

Anni Lehtinen

Esittelyvideo vapaaehtoistoiminnasta

Case: Etelä-Pohjanmaan Kennelliiton kaveri- ja lukukoirat

Opinnäytetyö

Syksy 2020

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma (AMK)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma (AMK)

Suuntautumisvaihtoehto: Mediatuotanto

Tekijä: Anni Lehtinen

Työn nimi: Esittelyvideo vapaaehtoistoiminnasta

Ohjaaja: Jukka Saarela

Vuosi: 2020

Sivumäärä: 31

Liitteiden lukumäärä: -

Tämä opinnäytetyö sisältää videotuotannon ja kirjallisen osuuden. Videotuotannossa toteutettiin Etelä-Pohjanmaan Kennelliiton kaveri- ja lukukoirille esittelyvideot heidän vapaatoiminnastaan. Esittelyvideoilla käy ilmi, minkälaisesta toiminnasta on kyse ja mitä se vaatii itse vapaaehtoiselta. Videoiden päätarkoitus on saada uusia vapaaehtoisia mukaan liittymään toimintaan. Tuotannon toteutin yhteistyössä Seinäjoen ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon opiskelijan kanssa.

Kirjallisen osuuden suoritin kokonaan itsenäisesti. Kirjallisessa osuudessa tutkin tapoja, miten voi erottua edukseen videolla. Perehdyn myös enemmän lajityyppinä esittelyvideoihin sekä käyn läpi tuotantoni eri vaiheita yleisesti ja esittelyvideon näkökulmasta. Lopuksi analysoin ja pohdin tuotannossani ilmenneitä ongelmatilanteita sekä mietin niihin mahdollisia ratkaisuita.

Sosiaalinen media on täynnä erilaisia videoita, ja erottuminen muista voi olla vaikeaa runsauden takia. Työssäni esiintyy erilaisia keinoja, miten voi erottautua joukosta esimerkiksi kiinnostavalla alulla, tunteita herättävällä tarinalla, äänimaailmalla tai ammattimaisesti toteutetulla videolla. Esittelyvideot taipuvat helposti erilaisiin käyttötarkoituksiin. Erilaisia videon muotoja on paljon, ja esittelyvideon tekemiseen voi käyttää hyvin niitä kaikkia. Päädyimme tekemään toimeksiantajallemme spiikatun esittelyvideon, koska halusimme luoda selkeän ja mahdollisimman informatiivisen videon.

Esittelyvideot tulevat vahvistamaan toimeksiantajan viestintää sosiaalisessa mediassa. Videoiden kesto mietittiin sopivaksi sosiaaliseen mediaan, ja kestoksi määriteltiin molempiin videoihin noin reilu minuutti. Tuotannon keskeisimpiin tavoitteisiin päästiin onnistuneesti, ja lopputulos vastasi suunniteltua. Aikataulutuksesta ja meistä riippumattomista syistä syntyi tuotannon isoimpia ongelmatilanteita, jotka vaikeuttivat kuvauksien aikataulutusta ja järjestämistä. Tuotanto oli kuitenkin kokonaisuudessaan onnistunut, ja se vahvisti omaa ammatillista itsevarmuuttani.

Asiasanat: esittelyvideo, videotuotanto, vapaaehtoistoiminta, markkinointi

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: SeAMK School of Business and Culture

Degree programme: Cultural Management

Specialisation: Media Management

Author/s: Anni Lehtinen

Title of thesis: introduction video of volunteering

Supervisor(s): Jukka Saarela

Year: 2020

Number of pages: 31

Number of appendices: -

This thesis includes a video production and a written part. The video production consisted of the production of introduction videos about the Southern Ostrobothnia Kennel Club's care and reading dog-related voluntary activities. The introduction videos show what kind of activity it is and what it requires from the volunteer. The main purpose of the videos is to get new volunteers involved. This production was made in cooperation with another culture management student from Seinäjoki University of Applied Sciences.

I implemented the written part independently. In the thesis, I examine ways to stand out with a video. I also study introduction videos as a genre and go through the phases of a video production step by step. Finally, I analyze the problems that occurred in my production.

The introduction videos will strengthen the commissioner's communication on social media. The production was successful, and it strengthened my professional self-confidence.

Keywords: introduction video, video production, volunteering, marketing

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
1 JOHDANTO.....	5
2 TUOTANNON TAUSTAT.....	6
2.1 Toimeksiantajan esittely.....	6
2.2 Opinnäytetyön lähtökohdat.....	7
2.3 Tuotannon tavoitteet.....	8
3 MITEN EROTTUA VIDEOLLA?.....	10
3.1 Sosiaalisen median kanavat.....	12
2.2 Esittelyvideo lajityyppinä.....	12
3 TUOTANNON VAIHEET.....	15
3.1 Esituotanto.....	15
4.1.1 Käsikirjoitukset.....	16
4.1.2 Aikataulutus.....	17
4.1.3 Kuvausten suunnittelu.....	18
4.2 Kuvaukset.....	20
4.3 Jälkituotanto.....	23
5 TUOTANNON ANALYYSI.....	26
6 OMA POHDINTA.....	28
LÄHTEET.....	30

