markkinoinnista.

Elokuvasäätiön tuotantoneuvoja Matti Penttilä sanoo tuotantopäätöksiä tehdessään pyrkivänsä tarkastelemaan elokuvia yksittäisinä hankkeina. Hän sanoo ensin katsovansa onko elokuva käsikirjoituksen, muiden sisältöä kuvaavien selvitysten ja käymiensä keskustelujen pohjalta hyvä. Sen jälkeen hän arvioi elokuvan tuotannollista puolta. Tällaisella tarkastelulla Penttilä pyrkii löytämään elokuvia, jotka ovat parempia verrattuna toisiin hakijoihin. Penttilä sanoo kuitenkin pyrkivänsä muodostamaan tuetuista elokuvista edustavan, mahdollisimman monenlaisien elokuvien kokonaisuuden. Kokonaisuuden luominen on kuitenkin vaikeaa, koska vuosittain tukea ei voida myöntää riittävän monelle elokuvalle. Esimerkiksi pitkiin elokuviin ei kolmella elokuvalla voi kovin suurta kirjoa rakentaa. Myös elokuvasäätiön vuosikertomuksessa on selvästi tuotu esille tämä pyrkimys kokonaisuuden luomiseen.

Myös ohjaajat ja tuottajat ovat tietoisia siitä, että tuen jakajat ottavat huomioon myös tuettujen elokuvien muodostaman kokonaisuuden. Tuottaja, jolla on tekeillä lastenelokuva, on saattanut kuulla, että tukihakemuksien joukossa on jo useita lastenelokuvia. Tällöin hän odottaa oman hakemuksensa kanssa seuraavaan hakukertaan, jolloin todennäköisyys tuen saamiseen on suurempi, koska hänen elokuvansa saattaa olla ainoa lastenelokuva.

Tuotantoneuvoja Penttilä sanoo pyrkivänsä päätöksiä tehdessään ottamaan huomioon myös oikeudenmukaisuuden tekijöiden suhteen, vaikka hakemuksia tarkastellaankin vain ehdotettujen elokuvien ominaisuuksien pohjalta. Myös hakijat esittävät hakemuksilleen oikeudenmukaisuuteen liittyviä perusteita. Esimerkiksi ohjaaja tuo keskusteluisa esiin sen, että hänen hakemuksiaan ei ole mennyt läpi useaan vuoteen, minkä seurauksena hän ei ole päässyt ohjaamaan.

Elokuvasäätiö seuraa tuotantotukea saaneiden elokuvien tekemistä. Tuki maksetaan tuotantoyhtiölle osissa tuottajan annettua selvityksen projektin etenemisestä. Elokuvan valmistuttua saatujen tukirahojen käytöstä on annettava säätiölle selvitys. Tuotantoneuvoja Penttilä haluaisi seurata enemmänkin tuettujen elokuvien tekemisen etenemistä, mutta siihen ei ole resursseja.

4.2 *Audiovisuaalisen viestintäkulttuurin edistämiskeskus, AVEK*

Audiovisuaalisen viestintäkulttuurin edistämiskeskus on vuonna 1987 perustettu tekijänoikeusjärjestö Kopioston toimielin. Sen tehtävänä on edistää tekijänoikeudellisilla korvausvaroilla elokuva-, video- ja televisiokulttuuria. AVEK:n toiminta rahoitetaan pääasiassa tyhjistä ääni- ja videokaseteista perittävillä kasettimaksuilla. AVEK:n osuuden kertyneistä kasettimaksuista päättää opetusministeriö. Vaikka AVEK siis jakaa tekijöiden omia rahoja, on sen jaettavissa olevien tukirahojen määrä riippuvainen valtiosta.

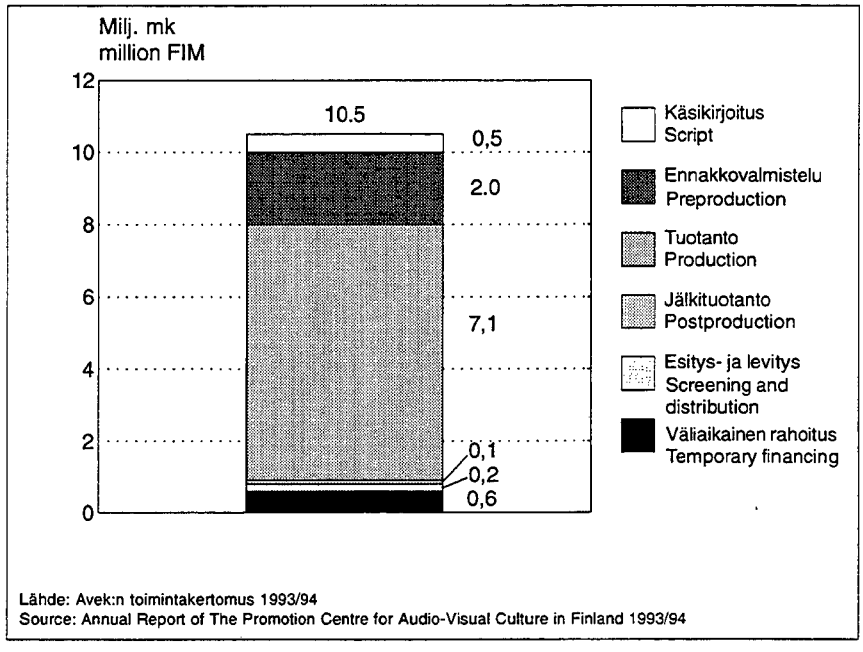
Tuotantotukea AVEK jakaa lyhytelokuvien ja dokumenttien tekemiseen, joihin luetaan myös video-ohjelmat. Toimikaudella 1993/94 tuen määrä oli 10,5 miljoonaa markkaa. Lisäksi AVEK tukee mediataiteen tekemistä em. toimikaudella noin miljoonalla markalla. AVEK:n jakama elokuvien ja mediataiteen tuotanto- ja levitystuki on kasvanut hieman vuosittain. AVEK:n tehtävänä on myös edistää audiovisuaalista kulttuuria yleisemmin jakamalla apurahoja alan ammattilaisten jatkokoulutukseen, tutkimukseen, julkaisutoimintaan sekä festivaalien järjestämiseen. Suurimman osan varoistaan AVEK kuitenkin käyttää lyhytelokuvien ja dokumenttien tekemisen tukemiseen. Toimintakaudella 1993/94 elokuvatuotannon tuen osuus kaikesta tuesta oli yli 80 %.

Elokuvasäätiön tavoin myös AVEK jakaa tukea kaikkiin elokuvan tekemisen vaiheisiin; käsikirjoituksen tekemiseen, tuotannon ennakkovalmisteluun, varsinaiseen tuotantoon, jälkituotantoon sekä esittämiseen ja levittämiseen. Suurin osa tuesta myönnetään kuitenkin varsinaiseen tuotantoon[1] (kuvio 13). Kansainvälisten yhteistuotantojen tekemiseen ja niiden valmisteluun on tukirahoista varattu oma osuus.

AVEK:ssa elokuvien ja mediataiteen tekemiselle tukea jakaa pitkälti tuotantoneuvoja. Käsikirjoitus- ja tuotannon ennakkovalmistelutuesta tuotantoneuvoja voi tehdä päätökset itsenäisesti. Tuotantotukihakemusten käsittelyssä hän käyttää hakemusten käsittelyssä apunaan asiantuntijaryhmää. Tuotantotukea koskevat päätökset vahvistaa AVEK:n johtokunta tuotantoneuvojan esittelystä. Tuotantoneuvojalla on kuitenkin mahdollisuus jakaa tuotantotukea myös itsenäisesti sisällöllisten, taloudellisten tai aikataulullisten seikkojen niin vaatiessa. AVEK:n toiminnan suurista linjauksista päättää johtokunta, jonka valitsee Kopiosto. Johtokunnassa istuu Kopiostoon kuuluvien tekijäjärjestöjen edustajia ja opetusministeriön edustaja.

