

MEDIA



Kevät 2005

Media Desk Finland

EUROOPAN UNIONIN MEDIA PLUS OHJELMA 2001–2006



Information Society
and Media

Media Desk Finland

c/o Suomen elokuvasäätiö

Kanavakatu 12 • FI-00160 Helsinki
Puh. +358 09 6220 3013 Kerstin Degerman
Puh. +358 09 6220 3024 Inkeri Lundgren
Fax +358 09 6220 3070
Sähköposti:
kerstin.degerman@ses.fi
inkeri.lundgren@ses.fi



Kerstin Degerman



Inkeri Lundgren

www.medidesk.fi

SISÄLLYSLUETTELO

Pääkirjoitus	2
Media Plus -ohjelman tukimuodot	4
Ajankohtaiset hakukierrokset keväällä 2005	5
How to Sell a Finnish Film Abroad?	7
Katseet kohti eurooppalaisia tv-kanavia	9
Monikäyttäjäsäilytystä mobiileihin –	
Sagas Creative Lab Oulussa	12
Ajankohtaiset kurssit	15
Lyhyesti	20
Festivaali- ja marketkalenteri kevät–kesä 2005	21
Vuoden 2004 Media-päätöksiä	22
Yhteystiedot	23

Kannen kuva:

Mikko Leppilampi ja Niko Abvonon irrottelevat Pekka Mandartin ohjaamassa elokuvassa Keisarikunta (tuotanto Mandart Productions, 2004). Mandart Productions Oy on yksi niistä suomalaisista tuotantoyhtiöistä, joille on myönnetty slate funding -kehittelytukea.

Takakannen kuvat:

Janne Kuusen Kukkia ja sidontaa (tuotanto Kinotaurus ja Helsinki-Filmi, 2004). Helsinki-Filmille myönnettiin slate funding -tuki vuonna 2004.

Arto Halosen Kuuban valloittajat on saanut Median hankekehittelytukea (tuotanto Art Films Production AFP Oy, 2004).

Pääkirjoitus

Media-vuosi 2004

MEDIA-vuosi 2004 oli suomalaisille hakijoille menestyksenkäs, vaikka kilpailu ohjelman tukivaroista on EU:n laajennuksen myötä koventunut, ja komission uusi taloussääntö on osaltaan lisännyt byrokratiaa. Suomalaisen menestyminen varsinkin kehittämistuen, festivaalien ja video/DVD -tuen kohdalla on kuitenkin ollut parempaa kuin uskalsimme viime vuoden alussa ennustaa.

Koulutus maistui suomalaisille

Media Trainingin laaja kurssitarjonta on vuodesta toiseen haaste Media Deskille. Kurseja on katalogissa yli viisikymmentä ja kurssijärjestäjät tiedottavat Deskeille vaihtelevalla

innolla. Viime syksynä saimme kuitenkin iloksemme positiivista palautetta komissiolta; suomalaiset ja virolaiset tuottajat ja käsikirjoittajat ovat viime vuosien aikana olleet kaikkein ahkerimmat osallistujat Median eri kursseille. Tuottajille suunnattu koulutusohjelma EAVE on vuodesta toiseen suomalaisten suosituin kurssi.

Hankekehittelyllä taas hieno vuosi

Hankekehittelytuella oli vuoden 2004 aikana kaksi päätöskokousta. Tukea jaettiin yhteensä vuoden aikana 7 060 000 euroa 191 yksittäiselle projektille ja 8 870 000 euroa 86 slate funding -hakemukselle. Suomalaiset tuotantoyhtiöt menestyi-

vät taas loistavasti ja tukea myönnettiin peräti kuudelle fiktiolle, yhdelle dokumentille ja yhdelle animaatiolle. Kahdelle tuotantoyhtiölle myönnettiin slate funding -tukea. Vertailussa muihin pohjoismaihin menestymme hyvin. Löydät koko päättöslistan nettisivuiltamme www.mediadesk.fi.

Suomalaiset elokuvafestivaalit pärjäivät hyvin

Festivaaleilla oli ennätysvuosi. Media myönsi tukea peräti viidelle suomalaiselle festivaalille: DocPoint, Espoo Ciné, Oulun kansainvälinen lastenelokuvien festivaali, Sodankylän elokuvajuhlat ja Tampereen lyhytelokuvajuhlat! Suoritus on erinomainen. Eurooppalaisia festivaaleja on valtava määrä, eikä Median festivaalituki ole mitenkään automaattinen, vaan festivaalin pitää jatkuvasti kehittyä, jotta se pysyy tuen piirissä.

Pilot Projects

Tampereen elokuvajuhlat ja Pirkanmaan elokuvakeskus ovat suomalaisina partnereina mukana Median kolmevuotisesa Reelport -kokeiluhankkeessa kehittämässä digitaalista elokuvien levityskanavaa. Tampereen elokuvajuhlien lisäksi mukana on muita maailman merkittävimpiä lyhytelokuvafestivaaleja, muun muassa Oberhausenin festivaali Saksasta, Vila do Condén festivaali Portugalista ja Valladolidin festivaali Espanjasta. Hanke on osa Pilot Projects -tukiohjelmaa. Media myönsi vuoden aikana yhteensä 3,45 miljoonaa euroa kuudelle eurooppalaiselle kokeiluhankkeelle.

Uusi video/DVD -tuki oli menestys

Automaattinen video/DVD -tuki on Median uusi tukimuoto, joka heti ensimmäisellä hakukierroksella löi itsensä läpi Euroopan laajuisesti: tukea myönnettiin kolme kertaa suunniteltua enemmän eli yhteensä 8 849 239 euroa. Myös suomalaiset video/DVD -levittäjät hakivat tätä tukea kiitettävästi, kuten sivun 22 päätösluettelosta näkee. Tuki perustuu levittäjän eurooppalaisten teosten myyntiin tietynä aikana, tässä tapauksessa referenssivuosi oli 2002.

Tapahtumarikas vuosi

Vuoden aikana kymmenen uutta jäsenmaata liittyi Euroopan unioniin, ja komissio ja parlamentti vaihtuivat. ”Vanha” komissio esitti heinäkuussa ehdotuksen uudeksi, seitsemän vuotta kestäväksi ohjelmaksi ”Media 2007”. Uuden tukiohjelman budjetiksi ehdotettiin toista miljardia euroa. Komission suunnitelmassa ohjelman peruspilarit ovat edelleen kehittäminen, levitys ja markkinointi. Digitaalitekniikka nostetaan keskeiseksi alueeksi. Tavoitteena on myös vähentää byrokratiaa.

Lokakuussa Media Plus -ohjelma siirtyi uuden komission myötä komissaari Viviane Redingin mukana toiselle osastolle, tietoyhteiskuntaosastolle. Reding jatkaa Media -ohjelman komissaarina, vaikka hän ei enää vastaa kulttuuri- ja koulutusasioista.

Vuoden 2005 haasteet

Suomalaisen elokuvan kansainvälinen läpimurto on alalle suuri haaste, mutta toimintaa rajoittaa tukivarojen pienuus. Elokuvan määrärahojen nostaminen pohjoismaiselle tasolle on välttämätöntä, jos haluamme elokuvasta merkittävän vientituotteen. Media Desk haluaa omalta osaltaan taas tänä vuonna edistää kansainvälistymistä järjestämällä täsmäopetusta. Jatkamme viime syksynä aloitettujen seminaarien sarjaa eli jatkoa on luvassa marraskuulle yhdessä Suomen elokuvasaatiön kanssa järjestetyille seminaarille ”How to sell a Finnish film abroad”.

Myös Media -ohjelman kohdalla on haasteita. Suomalaisilla tuotantoyhtiöillä on ollut vaikeuksia pärjätä tv-levitystuen saralla. Järjestimme tammikuussa koulutuspäivän Suomen elokuvasaatiössä, jolloin tutustuimme Brigitte Linkiin – hän on tv-levitystuen hakemusten käsittelijä – ja hän luennoi meille tv-levitystuesta ja siihen liittyvistä strategioista. Toivomme kovasti Brigitten oppien edistävän hakemusten läpimenoa.

Oma lukunsa on, miten pystymme jatkamaan erinomaista menestystä hankekehittelytuen puolella. Ne tuotantoyhtiöt, joissa on kansainvälistä osaamista, ovat jo pitkälti slate funding -tuen piirissä. Potentiaalinen hakijakunta löytynee nyt ja lähivuosina uusmedian puolelta. Yksittäisille projekteille kannattaa aina hakea kehittämistukea, jos kyseessä on teos, jolla voisi olla yleisöä ulkomailla. Koko alalle on yhteistä, että kilpailu kovenee, jolloin elokuvien ja tv-ohjelmien tasoa on pakko nostaa juuri kehittämisen kautta. Sehän tunnetusti maksaa, ja Media Plus on hyvä täydennys kun kotimaisella rahoittajalla ei riitä raha kovin isoihin kehittämiskustannuksiin.

Kerstin Degerman

Media -lehti

Julkaisija: Media Desk Finland

Kanavakatu 12, 00160 Helsinki

Päätoimittaja: Kerstin Degerman

Lehden toimitus: Inkeri Lundgren

Taitto: Maikki Rantala, Praxis Oy

Painopaikka: Erikoispaino, Helsinki

Osoitteenmuutokset, juttuehdotukset ja -toiveet:

inkeri.lundgren@ses.fi

MEDIA PLUS -ohjelman tukimuodot

MEDIA Plus on Euroopan unionin rahoittama audiovisuaalisen alan tukiohjelma, jolla tuetaan eurooppalaisten elokuvien, televisio-ohjelmien ja uusmediatuotantojen tekemistä, levittämistä ja markkinointia sekä audiovisuaalisen alan tutkimusta ja koulutusta. Tavoitteena on vahvistaa Euroopan audiovisuaalisen teollisuuden kilpailukykyä kansainvälisillä markkinoilla.

Alun perin viisivuotiseksi suunniteltu Media Plus -ohjelma on saanut yhden lisävuoden ja nykyinen ohjelma jatkuu vuoden 2006 loppuun saakka (2001–2006). MEDIA Plus -ohjelman budjetti on 400 miljoonaa euroa. Budjetista 350 miljoonaa euroa varataan hankekehittelyyn, jakeluun ja myyminen edistämiseen ja 50 miljoonaa euroa koulutukseen.

MEDIA-ohjelman toiminnasta vastaa MEDIA-yksikkö, joka on osa EU:n komission tietoyhteiskuntaosastoa. MEDIA-ohjelman jäsenmaita ovat tällä hetkellä kaikki 25 EU-maata sekä Bulgaria, Islanti ja Norja.

Media Plus tukee seuraavia av-teollisuuden osa-alueita:

- **Koulutus** (50 milj. euroa): MEDIA tukee ammattilaisille suunnattua jatkokoulutusta, joka liittyy mm. käsikirjoittamiseen, tuottamiseen ja uuden teknologian hyödyntämiseen.
- **Kehittely** (n. 70 milj. euroa): Tukea myönnetään eurooppalaisille markkinoille suunnattujen audiovisuaalisten projektien kehittelyyn. Tukea on mahdollista hakea joko yksittäisille hankkeille tai hankepaketeille. Projektit voivat olla fiktioita (vähintään 50 minuuttia), dokumenttielokuvia tai animaatioita (vähintään 25 minuuttia) tai multimediatuotantoja. Tukea voi saada esim. oikeuksien hankkimiseen, tutkimustyöhön, käsikirjoittamiseen, storyboardin tekemiseen, näyttelijöiden ja tiimin löytämiseen, rahoituksen etsintään ja tuotantosuunnitelman tekoon.