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö sisältää videotuotannon ja kirjallisen osuuden. Videotuotanto toteutettiin Etelä-Pohjanmaan Kennelliiton kaveri- ja lukukoirille yhteistyössä Seinäjoen ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon linjan opiskelijan Iida Mattilan kanssa. Tuotannon tarkoitus oli tuottaa toimeksiantajalle esittelyvideoita, joiden avulla vapaaehtoistyöhön saataisiin lisää jäseniä mukaan toimintaan. Esittelyvideoita on tarkoitus laittaa esille Etelä-Pohjanmaan Kennelliiton sivuille ja heidän sosiaaliseen mediaansa. Olimme yhdessä vastuussa Iida Mattilan kanssa videotuotannosta ja teimme tiivistä yhteistyötä koko tuotannon ajan. Kuvauspäivinä meillä oli apuna vielä yksi kuvaaja.

Opinnäytetyöni kirjallisen vaiheen suoritin itsenäisesti. Tässä opinnäytetyössä ensimmäiseksi esittelen toimeksiantajani, jonka jälkeen käsittelen lähtökohdat sekä tavoitteet. Työssäni tutkin tapoja, miten voi erottua videolla sekä perehdyn syvemmin esittelyvideoihin. Kirjallista osuutta käsittelen teoriataustan avulla ja vertailen niitä omiin tekemiini ratkaisuihin tässä tuotannossa. Tutkimuskohteena toimi videotuotantoni eri vaiheet, joita käyn läpi yleisesti ja esittelyvideon näkökulmasta. Videotuotantoni tutkin tapaustutkimuksen avulla. Työni lopussa pohdin ja analysoin tuotantoni läpi SWOT-analyysin avulla.

Lopputuloksena syntyi kaveri- ja lukukoiratoiminasta esittelyvideot, jotka tulevat vahvistamaan toimeksiantajan sosiaalista mediaa. Kaikki oleellinen saatiin kasattua sopivaan pakettiin ja videoiden ydinviesti pysyi selkeänä.

2 TUOTANNON TAUSTAT

2.1 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Etelä-Pohjanmaan Kennelliiton kaveri- ja lukukoirat. Suomessa kaverikoiratoiminta alkoi jo vuonna 2001. Ensimmäiset kaverikoirakurssit järjestettiin Paimiosta, josta toiminta sai alkunsa ja levisi nopeasti ympäri Suomea. (Kennelliitto, [viitattu 16.7.2020].)

Etelä-Pohjanmaan Kennelpiiriin kuuluu Seinäjoki, Suupohja, Lapua, Järviseu tu ja Suomenselkä. Alueen kaverikoiratoiminta alkoi vuonna 2006 ja on kasvanut jatkuvasti vuoteen 2020 asti. Kennelliiton toiminta on palkatonta vapaaehtoistoimintaa. Koirienohjaajat ovat koulutettuja ja he ohjaavat omaa koiraansa muiden ihmisten iloksi. (Etelä-Pohjanmaan Kaverikoirat, [viitattu 14.7.2020].)

Kaverikoirat vierailevat erilaisissa palvelutaloissa, asumisyksiköissä, päiväkodeissa sekä yleisötapahtumissa. Toiminnan pääperiaate on saada kaikille osapuolille hyvä mieli kohtaamisten avulla. Koirien avulla tuodaan iloisia elämyksiä ihmisille, joilla ei ole mahdollisuutta hankkia omaa koira. Kaverikoirat ovat kotikoiria, jotka ovat vähintään täyttäneet kaksi vuotta. Koiran pitää hyvin tulla toimeen toisten koirien kanssa, sekä olla myös hyvin ihmisläheinen. (Etelä-Pohjanmaan Kaverikoirat, [viitattu 14.7.2020].)

Lukukoirakoulutuksia alettiin järjestää vuonna 2017 ympäri Suomea. Lukukoira-toiminnan tarkoituksena on innostaa ja kuunnella kirjan lukijaa. Lukukoiran kanssa lukeminen rentouttaa ja lievittää stressiä. Lasten on helpompi harjoitella lukemista ääneen lukukoiran kanssa. Lukuhetkissä on mukana aina koiranohjaaja, joka vahtii sivusta tilannetta. Lukukoiratoiminta on vapaaehtoista ja palkatonta, joka tapahtuu pääasiassa aina kirjastossa. (Kennelliitto, [viitattu 16.7.2020].)

2.2 Opinnäytetyön lähtökohdat

Lähtökohtana opinnäytetyölleni oli toteuttaa yksin tai yhdessä videotuotanto. Markkinointi- ja esittelyvideot ovat olleet aiheena hyvin pitkään ison kiinnostuskohteen alla. Pitkän mietinnän jälkeen juttelin luokkatoverini kanssa hänen opinnäytetyösuunnitelmastaan, joka kuulosti erittäin mielenkiintoiselta. Yhteisen pohdinnan jälkeen tulimme siihen tulokseen, että toteuttaisimme yhdessä toiminnallisen osuuden Etelä-Pohjanmaan Kennelliiton kaveri ja lukukoirille.

