

Jenni Hokka

Jenni Hokka, YTT, asiantuntija,
tutkijakoulu, Tampereen yliopisto

MONIALUSTAISEN SISÄLLÖNTUOTANNON AIHEUTTAMAT JÄNNITTEET TUOTANTOKULTTUURISSA

Tapaus *Uusi päivä*



Vuosina 2010–2018 esitetty Uusi päivä oli Ylen ensimmäisiä monialustaisia draamatuotantoja. Sarja brändättiin aluksi perhesarjaksi, mutta alusta alkaen sarjalla pyrittiin myös tuomaan Ylelle lisää nuoria katsojia, minkä vuoksi sarjan sisältökokonaisuuteen kuului televisiodraaman ohella laajat nettisisällöt useissa sosiaalisen median kanavissa, kuten Facebookissa, Instagramissa, Twitterissä, Snapchatissa, Spotifyssa ja Youtubessa. Tätä sosiaalisen median sisällöntuotantoa varten sarjalla oli oma nettitiimi. Keväällä 2015 toteutettuun etnografiseen havainnointiin ja haastatteluihin perustuva tutkimuksessani tuon esiin, kuinka monialustainen sisällöntuotanto vaati muutoksia totuttuihin tapoihin tehdä televisiodraamaa. Tuotantokulttuurin muutos ei kuitenkaan ollut yksinkertainen, vaan tuotantoryhmän sisällä oli jännitteitä televisiodraaman keskittyvien työntekijöiden ja transmediaaliseen kerrontaan pyrkivien työntekijöiden välillä. Tämä johtui pääosin kolmesta syystä: päivittäissarjatuotannon kireästä aikataulusta, nettisisältöä ja televisiosarjaa tekevien työntekijöiden organisatorisesta erillisyydestä sekä eri työntekijöiden työidentiteettien eroista.

Johdanto

Yle on siirtänyt painopistettä verkkoon myös sisältöjen tekemisessä. Vuoden merkittävillä ohjelmakokonaisuuksilla, kuten Sotshin olympialaisilla tai yhteiskunnallisella Lupa välittää -hankkeella on ollut vahva verkkoulottuvuus. Moniväliseellisyys ja transmediaisuus ovat osa sekä sisältöjen että julkaisujen suunnittelua. Yle kehittää määrätietoisesti henkilöstönsä verkko-osaamista esimerkiksi kerrontatavoissa ja käsikirjoittamisessa. (Ylen toimintakertomus ja tilinpäätös 2014.)

Vuonna 2015 YLE nosti ”Verkko edellä muutokseen” -iskulauseen yhdeksi yhtiön kolmesta keskeisestä strategisesta tavoitteesta, mikä tarkoitti verkon

nostamista tasaveroiseksi mediaksi television ja radion rinnalle kaikessa sisältötuotannossa. Jo vuonna 2010 aloittaneen *Uusi päivä* -sarjan (UP) oli tarkoitus olla yksi Ylen keskeisistä panostuksista verkkoon ja sitä kautta nuoriin katsojiin, sillä 2010-luvulla Ylessä oltiin huolestuneita nuorten katsojien aikuisia vähäisemmästä Ylen sisältöjen seuraamisesta. Sarjan tuotantoraamatussa määriteltiin alusta saakka, että sarjan sisältöjä julkaistaisiin kolmessa väylässä: televisiossa, radiossa ja internetissä. Sarjalle palkattiin heti sarjan alusta alkaen kolmihenkinen nettitiimi, jonka vastuulla oli huolehtia sarjan verkkosisällöistä. Samalla UP oli myös Ylen ensimmäinen jatkuvajuoninen päivittäissarja – jota tosin esitettiin kolmena päivänä viikossa.

Sarjan monialustaisuutta toteutettiin kunnianhimoisesti. Vuonna 2015 UP:ään kuuluvia sisältöjä julkaistiin omien verkkosivujensa ja Yle Areenan lisäksi Facebookissa, Flickrissä, Instagramissa, Twitterissä, Snapchatissa, Spotifyssa ja Youtubessa. Verkkosisällön lisäksi sarjan *UP Plus* -palveluihin kuului kahden henkilöhaamon yhteinen radio-ohjelma YleX-nuorisokanavalla sekä sarjan henkilöhaamojen bändien live-keikkoja.

Vaikka Ylen johto halusi strategisesti panostaa nettiin ja UP:n monialustainen sisältö saavutti varsin hyvin katsojansa ja käyttäjänsä, tuotantoryhmän sisällä strategian vieminen käytäntöön ei ollut itsestään selvää. Tässä artikkelissa tutkin UP:n tuotantoa ja analysoin sen työntekijöiden näkemyksiä monialustaisesta sisällöntuotannosta ja transmediaalisesta kerronnasta sekä niiden toteutumisen haasteista. Tutkimusta varten seurasin etnografisesti sarjan kuvauksia ja tuotantopalavereja keväällä 2015 ja haastattelin sarjan työntekijöitä sekä samana keväänä että tuotannon siirryttyä uuteen studioon loppuvuodesta 2015.

Sarjan tuotanto päättyi vuoden 2018 lopussa, koska Yle halusi yhden pitkäkestoisen päivittäisdraaman sijaan tarjota katsojille enemmän erilaisia, lyhyempiä sarjoja (Mattson 2018). Vaikka UP on jo päättynyt, se on valaiseva esimerkki television sisällöntuotannolle edelleen ajankohtaisesta ja tutkitusta kehityskulusta: televisiofiktio muutoksesta yksikanavaisesta ja yhdelle yleisölle kerrotuista tarinoista monialustaiseen sisältötuotantoon. UP on esimerkki myös siitä, miten erityisesti julkisen palvelun mediayhtiössä reagoitiin tähän trendiin ja miten organisaation toimintatavat vaikuttivat siihen, miten monialustaista sisältötuotantoa oli mahdollista toteuttaa.

Teoreettiset käsitteet

Alustoitumisen voimakkaasta vaikutuksesta televisiofiktio tuotantoon on kirjoitettu paljon. Erilaiset striimauspalvelut ovat muuttaneet katsomistotumukset seuraavan jakson lähetyksen odotuksesta maratonkatseluun ja valmiin ohjelmiston seuraamisesta käyttäjän tekemiin valintoihin, muokaten samalla koko ajatuksen televisiosta huoneen nurkassa olevasta lähetyslaitteesta verkkopalveluksi (Lobato 2019, 7–10; Bennett 2018; Lotz 2018; Jenner 2016; Sundet 2021, 27–30, 54–59). Vaikka huomio tällöin on usein kiinnittynyt suuriin globaaleihin toimijoihin, kuten Netflixiin, ja niiden vaikutukseen, myös pienemmät kansalliset ja/tai julkisen palvelun yhtiöiden verkkopalvelut ovat olleet vahvistamassa tätä kehitystä (Johnson 2018), hyvinä esimerkkeinä BBC:n iPlayer ja Yle Areena. Alustoituminen on tehnyt televisiokulttuurista globaalimpaa niin tilattavissa olevan sisällömäärän kasvun kuin suurten globaalien toimijoiden ja niiden tilaamien transnationaalien tuotantojen kautta (Lotz 2020; Chalaby & Plunkett 2021; Sundet 2021, 8–12, 37–39; Dunleavy 2020).

Striimauspalvelut eivät kuitenkaan ole ainoa alustoitumisen muoto, joka on muuttanut televisiotuotantoa ja katsomista. Television sisällöntuottajat ovat vuosituhaten vaihteen tienoilta alkaen tehneet kasvavassa määrin sisältöä sosiaalisen median eri alustoille alkaen varhaisvaiheen ”kotisivuista” eri sosiaalisen median sovelluksissa julkaistuihin transmediaalisiin sisältöihin (Bennett 2008; Sousa et al. 2016; Stollfuss 2021). Vaikka varhaisten teorioiden visiot transmediaalisesta fiktiosta, jossa katsoja seuraisi yhden juonikulun kehittymistä useilla eri alustoilla julkaistujen juonenpalasten kautta, tai katsojan valintoihin perustuvasta interaktiivisesta tarinankerronnasta (Jenkins 2006; 2007; Scolari 2009) ovat vaihtuneet ennemminkin sarjan markkinointiin ja katsojien tehokkaaseen tavoittamiseen (Johnson & Grainge 2015), katsojalle ja käyttäjälle sarjan katsomisen kokemus on muuttunut monialustaisen sisällöntuotannon myötä, sillä se mahdollistaa lineaarisesti etenevään televisiofiktioon verrattuna kokonaisvaltaisemman uppoutumisen sarjamaailmaan.