1 Kuviossa 13 on ennakkovalmistelun tukeen laskettu lyhyt- ja dokumenttielokuvien ennakkovalmistelun ja kansainvälisten yhteistuotantojen ennakkovalmistelun tuki sekä Eurooppatuki yhteistuotantojen ennakkovalmisteluun

Kuvio 13 AVEK:n tuotantotuki tuotannon eri vaiheisiin 1993/94
Figure 13 Support from the Promotion Centre for Audio-Visual Culture in Finland for various production stages, 1993/1994



Lähde: Avek:n toimintakertomus 1993/94
Source: Annual Report of The Promotion Centre for Audio-Visual Culture in Finland 1993/94

AVEK:n tuenjakokäytännöissä on ainakin tuotantoneuvojan työn osalta paljon samoja piirteitä kuin elokuvasäätiön toiminnassa. Tuen hakeminen AVEK:lta aloitetaan useimmiten ottamalla yhteyttä tuotantoneuvojaan ja käymällä keskustelemassa suunnitellusta elokuvasta. Myös kysymykset, joista palavereissa keskustellaan ja joihin tukipäätöstä tehtäessä kiinnitetään huomiota ovat pitkälti samoja. Sekä kummankin tuotantoneuvojan että haastateltujen elokuvantekijöiden mielestä henkilökohtainen tapaaminen on tarpeellinen hakuprosessissa myös siksi, että pelkästään hakemukseen liitettävien käsikirjoituksen ja sisältöä kuvaavien dokumenttien avulla ei elokuvasta saa riittävää käsitystä. Elokuvassa on asioita, joiden kommunikoiminen tuen jakajille edellyttää henkilökohtaista tapaamista.

4.3 Yleisradio

Televisioesitysoikeuksien myyminen etukäteen televisioyhtiöille on julkisen tuen ohella toinen keskeinen elokuvien rahoituslähde. Taloudellisesti televisio-oikeuksien myynnistä saatavat tulot ovat elokuvatuotannon kannalta yhtä merkittäviä kuin elokuvasäätiön ja AVEK:n tuki. Televisioyhtiöistä Yleisradion merkitys on suurin, sillä se ostaa eniten elokuvia ja se ostaa myös sekä pitkiä näytelmäelokuvia että dokumentteja ja lyhyitä näytelmäelokuvia. Tämän vuoksi tässä luvussa käsitellään vain Yleisradion ja tuotantoyhtiöiden suhteita. Vuonna 1993 Yleisradio osti ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä elokuvia ja ohjelmia arviolta 47 miljoonalla markalla (Erikson 1994), josta valtaosa käytettiin nimenomaan elokuvien ennakko-ostoihin.

MTV ostaa ulkopuolisilta sarjojen lisäksi lähes yksinomaan pitkiä näytelmäelokuvia (sarjoista katso s. 19). Vuonna 1994 MTV maksoi ns. televisiorahaston kautta 1,4 miljoonaa markaa kahden näytelmäelokuvan esitysoikeuksista (tv-rahastosta katso s. 46). Kaapelitelevisioyhtiöt eivät ole ainakaan tähän asti ostaneet kotimaisia elokuvia.

Yleisradio ostaa elokuvan esitysoikeudet siis jo ennen kuin sen tekemistä on aloitettu. Muut tavat ostaa ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä elokuvia ja ohjelmia ovat suora osto, tilaustuotanto ja yhteistuotanto. Suorassa ostossa televisioyhtiö ostaa valmiin elokuvan tai ohjelman televisioesitysoikeudet. Tilaustuotanto tarkoittaa taas sitä, että televisioyhtiö tilaa ohjelman ulkopuoliselta tuottajalta. Yhteistuotannossa televisioyhtiö ja ulkopuolinen tuotantoyhtiö ovat molemmat ohjelman tuottajia. Suomalaisen elokuvatuotantojärjestelmän yhteydessä ennakko-osto sekoitetaan yleisesti yhteistuotantoon ja esitetään, että tuotantoyhtiöt tekevät elokuvia yhteistuotantoina Yleisradion kanssa. Yleisradio ostaa myös elokuvantekijöiltä käsikirjoituksia ja käyttää ulkopuolisia free lance työntekijöitä, lähinnä ohjaajia, omassa ohjelmatuotannossaan.

Elokuvien televisio-oikeuksien ennakko-oston etu ja merkitys suomalaiselle elokuvatuotantojärjestelmälle liittyy siihen, että suomalaisilla tuotantoyhtiöillä ei ole riittävästi omaa pääomaa, jolla ne tuotantotuen lisäksi voisivat rahoittaa elokuvien tekemisen. Elokuvien tekeminen on niin kallista, että tuotantoyhtiöillä ei ole varaa tehdä elokuvaa valmiiksi ja myydä sen televisio-oikeuksia vasta sitten televisioyhtiöille. Tällainen on mahdollista vain poikkeuksellisen pienen budjetin elokuvien kohdalla. Suomessa elokuvan tekeminen rahoitetaan lähes yksinomaan televisio-oikeuksista saaduilla tuloilla ja elokuvasäätiön ja AVEK:n tuotantotuella. Televisio-oikeuksien myymistä etukäteen käytetään myös maissa, joissa tuotantoyhtiöt ovat suurempia. Esimerkiksi Yhdysvalloissa Hollywoodin majors-yhtiöt toimivat yhä yleisemmin tällä tavoin (Wasko 1994). Yhdysvalloissa tuotantoyhtiöt ovat suurempia ja niillä on enemmän omaa pääomaa, mutta siellä myös elokuvien budjetit ovat vastaavasti suurempia.

Esitysoikeuksia koskevat yksityiskohdat vaihtelevat hieman elokuvasta toiseen. Yleensä Yleisradio ostaa oikeudet kahteen tai kolmeen esityskertaan. Usein Yleisradion on käytettävä nämä oikeudet kahdeksan vuoden aikana, minkä jälkeen ne palaavat tuotantoyhtiölle. Elokuvien muut levitysoikeudet jäävät tuotantoyhtiölle. Ei-kaupalliset kasettioikeudet kuitenkin siirtyvät kolmen vuoden kuluttua Yleisradiolle, ellei tuotantoyhtiö ole niitä siihen mennessä käyttänyt. Yleisradio käyttää näitä oikeuksia ohjelmien levittämiseen tallennepalvelunsa kautta esimerkiksi kouluihin ja laitoksiin. Ulkomaanmyyntioikeuksista tuotantoyhtiö ja Yleisradio sopivat tapauksittain erikseen. Mikäli ne jäävät Yleisradiolle, hoitaa Yleisradion ulkomaanmyyntiyksikkö myymisen. Ulkomaanmyynnistä saaduista tuloista vähennetään myynnin kustannukset ja jäljelle jäävät tulot Yleisradio ja tuotantoyhtiö jakavat. Mahdollisesti tuotantoyhtiö on myynyt itse joidenkin maiden, lähinnä muiden Pohjoismaiden, televisio-oikeudet etukäteen. Aikaisemmin Yleisradiolla ja elokuvatuottajilla oli puitesopimus, jossa määriteltiin esimerkiksi esitysoikeuksia ja minimihintoja koskevia sopimusehtoja. Kilpailuvirasto kuitenkin kielsi sopimuksen vuonna 1993. Vaikka puitesopimus ei nykyään ole virallisesti voimassa, sovelletaan sen sisältämiä ehtoja käytännössä edelleen.

Yleisradio maksaa osan ennakko-ostojen hinnasta rahana ja osan antamalla tuotantoyhtiön käyttöön elokuvan tekemiseen kalustoa ja palveluja. Haastateltujen mukaan elokuvan televisio-oikeuksille sovitaan ensin hinta ja sen jälkeen katsotaan, minkälainen osuus hinnasta on mahdollista ja tuotantoyhtiön kannalta tarkoituksenmukaista maksaa kalustona ja palveluina. Kalusto voi olla esimerkiksi valotekniikkaa tai puvustamon ja rekvisiitan tarvikkeita. Palvelut taas voivat olla esimerkiksi kuvaajan tai filmilaboratorion käyttämistä. Kaikkiin ennakko-ostosopimuksiin ei sisälly palveluiden tai kaluston käyttöä.