Luokkatoverini oli jo nähnyt aikaisemmin toimeksiantajan edustajan ja keskustellut hänen kanssaan esittelyvideon tavoitteista ja kohderyhmästä. Toimeksiantaja oli antanut hänelle vapaat kädet toteutustyyliin. Tavoitteeksi ja kohderyhmäksi toimeksiantajan toiveiden mukaan tuli uusien jäsenien saanti vapaaehtoistoimintaan mukaan. Tarkoituksena oli tuottaa lyhyitä ja ytimekkäitä esittelyvideoita kaveri- ja lukukoirille heidän vapaaehtoistoiminnastaan. Aloimme yhdessä suunnittelemaan ja ideoida esittelyvideoita. Etelä-Pohjanmaan Kennelliiton kaveri- ja lukukoirilla ei ollut omilla nettisivuillaan vielä ollenkaan videoita heidän vapaaehtoistoiminnastansa. Videoiden tarkoitus oli elävöittää toimeksiantajan sosiaalista mediaa, sekä saada mukaan liittymään uusia innokkaita vapaaehtoisia koiranohjaajia ja koiria.

Markkinointi- ja esittelyvideoita on varsinkin sosiaalisessa mediassa lukematon määrä. On erittäin vaikea erottua joukosta hyvällä videolla ja saada katsoja katsomaan video loppuun asti. Esittelyvideoita voi toteuttaa monella erilaisella tavalla. Toteutustapa kannattaa suunnitella niin, että asiakkaan mielenkiinto saadaan heräämään heti alussa. Oman kohderyhmän valitseminen alusta alkaen on tärkeää, että tiedetään mihin suuntaan esittelyvideota ollaan tyylillisesti viemässä.

Aineistonkeruu tapahtui kirjojen, artikkeleiden ja ajankohtaisten tutkimustulosten avulla. Tutkin aineiston avulla esittelyvideoita tyylilajina sekä erilaisia tapoja erottautua videolla. Perehdyn työssäni tarkemmin videotuotannon eri vaiheisiin yleisesti ja esittelyvideon näkökulmasta.

Tutkimusstrategia, jolla tutkin videotuotantoni erilaisia tuotannon vaiheita on tapaus-tutkimus. Tapaus-tutkimuksessa tietoa tuotetaan valitusta kohteesta yksityiskohtaisesti ja intensiivisesti. Tutkimuksessa voidaan käyttää nimikettä (case), joka viittaa yksittäisiin tapaus tutkimuskohteisiin. (Jyväskylän yliopisto 2015.) Analysoin tutkitun tiedon vaikutteita tuotantooni, sekä tekemiäni tuotannollisia ratkaisuja. Työni lopussa tulen pohtimaan ja analysoimaan tuotantoani läpi SWOT-analyysin avulla. SWOT- analyysin avulla saadaan selvitettyä kohteen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Nelikenttäanalyysi SWOT on yksikertainen ja yleinen analysointimenetelmä (PK-RH-riskienhallinta: Nelikenttäanalyysi – SWOT [viitattu 5.11.2020]).

Kokemusta videoituotannoista löytyy kolmen vuoden sisällä paljon erilaisia. Video-tuotantoja olen aina tehnyt pienemmissä ja myös todella isoissa ryhmissä. Enimmäkseen kokemusta tuotantoassistenttina olemisesta, mutta myös paljon erilaisia teknillisiä puolia. Kokemuksia erilaisista videoituotannoista löytyy paljon esimerkiksi televisiotuotannoista, dokumenteista, lyhytelokuvista, tapahtuman mainosvideoista ja musiikkivideon kuvauksista. Minulla on kokemusta tasaisesti kaikista tuotannon-vaiheista, mutta en ole mihinkään vaiheeseen perehtynyt sen enempää, joka koitui isoksi haasteeksi kahden hengen tuotannossa.

Tuotantomme alkua häiritsi erittäin paljon kansanvälinen COVID-19 pandemia, jonka takia kuvaukset venyivät monella kuukaudella eteenpäin. Kuvauspäivien ajankohdat olivat pitkään epävarmat mikä vaikeutti kuvausten suunnittelua. Kuvauspaikkoja meidän ei tarvinnut hankkia, vaan paikat tulivat toimeksiantajan kautta.

2.3 Tuotannon tavoitteet

Tuotannon tavoitteena oli toteuttaa toimeksiantajalle hyödyllisiä markkinointivideoita. Videoiden tavoitteena on saada uusia koiria ja koiranohjaajia lähtemän mukaan vapaaehtoistoimintaan, sekä näyttää miten toiminta toimii koiran ja ohjaajan näkökulmasta. Tavoitteena oli elävöittää toimeksiantajan sosiaalista mediaa laadukkailla ja ytimekkäillä esittelyvideoilla, jotka sopivat toimeksiantajan ulkoiseen viestintään. Videoiden tavoitteena oli myös tehdä kaveri- ja lukukoira vapaaehtoistoiminnasta

entistäkin tutumpaa Etelä-Pojanmaan alueella. Asetimme tuotannollemme aikataullisesti välitavoitteita, jolloin pysyimme perässä tuotannon etenemisestä.