Televisiofiktio katsomistottumusten ja monialustaisen sisällön tuottamisen tarve on vaikuttanut myös sarjojen tekotapoihin. Tässä artikkelissa tarkastelen televisiosarjojen tuotantokulttuurien muutosta *UP:n* kautta. Tutkimus on siten osa kulttuurintutkimuksellista tuotannontutkimusta, jossa kiinnostuksen kohteena on se, miten ihmiset tuottavat kulttuuria tietynlaisissa organisaatioissa ja yhteisöissä rakentaen ja toisintaen samalla yhteisölle ominaisia työntekeksen tapoja ja työidentiteettejä. Kulttuurintutkimukseen pohjautuva tuotannontutkimus analysoikin usein haastatteluiden ja etnografian menetelmin työntekeksen käytäntöjä sekä työntekijöiden näkemyksiä ja uskomuksia työstään. (Mayer et al. 2009, 2–6; Caldwell 2011; Hesmondhalgh & Baker 2011.)

Tämä tutkimus on myös osa julkisen palvelun tuotantokulttuurien tutkimusta, sillä julkinen palvelu muodostaa mediakentässä omanlaisen organisaation sitä koskevan lainsäädännön, valvonnan sekä erityisesti julkisen palvelun toimintaa ohjaavien arvojen vuoksi (Hokka 2017). Toisaalta, kuten James Bennett (2015) artikkelissaan julkisen palvelun tuotantokulttuureista muistuttaa, julkisen palvelun tuotantokulttuurit ovat verkostomaisia, toisiinsa risteäviä ja moninaisia sen sijaan, että olisi olemassa yksi julkisen palvelun tuotantokulttuuri, joka kattaisi kaiken julkisen palvelun toiminnan uutisista lastenohjelmiin. Myös strategisen johdon ja eri tason työntekijöiden käsitykset ja kokemukset päivittäisestä työstä sekä julkisen palvelun arvojen ja strategian toteutumisesta poikkeavat käytännössä usein toisistaan, mikä on syytä muistaa johtopäätöksiä tehdessä.

UP on kuitenkin erityisyydessään tärkeä tutkimuskohde, koska se on kansainvälisestikin varhainen esimerkki siitä, miten televisiosarja levittäytyi sisällöllisesti usealle eri alustalle. Sen tutkimus kertoo siten havainnollisesti monialustaisen sisällöntuotannon kehityksestä. Sarjan tuotantokulttuurin analyysi kuvaa myös yhden olennaisen palan Ylen historiasta: siitä, miten julkisen palvelun televisiosta tuli julkisen palvelun media, ja siitä, miten monialustainen tuotanto alkoi vähitellen muuttaa työyhteisön käytäntöjä.

Aineisto ja menetelmät

Tutkimusaineistoni sisältää sekä etnografista havainnointia että tutkimushaastatteluja. Havainnoin sarjan vastaavan tuottajan luvalla *UP:n* tuotantoprosessia tammikuusta maaliskuuhun 2015 useissa eri jaksoissa, 1–3 päivän ajan kerrallaan siten, että sain käsityksen sarjatuotannon eri osa-alueista ja

erilaisista kuvaustilanteista. Seurasin sarjan kuvauksia sekä studiossa että ulkokuvauksissa, ja osallistuin niin sanotun *story teamin* eli sarjan tarinalinjoja luovan käsikirjoitustiimin sessioihin. Lisäksi olin läsnä useissa suunnittelu- ja tuotantokokouksissa, joissa osastojen päälliköt keskustelivat tulevista kuvauksista ja niiden vaatimista toimenpiteistä kunkin osaston osalta. Varsinaisen havainnoinnin lisäksi keräsin tietoa siitä, miten sarjan tekijät työskentelivät yhdessä, mitä ja kenen kanssa he keskustelivat tauoilla ja mikä oli heidän tavallisen työpäivänsä rakenne. Tauoilla pääsin myös juttelemaan työntekijöiden kanssa epävirallisesti ja keskustelemaan muun muassa heidän aiemmista kokemuksistaan eri tuotannoista ja ajatuksistaan nykyisestä työstä sekä sarjasta ylipäätään. Kaikissa näissä tilanteissa seurasin, miten monialustaisuus huomioitiin käytännöissä ja keskusteluissa. Kevään 2015 havaintojaksojen lisäksi osallistuin *UP:n* studion muuton jälkeen lanseeratun uuden kauden pilottijakson kuvauksiin marraskuussa 2015.

Havaintojakson aikana hankkimieni tietojen avulla pystyin valitsemaan tutkimukseni kannalta keskeiset haastateltavat. Halusin haastatella niitä työntekijöitä, jotka olivat henkilökohtaisesti mukana – tai joiden piti olla mukana – sarjan transmediaalisten elementtien luomisessa. Havainnoista oli hyötyä myös haastattelujen teemojen ja kysymysten kehittämisessä, sillä minulla oli näin jo ennen haastatteluja ymmärrys sarjan jaksojen eri työvaiheista, tuotantoprosessin käytännöistä ja työntekijöiden keskeisistä haasteista.

Haastattelut olivat puolistrukturoituja teemahaastatteluja, joita tein maaliskuu–toukokuun 2015 aikana, ja keskeisimmät toimijat haastattelin toisen kerran marras–joulukuussa 2015. Haastateltaviin kuuluivat sarjan vastaava tuottaja, kolmihenkinen nettitiimin tuottaja sekä nettitiimin muut jäsenet. Työtehtävien vaihtumisen vuoksi haastattelin yhteensä neljä nettitiimin jäsentä. Haastattelin myös kolme *story teamin* vakituista jäsentä (mukaan lukien pääkäsikirjoittaja) sekä niin sanotun *senior scriptin* eli dialogista vastaavan ja freelancereista koostuvan *script*-tiimin ohjaavan käsikirjoittajan. Näistä nettituottajan, samassa tehtävässä tutkimuskauden ajan pysyneen nettitiimin jäsenen sekä pääkäsikirjoittajan haastattelin kahdesti. Yhteensä keskimäärin 1,5 tunnin haastatteluja kertyi 12 kappaletta. Koska haastateltavat ovat sarjan tunnettuuden ja verkosta löytyvien tietojen avulla helposti tunnistettavissa, en pääsääntöisesti mainitse heidän nimikkeitään haastattelulainausten yhteydessä. Kun se on johtopäätösten esittelyn kannalta aivan välttämätöntä, kerron haastattelujen yhteydessä väljästi, mitä tehtävää henkilö on hoitanut, kuten käsikirjoittaja (joko *story teamin* jäsen tai *senior script*) tai nettitiimin jäsen (mukaan lukien nettitiimin tuottaja).

Olen analysoinut tutkimushaastatteluja narratiivisen analyysin keinoin. Metodologisesti narratiivinen analyysi on pikemminkin löyhä kattokäsite erilaisille lähestymistavoille kuin tarkkarajainen analyysimenetelmä. Narratiivisen analyysin asiantuntija Anna De Fina (2011) jakaa narratiivisen analyysiin kolmeen luokkaan sen mukaan, mistä tutkija on analyysissään kiinnostunut: 1) kieleen ja kerronnan tyyliin, 2) teemoihin ja aiheisiin, joista kertojat puhuvat tai 3) vuorovaikutuksellisiin prosesseihin ja sosiaalisiin käytäntöihin, joilla tutkittavat osallistuvat narratiiviin käytäntöihin. (De Fina 2011, 35–27.) Näistä viimeisimpään suuntaukseen sisältyy myös identiteetin ja kertojaposition tutkimus, jossa nykyisin korostetaan positionien syntymistä paikallisissa, vuorovaikutteisissa prosesseissa. Haastateltavat eivät vain ”ota” tiettyjä asemia, vaan heille myös tarjotaan tiettyjä asemia, ja niiden suhde laajempiin kulttuurisiin ajattelumalleihin on monimutkainen. (De Fina 2013, 41–42.)

Erityisesti käytettäessä haastattelupuhetta aineistona identiteetin ja aseointien tutkimiseen De Fini (2013) on ehdottanut lähestymistapaa, jossa otettaisiin huomioon sekä haastattelu vuorovaikutustilanteena että haastateltavien ideologiset kategorisoinnit ja konstruktiot. Tällaiset toistuvat ajatusmallit eivät kuitenkaan valikoidu sattumanvaraisesti vaan ovat yleensä keskeisiä siinä yhteisössä, jossa haastateltavat toimivat. Jotta tutkija tunnistaa tutkittavassa yhteisössä keskeisiä ajatusmalleja, on olennaista tehdä myös etnografista havainnointia, jossa tarkkaillaan tutkittavan yhteisön sosiaalista vuorovaikutusta ja yhteisön sisällä toistuvia tarinoita.

Hyödynnän De Finan (2013) ehdottamaa etnografian tukemaa narratiivista lähestymistapaa siten, että analysoin haastateltavien asemoitumista monialustaiseen tuotantoon ja heidän identiteettiään työntekijöinä. Tämä analyysin fokus perustuu sekä havainnoissa syntyneeseen vaikutelmaan nettitiimin erillisyydestä suhteessa muuhun tuotantoon että niin havainnointijaksoilla kuin haastatteluvastauksissa toistuviin samankaltaisiin narratiiveihin, joilla sarjan tuotantoa, tekijäryhmiä ja tekijöiden rooleja niissä kuvattiin. Jotta havainnointiin perustuvien huomioiden vaikutus haastattelukysymyksiin ja kysymysten rooli haastattelussa vuorovaikutustilanteena tulisi näkyviin, olen yleensä kirjannut auki myös haastattelukysymykseni. Poikkeuksen olen tehnyt sellaisten kysymysten kohdalla, jotka paljastaisivat haastateltavan henkilöllisyyden. Joitakin siteerauksia on katkottu, jotta haastateltava pysyisi tunnistamattomana.