Mahdollisuus maksaa osa elokuvien hinnasta edellä kuvatulla tavalla on ollut Yleisradiolle merkittävä etu. Sen on arvioitu maksavan ulkopuolisilta hankkimistaan elokuvista ja ohjelmista 30 – 35 prosenttia palveluilla (Erikson 1994). Yleisradion ohjelmalinjoille käytäntö on merkinnyt lisää resursseja elokuvien ostamiseen varsinaisen budjetin lisäksi. Palvelut ovat olleet niille rahaa tai ne ovat korvanneet selvää rahaa. Mitä enemmän ne ovat voineet maksaa elokuvia kalustolla ja palveluilla, sitä enemmän ne ovat voineet elokuvia ostaa. Ohjelmalinjoille kalusto ja palvelut taas ovat olleet ilmaisia. Ohjelmalinjojen ei ole tarvinnut maksaa niistä myöskään omassa tuotannossa. Ainoan rajoituksen on muodostanut se, kuinka paljon kalustoa tai palveluja on ollut vapaana.

Vuoden 1994 alussa ohjelmalinjojen tilanne ennakko-oikeuksien maksamisessa muuttui. Yleisradiossa siirryttiin sisäiseen hinnoitteluun ja yksikkökohtaiseen budjetointiin, ensiksi TV2:ssa ja myöhemmin myös muualla. Ohjelmayksiköt saivat oman budjetin, josta ne joutuvat maksamaan kaikki kulunsa myös Yleisradion oman kaluston ja palvelujen käytön. Ohjelmalinjat voivat edelleen maksaa ulkopuolisille tuotantoyhtiöille eloku-

vista kalustolla ja palveluilla, mutta nyt niiden käyttö maksetaan ohjelmalinjojen budjetista. Se, onko kalustolla ja palveluilla maksaminen edullisempaa kuin rahalla maksaminen riippuu siitä, minkälaisia hintoja Yleisradion sisäisessä hinnoittelussa käytetään. Uudistuksen seurauksena ohjelmalinjat voivat toisaalta myös itse ostaa omassa tuotannossaan tarvitseman kaluston ja palvelut halutessaan ulkopuolisilta yhtiöiltä.

Elokuvatuotantoyhtiöiden näkökulmasta Yleisradio ei ole vain yksi potentiaalinen rahoituksen lähde vaan muutaman samassa isossa talossa istuvan rahoittajan ryhmä. Yleisradiossa on nimittäin useita yksiköitä, jotka ostavat kotimaisia elokuvia. Tuottajilla on tämän seurauksena enemmän vaihtoehtoisia tahoja, joista rahoitusta voi koettaa saada, aivan kuten elokuvasäätiössä. Elokuvantekijöiden toimintaympäristö ei ole siten aivan niin yksinkertainen kuin miltä aluksi saattaa vaikuttaa.

Ennakko-ostojen hoitaminen on TV1:ssä, TV2:ssa ja FST:ssä järjestetty hieman eri tavalla. TV1:ssä niille on oma erillinen yksikkö, jonka nimi on harhaanjohtavasti yhteistuotanto-ohjelmat, sillä yksikkö ei tee yhteistuotantoja. TV2:ssa dokumentteja ostaa Dokumenttiprojekti ja näytelmäelokuvia draamalinja. FST:ssä yksi ihminen hoitaa kaikkien kotimaisten ohjelmien ostamisen ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä. Edellämainittujen yksiköiden lisäksi myös muut yksiköt ostavat ulkopuolisten tuotantoyhtiöiden elokuvia ja ohjelmia, mutta kuitenkin niin vähän, ettei niillä ole kovin suurta merkitystä tuotantoyhtiöiden kannalta.

TV2:ssa ja FST:ssä elokuvien ostaminen liittyy kiinteämmin niiden koko toimintaan, sekä ohjelmiston luomiseen että omaan ohjelmatuotantoon, kuin TV1:ssä. TV1:n yhteistuotanto-ohjelmilla ei nimittäin ole kanavan ohjelmakaaviossa omia ohjelma-aikoja. Yksikkö ei voi ennakko-ostosopimuksia tehdessään tietää minä viikonpäivänä ja mihin aikaan elokuva tullaan esittämään. Tämän seurauksena elokuvien ostaminen ei perustu suunniteltuun ohjelmaprofiiliin. Tarjottuja elokuvia tarkastellaan silloin enemmän erillisinä elokuvina kuin ohjelmiston osina.

TV2:n Dokumenttiprojektille ja draamalinjalle sekä FST:lle on ohjelmakaaviossa varattu omia paikkoja. Yksiköt pystyvät suunnittelemaan itselleen ohjelmaprofiilin, jossa ohjelmat on sijoitettu tietyille viikonpäiville ja kellonaikoihin. Ennakko-ostot ovat vain osa tuota ohjelmaprofiilia. Dokumenttiprojekti pyrkii rakentamaan itselleen tunnistettavaa profiilia kotimaisten tuotantoyhtiöiden elokuvien lisäksi ulkomaisista dokumenteista ja jossain määrin myös Yleisradion henkilökunnan tekemistä ohjelmista. Draamalinjan ohjelmisto koostuu omasta tuotannosta ja ennakko-ostoista. FST:ssä, dokumenttiprojektissa ja draamalinjassa tarjottuja elokuvia tarkastellaan myös osana niiden koko ohjelmistoa, ei pelkästään yksittäisinä elokuvina.

TV1:n yhteistuotanto-ohjelmien mukaan siitä, että yksiköllä ei ole omaa ohjelmapaikkaa, on myös etua. Yksikkö voi vapaammin valita ostettavat elokuvat kun sen ei tarvitse miettiä niiden muodostamaa kokonaisuutta. Omaan ohjelmapaikkaan liittyy myös sellainen ongelma, että

ulkopuolisten tuotantoyhtiöiden elokuvien valmistumista ei aina voi ennakoida, mikä vaikeuttaa ohjelmiston suunnittelua. Toisaalta jos elokuvan esittämisen ajankohta päätetään vasta elokuvan valmistuttua, se saattaa mennä melko pitkälle eteenpäin.

FST:ssä ja draamalinjassa ennakko-ostot liittyvät myös yksiköiden omaan ohjelmatuotantoon. FST:ssä ohjelmien hankinnasta vastaava henkilö tekee päätökset yhdessä fakta- ja fiktio-ohjelmista vastaavan päällikön kanssa. Draamalinjassa ennakko-ostoja tekevät henkilöt vastaavat myös linjan omasta draamatuotannosta. Tämä tarkoittaa sitä, että tarjottuja elokuvia tarkastellaan suhteessa siihen, minkälaisia ohjelmia itse ollaan tekemässä. Esimerkiksi jos draamalinjalla on tekeillä oma suuri fiktiotuotanto, rakentuu ulkopuolisilta hankittava ohjelmisto sekä sisällöllisesti että budjetillisesti tämän rinnalle. Samanlaista suurta tuotantoa ei ohjelmistoon tarvita, eikä sellaista ole varaa ostaa. Dokumenttiprojekti ei itse tee ohjelmia.

Ennakko-ostoina hankituista elokuvista rakennetaan osa ohjelmaprofiilia kuitenkin lähtien liikkeelle siitä, minkälaisia elokuvia tuotantoyhtiöt tarjoavat. Kaikki haastatellut yleisradiolaiset sanoivat, että tuotantoyhtiöiltä ei pyydetä tai heitä ei ohjata tekemään tietynlaisia elokuvia.

Ennakko-ostojen liittymisellä edellä kuvatulla tavalla yksikön omaan tuotantoon on se seuraus, että yksikön budjettia supistettaessa se pyrkii työllistämään ensin oman henkilökunnan työpaikat, minkä seurauksena elokuvia ostetaan vähemmän ulkopuolisilta tekijöiltä.