- **Levitys** (n. 201 milj. euroa): Ohjelma tukee eurooppalaisten audiovisuaalisten töiden teatteri-, tv-, video-, dvd- ja onlinelevitystä tuotantomaidensa ulkopuolella. Pitkien elokuvien levittäjille on kaksi tukimuotoa: harkinnanvarainen tuki ja automaattituki, joka myönnetään takautuvasti katsojamäärin perusteella. TV-levitystuki on suora tuki, joka edellyttää ohjelman myynnin vähintään kahdelle eurooppalaiselle tv-kanavalle. Video- ja DVD -tuki on uudistunut ja on nyt automaattinen ja kaksivaiheinen. Tuen määrä perustuu levittäjän eurooppalaisten elokuvien myyntiin. Lisäksi on oma tukimuotonsa kansainvälisille levittäjille (sales agents).
- **Myyntinedistäminen** (n. 29,75 milj. euroa): Tukea on mahdollista saada festivaaleihin ja vastaaviin promootiotapah-tumiin osallistumiseen sekä muuhun markkinoille pääsyä edistävään toimintaan.
- **Kokeiluhankkeet / Pilot Projects** (17,7 milj. euroa). Tuki on suunnattu hankkeille, jotka edistävät elokuvaperinnön säilyttämistä ja hyödyntämistä, ohjelma-arkistojen digitointia, oikeudenomistajien verkottumista, teemakanavien eurooppalaista ohjelmointia ja online-jakeluhankkeita.

Miten Media-tukia haetaan?

MEDIA-tukien hakuohjeet ja -ajat määritellään komission muutaman kerran vuodessa julkaisemissa ns. ehdotuspyynnöissä (Call for Proposals). Kullekin tukityypille on oma hakumenettelynsä. Tukihakemukset lähetetään EU:n komission MEDIA-yksikölle, joka käsittelee hakemukset teknisen avun toimiston D&S Servicesin avustuksella. Lopulliset tukipäätökset tekee EU:n komissio, jonka päätöksistä ei voi valittaa. Hakuohjeet ja -lomakkeet löytyvät osoitteesta www.mediadesk.fi. Kaikissa Media Plus -tukia koskevissa asioissa voi kääntyä Suomen Media Deskin puoleen.



Kari Paljakan *Eläville ja kuolleille* -elokuva on työstyetty Median tukemalla Sources 2 -käsikirjoituskurssilla (tuotanto Sputnik Oy, 2004).

Ajankohtaiset hakukierrokset, kevät 2005

TELEVISIOLEVITYSTUKI

(Call for proposal 87/2004)

TV-levitystuen jättöpäivät 2005 ovat 4. toukokuuta ja 9. syyskuuta.

TV-levitystuesta voit lukea lisää sivuilta 9–11.

HANKEKEHITTELYTUKI

(Call for proposals 66/04)

Hankekehittelytuen hakukierros 66/04 julkaistiin 9.11.2004. Tällä kertaa samaan hakukierrokseen on niputettu kolme eri tukea: tuki yksittäisille projekteille, New Talent -tuki ja Slate funding.

Hakuajat vuonna 2005: 8.2. ja 31.5.2005.

Hankekehittelyyn on tullut joitakin muutoksia verrattuna viime vuoteen. Yhtiön tulee jatkossa kaikkien näiden kolmen tuen osalta täyttää ns. financial capacity -lomake, jolla todistetaan yhtiön vakaata taloudellista tilaa.

New Talent -tuen ainoa haku-aika vuonna 2005 päättyi 15.2.2005 eli ennen tämän lehden ilmestymistä, joten emme esittele sitä tässä tarkemmin. Tuki on pääpiirteissään sama kuin tuki yksittäisille projekteille, mutta hakukriteerit ovat hiukan väljemmät. New Talent on tarkoitettu aloitteleville yhtiöille/tuottajille, jotka ovat osallistuneet haettavan projektin kanssa johonkin Media Plus -ohjelman tukemaan pitkäkestoiseen koulutusohjelmaan. Lisätietoja New Talent -tuesta osoitteessa www.mediadesk.fi.

Yksittäiset projektit/Single projects

Tuotantoyhtiö on oikeutettu hakemaan tukea, jos se on tuottanut vähintään yhden MEDIA-ohjelman genreihin (fiktio, doku-

menti, animaatio, multimedia) kuuluvan hankkeen, joka on päässyt levitykseen vähintään yhdessä kotimaan ulkopuolisessa maassa edellisten 24 kuukauden aikana.

Yritykset, jotka ovat saaneet kansainväliseen levitykseen yhden fiktion yllämainituin ehdoin, voivat hakea tukea luovalle dokumentille. Samoin animaation tuottanut yritys voi hakea tukea multimediahankkeelle. Ensikertalaisille MEDIA-ohjelman silmissä riittää kokemukseksi aikaisemman hankkeen levittäminen kansallisella tasolla.

Komission myöntämät tukisummat yksittäisille hankkeille vaihtelevat genren mukaan:

- fiktio: 20 000, 30 000, 40 000 tai 50 000 euroa
- dokumentit: 10 000, 15 000, 20 000 tai 30 000 euroa
- animaatiot: 10 000, 20 000, 30 000, 40 000, 50 000 tai 80 000
- multimedia: 10 000, 20 000, 30 000 tai 50 000 euroa

Uutta tällä hakukierroksella edelliseen verrattuna ovat seuraavat seikat:

- hakukelpoisen tuotantoyhtiön tulee olla rekisteröity vähintään 12 kuukautta ennen hakemuksen lähettämistä
- tällä hakukierroksella ei hyväksytä referenssiksi kahta lyhyttä animaatiota
- eläinaiheiset dokumentit eivät ole hakukelpoisia
- hakukelpoisuuden arvioimisessa otetaan huomioon myös yksittäisten henkilöiden työhistoria. ”Head of Development”-nimikettä ei enää hyväksytä, vaan pelkästään Producer-nimike kelpaa.
- tuotantoyhtiön aikaisemmat Media-tuet vaikuttavat uuden projektin arviointiin

Yksittäisen projektin aikataulu ja tulokset

Vuonna 2005 on kaksi haku-aikaa, ensimmäinen päättyy 8.2.2005 ja toinen 31.5.2005. Kummallakin kierroksella jaettava rahamäärä on yhtä suuri. Vuoden 2005 budjetti on



Klaus Härön *Äideistä parhain* saa ensi-iltansa syksyllä 2005. Tuotanto Matila & Röbr Productions MRP Oy. Yhtiö on saanut slate funding -tukea.

suuruudeltaan kutakuinkin samaa tasoa kuin vuonna 2004 eli noin 7 120 000 euroa. Ensimmäisen kierroksen (hakuaika 8.2.) tulokset julkaistaan kesäkuussa 2005 ja toisen kierroksen (hakuaika 31.5.) tulokset lokakuussa 2005.

Slate Funding 1st and 2nd stage

Slate funding eli hankepakettituella on kaksi vaihtoehtoa. Slate funding 1 -mallissa tukea haetaan 3–6 projektille, jolloin tuki voi olla 60 000–90 000 euroa. Jos hakee tukea ainoastaan dokumenteille, silloin kyseeseen voi tulla vain Slate funding 1.

Slate Funding 2 -mallissa tukea haetaan kerralla 5–10 projektille, jolloin tuki voi kokonaisuudessaan olla 100 000–150 000 euroa.

Utta tällä bakukierroksella edelliseen verrattuna ovat seuraavat seikat:

- hakukelpoisen yhtiön tulee olla rekisteröity vähintään 36 kuukautta ennen hakemuksen lähettämistä
- tuotantoyhtiöllä ei enää ole 10 kuukautta aikaa korvamerkata tukivarojaan, eikä projekteja saa vaihtaa yhtä helposti kuin ennen. Uusien sääntöjen mukaan tuotantoyhtiö voi nostaa 50 % slate fundingin kokonaissummasta heti kun sopimus on allekirjoitettu
- ”Head of Development” -nimikettä ei enää hyväksytä
- eläinaiheiset dokumentit eivät ole hakukelpoisia
- tuotantoyhtiön aikaisemmat Media-tuet vaikuttavat uuden projektin arviointiin

Vuonna 2005 on kaksi hakuaikaa, ensimmäinen päättyy 8.2.2005 ja toinen 31.5.2005. Kummallakin kierroksella jaettava rahamäärä on yhtä suuri. Budjetti vuonna 2005 on samaa luokkaa kuin vuonna 2004 eli noin 8 810 000 euroa. Pientä tarkennusta slate funding- ja yksittäisten projektien tukibudjettiin tehdään hakemusten määrän mukaan.

Slate funding -tuen tulokset julkaistaan samalla aikataululla kuin yksittäisten projektienkin eli ensimmäisen kierroksen (hakuaika 8.2.) tulokset kesäkuussa ja toisen kierroksen (hakuaika 31.5.) tulokset lokakuussa 2005.

Hankekehittelyn arviointi

Hankekehittelyn hakemukset käyvät läpi seuraavanlaisen arviointiprosessin. Brysselissä hakemusten käsittelyä hoitaa

Technical Assistance Office TAO, jossa hakemukset käydään läpi ja puutteelliset hakemukset karsitaan heti alkuunsa. Jokaisen hakemuksen lukee ja pisteyttää kaksi arvioitsijaa, jotka ovat alan ammattilaisia. Toinen arvioija on pääsääntöisesti hakijan kotimaasta, toinen jostain haettavan projektin ensisijaisesta levikkimaasta, jonka hakija itse määrittelee hakemuksessaan.

Jos on kysymyksiä tai haluatte keskustella hankkeestanne pyydämme ottamaan yhteyttä Media Deskiin Kerstin Degermaniin tai Inkeri Lundgreniin. Hakemusten täydentäminen jälkikäteen on nykyään melko mahdotonta, joten kannattaa ehdottomasti käydä hakemus läpi yhdessä meidän kanssamme.

FESTIVAALITUKI

(Call for proposals 71/2004)

Festivaalituen uusi hakukierros julkaistiin 19.10.2004. Festivaalitukea voivat hakea elokuvafestivaalit, jotka keskittyvät joko fiktio-, dokumentti-, animaatio- tai lyhytelokuviin ja joiden ohjelmistosta 70 prosenttia on eurooppalaista tuotantoa. Myös multimediaan, uusiin animaatiotekniikoihin ja tietokonegrafiikkaan erikoistuneet festivaalit kuuluvat tuen piiriin. Hakuohjeiden mukaan festivaalin ohjelmistossa tulee olla elokuvia kymmenestä Media Plus- ohjelmaan kuuluvasta maasta (joita on yhteensä 28). Maksimissaan tukea per festivaali voi saada 35 000 euroa.

Hakuajat ovat seuraavat: 19.11.2004 festivaaleilla, jotka pidetään 1.5.–31.10.2005 ja 4.4.2005 festivaaleille, jotka järjestetään 1.11.2005–30.4.2006.

EURIMAGES

Vuoden 2005 hakuajat ovat: 14.3, 4.5, 22.8 ja 17.10.2005. Lisätietoja Eurimagesista: <http://www.coe.int/Eurimages>



Aku Louhimiehen Paha maa on saanut slate funding -tukea. Tuotanto Solar Films Oy, 2005.

How to Sell a Finnish Film Abroad?

Suomen elokuvasäätiön kulttuuriviennin osasto ja Suomen Media Desk

järjestivät 19.11.2004 seminaarin aiheesta How to Sell a Finnish Film Abroad.

Seminaarissa vieraili Jürgen Fabritius berliiniläisestä elokuvamarkkinointiin ja

konsultointiin erikoistuneesta 3Rosen-yhtiöstä. Seminaari kokosi lähemmäs

80 osallistujaa Suomen elokuvasäätiön auditorioon.



Jürgen Fabritius

Jürgen Fabritius aloitti vuonna 1998 toimintansa elokuvalevityksen parissa ja on osallistunut yhteensä noin 120 elokuvan levittämiseen Saksassa – näistä valtaosa eurooppalaista tuotantoa. Vuonna 2002 hän perusti oman 3Rosen-yhtiönsä, jonka puitteissa hän toimii elokuvalevittäjänä, markkinointikonsulttina ja luennoitsijana.