Käytän analyysini metodologisena pohjana Michael Bambergin ja Alexandra Georgakopouloun (2008) esitystä kertojapositioiden eri tasojen tutkimuksesta, jossa tarkastellaan 1) miten haastateltavat asemoivat itsensä tarinaan, 2) miten he asemoivat itsensä vuorovaikutteiseen tilanteeseen ja 3) miten haastateltava asemoi oman identiteettinsä hegemonisiin diskursseihin tai vallitseviin kertomuksiin. Vaikka Bambergin ja Georgakopouloun (2008) esityksessä analyttinen fokus on itse tutkimushaastattelussa tarinankerrontana ja vuorovaikutustilanteena, sovellan tutkimuksessani heidän metodologista esitystään De Finan etnografista otetta mukaillen siten, että analysoin haastateltavien positioita suhteessa heidän työyhteisöönsä. Näin olen analysoin haastateltavien puheesta, miten he asemoivat itsensä tuotannon työntekijöinä (vrt. Bamberg & Georgakopoulou 2008, taso 1), miten he positioivat itsensä suhteessa vuorovaikutukseen katsojien kanssa (vrt. taso 2) ja miten he asemoivat itsensä suhteessa Ylen strategian mukaiseen tavoitteeseen monialustaisesta kerronnasta (vrt. taso 3).

Sarjakoneen rattaat ja itsenäiset sisällöntuottajat

Vaikka *UP*:ää on aiemmin tutkittu transmediaalisen kerronnan näkökulmasta (Keinonen 2016), ja vaikka tässäkin artikkelissa sarjaa käsitellään monialustaisena tuotantona, valtaosalle sarjan tekijöistä monimediaalisuus ei suinkaan ollut sarjan keskeisin piirre. Sen sijaan kuvauspaikoilla kohtaamani ihmiset, kuten ohjaajat, tuotantokoordinaattorit, kuvaajat ja kameraoperaattorit, toivat jatkuvasti esiin päivittäissarjan tekemisen erityisyyden. *UP*:n tuotantoa kuvailtiin toistuvasti eri ihmisten puheissa ”koneeksi”, jonka tahdissa pysymällä pystyttiin varmuudella kuvaamaan kolme jaksoa viikossa huolimatta siitä, että tekijät välillä vaihtuivat.

Myös käsikirjoittajien täytyi kirjoittaa kolmen jakson verran sisältöä viikoittain. Normaalisti *story teamin* jäsenet eli *story linerit* kirjoittivat kolmen



Kuva 1. *Uusi päivä* -sarjaa kuvattiin minuuttiaikataululla kolmen jakson viikkotahdilla. Kuva: Yle.

jakson juonet ja kohtausluettelot yhden viikon aikana, minkä jälkeen pääkäsikirjoittaja editoi tekstit. Pääkäsikirjoittajalta tekstit siirtyivät *scripteille*, jotka kirjoittivat juonen ja kohtausluetteloiden pohjalta dialogin. *Senior script* muokkasi jaksoista lopullisen version. Muiden työntekijöiden tavoin myös haastattelemani käsikirjoittajat kuvailivat sarjan tuotantoa koneeksi:

K: Niin, puhutaan tästä vielä tarkemmin, että verrattuna näihin sun aiempiin juttuihin mitä sä oot tehny, ni millanen *Uusi päivä* on tuotantona? Miten sä koet sen käsikirjoittajana?

V: Tää on kone. Tää on iso kone ja tää on prosessi, jossa on eri vaiheensa. Se tavallaan täytyy tajuta, tai sitte tätä ei kestä. Mä sanosin näin, että me tuolla storyssa tehdään tosi nopeella aikataululla, kolmessa päivässä tehdään kolmen jakson stoorit. Ku se on eka versio, joka lähtee ulos. Meil on kaks päivää kirjottaa ne omat kohtausluettelomme. Se on vähän niin ku semmonen raakalauta. Ja sen jälkeen ku se raakalauta lähtee sieltä ovesta ulos, se menee pääkirjoittajalle, joka tekee siihen ensimmäiset editit, elikä hän finaloi ne. Mutta ku, pääkirjoittajaki on oikeestaan aika tiivis osa storya, hänkään ei oo ulkopuolinen niille tarinoille, ni sitten, ne vielä saattaa muuttua siellä, scriptissä usein, ku nähdään, ku ruvetaan aukikirjottaa jotain kohtausta, että tää ei ehkä toimikaan tai tätä ois voinu vielä pyörittää vähän pitempään, mut ku ei meil oo aikaa semmoseen. Me ollaan jo seuraavan viikon stooressa. Ni he joutuvat sitten tekemään sitä. Et, tässä täytyy hirveesti sietää keskeneräisyyttä. Ja jättää se haltuun. Eikä voi jäädä enää –, ja sit pitää olla hyvät tiimitaidot. Täs ei pärjää, jos ei hallitse semmosta tiimityötä.

(H1)

Eryteisesti käsikirjoittajat korostivat samalla sitä, miten *UP:n* kaltaisen päivittäissarjan kirjoittaminen vaati tiimityötaitoja ja luottamusta muihin työntekijöihin. Ilman tällaista osaamista sarjan tuotannossa työskentely ei ollut mahdollista. Haastateltavat tuottivat puheessaan eroa tietynlaiseen kirjoittajan ideaaliin eli itsenäiseen tarinamaailman luojaan suhteessa kirjoittavaan tiimi-

työläiseen, joka asettaa omat ideansa alttiiksi muiden tekemille muutoksille ja hyväksyy yhdessä luodun kokonaisuuden.

Kansainvälisessä tutkimuksessa käsikirjoittajan roolia on käsitelty melko ambivalentisti johtuen televisiotuotannon eroista eri maissa. Yhdysvalloissa erityisesti komediasarjojen kirjoittamisessa on tv-tuotannon alkuvuosista saakka käytetty niin sanottuja *writers' roomeja* eli noin 20 käsikirjoittajasta koostuvia tiimejä. Niitä johtaa niin sanottu *showrunner* (joko pääkäsikirjoittaja tai tuottaja), joka vastaa sarjan kokonaisuudesta. (Henderson 2011; Redvall 2013, 105–106.) Euroopassa käsikirjoittamisen käytännöt ovat sen sijaan vaihdelleet niin maittain kuin eri aikoina. Täällä on keskusteltu käsikirjoittajan alisteisesta asemasta ja/tai arvostuksen puutteesta suhteessa niin kutsuttuun *auteur*-ohjaajaan, ja samaan aikaan tiimikäsikirjoittamiseen on suhtauduttu epäluuloisesti. Toisaalta 2010-luvulla alkanut tanskalaisen sarjatuotannon kansainvälinen menestys, jonka takeena on pidetty *one vision* -mallia, jossa pääkäsikirjoittaja on tuotannon tärkein henkilö ja huolehtii tarinamaailman yhtenäisyydestä, on kansainvälisestikin nostanut käsikirjoittajien statusta ja merkitystä tuotannon kaikissa vaiheissa. (Redvall 2013, 1–8, 107–112; Lehtovaara 2015.)

Pienissä maissa, kuten Suomessa, käsikirjoittajat ovat usein kirjoittaneet sekä elokuva- että televisiokäsikirjoituksia, ja yksittäisen käsikirjoittajan rooli on voinut vaihdella tuotannosta toiseen. Aiempina vuosikymmeninä käsikirjoittaja on usein kirjoittanut itsenäisesti ensin tarinan ja myynyt sen oikeudet tuotantoyhtiölle eikä tämän jälkeen ole osallistunut sarjan tuotantoon. Käsikirjoittajien ja ohjaajien välistä suhdetta lopputyössään tutkinut Emma-Alice Söderlund (2023) kuvaa tätä lineaariseksi malliksi ja toteaa sen olevan Suomessa perinteisin. Television puolella *Salatut elämät* (1999–) ja *UP* ovat kuitenkin tuoneet Suomeen uudenlaista tiimikäsikirjoittamisen käytäntöä. Vaikka tiimin tai ainakaan parin kanssa kirjoittaminen ei ollut haastateltaville täysin vierasta – ja yksi haastateltava oli aiemmin työskennellyt *Salatuissa elämässä* – aiemmissa tuotannoissa he olivat pääosin kirjoittaneet sekä tarinan että dialogin ja siinä mielessä olleet vaikutusvaltaisempia suhteessa lopputulokseen. Kaksi haastateltavista myös kaipasi minisarjojen käsikirjoittamista, koska niissä käsikirjoittaja voi luoda koko tarinan kaaren alusta loppuun.