Elokuvan televisio-oikeuksien myyntiprosessissa on paljon samoja piirteitä kuin tuen hakemisessa elokuvasäätiöltä tai AVEK:sta. Tuotantoyhtiöiden ensimmäisen yhteydenoton jälkeen niitä pyydetään lähettämään elokuvasta jonkinlainen lyhyt kuvaus ja usein myös mahdollinen käsikirjoitus. Mikäli Yleisradion yksikkö on niiden lukemisen jälkeen kiinnostunut järjestetään tuottajan kanssa palaveri. Siinä keskustellaan pitkälti samantyyppisistä kysymyksistä kuin elokuvasäätiön ja AVEK:n tuotantoneuvojien ja tuotantoyhtiöiden tapaamisissa eli elokuvan sisällöstä, tekijöistä, tuotantosuunnitelmasta ja aikataulusta, budjetista ja rahoituksesta. Tuotantoneuvojien tapaan elokuvien ostajat esittävät näkemyksiään ja ideoitaan elokuvaidean kehittämisestä. Osa haastatelluista pitikin ennakko-ostoa huonona terminä, sillä kyse on useimmiten ostamista pidemmälle menevästä yhteistyöstä. Elokuvaa ideoidaan ja suunnitellaan yhdessä.

Yleisradioon tarjotaan elokuvia huomattavasti enemmän kuin niitä ostetaan tai voidaan ostaa. TV1 yhteistuotanto-ohjelmien arvion mukaan ehdotuksia voi tulla eri muodoissa jopa 20 – 30 kappaletta viikossa. Jatkoon niistä pääsee alle kymmenen prosenttia.

Yleisradiossa ostettujen elokuvien tekemistä pyritään jonkin verran seuraamaan myös käsikirjoitus ja ideointivaiheen jälkeen. Kuvauksien jälkeen käydään katsomassa kuvattua materiaalia. Lisäksi ennen kuin elokuva lyödään lopullisesti lukkoon, tuotantoyhtiöt kutsuvat Yleisradion yksi-

kön katsomaan materiaalin, jolloin siihen voi vielä tehdä muutosehdotuksia.

FST:n tapa ostaa elokuvia ulkopuolisilta tekijöiltä eroaa jonkin verran TV1:n ja TV2:n toiminnasta lähinnä sen vuoksi, että FST on niitä taloudellisilta resursseiltaan pienempi yksikkö. FST esimerkiksi rahoittaa myös sellaisia tuotantoja, joita ei tee varsinainen tuotantoyhtiö vaan yksittäinen henkilö, joka ei välttämättä ole edes ammattimainen elokuvantekijä. Kyse voi olla henkilöstä, jolla on hänelle itselleen henkilökohtaisesti tärkeä aihe, josta hän haluaa tehdä pienen elokuvan tai ohjelman. Usein tällaiselle tekijälle annetaan apua ohjelman tekemisessä. Useimmiten tällaisissa tapauksissa on kyse halvoista tuotannoista. TV1 ja TV2 sensijaan ostavat elokuvia vain tuotantoyhtiöiltä. Tämä johtuu pitkälti siitä, että osa rahoituksesta tulee elokuvasäätiöstä ja/tai AVEK:sta, jotka myöntävät tuotantotukea vain yrityksille. TV1:n yhteistuotanto-ohjelmissa on pyrittykin nimenomaan siihen, että yhteyttä eivät ottaisi yksittäiset elokuvantekijät, joilla ei ole vielä tuotantoyhtiötä elokuvalleen.

FST:n ulkopuolisten tuotantoyhtiöiden käyttöä rajoittaa se, että yksikkö ei voi lähteä vuodessa kuin muutamaan tuotantoon mukaan. Myös TV1:ssä ja TV2:ssa pidettiin niiden ennakko-ostoon käytettävissä olevia rahoja niin pieninä, että suurien ja kalliiden elokuvien ostaminen on vaikeaa.

4.4 Rahoituksen kokonaiskuvio

Elokuvatuotantoyhtiöt, elokuvasäätiö, AVEK ja televisioyhtiöt muodostavat suomalaisen elokuvatuotantojärjestelmän rungon. Ne kaikki tarvitsevat enemmän tai vähemmän toisiaan ja ovat toisistaan riippuvaisia. Kaikkein riippuvaisimpia ovat tietenkin elokuvatuotantoyhtiöt, sillä ilman rahoitustahan ei elokuvia voi tehdä. Rahoittajat tarvitsevat toisiaan lähinnä siksi, että kaikilla niillä on vähän rahaa. Elokuvasäätiön ja AVEK:n määrärahat eivät yksinään riittäisi pitämään yllä nykyisenlaajuista elokuvatuotantoa. Yleisradion yksiköiden taloudelliset resurssit taas eivät riittäisi nyt ulkopuolisilta ostettujen elokuvien tekemiseen itse pelkästään omalla rahoituksella. Kaikki rahoittajatahot haluavat käytettävissä olevilla resursseillaan nähdä mahdollisimman paljon elokuvia valmiina. Tuen jakajat pyrkivät tukivaroillaan pitämään yllä mahdollisimman laajaa elokuvatuotantoa ja televisioyhtiöt haluavat saada ennakko-ostoihin käytettävissä olevalla rahalla mahdollisimman paljon elokuvia ohjelmistoonsa.

Keskinäinen riippuvaisuus tarkoittaa myös sitä, yhden tahon jo myöntämä rahoitus on edelleen riippuvainen toisten tahojen päätöksistä. Eli vaikka dokumenttielokuva on saanut tuotantotukea esimerkiksi AVEK:sta tai elokuvasäätiöstä, niin elokuvan tekemisen edellytyksenä on käytännös-

sä jonkun Yleisradion yksikön mukaanlähteminen. Tuotantoyhtiön asema tällaisessa tilanteessa on huonoin. Jos mikään Yleisradion yksikkö ei osta kyseistä elokuvaa ja tuotanto peruuntuu, niin myös myönnetty tuotantotuki jää käyttämättä. Tuotantoyhtiö ei tällöin pääse tekemään elokuvaa ja sen on alettava kehittämään uutta hanketta, mikä vie oman aikansa. Elokuvasäätiö ja AVEK sen sijaan voivat myöntää käyttämättä jääneen tuotantotuen jollekin toiselle elokuvalle ja televisioyhtiöt voivat ostaa jonkun toisen elokuvan.

Kuten aiemmin todettiin on elokuvantekijöille tarjolla hieman useampi vaihtoehtoinen rahoituskanava kuin miltä saattaa vaikuttaa. Elokuvasäätiössä on itse asiassa kolme tuenjakajaa ja Yleisradiossa on useita yksiköitä, jotka ostavat elokuvia. Suomalaisen elokuvatuotannon kannalta on luonnollisesti hyvä asia, että päätöksiä tekee useampi ihminen. Rahoituslähteiden keskinäinen riippuvuus kuitenkin lisää yksittäisen päätöksentekijän merkitystä, vaikka vaihtoehtoisia rahoittajia onkin hieman enemmän. Rahoituspäätöksiä tekevien hieman suurempaan määrään liittyy myös se ongelma, että jos tahoja on liikaa, ei kellään ole kovin paljoa rahaa käytettävissä. Kaikki voivat tällöin lähteä mukaan ainoastaan pieniin elokuvatuotantoihin. Lisäksi tuottaja joutuu odottamaan useiden rahoittajien päätöksiä, mikä pidentää rahoituksen järjestämiseen kuluvaa aikaa.