Tunne avainmarkkinasi

Fabritius painotti, että elokuvalla on luotava mahdollisimman varhaisessa vaiheessa kansainvälinen markkinointikonsepti, joka lähtee sen määrittelystä, mitkä ovat suomalaisen elokuvan avainmarkkinat eli millä alueilla suomalaista elokuvaa myydään eniten. Jos avainmarkkinat ovat esimerkiksi Saksa ja Ranska, on selvää, että myynnin kannalta keskeisiä festivaaleja ovat Berliini ja Cannes.

Lisäksi tulee ymmärtää kohdemaan levitysmarkkinoiden ongelmat. Esimerkkinä pienen maan elokuvan levittämisestä Saksassa Fabritius viittasi dogma-elokuviin **Juhlat** ja **Idiootit**. Niiden lisenssimaksut olivat hyvin pienet, noin 70 000–80 000 euroa (vrt. esim. **Woody Allenin** elokuvien yli miljoonan euron lisenssimaksut). Saksassa on viitisenkymmentä laadukasta art house -elokuvaan keskittyvää teatteria, joten sopiva kopiomäärä on 50. Esimerkiksi **Juhlien** markkinointi Saksassa sekä 50 saksalaisen kopion teettäminen kaikkine kuluineen (mm. dubbaus) maksoi yhteensä noin 400 000 euroa. Kun tämä lisätään lisenssimaksuun ja lasketaan yhdestä myydyistä lipusta koituvaksi tuotoksi 2,4–2,5 euroa, tarvitaan pelkääntään kulujen kattamiseksi yhteensä 200 000 maksavaa katsojaa. Katsojista elokuva joutuu luonnollisesti kilpailemaan niiden 350–450 muun elokuvan kanssa, jotka saavat Saksassa yhden vuoden aikana ensi-iltansa. Viikoittain ensi-iltaan tulee peräti parikymmentä elokuvaa. Näissä olosuhteissa jo 100 000 katsojan saavuttaminen on Saksassa hyvä tulos – mutta sekään ei siis riitä kattamaan kuluja.

Suomalaiselle elokuvalla sopiva kopiomäärä Saksan markkinoilla olisi Fabritiuksen arvion mukaan noin 10. Tällöin kulut olisivat noin 150 000 euroa.

Elokuvan kansainvälisiä mahdollisuuksia parantaa mahdollisimman hyvä tietämys kohdealueesta: millaiset teemat ja genret siellä herättävät kiinnostusta, miten positoida elokuva, miten hoitaa markkinointi, miten ajoittaa ensi-ilta. Juuri tästä on kysymys esimerkiksi Trust Film Salesin ja Nordisk Film Internationalin pyrkimyksessä olla mukana elokuvassa jo mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, integroida markkinointi tuotantoon.

Kommentteja suomalaisista elokuvista

Fabritius oli katsonut ennen seminaaria muutamia uusia suomalaisia pitkiä elokuvia, joita hän kommentoi seuraavasti:

Koirankynnen leikkaaja ja **Etulinjan edessä** -elokuvien kohdalla ongelmaksi oli noussut se, ettei Fabritius ymmärtänyt elokuvan historiallista taustaa.

Varesta Fabritius kehui hyvin tehdyksi elokuvaksi. Hän ei kuitenkaan uskonut, että sitä voisi levittää Saksassa muutoin kuin ehkä tv:ssä.

Jumalan morsiamen mahdollisuuksiin kansainvälisillä markkinoilla Fabritius uskoi vahvasti. Hän painotti, että nykyään on olemassa selvää tilausta etno-elokuville, jotka ilmentävät romanttista näkökulmaa maailmaan, solidaarisuutta sekä yleisinhimillisyyttä.

Levottomat 3:n alku oli innostanut Fabritiusta mutta elokuvan loppuratkaisuun hän ei ollut tyytyväinen. Tarina lähti hänen mukaansa liikkeelle kiinnostavasta moraalinäkökulmasta mutta onnistui lopussa tuhoamaan oman ideansa siinä määrin, ettei hän uskonut sen kansainvälisiin levitysmahdollisuuksiin tv:n ulkopuolella.

Ystäväni Henryn ongelmaksi Fabritius nosti kysymyksen kohde-ryhmästä: onko elokuva suunnattu lapsille vai aikuisille. Tästä syystä hän piti elokuvan levittämistä vaikeana, vaikka itse elokuva olikin hänen mielestään hyvä.

Juoksuhaudantietä Fabritius piti erittäin hyvänä ja myös hyvin kansainvälisenä elokuvana.

Saksalaisena levittäjänä Fabritius harkitsisi teatterilevitysmielessä edellä mainituista kuitenkin ainoastaan **Jumalan morsianta**.

Analysointi opettaa

Elokuvan vahvuudet ovat usein ilmeisiä niin tuottajalle kuin levittäjällekkin. Fabritiuksen mukaan olisikin tärkeää pohtia mahdollisimman varhaisessa vaiheessa nimenomaan elokuvan heikkouksia.

Lisäksi Fabritius kehottaa jo hyvin varhaisessa vaiheessa paneutumaan siihen, mitä DVD-lisämateriaalia elokuvasta tuotetaan, mitä yhteisiä promoaktiviteetteja voidaan järjestää yhdessä pääsponsorien kanssa, millaiseen market- ja festivaalistrategiaan pyritään sekä miten internetiä voidaan käyttää hyväksi esim. tuotantopäiväkirjojen, promopätkien ja muun promomateriaalin, tiedotteiden, chatin jne. muodossa.

Katsojalukuja voidaan ennustaa analysoimalla menneitä onnistumisia ja epäonnistumisia. Koko elokuva-alan kannalta olisikin tärkeää, että tällaista analyysia harjoitettaisiin mahdollisimman avoimesti. Saksassa harjoitetaan yleisesti myyntilukujen julkista analysointia: miksi tietyllä elokuvalla oli tietynlainen tulos tietyn kaupungin tietyssä teatterissa. (Alan toimijat lyövät Fabritiuksen mukaan keskenään jopa vetoa myyntiluvuista!) Tällainen pohdinta lisää niin levittäjien kuin tuottajien know howta.

Leiki mielikuvilla

Kansainvälisen myynnin edistämiseksi Fabritius näkee elokuväsäätiön kaltaisten elinten tehtäväksi kehittää avainmarkkina-alueille myyntiä edistäviä rakenteita. Hyvin merkittävä tapahtuma on esimerkiksi Berliinin market, jolla vuoden 2006 laajennuksen jälkeen tulee olemaan entistään laajempi vaikutus eurooppalaiselle elokuvalle yleensä. Myös Berliinin

yhteyteen perustetun Talent Campuksen merkitys tulee Fabritiuksen mukaan kasvamaan.

Fabritius kannustaakin luomaan konseptin, jolla suomalaisia elokuvia voisi paremmin esitellä Berliinissä. Lisäksi olennaista on luoda pitkäaikaisia suhteita avainmarkkina-alueiden, kuten Saksan, toimijoihin.

Kuten kaikki tiedämme, Suomen elokuva-alalla ei kuitenkaan ole käytössään suuria summia, joilla kehittää merkittäviä kansainvälistä näkyvyyttä edistäviä rakenteita. Fabritiuksen mukaan tällöin kannattaa keskittyä mielikuviiin. Hänen mukaansa mielikuva Suomesta perustui aiemmin *Aki Kaurismäen* maailmaan. Suomalaiset olivat outoa kansaa, joka asuu surkeissa, lämmittämättömissä mökeissä ja elää harmaassa, esiteollisessa maassaan päivästä toiseen kännissä. Viime aikoina on kuitenkin kuultu talousuutisissa tietoja, jotka ovat suuressa ristiriidassa tämän kuvan kanssa: Suomi onkin korkean tason teknologian maa, jolla on maailman paras koulujärjestelmä. Ehkä tällä mielikuvien ristiriidalla voisi pelata?

Satu Elo

Täydellisempi raportti seminaarista löytyy Suomen elokuväsäätiön sivuilta www.ses.fi.

Taru Venäläisen toimittama, säätiön ja AVEKin rahoittama selvitys *Matkalla maailmalle – Kokemuksia suomalaisen elokuvan kansainvälisestä myynnistä* luettavissa myös osoitteessa www.ses.fi.



Taru Venäläinen esittelee seminaariyleisölle selvitystään Matkalla maailmalle – Kokemuksia suomalaisen elokuvan kansainvälisestä myynnistä.

Katseet kohti eurooppalaisia tv-kanavia

Tammikuun lopulla kaikilla balukkailla oli mahdollisuus saada rautaisannos tietoa siitä, mikä on Media Plus -ohjelman tukimuoto TV-levitystuki ja miten sitä haetaan. TV-levitystuesta oli meille kertomassa hakemusten käsittelijä Brigitte Link TAO:sta Münchenistä. Esityksen jälkeen ei arveluttanut enää muu kuin se, miten suomalaiset mahtavat pärjätä kovassa kilpailussa.



Brigitte Link

Brigitte Link piti esityksensä Suomen elokuvasäätiön auditoriossa kaksikymmenpäiselle kuulijajoukolle. Hänen luentonsa pohjana oli hyvin selkeä Power Point-esitys, jonka avulla hän jäsenteli alustuksensa neljään osaan. Ensimmäinen jakso piti sisällään perusohjeita ensi kertaa televisiolevitystukeen tutustuville.

Mikä on tv-levitystuki?

TV-levitystuki on suora tuki, jota ei tarvitse maksaa takaisin. Hakijana toimii itsenäinen tuotantoyhtiö, jonka saama tuki voi olla dokumenteille enintään 20 % ja animaatioille ja fiktiolle enintään 12,5 % tuotantobudjetista. Hakukelpoisella televisio-ohjelmalla tulee olla vähintään kaksi ennakko-ostoon tai yhteistuotantoon sitoutunutta tv-yhtiötä kahdesta erikielisestä maasta. Ohjelman pitää olla vähintään joko 50 minuutin pituinen (fiktio) tai 25 minuutin pituinen (dokumenttielokuvat ja animaatiot).

Tuki on suunnattu selkeille tv-projekteillem, ei teatterilevityksen saaville pitkille elokuville. Suomi pienenä maana saa sääntöjen mukaan esittää elokuvan myös teatterissa, mutta vasta sitten, kun se on ensin esitetty televisiossa. Uutta hakuohjeissa on se, että dokumenteille hyväksytään teatterilevitys niin koti- kuin ulkomaillakin, kunhan kyseinen elokuva on kuitenkin selkeästi televisioon eikä valkokankaille tarkoitettu.

Tuen hakuehdoissa edellytetään, että hakemus tulee jättää aikaisintaan kuusi kuukautta ennen ensimmäistä kuvauspäivää tai viimeistään ensimmäisenä kuvauspäivänä. Brigitte Link kertoi, että tv-levitystukihakemuksia tulee vuosittain yli 300 eli kilpailu on kovaa. Rahaa on jaossa tänä vuonna suunnilleen yhtä paljon kuin viime vuonnakin eli 14 miljoonaa euroa.

Keskeiset ohjeet, jotka Link toivoi kuulijoiden muistavan hänen esityksensä ensimmäisestä osuudesta, olivat hyvin järkeenkäypiä eli 1) lue ohjeet huolella 2) varmista, että projektisi on hakukelpoinen 3) kaivatessasi apua, käänny oman Media Deskiksi puoleen ja 4) jos ensimmäinen hakemuksesi ei mene läpi, älä lannistu, vaan hae uudelleen! Myönteisesti ajatellen ensimmäistä hakemusta voi pitää harjoitteluna, jonka jälkeen seuraavat hakemukset täyttääkin jo huomattavasti joutuisammin ja taitavammin.

Mistä saa pisteitä?