Henkilökohtainen tavoitteeni oli tuottaa alusta loppuun laadukkaita ja informatiivisia videoita, sekä luoda vahvempaa videotuotanto osaamista opinnäytetyöni avulla. Isoimmat tavoitteet loin itselleni kuvaukseen liittyen. Halusin perehtyä tuotannossani enemmän kameroihin ja kuvaukseen, joka oli selkeästi muodostunut aiemmissä tuotannoissa haasteeksi itselleni. Koko tuotannon aikataulutusta muuttui heti alkuvaiheilla isoksi tavoitteeksi saada onnistumaan lyhyemmällä aikavälillä, mitä oli aikaisemmin suunniteltu. Tavoitteena oli myös päästä käyttämään jo aikaisemmin opittuja taitoja videotuotannon parissa, sekä vahvistaa omaa ammatillista itsevarmuutta.

3 MITEN EROTTUA VIDEOILLA?

Perinteinen mainonta on muuttunut ihmisten ja teknologian myötä merkittävästi. Uuden teknologian myötä katsojien on helpompaa ohittaa mainoksia nettisivustoilla ja sosiaalisessa mediassa. Tämä saa aikaan sen, että videoiden pitää olla entistä luovempia. Uusia teknologiakonsepteja syntyy videoiden osalta koko ajan enemmän ja laatu paranee vuosi vuodelta. Teknologia tarjoaa lukemattoman määrän mahdollisuuksia, mutta samalla se asettaa myös tietämättään paljon uusia rajoituksia. Tyyppillinen esimerkki on YouTuben mainokset, joita on aluksi pakko katsoa 5 sekuntia sen jälkeen sen voi hyppää kokonaan yli tai voi myös vaihtoehtoisesti jatkaa katsomista. Ihmiset haluavat myös mobiilissa katsoa videoita useasti ilman minkäänlaista ääntä. Nämä ovat uusia teknisiä rajoitteita katsojien toiveiden ja käyttäytymisen perusteella, joihin mainostajan kannattaa mukautua. (Sorkio 2019, 15.)

Videoita tehdään nykyään koko ajan jatkuvasti erilaisille alustoille. Keisanderin (2019) mukaan (Cisco: vuosikertomus 2020) ennustaa, että ”vuoteen 2020 mennessä lähes miljoona videota kulkee nettiin sekunnissa.” Tämän takia videoiden seasta on todella vaikea erottua joukosta. Etenkin sosiaalisessa mediassa videoita pursuaa jokaisesta paikasta ja on vaikea keskittyä niihin toden teolla.

Tapoja erottautua edukseen:

1. Mielenkiintoinen alku
2. Tunteita herättävä tarina
3. Äänimaailma
4. Ammattimaisesti toteutettu

Rauhala ja Vikström (2014, 157) kertovat että, video kannattaa aloittaa heti mielenkiintoisella toiminnalla ja alussa on vain muutaman lauseen verran aikaa voittaa katsojan huomio. Aloituksella on siis todella iso merkitys erottautua edukseen ja saada katsoja katsomaan video loppuun asti. Katsojan mielenkiinto pitää kuitenkin yrittää pitää yllä videon loppuun asti, mutta hyvällä aloituksella pääsee jo pitkälle.

Tärkein asia on herättää erilaisia tunteita videon katsojassa. Tunteilla ei ole väliä onko ne positiivisia vai negatiivisia. Raivostuttavatkin mainokset jäävät mieleen yhtä lailla. Unohdettu mainos on kaikista epäonnistunein. (Hongisto 2019.) Hyvä ja koukuttava video syntyy lähes aina hyvän tarinan kautta. Videoissamme tarinaa käydään läpi pääsääntöisesti pääesiintyjämme kautta, joka on tarinassamme koira. Eläimet jo itsessään vetoavat suurimman osan tunteisiin positiivisiin ja mieleenpainuvien keinoin. Tämän takia halusimme, että videoissa koira on päätähdenä. Tarinassa esitellään kaveri- ja lukukoiran niin sanottua työpäivää, mihin katsoja voi samaistua oman työpäivän tiimoilta. Videoilla näkyy myös lasten ja nuorten iloisia kohtaamisia koirien kanssa, joka varmasti välittyy katsojalle ja tämän kautta saa halua lähtemään itsekin mukaan vapaaehtoistoimintaan hyvän asian puolesta.