Rahoittajien keskinäinen riippuvaisuus on herättänyt myös jonkin verran ärtymystä. Elokuvasäätiössä ja AVEK:ssa on arvosteltu Yleisradion yksiköitä siitä, ne lähettävät elokuvaansa tarjoavan tuotantoyhtiön ensin niiden luokse hakemaan esimerkiksi käsikirjoitustukea. Toisaalta Yleisradiossa koetaan, että AVEK päätöksellään pyrkii sitomaan tai asettaa paineita Yleisradiolle. AVEK voi nimittäin myöntää tuotantotukea elokuvalle, vaikka muu rahoitus ei ole kunnossa, mutta rahoja ei makseta ennenkuin se on järjestynyt. Tällaisessa tilanteessa tuotantoyhtiöt sanovat Yleisradiossa, että elokuvan tekeminen on enää Yleisradiosta kiinni. Yleisradiota on arvosteltu myös liian alhaisista maksetuista hinnoista eli sen on katsottu saavan ennakko-ostoilla elokuvia liian edullisesti. Tosin Yleisradio maksaa elokuvista suorissa ostoissa, eli valmiista elokuvista, vähemmän kuin ennakko-ostoissa. Osa haastatelluista yleisradiolaisista myönsikin, että nykyisisiä tuottajille maksettavia hintoja ei voi enää laskea, sillä osa tuotantoyhtiöistä ei pysyisi siinä tapauksessa enää hengissä. He toivat hinnoista puhuttaessa esiin Yleisradiossa näihin yksiköihin kohdistuvat paineet saada annetulla budjetilla hankittua mahdollisimman paljon ja mahdollisimman hyviä elokuvia.

Yleisradion voi sanoa tarvitsevan ulkopuolisia tuotantoyhtiöitä myös muuten kuin vain taloudellisista syistä. Ostamalla elokuvia ulkopuolisilta Yleisradio pystyy lisäämään ohjelmistonsa monipuolisuutta. Ostetut elokuvat poikkeavat yhtiön omasta tuotannosta. Kaikki haastatellut toivat tämä esiin selvästi sanoen pyrkivänsä ostamaan elokuvia, joiden ilme poikkeaa Yleisradion omien ohjelmien ilmeestä. He sanoivat nimenomaan

pyrkivänsä ostamaan nimenomaan elokuvia eikä elokuvia, jotka ovat itseasiassa televisio-ohjelmia. Televisio-ohjelmia Yleisradio voi tehdä itse. Kyse ei ole pelkästään siitä, että Yleisradiossa ei tehdä varsinaisia elokuvia vaan myös siitä, että tekemis- ja tuotantotapa vaikuttaa elokuvan tai ohjelman sisältöön ja että ulkopuolisten tuotantoyhtiöiden tapa tehdä elokuvia poikkeaa Yleisradion tavasta.

Keskinäisestä riippuvaisuudesta ja siihen liittyvistä ongelmista huolimatta molemmat haastatellut tuotantoneuvojat ja Yleisradion edustajat olivat sitä mieltä, että yhteistyö sujuu käytännössä erittäin hyvin ja joustavasti.

Kirjallisuus

Erikson, Bengt (1994): Selvitys audiovisuaalisen liiketoiminnan kehittämisestä. Kauppa- ja teollisuusministeriön tutkimuksia ja raportteja 51/1994. Helsinki.

Gittlin, Todd (1983): Inside Prime Time. How networks decide about the shows that rise and fall in the real world behind the tv screen. Pantheon Books. New York.

Har kort- og dokumentarfilmen i Norden en fremtid? -forslag til at styrke den uafhaengige produktion og distribution. TemaNord 1994:602. Nordisk Ministerråd. 1994.

Joukkoviestintätilasto 1994. Tilastokeskus. Kulttuuri ja viestintä 1993:8.

Kohvakka, Rauli (1993): Nuoret elokuvaohjaajat elokuvatuotannon kentällä. Tekeillä oleva lisensiaattityö.

Lassila, Juha (1989): Riippumattomat televisiotuottajat. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 17.

Negus, Keith (1993): Producing Pop. Culture and Conflict in the Popular Music Industry. Edward Arnold. London. 1992.

Oesch, Pekka (1994): Taskurahat. Tutkimus elokuvatekijöiden taloudellisesta asemasta vuosina 1989 ja 1992. Taiteen keskustoimikunta.

Rinta, Timo (1994): Tuotantoa talon tapaan. Katsauksessa ohjelmatuotantoalan yritykset. Visio 5/1994.

Rapport de la Cellule de Réflexion sur la Politique Audiovisuelle dans l'Union Européenne. Office des publications officielles des Communautés européenne. 1994.

Film production: the growing importance of co-production. Screen Digest. July 1994.

Selvitys audiovisuaalisen alan yrityksistä. Tilastokeskus. Palvelut 1993:3. Helsinki. 1993.

Strategy Options to Strengthen the European Programme Industry in the Context of the Audiovisual Policy of the European Union. Green Paper. European Commission. 1994.

Suihko, Jaana & Wuolle, Markus (1992): Dokumenttifilmituotannon taloudellinen toimintaympäristö. Suomen elokuvasäätiö & Audiovisuaalisen viestintäkulttuurin edistämiskeskus. 1992. Helsinki.

Suomalainen elokuva- ja televisiotuotanto. Rakenne, kehitys ja markkinat. Gorilla Intellect Oy. Helsinki.1993.

Televisio-ohjelmien tuotanto YLE:n ja MTV:n ulkopuolella. Liikenneministeriö. Julkaisuja 22/1994. Helsinki. 1994.

Undersogelse af film og TV distribution i Norden. TemaNord 1994:598. Nordisk Ministerråd. 1994.

Wasko, Janet (1994): Hollywood in the Information Age. Polity Press. Cambridge.

Williams, Raymond (1975): Television. Technology and cultural form. Routledge. London. 1975.

5 English summary

5.1 Production of audio-visual programmes and films in Finland

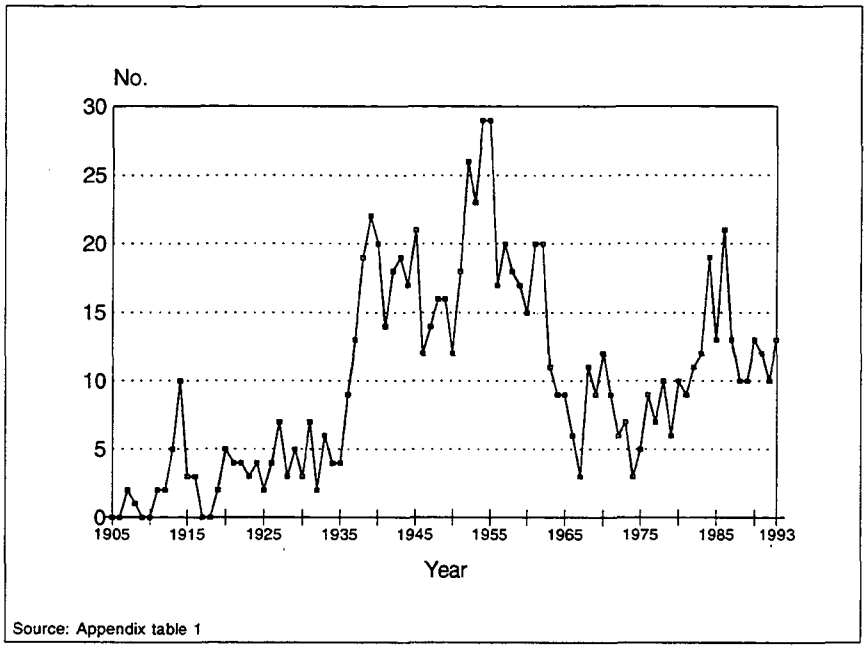
The aim of this report is to provide a basic picture of audiovisual production in Finland. It therefore examines the makers and making of films, television & video programmes, and advertisements, the emphasis being on film production. Not quite all the fields of audiovisual production are thus covered, since e.g. video art and music videos are excluded. In speaking of TV programme production, only the production outside the big television companies, i.e. by the independent sector, is described. The report is based on a number of statistical sources and interviews with persons working in the field.

5.1.1 Volume of production

Films of different kinds are at present made in Finland at a total rate of 60 to 80 a year. This includes features and short films, long and short documentaries, and animations. About a dozen features are made every year; their number varies somewhat in the statistics depending on the definition used. According to the statistics of the Finnish Film Foundation, 13 new Finnish films were premiered in 1993 (Figure 1 on page 11). Yet in the same year, as in 1992, the State Office of Film Censorship inspected 20 feature films. The difference springs from the fact that the State Office of Film Censorship also classified films lasting slightly under one hour as features, whereas the Film Statistics reports count them as short films.