Perusasioiden jälkeen Link paneutui tv-levitystuen pistejärjestelmään. Tuen tavoitteenahan on rohkaista elokuva- ja tv-tuottajia, levittäjiä ja tv-yhtiötä tiiviiseen yhteistyöhön ja lisätä eurooppalaisten audiovisuaalisten tuotteiden liikkumista oman maan ulkopuolella. Samalla halutaan vahvistaa itsenäisten tuotantoyhtiöiden oikeuksia ohjelmiinsa. Tuen ehtoihin kuuluu se, että esitysoikeudet palautuvat tuotantoyhtiölle

ennakko-ostotapauksessa seitsemän vuoden ja yhteistuotannossa kymmenen vuoden jälkeen. Tuotannon rahoituksesta vähintään 50 prosenttia on tultava eurooppalaisista rahoituslähteistä.

Hakemuksia pisteytetään muun muassa seuraavin perustein. Mitä enemmän ennakko-ostoon sitoutuneita tv-yhtiöitä on mukana sitä enemmän saa pisteitä. Oman maan tv-kanavia ei pisteytyksessä kuitenkaan huomioida, muuta kuin mahdollisten kielipisteiden osalta. Jos on kyse lasten- tai nuortenohjelmasta, se tuo hakijalle yhden pisteen, samoin jos elokuvassa käytetään vanhaa eurooppalaista arkistomateriaalia.

Hakijamaat saavat pisteitä eri lailla riippuen siitä, ovatko ne suuria tuottajamaita (1 piste), pienen tuotantokapasiteetin maita, kuten Suomi (2 pistettä) vai uusia jäsenmaita (4 pistettä). Lisäksi annetaan harkinnanvaraisia pisteitä aikaisemmista kansainvälisistä myynneistä, myyntiagentista ja kansainvälisestä potentiaalista (markkinointistrategia ja suunnitellut tai toteutuneet kieliversiot). Tässä kohden on hyvä tietää, että esimerkiksi Yle Exportista saa pisteen, koska se on tuottajan ulkopuolinen taho, joka myy ohjelmaa. Tämä harkinnanvaraisen pisteiden asteikko on nolasta kahteentoista eli hyvin merkittävä osa pisteytysjärjestelmästä. Tuottajalta siis todellakin vaaditaan kansainvälisiä suhteita myyntipuolella ja projektilta hyvää kv-potentiaalia. Muista täyttää myös ”Track record”-taulukko eli yhtiön aiemmin tuottamat elokuvat ja niiden levitystiedot mahdollisimman kattavasti.

Useita tv-kanavia tarvitaan

Pisteytykseen vaikuttaa paitsi sitoutuneiden tv-yhtiöiden määrä, myös kanavien prosentuaalinen osuus tuotantobudjetista. Ostajan/kanavan osuus budjetista pitää olla vähintään 0,5 % tuotantobudjetista, kun kyseessä on pienen tuotantokapasiteetin maa. Isojen maiden, kuten Ranskan tai Iso-Britannian kohdalla 0,5 % pätee dokumentteihin, mutta fiktioiden ja animaatioiden kohdalla osuus on oltava 1 %. Suomelle edullista on kuitenkin uusien jäsenmaiden, kuten Baltian maiden osuus, jonka täytyy olla vain 0,1 prosenttia tuotantobudjetista.

Jos hankkeessa on vähintään 20 prosenttia ulkomaista rahoitusta, oikeuttaa se 1 pisteeseen, 25 prosenttia oikeuttaa 2 pisteeseen, 30 prosenttia 3 pisteeseen ja 35 prosenttia



Melancholian 3 huonetta

ulkomaista rahoitusta oikeuttaa 4 pisteeseen. Jos ostajayhtiö on monikansallinen ns. network kuten Discovery tai National Geographic ja sen osuus tuotantobudjetista on 5–10 prosenttia oikeuttaa se kahteen pisteeseen, 10–15 prosentin osuus oikeuttaa 3 pisteeseen, 15–20 prosenttia 4 pisteeseen ja 20 prosentin osuus 5 pisteeseen. Suomalaisten on hyvä tietää, että Nordic Film and TV Fundista ei saa pistettä, koska Suomi on osa rahastoa.

Miten tehdä menestyvä hakemus?

Esityksensä kolmannessa osiossa Brigitte Link keskittyi opastamaan kuulijoitaan hyvän hakemuksen tekoon. Perusasioista hän painotti vielä sitä, että hakemusta laatiessa joka ikinen kohta ja taulukko on täytettävä ja kaikki pyydetty liitteet lisättävä hakemukseen, jotta saat annettua yhtiöstäsi ja projektistasi mahdollisimman kattavan kuvan. Erityisen tärkeitä asioita hakemuksessa ovat markkinointistrategia ja tuotantobudjetti, koska molemmat peilaavat sitä kuinka kansainvälisestä ja helposti rajojen yli liikkuvasta tv-elokuvasta on kysymys. Aikajana, jolta tuotantokustannukset hyväksytään, alkaa neljä kuukautta ennen kuvauksia ja päättyy 24 (tai pitkien sarjojen osalta 36) kuukautta ensimmäisen kuvauspäivän jälkeen.

Jos olet saanut kehittelykuluihin Median hankekehittelytukea, samoja kuluja ei voida tukea enää tv-levitystuesta, joten ne on jätettävä pois budjetista. Budjettiin tulee laskea myös projektiin kuluvat työpäivät kunkin työntekijän osalta, mikä voi tuntua etukäteen vaikealta. Tarkkojen lukujen sijasta riittää arviokin, kunhan joku laskelma palkkakuluista ja työ- tunneista sisältyy tuotantobudjettiin.

Kaikki on rahoituksesta kiinni

Rahoitussuunnitelma-paperin tärkeyttä Brigitte Link korosti, sillä siitä saa sitä enemmän pisteitä mitä useampi ulkomainen tv-kanava on antanut kirjallisen sitoumuksensa hankkeeseen ja mielellään vielä yli viiden prosentin osuudella, jotta pisteitä kertyy riittävästi. Brigitte painotti, että menestyvässä hakemuksessa soisi olevan näitä yli viiden prosentin osuudella mukaan lähteneitä tahoja useita, yhdestä ei vielä heru tarpeeksi pisteitä. Brigitte suosittelikin, että Baltian maat kannattaa saada mukaan hankkeeseen, koska se on heti kolme kielialuetta ja kolme kanavaa lisää ja heidän rahallisen panoksensa ei välttämättä tarvitse olla suuri (0,1 % tuotantokustannuksista).

Luentonsa eri vaiheissa Brigitte Link vastaili yleisön kysymyksiin. Maggy Reese-Fellman kysyi, mikä on dokumentin minimibudjetti, jolla tv-levitystukea kannattaa lähteä hakemaan. Brigitte vastasi, että hänen mielestään Median tuen olisi hyvä olla vähintään noin 30 000–40 000 euroa eli 20 prosenttia tuotantobudjetista, jolloin kokonaisbudjetti olisi 150 000–200 000 euroa.

Miten voittaa peli?

Esityksensä lopuksi Brigitte näytti esimerkkejä erilaisista rahoitussuunnitelmista ja niiden pisteytyksestä. Kaikille kävi esimerkkien avulla harvinaisen selväksi, miten kovasta kilpailusta ilmiselvästi on kysymys. Kaksi tv-kanavaa, mikä on minimivaatimus, ei todellakaan riitä, vaan kanavia on parem-



Pirjo Honkasalon *Melancholian 3 buonetta* sai tv-levitystukea 2002 (tuotanto Oy Millenniumfilm Ltd, 2004).

pi olla kuusi ellei enemmänkin ja isojakin rahoitusosuuksia monista ulkomaisista lähteistä tarvitaan. Eri kielialuista saa pisteen kustakin, ja niitäkin on hyvä kahmia mahdollisimman paljon. Tärkeää on siis luoda hyvä suhdeverkosto eurooppalaisiin tv-yhtiöihin, levittäjiin ja muihin tuottajiin. Olennaista on myös suunnitella projekteja mahdollisimman pitkällä aikavälillä ja osata tehdä kunkin projektin kannalta paras strategia rahoituksen ja levityksen suhteen. Se, mitä Brigitte useaan otteeseen painotti oli toteamus, että "It's all about financing!" Eli rahoituksen suunnittelusta on kaikki tai ainakin melkein kaikki kiinni.

Suomalaisten osalta kaksi viime vuotta ovat olleet tv-levitystuen kohdalla synkkiä, kun yksikään hakemus ei ole mennyt läpi. Viimeinen menestyksekkäs vuotemme oli 2002, jolloin Suomeen myönnettiin tukea kolmelle dokumentille. Pohjoismaista parhaiten on viime vuosina menestynyt Ruotsi, ja Virokin onnistui saamaan viime vuonna osansa potista. Sinnikkäs yrittäminen kuitenkin tuottaa yleensä tulosta, joten toivotaan menestystä suomalaisten tämänvuotisille hakemuksille!

Kuka hakemukset arvioi?

Brigitte Link kertoi, että tähän saakka hakemukset on lukenut ja arvioinut raati, johon on kuulunut tuottajia animaatio-, fiktio- ja dokumenttipuolelta, levittäjien edustajia ja tv-yhtiöiden ostajia. Jatkossa arviointiraati tulee muodostumaan Median "tietopankkiin" ilmoittautuneista asiantuntijoista, joka voit olla vaikka sinä! Arviointiraadissa ei suinkaan aina ole mu-

kana ketään suomalaista, mutta mitä enemmän suomalaisia tuottajia, levittäjiä, festivaalien edustajia jne. asiantuntijoiksi ilmoittautuu, sitä paremmassa asemassa meidän suomalaisten hakemukset ovat! Joten suosittelemme alan ihmisten todellakin käyttävän tätä tilaisuutta hyväkseen. Arviointiraadin jäsenenä oleminen on varmasti monella tapaa mieltä avartava kokemus, josta maksetaan toki palkkaa, matkakulut ja muut tehtävästä aiheutuvat kulut. Asiantuntijaksi ilmoittautumisen voi tehdä lomakkeella nro EAC 61/04, joka löytyy osoitteesta http://europa.eu.int/comm/dgs/education_culture/appel/index_fr.htm. Kyseiseltä sivulta FI-painikkeen alta löytyy tehtävänkuvaus myös suomeksi. Hakemus täytetään englanniksi tai ranskaksi.

Inkeri Lundgren

TV-levitystuen hakuaajat 2005:

4. 4. ja 9. 9.

Monikäyttäjäsältöä mobiileihin – Sagas Creative Lab Oulussa

Creative Lab in Concepting Multi-user Contents -workshop järjestettiin Oulussa, jossa Euroopan johtavat pelituottajat, tutkijat ja taiteilijat konseptoivat innovatiivisia monikäyttäjäsovelluksia mobiiliympäristöön.

Workshop toteutettiin osana POEMin ja m-cultin X-IS-yhteisbanketta, jonka tavoite on cross-median sisältökehityksen kansainvälinen kompetenssikehitys. Hankkeen eurooppalaiseksi pääkumppaniksi valittiin Sagas, joka on tunnettu korkeatasoisesta sisältökoulutuksestaan ja joka vastasi myös Oulun workshopista.



Luovan ryhmätyön barjoitus, materiaalina keittämätön spagetti.



*Brunhild Bushoff,
Madame Sagas.*

Mentorina toimi luovan sisältötuotannon asiantuntijana mm. BBC:ssä toiminut Frank Boyd. Vierailijana Oulussa kävi Neogamesin Panu Mustonen ja workshopin päätteeksi järjestettiin verkottumistilaisuus Oulun Mediaforumin toimijoiden kanssa. Osallistujia Suomesta oli kuusi: Jouka Mattila (Nokia), Herkko Hietanen (HIIT), Heidi Tikka (m-cult), Sonja Kangas (VTT), Tapani Launonen (OAMK) ja Petri Kotro (Valkeus).

Sagas – Euroopan parhaita sisältökoulutuksia

Sagas writing interactive fiction on eurooppalaisille media-alan ammattilaisille suunnattu koulutusohjelma, jonka tavoite on edistää korkeatasoisen, erityisesti fiktiogenreen kuuluvan sisällön kehitystä vuorovaikutteiseen mediaan. Münchenin elokuva-akatemiassa 1996 käynnistynyt koulutus on saanut EU:n MEDIA -ohjelman tukea vuodesta 1997.

