

Usko prosessiin – Trust the Process

Aloittelevien formaatin kehittäjien luovan prosessin kuvaus

Ida Tirkkonen

Paavo Jokinen

Usko prosessiin – Trust the process

Pro Gradu -tutkielma

Audiovisuaalinen mediakulttuuri

Kevät 2025

Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta

Työn nimi: Usko prosessiin – Trust the Process

Tekijät: Ida Tirkkonen, Paavo Jokinen

Koulutusohjelma: Audiovisuaalinen mediakulttuuri

Työn laji: Pro Gradu -tutkielma

Sivumäärä: 59

Vuosi: 2025

Tiivistelmä

Tutkielma “Usko prosessiin – Trust the Process” analysoi Retkipaku Remppa Off -tv-viihde-ohjelmaformaatin kehittämisprosessia taideperustaisen toimintatutkimuksen läpi. Tutkimuksen keskiössä on kahden henkilön prosessikuvaus ja miten se osuu yhteen aikaisempien teorioiden ja tutkimusten kanssa. Prosessin lopputuotteena luodaan uusi tv-formaatti ja kehitysprosessia reflektoidaan prosessiin liittyvien oppimisen ja ymmärtämisen hetkien läpi. Ohjelmaformaatti on pro gradu -tutkielman taiteellinen osuus.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys yhdistää Elisabeth Morneyn formaatin kehityksen vaiheita, Jouko Aaltosen käsikirjoitusprosessia sekä Tim Brownin tunnetuksi tekemää design thinking -mallia. Näiden prosessimallien avulla tutkielma esittelee ja jäsentelee tv-formaatin kehittämisen iteratiivista ja epälineaarista luonnetta. Morneyn tutkimus korostaa kehitysprosessin aktiivisia ja passiivisia vaiheita, kuten ideointia, analysointia, pilotointia sekä kypsytelyä ja luovaa kaaosta. Aaltosen näkemykset käsikirjoittamisesta käsityömäisenä prosessina ja dramaturgian merkitys tarjoavat rakenteellista ja sisällöllistä tukea formaatin suunnittelulle. Design thinking puolestaan tuo prosessiin ihmislähtöisen otteen.

Tutkimuksessa peilataan omia kokemuksia luovan työn teoreettisiin malleihin ja analysoidaan kehitysprosessin kulkua sekä parityön merkitystä prosessille. Lopputuloksena syntyy kokonaisvaltainen kuva tv-formaatin luovasta kehityksestä, jonka kautta avataan sekä luovan prosessin että uuden viihdeohjelman rakentamisen vaiheita.

Title: Usko prosessiin – Trust the Process

Writers: Ida Tirkkonen, Paavo Jokinen

Degree Programme: Audiovisual Media Culture

Type of Work: Master's Thesis

Number of Pages: 59

Year: 2025

Abstract

The thesis “Usko prosessiin – Trust the Process” analyzes the development process of the television entertainment format *Retkipaku Remppa Off* through an arts-based action research approach. At the core of the study is a process description of two individuals and how their experience aligns with existing theories and previous research. The end product of the process is the creation of a new TV format, with reflections on the stages of development framed through moments of learning and understanding. The format developed is the artistic component of this Master's thesis.

The theoretical framework of the study combines Elisabeth Morney's stages of format development, Jouko Aaltonen's script writing process, and Design Thinking model made well known by Tim Brown. Through these process models, the thesis outlines and analyzes the iterative and non-linear nature of TV format development. Morney's research highlights the active and passive phases of the development process, such as ideation, analysis, piloting, rest, and chaos. Aaltonen's views on scriptwriting as a craftsman-like process and the role of dramaturgy provide structural and content-related support for format planning. Design Thinking, in turn, introduces a human-centered approach to the process.

The study reflects personal experiences through theoretical models of creative work, analyzing the course of the development process and the significance of collaborative work. As a result, the thesis presents a comprehensive view of the creative development of a TV format, offering insights into both the stages of the creative process and the construction of a new entertainment program.

SISÄLLYS

1.	JOHDANTO.....	5
1.1.	Valmistumisen loppuvastus.....	5
1.2.	Av-teoksen käsikirjoittamisen prosessi.....	7
1.3.	Tv-formaatti.....	14
1.4.	Aloittelevien formaatin kehittäjien luova prosessi.....	15
2.	AINEISTO JA METODI.....	17
2.1.	Muistiinpanot ja kokemukset: Formaatin kehittäminen ryhmätyönä.....	17
2.2.	Toimintatutkimus.....	17
2.3.	Formaatin kehittäminen toimintatutkimuksen perusmallia hyödyntäen.....	20
3.	TAITEELLINEN OSUUS: TV-KONSEPTI RETKIPAKU REMPPA OFF.....	23
4.	PROSESSIN KUVAUS JA PÄÄTELMÄT.....	32
4.1.	Ideointi.....	32
4.2.	Ennakkotutkimus.....	35
4.3.	Muotoilu.....	37
4.4.	Pilotointi.....	40
4.5.	Analyysi.....	43
4.6.	Yhteenveto.....	45
	LÄHTEET.....	48
	LIITE 1: Retkipaku Remppa Off -one pager.....	50
	LIITE 2: Retkipaku Remppa Off -pitch deck.....	51

1. JOHDANTO

1.1 Valmistumisen loppuvastus

Mitä tapahtuu, kun kaksi melkein maisteria ottaa itseään niskasta kiinni ja aloittaa hurjan kirin kohti valmistumista? On aika ottaa selvää! Valmistumattomuuden tuskasta huolimatta, suurimpana motivaationa tutkielmalle toimii kuitenkin palo tehdä ja luoda uutta. Usko prosessiin – Trust the Process -tutkielma porautuu tv-formaatin kehitysprosessiin omakohtaisen luovan prosessin kautta. On aika laskea verkot vesille ja aloittaa tutkimusmatka kohti tuntematonta – millainen on kahden untuvikon kehitysprosessi? Tähän kysymykseen tämä tutkielma antaa tämän työryhmän kokemusperäisiä vastauksia. Sivutuotteena prosessissa syntyy pro gradu -tutkielman taiteellinen osuus: uusi viihde-tv-formaatti nimeltään Retkipaku Remppa Off.

Olemme molemmat ännänen vuoden maisteriopiskelijoita, jotka ovat jo vuosia sitten päätyneet työelämään. Keskenikäinen pro gradu -tutkielma ja valmistumattomuus ovat kuitenkin kaihtaneet takaraivossa tasaisin väliajoin. Työskentelemme molemmat luovalla alalla ja vaikka maisterin paperit eivät toisi lisäarvoa juuri nykyisiin töihimme, tiedämme, että tulevaisuudessa ylemmästä korkeakoulututkinnosta olisi hyötyä.

Vaikka työskentelemme luovalla alalla, meistä kumpikaan ei työskentele av-tuotteiden kehityksen parissa. Olemme siitä kuitenkin hyvin kiinnostuneita ja opiskeluaikoina ideointi ja konseptointi sekä käsikirjoittaminen olivat molempien mieleen. Koska ammatillisella uralla emme ole päässeet näihin tehtäviin, mikä olisikaan parempi tapa palata opintojen ääreen kuin hyödyntää pro gradu -tutkielma tämän intohimon toteuttamiseen. Samalla harjoittelemme ja pyrimme luomaan mahdollisimman ammattimaisen pitch deckin formaatistamme. Opinnot antavat ensimmäiselle tosissaan tehdylle formaatti-idealle myös suojan: jos se on huono, voimme aina sanoa, että se on opiskeluaikojen oppia ja kokeilua. Salaa toivomme, että formaatista tulee niin hyvä, että sen kehtaa julkaista osana gradua taiteellisena osuutena työhön. Ja parhaassa tapauksessa, jos formaatista tulee selkeä ja esiteltävä kokonaisuus, voi sitä kautta asiasta kertoa ja jakaa tietoa myös ammatillisessa mielessä. On molempien

urakehityksen kannalta mielenkiintoista päästä kertomaan pro gradu -tutkielman aiheesta sekä esitellä valmista tv-formaattia ammatillisissa ympyröissä.

Totta kai aiheen ja palon tehdä lisäksi työn pyrkimyksenä on myös oppia lisää ja uutta. Fiktiivisten tarinoiden käsikirjoittamisen perusperiaatteet ovat meille tuttuja jo aiemmin suoritetuista opinnoista. Tällöin käsikirjoittamisen kurssilla perehdyimme lyhytelokuvien mutta myös kevyesti pelien käsikirjoittamiseen. Nyt haluamme erityisesti oppia lisää tv:n tekemisestä ja formaattikehityksestä.

Selvittääksemme, millainen formaatin kehittämisen prosessi on hyödynnämme metodologiana taideperusteista toimintatutkimusta. Teoriaosuudessa perehdyimme luovan prosessin perusasioihin ja ominaispiirteisiin. Lämpileikkaamme toimintatutkimuksen iteraavista mallia kolmea eri luovaa prosessia hyödyntäen: käsikirjoitus, formaatinkehitys ja muotoiluajattelu. Esittelemme, miten prosessien vaiheet ovat osaltaan samankaltaisia kaikissa kolmessa luovan prosessin mallissa.

Omassa kehitysprosessissamme refleктоimme projektin kehitystä ja etenemistä prosessin vaiheiden välissä. Tästä syntyy tutkielmamme aineisto, mistä johdamme päätelmiä ja pohdintaa. Tulokseksi tutkimuksessa syntyy meidän kokemuksemme läpi oppeja ja havaintoja, miten formaatinkehitysprosessimme eteni. Tuloksia rinnastamme käsikirjoitus, formaatinkehitys ja muotoiluajattelun prosesseihin: peilaamme yhtäläisyyksiä ja pohdimme eroavaisuuksia. Koko työskentelyn ajan pyrimme tuomaan luovaan prosessiin mukaan omaa näkökulmaamme ja omaperäisyyttä.

Taiteellisen osuutena tutkielmaan tuotamme uuden tv-viihde-formaatin pitch deckin. Formaattimme Retkipaku Remppa Off on remonttiohjelman ja kilpailuohjelman yhdistelmä, missä kilpailijoiden tavoitteena on luoda pakuaihiosta toimiva ja visuaalisesti mielenkiintoinen retkeilyauto. Kilpailijat osallistuvat ohjelmaan pareina ja kisan voittaja voittaa työstämänsä auton itselleen. Formaattimme on täysin uusi konsepti tv-kentällä, mutta se yhdistelee jo olemassa olevien yleisöjen mielenkiinnonkohteita kuten remontointia ja muodonmuutoksia. Retkeilyautot edustavat ajassamme omannäköistä elämää ja vapautta. Formaatti-ideamme kumpuaakin retkeilyautojen trendistä: yhä useampi haaveilee retkeilyautoelämästä ja oman retkeilyauton rakentamisesta. Retkeilyautojen suosiosta ja sisältöjen

kiinnostavuudesta kertovat retkeilyautosisältöjen korkeat katselumäärät sosiaalisessa mediassa.

1.2. Av-teoksen käsikirjoittamisen prosessi

Yhdistämme tutkimuksessamme Elisabeth Morneyn tutkimuksen formaattikehityksen osia, Jouko Aaltosen käsikirjoitusprosessin kuvausta sekä Tim Brownin tunnetuksi tekemää design thinking -prosessia. Morneyn tutkimuksen, Aaltosen käsikirjoitusprosessin vaiheet ja design thinking -prosessi on helppo istuttaa toimintatutkimuksen iteratiiviseen kehittävään malliin. Käsikirjoitustyö ja tv-ohjelman formaattikehitys ovat monelta osaa hyvin samanlaisia. Suurimpana erona lienee tv-formaatin ja valmiin proosamallisen käsikirjoituksen lopullinen muoto. Design thinking puolestaan tukee monenlaista kehitystapausta, eikä sen lopputuloksen muoto ole mitenkään kiveen hakattu.

Meidän tv-formaattimme muotoillaan pitch deck-tyyppiseksi esitykseksi. Jos valmis käsikirjoitus tehdään, noudattaa se käsikirjoituksen muotoa tekstinä ja yksityiskohtaisena kuvauksena jakson tapahtumista. Formaattimme pitch deck esittelee ohjelman idean, lainalaisuudet, säännöt, ohjelmarakenteen sekä vision mahdollisista kuvauslokaatioista.

Kirjassaan ”Käsikirjoittajan työkalut” Aaltonen kuvailee käsikirjoitusta audiovisuaalisen teoksen pohjaksi ja kivijalaksi, mihin sekä taiteellinen ilmaisu että tuotannollinen suunnittelu teosta tuottaessa pohjautuu (Aaltonen 2018, 9). Tätä samaa kuvausta voimme noudattaa myös tässä työssä syntyvästä tv-formaatista. Luomme kivijalan, sille mistä ja miten ohjelmamme rakentuu.

Aaltonen näkee, että käsikirjoittaja on käsityöläinen, joka tarvitsee myös teoriaa työhönsä, jotta käsikirjoittaja pystyy hahmottamaan av-tuotoksen rakenteen, muodon ja vaikuttamisen. Tätä Aaltonen kutsuu dramaturgiaksi. (Aaltonen 2018, 10-11.) Koska olemme konseptoinnin untuvikkoja, tarvitsemme teoriaa myös tähän työhön. Dramaturgia auttaa meitä ymmärtämään, mitä ohjelman tulisi pitää sisällään ja missä järjestyksessä. Se antaa meille ylätasoa otsikoita ohjelman sisältöön, mutta myös

valintapatteristoja esimerkiksi ohjelmanrakenteen luomiseen. Saamme osviittaa sujuvaan jakson etenemiseen sekä näkökulmaa katsojan mielenkiinnon ylläpitämiseen.

Aaltosen mukaan hyvä käsikirjoittaja tuntee välineensä eli hallitsee audiovisuaalisen kerronnan perusteet ja omaa hyvän yleissivistyksen. Hänellä on omaperäistä näkemystä sekä hän osaa hankkia tietoa ja pystyy ilmaisemaan ajatukset tekstinä kirjallisessa muodossa. (Aaltonen 2018, 13.) Osana teoriaosuutta syvennymme luovan prosessin perusteisiin, osana kiinnostustamme maailmaa kohtaa pidämme yllä yleissivistystämme ja osana prosessimme ennakkotutkimusta syvennymme aiheeseemme. Läpi prosessin tuomme siihen omaperäistä näkemystämme.

Elisabeth Morney on tutkinut, mitä luova prosessi sisältää uusien televisioformaattien kehittämisessä. Morneyn mukaan televisioformaatin kehittäminen jakautuu jopa 14 osaan. Morneyn tutkimuksen ensimmäinen artikkeli on tapaustutkimus televisioformaatti Strömsö:n kehittämisestä. Tapaustutkimuksessa Morney tunnisti 14 elementtiä tv-sarjan kehittämisen luovassa prosessissa: 1) idea, 2) aivoriihi, 3) ennakkotutkimus, 4) vertailuanalyysi, 5) ideoiden pallottelu, 6) tilapäinen vaikutus, 7) idean muotoilu, 8) konkretisointi, 9) pilotit, 10) kypsyttely, 11) analysointi, 12) virheiden tekeminen, 13) kaaos ja 14) inspiraatio odottamattomasta lähteestä. (Morney 2024, 60.) Tunnistimme omassa prosessissamme samoja vaiheita kuin Morney omassa tutkimuksessaan. Morneyn prosessi nosti esille myös kehittämistyön epävarmoja hetkiä. Näitä emme mitä luultavimmin olisi osanneet ottaa huomioon ja lukea mukaan osaksi prosessia, jos emme Morneyn tutkimukseen olisi tutustuneet.

Morney havaitsi tutkimuksessaan, että kehitysprosessi jakautuu aktiivisiin ja passiivisiin toimintoihin. Aktiivisia toimintoja ovat muun muassa ideointi, analysointi, aivoriihet, tutkimus, benchmarkkaus, ideoiden pallottelu ja pilotointi. Passiivisia toimintoja ovat puolestaan esimerkiksi kypsyttely, inspiraation saaminen odottamattomasta lähteestä, virheet ja kaaos. (Morney 2024, 69.) Luovan työn tekemisessä tauot ovat aina auttaneet meitä molempia prosessoimaan ja alitajuntaisesti kypsyttämään ajatuksia. Morneyn tutkimus tekee tämän puolen luovasta prosessista näkyväksi ja antaa arvoa myös passiivisille toiminnoille kehitysprosessissa.

Aaltosen mukaan käsikirjoittaminen vaatii hyviä istumalihaksia, sillä lähes aina käsikirjoituksista tehdään useita versioita. Työ vaatii sitkeyttä, kun tekstiä muokataan ja jalostetaan. Tiivistettynä käsikirjoittaminen on prosessi, missä ohjelman sisältö järjestetään muotoon, mikä puhuttelee katsojia. (Aaltonen 2018, 12-13.) Myös formaatin kehittämisessä hyvillä istumalihaksilla on käyttöä. Ideat saattavat putkahtaa mieleen kuin itsestään, mutta ne eivät siirry sieltä paperille ilman pitkäjänteistä työtä ja ne eivät vastaa mielen versiota ennen lukuisia editointikierrroksia.