Työntekijöinä *UP*:n käsikirjoittajat asemoivat itsensä koneen osaksi, joiden tehtävä oli jauhaa tekstiä ja pysyä koneen tahdissa mukana. Tiukka aikataulu sekä *scriptien* oikeus muuttaa tekstiä kuvattiin reunaehtoina, joihin oli suosituttava ja niitä siedettävä, ja nämä puolet työstä edustivat haastateltaville selkeää muutosta suhteessa aiempiin työnkuviin. Tiimityö ei kuitenkaan haastateltavien näkökulmasta ollut yksiselitteisesti kielteinen kokemus. Tiukoista reunaehdoista huolimatta haastateltavat pitivät työnsä parhaana puolena edelleen keksimisen vapautta, mielikuvittelua ja mahdollisuutta luoda tarinamaailmoja. Ideoiden pallottelu yhdessä tiimin kanssa oli parhaimmillaan paitsi hauskaa myös vähensi tyhjän ruudun tuskaa verrattuna yksinäiseen kirjoittamiseen. Lisäksi *UP*:n kaltaisessa päivittäissarjan käsikirjoitusmallissa vastuut olivat selkeät, eikä yhden käsikirjoittajan tarvinnut samaan aikaan muokata vanhaa ja kirjoittaa uutta tekstiä, kuten joissain kirjoittajien aiemmissa tuotannoissa.

Nettitiiminkin työskentelyä määrittivät tietyt tuotannolliset tavoitteet, mutta niiden puitteissa heillä oli vapautta päättää itse tavoitteisiin sopiva sisältö. Nettitiimin tehtäviin kuului vastaaminen sosiaalisen median kanavien sisällöstä. Tämä tarkoitti esimerkiksi sarjahahmojen Facebook-tilien ja Instagram-päivitysten sisällöntuotantoa (valokuvat ja teksti) ja fanien vies-



Kuva 2. *Uuden päivän* nettisisällön tarkoitus oli luoda ja vahvistaa fanien läheisyyden tuntua ja vuorovaikutusta sarjamaailman kanssa. Sosiaalisen median kanavilla julkaistiin muun muassa sarjaan liittyviä testejä, kilpailuja ja äänestyksiä, muisteltiin vanhoja hahmoja ja tapahtumia sekä mainostettiin tulevia kausia. Kuva: kuvakaappaus sarjan Instagram-tililtä.

teihin vastaamista sosiaalisen median kanavien keskusteluissa, ohjelman nettisivujen sisällöntuotantoa, kuten sivuston artikkelien kirjoittamista, sekä yhteydenpitoa käsikirjoittajiin. Nettitiimin tuottaja hoiti myös sarjan markkinointia, erillisten produktioiden kuten musiikkivideoiden tuottamisen, mukaan lukien työsopimukset ja palkanmaksun, tekijänoikeussopimukset, budjetoinnin ja arkistoinnin, sekä Ylen sisäiset ilmoitukset mediamateriaalin ja musiikin käytöstä, piti yhteyttä sarjan tuottajiin ja osastojen päälliköihin sekä keskeisiin työntekijöihin Pasilassa. Hän myös huolehti nettitiimin työn organisoinnista ja aikataulutuksesta.

Nettitiimin jäsenet eivät samalla tavalla painottaneet aikataulun tiukkuutta kuin käsikirjoittajat. Silti myös heidän työnsä oli kiireistä ja sarjan tuotantoaikatauluun sidottua. Sosiaalisen median sisällön lisäksi nettitiimi suunnitteli, kuvasi ja leikkasi sarjan nettisivulla kerran viikossa ilmestyvän *UP Plussan*, jossa seurattiin sarjan kulussien takaista toimintaa. Vaikka *UP Plussan* pituus julkaistuna oli kolme minuuttia, sen tekeminen vei paljon tiimin työaika.

Toinen asia, joka vei työaika ja osittain myös määräsi nettitiimin työtah-
tia, oli fanien yhteydenottoihin vastaaminen ja moderointi. Tätä toimintaa
pidettiin kuitenkin hyvin tärkeänä, jotta sarjan fanit kokisivat verkkosisällön
olevan interaktiivista ja helposti saatavilla. Vaikka sosiaalisen median vaatima
nopea reagointi aikataulutti osaltaan nettitiimin jäsenten työtä, tiimin jäsenet,
toisin kuin käsikirjoittajat, kokivat työssään palkitsevana sen, että he pystyi-
vät itsenäisesti tekemään tietyn sisällön alusta loppuun suunnittelemisesta
julkaisemiseen saakka.

K: No miltä on tuntunu nyt olla täällä, nettitiimin puolella, ku sä oot aiemmin
ollu, enemmän siel tv-puolella? Tätä rajaahan ei pitäis olla, mutta kuitenkin siin,
varmaan on jo työtehtävis esimerkiks eroo?

V: On eroa. [...] se oli hirveen paljon enemmän semmosta, rutiinia se työ. Että mä
tein ne tietyt asiat ja mä tiesin tasan tarkkaan mitä mulla on tulossa koska se oli
niin selkee se koko, rulla siinä. Ei hirveesti voinu lähtee sompailee eri suuntiin, että
teenpä näin ja näin. Sinänsä tää nettitiimissä oleminen on mielenkiintosempaa. Et
pääsee tekemää alusta asti niitä juttuja ite ja näkee sen, oman kokonaisen kaaren
siinä, että kuvasin, leikkasin ja nyt se on tuolla.

(H2)

Siinä missä käsikirjoittajat korostivat työn tiukkaa aikataulua ja koneiston
tuottamia rajoitteita, nettitiimin jäsenet kuvasivat työtään hyvin itsenäiseksi ja
vapaaksi sekä suhteessa muuhun tuotantoon että tiimin sisäisesti. Tämä johtui
kahdesta syystä, joita käsittelem tarkemmin seuraavissa luvuissa. Ensinnäkin
nettitiimin työ jäi muulle tuotannolle melko vieraaksi. Toiseksi käsikirjoittajien
ja nettitiimin tavoitteet suuntautuivat eri tavoin: kun käsikirjoittajat tuottivat
sisältöä muiden työntekijöiden työstettäväksi, nettitiimin jäsenten toiminnan
kohteena olivat sarjan fanit.

Tarinankertoajat ja fanien palvelijat

Yhtenä transmediaalisuuden keskeisenä osa-alueena on jo Jenkinsistä (2006;
2007) alkaen pidetty vuorovaikutteisuutta ja yleisön mahdollisuutta aktiivi-
seen osallistumiseen (Sousa et al. 2016). Tosin interaktiivisuuden painottami-
nen on myös sekoittanut transmediaalisen kerronnan käsitettä, kun yleisön
osallistuminen myös varsinaisen tarinan rinnakkaisissa teksteissä, kuten
vaikkapa draaman nettisivulla tai sosiaalisen median kanavissa, on tulkittu
sinällään riittävän transmediaaliseksi kerronnaksi, vaikka tällöin keskeinen
ajatus eli tarinan kuljettaminen eri alustoilla, on puuttunut (Bolin 2010). Joka
tapauksessa *UP:n* kohdalla ajatus aktiivisesta yleisöstä toteutui hyvin, sillä
haastateltavien mukaan fanit käyttivät innokkaasti hyväkseen eri alustoil-
la tarjottuja mahdollisuuksia osallistua ja käydä keskusteluja. Myös *UP:n*
edelleen saatavilla olevien sosiaalisen median kanavien seuraajamäärät ja
seuraajien reagoitumäärät ovat kohtuullisen hyviä, kun niitä verrataan esi-
merkiksi toisen, hyvin suosituksen ja edelleen lähetettävän päivittäissarjan eli
Salatut elämät -sarjan vastaaviin¹. Nettitiimin selkeä tavoite olikin rakentaa
mahdollisuuksia fanien ja sarjamaailman väliselle vuorovaikutukselle ja luoda
läheisyyden tuntua. Kaikki nettitiimin haastateltavat painottivat sitä, miten
tärkeää heidän toiminnalleen oli pitää yhteyttä fanien kanssa ja tuottaa heille
palveluja. Siten nettitiimin jäsenet asemoivat itsensä ja työnsä monialustaisen
sisällöntuotannon keskeiseksi osaksi sekä linkiksi sarjan ja fanien välille.

1 Esimerkiksi *UP:n* Insta-
gram-tilillä on yhä noin 77
600 seuraajaa, kun edelleen
tuotannossa olevalla *Salatut
elämät* -sarjan tilillä on 88 800
seuraajaa. Tutkimusprosessin
ajankohtana (2015–2016)
UP:n julkaisut Instagramissa
keräsivät keskimäärin noin
6000–7000 tykkäystä. You-
tubessa *UP:lla* on edelleen
noin 44 000 tilaajaa. Suosi-
tuinta *UP:n* Youtube-videota
(6.12.2012) on katsottu tähän
mennessä yli 854 000 kertaa ja
se on kerännyt 335 komment-
tia.

K: Mihin te pyritte kun te tuotatte jonkun uuden sisällön?