Lähtökohtana Sagasilla oli se, että uusiin teknologioihin liittyvä hype ja suuret odotukset eivät vastanneet sisältöpuolella tapahtuvaa kehitystä. Tavoitteena oli yhdistää perinteisten mediamuotojen sisältöosaaminen uuden median tuomiin mahdollisuuksiin. Alun perin multimediaan ja vuorovaikutteiseen televisioon painottunut koulutus on viime vuosina keskittynyt myös peli- ja mobiilisovelluksiin.

Vuodesta 2002 Sagas writing interactive fiction -workshopeja on tukenut Sagasnet. Sagas- workshopeissa liikkeelle lähdetään tyhjältä pöydältä, kehitetään konsepteja ja projekteja. Sagasnet puolestaan tukee ja edistää olemassa olevien sisältötuotantohankkeiden toteutumista. Molemmissa koulutuksissa osallistujia ohjaavat kansainväliset asiantuntijat.

Sagasin vetäjänä alusta alkaen toiminut Brunhild Bushoff näkee alan kehityksen suurimpana haasteena sen, miten olemassa oleva kerronnallinen osaaminen yhdistetään täysin uusiin ajattelutapoihin ja teknologisiin alustoihin. Työtavoissa tämä tarkoittaa monialaisuutta ja ryhmätyötä, luovaa riskinottoa sekä sitkeää ja jatkuvaa laadun etsimistä.

Miten syntyy mestarillinen mestarikurssi?

Vaihtaessani Brunhildin kanssa kokemuksia mestarikurssityyppisten workshopien onnistumisesta uusien mediasisältöjen alalla totesimme molemmat, että pääongelma ei suinkaan

ole siinä, löytyykö riittävästi kouluttajia, joilla on asiantunte-
musta uuden median sisällöistä ja mahdollisuuksista. Suurem-
pi haaste on löytää kursseille parhaat mahdolliset osallistajat.

Uuden median sisältöyritysten arki kehitys- ja tuotan-
topaineinen on sellaista, että aikaa koulutukseen ei tahdo
löytyä – myös Oulun workshopiin oli vaikea saada riittävästi
pelipuolen tekijöitä. Ongelmana voi silti olla myös se, että
koulutukseen tullaan ikään kuin lomailemaan, ja tätä Brun-
hild ei voi hyväksyä:

– Alusta alkaen on oltava selvää, että kaikki sitoutuvat
työskentelemään yhdessä, käyttämään kaiken kokemuksensa
löytääkseen uusia, innovatiivisia ja tehokkaita vuorovai-
kutteisen median sisältöjä ja konsepteja. Oulussa teimme
valintaprosessin ensi kertaa käsin poimimalla taataksemme
mahdollisimman kiinnostavan taitoprofiilin.

Henkilönä Brunhild on äärimmäisen tarkkanäköinen,
hänellä on harvinainen psykologinen silmä ja ymmärrys
tiimityön edellyttämästä kemiasta. Brunhild huomaa välit-
tömästi, jos osallistuja tai mentori menee aidan yli matalim-
malta kohdalta tai ryhmätyö takeltelee ja silloin hän viheltää
pelin poikki. Hän on myös äärimmäisen suorapuheinen ja
vaativainen; joillekin tuottaa vaikeuksia kestää tätä piirrettä,
mutta Brunhildille on myös helppo antaa anteeksi – sen ver-
ran omistautunut hän on kaikkien yhteiselle pyrkimykselle
ylittää itsensä ja käyttää yhdessä vietetty aika mahdollisimman
tehokkaasti.

Oulussa Brunhildin 'valkyriamainen' toimintatapa näkyi
siten, että työpajan viimeisenä iltana, osallistujien iltakymme-
neltä sulatellessa myöhäistä päivällistä, hän otti puhutteluun
pitkän päivätyön tehneen Frank Boydin ja vaati tältä uusia toi-
menpiteitä. Syynä vaatimukseen oli se, että porukat vaikuttivat
liian tyytyväisiltä tehtyään päivän päätteeksi varsin hienot pre-
sentaatiot. Puhuttelun seurauksena Frank teki työtä käskettyä,
lähti ratkomaan ryhmien kohtaamia ongelmia ja etsimään
uusia ratkaisuja, ja näin työ jatkui jälleen aamutunneille.

Itsekin jouduin kokemaan tuon vaativuuden nahoissani.
Workshopin yhteistuottajana olin ajatellut osallistuvani mu-
kavasti vain tarkkailijan ominaisuudessa, mutta eräs ryhmä
tarvitsi Brunhildin mielestä uuden jäsenen. Niinpä vietin
loppuillan ja seuraavan päivän antoisassa yhteistyössä Nokian
Jouka Mattilan ja HIITin Herkko Hietasen kanssa kehitellen
peer-to-peer -ajatteluun ja RFID- ja barcode -teknologioihin
keskittyviä seikkailusovelluksia.

Vaativuuden kääntöpuolena on äärimmäinen vieraan-
varaisuus, lojaalisuus ja paneutuminen asiaan. Kaikki Sagas-
-koulutukseen osallistuneet ovat kertoneet loistavista koke-
muksista, hyvästä suunnittelusta ja täydellisestä huolenpidos-
ta. Parhaiden mahdollisten osallistujien ja ohjaajien valin-
nasta huolenpito ulottuu myös työtiloihin – Oulun Lasaretti
oli toimiva ja kodikas valinta – ja iltapäivän sokerivajausta
täydentäviin kakkuihin ja karkkeihin.

Yllättävät tulokset ja uudet näkökulmat

Työmetodinaan Frank Boyd käytti nopeaa brainstormingin ja
konseptikehityksen yhdistelmää, joukkoa käyttäjälähtöisen
suunnittelun menetelmiä sekä Stanfordin yliopiston NABC



Ryhmätöitä eräissä työpajan lukuisista kokoonpanoista.



Heidi Tikka esittelee brainstormin tuloksia.

-menetelmää. NABC tarkoittaa lyhyesti, että jokaiselle todelliselle innovaatiolle tulee löytää NEED – tarve, APPROACH – lähestymistapa, BENEFIT – hyöty ja COMPETITION – kilpailu. Erityisesti tarpeiden pohdinnan suhteen konsepteja pistettiin monesti uusiksi: Frank oli tiukka sen suhteen, että ideat vastaavat kohderyhmien arkea.

Nopean prototypoinnin ja brainstormingin yhdistelmä tarkoitti, että viiden työpäivän aikana workshopissa tuotettiin reilusti yli 100 konseptia, joista noin 30 kelpuutettiin päivien lopuksi tehtäviin demoihin. Konseptit kehittyivät workshopin kuluessa kaikilta osiltaan niin, että viimeisissä presentaatioissa oli mukana bisnesmallin ohella jo kustannusarvio pilottivaiheesta, vaikka sellaista ei edellytetty. Myös konseptien esittely lähestyi taide-elämystä, johon vaikuttivat käyttötilanteiden taidokas näyttämöllepano, Power Pointtien visualisointi ja mock-up -prototyypin elämyksellisyys.

Työtapaan kuului myös monialaisuus: pääosa osallistujista oli yrityksissä toimivia suunnittelijoita ja tuottajia, mutta mukana oli myös taiteilijoita ja tutkijoita. Työryhmien kokoonpanoa vaihdettiin tiuhaan, mistä syntyi jatkuvasti uusia haasteita:

– Tärkeintä oli inspiroitua erilaisista työtavoista. Liikelle lähettiin melko turvallisista asetelmista, mutta sitten tapahtui jonkinlainen yhteispäätös mennä vielä pidemmälle, etsiä yhteyttä. Uskoisin, että peliteollisuuden edustajille taiteilijoiden ja tutkijoiden kyseenalaistava ote avasi uusia horisontteja. Itselleni antoisinta oli ymmärtää, miten markkinoiden ehdoilla tapahtuvaan työskentelyyn voi saada luovan suhteen, kertoo workshopiin osallistunut mediataiteilija Heidi Tikka.

Heidille workshopista seurasi kutsu tulla tytöille suunnattujen pelien tuottajaksi saksalaiseen varsin menestyvään mobiilialan yritykseen. Onnistumisesta kertoo osaltaan myös se, että osallistajat lähettivät toisilleen workshopin päätyttyä varsin kaihoisia viestejä, joissa kuvattiin miten harmaalta arki Oulun jälkeen tuntuu. Kyseessä ei silti ollut pelkkä loma arkipäivän puurtamisesta. Oli varsin ilmeistä, että osallistujien

osaaminen rikastui intensiivisessä vuorovaikutuksessa. Muutama eurooppalainen yhteistuotanto on workshopin jäljiltä myös käynnistynyt.

Myös konseptikehityksessä tapahtui kiinnostava käänne päivien aikana. Alun perin seikkailu- ja kilpailutyypisiä peliä sisältösovelluksia esitelleet konseptit rikastuivat ja kypsyivät workshopissa erilaisiksi yhteisöllisiksi, arkeen monin tavoin liittyviksi sovellusideoiksi, joissa perinteisen pelimäisyyden sijaan keskeistä olivat leikin, sisältöjen tuotannon ja vaihdon toimintamallit. Loppupresentaatioissa esiteltiin yllättäen useita lapsille ja perheille suunnattuja konsepteja. Ehkä tämä on merkki uusmedia-alan kypsymisestä, niin käyttäjien kuin tuottajien kohdalla?

Sagasin ja Suomen tiivis yhteistyö

X-IS -hankkeen ja Oulun workshopin hyvien kokemusten myötä suunnitteilla on nyt myös laajempi Sagas -yhteistyö Suomen kanssa, jonka tavoitteena on cross-mediasisältöjen tuotekehityksen tuki. Sagas osallistuu Media Plus- partnerina myös m-cultin keväällä 2005 koordinoimaan IST 6 -verkostohankkeeseen yhteisöllisten mobiilisovellusten alalta.

Miksi Sagas ja Brunhild Bushoff on erityisen kiinnostunut toimimaan juuri suomalaisten tahojen kanssa?

– Toimintamme alkuajoista lähtien mukana on ollut useita suomalaisia alan ammattilaisia, jotka ovat edustaneet Sagas -kurssien etevintä kärkeä. Tämä on toki lisätodiste suomalaisten innovatiivisesta lähestymistavasta vuorovaikutteiseen sisältötuotantoon, toteaa Brunhild.

Minna Tarkka

Minna Tarkka on m-cultin toiminnanjohtaja ja Oulun Sagas -workshopin yhteistuottaja. Sagas-workshop toteutettiin osana POEMin ja m-cultin crossmedian kehityksiksi X-IS -hanketta, Opetusministeriön sisältötuotantorahoituksen ja Sagasin Media Plus-rahoituksen tuella. Oulussa workshopin tuotantoa koordinoivat POEMin Markku Flink ja Maija Myllylä.

AJANKOHTAISET KURSSIT KEVÄÄLLÄ 2005

Alla on esitelty joitakin Media Plus -ohjelman tukemia koulutuskursseja audiovisuaalisen alan ammattilaisille. Vuonna 2005 koulutustukea on myönnetty yhteensä noin 50 koulutuksenjärjestäjälle, joista moni järjestää useita workshoppeja vuoden aikana. Kurssitarjontaa on siis paljon, eikä tämä lista ole täydellinen. Kurssinjärjestäjät tiedottavat kursseista kukin omassa aikataulussaan, joten tiedot täydentyvät jatkuvasti. Ajantasaisimmat tiedot löydät osoitteesta www.mediadesk.fi/news/kurssit.shtml *Ajankohdattaiset kurssit* -osiosta, jota päivitämme viikoittain. Lisätietoja Median tukemista kursseista, niille hakemisesta, kurssin aiemmin käyneistä, esitteitä ja käytännön vinkkejä saa Media Deskistä Inkeri Lundgreniltä.