Av-teoksen käsikirjoituksen muotojen vaiheet Aaltosen mukaan:

1. Synopsis
2. Treatment / kohtausluettelo
3. Varsinainen käsikirjoitus
4. Kuvakäsikirjoitus, ohjauskäsikirjoitus ja/tai leikkauskäsikirjoitus

Käsikirjoittaminen on Aaltosen ja hänen siteeraamansa yhdysvaltalaisen kirjailija-käsikirjoittaja Eugene Valen mielestä vaiheittaista, missä karkeasta rakenteesta edetään vaiheittain ja välillä pakittaenkin kohti lopullista muotoa. (Aaltonen 2018, 16.) Morneyn tapaan Aaltonen löytää myös itse käsikirjoitusprosessista useita vaiheita: ennakkotutkimus, aiheen löytäminen ja ideointi, sisällön ja muodon muotoilu, rakenteen ja rungon rakentuminen, kirjoitustyö ja analysointi. (Aaltonen 2018, 24-158.)

Emme tavoittele formaattikehityksessä käsikirjoitusmuotoa vaan tavoitteenamme on luoda formaatista pitch deck. Pitch deckin perusajatus on avata ohjelmaformaatti lyhyesti, mutta kuitenkin niin, että ohjelmasta saa mahdollisimman selkeän kuvan. Parhaimmillaan tv-viihden ohjelmaformaatin pitch deck kertoo sen miltä show näyttää, millaiset ihmiset ohjelmaan osallistuu, kenelle se on tehty ja miten formaattia mahdollisesti rahoitetaan. (The L.A. Film School.)

Morneyn mukaan, vaikka televisio-ohjelman tuotantoprosessi kuvataan usein lineaarisena prosessina (esituotanto, tuotanto, jälkituotanto), on televisioformaatin kehitysprosessi kuitenkin epälineaarinen. Idean saamisen, brainstormauksen, benchmarkkauksen ja muotoilun jälkeen voidaan uudelleen palata alkuun tai heittää idea roskiin. Luovaan prosessiin kuuluu Morneyn mukaan myös taukoja sekä luovaa

kaaosta ja epäonnistumisia. (Morney 2024, 74.) Prosessimme tuloslukuissa pääsemme palaamaan Morneyn kuvaukseen epälinearisesta luovasta prosessista ja kerromme meidän näkemyksemme prosessin etenemisestä.



Kuva: Epälineaarinen luova prosessi (Morney 2024, 74).

Kun av-teosta lähdetään käsikirjoittamaan, on alussa monta tärkeää määriteltävää asiaa. Tärkeimpinä miksi ohjelma tehdään, mitä sillä halutaan saada aikaan sekä mille kohderyhmälle ohjelma on suunnattu. (Aaltonen 2018, 18-19.) Näihin kysymyksiin vastausten saaminen on tärkeää erityisesti, jos mietimme mahdollisen tilaajan mielenkiinnon ja huomion sieppaamista. Luovan prosessin tiimellyksessä nämä asiat eivät kuitenkaan välttämättä tule heti ensimmäisenä mieleen, vaikka vastaukset saattavatkin olla helposti avattavissa. Prosessin sytykkeenä toimii usein oma intohimo aihetta kohtaan. Tällöin ohjelman yleisö tai se miksi juuri tämä yleisö ohjelman haluaisi nähdä ei ole vielä välttämättä käynyt tekijän mielessä. Kuitenkin visiossa voi olla kirkkaana ajatus siitä, miksi juuri tämä asia täytyy saada ihmisten verkkokalvoille ja miksi juuri tämä tarina on tärkeä kertoa.

Aaltonen esittää television jatkuvina useina ohjelmavirtoina, joiden välillä katsojat surffailevat. Kanavavirroissa on uutisia, elokuvia ja kulttuuria. Kaiken tämän lisäksi televisio pyrkii tuottamaan myös mielihyvää. Suoratoistopalveluiden tultua lineaarisen tv:n rinnalle on kilpailevia ohjelmavirtoja nykyisin lukematon määrä. Katsojan

huomion saaminen on siis suurta kilpailua muiden ohjelmien kanssa. (Aaltonen 2018, 171.)

Jotta tv-sarja tuottaisi katsojalle “oikeaa nautintoa” on siinä Aaltosen mukaan, joka viittaa Ari Hiltusen teoriaan, oltava neljä eri tasoa: emotionaalinen, moraalinen, älyllinen ja symbolinen taso. Emotionaalinen taso tuo helpotusta jännityksen oheen ja se syntyy samaistumisesta ohjelman henkilöihin. Moraalisessa tasossa täytyy olla epäoikeudenmukaisuutta, jotta katsoja samaistuu ja jännittyy ohjelmaa katsoessaan. Älyllinen taso tuo uskottavuutta ja loogisuutta, mitä ilman samaistumista jännitystä ei synny. Symbolinen taso puolestaan luo katsojalle väylän pohtia ohjelmaa omaan elämäänsä suhteutettuna. (Aaltonen 2018, 172.)

Myös Morney on tutkimuksessaan etsinyt vastauksia tv-formaattien laadullisiin kysymyksiin. Hänen tutkimuksensa selvittää, mikä on lajityypit ylittävää laatua. Jo tutkimuksen alustuksessa Morney toteaa, ettei laadun merkiksi riitä yleisömenestys tai kaupallinen menestys. Tutkimustulokset osoittavat, että laadukas tv-ohjelma koostuu tv-alan tekijöiden mukaan seuraavista 11 elementistä: 1) ammattimaisuus, 2) tunnistaminen/relevanssi, 3) kiehtovuus, 4) vaihtelu, 5) tunteiden herättäminen, 6) suosio, 7) omaperäisyys, 8) uskottavuus, 9) pyrkimys, 10) vaikutus ja 11) johdonmukaisuus. (Morney 2024, 63.) Löydökset ovat jotakuinkin linjassa Hiltusen oikean nautinnon tasojen kanssa.

Morneyn tutkimuksessa vastauksia saadaan myös ryhmätyönä tehtävään kehitystyöhön. Kolmannen tutkimusartikkelin tulokset Slow-TV-tapaustutkimuksesta osoittavat, että ryhmätyönä toteutetussa kehityksessä keskeisiä elementtejä ovat: 1) yksilöllinen tila ja aika, 2) riittävät resurssit, 3) haaste, 4) tehtävään liittyvä tieto ja erilaisten tietojen yhdistäminen epätavanomaisella tavalla, 5) intohimo ja motivaatio sekä 6) organisaation tuki. (Morney 2024, 78.) Vaikka oma tutkielmamme ei pureudukaan ryhmätyön merkitykseen luovassa prosessissa, on meidän kuitenkin hyvä pitää mielessä, että oma prosessimme kuvastaa parityönä tehtyä kehitysprosessia.

Myös Aaltonen suosittelee kahden hengen porukassa työskentelyä. Tällöin on helpompi lähteä puurtamaan yhdessä ja ongelmakohtien ylittäminen on helpompaa tuettuna.

Aaltonen toteaa myös, että kaksi ideoijaa tuottaa enemmän ideoita kuin yksi. (Aaltonen 2018, 26-27.)

Kolmas teoria, mitä sovellamme tutkimuksessamme on design thinking. Muotoiluajattelu, englanniksi "design thinking", on ihmislähtöinen ja käyttäjäkeskeinen lähestymistapa ongelmanratkaisuun ja luovaan suunnitteluun. Muotoiluajattelussa keskeistä on ymmärtää käyttäjien tarpeita, haasteita ja toiveita syvällisesti, mikä auttaa suunnittelijoita kehittämään innovatiivisia ja käyttäjäkeskeisiä ratkaisuja. (Beghin.) Tv-formaattikehityksessä tämä tarkoittaa näkemyksemme mukaan erityisesti potentiaalisen katsojan saappaisiin astumista.

Harvard Business Schoolin blogissa design thinkingiä kuvaillaan ajattelutavaksi ongelmanratkaisuun ja lähestymistavaksi innovoimiseen. Suunnittelun keskiössä on myös heidän mukaansa ihmiskeskeinen lähestyminen. Design thinkingin suosio liikemaailman kehityshankkeissa on blogin mukaan kansainvälisen suunnittelukonsulttiyrityksen IDEO:n toimitusjohtajan Tim Brownin aikaansaannosta. (Han 2022.)

Tim Brown itse näkee muotoiluajattelun luovuuden myyttejä rikkovana menetelmänä. Ei ole realistista ajatella, että valmiit ideat putkahtavat luovien nerojen mieleen kuin tyhjästä. Muotoiluajatteluprosessin tulokset ovat kovan työn takana, missä tiimi on ideoinut ja kehittänyt ratkaisuja ihmiskeskeisen prosessin läpi toistoja tehden. Filosofisesti Brown kuvailee muotoiluprosessia tilojen järjestelmänä sen sijaan, että prosessin nähtäisiin sarjana järjestettäviä vaiheita. Näitä "tiloja" Brownin mukaan ovat inspiraatio, ideointi ja toteutus. Prosessissa kierretään näitä tiloja, erityisesti kahta ensimmäistä, useaan kertaan ratkaisua etsien. Muotoiluprosessi voikin ensisilmäyksellä vaikuttaa sekavalta, mutta monesti prosessin tulokset puhuvat puolestaan. (Brown 2008.)

Morneyn kuvaileman luovan prosessin lisäksi myös muotoiluajattelua kuvataan epälineaariseksi suunnitteluprosessiksi. Prosessi koostuu useista vaiheista ja se alkaa käyttäjän haasteiden ja tarpeiden tutkimisesta sekä määrittelystä. Näin määritellään myös ratkaistava ongelma. Vastauksia haetaan ideoimalla, prototypoimalla ja testaamalla. Prosessi tarjoaa siis hyvin käytännönläheisiä työkaluja ja metodeja

ongelmanratkaisuun ja tuotekehitykseen. Prosessiin kuuluu myös iteraatio, jolloin suunnittelijat saavat jatkuvaa palautetta ja parantavat niiden pohjalta suunniteltavaa tuotetta suunnittelukierros kierrokselta. Muotoiluajattelu soveltuu menetelmänä monenlaisiin ongelmanratkaisutilanteisiin ja haasteiden ratkaisuun ja se on laajalti käytössä erityisesti teknologia-aloilla ja bisnes-maailmassa. (Interaction Design Foundation.) Tv-formaatin kehitykseen muotoiluajattelu antaa mielestämme hyvän, mutta vielä aika karkean pohjan luovalle prosessille. Se tuo kuitenkin kolmesta soveltamastamme teoriasta parhaiten esille suunnitteluprosessin iteratiivisuuden ja käyttäjien eli yleisön tarpeet.

Muotoiluajattelussa ihmislähtöinen kehittäminen ei rajoitu pelkästään käyttäjän tai asiakkaan tarpeiden huomioimiseen. Ihmislähtöisessä kehittämisessä otetaan huomioon kaikki palveluun sidoksissa olevat ihmiset ja heidän kokemuksensa: työntekijät, omistajat, kumppanit ja kilpailijat sekä yhteiskunta. Asiakkaan ja käyttäjän kokemuksen perusteella voimme kehittää palvelua sisältöä määrittämällä ja tätä kautta ymmärtää, mitä heidän ongelmaansa olemme ratkaisemassa. Työntekijöiden ja kumppanien kokemus puolestaan määrittävät, millainen palvelun laadusta syntyy. Omistajan kokemus laittaa raamit sille, mitä tavoitellaan. Kilpailijat ja yhteiskunta puolestaan rajaavat toimintaympäristöä ja sitä, millaiseksi maailma muuttuu tulevaisuudessa. Lisäksi on tärkeää muistaa, että asiakas ja käyttäjä eivät myöskään aina ole sama ihminen. (Jokinen 2022.) Meidän kohdallamme, emme syventyneet kohdeyleisöä lukuun ottamatta tarkastelemaan kovinkaan syvällisesti muiden kohderyhmiemme tarpeita. Kuitenkin ihmislähtöinen kehittäminen pysyi mielessä niin kilpailijaprofiilien kuin tuotannon käytännön haasteiden ratkaisuja pohtiessa.

Brown on luonut muotoiluajattelijalle persoonallisuusprofiilin. Hänen mukaansa muotoiluajattelijalla osaa hyödyntää empatiaa ongelman määrittelyssä osaten asettua eri rooleihin ongelmaa tutkiessaan ja löytäen näin uusia näkökulmia tilanteeseen. Profiiliin kuuluu myös kyky ajatella integroivasti eli löytää ongelman keskeiset pointit ja ristiriidat, jotta ratkaisu syntyy olemassa olevien vaihtoehtojen tuolta puolen. Muotoiluajattelijalla tarvitsee myös optimismia, jotta ratkaistavan ongelman rajoitteet, eivät rajoita mahdollisen ratkaisun löytymistä. He ovat kokeilunhaluisia, esittävät kysymyksiä ja ovat luovia tutkiessaan ongelman rajoitteita. Viimeisenä asiana Brown kuvailee persoonallisuusprofiilia monialaiseksi osaajaksi. Muotoiluajattelu on

yhteistyötä ja se rikkoo stereotypistä kuvaa yksinäisestä luovasta nerosta. (Brown 2008.) Myös formaatin kehittäjälle nämä piirteet eivät varmastikaan ole pahitteeksi. Erityisesti formaatin myymisvaiheessa ongelmia eli kielteisiä vastauksia täytyy pystyä sietämään ja silti jatkamaan formaatin kehittämistä ja myyntiä.

1.3. Tv-formaatti

Formaatti on tv-ohjelma tai sarja, missä on vakiintuneet rakenteet, henkilöhahmot ja konventiot. Katsoja tietää, mitä odottaa. Usein uusi formaatti-idea esitellään presentaatio-muodossa. (Aaltonen 2018, 172-173.) Formaatti-sanankäytön juuret ovat Yhdysvalloissa, missä tietokilpailuohjelmista puhuttiin formaatteina. Nykyisin sanankäyttö on laajempi ja sillä viitataan vakiomuotoisiin ohjelmatyyppeihin. Perusidea on, että formaatti määrittelee ohjelman rakenteen ja toteutustavan. (Aalto-Setälä 2006.)

Tapio Kanteleen artikkelissa formaattituottaja Juha Tynkkysen mukaan idea ei ole sama asia kuin formaatti. Formaattiin kuuluu paljon tuotetietoa, tutkimusta ja visuaalisia ohjeita. Formaattissa saatetaan esimerkiksi määrittellä, millainen henkilö sopii formaatin juontajaksi. Myytävistä formaateista tehdään usein myös formaattiraamattu, missä ohjelman sisällön lisäksi määrittellään esimerkiksi lavasteet ja graafinen ilme. (Kantele 2009.) Myös varatuomari Aalto-Setälän mukaan ohjelman rakenne ja vaihtuvat osat kuvataan kirjallisessa muodossa olevassa tuotantokäsikirjassa eli Format Bible:ssa. Formaatin kiinteitä osia ovat muun muassa lavastus, juontaja, iskulauseet, kamerakulmat, ohjelmatunnukset ja tunnusmusiikki. Vaihtuvia osia ovat esimerkiksi kilpailijat. (Aalto-Setälä 2006.) Tynkkysen mukaan formaatin perusidea on sen monistettavuus. Tähän perustuu myös formaattien suosio kanavien silmissä, sillä samoilla ”opeilla” toimivaksi todettu ohjelma voidaan toteuttaa myös jossain toisessa maassa. (Kantele 2009.)

Meidän kohdallamme formaattikehityksemme lopputulosta palvelee parhaiten presentaatiomuotoinen pitch deck esitys, sillä formaattimme pyrkimys on päästä sen kehittämisessä konsepti-tasolle. Formaattiraamatun luominen ilman kanavaa tai sitoumusta formaatin tuottamisesta olisi liiaksi arvailua, koska formaattiraamatun informatiivisuus ja yksityiskohtaisuus on paljon korkeampi kuin pitch deckissä.

1.4. Aloittelevien formaatin kehittäjien luova prosessi

Tutkimusongelmamme on selvittää, millainen luova prosessi on kehittää tv-formaatti? Rajaamme tutkimuksemme yhden formaatin kehittämiseen, vaikkakin ennen tutkimuksen lopullisen formaatti-idean syntyä, olimme kolonneet läpi jo monta puoli hyvää ideaa ja kehittäneet niistä osaa jo pidemmällekin. Tässä tutkimuksessa keskityimme kuitenkin vain tämän lopullisen idean kehittämiseen alkujuvästä lopulliseen pitch deckin muotoon.

Olemme formaatin kehittäjinä untuvikkoja, joten formaatin kehittäminen ei ollut meille entuudestaan tuttua. Aiemmin olemme toki heitelleet toisillemme ajatuksia, että “tuosta muuten tulisi hyvä tv-ohjelma” tai “miksihän tästä ei ole vielä kehitetty kilpailuformaattia?”. Noviisimaisuus näkyi eniten prosessimme alussa ja idean lukitsemiseen meillä meni heittämällä eniten aikaa. Kun homma kuitenkin lähti käyntiin oli formaatin kehittäminen inspiroivaa ja prosessiamme voisi kutsua jopa vauhdikkaaksi.