V: No ykkösasiahan on varmasti tai siis, ykköstavotte on se, että me pystytään tuomaan fanille jotain sellasta mitä hän ei saisi irti tai mitä se ei saa siitä yhdestä jaksosta irti. Jotakin lisää. Et sehän se hyvin yksinkertaistettuna on se. Et me pyritään jotenki syventämään, tuomaan lisää, pyritään olemaan vuorovaikutuksessa heidän kanssa. Se et me ollaan jotenki, lähellä sitä fania. Et tavallaan se kynnys siihen aitoon vuorovaikutukseen heidän kanssa ei olis niin suuri ja etäinen. Me pyritään tuomaan näyttelijöitä heidän lähelle joko virtuaalisesti tai oikeesti elämässä. Musiikkia bändejä keikkoja ja kaikkee. Tavallaan et se sarjan maailma ja oikee elämä jotenki yhdistyy ja ehkä jopa vähän sekottuu monella.

(H3)

Läheisyyden tunnun rakentamisen lisäksi nettitiimin tuottamien sisältöjen toinen keskeinen tavoite oli pitää fanit mukana sarjan pitkien kesätaukojen ajan. Esimerkiksi kesällä 2014 julkaistiin eräänlainen sarjan *spin off*, kun yksi henkilöahmoista ylläpiti omaa Youtube-kanavaa ja blogia, joissa hän kertoi kesän aikana tapahtuvasta matkastaan isänsä kotimaahan Turkkiin. Tässä mielessä televisiosarjan tarina jatkui netissä. Nettitiimin tuottaja tilasi kuitenkin näitä sisältöjä varten erikseen freelancerilta käsikirjoituksen eivätkä tv-sarjan käsikirjoittajat osallistuneet sisällön luomiseen.

Vuorovaikutuksen keskeisyyden lisäksi nuorille suunnattujen verkkosarjojen yhteydessä on viime vuosina puhuttu etnografisesta käänteestä (Andersen & Sundet 2019; Szczepanek & Vašíčková 2023). Tällä viitataan siihen, kuinka sarjojen tekijät ovat halunneet perehtyä hyvin tarkasti kohdeyleisönsä elämään. Esimerkiksi *Skam*-sarjan (Norja/NRK, 2015–2017) tuotantoryhmä teki 50 syvähaastattelua ja 200 pikahaastattelua norjalaisille teineille, vieraili kouluissa, seurasi sosiaalista mediaa sekä luki raportteja ja tilastoja teini-ikäisten elämästä. Tämä ei kuitenkaan ollut NRK:lla ainutlaatuista, vaan jo aiempia nuorten verkkosarjoja varten oli perehdytty nuorten elämään tutkimuksen keinoin. Samoin kansainvälisesti palkitun tšekkiläisen online-nuortensarja *TBH*:n (2022) tekijätiimi tilasi Tšekin yleisradioyhtiön tutkimusosastolta lukioikäisille suunnatun kyselyn heidän elämästään, erityisesti pyrkien hankkimaan tietoa tietyistä teemoista, kuten kiusaamisesta, seksistä ja suhteista, ystäväistä ja tulevaisuuden näkymistä. *TBH*:n pääkäsikirjoittaja myös keskusteli nuorten näyttelijöiden kanssa sarjan juonesta ja teki vielä viime hetken muutoksia käsikirjoitukseen näiden keskustelujen perusteella.

UP:n käsikirjoittajien suhde yleisöön oli sen sijaan etäinen:

K: Ton mä viel kysyisin, et kun sä kirjoitat niin ajatteleks sä yleisöö ja minkälaista yleisöö?

V: Emmä ajattele koskaan yleisöö.

K: Sä vaan..

V: Eiku mä kirjoitan itelleni. Emmä osaa ees ajatella että pitäis jollekin toiselle kirjoittaa.

K: Sä et mieta esimerkiks niitten ikää? Täshän on aika nuorta yleisöö.

V: Emmä mieta. Ei. Kyl se on silloin kun se tuntuu itestä hyvältä niin silloin sen päästää käsistään.

(H4)

Kysyttäessä yleisöstä muut haastatellut käsikirjoittajat eivät olleet aivan näin ehdottomia. Yksi haastateltava mainitsi, että taustalla on kyllä ajatus siitä, että katsojissa on nuoria, ja siksi nuorten tarinoista pyritään tekemään uskottavia, mutta toisaalta totesi, ettei juuri ajatellut yleisöö. Toinen haastateltava sanoi kysyttäessä kirjoittavansa perheyleisölle ja koko Suomelle, mutta samalla kertoi myös, ettei juuri mieta asiaa.

Vaikka käsikirjoittajat aikataulullisesti kokivat olevansa ”koneen” osasia, suhteessa sarjan katsojiin he näkivät olevansa hyvin itsenäisiä. Käsikirjoittajien positiota katsojiin voisi kuvata tarinankertojan ja kuulijoiden suhteeksi: käsikirjoittajat tuottivat tarinan yleisölle koettavaksi ja nautittavaksi, mutta heidän näkökulmastaan katsojien osa oli pelkästään seurata tarinaa. Tarinankertoisuus on tietenkin ollut draaman tekijöiden perinteinen suhde yleisöön ennen digitaalista aikaa, mutta *UP*:n tuotannon sisällä ajatuksellinen ero ”tarinankertojan” ja ”yleisön palvelijan” positioiden välillä aiheutti kuitenkin myös jännitteitä, kun eri työntekijät eivät täysin ymmärtäneet toistensa näkökulmia ja painopisteitä.

Televisiontekijät ja transmediaalista kerrontaa havittelevat

UP:n alkuperäiseen ideaan kuului, että sarja olisi transmediaalinen. Vaikka transmediaalisesta kerronnasta on useita määritelmiä, vakiintunein käsitys on, että transmediaalinen kerronta levittäytyy useille eri alustoille ja nämä eri kerronnan osat tuottavat yhdessä tarinallisen kokonaisuuden, jonka etene-
misen seuraamiseen katsoja tarvitsee kaikkia kerronnan osia. Nämä erilaiset kerronnan osat tuottavat uudenlaisen näkymän tarinaan siten, että niissä hyödynnetään kullekin alustalle ominaisia kertomisen tapoja. (Ks. Sousa et al. 2016; Bolin 2010.)

K: Kommentoiks sulle kukaan noita?

V: Kyllä niitä kommentoidaan joo, mutta sitten toi on ehkä just tavallaan se suurin syy, ku me ollaan oltu sieltä, tai tää nettipuoli on ollu alusta asti, siinä ihan [tuotanto]raamatussa asti. Siinähän kerrotaan upeasti, miten se pitäs olla. Että kaikki tarinoista, tavallaan kaikki lähtis sieltä asti ja se menis upeasti kolmeen väylään. Mut eihän se oo sitä ollu. Ja senhän takia toi työryhmä on perustettu, se monimediaisuus-työryhmä koska tätä sanotaan, että tää on kolmijalkanen. Niin siis no ei todellakaan ole.

K: Onks radio yks? Mikä on...?

V: TV radio netti sieltä alusta asti. Niin eihän se toteudu täällä millään tavalla. Että ollaanhan me tähänki päivään mennessä vaan tommonen pieni nurkkakoppi tuolla ketkä tekee omaansa siinä sivussa. Ottaa ne kaikki syötteet mitä ikinä vaan saa irti täältä muualta ja pyrkii hyödyntämään niitä.

(H3)

Haastateltavan kertomuksessa kuvataan sarjan tuotannon lähtöasetelma, jossa sarjan transmediaalisuuden olisi tuotantotapoja määrittelevän tuotantoraamatunkin mukaan tullut toteutua siten, että sarjan tarina rakentuu kolmen eri median kautta. Haastateltavan puheessa tuotantoraamatun asettama idea ja tuotannon todellisuus asetetaan kuitenkin selkeästi vastakkain, ja kertoja kiistää selkeästi transmediaalisuuden idean toteutumisen. Sen sijaan hän asemoi itsensä nettitiimin jäsenenä tuotannon ulkokehälle, jossa hän joutuu rakentamaan nettisisällön niistä materiaaleista, joita hänelle ikään kuin suositetaan antamaan.

Sarjan alusta saakka *UP*:ään liittyvää sisältöä oli kyllä television lisäksi niin radiossa kuin netissä, sillä nettitiimin tuottamien sisältöjen lisäksi YleX-kanavalla oli sarjan alkuvuosina (2010–2014) sarjan henkilöhaamon Aleksi Ruuskasen radio-ohjelma. Ruuskasen hahmon poistuttua *UP*:stä sarjan toiset henkilöhaamot eli Jani Hellemaa ja Aapo Rönkkö saivat YleX:lle oman ohjelman. Useiden haastateltavien mukaan nämä ohjelmat olivat kuitenkin

täysin oma kokonaisuutensa eivätkä ne osallistuneet *UP*:n tarinan eteenpäin viemiseen. Myös nettisisällöt liittyivät sarjan tarinaan, mutta nettisisältöjen rooli oli enemmänkin televisiosarjan sisältöä, tekoprosessia ja näyttelijöitä esittelevä – ei tarinaa kuljettava. Käsikirjoittajien näkökulmasta näin tuli ollakin:

K: Siirrytään ny vähän haastattelu puhumaan tästä monimediaalisuudesta. Kun Uusi päivä on monimediaalinen sarja, ni vaikuttaaks se jotenki sun työhön?