Riekin (2018) listaamat äänimaailman kolme kerrosta:

1. Taustääänet
2. Äänitehosteet
3. Musikaaliset äänet

Hänen mukaansa tapahtuma tietyssä tilassa, jossa ei kuulu tilalle tyypillisiä ääniä tuntuu silloin epäuskottavalta videolla. Katsojalle jää äänettömässä videossa helposti läsnäolon tunne pois ja tarinaan ei pääse sisälle niin helposti. Halusimme etenkin lukukoiravideolle tuoda ääntä mukaan enemmän, muutenkin kuin spiikkien ja musiikin muodossa. Lisäsimme videolle ääntä, kun lapset lukevat koiralle kirjaa. Ääni vahvisti paljon kuvattua kohtausta kerronnallisesti. Lisäsimme vielä molempiin esittelyvideoihin taustääänenä loppuun koiran haukkumista. Taustäänenien ja musiikin avulla saimme katsojalle välitettyä videolla vallitsevaa tunnelmaa erittäin hyvin.

Videoiden laatu vaihtelee suuresti etenkin sosiaalisessa mediassa. Vastaan tulee paljon puhelimella hätäisesti ja huonosti kuvattuja mainos- ja esittelyvideoita. Garamin (2020) mukaan huonosta videosta ihmiset voivat kokea esimerkiksi, yrityksen tylsänä tai huonolaatuisena. Tällöin teknisesti huonolaatuista videota ei välttämättä jaksaa katsoa, niin kauan verrattuna laadukkaaseen. Hänen mukaansa laadukas video koukuttaa katsojan pidemmäksi aikaa videon pariin. Meillä oli käytössä ammattimainen kuvauskalusto, josta saimme teknisesti hyvän laatuista kuvaa. Kaluston ja

aikaisemman kokemuksen avulla pystyimme luoda mielestämme ammattitasomme vastaavaa materiaalia.

3.1 Sosiaalisen median kanavat

Sosiaalisessa mediassa on paljon erilaisia kanavia missä kuvia ja videoita voidaan jakaa kohderyhmälle nähtäväksi. Aarnion (2018) mielestä kaikissa sosiaalisen median kanavissa ei tarvitse olla, vaan päätökset kanavien suhteen tehdään, sen mukaan mitä kanavia kohderyhmä käyttää. Tällöin kannattaa myös tarkastella kohderyhmän viestintää ja pyrkiä sisällön kautta puhuttelemaan onnistuneesti kohdeyleisöä.

Santalahti [viitattu 25.11.2020] esittelee esimerkkejä suosituista sosiaalisen median kanavista: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Snapchat. Meidän kohdeyleisömme oli selkeästi eniten Facebookissa, joten esittelyvideot ovat järkevintä suunnata sinne. Oikealla sosiaalisen median kanavalla video voidaan saada erottumaan halutulle kohderyhmälle paremmin. Facebookissa voi myös käyttää maksettua mainontaa edukseen, jossa pystyy tarkemmin määrittelemään videolle haluttua kohdeyleisöä. Mielestäni toimeksiantajan kannattaisi laajentaa sosiaalista mediaansa esimerkiksi Instagramiin. Alustana Instagram kasvaa koko ajan ja käyttäjäkunta laajenee. Facebookin kautta pystyy kätevästi jakamaan samat päivitykset Instagramiin. Snapchat ja TikTok ovat erityisesti nuorempien käyttäjien suosiossa.

2.2 Esittelyvideo lajityyppinä

Esittelyvideot sisältävät yleensä aina hyödyllistä tietoa tuotteesta, organisaatiosta tai palvelusta. Esittelyvideolla voi esitellä yrityksen toimintaa tai kuvailla tuotteen toimintaan, jolloin se muuttuu helposti yritysvideosta tuotevideoksi. Esittelyvideo taipuu tarpeen mukaan monenlaiseen suuntaan. (Sorkio 2016.) Esittelyvideon vahvuus ilmenee mielestäni, juuri tuon taipuvuutensa ansiosta. Erilaisia videon muotoja on paljon ja esittelyvideon tekemiseen voi käyttää niitä kaikkia.

Tässä Lappi (2019) listaa esimerkkejä mahdollisista videon muodoista:

1. Näytelty mainos
2. Spiikattu yritysesittely
3. Haastattelupohjainen yritysesittely
4. Asiakastarina
5. Traileri
6. Animaatio

Toimeksiantajalta oli tullut vapaus videoiden muodon määrittelemiseen, joten kävimme läpi mahdollisia vaihtoehtoja. Päätimme tehdä spiikatun esittelyvideon vapaaehtoistoiminnasta, jossa esitellään toiminnan pääpiirteitä ja näytetään, miten asiakaskäynti etenee koirakon näkökulmasta. Päädyimme spiikattuun versioon, koska halusimme luoda selkeän ja mahdollisimman informatiivisen esittelyvideon. Spiikin avulla saimme esittelyvideoon mahdutettua kaiken oleellisen tiedon, mitä halusimme katsojalle kertoa. Videolla katsoja näkee mitä vapaaehtoisikäynnit sisältävät, sekä samaan aikaan he kuulevat tärkeää tietoa mitä edellytyksiä toimintaan liittymiseen vaaditaan.

Esittelyvideoiden kohderyhmät ovat usein helposti rajattavissa, koska usein esimerkiksi, tuotteilla tai yrityksillä on jo valmiiksi oma kohderyhmä olemassa. Kohderyhmien takia esittelyvideot eivät voi mitenkään palvella kaikkia ryhmiä.