Lähdimme uteliaina selvittämään, millainen kehitysprosessi olisi. Osaisimmeko paketoita idean aihiomme kokonaiseksi tv-ohjelmaksi? Mitä kaikkea formaatin tulisi pitää sisällään? Mikä tekee ideasta formaatin? Näitä asioita tekijäjoukkomme toinen puolikas pääsi pohtimaan Audiovisual Producers Finlandin järjestämässä Screen Helsinki -tapahtumassa, missä kolme uutta formaattia kisasivat Paperiformaatti-kilpailussa. Tuomaristo aloitti puheenvuoronsa siitä, mikä tosiaan on tv-formaatti. Oli mielenkiintoista kuulla, että myös ammattilaiskentällä oli ollut kisaan osallistumisen kanssa hakemista, mikä tekee ideasta formaatin. Kisassa kolme mukana olevaa pitchausta sisälsivät loppupeleissä paljon enemmän seikkoja kuin vain formaatin idean. Timo Koivusalon kehittelemä kilpailuformaatti sisälsi osioita kilpailun teknologiasta, yleisön osallistumisesta ohjelmaan sekä paljon visuaalisia näkökulmia, miltä formaatti tulisi näyttämään (Koivusalo 2024). Simo Ritarin kehittämä sisustus/remonttiformaatti puolestaan paneutui esimerkkien kautta siihen, millaisia kohteita ohjelmassa nähtäisiin, miten kohteiden muutos toteutettaisiin visuaalisesti sekä oltiin benchmarkattu, miten uusi ohjelmaformaatti sijoittuisi muihin saman genren ohjelmiin (Ritari 2024). Anssi Rimpelän viihdekilpailuformaatti keskittyi kilpailijoiden esittelyyn ja heidän motiiveihinsa osallistua ohjelmaan. Formaattipitchauksessa

nostettiin esille myös ohjelman kuvauslokaatioiden merkitystä ohjelman loppuhuipennukselle sekä jaksoiden rakennetta. (Rimpelä 2024.)

2. AINEISTO JA METODI

2.1. Muistiinpanot ja kokemukset: Formaatin kehittäminen ryhmätyönä

Aineistonamme tutkimuksessa toimii muistiinpano- ja kokemusaineisto, missä on kuvattu prosessiamme formaatin kehittämisen alkuvaiheista loppumetreille saakka. Dokumentoimme työmme etenemistämme muistiinpanoin ja työversioin 30.1.2024 - 17.11.2024 aktiivisen epäaktiivisesti. Välillä työssä ja dokumentoinnissa tuli pidempiäkin taukoja. Välillä työ eteni nopeasti useita päiviä putkeen.

Työn etenemisen rikkonaisuuteen vähiten vaikutti työn mielekkyys tai se ettemme olisi tienneet, mitä seuraavaksi formaatissa tulisi kehittää. Hidasteita aiheutti enemmän muu elämä, kuten työt ja harrastukset. Myös gradun rakentuminen prosessin kyljessä oli hidaste itse formaatin loppuun saattamisessa. Loppupeleissä formaattimme valmistui aikataulupaineessa, sillä saimme mahdollisuuden luoda konseptista one pagerin kanavalle tuotantoyhtiön esittelemien ohjelmaideoiden joukkoon. Tämän jälkeen päätimme, että formaatti on valmis, emmekä enää hioneet siitä uutta versiota.

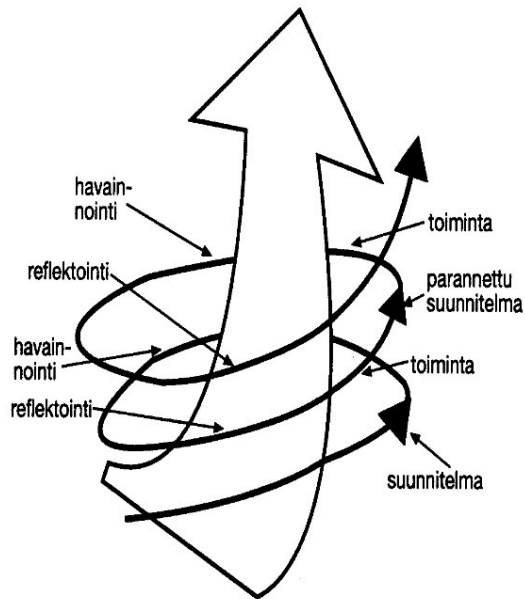
2.2. Toimintatutkimus

Toimintatutkimus on tutkimusmenetelmä, mikä pyrkii aktiivisesti muuttamaan tutkittavaa todellisuutta. Se on tutkimusmenetelmä, joka korostaa toiminnan, käytäntöjen, muutoksen ja osallisuuden merkitystä. Toisin sanoen, toimintatutkimuksessa ei tyydytä vain havainnoimaan ja analysoimaan ilmiöitä, vaan pyritään aktiivisesti toimimaan osana prosessia. Keskeistä toimintatutkimuksessa on sosiaalisten käytäntöjen tutkiminen ja niihin vaikuttaminen. (Jyrkämä 2021.) Toimintatutkimus antaa siis tekijälle mahdollisuuden tutkia käytännön ongelmia ja löytää niihin ratkaisun (Jokela & Huhmarniemi 2022, 42). Tutkimuksen kohteena voi olla esimerkiksi koulutusjärjestelmän toimivuus, yhteisön sosiaaliset normit tai vaikka työelämän käytännöt, kuten tässä tutkimuksessa (Jyrkämä 2021). Meille toimintatutkimuksen hyödyntäminen osana tutkielmaamme mahdollistaa formaatin kehittämisen prosessin toiminnan tutkimisen. Olemme aktiivisia tekijöitä prosessissa ja tutkimusongelmamme on toimintatutkimukselle ominaisesti hyvin käytännössä kiinni: tutkimme omaa kehittämistoimintaamme läpi prosessin.

Toimintatutkimuksessa suunnittelun, toiminnan, havainnoinnin ja pohdinnan kautta päädytään parannettuun käytäntöön (Jokela & Huhmarniemi 2022, 42). Toisin sanoen, tutkimusprosessi etenee toiminnan kautta ja sen tuloksena syntyy uutta toimintaa ja käytäntöjä (Jyrkämä 2021). Myös reflektioilla on tärkeä rooli toimintatutkimuksessa, koska sitä kautta päästään ratkaisemaan valittua käytännön ongelmaa (Jokela & Huhmarniemi 2022, 42). Meidän kohdallamme parannettu käytäntö tarkoittaa meidän päätelmiämme formaatin kehittämisen vaiheista sekä uutta prosessin aikana parannettua tv-viihdeformaattia. Tutkielmamme vastaa käytännön läpi tutkien, millainen kahden aloittelevan formaatin kehittäjän luova prosessi on. Reflektoinnilla on tärkeä rooli tutkimuksessa, sillä siitä pääsemme johtamaan tutkielmamme tulokset.

Toimintatutkimusta sovelletaan laajasti eri tieteenaloilla, kuten kasvatustieteissä, työelämäntutkimuksessa, sosiaalityössä ja hoitotieteessä. Se nähdään erityisen hyödyllisenä kehittämis- ja muutoshankkeissa, joissa pyritään parantamaan olemassa olevia käytäntöjä ja rakenteita. Lisäksi toimintatutkimus on saanut jalansijaa myös akateemisen tutkimuksen ulkopuolella, esimerkiksi työelämän kehittämishankkeissa. (Jyrkämä 2021.) Myös meidän prosessimme on kehittämishanke ja se on erittäin tiiviisti kiinni työelämässä. Luovalla alalla formaatinkehityshanke on oman IP:n eli immateriaalin omaisuuden synnyttämistä.

Toimintatutkimuksen taustalla vaikuttavat erilaiset filosofiset ja teoreettiset lähtökohdat, kuten pragmatismi ja kulttuurihistoriallinen toiminnan teoria. Näiden näkökulmien kautta painotetaan toiminnan merkitystä tiedonlähteenä ja korostetaan käytännön merkitystä yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemisessa. Vaikka toimintatutkimus tarjoaa monipuolisen ja käytännönläheisen lähestymistavan tutkimukseen ja muutokseen, siihen kohdistuu myös kritiikkiä. Erityisesti on herännyt keskustelua toimintatutkimuksen objektiivisuudesta ja tutkijan roolista tutkimusprosessissa. Lisäksi on pohdittu toimintatutkimuksen suhdetta perinteisiin tutkimusmenetelmiin ja -käytäntöihin. (Jyrkämä 2021.)

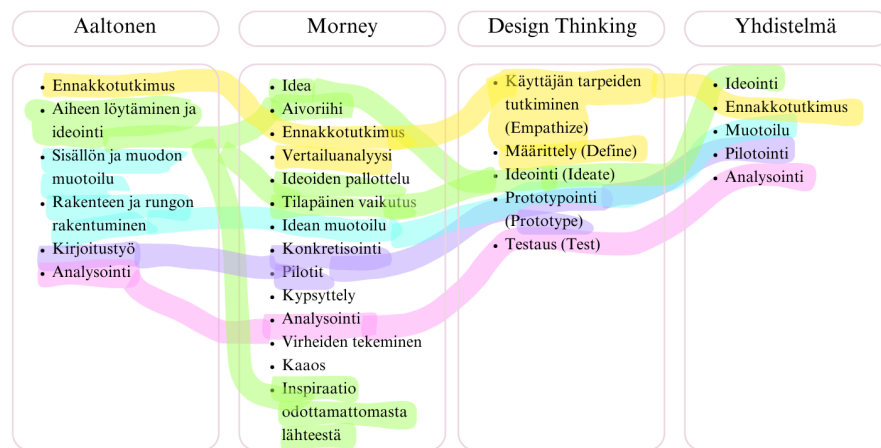


Kuva: Toimintatutkimuksen perusmalli (Heikkinen & Jyrkämä 1999).

Lapin yliopistossa toimintatutkimusta omassa tutkimuksessaan ovat käyttäneet esimerkiksi Timo Jokela ja Maria Huhmarniemi tutkimuksessaan “Taideperustainen toimintatutkimus soveltavan taiteen kehittämisen välineenä”. Parivaljakon mukaan toimintatutkimusta on hyödynnetty soveltavan kuvataiteen ja kuvataidekasvatuksen tutkimuksissa, kun tavoitteena on ollut kehittää käytännön työ- ja koulutusmenetelmiä yhteiskunnallisiin haasteisiin. Heidänkin mukaansa toimintatutkimusta on sovellettu myös muilla aloilla kuten hyvinvointi- ja terveysaloilla, kulttuuripalveluissa, luontomatkailussa ja osallistavassa yhdyskuntasuunnittelussa. Omassa tutkimuksessaan kaksikko on hyödyntänyt taideperusteista toimintatutkimusta luodakseen suuntaviivoja tutkimuksen käytännön tekemiseen soveltavassa taiteessa. Taideperusteisessa toimintatutkimuksessa yhteisön jäsenet osallistetaan mukaan tutkimus- ja kehittämisprosessiin. (Jokela & Huhmarniemi 2022, 39-40.) Näkemyksemme mukaan taideperusteinen toimintatutkimus on toimintatutkimuksen alalaji. Toimintatutkimuksen perusmalli kuvaa myös taideperusteista toimintatutkimusprosessia. Taideperusteisessa toimintatutkimuksessa tutkimus- ja kehittämisprosessin sisältönä on luova taiteellinen käytäntö.

2.3. Formaatin kehittäminen toimintatutkimuksen perusmallia hyödyntäen

Tutkimuskysymykseen vastaamisessa käytämme toimintatutkimus-mallia soveltaen sitä formaatin kehittämisen, käsikirjoittamisen ja design thinking -prosessien läpi muokaten mallista oman versiomme. Tutkielman tavoitteena on selvittää, millainen prosessi formaatinkehitys on meidän kokemuksemme perusteella. Tutkielma tarjoaa kokemusperäisiä vastauksia tutkimuskysymykseen ja luo samalla uuden tv-formaatin, joka käytännössä osoittaa tutkitun teorian soveltamista.

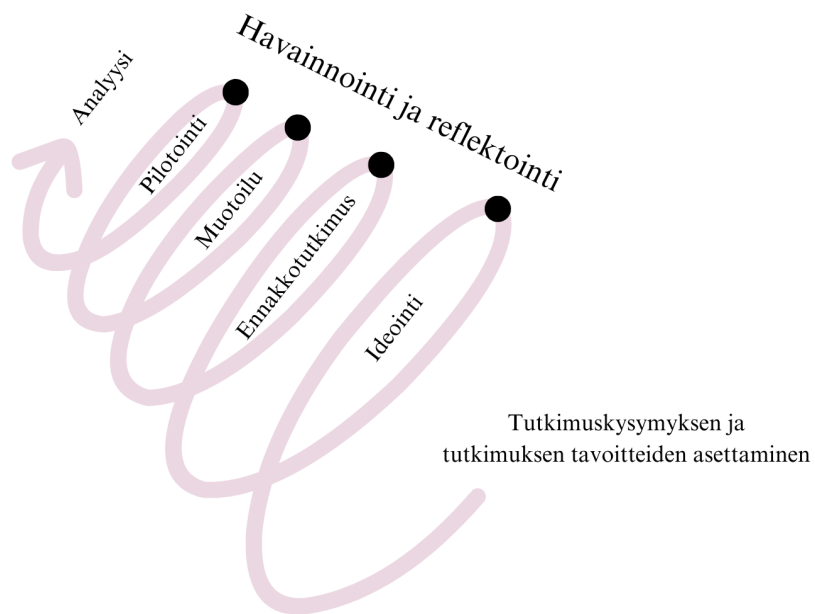


Kuva: Luovien kehitysprosessien vertailu (Aaltonen 2018; Morney 2024; Interaction Design Foundation).

Kaikissa kolmessa luovassa kehitysprosessissa toistui jonkinlainen ideointivaihe (vihreä), ennakko- tai taustatutkimus (keltainen), muotoilu (sininen), konkreettinen työstö (violetti) ja analyysivaihe (pinkki). Design thinking -prosessissa varsinaista analyysiä ei ole listattu yhdeksi vaiheeksi, mutta sitä löytyy prosessin oikeastaan jokaisen vaiheen arvioinnin ja suunnittelukierroksen välistä.

Morneyn luovan prosessin kuvauksesta löytyi myös kolme vaihetta, mitä ei oltu nimetty kahdessa muussa prosessissa: kypsyttely, virheiden tekeminen ja kaaos. Kypsyttely, virheiden tekeminen ja kaaos ovat kuitenkin mitä luultavimmin osa jokaista

kehitysprosessia. (Aaltonen 2018; Morney 2024; Interaction Design Foundation.) Meidän kohdallamme kypsyttely, virheet ja kaaos kulkivat mukana koko prosessin, eikä niitä siksi ole nimetty prosessissa omiksi kohdiksi.



Kuva: Toimintatutkimus-malli luovia kehitysprosesseja hyödyntäen (Tirkkonen & Jokinen).

Toimintatutkimuksemme malli muodostuu ideoinnin, ennakkotutkimuksen, muotoilun, pilotoinnin ja analyysin vaiheista. Ennen tutkimuksen alkua olimme määritelleet tutkimuskysymyksen ja asettaneet tutkimukselle tavoitteet. Koko prosessin läpi havainnoimme ja refleктоimme prosessia ja sen etenemistä.

Havaintoja teimme muistiinpanojen, työversioiden ja kokemuksiemme läpi. Refleктоimme prosessia säännöllisen epäsäännöllisesti. Alussa muistiinpanoja kertyi eniten, sillä työstimme useita ideoita ja halusimme kirjoittaa mahdollisimman paljon ideoita ylös, jotta mikään kehityssuunta ei unohtuisi. Työstöversioita meille kertyi myös useita ja jokaista diaa päädyimme muokkaamaan useita kierroksia. Osa poistui kokonaan ja osa korvaantui jollakin uudella. Loppuvaiheessa myös lisä sivuja ilmaantui, sillä tehdessä tavoitteet formaattia kohtaan kasvoivat. Ymmärsimme, että tarvitsemme alkuun tekijäesittelyn, formaatin aihe eli retkeilyautoilu tarvitsi taustoitusta ilmiönä sekä halusimme visualisoida ajatuksiamme formaatin lokaatioista.

Tutkimuksemme tuloksia esittelemme luomamme toimintatutkimuksen vaiheiden mukaan. Tulokset jakautuvat: ideointi-, ennakkotutkimus-, muotoilu-, pilotointi- ja analyysilukuihin.

3. TAITEELLINEN OSUUS: TV-KONSEPTI RETKIPAKU REMPPA OFF

Retkipaku Remppa Off on viihdeohjelma, missä viisi paria kilpailevat unelmiensa retkipakun rakentamisessa. Formaatti jakautuu yhdeksään jaksoon, missä jokaisessa tehtävänä on rakentaa unelmien retkeilyautoon uusi osio (keittiö, märkä-, makuutilat...) Kilpailijat asustavat vierekkäisissä talliosakkeissa ja jokaisen tehtävän päätteeksi autot ajetaan studioon tuomariston eteen. Kiireessä autoja saatetaan kursia kokoon vielä matkan jo alkaessa studiolle. Parien tehtävänä on myös nimetä autonsa ja tiiminsä.