V: Ei se kauheesti vaikuta. Se tietämys siitä, että me tehdään sarjaa, jossa ollaan paljon netis-, tuotetaan nettisisältöä, radioo ja näin päin pois. Mutta ei se, kun meillä se ei oo jotenki alunperinkään vaikuttanu kovin paljon siihen, että mitä me tuolla kirjoitetaan.

(H1)

K: Toimiiko tää yhteistyö sun mielest hyvin? Tai mitä sä ajattelet siit ylipäättään?

V: [tauco 5s.] Mitätähän mä nyt sanosin. [...] On tärkeää ja hyvä, että nettitiimi on kärryillä siitä, missä meidän juonet menee jotta ne voi ottaa kiinni. [...] Miten mä nyt sen kivasti sanosin. En kaipaa nettitiimin ideoita meidän tv-sarjan tapahtumiin. Mä kaipaan heiltä ideoita, miten he vois hyödyntää meidän tv-sarjan tapahtumia netissä. Sanotaan näin. Hirveen montaa kokkiä ei yhen sopan äärellä voi olla. Jos ja kun meitä on koolla story-tiimi ja sit viel script, meit on siinä jo kuus henkee, ja usein [] istuu ainaki kuunteluoppilaana täällä... [...] Niin ne nettitiimin kommentit tuppaa meneen vähän niin ku sivuun asiasta helposti. Ku ei ne sit kuitenka o siin päivittäisessä prosessissa mukana.

(H5)

Näissä kuvauksissa käsikirjoittajat asemoivat itsensä selkeästi netissä ja radiossa julkaistun sisällön ulkopuolelle, ei heitä itseään työntekijöinä koskeväksi asiaksi. Ensimmäinen haastateltava ei nähnyt monimediaalisuuden vaikuttavan hänen työhönsä juuri lainkaan ja kuvasi haastattelussa sekä netin että radion ”omaksi maailmakseen”, josta hän ei ole edes erityisen tietoinen. Toinen haastateltava puolestaan asetti televisiosarjan tapahtumat ensisijaiseksi tarinankerronnan väyläksi, jota nettitiimi voi halutessaan hyödyntää. Ajatuksen vahvemmasta vuorovaikutuksesta tiimien välillä hän sen sijaan torjui.

Haastateltavien kertomusten perusteella transmediaalisuus ei siis toteutunut sarjan tuotannossa alkuperäisen idean ja transmediaalisen kerronnan perusidean mukaan. Yksi syy tähän varmasti oli edellisessä luvussa kuvattu kiire: kaikki sarjan käsikirjoituksen parissa työskennelleet kuvasivat kokevansa kovaa painetta luoda tarpeeksi sisältöä jokaiseen jaksoon. Kuvauspaikoilla keväällä 2015 tekemäni etnografisen havainnoinnin perusteella myös ohjaajat ja kuvaajat sekä muut audiovisuaalisesta sisällöstä huolehtivat työskentelivät yhtä lailla kovassa aikataulupaineessa.

Toinen syy lienee organisatorinen: *UP* oli iso tuotanto, jossa käsikirjoittajat ja nettitiimi työskentelivät hyvin erillään niin sisällöllisesti, aikataulullisesti kuin fyysisesti. Sellaisissa sarjatuotannoissa, joissa transmediaalinen kerronta on toteutunut hyvin vahvasti, raja-aita televisiodraamaa ja nettisisältöjä tekevien välillä on sen sijaan ollut hyvin matala. Esimerkiksi norjalaisen *Skamin* tuotantotapa poikkesi huomattavasti *UP*:stä. *Skamin* tuotannosta vastasi hyvin pieni ryhmä, jossa tehtäviä vaihdeltiin ja jossa sama ihminen saattoi sekä käsikirjoittaa että ohjata. Kirjoitusaikataulu oli vielä kireämpi kuin *UP*:ssä, sillä jaksot käsikirjoitettiin vain muutama viikko ennen kuvauksia. Käsikirjoituksia myös muokattiin usein fanien verkkokomenttien perusteella, esimerkiksi muuttamalla käsikirjoitusta toiseen suuntaan kuin

mitä fanit odottivat tapahtuvan. *Skamin* nettisisältö koostui muun muassa henkilöhahmojen välisistä chat-viesteistä, heidän Instagram-tiliensä kuvista sekä videoklipeistä, jotka julkaistiin henkilöhahmojen elämän aikataulujen mukaisesti ja jotka antoivat vihjeitä tulevista tapahtumista. Käsikirjoituksen muokkaaminen lennosta tarkoitti, että myös suunniteltuja nettisisältöjä piti muuttaa nopealla aikataululla. Tämä oli mahdollista, koska tuotantotiimi oli pieni ja hallitsi sisällöntuotannon useisiin eri medioihin. (Sundet 2021, 39–44.) Myös tšekkiläisen *TBH:n* tuotantotiimi oli pieni ja organisatorisesti se toimi hyvin itsenäisesti. Sarjan pääkäsikirjoittaja-ohjaaja kirjoitti sarjan henkilöhahmoille myös Instagram-tilien sisällöt. (Szczepanik & Vašíčková 2023.)

Tuotannon pienuus ei tarkoittanut ainoastaan tekijätiimin pienuutta, sillä niin *Skamia* kuin *TBH:ta* tehtiin yhden kauden aikana vain kymmenen jaksoa, jotka olivat 12–14 minuutin (*TBH*) tai noin 15–20 minuutin (*Skam*) mittaisia ja jotka julkaistiin vain verkossa. *UP:n* jaksot sen sijaan kestivät noin 30 minuuttia ja niitä julkaistiin yhden kauden aikana 20. *Skamin* ja *TBH:n* tyyppinen intensiivinen ja hyvin pieneen tekijäjoukkoon tukeutuva tekotapa ei *UP:n* kaltaisen pitkän päivittäissarjan tapauksessa olisi ollut mahdollinen. *Skamia* tutkinut Vilde Schanke Sundet myös huomauttaa haastateltaviinsa nojautuen, ettei sarjan tekotapa ollut sosiaalisesti kestävä, sillä työmäärä kasvoi työntekijöille lähes sietämättömäksi. Sittemmin NRK onkin pyrkinyt kehittämään verkkosarjoilleen toisenlaisia työtapoja. (Sundet 2021, 43.)

Kitka *UP:n* transmediaalisuuden suhteen ei kuitenkaan koskenut vain kerrontaa vaan myös työryhmää. Yhden nettitiimin jäsenen haastattelussa tämä käy mielenkiintoisella tavalla ilmi, kun kysyin muiden työntekijöiden suhtautumisesta heihin.



Kuva 3. *Uuden päivän* monialustaisuus ulottui reaaliin maailmaan, sillä sarjan bändit keikkailivat myös livenä. Toinen bändeistä, Vihreät valot, esiintyi pop up -keikalla Tampereen rautatieaseman kupeessa 25.6.2015. Kuva: Jenni Hokka.

K: Puhutaan vielä vähän noista muista *UP:n* työntekijöistä. Miten sä koet et muut

UP:n työntekijät suhtautuu teihin nettitiimin tekijöihin?

V: Mun mielestä, tän neljä vuotta mitä oon ollu tässä, ni mun mielestä entistä enemmän meidät otetaan huomioon. Tai sillai että ne, on alettu ymmärtää tän verkon, tän niin sanotun kolmijalan merkityksen, että tää verkko on oikeesti tärkeä tälle sarjalle myös. Että me ei olla vaan semmoinen pakollinen paha, joka pitää aina muistaa, et ai niin se netti. Musta tuntuu, että tässä alkaa, olla nyt se et, me ollaan oikeesti osana tätä, luontevana osana tätä tuotantoa. Emmä nyt ikinä oo kokenu sitä, että no joo, että nyt ku mä taas tuun kameroiden kaa studiolle, että voi ei, nettitiimi on taas paikalla häiriköimässä. Ei oo semmosta. Et kyllä mä uskon, että aina vain paranee ja paranee se merkitys.

(H6)

Haastattelussa oli aiemmin puhuttu muista teemoista enkä ollut haastattelun aikana millään tavalla viitannut siihen, että nettitiimin jäsenten työskentelyyn kuvauspaikalla suhtauduttaisiin huonosti. Haastateltava kertoo tästä oletuksesta minulle kuitenkin käänteisesti: hän tuo itse esiin oletuksen, että muut työntekijät suhtautuisivat heihin ”pakollisena pahana” tai ”häiriköinä”, mutta kiistää tämän oletuksen. Sen sijaan hän asemoi nettitiimin jo ”luontevaksi osaksi” tuotantoa. Haastattelussa hän kuvaa sarjan tuotannossa tapahtunutta ajallista kehityskulkua, jossa aiemmin nettitiimiin ei ole suhtauduttu yhtä hyvin kuin nyt. Hän kuitenkin arvelee olevan vielä vanhemman sukupolven työntekijöitä, jotka eivät ymmärrä nettitiimin työn tärkeyttä.