Esittelyvideolla on lähes aina oltava, jokin haluttu vaikutus katsojaan. Yritysesittelyvideoilla voidaan haluta uusien työntekijöiden ottavan yhteyttä tai etsitään uusia potentiaalisia asiakkaita. Tuotevideolla selkeästi yritetään vaikuttaa katsojan ostopäätökseen. Sorkion (2019, 22) mukaan videolla voidaan näyttää ongelmia, joita tuote tai palvelu ratkaisee, sekä myös kannustetaan katsojaa ryhtymään toimeen. Esittelyvideota voidaan käyttää myös itsensä esittelyyn esimerkiksi, työhakemuksen merkeissä. Tällöin selvä haluttu vaikutus on työnantajan kiinnostuminen hakemuksesta. Meidän esittelyvideoissamme haluttu vaikutus katsojaan ilmeni varsin selkeästi.

Esittelyvideoiden haluttu vaikutus oli saada katsoja ilmoittautumaan mukaan kaverilukukoirakurssille ja tätä kautta pääsemään mukaan vapaaehtoistoimintaan.

Videoiden aitous saadaan esille yleensä sillä, miltä video näyttää, kuulostaa ja tuntuu, mutta myös kenen ehdoilla se on toteutettu. (Yritysvideoiden trendit vuonna 2020, 2020.) Hyvä tapa esitellä yritystä tai tuotetta on puhutella katsojaa sen aitoudellaan. Esittelyvideoilla voi aidosti ja rohkeasti esitellä esimerkiksi, yrityksen työntekijöitä tai näyttää työpäivän kulkua. On mielestäni turhaa näytellä esittelyvideoilla, jos takana on toimiva ja aito yritys, joka itsessään jo mainostaa itseään.

3 TUOTANNON VAIHEET

3.1 Esituotanto

Esituotanto on yleensä videotuotannon tärkeimpiä vaiheita ja siihen kannattaa aluksi käyttää hyvin aikaa. Hyvin esituotannossa suunniteltu tuotanto kantaa läpi jokaisen tuotannon vaiheen ja näkyy usein onnistuneesti lopputuloksessa. Esituotantoon kuuluu koko tuotannon suunnittelu esimerkiksi, aikataulutukset, tavoitteet ja tuotantoryhmän hankkiminen, mutta se sisältää myös videon käsikirjoitukset ja toteutustavan. Esittelyvideoiden erilaisia toteutustapoja on paljon mistä valita. Aluksi on hyvä lähteä miettimään videon sisältöä kysymyksillä, jotka ovat Sorkion (2019, 97) mukaan mitä, miksi, kenelle, miten ja lopputulos?

Esituotanto alkoi omalta osin tutustumalla toimeksiantajaan ja heidän sosiaaliseen mediaansa. Toimeksiantaja oli antanut vapaat kädet toteutustapaan, mutta pääviestinä videoilla on näyttää miten, vapaaehtoistoiminta toimii ja saada lisää jäseniä osallistumaan mukaan. Aloimme yhteistyönä luokkatoverini kanssa suunnittelemaan kaveri- ja lukukoiravideoiden toteutustapaa. Kävimme vielä erilaisia videotuotannon tyyliä läpi, mutta päädyimme tekemään jo alustavasti valituksi tulleen esittelyvideon. Esittelyvideossa tulisi parhaiten esille vapaaehtoistoiminnan toimintatavat, sekä koiran ja ohjaajan osuus lukuhetkessä ja kaverikoira tapahtumassa. Toimeksiantajan viestintätyyli oli erittäin yksinkertainen ja helposti lähestyttävä, joten päätimme pysyä siinä, mutta pienellä tvistillä. Videoiden päätahti on koira, joten halusimme tarinan etenevän yleisesti koiran näkökulmasta.

Esittelyvideoiden päätavoite oli saada lisää jäseniä vapaaehtoistoimintaan mukaan, joten meidän tärkein kohderyhmämme videoille oli heti alussa hyvin selvillä. Kohderyhmäksi lukeutui koiranomistajat ja vapaaehtoistoiminnasta kiinnostuneet henkilöt. Esittelyvideoille on kohderyhmän valitseminen tärkeää, jotta tiedetään heti alussa kenelle videoita ollaan esittelemässä. Valmista sisältöä voidaan tietenkin näyttää muillekin kohderyhmille, mutta joku ryhmä on hyvä laittaa suunnittelussa pääkohdeksi (Sorkio 2019, 97). Yksi video, yksi viesti, yksi kohderyhmä toimii tällöin hyvinä muistisääntönä. Tämä auttoi myös meitä paljon rakentamaan kohderyhmällemme juuri oikeanlaista sisältöä.