Tehtävissä onnistumista arvioidaan niin käytännöllisyyden, visuaalisuuden kuin auton arvonnousun perusteella. Jokaisen tehtävän voittajille on luvassa välipalkinto, mikä parantaa heidän seuraavan tehtävän resursseja. Tiukan paikan tullen kilpailijoilla on käytössään myös kolme "vararengasta" eli oljenkortta, millä helpottaa rakentamisen edistymistä.

Henkilökohtainen kiinnostuksemme retkipakuiluun kulminoituu omaan haaveeseen retkeilyautosta. Olemme haaveilleet omasta retkipakusta jo hyvän tovin, mikä johdatti meitä kohti formaattimme keksimistä. Haaveilu on kulminoitunut aktiiviseen somevideoiden tuijottamiseen, jakamiseen ja myös konkreettiseen retkipakuiluun eli tuttavien retkeilyauton lainaamiseen. Viihdymme helposti reissuvideoiden parissa, mutta erityisesti meidät ruutujen ääreen kiinnittää henkilökohtaiset remppavlogit autojen muuttamisesta retkeilykäyttöön. Kulutamme sisältöä niin kaupallisilta tahoilta, vaikuttajilta kuin tavallisten ihmistenkin kanavilta.

Retkipakuissa meitä kiehtoo niiden muunneltavuus, ajatus off-grid elämästä sekä budjettimatkailu. Mahdollisuus nukkua kummallisissa paikoissa sekä yöpyä harrastus- ja seikkailumahdollisuuksien läheisyydessä lompakkoystävällisesti ovat meitä erityisesti kiinnostavia asioita. Kaverien matkailuautoa lainatessa puheeksi on usein noussut, miten muuttaisimme autoa, jos se olisi meidän automme. Tai mitä visuaalisia tai teknisiä asioita autolta toivoisimme. Retkien välissä olemme myös haaveilleet, mitä uusien retkien mahdollisuuksia oma retkeilyauto toisi. Miten tekisimme viikon etätöitä Norjasta käsin tai miten auto toimisi mahtavana base campina laskureissuille.

Idea formaatille syntyi aamupalapöydässä selatessamme myynnissä olevia pakuaihioita ja haaveillessamme pakun remontoinnista. Samalla aloimme pohtimaan, miksi tästä isosti suosiossa olevasta elämän kokoisesta trendistä ei oltu vielä kehitetty tv-kilpailuformaattia? Tai edes sisustus/remonttiohjelmaa? Innostuimme ajatuksesta ja ideoita alkoi lentämään intohimoaiheesta välittömästi.

Retkipaku Remppa Off -formaattia kehittäessä tutkimme useita benchmarkkeja ja kartoitimme, millaisia televisiokilpailuja jo löytyy. Erilaisia visailu- ja kisailuohjelmia olemme nähneet vuosien varrella runsaasti, joten inspiraatiosta ei ollut pulaa.

Eniten vaikutteita ohjelma sai australialaisesta The Block -formaatista, jossa kilpailijat remontoivat asunnoista myyntikuntoisia. Ohjelmassa tuotanto hankkii tyhjillään olevan kiinteistön, minkä huoneistojen remontoinnista kilpailijat kilpailevat. Valmiita huoneita arvioidaan jakso jaksolta ja tehtävässä parhaiten onnistumalla voi voittaa lisäbudjettia tai muita remonttia edistäviä etuja helpottamaan tulevia remontin vaiheita. Kausi huipentuu asuntojen myyntiin, ja suurimman tarjouksen saanut voittaa kilpailun. Formaattiin kuuluu myös taitokilpailuja, jotka eivät suoraan edistä remonttia, mutta joissa menestymisestä voittaa motivaatiota lisääviä palkintoja.

Kilpailullisia viihdeohjelmia on televisiossa nähty monessa muodossa jo vuosikymmenten ajan. Ensimmäinen tietokilpailu julkaistiin vuonna 1938, ja siitä lähtien kilpailuohjelmia on tehty niin yksilöille, joukkueille, perheille kuin ystäväporukoillekin (IMDB). Tv:ssä on kilpailtu lomamatkoista, autoista, rahasta ja kunniaista.

Retkipaku Remppa Off:n katsojat jakautuvat karkeasti niihin, joilla on jo kokemusta retkeilyautoilusta, ja niihin, joita ohjelma kiinnostaa esimerkiksi remontoinnin kautta. Myös Aino Huilajan Van Life -dokumenttisarja on tuonut aihepiirille näkyvyyttä ja saattaa houkutella katsojia myös Remppa Off:n pariin. Retkeily- ja matkailuautojen rakentajat ja harrastajat ovat luonnollinen kohderyhmä, mutta formaatti puhuttelee myös laajemmin tee-se-itse-rakentelusta ja autojen muokkauksesta kiinnostuneita.

Ohjelmassa rakennetaan retkipakuja, mutta kyseessä on samalla myös remointi- ja muodonmuutosohjelma. Kohteena on talon sijaan auto, mikä tuo rakentamiseen omat

ainutlaatuiset haasteensa. Ohjelma tarjoaa katsottavaa myös autoaiheisten ohjelmien jo olemassa olevalle yleisölle – Latelassa on rakennettu ja viritelty autoja jo vuodesta 2013, maailmanlaajuisesta hitistä Top Gearista puhumattakaan.

Formaatti tarjoaa tarttumapintaa kaikille, jotka nauttivat luovista ratkaisuksista ja ongelmanratkaisusta. Kilpailun jännitys syntyy visuaalisista ja toiminnallisista ratkaisuksista aikataulu- ja budjettipaineessa. Kompromissejakin joudutaan tekemään ja pienessä tilassa rakentaminen tuo eteen odottamattomia haasteita.

Retkipaku Remppa Off:n kauden rakenne muodostuu jakso jaksolta kohti valmista retkipakua. Jokaisen jakson alussa kilpailijaparit saavat tehtäväkseen tietyn osa-alueen pakettiautosta, mikä heidän tulee remontoida annetun budjetin ja aikataulun puitteissa. Jakson päätteeksi tuomaristo arvioi valmiit työt ja paras suoritus palkitaan etumatalla, joka helpottaa seuraavan tehtävän toteutusta. Kauden aikana autot rakentuvat pala palalta ja katsojat pääsevät seuraamaan, kuinka kilpailijat tasapainottelevat estetiikan, toiminnallisuuksien ja budjetin sekä aikataulun rajallisuuden välillä.

Kauden alussa kilpailijat tutustuvat pakettiautoihin ja tekevät esitehtävän, jossa heidän tulee brändätä oma autonsa – he keksivät autolle ja tiimille nimen, luovat logon ja avaavat sometilit, mihin rakennusprojektia dokumentoidaan. Tämän jälkeen kilpailijat aloittavat purkutyöt ja suunnittelevat pohjapiirrustuksen autolle, jonka pohjalta rakennus etenee. Seuraavaksi auto eristetään ja asennetaan LVI-järjestelmät, jotta tilasta saadaan asuinkelpoinen kaikkina vuodenaikoina. Ulkopinnan korjausvaiheessa auto saa uuden ilmeen ja samalla rakennetaan sähköjärjestelmät, jotka mahdollistavat omavaraisen reissaamisen.

Kun perusasiat ovat kunnossa, siirrytään sisätilojen rakentamiseen. Ensin toteutetaan keittiö ja oleskelutila, jossa painotetaan käytännöllisyyttä ja viihtyisyyttä pienessä tilassa. Tämän jälkeen rakennetaan makuutilat, jotka vaihtelevat tiimeittäin tarpeiden ja mieltymysten mukaan – osa panostaa tilansäästöön, toiset mukavuuksiin. Märkätilojen yhteydessä asennetaan vesijärjestelmät, säiliöt ja mahdolliset suihku- ja WC-ratkaisut. Lopuksi viimeistellään ohjaamo ja huolehditaan ajotekniikan kunnosta, jonka jälkeen asennetaan ulkoiset varusteet, kuten kattotelineet ja aurinkopaneelit. Viimeisessä jaksossa autot katsastetaan ja selviää saavuttavatko kilpailijat tavoitteen eli

onnistuivatko he muuttamaan pakettiauton matkailuautoksi. Finaalissa retkipakuilla tehdään myös testireissu, missä renkaiden päällä olevat uudet kodit pannaan todelliseen testiin. Kilpailun voittajakaksikko voittaa rakentamansa unelmien retkiauton itselleen!

Jokainen kauden jakso noudattelee suurin piirtein samaa kaavaa. Tuttu kaava varmistaa, että katsojien mielenkiinto säilyy jakson loppuun saakka. He osaavat odottaa, että jokaisessa jaksossa tapahtumat ovat samassa järjestyksessä, vaikka jokainen jakso sisältääkin uusia draaman käännteitä. Jännitettävääkin siis riittää: Kuka onnistuu tällä kertaa tehtävässä parhaiten? Miellyttääkö kilpailijoiden valinnat omaa silmää? Kenen aikataulu ja budjetti menevät kaikista tiukimmille?

Jokaisen jakson rakenne sisältää tiiviin draaman kaaren. Jakso alkaa tutulla introlla, jonka jälkeen kilpailijoille esitellään jakson tehtävä ja siihen liittyvä budjetti. Tämän jälkeen katsojat pääsevät sukeltamaan syvemmälle kilpailijoiden ajatusmaailmaan, kun he kertovat omista suunnitelmistaan ja perusteluistaan valitsemilleen ratkaisuille. Tuomarit kommentoivat lähtötilannetta ja paljastavat omia odotuksiaan, minkä lisäksi jakson alussa kuullaan asiantuntijan vinkit, jotka voivat auttaa kilpailijoita onnistumaan paremmin.

Työt alkavat heti tämän jälkeen, ja samalla kilpailijat esittelevät valitsemiaan materiaaleja ja tarvikkeita, jotka he ovat hankkineet käytettävissä olevan budjetin puitteissa. Jakson aikana nähdään myös, kuinka edellisen tehtävän voittaja hyödyntää ansaitsemansa palkinnon, joka antaa etua tämän jakson tehtävässä menestymiseen. Kun rakennusurakka etenee, tuomarit kiertävät työmailla seuraamassa tilannetta, antamassa palautetta ja tarkkailemassa, kuinka suunnitelmat toteutuvat käytännössä.

Loppuvaiheessa siirrytään tiukkaan loppukiriin, jossa kilpailijat viimeistelevät työnsä ja valmistelevat autonsa tuomarointia varten. Tuomarointi summaa kilpailijoiden tehtävässä onnistumiset ja haasteet ja lopuksi valitaan tehtävän voittaja, joka saa palkinnon seuraavassa tehtävässä hyödynnettäväksi. Jakso päättyy kurkistukseen tulevaan, kun paljastetaan seuraavan tehtävän aihe ja mahdolliset uudet käännteet, jotka odottavat kilpailijoita matkalla kohti valmista unelmien retkipakua. Lopuksi katsojat hyvästellään ja he jäävät odottamaan seuraavaa jaksoa.

Kilpailijoiksi haetaan avoimia ja luovia parivaljakoita, joilla on jo hieman kokemusta yhteisistä rakennusprojekteista. Valmiita retkipakuguruja tai some-vaikuttajia kisaajiksi ei kuitenkaan etsitä, vaan profiilina on “tavis”. Ideaalisti parivaljakon toiselta osapuolelta löytyy auton teknisen/rakennus puolen ymmärrystä ja toisella visiota ja luovuutta visuaalisiin valintoihin.

Vaikka retkipakun hankkiminen tai rakentaminen onkin edullisempaa kuin oman kodin hankkiminen, ei retkeilyauton hankinta ole kuitenkaan kaikille mahdollista. Ohjelma toteuttaakin tavallisten ihmisten unelmia aloittaa uusi elämä liikkuvassa kodissa. Kilpailijoiden toivotaan edustavan iältään ja taustoiltaan monipuolisesti erilaisia ihmisryhmiä. Kilpailijoilla on mitä luultavimmin myös erilaisia visioita retkeilyauton käyttötarkoitukseen ja sitä myötä jokaisesta pakuprojektista syntyy uniikki rakennusprojekti: yksi varustelee auton soveltuvaksi eritoten etätöihin, toiselle tärkeintä voi olla harrastusvälineiden kuljetustarpeet ja kolmas arvostaa mahdollisuutta loihtia maittavat ateriat milloin missäkin.

Retkipakuilla matkustaminen ja niiden rakentaminen trendaavat tällä hetkellä niin kansainvälisesti kuin kotimaassakin. Sosiaalisessa mediassa retkipakujen rakennusta dokumentoidaan ja jaetaan yleisölle. Myös nimekkäitä vaikuttajia on syntynyt retkipakuprojektien myötä ja myös ennaltaan tunnetut vaikuttajat ovat hurahtaneet retkipakun rakentamiseen. Retkipakun rakentaminen ja sillä matkustaminen tai siinä asuminen edustavat vapautta, seikkailua ja omannäköistä elämää. Koti ei tänä päivänä tarkoita enää neljää seinää ja kattoa pään päällä – siinä voi yhtä hyvin olla renkaat ja moottori, mitkä kuljettavat asukkinsa joka päivä uusiin maisemiin.

Kilpailun voittanut parivaljakko voittaa retkipakun itselleen (tai vaihtoehtoisesti käyttöön määritellyksi ajaksi). Tehtävien välissä kilpailijoilla on mahdollista ansaita myös jaksopalkintoja, jos onnistui edellisessä tehtävässä parhaiten. Esimerkki jaksopalkinnosta: Eristys + LVI-jakson voittaja voi saada seuraavan viikon ulkopinta-jaksoon mahdollisuuden uuteen maalipintaan retkipakuunsa tai uudet teippaukset pakun nimellä / brändillä.

Tehtävät, budjetti ja aikapaine ovat kilpailijoille tiukkoja, mutta aina mahdollisia toteuttaa. Edistymistä ja stressiä helpottamaan jokaisella parivaljakolla on käytössään kolme “vararengasta”:

1. “Kilauta kaverille”: Kilpailijat saavat kutsua yhden tehtävän ajaksi tuttavansa apuun rakennuspuuhiin.
2. “Kysy yleisöltä”: Kilpailijat saavat hakea apua sosiaalisesta mediasta ja etsiä jotakin pakun osaa tai tarviketta lahjoituksena seuraajiltaan.
3. Extra-tonni: Kilpailijat saavat käyttää yhteen tehtävään enemmän budjettia kuin muihin.

Formaatissa tv-ohjelma jalkautuu aidosti tv:n ja striimauspalvelun ulkopuolelle muutenkin kuin vain markkinointimateriaalina tai mainintana extra-sisällöstä striimauspalvelussa. Jokainen kilpailijakaksikko luo pakuprojektilleen profiilin sosiaaliseen mediaan (esim. Instagram tai Tiktok) ja dokumentoi projektin etenemistä omalla tyylillään kanavalle. Näin kameroiden poistuessa paikalta kilpailijoilla on mahdollisuus jakaa tekemisiään sometilille kuitenkin paljastamatta tehtävän lopputulosta. Lisäarvoa somekanavat tuovat myös ohjelman kumppanuuksille, jossa heidän tuotteensa voivat saada sovitusti lisänäkyvyyttä. Somekanavat sitovat myös katsojat ja seuraajat osaksi ohjelmaa “Kysy yleisöltä” -vararengaan myötä.

Televisio-ohjelmien tuotannossa kohdataan samoja taloudellisia haasteita kuin muissakin audiovisuaalisissa projekteissa. Erityisesti kaupallisilla kanavilla ohjelmaformaatteihin rakennetaan usein kumppanuuksia ja sponsorointeja, jotka voivat kattaa osan tuotantokustannuksista. Joissain tapauksissa koko formaatti voi perustua tietyn tuotteen tai brändin esille tuomiseen.

Koska Retkipaku Remppa Off keskittyy pakettiautojen muokkaamiseen kodinomaisiksi liikkuviksi kodeiksi, luonnollisia yhteistyökumppaneita ovat autoliikkeet, jotka myyvät pakettiautoja ja valmiita retkeilypakuja. Näiden lisäksi ohjelmaan on mahdollista tuoda mukaan myös muita kaupallisia yhteistöitä, jotka liittyvät rakentamiseen ja auton muokkaamiseen.

Retkipakun rakentaminen vaatii laajan valikoiman työkaluja ja materiaaleja. Osa tuotteista on erityisesti retkeilyautoihin suunniteltuja, kuten ikkunat, mutta suurin osa rakentamisesta tehdään perinteisillä rakennusmateriaaleilla – puulla, metallilla, eristemateriaaleilla ja levyillä. Ohjelma tarjoaa siis luontevan ympäristön yhteistyölle myös rautakauppojen ja rakennus- sekä sisustustarvikkeiden jälleenmyyjien kanssa.

Lisäksi autokorjaamot ja vuokratallit voisivat olla ohjelmalle kiinnostavia kumppaneita. Jos sarjan kuvausympäristönä toimisi vuokratallipalvelu, se toisi brändille näkyvyyttä ja loisi ohjelmaan autenttisen auton tuunaustunnelman.