Sen sijaan toinen, myöhemmin haastattelemani nettitiimin jäsen kuvasi suoraan kokevansa olevansa kuvauspaikalla tiellä kuvatessaan sisältöä nettitiimin käyttöön. Kaikki haastatellut nettitiimin jäsenet selittivät joidenkin työntekijöiden nurjaa suhtautumista heihin sillä, ettei monilla, varsinkaan vanhemmilla työntekijöillä, ollut ymmärrystä netin keskeisestä merkityksestä senhetkisessä mediaympäristössä. Toinen syy lienee jälleen ollut osittain organisatorinen, sillä nettitiimin kuvauksia ei ollut lähtökohtaisesti sisällytetty kuvausaikatauluun. Kahden haastateltavan kertomuksissa tuli kuitenkin myös esiin, että osa televisiokuvauksista vastuussa olevista työntekijöistä ei luottanut nettitiimin ammattitaitoon eikä arvostanut heidän tekemiään sisältöjä sisällöllisesti ja/tai teknisesti, mikä vaikutti heidän halukkuuteensa päästää nettitiimiä työskentelemään UP:n studiossa.

Epilogi: Kohti transmediaalista kerrontaa

Sarjan monialustaisessa tuotannossa tapahtui vuoden 2015 aikana käänne. Sarjan tuotanto muutti syksyllä 2015 uusiin tiloihin, mikä tarkoitti pitkää tuotantotaukoa. Samalla sarjan tuotantotapoja päätettiin uudistaa. Kun aiemmin kaikki nettisisältö oli ollut yksin nettitiimin vastuulla kaikkine vaiheineen, vuoden 2016 alusta alkaen myös nettiin tarkoitettujen sisältöjen ohjaus, kuvaus, valaistus, leikkaus ja pukusuunnittelu sisällytettiin kuvausaikatauluun. Uudet verkkosisällöt eli Sonja-nimisen henkilöhahmon vlogi ja Krista-nimisen henkilöhahmon blogi, tulivat siinä mielessä osaksi myös tv-sarjan tarinaa, että vlogin ja blogin olemassaolosta puhuttiin myös tv-sarjassa, ja varsinkin vlogin sisällöt linkittyivät myös tv-sarjan tapahtumiin.

Siinä missä *story team* kokonaisuudessaan oli aiemmin kokenut niin sosiaalisen median kuin transmediaalisen kerronnan itselleen vieraaksi ja etäiseksi, tuotannollisten järjestelyjen ja tehtävänkuvien selkeyttämisen ansiosta tarinallisten elementtien kuljettaminen eri alustoilla alkoi näyttää myös heidän näkökulmastaan mahdolliselta ja jopa tavoiteltavalta toiminnalta.

K: ...mutta sitten tää transmediaalisuus, ku siitä oli keväällä puhetta että nyt on suunnitelmat, että se toteutuu kokonaisvaltaisemmin, mitä sä ajattelet tilanteesta nyt?

V: Se on hyvä asia, että, sanotaan tossa, esimerkiksi ku meillä oli nämä edellisen kauden lopetusjakson dramaattiset vaiheet, jossa yks roolihahmo kuolee niin nettitiimi teki tosi hienoo työtä sen asian tiimoilta; siellä sai surra Jimiä ja muistella sitä. Ja oli Jimin tarinasta tehty oma klippi ja, oli koko Uuden Päivän tarinasta tehty oma hieno musiikkikokonaisuus. [...] Nää blogit, siis meidän näkökulmasta tahan tää on nyt vaikuttanu sillai että, nettitiimi on halunnu jotenkin keskittää sitä netin palvelua, joka ilmenee nyt meidän näkökulmasta ainakin ja ennen kaikkea näistä, tästä Kristan vlogina ja, uuden hahmon Sonjan blogina, joita me ajatellaan sen verran, että me heitetään sit aina tarjouksii, tarinoihin liittyen et tästä aiheesta, tai aihepiiristä Sonja vois kirjottaa blogin tai, Krista vlogin. Ja ne sitten tuotetaan... Niihin on etsitty kirjottajat yhteistyössä nettitiimin kanssa ja, meille tulee aina tsekattavaksi ne tekstit myöskin, ja sisällöt. Et se on aika selkeätä. (H5)

Aiemmissä käsikirjoittajille tehdyissä haastatteluissa sarjan yleisö oli heille melko etäinen. Edellä siteeratussa haastatteluotteessa haastateltava sen sijaan tuo oma-aloitteisesti esiin fanien ja sarjamaailman välisen vuorovaikutteisuuden sekä uudenlaisen onnistumisen tässä suhteessa. Käsikirjoittajien piirissä myös suunniteltiin sosiaalisen median tutkijan ja Ylen tutkijoiden kutsumista kertomaan siitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuorten ihmisten maailmankuvaan ja ajatteluun. Tässä mielessä *UP*:n tuotannossa otettiin orastavia askeleita myös kohti ”etnografista” lähestymistapaa kohdeyleisöön.

Lopuksi

Olen tässä artikkelissa usein verrannut *UP*:ää norjalaiseen *Skamiin* ja tšekkiläiseen *TBH*:hen. Vertailu on epäreilu siinä mielessä, että molemmat mainitut sarjat olivat sekä sisältömäärän puolesta että kohderyhmältään selkeästi rajatumpia. Siinä missä *Skam* ja *TBH* tavoittelivat nimenomaan lukiolaisia, *UP*:n tekijöille oli asetettu tavoitteeksi tehdä laajalle yleisölle suunnattua perhesarjaa. Tämä näkyi myös sarjan muodossa, sillä *Skam* ja *TBH* julkaistiin vain verkossa, ja niiden yksittäiset jaksot olivat lyhyempiä kuin *UP*:n. Tarinalinjoja niissä kulki yhdessä jaksossa vain yksi, kun taas *UP*:ssä yhden jakson sisällä kuljetettiin yleensä kolmea tarinalinjaa. *Skamille* ja *TBH*:lle samankaltaisempi vertailukohde voisi olla esim. Ylen *#lovemilla* (2013–2014), joka myös julkaistiin vain Yle Areenassa ja jonka kohderyhmä oli nuoret. *UP*:n ja näiden sarjojen vertailun tavoite on kuitenkin esittää kysymys siitä, onko transmediaalisen kerronnan keinojen kokonaisvaltainen käyttäminen, mikä vaatii sekä tekijöiltä että faneilta hyvin intensiivistä osallisuutta sarjaan, edes mahdollista isossa tuotannossa ja pitkässä sarjassa, joka tavoittelee mahdollisimman laajaa yleisöä.

Artikkelissani olen tarkastellut, miten *UP*:n työntekijät asemoivat itsensä tuotannon työntekijöinä, suhteessa vuorovaikutukseen katsojien kanssa sekä suhteessa Ylen strategian mukaiseen tavoitteeseen monialustaisesta kerronnasta. Vaikka olen analysoinut haastatteluja yksittäisinä narratiiveina, syntyy niistä tulkintani mukaan yksi, yllättävänkin yhdenmukainen tarina tuotannon jännitteistä, vaikkakin eri näkökulmista kerrottuna.

Sarjan alkuperäisidea transmediaalisesta kerronnasta ei toteutunut sillä tavoin kuin sarjan tuotantoraamatassa määriteltiin. Tähän oli useita syitä.



Kuva 4. Vuoden 2016 alusta alkaen myös nettiin tarkoitettujen sisältöjen ohjaus, kuvaus, valaistus, leikkaus ja pukusuunnittelu sisällytettiin kuvausaikatauluun. Kuvassa Janne Virtanen ohjaa näyttelijä Hennariikka Laaksolaa Sonjan vlogin kuvausta varten. Kuva: Jenni Hokka.

Ensinnäkin tuotannon kireä aikataulu sai televisiosarjan tekijät, mukaan lukien käsikirjoittajat, kokemaan itsensä sarjakoneen osiksi, joiden oli pakko keskittyä luomaan televisiosarjan tarinaa. Vaikka myös nettitiimillä oli paljon työtä, heidän työnkuvansa oli aikataulullisesti itsenäisempi. Sen sijaan nettitiimin jäsenten työtahtia ja heidän työnsä tavoitteita määrittivät sarjan fanit, joita nettitiimi halusi palvella parhaalla mahdollisella tavalla. Nettitiimi pyrki rakentamaan läheisyyttä fanien ja sarjamaailman välille ja tukemaan katsojien aktiivista osallisuutta. Käsikirjoittajien suhde faneihin oli puolestaan varsin etäinen, ja he asemoivat itsensä tarinankertojiksi, joiden luomaa fiktiota yleisö sai seurata. Käsikirjoittajat halusivat sekä ammatti-identiteettinsä vuoksi että aikataulusyistä keskittyä televisiosarjan tekemiseen eivätkä kokeneet nettisällön tekemistä oman työnsä kannalta mahdolliseksi tai edes merkitykselliseksi – vaikka nettitiimin työtä sinänsä pidettiin tärkeänä. Nettitiimi puolestaan olisi halunnut toteuttaa sarjan alkuperäistä ajatusta transmediaalisesta kerronnasta ja luoda faneille kiinnostavan, monialustaisen kokonaisuuden.