Esittelyvideoiden oli tarkoitus päätyä toimeksiantajan sosiaaliseen mediaan Facebookiin ja heidän omille verkkosivuilleen. Laurolan (2019) mukaan Facebookissa ihmiset katsovat eniten yhden minuutin kestoisia videoita ja YouTubessa tehokkaimmin toimii kahden minuutin videot. Niinpä molempien videoiden kestoksi määrittelimme noin, reilu yhden minuutin. Vapaaehtoistoiminnan esittely tulee hyvin tarinamme kautta esille reilu minuutin kestoisella tietoisella ja videoiden kesto sopii hyvin valittuihin sosiaalisen median kanaviin.

4.1.1 Käsikirjoitukset

Kaikki alkaa ideasta. Pelkkä idea ei kuitenkaan ole vielä lähelläkään käsikirjoitusta. Se on kaiken alku, mutta toisaalta pelkästään lähtökohta käsikirjoitukselle. Idean merkitys on äärimmäisen tärkeä, mutta sillä ei ole mitään arvoa, jos se jää vaan idean tasolle. (Seppälä 2020.) Ideamme syntyi nopeasti, koska meillä oli tarve johon vastasimme. Tarve oli siis saada lisää vapaaehtoisia lähtemään mukaan toimintaan, joten päätimme esittää esittelyvideoiden avulla kuinka vaivatonta ja palkitsevaa puuhaa kaveri- ja lukukoiratoiminta on.

Idean ollessa vahvasti selvillä aloimme tehdä synopsisista. Synopsis on luonnostelma käsikirjoituksesta (Leino 2003, 88). Siinä avataan käsikirjoituksen keskeisimpiä tapahtumia ja esiintyviä henkilöitä. Lähetimme synopsisin toimeksiantajalle arvioitavaksi ja saimme häneltä palautetta, johon sisältyi pieniä korjauskohtia liittyen yleiseen toimintatapaan vapaaehtoistoiminnassa. Esittelyvideossa on, tärkeää tarkistaa faktat, joita esitetään, koska muuten koko tarkoituksella voi muuttua. Korjauksien jälkeen saatiin kasattua luonnostelma käsikirjoitukseen, joka miellytti molempia osapuolia.

Lähdimme kirjoittamaan selkeää yksipalstaista käsikirjoitusformaattia. Leinon (2003, 90) mukaan käsikirjoitusformaattilla tarkoitetaan miltä käsikirjoitus tulee näyttämään ulkoisesti ja se auttaa lukijaa keskittymään selkeästi sisältöön. Rönkön (2001, 123) mielestä hyvä käsikirjoitus on ennen kaikkea terävä, tarpeeksi selkeästi rajattu ja tarkennettu. Kaikki häiriötekijät ja ylimääräiset kuvailut on poistettu, näin välttyään mahdollisilta harhapoluilta. Niinpä keskityimme selkeään käsikirjoituksen

luomiseen, sillä halusimme siitä tulevan helposti luettava jokaiselle lukijalle. Esittelyvideoissa yksinkertaisuudessaan seurataan koirakon matkaa kohti vierailua, mitä kohteessa tapahtuu ja poistuminen sieltä. Käsikirjoitukseemme lukeutui myös voice overin kirjoitus. Kirjoitimme kaveri- ja lukukoiratoiminnasta omin sanoin heidän nettisivujen tietojen avulla videoille spiikit, jotka toimeksiantajamme tarkastutti ja hyväksytti.

Kuvakäsikirjoitusta lähdimme hahmottelemaan paperille käsikirjoituksen perusteella. Kävimme yhdessä tarkkaan läpi minkälaista kuvaa haluamme, jotta tarinan kerronta pysyy yhtenäisenä. Video- ja elokuvatuotannossa käytetään yleisesti tuttua ja hyväksyttyä kahdeksan kuvakoon mittakaavasarjaa. Kuvakoot auttavat paljon kuvakäsikirjoituksen suunnittelussa. Liian suuria hyppyjä kuvakokojen välillä on hyvä vältellä, ellei tarvita erityisiä tehokeinoja. Ei myöskään näytä hyvältä, jos samasta kuvakulmasta kuvattaessa kuvakoko ei muutu tarpeeksi. Hyvä nyrkkisääntö on, että kuvakoon olisi hyvä vaihtua vähintään kaksi kuvakokoa laajemmaksi tai tiiviimmäksi. (Apogee productions: Videotuotannon perusteet, [viitattu 22.9.2020].) Kuvakokojen mittakaavasarjan avulla kävimme jokaisen kuvakäsikirjoituksen kuvan läpi ja merkkasimme kuvakoot ylös. Kuvakokojen suunnittelu etukäteen on hyvin tärkeää, sillä se auttaa kuvauksissa oikeiden kuvien ottamista ja sillä vältetään turhalta materiaaalilta sekä ajan kulutukselta.