Retkipaku Remppa Off:n juontajalta ja tuomaristolta haetaan lämminhenkkisyyttä pienellä pilkkeellä silmäkulmassa. Klitterihöttöä ja yliampuvaa show:ta vältellään ja kisailijat kohdataan tuttavallisesti. Kilpailijoita ja tuomaristoa auttaa matkailuautoilun asiantuntija. Ideaalisti asiantuntija edustaisi autoliike- tai caravan-kumppania. Halutessaan asiantuntijan roolia voisi rakentaa hahmomaiseksi muistuttamaan vaikkapa Huutokauppakeisarin Markkua, Puuha-Peteä tai perinteikästä perisuomalaista karavaanaria. Asiantuntijalla on tärkeä rooli myös auton teknisten ratkaisujen tarkastajana.

Autoja rakennetaan ja tuunataan “talliosakkeessa”, missä autot ovat vierekkäisissä talleissa remontoitavana. Haastetta kisaan toisi, jos parivaljakot myös asuisivat remontin ajan talliosakkeen parvella. Talliosakkeiden ovet voitaisiin teipata tiimien “brändin” tai pakuprojektin nimen mukaan, mikä toisi kuvaukseen visuaalisesti lisää kiinnostavuutta. Tuomarointiin autot voisi ajaa isompaan halliin tai studioon joka tehtävän päätteeksi. Black box -tyylinen tila ja autojen ajovalot voisivat tuoda tuomaroinnin alkuun dramaattisuutta ja paljastushetkeen jännittävää nostatusta. Viimeisen jakson testiretki ja katsastus suoritettaisiin “kentällä”. Viimeisen jakson tuomarointi eli studio-osuus voitaisiin tehdä osana esimerkiksi caravan-messutapahtumaa.

Konseptin plussa on, että retkipakut ja niihin liittyvät ilmiöt ovat nousseet suureksi trendiksi sosiaalisessa mediassa ja lyhytvideopalveluissa. Teema kerää laajasti yleisöä ja herättää kiinnostusta, mutta retkipakujen remointiin keskittyneitä ohjelmia ei ole

vielä juurikaan nähty perinteisessä televisiossa. Tässä piilee merkittävä mahdollisuus tuoda suosittu aihe myös tv-katsojien ulottuville uudella ja viihdyttävällä tavalla.

Lisäksi on formaatille eduksi, että se rakentuu kilpailuformaatin ympärille, mikä tekee siitä koukuttavan ja viihdyttävän. Kilpailuasetelma lisää jännitystä ja pitää katsojat mukana seuraamassa, miten eri tiimit onnistuvat haasteessa.

Vaikka kyseessä on kilpailu, ohjelman perusidea pohjautuu tuttuihin ja turvallisiin remonttiohjelmiin. Katsojat saavat inspiraatiota ja käytännön vinkkejä omien retkipakuprojektiansa toteuttamiseen. Keskiössä on ”unelmista totta” -tarina, jossa osallistujat pääsevät muokkaamaan ja rakentamaan itselleen täydellistä matkailuajoneuvoa, joka mahdollistaa vapaan ja seikkailullisen elämäntyylin.

Konseptissa on sisäänrakennettuna merkittävä monikanavainen potentiaali. Ohjelman sisältöä voidaan laajentaa sosiaalisen median kanaviin, YouTubeen sekä muihin digitaalisiin alustoihin, joissa retkipakuihin liittyvä sisältö jo valmiiksi kiinnostaa suurta yleisöä. Lisäksi ohjelma tarjoaa loistavan mahdollisuuden kaupallisille kumppanuuksille – niin autokaupoille, remonttitarvikkeiden myyjille kuin matkailualan toimijoillekin.

Formaatti ei rajoitu vain kotimaan markkinoille, vaan sillä on myös kansainvälistä potentiaalia. Retkipakuilmiö on globaali ilmiö ja vastaavan konseptin voisi viedä myös muihin maihin, joissa ihmiset haaveilevat vapaudesta, seikkailuista ja omannäköisestä elämästä retkipakussa toteutettuna.

Kilpailuformaatti ja retkipakujen rakentaminen vaativat huolellisesti suunnitellun kuvausaikataulun, jotta tehtävien suorittaminen, some-sisältö ja jaksojen julkaisu tukevat toisiaan. Yksi keskeinen ratkaistava kysymys on, miten aikatauluttaa tehtävien suorittaminen niin, että osallistujat ehtivät toteuttaa pakunsa remontin realistisessa aikaraamissa. Jaksojen julkaisu ja sosiaalisen median hyödyntäminen tulisi synkronoida niin, että yleisö voi seurata prosessia reaaliaikaisesti ja osallistua ohjelmaan tekoon esimerkiksi tarjoamalla apua ”Kysy yleisöltä” -oljenkorren kautta.

Sosiaalisen median integrointi voi tapahtua monella eri tavalla. Osallistujat voivat esimerkiksi julkaista lyhyitä tilannepäivityksiä ja avunpyyntöjä some-kanavissa, jolloin yleisö voi osallistua ideoilla, neuvoilla tai jopa käytännön tuella. Tämä lisää katsojien sitoutumista ja tekee ohjelmasta entistä interaktiivisemmän. Some-materiaalin ja tv-jaksojen tuotannon on kuitenkin kuljettava käsi kädessä, jotta paljastukset eivät tule liian aikaisin ja ohjelman jännitys säilyy. Tämä edellyttää selkeää viestintää tuotantotiimin ja osallistujien välillä sekä tarkasti suunniteltua julkaisustrategiaa.

Osallistujien aikaresurssit on tärkeä huomioida, jotta jokaisella parivaljakolla on tasapuoliset mahdollisuudet rakentaa pakunsa. Kilpailun reiluuden takaamiseksi voidaan asettaa tarkat työajat ja valvoa, että kaikki tiimit käyttävät saman verran aikaa remonttiin.

On myös varmistettava, ettei kilpailu käy osallistujille liian kuormittavaksi, sillä retkipakun rakentaminen on fyysisesti ja henkisesti vaativa prosessi tv-ohjelmaan osallistumisesta puhumattakaan. Ohjelman tuotantoryhmä voi tukea osallistujia tarjoamalla asiantuntija-apua tai resursseja, jotka helpottavat työskentelyä. Lisäksi ohjelman formaatti voidaan suunnitella niin, että osallistujat voivat joustavasti sovittaa kilpailun yhteen muun elämänsä kanssa.

4. PROSESSIN KUVAUS JA PÄÄTELMÄT

Tuloslukujemme jaottelu noudattelee teorialuvussa esitettyjen käsikirjoittamisen, formaatin kehittämisen ja muotoiluajattelun prosessien yhdistelmää ja toimintatutkimusmallimme vaiheita. Kuvaamme prosessiamme ja kirjoitamme tulokset ja päätelmät auki ideointi-, ennakkotutkimus- muotoilu-, pilotointi- ja analyysivaiheiden kautta.

4.1. Ideointi

Rehellisesti Retkipaku Remppa Off -konsepti syntyi yhtenä aamuna 15 minuutin kahvipöytäkeskustelussa. Sitä ennen olimme kuitenkin työstäneet eri konsepteja jo pidemmän aikaa. Olimme benchmarkanneet MTV3 ja Nelosen kaikki kevään uudet ohjelmajulkaisut, perehtyneet Sitran Megatrendit-raporttiin ja aloittaneet ja työstäneet aivan eri aiheeseen liittyviä erilaisia ohjelmakonsepteja jo monta kierrosta. Mikään näistä ideoista tai jo pidemmälle työstetyistä aihioista ei kuitenkaan sytyttänyt meitä erityisesti. Konseptin edistäminen tökki ja sitä teki vain sillä ajatuksella, että kyse on gradun loppuun saattamisesta, mihin konsepti kuului taiteellisena osuutena.

Kun idea retkipakujen remonttiohjelmasta tuli mieleen, konseptin työstö ja prosessin luonne muuttui täysin. Innostuksen laadusta ehkä parhaiten kertoo se, että kahvipöytäkeskustelussa konsepti kehittyi ensi istumalta ideasta yllättävän pitkälle. Ideoimme pakun eri rakennusvaiheita, oljenkorsia sekä kilpailun palkinnon samalta istumalta. Lisäksi aloimme heti keskustelemaan autosponsorin motiivista osallistua ohjelman rahoitukseen.

Aaltosen mukaan av-teoksen aihe on rajattu osa todellisuutta, mistä teos kertoo. Aihe perustuu kirjoittajan havaintoon ja löydökseen asiasta, mistä voisi tehdä av-teoksen. Kun aiheeseen yhdistetään jo aiemmin hyvän käsikirjoittajan piirteeksi luettava näkökulma ja ajatus siitä, miten aihetta käsitellään, syntyy idea. Ideat ovat Aaltosen mukaan asioiden yhdistelmiä, näkökulman muutoksia, asioiden kääntämistä toisinpäin, assosiaatioita ja uutta ajattelua. Ideat ovat myös ratkaisuja ongelmaan, mikä aiemmin määritteli, miksi av-teos ylipäätään tehdään. (Aaltonen 2018, 34-35.) Meillä tämä toteutui siinä mielessä, että ideamme perustuu havaintoomme

retkipakuremppaohjelman puuttumisesta tv-kentältä. Oma näkökulmamme ilmenee siten, että yhdistimme ideassa retkipakuaiheeseen kilpailuformaatin ja remonttiohjelmista tutun muodonmuutosprosessin.

Morneyn luovan prosessin mukaan ideoita voi syntyä myös prosessin passiivisessa vaiheessa. Yhdeksi passiiviseksi toiminnoksi Morney nimeää idean saamisen odottamattomalla hetkellä. (Morney 2024, 60.) Meidän kahvipöytäkeskustelumme kuvaa erinomaisesti tällaista hetkeä idean synnylle. Myös Aaltosen mukaan idea voi tulla mieleen milloin vain ja parhaana ideointilähteenä Aaltonen pitää käsikirjoittajan omaa elämää (Aaltonen 2018, 35).

Myös ideointimenetelmiä Aaltonen esittelee useita. Hän kertoo, että ideoita voi myös tehdä (Aaltonen 2018, 34). Edward de Bonon teoriassa “lateraalista ajattelusta” halutaan vapauttaa oma mieli tavallisesta eli “vertikaalista ajattelusta” ja ideoita ja ratkaisuja haetaan ja esteitä kierretään Bonon ajattelutekniikkaa hyödyntäen. Bonon lateraalisen ajattelun mieltä vapauttavia kehotuksia ovat esimerkiksi: “ajattele leikkimielisesti”, “käytä vastakohtia” ja “korvaa ilmaisu ei ilmaisulla pitää olla”. (Aaltonen 2018, 37.) Näin systemaattista mieltä vapauttavaa ideointia, emme omassa vapaassa ideoinnissa harjoittaneet. Ideointiprosessiamme kuvastaakin ehkä paremmin Morneyn formaatin kehittämisprosessista tunnistama kaaos-vaihe (Morney 2024, 60).

Morneyn kuvailema kaaos tarkoittaa epävarmuutta ja epätasapainoa luovassa prosessissa (Morney 2024, 61). Myös luovuusteoriassa kaaosta voidaan verrata epätasapainoon (Morney 2024, 62) sekä epävarmuuden sietokykyyn ja jännitteiden purkamiseen (Morney 2024, 62). Ideointiprosessimme oli täynnä epävarmuutta siinä mielessä, että ideoita syntyi paljon ja useampi suunta tuntui mielenkiintoiselta valinnalta. Hankaluuksia tuotti ideoiden yhdistäminen ja oikean polun löytäminen kaiken innostuksen hälyn keskeltä.

Aaltosen mukaan myös ajatusten piirtäminen tai kirjoittaminen on hyvä tapa aloittaa ideointi. Ideoita voi syntyä vain vapaasti piirustelemalla tai sitten ajatuksia voi piirtää esimerkiksi Mandala-ympyrään tai ideakarttaan. (Aaltonen 2018, 38.) Monilla käsikirjoituskursseilla käytetään myös aivoriieheä ideointiin (Aaltonen 2018, 41). Aivoriiehi tai ideariiehi eli brainstorming on yksi tunnetuimmista ja yleisimmistä

ideointitavoista ja se on suosittu ideointimenetelmä myös muotoiluajattelussa. Ideointia tehdään ryhmässä, jolloin ideat ovat yhteisessä käytössä. (Muotoilupakki.) Ryhmässä ideoidaan runsaasti vapaassa ilmapiirissä (Aaltonen 2018, 41). Kaikki ideat ovat tervetulleita, eikä tässä ideointitavassa arvoteta ideoita paremmuusjärjestykseen tai karsita “huonoja” tai mahdottomia ideoita pois (Muotoilupakki). Aivoriihen sääntöihin kuuluu olla röyhkeä ja antaa ajatusten lipua ulos sen kummemmin niitä sensuroimatta. Tavoitteena aivoriihessä on saada aikaan mahdollisimman paljon ideoita. Kilpailu aivoriihi ei kuitenkaan ole vaan ryhmä tekee töitä yhdessä. (Aaltonen 2018, 41.) Muotoilupankin mukaan ideariihessä ideoidaan esimerkiksi post-it-lappujen avulla suuri määrä ideoita lyhyessä ajassa. Kaikki ideat kirjataan ylös lappuihin. Ideoita voidaan myös yhdistellä ja jatkojalostaa. (Muotoilupakki.)

Keittiöpöytäkeskusteluamme voi varmaankin jossain määrin kutsua aivoriiheksi. Ideoita heiteltiin puolin ja toisin. Välillä niin innokkaasti, että toinen ei kerennyt viimeistellä sanomaansa toisen jo keksiessä uuden jatkoajatuksen. Muistiinpanoja kirjoitettiin puhelimen muistiinpano-sovellukseen, jotta jokainen idea muistuisi mieleen vielä uusien ideoiden jälkeenkin. Myös Strömsö-tv-sarjan idean siemen syntyi pitkässä aamiaiskokouksessa ideriihen seuraksena (Morney 2024, 33). Kevyesti viivoja yhteen vetäen, voimme kenties tulkita, että formaattia ideoidessa kahvittelun ja ideoinnin yhdistäminen toimii!

Ideoiden heittäilyä tehdään usein ystävien tai muiden “uskottujen” kanssa ja niihin liittyy usein positiiviset ihmissuhteet (Morney 2024, 61). Sisältöä kehittäessä on myös tyyppillistä jakaa ideoita epävirallisemmissa ympyröissä luotettavien henkilöiden kanssa kuten ystävän tai puolison kanssa (Morney 2024, 61). Meidän kohdallamme tämä pitää hyvin paikkaansa, sillä olemme opiskelutoveruuden lisäksi elämäkumppaneita. Jaamme luonnollisesti ideoita keskenämme, niin virallisissa kuin epävirallisissa tilanteissa.

Päätelmät:

Formaattia kannattaa työstää aiheesta, joka on tekijälleen tärkeä ja innostava. Näin projekti lähtee liikkeelle aidosta kiinnostuksesta ja myös projektin hankalammissa vaiheissa on helpompi jatkaa eteenpäin. Tekijän henkilökohtainen mielenkiinto antaa

myös mahdollisesti uniikin lähestymistavan kehitysprosessiin, mikä helpottaa idean hiomista tekijän omasta näkökulmasta tulevaksi. Formaatin kehittäjän tulee myös olla valmis siihen, että idea saattaa putkahtaa mieleen paikassa tai hetkessä, missä ei ollut valmistautunut tai ajatellut työstävän formaattia eteenpäin.

Kahdestaan ideointi on helpompaa kuin yksin. Ideoita syntyy samassa ajassa enemmän ja toinen pystyy jatkokehittämään ideaa pidemmälle kuin itse olisi osannut tai keksinyt. Ideoissa toisen kanssa saa myös välitöntä palautetta omille ajatuksille ja ideoille. Osa ideoista siirtyy nopeasti jatkokehitykseen, jos molemmat saavat siitä kipinää. Osa ideoista saattaa vaatia toiselta osapuolelta selventämistä ja perusteluja, jotta idea pääsee jatkoon. Näin oppii myös sanoittamaan ajatuksiaan paremmin, niin että myös toinen saa ideasta kiinni. Osa ideoista puolestaan ei saa tuulta alleen, jos toinen pystyy heti kättelyssä paljastamaan idean heikkoudet tai riskit.

4.2. Ennakkotutkimus

Idean syntymisen jälkeen työstö konseptia kohti alkoi vauhdikkaasti. Ensimmäisenä lähdettiin liikkeelle tutuista retkipakusisällöistä sekä benchmarkattiin jo olemassa olevia aiheeseen liittyviä ohjelmia kotimaassa ja kansainvälisesti sekä sosiaalisen median puolella. Seurasimme ja kulutimme jo aiemmin paljon retkipakuiluun liittyviä sisältöjä, joten niiden löytäminen tai niihin tutustuminen ei aiheuttanut extraponnisteluja. Inspiraatiota saatiin erityisesti some-tileistä, mitä löytyi runsaasti ammattilaisista pakun rakentajista henkilökohtaisiin projektitileihin. Opittiin ja opiskeltiin, miten ja missä järjestyksessä pakuja lähdetään remppaamaan. Lisäksi haettiin visuaalista inspiraatiota sekä lähdettiin pohtimaan kilpailijaprofiileja jo olemassa olevien ihmisten pakurakennustarinoista.