Tämän kurssiesittelyn lopussa on vielä lista tiedossamme olevista kursseista, joista saa lisätietoja kyseisen koulutuksenjärjestäjän internetsivuilta.

Autamme mielellämme sinua valitsemaan itsellesi sopivaa täydennyskoulutusta, joten ota rohkeasti yhteyttä. Koska kurssinjärjestäjät eivät informoi meitä kovinkaan kattavasti kurs sien osallistujista, toivomme, että ilmoittaisit meille Median tukemalle kurssille pääsystäsi ja raportoisit kurssin sisällöstä. Tiedot auttavat meitä pitämään tilastojamme ajan tasalla ja jakamaan kokemuksia eteenpäin.

Tukea kurssimaksuun!

AVEK (Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus) tukee av-alan ammattilaisten jatko- ja täydennyskoulutusta. Hakiessasi jollekin Media Plus -ohjelman tukemalle kurssille, voit tiedustella mahdollisuutta koulutusapurahaan AVEKista Juha Samolalta, puh. 09 4315 2350, juha.samola@avek.kopioisto.fi.

Käsikirjoituskurssit

Pilots Script Writing & Development Workshop

Kohderyhmä: televisiokäsikirjoittajat ja -tuottajat

Koulutuksen sisältö: PILOTS -workshopeissa osallistujat kehittävät projektejaan asiantuntijoiden ja script editing -ammattilaisten opastuksella sekä tapaavat käsikirjoittajia ja tuottajia muista Euroopan maista.

Projekti: Pitkät ja lyhyet televisiosarjat, sit-comit ja tv-elokuvat missä tahansa kehittelyn vaiheessa.

Kurssiohjelma: Koulutus sisältää vierailevien ammattilaisten luentoja käsikirjoittamisesta ja tuottamisesta ja ryhmätyöskentelyä tutoreina toimivien asiantuntijoiden kanssa. Vieraillevat luennoitsijat tapaavat lisäksi erikseen kunkin ryhmän antaakseen palautetta projekteista. Osallistujien käytettävissä on myös Pilots-kirjasto, videokirjasto ja katseluhuone. Kurssimaksu sisältää lisäksi etäopetusta workshopin jälkeen. Seuraava kurssi pidetään Sitgesissä Espanjassa 10.–16.4.2005.

Hakeminen: Hakuaika päättyy 18.3.2005. Hakuohjeet ja -kaavakkeet löytyvät osoitteesta <http://www.pilotsworkshops.com>.

Hinta: 1550 euroa/projekti ja osallistujia samasta työryhmästä voi olla enintään kuusi. Majoitusvaihtoehtoja on useita ja niistä saa tietoa kurssinjärjestäjältä. Matkat eivät sisälly hintaan.

Muuta: Syksyn Pilots-workshop järjestetään Sitgesissä 23.–29.10.2005.

Yhteystiedot:

Pilots

Colom, 4

17600 Figueres, Spain

Puh. + 34 972 504061

Fax + 34 972 504760

Sähköposti: info@pilotsworkshops.com

<http://www.pilotsworkshops.com>

Yhteyshenkilö: Sylvia Repullo

Pygmalion

Kohderyhmä: Pygmalion -kurssi on tarkoitettu kokeneille käsikirjoittajille ja/tai käsikirjoittaja-ohjaaja -tiimeille, jotka työstävät lapsille ja nuorille suunnatun pitkän elokuvan, tv-sarjan tai interaktiivisen median käsikirjoitusta. Myös opiskelijat voivat hakea kurssille tarkkailijoiksi ilman projektia.

Kurssiohjelma: Koulutuksen opetus koostuu kahdesta 7 päivän mittaisesta lähiopetusjaksosta ja verkon kautta tapahtuvasta konsultoinnista. Lähiopetuspäivien aikana opiskelijat tapaa- vat henkilökohtaisia tutoreitaan ja työskentelevät pienissä ryhmissä. Toisen lähiopetusjakson aikana opiskelijoilla on mahdollisuus harjoitella pitchaamista alan asiantuntijoiden opastuksella. Kurssin aikana järjestetään yhden päivän mittainen foorumi, jossa kurssille osallistuneilla on mahdollisuus pitchata projektiansa tv-yhtiöiden edustajille ja tuottajille. Ensimmäinen lähiopetusjakso pidetään 1.–8.7.2005 Eybassa Saksassa ja toinen lähiopetusjakso on 30.9.–8.10.2005 Kentissä Isossa-Britanniassa. Kurssien välillä osallistujat saavat konsultointiapua verkon kautta.

Hinta: Kurssin hinta on 700 euroa/osallistujaa. Muutamia apurahoja on jaossa ja niitä voi hakea kurssinjärjestäjältä.

Hakeminen: Hakuaika kurssille päättyy 11.3.2005. Hakuohjeita ja -kaavakkeita saa osoitteesta <http://www.pygmalion-programme.org>.

Muuta: Työskentely tapahtuu englanniksi.

Yhteystiedot:

Master School Drehbuch

Linienstrasse 155

10115 Berlin, Germany

Puh. +49 30 3087 9315

Fax +49 30 3087 9314

Sähköposti: info@masterschool.de

<http://www.masterschool.de>

<http://www.pygmalion-programme.org>

Sources 2 – Script Development Workshop

Kohderyhmä: Pitkien elokuvien käsikirjoittajat, käsikirjoitus- tiimit, tuottajat, script editorit ja ohjaajat. Käsikirjoittajille suositellaan osallistumista tuottajiensa kanssa.

Koulutuksen sisältö: Ohjelman puitteissa keskitytään erityisesti käsikirjoitukseen, jotka pohjautuvat kirjoittajien kulttuuriseen ja sosiaaliseen taustaan, mutta jotka ovat kansainvälisesti kiinnostavia. Koulutuksen painopisteitä ovat kirjoitusmetodit, tekstianalyysit ja tekstin työstäminen ja uudelleen kirjoittaminen.

Projekti: Pitkän elokuvan käsikirjoitus.

Kurssiohjelma: Koulutus koostuu kahdesta workshopista, joista ensimmäinen on viikon mittainen ja toinen yhden päivän henkilökohtainen seurantatapaaminen. Näiden välillä osallistujat työstävät käsikirjoituksiaan noin 12 viikon ajan, jolloin heillä on mahdollisuus konsultoida Sources-ohjaajansa kanssa. Kesän 2005 Sources 2 -workshop järjestetään 10.–18.6. Rovaniemellä. Workshopin aikana kaksi ryhmää työskentelee pitkän elokuvakäsikirjoituksen ja yksi ryhmä luovan dokumenttelokuvan käsikirjoituksen parissa.

Hinta: Ilmoittautumismaksu 100 euroa/projekti/kirjoittaja ja osallistumismaksu 1 800 euroa/projekti/kirjoittaja, saman projektin muut henkilöt 900 euroa/henkilö.

Hakeminen: Hakuaika kesän 2005 workshopiin päättyy 1.3.

2005. Hakuohjeet löytyvät Sources 2-ohjelman kotisivuilta <http://www.sources2.de>.

Muuta Sources 2 -koulutuksen työskentelykieli on englanti.

Seuraava Sources 2 – Script Development Workshop pidetään marraskuussa 2005 Italiassa ja ilmoittautumisaika kurssille päättyy 1.6.2005.

Yhteystiedot:

Sources 2 - Script Development Workshop

Köthener Str. 44

D-10963 Berlin, Germany

Puh. + 49 30 886 02 11

Fax + 49 30 886 02 13

Sähköposti: info@sources2.de

<http://www.sources2.de>

Yhteyshenkilöt: Renate ja Marion Gompper

Tuottajakurssit

Media Design Producing (Block I)

Kohderyhmä: nuoret elokuva-, tv- tai multimedia-ammattilaiset, joilla vähintään kahden vuoden työkokemus

Kurssiohjelma: Media Design Producing -kurssin painopiste on markkinoinnissa. Osallistujille opetetaan, miten tuote suunnitellaan ja markkinoidaan kansainvälisille markkinoille ja miten cross-media-näkökohdat tulee huomioida tuotteen markkinoinnissa. Käsiteltäviin aiheisiin kuuluvat myös visuaalisen ilmeen suunnittelu animoiduista efekteistä julistesuunnitteluun, esitteisiin ja digitaaliseen pressimateriaaliin. Kurssi pitää sisällään kolme viiden päivän workshopia, joista ensimmäinen ja viimeinen pidetään Kölnissä Saksassa ja keskimmäinen Roomassa Italiassa. Kurssin workshopit ovat seuraavasti: 25.–29.4.2005 Kölnissä, 30.5.–3.6. Roomassa ja 27.6.–1.7. Kölnissä.

Hinta: Kurssi maksaa 1400 euroa. Kurssinjärjestäjältä voi hakea apurahaa kurssi- ja matkakuluihin. Apurahoja on jaossa neljälle osallistujalle. Kurssille otetaan 10 osallistujaa.

Hakeminen: Hakuaika päättyy 27.4.2005. Lisätietoja kurssista ja hakulomake löytyvät osoitteesta www.filmschule.com/mediadesign

Kieli: Kurssin kieli on englanti. Osallistujilla tulee olla hyvä ja sujuva englanninkielen taito.

Muuta: Vuoden 2005 toinen Media Design Producing (Block II) alkaa 22.8. ja päättyy 28.10.2005. Kurssipaikat ovat Köln ja Lontoo.

Yhteystiedot:

ifs internationale filmschule köln gmbh

Wenderstrasse 1

50672 Köln, Germany

Puh. +49 221 9201880

Fax +49 221 92018899

ohlsen@filmschule.de

<http://www.filmschule.com/mediadesign>

Yhteyshenkilö: Alexandra Ohlsen

MEGA – *Master in European Audiovisual Management*

Kohderyhmä: yliopistosta vastavalmistuneet ja nuoret alan ammattilaiset elokuvan, television tai uusmedian alueilta

Koulutuksen sisältö: Vuoden kestävän Masters-koulutusohjelman tavoitteena on tarjota osallistujille mahdollisuus päivittää ja syventää osaamistaan elokuva- ja televisiotuotannosta ja liikkeenjohdosta sekä luoda kontakteja, jotka edesauttavat ammattilaisuran luomisessa.

Projekti: Osallistujia suositellaan hakemaan koulutukseen projektin kanssa, jota vuoden aikana työestetään. Projektin tiimoilta opiskelijat tekevät yhtiön business-suunnitelman, projektisuunnitelman ja markkinointi- ja levityssuunnitelman.

Kurssiohjelma: Koulutus jakautuu moduuleihin, joiden otsikot ovat: av-yrityksen johtaminen, käsikirjoittaminen ja kehittäminen, viihdelaki, rahoitusstrategiat, elokuva- ja tv-tuotanto ja sen suunnittelu, liiketoiminta ja strateginen suunnittelu, levittäminen ja markkinointi. Koulutus kestää 12 kuukautta.

Koulutus alkaa luennoilla, jotka järjestetään kesäkuussa Rondassa, Espanjassa. Koulutukseen osallistuvat suorittavat myös kaksi useamman kuukauden harjoittelujaksoa alan yrityksessä. Ensimmäinen jakso ajoittuu syys-joulukuuhun 2005 ja toinen helmi-kesäkuuhun 2006. Koulutuksen viimeinen osio (Final evaluation week) järjestetään kesäkuussa 2006 Rondassa.

Hinta: 10 000 euroa. Koulutuksen järjestäjältä voi kysyä tietoja stipendeistä.

Hakeminen: Hakuaika koulutukseen päättyy 18.3.2005. Lisätietoja saa koulutuksenjärjestäjältä.

Muuta: Koulutus kestää 12 kuukautta ja sen työskentelykieli on englanti.