Tutkimusajanjaksoni lopussa tv-sarjan tekijöiden suhtautumisessa transmediaalisuuteen tapahtui kuitenkin jonkinlainen käänne, sillä varsinkin käsikirjoittajat alkoivat nähdä entistä positiivisemmin aiempaa vahvemman vuorovaikutuksen nettitiimin ja heidän tekemiensä sisältöjen sekä oman työskentelynsä välillä. Tässä auttoivat organisatoriset uudelleenjärjestelyt, sillä nettitiimin sisältöjen tekeminen sisällytettiin kuvausaikatauluihin ja nettisisällöistä valittiin tietyt osat, joihin transmediaalinen kerronta keskitettiin. Tämä epäilemättä helpotti käsikirjoittajien ja nettitiimin yhteistyötä.

Analyysi *UP*:n tuotantokulttuurista osoittaa, miten monialustainen sisällöntuotanto oli aluksi tekijöille haaste, koska se vaati heitä muuttamaan ammatti-identiteettiään tv-työntekijöistä monimediaalisen ilmaisun osaajiksi. *UP*:ssä haasteita oli vielä kaksi, sillä yhtä aikaa monialustaisen tuotannon aloittamisen kanssa Ylessä haluttiin kokeilla myös päivittäissarjan tekemistä – kuitenkin tinkimättä tv-draaman tarinallisesta ja visuaalisesta laadusta.

Käänteiden jälkeinen aika ei valitettavasti kuulunut enää tutkimuskauteni piiriin, mutta Sonjan Vlogin 24 jaksoa löytyvät vielä tätä kirjoitettaessa Youtubessa, ja niistä suosituin on saavuttanut 84 000 katsojakertaa. Vaikka alun perin käsikirjoittajat suhtautuivat penseästi siihen, että katsojalle tarjottaisiin jotain sarjan ulkopuolista juonisisältöä, *UP*:n edelleen olemassa olevilla nettisivuilla vlogia mainostetaan lauseella: ”Tätä et näe sarjassa!”. Nämä seikat voi tulkita osoituksiksi onnistuneesta transmediaalisesta muutoksesta siinä mielessä, että tarinankerronnan laajentaminen televisiosarjan ulkopuolelle hyväksyttiin sekä tuotannossa että fanien parissa. Vaikka en voi aineistoni pohjalta analysoida työntekijöiden kokemuksia sarjan loppuvaiheesta, katsojamäärien ja muutoksen aikaisten haastattelujen perusteella monialustaiseen sisällöntuotantoon ja jopa transmediaaliseen kerrontaan alettiin siis lopulta löytää tarvittavia, uudenlaisia tuotannollisia käytäntöjä.

Lähteet

Andersen, Mads Moller & Sundet, Vilde Schanke (2019) Producing Online Youth Fiction in a Nordic Public Service Context. *VIEW Journal of European Television History and Culture* 8(16), 110–125. <http://dx.doi.org/10.25969/mediarep/14780>.

Bennett, James (2018) Public Service Algorithms. Teoksessa Des (D. J.) Freedman & Vana Goblot (toim.) *A Future for Public Service Television*. Lontoo: Goldsmiths Press, 111–119.

Bennett, James (2008) Television Studies Go Digital. *Cinema Journal* 47(3), 158–165.

Bolin, Göran (2010) Digitization, Multiplatform Texts, and Audience Reception. *Popular Communication* 8, 72–83. <https://doi.org/10.1080/15405700903502353>.

Caldwell, John (2011) Cultures of Production: Studying Industries’ Deep Texts, Reflexive Rituals, and Managed Self-Disclosures. Teoksessa Jennifer Holt & Alisa Perren (toim.) *Media Industries. History, Theory and Method*. Chichester: Wiley-Blackwell, 546–579.

Chalaby, Jean K & Plunkett, Steve (2021) Standing on the Shoulders of Tech Giants: Media Delivery, Streaming Television and the Rise of Global Suppliers. *New Media & Society* 23(11), 3206–3228. <https://doi.org/10.1177/1461444820946681>.

De Fina, Anna (2013) Positioning Level 3. Connecting Local Identity Displays to Macro Social Processes. *Narrative Inquiry* 23(1), 40–61.

De Fina, Anna & Georgakopoulou, Alexandra (2011) *Analyzing Narrative. Discourse and Sociolinguistic Perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.

Dunleavy, Trisha (2020) Transnational Co-production, Multiplatform Television and My Brilliant Friend. *Critical Studies in Television* 15(4), 336–356. <https://doi.org/10.1177/1749602020953755>.

- Hesmondhalgh, David & Baker, Sarah (2011) *Creative Labour. Media Work in Three Cultural Industries*. Lontoo & New York: Routledge.
- Henderson, Felicia D. (2011) The Culture Behind Closed Doors: Issues of Gender and Race in the Writers' Room. *Cinema Journal* 50(2), 145–152.
- Hokka, Jenni (2017) Making Public Service under Social Media Logics. *International Journal of Digital Television* 8 (2), 221–237.
- Johnson, Catherine & Grainge, Paul (2015) From Broadcast Design to 'On-Brand TV': Repositioning Expertise in the Promotional Screen Industries. Teoksessa Miranda Banks, Bridget Conor & Vicki Mayer (toim.) *Production Studies, the Sequel! Cultural Studies of Global Media Industries*. Lontoo & New York: Routledge, 46–58.
- Jenkins, Henry (2007) Transmedia Storytelling 101. Saatavilla: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html. (Linkki tarkistettu 10.9.2023.)
- Jenkins, Henry (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenner, Mareike (2016) Is This TVIV? On Netflix, TVIII and Binge-watching. *New Media & Society* 18(2), 257–273. <https://doi.org/10.1177/1461444814541523>.
- Keinonen, Heidi (2016) From Serial Drama to Transmedia Storytelling: How to Re-articulate Television Aesthetics in the Post-broadcast Era. *Northern Lights* 14(1), 65–81.
- Lehtovaara, Wille (2015) Suomalaisen ja tanskalaisen televisiodraaman käsikirjoittamisen ja tuottamisen vertailu julkisessa viestintäyhtiössä. Opinnäytetyö. TAMK.
- Lobato, Ramon (2019) *Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution*. New York: New York University Press.
- Lotz, Amanda (2020) In Between the Global and the Local: Mapping the Geographies of Netflix as a Multinational Service. *International Journal of Cultural Studies* 24(2), 195–215. <https://doi.org/10.1177/1367877920953166>.
- Lotz, Amanda (2018) Evolution or Revolution? Television in Transformation. *Critical Studies in Television* 13(4), 491–494. <https://doi.org/10.1177/1749602018796757>.
- Mattson, Jutta (2018) 10 kysymystä Uuden Päivän loppumisesta. *Yle.fi*. Saatavilla: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/08/28/10-kysymysta-uuden-paivan-loppumisesta>. (Linkki tarkistettu 20.12.2023.)
- Mayer, Vicky; Banks, Miranda & Caldwell, John T. (2009) Introduction. Production Studies: Roots and Routes. Teoksessa Vicki Mayer, Miranda J. Banks & John T. Caldwell (toim.) *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries*. New York: Routledge, 1–12.
- Redvall, Eva Novrup (2013) *Writing and Producing Television Drama in Denmark. From the Kingdom to the Killing*. Basingstoke: Palgrave.
- Scolari, Carlos Alberto (2009) Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication* 3(4), 586–606.
- Söderlund, Emma-Alice (2023) Käsikirjoittajan ja ohjaajan välinen yhteistyö fiktioelokuvien ja -sarjojen esituotannossa. Opinnäytetyö. Metropolia.
- Sousa, M. N.; Martins, M. L. & Zagalo, N. (2016) Transmedia Storytelling: The Roles and Stakes of the Different Participants in the Process of a Convergent Story, in Divergent Media and Artefacts. Teoksessa Artur Lugmayr & Cinzia Dal Zotto (toim.) *Media Convergence Handbook Vol. 2: Firms and User Perspectives*. Berliini/Heidelberg: Springer, 117–135.
- Stollfuss, Sven (2021) The Platformisation of Public Service Broadcasting in Germany: The Network 'Funk' and the Case of Druck/Skam Germany. *Critical Studies in Television* 16(2), 126–144. <https://doi.org/10.1177/1749602021996536>.
- Szczepanik, Petr & Vašíčková, Dorota (2023) Writing Online Drama for Public Service Media in the Era of Streaming Platforms. Teoksessa Davies Rosamund, Paolo Russo & Claus Tieber (toim.) *The Palgrave Handbook of Screenwriting Studies*. Cham: Springer, 431–451.
- Sundet, Vilde Schanke (2021) *Television Drama in the Age of Streaming. Transnational Strategies and Digital Production Cultures at the NRK*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Ylen toimintakertomus ja tilinpäätös 2014. *Yle.fi*. Saatavilla: <https://yle.fi/aihe/Yleisradio/voosikertomukset> (Linkki tarkistettu 10.9.2023.)