Tv-alalle on tyypillistä, että av-kenttää benchmarkataan. Sitä voidaan tehdä saadakseen inspiraatiota, ideoita tai tyyliä (Morney 2024, 21). Aaltosen mukaan ennen itse kirjoittamisen aloittamista käsikirjoittaja tekee ennakkotutkimusta teoksen aiheesta, ideoi sekä kerää aineistoa käsikirjoitukseen. Ennakkomateriaali voi olla tekstiä ja kuvaa tai vaikka tutkimuksia ja haastatteluja. Hän voi saada tilaajalta briiffin. Lisäksi on tavallista, että ohjelmalle etsitään verrokkeja eli benchmarkataan, miten asia on aiemmin tehty. Benchmarkkaukseen voi kuulua myös trendien etsimistä.

Ennakkotutkimuksen avulla varmistetaan ohjelman perusidea ja muoto. (Aaltonen 2018, 24-25.) Meidän taustatutkimuksen aineistomme koostui screenshoteista, jaetuista somevideoista, blogeista ja artikkeleista aiheesta sekä aiemmista av-tuotannoista, jotka sisälsivät rakentamista, kilpailua tai retkipakuilua. Benchmarkkauksemme noudatteli saman tyyppistä mallia kuin Strömsö-tv-sarjassa. Strömsö -tv-sarjaa benchmarkattiin ja vertailtiin muihin ajan televisio-ohjelmiin ja aikakausilehtiin (Morney 2024, 61).

Design thinking -prosessissa ennakkotutkimuksessa korostuu käyttäjien tarpeiden tutkiminen. Empatia on tärkeä osa tätä suunnitteluvaihetta, sillä sen avulla suunnittelijat pyrkivät saamaan käsityksen käyttäjistä ja heidän tarpeistaan. (Interaction Design Foundation.) Tv-formaatin kehityksessä käyttäjien tarpeiden määrittely voi mielestämme soveltaa helposti katsojien tarpeiden määrittelyyn. Kuka siis haluaisi katsoa ohjelmaamme ja miksi? Mitä katsoja ohjelmasta saisi? Koemme, että formaatin katsojaprofiilimme vastaa pitkälti formaattimme kilpailijaprofiilia. Ohjelman potentiaalinen katsoja haaveilee kenties omasta retkeilyautosta. Hän arvostaa vapauden tunnetta sekä haaveilee seikkailusta. Emme halunneet määrittää ohjelman yleisöä demografisten määreiden avulla, sillä koemme, että ohjelman katsojakunta tulee olemaan ikäprofiililtaan, tuloluokaltaan ja taustoiltaan yllättävän sekalainen ryhmä. Heitä kuitenkin yhdistää kiinnostus remonttiohjelmiin, he arvostavat esteettisyyttä ja heitä sykähdyttää kilpailuformaatti ja kilpailijoiden haaveisiin samaistuminen.

Päätelmä:

Ennakkotutkimus antaa perspektiiviä alkuperäiselle idealle. On esimerkiksi hyvin tärkeää tutkia, onko jotakin samankaltaista jo tehty aiemmin. Ennakkotutkimukseen liittyy myös kilpailijoiden tutkimista ja kartoittamista. Vaikka ohjelman idea olisikin uusi, on sille mahdollista löytää tv-tarjonnasta kilpailijat. Tämä auttaa myös kohderyhmän määrittelyssä sekä ohjelman uniikkien kulmien löytämisessä. Sopiiko ohjelma jo olemassa olevalle yleisölle? Toisaalta onko idea sellainen, mitä ei ole vielä kertaakaan tehty ja sille voisi olla juuri siksi kysyntää?

Pähkinänkuoreen ahdettuna ennakkotutkimus ja taustatyö auttavat hahmottamaan kilpailijat ja määrittämään kohderyhmän eli kartoittamaan, miten ohjelma vertautuu

muihin. Varmistutaan, että idealle on tilausta ja tekijä osaa perustella kuka ohjelmaa katsoisi.

4.3. Muotoilu

Alkukartoituksen jälkeen aloimme hahmottelemaan karkeita ohjelma- ja jaksorakenteita. Rakenteissa eniten työtä ja pohdintaa aiheutti koko rakennusprosessin mahduttaminen rajalliseen määrään jaksoja. Haastavaa oli myös saada jokaiseen jaksoon jotakin visuaalisesti kiinnostavaa, koska varsinkin pakuprojektin alkuvaihe vie paljon aikaa ja koostuu todellisuudessa suurelta osin purkamisesta ja pohjatöiden tekemisestä, mihin muut materiaalit ja tekniikka myöhemmin kiinnittyy.

Pian työstöön nousi myös ohjelman henkilöhahmot: kilpailijat, juontaja, tuomarit sekä asiantuntijataho. Halusimme, että kilpailijat olisivat niin sanotusti taviksia ja näimme tärkeänä, että kilpailijat edustaisivat mahdollisimman erilaisia taustoja. Yhteen heidät toisi ohjelman ydin: unelma omasta retkipakusta. Juontajia ja tuomareita pyörittelimme ensin yhtenä ja samana porukkana, mutta myöhemmin eriytimme ne eri tahoiksi. Kaikkiin rooleihin halusimme kuitenkin lämminhenkisiä ja aitoja henkilöitä, joilla oli jokin suhden retkiautoiluun, ilman suureellisia show-elementtejä.

Kolme oljenkortta muuttui työstössä kolmeksi vararenkaaksi ohjelman teemaan sopien. Muuten ne pysyivät varmaankin eniten samankaltaisina alusta loppuun eli mitä kahvipöytäkeskustelussa olimme heti alkuvaiheessa ideoineet Haluatko miljonääriksi -ohjelmasta inspiroituneena. Kumppanuusideoita laajensimme ja tärkeään osaan ohjelman toteutuksessa nousivat sekä autokumppanuus että autotallikumppanuus.

Kuvauslokaatio oli meillä alkuvaiheessa korjaamo / autotallityyppinen yhteinen rakennustila, missä kisaajat työstäisivät projektejaan yhteisessä suuressa tilassa. Loppuvaiheessa kuitenkin päädyimme kahteen eri tyyppiseen tilaan: tallirakennukseen sekä studiotilaan. Näin myös jakson kaareen saisi luotua jännitystä ja matkan tuntua, kun autoja siirrettäisiin lokaatiosta toiseen.

Tuotoksen sisältö tarvitsee rajauksen, koska teos ei voi kertoa kaikkea, mitä valitusta aiheesta tiedetään. Keskeistä teoksen sisältöä kutsutaan teoksen sanomaksi – mitä

teoksella halutaan sanoa. Syvempää sisältöä puolestaan kutsutaan teoksen teemaksi. Teema kulkee läpi elokuvan ja on elokuvan kokoava tekijä. (Aaltonen 2018, 44.) Teoksemme sanomaksi muotoutui varmasti moneenkin remonttiohjelmaan sopiva sanoma ”Tee unelmistasi totta!”. Teoksemme teema puolestaan meillä oli selvillä jo idea vaiheessa: pakuaihion muuttaminen asuttavaksi ja viihtyisäksi kodiksi.

Teoksen sisältöä ja teemaa Aaltonen kehottaa rajaamaan määrittelemällä teokselle päälauseen. Päälauseeseen tiivistetään teoksen keskeinen sisältö. Päälausetta voidaan kutsua myös teatterista tutuksi premissiksi eli pääväittäväksi. Hyvä pääväittävä esittelee teoksen perusristiriidan yksinkertaisesti: ”Jos tapahtuu jotakin, johtaa se johonkin”. (Aaltonen 2018, 44-46.) Tv-formaatin kohdalla koimme premissin laatimisen haasteelliseksi, mutta päätimme muotoilla sen vastaamaan kilpailijoiden motiivia osallistua kisaa: ”Jos voitan kilpailun, toteutan unelmani.”

Kun ideaa esitellään, kirjoitetaan se yleensä synopsisiksi. Synopsis on tiivistelmä teoksen sisällöstä, missä määritellään teoksen sisältö ja muoto. Fiktiivisessä elokuvassa synopsis esittelee teoksen tarinan eli tapahtumasarjan. Dokumenttielokuvassa synopsis voi sisältää myös teoksen taustoitusta. (Aaltonen 2018, 49.) Tilausohjelman synopsis voi sisältää myös muita tietoja. Esimerkiksi pituus, formaatti, ohjelman tavoitteet ja kohderyhmä saatetaan mainita synopsisissa. (Aaltonen 2018, 52.) Omassa kehitysprosessissamme, emme laatineet erillistä synopsisia. Ohjelman tekniset seikat meillä syntyivät vasta prosessin viime metreillä ja ohjelman muita tietoja kuten Aaltosen mainitsemat tavoitteet ja kohderyhmän lisäsimme sivu sivulta osaksi pitch deck -esitystämme ja osa tiedoista päättyi one pager -tiivistelmäämme.

Aaltonen käsittelee dramaturgiaa sen laajassa merkityksessä tarkoittaen, sillä oppia teoksen rakenteesta. Dramaturgia tarkoittaa hänelle etenevää kerrontaa ja asioiden esittämistä sellaisessa järjestyksessä, että katsoja imeytyy mukaan haluten tietää, mitä seuraavaksi tapahtuu. (Aaltonen 2018, 57-58.) Aaltosen mukaan, joka viittaa Martin Esslinin teoriaa, teoksen alun tulisi herättää katsojassa kysymyksen tarinan lopputuloksesta. Näin ohjelman alun ja lopun välille syntyy jännite, jota voidaan kutsua myös draaman kaaren pääkaareksi. Pääkaari muodostuu apukaarista, jotka voivat syntyä esimerkiksi kohtauksista. Myös apukaaret muodostuvat vielä pienemmistä pienoiskaarista esimerkiksi dialogin ja vuoropuhelun yksiköistä. (Aaltonen 2018,

58-59.) Meidän formaattimme etenee perinteisen remonttikilpailuohjelma kaaren mukaisesti. Aaltosen kirjan näkemys dramaturgiasta auttoi meitä suhteuttamaan jännitteen luomisen kilpailuformaattiin. Katsoja pohtii jakson alussa, miten kilpailijat onnistuvat annetusta haasteesta. Apukaaria jaksossa ovat edellisessä tehtävässä voitettu lisäresurssi, kolme vararengasta, somesisällöt ja asiantuntijan ja tuomarien vierailut auton työstön edetessä.

Rakennetta voi hahmotella visuaalisesti esimerkiksi lappumenetelmällä, missä teoksen tapahtumat kirjoitetaan lapuille ja liimataan joko oikealle tai virtuaaliselle seinälle. Rakennetta voi kirjoittaa auki myös kohtausluettelona tai treatmentinä. Kohtausluettelo auttaa järjestämään tapahtumat elokuvan aikajanelle. Treatment tarkoittaa laajaa tiivistelmää tarinasta sisältäen kaikki juonenkäänneet. Treatment onkin usein synopsiksen ja lopullista käsikirjoituksen välimuoto ilman dialogia ja selostustekstiä. (Aaltonen 2018, 122-130.) Käytimme niin jakson kuin kauden rakenteen hahmottelussa luettelointia, jotta näkisimme kerralla koko jakson ja kauden kaaren. Molempien kohdalla meillä olisi ollut enemmän materiaalia mitä mahdollistaa yhteen jaksoon tai yhteen kauteen, joten jouduimme toden teolla versioimaan ja rakentamaan rakennetta uudelleen ja uudelleen kunnes muoto miellytti molempia ja vaikutti toteutuskelpoiselta.

Morneyn prosessin kuvauksen mukaan ideaa muotoillaan sisällön suunnitteluvaiheessa, mutta myös toteutusvaiheessa. Hän kuvaakin tv-formaatin luomisen luovaa prosessia epälineaariseksi. (Morney 2024, 74.) Prosessin epälineaarisuuden voimme allekirjoittaa myös omassa työssämme, sillä eteneminen vaihe vaiheelta ei toteutunut prosessissamme puhtaasti. Osan formaatin osioiden kanssa saatoimme välillä palata ideointipöydälle, osaa pystyimme kehittämään pitkälle yllättäväinkin systemaattisesti ilman takaiskuja. Kokonaisuudessaan prosessimme otti askeleita eteen ja taakse.

Muotoiluajattelussa sisällön muotoilua kutsutaan prototypoinniksi. Vaihetta kuvaillaan kokeelliseksi, missä alussa määriteltyyn ongelmaan yritetään löytää ratkaisu. (Interaction Design Foundation.) Ideoiden toimivuutta tutkitaan tuottamalla ratkaisusta kevyt ja edullinen kokeiluversio. Yksinkertaisimmillaan puhutaan paperiprototyypistä. (Interaction Design Foundation.) Tv-maailmassa tätä tuotteeksi asti vietyä vaihetta voitaisiin verrata tv-pilotin luomiseksi. Tässä luovassa prosessissa prototypointi tarkoittaa kuitenkin vain ohjelman rakenteiden hahmottamista paperille luettavaan

muotoon sekä ohjelmakonseptin avaamista pitch deck formaatissa. Prototypointiin ja pilotointiin uppoudutaan syvemmin seuraavassa luvussa.

Päätelmä:

Mitä enemmän asioita saa paperille, sitä helpommin kokonaisuus alkaa hahmottua ja sitä helpompi konseptin heikkoja kohtia on kehittää. Ei haittaa, vaikka ensimmäinen versio hapuilisi tai tuntuisi, että asioiden järjestys ei olisi johdonmukainen. Ensimmäisen version jälkeen kaikkea on mahdollista editoida ja muokata jouhevammaksi.

Jo aikaisessa vaiheessa on uskallettava tehdä valintoja, että pystyy arvioimaan formaattia kokonaisuutena ja nähdä ideoiden ja osioiden seasta, millaista ohjelmaa tässä ollaan tekemässä. Jos valinta vaikuttaa huonolta ratkaisulta, on aina mahdollista myös palata taaksepäin ja tehdä uusi valinta. Valintoja on kuitenkin tehtävä, koska ilman kokonaisuuden hahmottamista, ei voi olla varma eteneekö projekti oikeaan suuntaan.

4.4. Pilotointi

Pilotointivaiheessa esitystä hiottiin: sivut vaihtoivat järjestystä, kuvia lisättiin ja visuaalisiin asioihin kiinnitettiin enemmän huomiota sekä tekijäesittely sekä tuotannollisesti pohdituttaneet haasteet nostettiin esille. Halusimme esityksestä kokonaisuuden, mikä viestisi formaattia mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ulos.

Työstövaiheista tässä kohtaa meillä oli eniten erimielisyyksiä yksityiskohtiin liittyen. Toinen meistä piti konseptin monikanavaisuutta isona erottuvuustekijänä, mikä voisi olla valtti tilaajan näkökulmasta. Toinen puolestaan piti monikanavaisuuden korostamista tuotannollisesti niin haasteellisenä, että sitä ei kannattaisi korostaa liikaa. Kompromissina pidimme monikanavaisuuden plussissa, mutta lisäsimme sivun tuotannollisesti ratkaistavista asioista, jotta esittelyn lukija ymmärtäisi meidän pohtineen myös formaatin toteutettavuutta.

Tässä vaiheessa editointikierroksia tuli eniten ja tuntui, että joka kerta, kun formaatti tuntui olevan paketissa, nousi esiin vielä jokin kulma, mitä halusimme tähdentää tai avata lisää. Palattiin myös monessa kohtaa alkuun ja mietittiin myös jo mielestämme lukkoon lyötyjä asioita uusiksi.

Aaltosen tärkein neuvo kirjoitustyöhön on kirjoittaa. Jos kirjoittaminen tökkii, Aaltonen neuvoo palamaan treatmentiin, jotta punainen lanka löytyy uudelleen. Kirjoittaessa voi myös pyrkiä kirjoittamaan aina seuraavaa käännettä kohti. Ensimmäisiä versioita kirjoittaessa ei myöskään kannata liikaa keskittyä tekstin laatuun, koska sitä ehtii editoida monta kertaa myöhemminkin. Tärkeää alussa on saada ensimmäinen versio päästä paperille. Kirjoittamisen tökkiessä voi myös auttaa, että kirjoittamiseen luo rutiinin ja esimerkiksi ennakkoon päättää paljonko sivuja päivän aikana aikoo kirjoittaa. (Aaltonen 2018, 132.) Ensimmäisen version valmistuttua tekstiin aletaan suhtautua kriittisemmin: rönsyt karsitaan ja tekstiä tarkennetaan. Yleensä teksti kirjoitetaan useita kertoja uudelleen. (Aaltonen 2018, 155.) Formaatin kehitykseen saakin suhtautua työstönä, eikä editointikierrosten määrää kannata säikähtää. Tässä kohtaa prosessia “trust the process” -mantralla pääsi eteenpäin ja vaikka työ eteni toivottua hitaammin oli kokonaisuus editointikierros kierrokselta lähempänä haluttua lopputulosta.