Production of featurelength films in Finland reached its peak in the period from the late 1930s to the early 1960s (Figure 2). The Finnish film industry enjoyed a boom just before the Second World War, and during the war succeeded in maintaining film production at the prewar level. In the 1950s production showed a further increase. During this golden era of film production over 20 featurelength films were almost regularly produced each year, and in many years close on 30. The output of short films was also many times that of the present day. The reason for this high production rate was that at that time the Finns went to the cinema ten times more often and watched more Finnish films than they do today.

Figure 2 Feature-length films made in Finland, 1907 – 1993



Source: Appendix table 1

From the point of view of the film makers, the world took a complete change of course in the early 1960s. People stopped going to the cinema, and the production of films plummeted as a consequence. It was rare for more than ten Finnish films to be premiered in any year. In some years no more than three new Finnish films reached the cinemas. In the course of this decade the entire system of film production was revolutionised. The old, big production companies went out of business. It was no longer possible to finance production out of revenue from cinema ticket sales, and production came to rely on cultural support from the state.

In quantitative terms at least, Finnish film production managed to raise itself from this trough in the late 1970s and early 1980s, since when the production of fulllength feature films has remained more or less steady – 1984 and 1986, when slightly more films were released, were exceptions. Although Finnish film production is now said to be once again, or should one perhaps say still, in a state of crisis, the outlook is not as gloomy as it was in the 1960s and 1970s.

In terms of the number of productions, Finland is one of the small European film countries, at least as regards feature films (Figure 3 on page 15). The country producing most films in Western Europe is France. In Finland, as in most other Western European countries, the production of feature films is about one tenth of that in France. European debate on

film policy would do well to remember the differences in size of the film industries in various countries, along with the fact that the problems of the small countries are to some extent unlike those in countries making ten times more films.

Filmmakers in Finland have to operate on a much smaller budget than their counterparts in most European countries (Figure 4 on page 16). The average budget for the feature films made in Finland in 1993 was FIM 3.5 million, as against about FIM 20 million in France. Also in the other Nordic countries, which produce approximately the same number of films as Finland, the films are more expensive, the average being about FIM 10 million per film in Sweden, Norway and Denmark in 1993. Western Europe is now making cheaper films than it used to, for although the second biggest number of films in ten years was made in 1993, less money was spent on them than at any other time in ten years (Screen Digest, July 1994). The total production costs of the featurelength films made in Finland in 1993 was FIM 46.2 million (Nordic Feature Films. Facts & Figures).

Features are only one genre of film production – a fact that has tended to be overlooked in recent film policy debate. In speaking of film making and its problems, only features have been included. Yet just over 50 documentaries and short films are made in Finland every year, about two thirds of them documentaries and the majority of these short ones (Table 2 on page 17). (Stenderup 1994). The number of featurelength documentaries varied in the 1980s from one or two to just under ten. Finland's film production varies from that in the other Nordic countries in that Finland clearly produces more documentaries and short films, and fewer animations.

The majority of the Finnish films are shown on TV. Television has in fact become the main channel for screening films, and films constitute a major share of the television programmes. The term 'television programmes' is used in this report to denote programmes for which television is in practice the only screening channel. Examples are quizzes, topical programmes and series.

Much of the funding of films comes from the advance sale of television rights. Yet the television company is only one of a number of financing sources in film production, the others being Finnish and international film foundations, and possibly foreign TV companies. The TV company is, by contrast, the only financier of TV programmes proper and the production company covers the costs of making a programme with the money paid for it by the TV company.

In 1993 MTV Finland, the Finnish TV company financed out of advertising revenue, purchased about 500 hours of programmes from independent production companies to an estimated gross value of FIM 50 – 60 million (Erikson 1994). MTV Finland buys almost only series, such as quizzes, entertainment series, topical programmes and sports broadcasts.

The company also often shows Finnish features chopped up into serials consisting of halfhour episodes. MTV Finland buys very few individual programmes, calculating that by showing series it can win a bigger regular audience.

The Finnish Broadcasting Company (YLE) buys and shows the bulk of the Finnish film production, both fictions and documentaries. It does not buy very many TV programmes apart from these. In 1993 YLE bought an estimated total of 240 hours of programmes amounting to about FIM 47 million, the bulk of them films.

In terms of hours, the cable TV companies buy a large number of programmes from independent production companies: an estimated 1,000 hours or so in 1993 (Erikson 1994). The cable TV companies do not, however, have the resources to buy expensive programmes; the gross value of their purchases is not very high, totalling around FIM 20 million in 1993 (Erikson 1994).

The category 'video programmes' consists of many types of programmes, such as videos for training, demonstration, information, recreational and marketing purposes. It also includes video art and music videos. The diversity within the category is a consequence of the fact that programmes made by video techniques are cheap both to make and to show. Video technique is also versatile in that it can be used to make very different types of programmes that can be screened in numerous different situations.

The statistics on video production cover only programmes intended for rental or sale or for public screening. In Finland such programmes must be inspected by the State Office of Film Censorship, or at least the Office must be informed of them. No statistics exist on the videos made by companies, institutions and organisations for their own internal use.

Over the past couple of years the State Office of Film Censorship has inspected about 50 Finnish video programmes designed for public screening. Most of these have been for showing at trade fairs and exhibitions, over hotel TV networks, and karaoke videos for use in restaurants. Among the video programmes presented for inspection there are also some video versions of films intended for general distribution in the form of film copies.

In 1993 slightly over 300 Finnish video programmes for rental or sale were submitted for inspection. There are no precise statistics on their contents, but some sort of picture can be obtained from the names of the programmes and the establishments submitting them for inspection. A very great proportion of these videos are, as may be expected, in fact films or TV programmes. About a third are features, most of them old. Then there are almost as many documentaries, probably mostly films and TV programmes. Only about two thirds of the videos for cassette distribution inspected thus constitute video production proper in the meaning defined in this report. The biggest category within these videos are hobby prog-

rammes on subjects such as sports & physical exercise, hunting & fishing, motor sports, pets and handicrafts. Other programme types include religious programmes, music programmes, information and other programmes for the deaf, and karaoke cassettes.

Commercial television has a long history in Finland, for advertising was, by international comparison, permitted on Finnish television at an exceptionally early date. The production of advertisement films has, at least quantitatively, grown in the past few years. In 1993 MTV Finland showed about 4,700 new advertisements (Table 4 on page 22). About 10% of these were of foreign origin, but some of them had Finnish texts and voices.

5.1.2 *Production companies*

There are in Finland about 500 companies in all producing films, TV & video programmes, and advertisements. This figure was revealed by various sources, such as the film foundations' records of support decisions, lists of films inspected, MTV Finland's statistics on advertisements shown, the same company's lists of the production companies it used, and so on. These companies were counted in 1992 and 1993.

At the moment there are slightly more than 150 companies in Finland making films. They had completed at least one film in 1992 or 1993 or they had at least one film in or nearing production. All types of films are included in the count. There are in the field also a certain number of film production companies not active at the moment but which are still in business.