Yhteystiedot:

Media Business School

Paseo de la Habana 3, 2

28036 Madrid, Spain

Puh. + 34 91 575 95 83

Fax + 34 91 431 33 03

Sähköposti: mega@mediaschool.org

<http://www.mediaschool.org/>

Yhteyshenkilö: Ana Laguna

Strategics Film Marketing Workshopit 2005

Kohderyhmä: tuottajat, levittäjät, markkinointipäälliköt

Koulutuksen sisältö: Strategics on tuottajille tarkoitettua markkinointikoulutusta, jossa käsitellään elokuvan markkinointiin liittyviä haasteita ja mahdollisuuksia kaikissa tuotantovaiheissa aina käsikirjoittamisesta jakeluun.

Projekti: Koulutuksessa työestetään tuottajan ajankohtaista projektia, joka on myös yksi valintakriteereistä.

Kurssiohjelma: Koulutuksessa on kaksi osaa: Film Marketing Workshop ja Strategics Film Test Laboratory.

Film Marketing Workshop on neljän päivän intensiivivorkshop, jossa alan asiantuntijoiden johdolla käsitellään elokuvamarkkinoinnin osa-alueet kuten käsikirjoituksen kehittäminen, pitching, markkinointimateriaalien visuaalinen suunnittelu, lehdistötyö, kansainvälisen markkinoinnin ja festivaalien budjetointi ja still-kuvaus. Opetuksessa käytetään case studeja ja henkilökohtaista tutorointia. Vuoden 2005 Film Marketing Workshopit pidetään Mondorfissa Luxemburgissa 23.–26.6. ja 8.–11.12.2005.

Film Test Laboratory tarkoittaa käytännössä elokuvan koenäyttöä yleisölle palautteen saamista varten. Film Test on kaksipäiväinen koulutus, jonka ensimmäisenä päivänä järjestetään test-screening ja toisena päivänä käsitellään saatu palaute yhdessä asiantuntijoiden kanssa. Seuraava Film Test Laboratory järjestetään lokakuussa 2005. Tarkempi aika ja paikka ilmoitetaan myöhemmin.

Hinta: Film Marketing Workshopin hinta on 1 000 euroa (500 euroa saman yrityksen toiselta osallistujalta) /workshop, hintaan sisältyy majoitus. Film Marketing workshopiin osallistuneet voivat osallistua Test Laboratory Workshopiin maksutta.

Hakeminen: Hakuaika kesäkuun Film Marketing Workshopiin päättyy 27.5.2005. Joulukuun kurssille voi hakea 7.11.2005 mennessä. Kurssinjärjestäjä kuitenkin suosittelee, että kannattaa hakea mahdollisimman pian, sillä paikat täytetään hakujärjestyksessä, jos hakemus läpäisee hakukriteerit.

Test Laboratory Workshopiin voivat ilmoittautua vain Film Marketing Workshopiin ja Film Finance Forumiin osallistuneet. Hakukaavakkeita ja lisätietoja <http://www.strategics.lu>.

Yhteystiedot:

STRATEGICS

238c, rue de Luxembourg

L-8077 Bertrange, Luxembourg

Puh. + 352 45 19 80

Fax + 352 45 19 68

Sähköposti: danny.leyder@filmnet.lu

<http://www.strategics.lu>

Yhteyshenkilö : Danny Leyder

Strategics Film Finance Forum

Kohderyhmä: tuottajat, levittäjät, myyntiagentit ja esim. elokuvavaroituksen parissa työskentelevät lakimiehet

Koulutuksen sisältö: Film Finance Forumin keskeisenä tavoitteena on saattaa joukko elokuvavaroituksen ammattilaisia yhteen saamaan pätevilta luennoitsijoilta ja toisiltaan uusinta tietoa elokuvavaroituksen tilasta Euroopassa juuri nyt. Kolmi-päiväisen kurssin aikana käydään läpi eurooppalaisia yhteistuotantoja ja eri maiden rahoituslähteitä ja niiden toimintaa. Kurssin sisältö suunnitellaan sopivaksi juuri sille joukolle, joka kurssille osallistuu, joten pienten maiden näkökulma rahoituksessa huomioidaan.

Kurssiohjelma: Kurssi pidetään Luxemburgissa 15.–17.4.2005.

Hinta: Kurssimaksu on 1000 euroa (500 euroa saman yrityksen toiselta osallistujalta) /workshop, hintaan sisältyy majoitus. Alennettu hinta 750 e Strategics Film Marketing Workshopin käyneille. Apurahoja on tarjolla muutamalle pienen maan osallistujalle, kannattaa kysyä kurssinjärjestäjältä.

Hakeminen: Hakuaika kurssille päättyy 11.3.2005.

Muuta: Kurssin kieli on englanti.

Yhteystiedot:

STRATEGICS

238c, rue de Luxembourg

L-8077 Bertrange, Luxembourg

Puh. + 352 45 19 80

Fax + 352 45 19 68

Sähköposti: danny.leyder@filmnet.lu

<http://www.strategics.lu>

Yhteyshenkilö : Danny Leyder

Dokumenttikurssit

Discovery Campus Masterschool: Innovative Financing Strategies for International Documentaries

Kohderyhmä: dokumenttituottajat

Kurssiohjelma: Kurssilla keskitytään dokumenttielokuvien rahoitusstrategioihin ja businessmalleihin tuottajille, jotka haluavat työskennellä kansainvälisesti. Workshop järjestetään 6.–8.5.2005 Münchenissä Saksassa.

Hinta: Kurssi maksaa 150 euroa.

Hakeminen: Hakulomake ja lisätietoja kurssista ja sille hakemisesta osoitteessa <http://www.discovery-campus.de>.

Muuta: Discovery Campus Masterschool järjestää vuoden 2005 kolmannen workshopinsa heinäkuussa 2005 Wienissä Itävallassa ja Final Pitching Sessionin lokakuussa Leipzigissa Saksassa.

Yhteystiedot:

Discovery Campus e.V.

Einsteinstraße 28

D-81675 München, Germany

Puh. +49 89 410 739-30

Fax +49 89 410 739-39

Sähköposti: info@discovery-campus.de

<http://www.discovery-campus.de>

Animaatiokurssit

Literary Adaptation and Commissioned Films

Kohderyhmä: Yksitoista viikkoa kestävä kurssi on tarkoitettu nuorille animaatioelokuvan tekijöille tai opintojensa loppusuoralla oleville animaatio-opiskelijoille

Kurssin sisältö: Kurssin tavoitteena on perehdyttää opiskelijat animaation ammattimaiseen tekemiseen käytännönläheisen työskentelyn avulla. Kurssin päättyessä luvassa ei ole valmiita elokuvia, vaan animaatiopätkiä, joita tehtäessä on käyty läpi äänitekniikkaa, storyboardin tekoa, ohjaamista, leikkaamista, rytmiä ja grafiikka- ja äänivalintoja ottaen huomioon työn tilaajan vaatimukset.

Kurssiohjelma: Kurssi jakaantuu kolmeen osaan. Ensimmäinen osa kestää kuusi viikkoa ja sen aiheena on lasten kirjojen muokkaaminen elokuviksi alkuperäisteoksen visuaalista laatua kunnioittaen. Aihetta käsitellään yhdessä lastenkirjojen kustantajien kanssa, vaikkakin suurin osa ajasta käytetään animaation tekoon kunkin valitseman teoksen pohjalta. Toinen osa kestää viikon ja pitää sisällään osallistumisen Annecyn kansainväliselle animaatiofestivaalille ja markettiin, missä voi nähdä animaatioelokuvia laidasta laitaan ja luoda suhteita alan ammattilaisiin. Kolmas osa kestää neljä viikkoa ja aiheena ovat tilauselokuvat, mainoksiin tai yritysesityihin rinnastettavat toimeksiannot. Tässä jaksossa käsitellään mm. budjetointia ja aikatauluttamista.

Kurssin opetuksesta vastaavat Laurent Pouvaret, Ted Sieger ja Marc Jousset.

Kurssi alkaa 25.4.2005 ja päättyy 8.7.2005. Opetuspaikkana on La Poudrière -animaatiokoulu Valencessa Ranskassa.

Hinta: Kurssi maksaa 610 euroa. Muutama apuraha on tarjolla ja niistä saa lisätietoja kurssinjärjestäjältä.

Hakeminen: Kurssille otetaan 8–10 osallistujaa. Hakemuksen tulee pitää sisällään vapaamuotoinen hakemus (miksi hakee kurssille), työnäytteitä sekä VHS-muodossa että piirustuksia. Hakuaika päättyy 21.3.2005.

Kieli: Kurssi pidetään pääsääntöisesti ranskaksi, englantia voidaan käyttää osittain.

Yhteystiedot:

La Poudrière, école du film d'animation

12, rue Jean Bertin

26000 Valence, France

Puh. +33 04 7582 0808

Fax +33 04 7582 0807

Sähköposti: poudriere@wanadoo.fr

Yhteyshenkilö: Johtaja Isabelle Elzière-Delalle tai

Laurent Pouvaret

Muita tulevia kursseja

Kurssin nimi

bakuuika

yhteystiedot

Käsikirjoituskurssit:

MFI Script Workshops	15.3.2005	www.mfi.gr
Step by Step	24.3.2005	www.masterschool.de
Katapult – European Script Centre	30.3.2005	www.katapultfilm.hu/workshop
Mediscript 3	11.4.2005	www.mediscript-europe.com
eQuinox Screenwriter Workshop	15.2005	www.equinoxgermany.de
TASTE (The Art of Screenwriting with Transnational Extend)	15.5.2005	www.fia-uimp.com
The Script Factory SCENE insiders	06/2005	www.scriptfactory.co.uk
Sources: Projects & Process	1.8.2005	www.sources2.de
Arista	useita	www.aristadevelopment.com

Tuotantokurssit:

The Business of Negotiating	1.3.2005	www.argovelafilms.com.gr
Documentary Directors Coaching Programme	15.3.2005	www.binger.nl
Cartoon Future	1.4.2005	www.cartoon-media.be
The Three Months Bristol Animation Course	1.4.2005	www.uwe.ac.uk/amb/bristolanimation
VERTICALstrategies	04/2005	www.vertical-strategy.com
European Films Crossing Borders	04/2005	www.sgae.es
Essential Legal Framework	04/2005	www.epi-mediainstitut.de
Esodoc	15.4.2005	www.esodoc.com
French-German Masterclass	30.4.2005	www.ace-producers.com
l'Atelier Masterclass	30.4.2005	www.filmakademie.de
Ecafic 2005	20.5.2005	www.ina.fr
ACE	1.7.2005	www.ace-producers.com
Animation Workshop: Visual Game Development	5.7.2005	www.animwork.dk
Documentaire et Histoire	08/2005	www.femis.fr
Moonstone Filmmakers' Lab	09/2005	www.moonstone.org.uk

Uudet teknologiat ja multimedia:

ITAP /New Media Authoring & Production	24.4.2005	www.ulusofona.pt/itap2004
Mediamatic Interactive Film Lab	kts.netistä	www.korsakow.org
TransISFor	1.5.2005	www.ciant.cz
sagas writing interactive fiction	2.5.2005	www.sagas.de
Europrix Summer School 2005	30.5.2005	www.summerschool.europrix.org
IVAN (Innovating Video Art through New Technologies)	06-07/2005	www.forcom.it

Apurahaohjelmat:

Nipkow	31.3.2005	www.nipkow.de
--------	-----------	---------------

Lyhyesti

Elokuvat myyvät hyvin Euroopassa

Media Salles julkaisi European Cinema Yearbook 2004:n Berliinin elokuvajuhlilla 13.2.2005. Vuosikirja pitää sisällään monenlaisia tilastoja elokuvissakäynnistä ja elokuvateollisuudesta Euroopassa. Tilastoissa on mukana yhteensä 33 Euroopan maata.