Myös muotoiluajattelun mukaan toisto ja editointikierrokset on muotoilu prosessille tyypillistä ja ajattelun mukaan oppimista tapahtuu sitä mukaa, mitä asioita tehdään. Prototypointi ja kokeilut on tapa arvioida ideoita sekä tunnistaa tarvittavat muutokset. Tätä kautta kokonaisuus saadaan toimivammaksi. Prototypoinnissa eli testauksessa muutokset saattavat olla myös radikaaleja ja ne voivat palauttaa testiversion jopa uudelleen suunnittelupöydälle. Testaus ja prototypointi auttaa muotoilijoita kehittämään innovaatiota ja valmistamaan sitä tosielämän kokeiluihin. (Liedtka 2018.) Meillä toistoa syntyi ja editointitahti kiihtyi loppua kohden.

Strömsö -tv-ohjelman kehityksestä kertovassa artikkelissa Morney ja hänen tutkijakollegansa kuvailevat konkretisointivaihetta kirjoittamisen lisäksi käytännön asioiden selvittämiseksi. Vaiheessa aletaan esimerkiksi etsiä tuotannon kannalta tärkeitä avainhenkilöitä, kuvauslokaatioita tai muita konkreettisia asioita kuvauksiin liittyen. Tässä vaiheessa varmistutaan siitä, että konsepti olisi mahdollista toteuttaa myös

käytännössä. Strömsön kohdalla tämä tarkoitti esimerkiksi sitä, että formaatin kehittäjille varmistui, mikä talo toimisi ohjelman studiona. Tämän jälkeen he saivat tietoa, mitkä ideat formaatissa toimisivat kyseisessä lokaatiossa ja mitä asioita täytyi kenties vielä muuttaa. Esimerkiksi talon pohjapiirros aiheutti jonkin verran rajoituksia, mutta toisaalta avasi myös mahdollisuuksia. Konkretisointivaiheessa ohjelma sai tilaajalta virallisen hyväksynnän ja budjetti varmistui. (Shepard, Morney & Sumners 2019, 55, 59.)

Meidän kohdallamme konkretisointivaihe ei tapahtunut Strömsö:n prosessin mukaisesti, sillä meidän formaattimme ei etene tuotantoon. Konkretisointi kuitenkin tarkoitti meille konkreettisten tuotannollisten kysymysten pyörittelyä luovien ratkaisujen rinnalla. Eli pohdimme, miten ohjelma olisi mahdollista toteuttaa kisaajien normaalin elämän aikatauluja kunnioittaen sekä miten jaksujen julkaisu voisi toimia yhdessä somesisältöjen tuottamisen kanssa.

Pilotointi-vaiheessa Morneyn formaatin kehitysprosessin mukaan ideaa kokeillaan. Pilotin tekeminen tarkoittaa yleensä jonkin ohjelman osan kuvaamista tai kokonaisen jakson tekemistä kuitenkin niin ettei niitä ole vielä tarkoitus julkaista. Strömsö-tuotantokeississä pilotointi tarkoitti esimerkiksi juontajien ja asiantuntijoiden koe-esiintymisiä, meikki- ja puvustustestejä, kamerakulmien ja valaistuksen kokeiluja. (Shepard, Morney & Sumners 2019, 56.) Meille pilotointi tarkoitti formaatin muokkaamista pitch deck muotoon, jotta pääsisimme esittelemään konseptiamme konkreettisessa paketoidussa muodossa. Pyrimme tekemään pitch deckistä mahdollisimman kattavan ja raamittamaan ohjelmaa mahdollisimman paljon kuitenkin rajoittamatta vielä ideoita budjetillisilla tai tuotannollisilla seikoilla.

Päätelmä:

Vaikka formaatin työstö alkaisi puuduttaa ja formaattia haluaisi paketoida lopulliseen muotoon, kannattaa työstöä jatkaa. Kun editointikierroksen aloittaa, huomaa, että jokaisella kierroksella löytyy vielä lisättävää tai hiottavaa. Valintoja on kuitenkin tehtävä ja välillä tyydyttävä myös kompromisseihin, ettei työ jää loputtomaan muokkauslooppiin.

Formaatin konkretisointi auttaa tekijää hahmottamaan formaatin realiteetteja ja pohtimaan sen tuotantoon saattamista käytännössä. Konkretisoinnissa on etua, jos formaatin tuotannollisia reunaehtoja on jo tiedossa. Jos näin ei kuitenkaan vielä ole, voi konkretisointia silti tehdä ajatusleikin myötä. Ajatusleikissä auttaa, että tekijällä on kokemusta tv-ohjelmien tuotannosta, jotta tekijä pystyy peilaamaan kehittämäänsä formaattia tuotannon mahdollisten aikataulu- ja budjettiraamien läpi ja analysoimaan, mitkä asiat ovat realismin rajoissa.

Formaattia kehittäessä edestakainen liike on normaalia ja taka-iskuista ei kannata lamaantua. Tekijän tulee uskoa omaan työhönsä ja edetä askel askeleelta kohti loppusuoraa.

4.5. Analyysi

Projektia vei eteenpäin hentoinen unelma siitä, että joskus formaatista tulisi jossain muodossa todellisuutta television viihdeohjelmana. Unelma oli kuitenkin koko projektin ajan sivutuotteena, kun suurin motivaattori oli oppia projektista ja saada tutkinto valmiiksi. Ajatus julkaistusta tv-formaatista nosti aina hetkittäin päätään, varsinkin silloin, kun pääsimme kontaktien ja sattuman avulla esittelemään formaattia tuotantoyhtiölle.

Palaute ammattilaisen suusta oli kannustavaa ja konseptin esitystä kehitettiin selkeäksi ja jopa pitkälle viedyksi. Ensimmäisen tapaamisen jälkeen saimme mahdollisuuden muotoilla pitch deckistä one pagerin, jonka tuotantoyhtiö lähettäisi ohjelmaideahaussa kanavalle. Olimme mahdollisuudesta otettuja ja toimitimme one pagerin tuotantoyhtiölle.

Saimme palautetta formaatista myös graduseminaareissa. Opponoiijat pitivät ideasta ja useampi kanssaopiskelija kertoi, että olisi kiinnostunut katsomaan ohjelmaa, jos se joskus julkaistaisiin. Saimme siis tukea sille, että kilpailumuotoinen pakurempaohjelma kiinnosti!

Valmista käsikirjoitusta voi Aaltosen mukaan arvioida kolmesta näkökulmasta, joita ovat rakenteellinen, sisällöllinen ja tuotannollinen arviointi. Rakenteellisessa

arvioinnissa kysytään tärkeitä kysymyksiä teoksen rakenteeseen liittyen. Esimerkkikysymyksiä voisivat olla: Ovatko kohtaukset liian pitkiä tai onko kokonaisuus loogisesti ja emotionaalisesti järjestetty? (Aaltonen 2018, 156.) Sisällöllisessä arvioinnissa arvioidaan muun muassa faktojen pitävyyttä ja sisällön tavoitteita. Tuotannollisessa arvioinnissa käsikirjoitus puretaan osiin ja sille lasketaan budjetti. (Aaltonen 2018, 158.)

Erilaisten äänien tuominen prosessiin on muotoiluajattelussa tyypillistä ja sen ajatellaan parantavan lopullista ratkaisua. Prosessissa on kuitenkin hyvä tunnistaa, että vastakkaisia ajatuksia ja näkemyksiä voi olla vaikea hallita. (Liedtka 2018.) Formaatin kehittäjänkin voi olla vaikea tunnistaa, mitä palautteesta kannattaa huomioida ja mikä puolestaan ei vie kokonaisuutta oikeaan suuntaan.

Toisaalta muotoiluajattelussa suunnitteluprosessia ohjaa myös käyttäjien eli meidän tapauksessamme kohdeyleisön palaute. Me emme keränneet palautetta formaatistamme kovinkaan virallisesti, mutta aina tilaisuuden tullen kysyimme myös mahdollisilta katsojilta herättäisikö tällainen ohjelma heissä kiinnostusta. Palautetta saimme aiemmin mainitsemiemme opiskelijatovereiden lisäksi ystäväporukoiltamme sekä kolleegoiltamme.

Formaatin kehittämisen prosessissa analyysi tarkoittaa jonkin asian tai päätöksen kohdalle pysähtymistä. Analyysiä ei tapahdu vain prosessin loppuvaiheessa, vaan analyysiä voidaan tehdä myös esimerkiksi prosessin alkupäässä, missä määritellään ja analysoidaan projektin tavoitetta. (Shepard, Morney & Sumners 2019, 58.) Strömsö-formaatin kehityksessä analyysiä tehtiin muun muassa ideoiden ja konkretisoinnin jälkeen, jotta erilaisia mahdollisuuksia pystyttiin arvioimaan ja näin varmistuttiin siitä, että valittu suunta on tietoinen päätös. (Morney 2024, 61.) Epälineaarisen prosessin mallissa Morney on tunnistanut analyysiä tapahtuvan sisällön suunnittelu ja konkretisointi vaiheissa. (Morney 2024, 74.) Meille analyysiä tuli melko luonnollisesti hyödynnettyä ennakkotutkimus ja muotoiluvaiheissa. Benchmarkatessa analysoimme kotimaan tv-kenttää ja sen tarjontaa. Muotoiluvaiheessa analysoimme erityisesti erilaisia kauden ja jakson runkorakenteita. Lopussa analyysiä saimme myös ulkopuolelta eli palautetta formaattiimme antoi sekä kanssa opiskelijat, ystävät kuten myös ammattilaistaho.

Päätelmä:

Formaattia kannattaa esitellä läpi prosessin myös muille mieluiten luotettaville ja tutuille ihmisille. Näin kehitysprosessi saa uutta näkökulmaa ja samalla saa testattua toimiiko konsepti toisten silmissä ja saavatko he tekijän ajatuksista kiinni. Parhaassa tapauksessa palautteen myötä tekijä pystyy myös analysoimaan mahdollisen kohdeyleisön reaktiota formaattiin.

Analyysi on kehitysprosessissa tärkeää ja sitä tulisi pystyä tekemään läpi prosessin. Luovassa työskentelyssä ja erityisesti muotoiluajattelussa analyysi ja kohderyhmän palaute on luonnollinen tapa kehittää ratkaisua paremmaksi ja paremmaksi. Myös analyysissa korostuu luovan prosessin iteratiivisuus ja prosessin epälineaarisuus.

4.6. Yhteenveto

Käsikirjoittamisen ohjenuorat ja luovan prosessin kuvaukset ovat hyödyksi aloittelevien formaatin kehittäjien luovassa prosessissa. Ne voivat auttaa herättämään luovuutta selkeiden prosessin vaiheiden ansiosta – writers blockista pääsee eteenpäin siirtymällä seuraavaan vaiheeseen. Luovan prosessin kuvaukset kannustavat myös tarkastelemaan formaatin kehityksen eri vaiheita eri näkökulmista ja etsimään uusia ideoita ja lähestymistapoja, mistä on aivojen lyödessä tyhjää paljon apua. Huojentavaa on huomata, että myös ammattilaisilla luovaan prosessiin kuuluvat tauot sekä epäonnistumiset.

Prosessikuvaukset ja ammattilaispalaute muistuttavat kehittäjää ymmärtämään paremmin kohdeyleisönsä tarpeet ja toiveet ja käyttämään näitä ideoinnin pohjana. Ohjenuorat myös johdattelevat kehittäjän aloittamaan laajasta taustatyöstä ennen kuin ideoita heitellään pidemmälle. Käyttäjakeskeinen ja taustoittava lähestymistapa auttaa kehittämään formaatin osia ja ohjelman kulkua, mitkä resonoivat katsojien kanssa ja tuntuvat merkityksellisiltä. Kaiken kaikkiaan työkalut ja prosessikuvaukset tarjoavat rakennetta ja suuntaa luovalle prosessille, auttaen tekijöitä kehittämään merkityksellisiä ja vaikuttavia formaatteja ja ohjelmarunkoja.

Formaattikehityksen iteratiivinen ja epälineaarinen työskentelyprosessi auttaa tekijöitä hienosäätämään ohjelmaformaattia ja sen kulkua jatkuvasti vastaamaan haluttuja tavoitteita. Tämä tarkoittaa sitä, että ideoita testataan ja kehitetään jatkuvasti, mikä toivottavasti myös johtaa entistä parempaan lopputulokseen. Lisäksi prosessissa korostuu tiimityöskentely, mikä tuo uusia näkökulmia ja ideoita prosessiin jokaisessa sen vaiheessa.

Formaatin kehittäminen ryhmätyönä tuo varmuutta jatkaa prosessia eteenpäin myös prosessin passiivisissa vaiheissa. Kahdestaan ei jää niin helposti jumiin oman päänsä sisälle, koska ajatukset tulee vähintäänkin puheen tasolla saada sanottua ääneen (parhaassa tapauksessa kirjoitettua paperille), jotta toinen voi tietää, mitä toinen ajattelee ideoidessaan. Ideoita syntyy helposti myös toisen ideoista. Myös haasteita kahdestaan työskentelyssä kuitenkin on – et ole yksin tekemässä päätöksiä, mitkä ideat menevät jatkoon ja mitkä eivät. Kahdestaan tehdessä joutuu siis tekemään myös kompromisseja. On kuitenkin hyvä, että toisella on pieni liidi päätöksiä tehdessä, muuten prosessin eteneminen voi tyssätä nopeastikin, jos kumpikaan ei ole valmis taipumaan ja kumpikaan tekijöistä ei omaa veto-oikeutta.

Saimme prosessin päätteeksi myös vastauksen itseämme askarruttaneeseen kysymykseen: Osasimmeko luoda tv-formaatin? Luovan kehitysprosessin päätteeksi uskallamme sanoa, että osasimme ja olemme lopputulokseen tyytyväisiä. Kaiken kaikkiaan uskallamme kannustaa formaatin kehittämistä kiinnostuneita henkilöitä heittäytymään prosessin armoille. Kun askeleita malttaa ottaa yksi kerrallaan, voi olla varma, että maaliin pääsee ja formaatti syntyy. Prosessi kantaa ja siihen pitää vain uskoa!

Loppuanalyysinä voimme todeta, että formaatin kehitysprosessimme oli mielekäs prosessi, vaikkakin gradu-prosessimme ei ole mennytkään kuin Strömsössä. Prosessi yllätti pituudellaan, vaikka motivaatio formaatin kehittämiseen pysyi yllä koko kehitystyön ajan. Opimme prosessissa paljon uutta tietoa ja löysimme uusia näkökulmia luovan prosessin kulkuun sekä lähestymistapoihin luovaan työskentelyyn. Syvensimme ymmärrystämme viihdeformaattien kehittämistä niin käsikirjoittamisen perinteiden (Aaltonen 2018) kuin tuoreempien formaatin kehitys näkemysten (Morney 2024) myötä. Lisäksi saimme ainutlaatuiden kokemuksen pitchata konseptiamme

ammattilaiselle, mikä oli jännittävä, mutta kuitenkin positiivinen kokemus. Prosessin myötä nälkä on kasvanut syödessä, enkä usko, että Retkipaku Remppa Off jää meidän viimeiseksi formaattikonseptiksemme.

Prosessin vahvuus oli ehdottomasti ryhmätyöskentelymme sekä suhteemme myös vapaa-ajalla. Yllättävintä oli varmaankin se kuinka helposti asiat alkoivat tapahtua sitten kun oikea aihe löytyi.

Käsikirjoittamisen prosessi, tv-formaatin kehityksen elementit ja muotoiluajattelun malli toteutuvat kaikki jollain tapaa prosessissamme. Mikään niistä ei kuitenkaan täysin osunut yksiin oman kokemuksemme kanssa. Jälkiviisautta työssämme on paljon. Vasta prosessin purkamisen jälkeen on työskentelytavoistamme ja kehitysprosessista kokonaisuutena saanut todellisen kuvan. Teimme läpi prosessin töitä melko intuitiivisesti ja yhdistimme tekemiseemme paljon teoriaa myös jälkikäteen. Teoria validoi prosessiamme untuvikkoina, mutta antoi rakennetta varsinkin prosessin alkuvaiheisiin.

Formaatti julkaistaan osana gradua ja olemme tästä erityisen innoissamme. On mielenkiintoista tulla formaatin kanssa “ulos kaapista” ja nähdä herättääkö formaattimme innostusta tai kiinnostusta. Toisaalta koemme, että formaatin julkaisu osana prosessikuvausta antaa konseptille myös tekijänoikeudellista suojaa. Se toimii todistusdokumenttina formaatin kehittämislle ja tausta-ajatuksille sekä validoi formaatin keksimisajankohdan.

LÄHTEET

Aaltonen, Jouko. 2018. Käsikirjoittajan työkalut. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura SKS (2018) 4. uudistettu laitos.