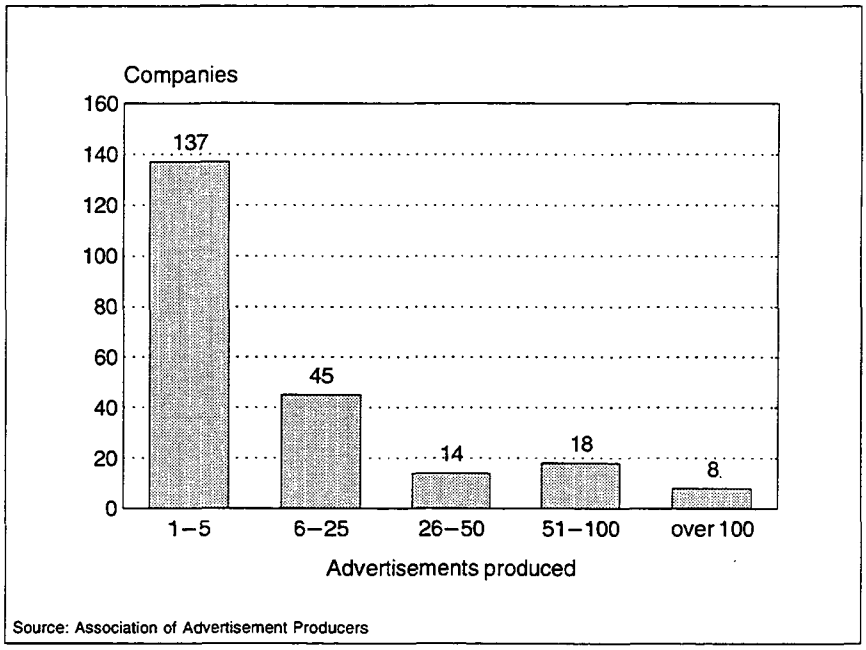
One fifth of the film production companies make feature films. Some of them are, however, only partial producers. The majority of the film production companies, 120 of them, make only documentaries or short films.

MTV Finland has in the past few years bought television programmes from about 20 companies. From half of these it buys relatively few programmes, such as one small series only.

Finland has just under 100 companies proper producing TV advertisements, i.e. companies with regular advertisement production on a fairly large scale. All in all TV adverts were in 1993 produced by 222 companies (Figure 6), though 137 of them made only a few.

No precise statistics exist on the number of video production companies, but some sort of picture can be deduced from the information collected by the magazine Visio in autumn 1994. Of the audiovisual production companies which replied to the questionnaire, about 60 stated they specialised in video production in general or, for example, the making of corporate, training, demonstration or music videos. There are in

Figure 6 Companies making advertisements shown by MTV Finland according to the number of advertisements made, 1993



Source: Association of Advertisement Producers

all probability more video production companies in operation, especially small ones.

Combining various genres of audiovisual production is not very usual. It seems to be most common for a company to make both video programmes and TV adverts. Two thirds of the companies specialising in video production listed in the magazine Visio also make adverts. Many of the advert production companies proper also make video programmes. Combining video programmes with advert production is presumably easy, because both use the same production techniques. Some of the customers may also be the same.

It is difficult to combine TV programme making with other operations on any very broad scale. This is to a great extent explained by the fact that MTV Finland buys almost only series, and making a series occupies the company's production staff so fully that it is difficult to find time for the staff to make advertisements or films in between. True, about half the companies making programmes for MTV Finland also produced adverts, but, apart from a couple of companies, only a few adverts a year. In summer, when the majority of the TV series are off for the summer, the production companies do have an opportunity to make e.g. films, and some of them do.

Nor is it very common to combine film making with some other form of audiovisual production. One reason for this is that the film shooting periods are extremely intensive, especially for a feature film. The shooting may take several weeks, long hours are put in and the location is often far from home. Such periods, calling for complete commitment, are not possible if the company engages in other regular operations needing daily onthespot attention.

Although it is not common to combine different forms of audiovisual production on a very wide scale, it is nevertheless possible. But then the company must have sufficient staff to be able to make, say, a television series, advertisements and short films simultaneously.

People, by contrast, tend to transfer from one sector of audiovisual production more readily than companies. Film production relies almost exclusively on freelancers, and they are widely employed in other areas, too. As a result it is, for example, possible for a director to make some adverts or TV programmes in between films. For many film makers, especially the young ones, working in other fields of audiovisual production is a financial necessity.

This report examines the structure of companies engaged in audiovisual production according to turnover, size of staff and company age by drawing on statistics taken from the Business Register of Statistics Finland. In the Business Register companies are classified according to the international Standard Industrial Classification (SIC). Companies operating in the field of film and video production (9111) were therefore taken from the Register. This category includes the production of films, television & video programmes, and advertisements. It also includes the sale of services required in film and programme production. The Business Register statistics are for 1992.

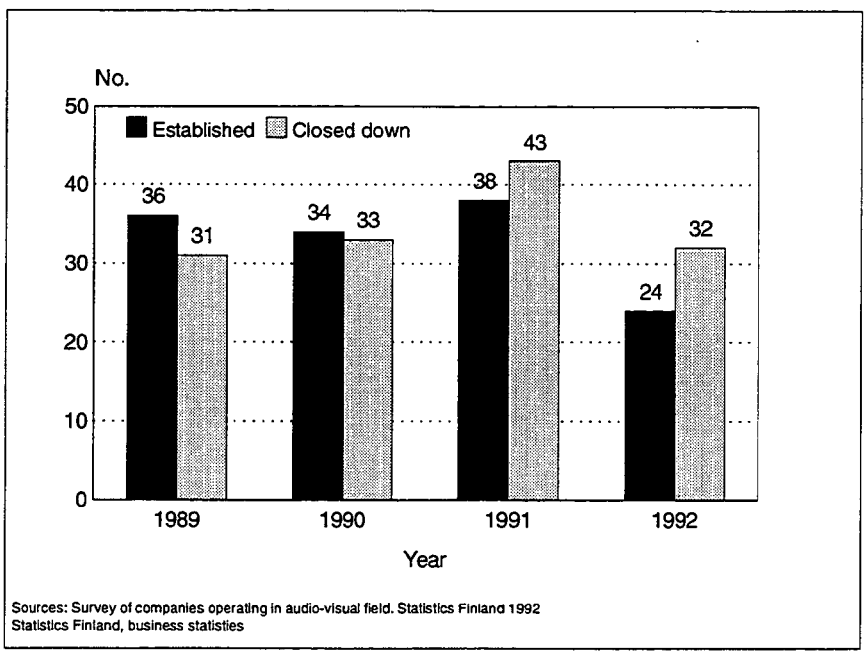
The sample taken from the Register differs slightly from the companies described earlier in this chapter and on which information was collected from several different sources. There are, among other things, over 100 fewer production companies in the Business Register. The difference between the two samples is due to the fact that some of the companies making films, television & video programmes and advertisements are classified in the Business Register under some other heading which describes their main field of operation. Despite the difference, the Business Register does nevertheless well reflect the corporate structure of the field.

One typical aspect of Finnish audiovisual production is the large number of small companies. According to the Business Register, nearly 90% of the companies operating in the field have a staff of under five (Figure 7 on page 35). There are also very many companies with a small turnover (Figure 9 on page 39). Even the big companies are not very big; only a few per cent have a turnover of FIM 10 million or more.

The turnover among companies in audiovisual production is considerable, especially among small ones. Of the companies operating in 1992, one fifth had been established in 1992 or 1991 (Table 8 on page 38). The high turnover rate can mainly be explained by the low threshold to entering the field. Video technology is already so inexpensive that a small video production company can be set up with little capital. It likewise takes little money to establish a film production company, because larger expenses are not incurred until the company starts making a film. This, in turn, it does not do until it has found financing for the film from the foundations distributing public support and the television companies. True, there are some older companies operating in the audiovisual field; just under 30% of companies were founded before 1985.

The company turnover in audiovisual production annually amounts to some 10% of the total number of companies (Figure 9). The recession has not had much impact on the founding and disbanding of companies. There was a small peak in the curve showing companies that disbanded in 1991, and slightly fewer new companies were set up in 1992 than in previous years. The economic recession has clearly caused more companies to quit the field through bankruptcy. Sixteen companies went into liquidation in 1991, i.e. three times as many as in the preceding years (Figure 10 on page 40).

Figure 9. Film and video production companies (SIC 9111) established and disbanded, 1989 – 1992



Sources: Survey of companies operating in audio-visual field. Statistics Finland 1992
Statistics Finland, business statistics

Roughly speaking, the demand for the services of companies making films, television & video programmes and advertisements depends on a few factors. These are the trend in TV advertising, the trend in the financial support for film production, the television companies' policy on the use of outside programme producers, and private and public spending on the making of demonstration, training and marketing videos.