Elisabetta Brunella Media Sallesista totesi olevansa iloinen, koska vuosikirjan luvut osoittavat positiivista suuntaa eurooppalaiselle elokuvateollisuudelle. Kotiteattereiden ja DVD-elokuvien myynnin kasvaessa huomasti koko ajan, on ollut pelättävissä elokuvateatterikäyntien vähenevän radikaalisti. Näin ei ole kuitenkaan käynyt, vaan elokuvateatterikäynnit ovat lisääntyneet vuosien 1999 ja 2002 välillä 43 prosenttia video- ja DVD -myynnin kasvettua samana aikana peräti 110 prosenttia. Eurooppalaiset haluavat siis nähdä entistä enemmän eurooppalaisia elokuvia sekä kotona että elokuvissa.

Myös EU-komissaari Viviane Reding piti tilaisuudessa lyhyen puheenvuoron, jossa hänkin oli erittäin ilahtunut uusien tilastojen tuloksista eli elokuvissakäyntien suuresta määrästä ja kovassa nousussa olevista DVD -elokuvien myyntiluvuista. Piratismiin Reding totesi ongelmaksi, jota olisi tärkeää tutkia ja josta olisi hyvä saada myös tilastollista selvitystä mahdollisimman pian.

Jos haluat tilata European Cinema Yearbook 2004:n itsellesi tai kaipaavat tietoja Media Sallesin elokuvateattereiden omistajille ja levittäjille suunnatusta koulutuksesta, lisätietoja osoitteessa www.mediasalles.it.

Pelikaanimies on saanut Median bankekebbittelytukea. Tuotanto Lumifilm Oy, 2004.



Cartoon Forum 21.–24.9.2005 Koldingissa Tanskassa

Cartoon Forum on animaation tekijöille tärkeä oman projektin rahoitus- ja markkinointitapahtuma Euroopassa. Cartoon Forum ei ole varsinainen messutapahtuma eikä festivaali, vaan yhteistuotantoja eteenpäin vauhdittava tapaamispaikka kaikille Euroopan animaatioammattilaisille. Paikalla on perinteisesti ollut yli 100 TV-kanavan edustajat ja ainakin 160 muuta rahoittajatahoa. Tapahtumaan voivat hakea televisioon tarkoitettua yli 26-minuuttisia animaatioita ja animaatio- ja animaatiosarjoja, joiden kehittäminen on jo hyvässä vaiheessa ja joista on riittävästi pr-materiaalia. Hakuaika päättyi 25.4.2005. Esitteitä ja hakulomakkeita saa Media Deskistä tai osoitteesta <http://www.cartoon-media.be>. Vuonna 2004 Cartoon Forumiin osallistui peräti neljä suomalaisprojektia.



Festivaali- & market-kalenteri, kevät–kesä 2005

Seuraaville Cannesin messuille suomalaiset tuottajat voivat akreditoitua alennettuun hintaan the Marketplacen kautta:
<http://www.marketplace-events.com>

MIPDOC, Documentary Market,
Cannes 9.–10.4.2005
www.mipdoc.com

MIP-TV-Market,
Cannes 11.4.–15.4.2005
www.miptv.com

Milia Exhibition,
Cannes 11.4.–15.4.2005
www.milia.com

Tampereen 35. kansainväliset lyhytelokuvajublat,
9.–13.3.2005
www.tamperefilmfestival.fi

Visions du Réel,
Nyon, Sveitsi, 18.–24.4.2005
www.visionsdureel.ch

HotDocs,
Toronto, Kanada 22.4.–1.5.2005
Festivaaliakkreditoituminen erikoishintaan
28.3.2005 mennessä.
www.hotdocs.com

Toronto Documentary Forum,
Kanada 27.–28.4.2005
Documentary Forumiin voi osallistua tarkkailijana ilman projektia, ilmoittautumiset 17.3.2005 mennessä.
www.hotdocs.com

Cannes Film Festival ja Cannes Film Market,
Ranska
11.–22.5.2005
www.festival-cannes.org

Annecy International Animation Festival,
Ranska 6.–11.6.2005
www.annecy.org

Sodankylän elokuvajublat,
15.–19.6.2005
www.msfilmfestival.fi

Sunny Side of the Doc,
Marseille, 29.6.–2.7.2005
www.sunnysideofthedoc.com



Keisarikunta, tuotanto Mandari Productions Oy, 2004.

Suomalaisten saamat Media-tuet 2004

Festivaalituki 2004

Call for proposals 75/2003

DocPoint	20 000
Espoo Ciné	12 500
Oulun kansainvälinen lastenelokuvien festivaali	10 000
Sodankylän elokuvajuhlat	20 000
Tampereen lyhytelokuvajuhlat	30 000
Festivaalit yhteensä	92 500 euroa

Hankekehittely 2004

Call for proposals 86/2003

Deadline 15.3.2004

Epidem Zot, slate	90 000
Helsinki-filmi, slate	90 000
Silva Mysterium, fiktio / Kun isä sai siivet	50 000

Deadline 31.5.2004

Gerillafilmi, dok / Iron John	15 000
RL Film Productions & Edith Film, anim./	
La Belle Epoque	40 000
Timeless Productions, fiktio / Everdark	20 000
Blind Spot, fiktio / A Man's job	50 000
Lasihelmi, fiktio / Kolme ilmansuuntaa	50 000
Smile Entertainment, fiktio / Viattomat	40 000
Wide Mind, fiktio / Kuningas lähtee Ranskaan	40 000
Hankekehittely yhteensä	485 000 euroa

Harkinnanvarainen tuki teatterielokuvan levittäjille

Call for proposals 92/2003

Deadline 15.3.2004

Future Film/Gegen die Wand (Head On) deadline 5.7.2004	15 000
FS Film / AE Fond Kiss	5 000
Kamras Film Group / Agata et la Tempesta	4 000
Kamras Film Group / Comme une Image	6 000
Kamras Film Group / Les Choristes	6 000
Scanbox Entertainment / The Machinist	20 000
Yhteensä	56 000 euroa

Automaattinen video/DVD -tuki

Call for proposals 94/2003

Dan Film As	3 064
Dan Pictures Aps	242
FS Film Oy	8 020
Oy Future Film Ab	38 310
Oy Nordisk Film Ab	194 272
Pan Vision Oy	185 425
Sandrew Metronome Distribution Finland Oy	106 865
Scanbox Entertainment Finland Oy	85 193
Yhteensä	621 391 euroa

Automaattinen Video/DVD -tuki on uusi tukimuoto, joka perustuu levittäjän eurooppalaisten teosten myyntiin vuonna 2002.

Automaattituki teatterielokuvien levittäjille 2004

(myydyt liput 2003)

Call for proposals 08/2004

Columbia Tristar Nordisk Filmdistributors Oy	26 276
FS Film	30 828
Oy Cinema Mondo Ltd	48 795
Oy Future Film Ab	5 410
Oy Kamras Gilm Group Ab	19 540
Oy Kinoscreen Illusion Ltd	1 465
Oy Rapid Eye Movie Ltd	333
Sandrew Metronome Distribution Finland Oy	61 660
Scanbox Entertainment Finland Oy	47 722
Yhteensä	242 029 euroa

Elokuvateatteriverkostot:

arvio 77 500 euroa

KAIKKI TUET YHTEENSÄ 1 574 420 euroa

Pilot Projects 2004

Reelport -hankkeelle myönnetty 893 710 euroa. Ryhmässä Saksa (teki hakemuksen), Norja, Suomi, Espanja, Ruotsi, Portugal ja Tsekki. Suomalaiset osapuolet ovat Tampereen lyhytelokuvajuhlat ja Tampereen elokuvakeskus.

Bonnier Media Broadbandille on myönnetty 500 000 euroa. Ryhmässä Ruotsi (teki hakemuksen), Norja, Suomi, Tanska ja Iso-Britannia. Suomalainen osapuoli Alma Media.

YHTEYSTIEDOT

EUROOPAN UNIONIN MEDIA PLUS -OHJELMA

Käyntiosoite:

European Commission
Directorate General Information Society
100, Rue Belliard • B-1040 Brussels, Belgium
Phone +32 2 296 35 96 • Fax +32 2 299 92 14

Postiosoite:

Directorate-General for Education and Culture
Unit C3 (Support for Audio-visual media content (MEDIA))
Mr Costas Daskalakis (office B100 4/27)
Rue de Genève 1 • B-1049 Brussels, Belgium

Media Plus -ohjelman henkilökunta:

Media-yksikön johtaja:
Constantin Daskalakis + 32 2 296 35 96
Sihteeri: Christiane Doettger + 32 2 299 03 27

Lakiasiat:

Aviva Silver +32 2 295 22 90

Levitystuet:

Elokuva - video - multimedia: Hughes Becquart +32 2 295 92 04
Tv-levitys: Catharina Nes + 32 2 295 99 25
Levitystuet, seuranta: Gabor Greiner +32 2 295 37 75

Festivaalit ja myyninedistäminen:

Elena Braun + 32 2 296 03 96
Peggy Nachon +32 2 299 66 75

Kehittäminen:

Domenico Raneri +32 2 296 21 20
Corinne Mimran +32 2 295 33 71

Koulutus:

Judith Johannes + 32 2 299 92 76

Media Deskit ja tiedotus:

Nils Koch + 32 2 295 98 97

Uudet promootiomekanismit ja EuropaCinemas:

Arnaud Pasquali + 32 2 298 75 13

Laajentuminen, arviointi ja horisontaaliset näkökulmat:

Maria-Silvia Gatta +32 2 295 41 15

Talousasiat:

Fernando Centurione +32 2 295 84 29
Liliane Muscche +32 2 295 40 89

D & S MEDIA SERVICES MEDIA PLUS TECHNICAL ASSISTANCE OFFICE (TAO)

John Dick, päällikkö +32 2 743 22 30
Rue Colonel Bourg, 135 • B-1140 Bruxelles
Puh.+32 2 743 22 32 • Fax +32 2 743 22 46
www.d-and-s.com

Median hankekehittäminen:

Projektien käsittely:

Sophie Schoukens, päällikkö +32 2 743 20 88
Soon-Mi Peten +32 2 743 20 87
David Heinzl, assistentti +32 2 743 30 18

Sopimukset ja seuranta:

Virve Indrén,
päällikkö ja slate funding-tuesta vastaava +32 2 743 27 22
David Raffier, assistentti +32 2 743 27 24

Median levitystuet:

Pierre Gavet, selektiivisen tuen ja automaattituen
hakemusten käsittelystä vastaava +32 2 743 22 39
Chris Miller, hakemusten käsittelijä +32 2 743 27 29
Raymond Goverde, selektiivisen tuen ja automaattitukien
seurannasta vastaava +32 2 743 22 35
Aurélie Varin, video/DVD-tuki +32 2 743 30 16
Tv-levitys, hakemusten käsittely: Brigitte Link +49 89 210 25 301

Festivaalit ja promootio:

Claire Gaunt, festivaalituesta vastaava +32 2 743 2241
Estelle Roger, myyninedistämisestä vastaava +32 2 743 22 44

i2i Audiovisual

Eleni Chandriou, käsittelijä +32 2 743 20 81
Clément Carasco, käsittelijä +32 2 743 2085

Cartoon Forum

Annick Maes
314, bd.Lambermont • B-1030 Bruxelles, Belgium
Puh. +32 2 242 93 43 • Fax +32 2 245 46 89
forum@cartoon.skynet.be • http://www.cartoon-media.be

Elokvateatteriverkosto Europa Cinemas

Claude-Eric Poiroux
54, rue Beabourg • F-75003 Paris, France
Puh. +33 1 42 71 53 70 • Fax +33 1 42 72 47 55
europacinema@magic.fr • www.europa-cinemas.org

Media Desk Finland

c/o Suomen elokuvasäätiö
Kanavakatu 12 • FIN-00160 Helsinki



Media Desk Finland

c/o Suomen elokuvasäätö

Kanavakatu 12 | FI-00160 Helsinki

Puh. +358-9-6220 3013 Kerstin Degerman | Puh. +358-9-6220 3024 Inkeri Lundgren | Fax: +358-9-6220 3070

E-mail: kerstin.degerman@ses.fi | inkeri.lundgren@ses.fi

www.mediadesk.fi