Aalto-Setälä, Minna. 2006. Ohjelmaformaatti – idea vai suojattu teos. IPRinfo 3/2006. https://iprinfo.fi/artikkeli/ohjelmaformaatti_idea_vai_suojattu_teos/. Luettu 6.3.2025

Beghin, Tim. Design thinking, creative thinking and action. <https://stanwick.be/en/blog/design-thinking-creative-thinking-and-action>. Stanwick. Luettu 3.6.2024

Brown, Tim. 2008. Design Thinking. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>. Luettu 22.3.2025

Han, Esther. 2022. What Is Design Thinking & Why Is It Important? Business Insights. HBS Online. Harvard Business School. <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-design-thinking>. Luettu 22.3.2025

IMDB. Episode Guide. Spelling Bee. <https://www.imdb.com/title/tt4202034/>. Luettu 23.3.2025

Interaction Design Foundation. Design Thinking (DT). <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>. Luettu 3.6.2024

Jokela, Timo. Huhmarniemi, Maria. 2022. Taideperustainen toimintatutkimus soveltavan taiteen kehittämisen välineenä. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja. Luettu 5.3.2025

Jokinen, Jussi-Olavi. 2022. Empatia on ihmisen vanhin ja tehokkain bisnestyökalu. <https://www.arctic-factory.com/post/empatia-on-bisnesty%C3%B6kalu>. Luettu 3.6.3034

Kantele, Tapio. 2009. Formaattit pyörittävät televisiota. Yle Vintti. <https://vintti.yle.fi/yle.fi/pop/artikkelit/2009-02-26/formaatit-pyorittavat-televisiota.htm>
l . Luettu 6.3.2025

Koivusalo, Timo. 2024. Puheenvuoro Screen Helsinki -tapahtumassa 6.9.2024 Paperiformaatti -kilpailussa.

Liedtka, Jeanne. 2018. Why Design Thinking Works. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2018/09/why-design-thinking-works>. Luettu 22.3.2025

Morney, Elisabeth. 2024. Beyond the Craft — Three Perspectives on the Creative Process in the Innovation of Television Formats. Aalto University. Luettu 4.3.2025

Muotoilupakki. Ideariihi. <https://muotoilupakki.fi/menetelmat/ideariihi/>. Luettu 9.3.2025

Rimpelä, Anssi. 2024. Puheenvuoro Screen Helsinki -tapahtumassa 6.9.2024 Paperiformaatti -kilpailussa.

Ritari, Simo. 2024. Puheenvuoro Screen Helsinki -tapahtumassa 6.9.2024 Paperiformaatti -kilpailussa.

Shepard, Aubra C.; Morney, Elisabeth; Sumners, Sarah E. 2019. Shaping Strömsö: Examining Elements in a Creative Process for the Design of New Television Content. Creat!vity Vol. 6, Issue 1, 2019.

The L.A. Film School. The Ultimate Guide to Creating Your Film/TV Pitch Deck. <https://www.lafilm.edu/blog/the-ultimate-guide-to-creating-your-films-pitch-deck/>.
Luettu 6.3.2025

Whitehead, J. & McNif, J. (2006). Action research: Living theory. Thousand Oaks: Sage.

LIITE 1: Retkipaku Remppa Off -one pager



Retkipaku Remppa Off on viihdeohjelma, missä viisi paria kilpailevat unelmiensa retkipakun rakentamisessa. Formaatti jakautuu yhdeksään jaksoon, missä jokaisessa tehtävänä on rakentaa pakuaihiioon uusi osio (keittiö, märkä-, makuutilat...) Kilpailijat asustavat vierekkäisissä talliosakkeissa ja jokaisen tehtävän päätteeksi autot ajetaan studioon tuomariston eteen. Kiireessä autoja saatetaan kursia kokoon vielä matkan jo alkaessa studiolle! Parien tehtävänä on myös nimetä autonsa ja tiiminsä. Tehtävissä onnistumista arvioidaan niin käytännöllisyyden, visuaalisuuden kuin auton arvonnousun perusteella. Jokaisen tehtävän voittajille on luvassa välipalkinto, mikä upgreidaa seuraavan tehtävän resurssija. Tiukan paikan tullen kilpailijoilla on käytössään myös kolme "vararengasta" eli oljenkortta, millä helpottaa rakentamisen edistymistä. Viimeisessä jaksossa autot katsastetaan ja selviää saavuttivatko kilpailijat tavoitteen eli onnistuivatko he muuttamaan pakettiauton matkailuautoksi. Viimeisessä jaksossa retkipakuilla tehdään testireissu, missä renkaiden päällä olevat uudet kodit pannaan todelliseen testiin. Kilpailun voittajakaksikko voittaa rakentamansa unelmien retkiauton itselleen!

Retkipakun rakentaminen ja sillä matkustaminen tai siinä asuminen edustavat vapautta, seikkailua ja omannäköistä elämää. Koti ei tänä päivänä tarkoita enää neljää seinää ja kattoa pään päällä – siinä voi yhtä hyvin olla renkaat ja moottori, mitkä kuljettavat asukkinsa joka päivä uusiin maisemiin.

Retkipakuilla matkustaminen ja niiden rakentaminen trendaavat tällä hetkellä niin kansainvälisesti kuin kotimaassakin. Sosiaalisessa mediassa retkipakujen rakennusta dokumentoidaan ja jaetaan yleisölle todella paljon. Sisällöt keräävät myös isoja katselumääriä! Television puolella retkipakuaiheisia ohjelmia ei ole nähty vielä liiaksi.

Vaikka retkipakun hankkiminen tai rakentaminen onkin edullisempaa kuin oman kodin hankkiminen, ei retkeilyauton hankinta ole kuitenkaan kaikille mahdollista. Ohjelma toteuttaakin tavallisten ihmisten unelmia aloittaa uusi elämä liikkuvassa kodissa. Kilpailijoiksi haetaan avoimia ja luovia parivaljakkoita, joilla on jo hieman kokemusta yhteisistä rakennusprojekteista. Valmiita retkipakuguruja kisaajiksi ei kuitenkaan etsitä, vaan profiilina on "tavis". Kilpailijoiden toivotaan edustavan iältään ja taustoiltaan monipuolisesti erilaisia ihmisryhmiä. Kilpailijoilla on mitä luultavammin myös erilaisia visioita retkeilyauton käyttötarkoitukseen ja sitä myötä jokaisesta pakuprojektista syntyy uniikki rakennusprojekti: yksi varustelee auton soveltuvaksi eritoten etätöihin, toiselle tärkeintä voi olla harrastusvälineiden kuljetustarpeet ja kolmas arvostaa ruuanlaittomahdollisuuksia.

FAKTABOKSI

- 9 x 50-60min jaksoa
- Kilpailuformaatti, joka koukuttaa ja viihdyttää katsojaa
- Remontointiohjelma, joka inspiroi ja opettaa katsojaa
- Ohjelma on "unelmista totta" -tarina
- Ohjelmaan on helppo sisällyttää vastuullisuuden teemoja esimerkiksi kiertotalouden kautta
- Ohjelman kohderyhmänä ovat aikuiset matkustamisesta ja vapaasta elämäntyylistä kiinnostuneet henkilöt



LIITE 2: Retkipaku Remppa Off -pitch deck



Ohjelmaesittely:

RETKIPAKU

Remppa off

IDA TIRKKONEN
PAAVO JOKINEN
2024



Ida Tirkkonen
Paavo Jokinen
2024

TEKIJÄESITTELY

Formaatin kehittäjät, Ida ja Paavo, ovat haaveilleet omasta retkipakusta jo tovin. Haaveilu kulminoituu somevideoiden jakamiseen ja kaverien retkeilyauton lainaamiseen. Idea formaatille syntyi aamupalapöydässä selatessamme myynnissä olevia pakuaihioita. Retkipakuissa kiehtoo niiden muunneltavuus, ajatus off-grid elämästä sekä budjettimatkailu.



CV:t toimitetaan pyydettyäessä!



TIIVISTYS KONSEPTISTA



Retkipaku remppa off on kokoperheen viihdeohjelmaformaatti, missä viisi paria kilpailevat retkiauton rakentamisessa. Ohjelma alkaa esitehtävällä, minkä voittaja saa valita, minkä viidestä pakuaihiosta parivaljakko saa työstettäväkseen. Formaatti jakautuu yhdeksään jaksoon, missä ensimmäistä jaksoa lukuunottamatta kussakin jaksossa pakuun tuunataan tai rakennetaan uusi osio (keittiö, märkätilat, sänky...) Oman twistin kisaan tekee, että parien tehtävänä on myös dokumentoida omaa edistymistään jokaiselle projektille perustettavalle some-tilille. Voittajapari voittaa rakentamansa retkiauton itselleen!



KAUDEN RAKENNE



Jokaisen jakson alussa kilpailijoille annetaan pakusta rempattava asia ja budjetti.

Tehtävien jako:

1. Esitehtävä + pakuihin tutustuminen + pakun/tiimin brändäys ja sometilit pystyyn
2. Purkutyöt + pohjapiirustus
3. Eristys + lvi- ja ilmanvaihto
4. Ulkopinnan/korin korjaukset + sähkö
5. Keittiö ja oleskelu
6. Makuutilat
7. Märkätilat
8. Ohjaamo + ajotekniikka sekä ulkoiset varusteet
9. Katsastus + testiretki





JAKSORAKENNE



- Intro + tehtävän, tehtäväkumppannin ja -budjetin esittely
- Kilpailijoiden suunnitelmista kuuleminen ja valintojen perustelu
- Tuomareiden kommentit ja asiantuntijan vinkit
- Työaloitus ja materiaalien / tarvikkeiden esittely
- Viime viikon palkinnon toteutus
- Työt jatkuvat ja tuomarit vierailevat työmaalla
- Loppukiri ja autojen valmistelu tuomarointiin
- Tuomarointi ja viikon voittajan valinta
- Ensi viikon tehtävän intro
- Outro

Mahdollisuus
"vararenkaiden"
käyttöön




KILPAILIJAPROFIILIT



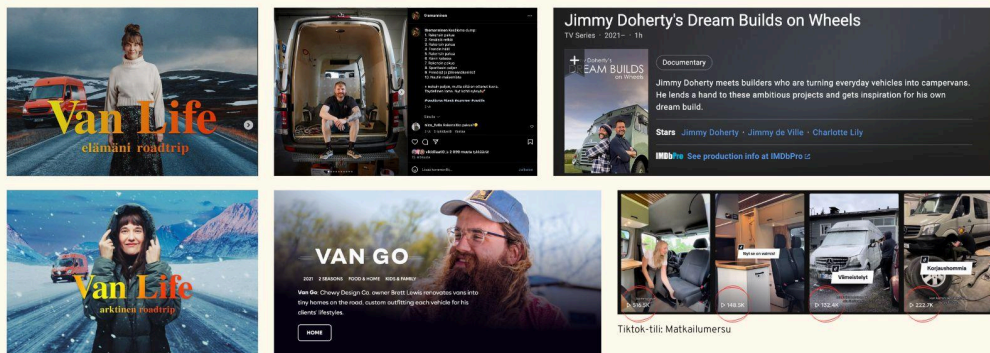
Kilpailijoiksi haetaan avoimia ja luovia parivaljakoita, joilla on jo hieman kokemusta yhteisistä rakennusprojekteista. Valmiita retkipakuguruja tai somevaikuttajia kisaajiksi ei kuitenkaan etsitä, vaan profiilina on "tavis". Ideaalisti parivaljakon toiselta osapuolelta löytyy auton teknisen/rakennus puolen ymmärrystä ja toisella visiota ja luovuutta visuaalisiin valintoihin. Kilpailijoiden toivotaan edustavan iältään ja taustoiltaan monipuolisesti erilaisia ihmisryhmiä.



RETKIPAKUILU ILMIÖNÄ

Retkipakuilla matkustaminen ja niiden rakentaminen trendaavat tällä hetkellä niin kansainvälisesti kuin kotimaassakin. Sosiaalisessa mediassa retkipakujen rakennusta dokumentoidaan ja jaetaan yleisölle. Myös nimekkäitä vaikuttajia on syntynyt retkipakuprojektien myötä ja myös ennaltaan tunnetut vaikuttajat ovat hurahtaneet retkipakun rakentamiseen. Retkipakun rakentaminen ja sillä matkustaminen tai siinä asuminen edustavat vapautta, seikkailua ja omannäköistä elämää.

BENCHMARKKEJA



PALKINNOT

Kilpailun voittanut pariskunta voittaa retkipakun itselleen (tai vaihtoehtoisesti käyttöön määritellyksi ajaksi). Tehtävien välissä kilpailijoilla on mahdollista ansaita myös jaksopalkintoja, jos onnistui edellisessä tehtävässä parhaiten.

Esimerkki jaksopalkinnoista:

- Eristys + lvi- ja ilmanvaihto -jakson voittaja voisi saada seuraavan viikon ulkopinta-jaksoon mahdollisuuden uuteen maalipintaan retkipakuunsa tai uudet teippaukset pakun nimellä / brändillä.



KOLME "VARARENGASTA"

Tehtävät, budjetti ja aikapaine ovat kilpailijoille tiukkoja, mutta aina mahdollisia toteuttaa. Edistymistä ja stressiä helpottamaan jokaisella parivaljakolla on käytössään kolme "vararengasta":



"Kilauta kaverille": Kilpailijat saa kutsua yhden tehtävän ajaksi tuttavansa apuun rakennuspuuhiin.



"Kysy yleisöltä": Kilpailijat saavat hakea apua sosiaalisesta mediasta ja etsiä jotakin pakun osaa tai tarviketta lahjoituksena seuraajiltaan.



Extra-tonni: Kilpailijat saavat käyttää yhteen tehtävään enemmän budjettia kuin muihin.



MONIKANAVAISUUS*

Tässä konspetissa tv-ohjelma jalkautuu aidosti tv:n ja striimauspalvelun ulkopuolelle muutenkin kuin vain markkinointimateriaalina tai mainintana extra sisällöstä striimauspalvelussa. Jokainen kilpailijakaksikko luo pakuprojektilleen sometilin (esim. Instagram tai Tiktok) ja dokumentoi projektin etenemistä omalla tyylillään kanavalle. Näin kameroiden poistuessa paikalta kilpailijoilla on mahdollisuus jakaa tekemisiään tilille kuitenkin paljastamatta tehtävän lopputulosta. Lisäarvoa somekanavat tuovat myös ohjelman kumppanuuksille, jossa heidän tuotteensa voivat saada sovitusti lisänäkyvyyttä. Somekanavat sitovat myös katsojat ja seuraajat osaksi ohjelmaa “Kysy yleisöltä” -vararenkään myötä.

*HUOM! Tuotannolliset haasteet, mutta esityksessä mukana optiona.

KUMPPANUUSIDEOITA

Autokumppanit

- Autoliikkeet
- Caravan-liikkeet (myynti + vuokraus)

Materiaalikumppanit

- Sisustuskumppanit
- Rakennuskumppanit
- Tekniikkakumppanit

Rakennuskumppanit

- Korjausliikkeet
- Hallivuokrauskumppanit
- Laitekumppanit

Muut mahdolliset

- Polttoainekumppani
- Tapahtumakumppani (esim. Caravan-messut)
- Katsastuskumppani



KUVAUSLOKAATIOT

Autoja rakennetaan ja tuunataan “talliosakkeessa”, missä autot olisi vierekkäisissä talleissa remontoitavana. Haastetta kisaan toisi, jos parivaljakot myös asuisivat remontin ajan talliosakkeen parvella.

Talliosakkeiden ovet voitaisiin teipata tiimien “brändin” tai pakuprojektin nimen mukaan, mikä toisi kuvaukseen visuaalisesti lisää kiinnostavuutta.



KUVAUSLOKAATIOT

Tuomarointiin autot voisi ajaa isompaan halliin tai studioon joka tehtävän päätteeksi. Black box tyylinen tila ja autojen ajovalot voisivat tuoda tuomaroinnin alkuun dramaattisuutta ja paljastushetkeen jännittävää nostatusta.

Viimeisen jakson testiretki ja katsastus suoritettaisiin “kentällä”. Viimeisen jakson tuomarointi eli studio-osuus voitaisiin tehdä osaksi esimerkiksi caravan-messutapahtumaa.





KONSEPTIN PLUSSAT

- + Somessa ja lyhyt videopalveluissa jo suureksi trendiksi todettu teema, joka kerää yleisöä, mutta ei ole nähty liiaksi vielä tv:ssä
- + Kilpailuformaatti --> koukuttaa, viihdyttää ja osallistaa
- + Tuttu ja turvallinen remonttiohjelma --> inspiroi ja opettaa, "unelmista totta" -tarina
- + Konseptiin sisään rakennettu suuri monikanavainen potentiaali sekä kaupallisten kumppanuuksien mahdollisuus
- + Formaattilla myös kv-potentiaalia



TUOTANNOLLISESTI RATKAISTAVAT ASIAT

- Kuvausaikataulu --> Miten synkata tehtävien suorittaminen, some (avun pyyntö yleisöltä) ja jaksujen julkaisu yhteen?
- Osallistujien aikaresurssit --> Miten varmistetaan, että jokaisella parivaljakolla on samat aikaresurssit käytettävissä pakun rakentamiseen? Miten varmistetaan, ettei kisasta tule heille liian kuormittavaa?



Kiitos, kun seurasit loppuun!

RETKIPAKU

Remppa off