In terms of money, TV advertising has grown over the past five years, despite the simultaneous decrease in the value of media advertising as a whole. The amount of money spent on making TV adverts has not, however, shown such a favourable trend. Companies have not, it would seem, reduced their TV advertising during the recession, but they have ordered cheaper adverts. There are no statistics covering several years on the value of TV programmes purchased by the TV companies from outside programme producers. It may, however, be generally assumed that the Finnish Broadcasting Company (YLE) at least is not in a very good position to increase its programme purchasing. It was clear from the interviews that in view of the cuts in their budgets, the YLE production units are trying first of all to keep their own staff occupied. The economic support for film production rose steeply until 1992, since when it has fallen by a few million FIM. There are no statistics on the trend in the demand for video programmes, but companies, local authorities, the state and organisations have probably been spending less on these than they did in previous years.

References

Film Statistics 1993. Finnish Film Foundation. (In Finnish only)

Nordic Feature Films. Facts & Figures. Scandinavian Films. 1994.

Erikson, Bengt (1994): *Selvitys audiovisuaalisen liiketoiminnan kehittämisestä.* Kauppa- ja teollisuusministeriön tutkimuksia ja raportteja 51/1994. Helsinki.

Har kort- og dokumentarfilmen i Norden en fremtid? -forslag til at styrke den uafhaengige produktion og distribution. TemaNord 1994:602. Nordisk Ministerråd. 1994. (Have documentaries and short films future in the Nordic Countries?. In Norvegian only)

Rinta, Timo (1994): *Tuotantoa talon tapaan. Katsauksessa ohjelmatuotantoalan yritykset.* Visio 5/1994.

List of Tables

Tables

1. Premieres of Finnish full-length films in the Nordic countries 1980 – 93 14

2. Approved Finnish documentaries and short films 1984 – 93 15

3. Total documentary and short film production in the Nordic countries 1990 – 1993 20

4. Finnish video programmes approved for public screening 1984 – 1993 23

5. New television advertisements and advertisements approved for cinema screening 1984 – 1993 25

6. Film and video production companies (SIC 9111) according to number of employees in 1992 37

7. Film and video production companies (SIC 9111) according to turnover in 1992 39

8. Film and video production companies (SIC 9111) according to year of establishment in 1992 39

9. Production subsidies from the Finnish Film Foundation 1988 – 93 45

Appendix Tables

1. Production of Finnish full length feature films 1907 – 1993 73

List of Figures

1. Premieres of Finnish features and inspected Finnish features, 1984 – 1993 12

2. Feature-length films made in Finland, 1907 – 1993 ..... 16 and 17

3. Production of features in Western European countries, 1993 16

4. Average budget of features in certain Western European countries, 1993 17

5. Videos for cassette distribution inspected by State Office of Film Censorship of reported to it, 1990 – 1993 24

6. Companies making advertisements shown by MTV Finland according to the number of advertisements made, 1993 ..... 31 and 65

7. Film and video production companies (SIC 9111) by number of employees, 1992 36

8. Film and video production companies (SIC 9111) by turnover, 1992 38

9. Film and video production companies (SIC 9111) established and disbanded, 1989 – 1992 ..... 40 and 67

10. Film and video production companies (SIC 9111) subject to bankruptcy proceedings, 1980 – 1992 41

11. Film foundation support for various production stages, 1993 45

12. Film foundation support by type of film, 1993 46

13. Support from the Promotion Centre for Audio-Visual Culture in Finland for various production stages, 1993/1994 50

Liite 1

Tutkimuksessa haastatellut

Juha Samola, pääsihteeri, Audiovisuaalisen viestintäkulttuurin edistämiskeskus

Kari J.Koski, tuotantoneuvoja Audiovisuaalisen viestintäkulttuurin edistämiskeskus

Matti Penttilä, tuotantoneuvoja, Suomen elokuvasäätiö

Eila Wernig, tuottaja, Yleisradio, TV1, yhteistuotanto-ohjelmat

Susan Ingberg, tuottaja, Yleisradio, FST

Olli Tola, viihdepäällikkö, Yleisradio, TV2, draamalinja

Kari Paukkunen, ohjaaja, Yleisradio, TV2, draamalinja

Jarmo Jääskeläinen, tuottaja, Yleisradio, TV2, dokumenttiprojekti

Heikki Seppälä, johtaja, MTV Oy Kolmostelevisio

Olli Vesala, järjestösihteeri, Suomen elokuva- ja videotyöntekijäin liitto ry

Riitta Haavisto, tuottaja, MTV Oy / Kolmostelevisio

Maari Hohtokari, Mainoselokuvatuottajien liitto

2 tuottaja/ ohjaajaa

9 elokuvaohjaajaa (tekijän lisensiaattityön aineisto)

Liitetaulukot – Appendix Tables

Taulukko 1 Suomessa tehdyt pitkät näytelmäelokuvat 1907 – 93
Table 1 Production of Finnish full length feature films 1907 – 1993

Vuosi *Year*	Elokuvia *Films*	Vuosi *Year*	Elokuvia *Films*	Vuosi *Year*	Elokuvia *Films*
1907	2	1941	14	1975	5
1908	1	1942	18	1976	9
1909	0	1943	19	1977	7
1910	0	1944	17	1978	10
1911	2	1945	21	1979	6
1912	2	1946	12	1980	10
1913	5	1947	14	1981	9
1914	10	1948	16	1982	11
1915	3	1949	16	1983	12
1916	3	1950	12	1984	19
1917	0	1951	18	1985	13
1918	0	1952	26	1986	21
1919	2	1953	23	1987	13
1920	5	1954	29	1988	10
1921	4	1955	29	1989	10
1922	4	1956	17	1990	13
1923	3	1957	20	1991	12
1924	4	1958	18	1992	10
1925	2	1959	17	1993	13
1926	4	1960	15		
1927	7	1961	20		
1928	3	1962	20		
1929	5	1963	11		
1930	3	1964	9		
1931	7	1965	9		
1932	2	1966	6		
1933	6	1967	3		
1934	4	1968	11		
1935	4	1969	9		
1936	9	1970	12		
1937	13	1971	9		
1938	19	1972	6		
1939	22	1973	7		
1940	20	1974	3		

Lähteet: Kari Uusitalon kirjat Eläviksi syntyneet kuva, Lavean tien sankarit, Ruutia, riitoja, rakkautta ..., Hei rillumarei !, Suomen Hollywood on kuollut ja Umpikuja? Joukkoviestintätilasto 1989
Suomen kansallisfilmografiat. Suomen elokuva-arkisto. Valtion painatuskeskus. Elokuvatilastot 1993.

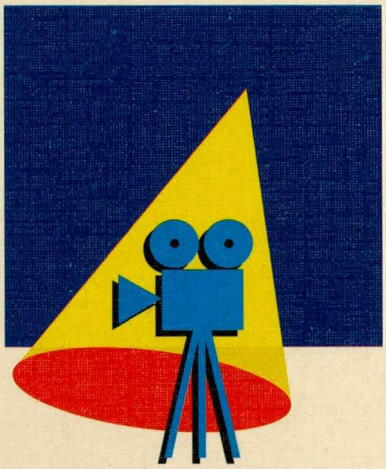
Sources: Works by Kari Uusitalo: Eläviksi syntyneet kuva, Lavean tien sankarit, Ruutia, riitoja, rakkautta ..., Hei rillumarei !, Suomen Hollywood on kuollut ja Umpikuja? Finnish Mas Media 1989,
Finnish National Filmographies, Finnish Film Archives, Goverment Printing Center

Tilastokeskus
Statistikcentralen
Statistics Finland

Kulttuuri ja viestintä 1995:1
Kultur och massmedier
Culture and the media

Audiovisuaalinen elokuva- ja ohjelmatuotanto Suomessa

Production of audio-visual programmes and films in Finland



Myynti:

Julkaisujen myynti / 3B
00022 TILASTOKESKUS
Puh. (90) 1734 2011

Försäljning:

Publikationsförsäljning / 3B
00022 STATISTIKCENTRALEN
Tfn (90) 1734 2011

ISSN 0784-8765
Kulttuuri ja viestintä
ISBN 951-727-033-X