4.1.2 Aikataulutus

Tuotannon aikataulutus oli heti alkuun todella iso päänvaiva maailmanlaajuisen COVID-19 pandemian takia. Alkuperäinen suunnitelma aikataulun suhteen oli saada esituotanto alkukevällä valmiiksi ja päästä kuvaamaan toukokuussa. Kuvauksien jälkeen olisi ollut koko kesä aikaa jälkituotantovaiheelle. Pandemian takia vapaaehtoistoiminta oli koko kevään vaakalaudalla, mikä vaikeutti esituotannon suunnittelua. Kennelliiton hallitus ilmoitti toukokuussa päätöksestä, että vapaaehtoistoiminta pysyy tauolla heinäkuun loppuun asti. Elokuussa tilanne oli jo hellittänyt sen verran, että saatiin kuvauspäiviä lyötyä alustavasti lukkoon syyskuun alulle. Tilannetta kuitenkin tuli vielä häiritsemään Kennelliiton lakko, joka kesti syyskuussa kaksi viikkoa.

Lakon yhteydessä kaikki vapaaehtoistoimintaan liittyvät tapahtumat peruttiin syksyltä jatkuvan pandemian takia. Aikataulu meni jälleen kerran uusiksi kuvauspäivien kannalta, mikä tarkoitti kuvausten viivästymistä.

Pyrimme kuitenkin yhdessä toimeksiantajan kanssa keksimään ratkaisuja, jotta saataisiin kuvaukset purkkiin uusien rajoitusten merkeissä. Vaihtoehtona päätimme lavastaa kaveri- ja lukukoiratoimintaa, jotta pääsisimme kuvaamaan mahdollisimman nopeasti. Saimme syyskuun alussa Kennelliitolta luvan lakosta huolimatta lavastaa vapaaehtoistoimintaa ja kuun loppuun vahvistettua vihdoin kuvauspäivämäärät. Pääsimme syyskuun lopussa kuvaamaan molemmat esittelyvideot ja lokakuu jäi jälkituotantovaiheelle.

Kuvausaikataulun tekeminen on tärkeä tehdä kuvauspaikkojen lupien, sekä kuvausryhmän ja näyttelijöiden takia. Aikataulut on sovittava mahdollisimman aikaisin, varsinkin jos kyseessä on iso työryhmä ja niihin on myös kaikkien sitouduttava. (Heide, Norvanto & Vehkaoja 2019, 44.) Kuvauspäivien aikataulut löimme hyvissä ajoin lukkoon heti, kun saimme luvan toimeksiantajalta. Aikataulut oli sovittava tuotantoryhmän, edustavan yksikön ja pääesiintyjä koirakomme kanssa. Jaoimme kuvaukset kahdelle peräkkäiselle päivälle, koska kuvauskaluston varaus ja liikuttaminen onnistuivat näin paremmin.

4.1.3 Kuvausten suunnittelu

Ennen kuvauksia pidimme palaverin toimeksiantajan kanssa, jossa kävimme läpi molempien esittelyvideoiden käsikirjoitukset ja suunnitelmat läpi. Selasimme kaikki koirakot läpi, ketkä olisivat innoissaan tulemassa videollemme esiintymään. Halusimme ottaa mahdollisimman monen kokoisia ja näköisiä koiria videolle mukaan, jotta videolla voisi nähdä eri näköisiä koiria. Valitsimme kolme koirakkoa mukaan kaverikoiravideoon ja päänäyttelijäksi Daisy - nimisen Chihuahuan. Koirakko tarkoittaa ohjaajaa ja hänen omaa koiraansa. Daisy päätyi myös lukukoiravideon päänäyttelijäksi, koska halusimme luoda videoissa jatkuvuuden tunnetta. Eläimiä on myös haastavampi kuvata, joten oli tärkeä valita koira, joka pysyy rauhallisena kuvauksissa.

Location scouting, eli kuvauspaikkojen etsiminen tapahtui tällä kertaa toimeksiantajan puolesta. Sijainti on hyvä valita sen mukaan, että se sopii varmasti tarinan tunnelmaan ja sen pitää tukea tarinankerrontaa (Virutarinoitahotellista.fi: Kuinka valita kuvauspaikka 2017). Lukukoiratoiminta tapahtuu yleensä kirjastossa, johon mekin onneksi pääsimme lavastamaan lukukoirahetken. Kirjaston lukuhetkitila oli visuaalisesti todella hyvä kuvaamiselle ja se tuki lukukoiratoiminnan esittelyä parhaimmalla mahdollisella tavalla. Kuvauspaikka oli rauhallinen ja valoisa, mikä auttoi todella paljon kuvauksissa. Kaverikoiratoiminnan videota pääsimme kuvaamaan nuorten asumisyksikköön, johon lavastimme kaverikoirakäynnin. Yksikön tilat olivat juuri sopivan tilavat koirakkojen ja asiakkaiden käyttöön, sekä myöskin ikkunat toivat paljon valoa tilaan. Kävimme tutustumassa molempiin kuvauskohteisiin ennen kuvauksia ja otimme kuvia tiloista tarkempaa suunnittelua ja tarkistusta varten.

Ang (2005, 239) listaa mm. seuraavia asioita kuvauspaikan tarkistukseen:

- Huoneiden koot
- Valoisuuteen liittyvät tekijät
- Sähkön saanti
- Häiritsevät taustaäänet

Kohteissa kävimme toimeksiantajan ja kohteen edustajan kanssa läpi kuvauksien suunnitelmia ja sovimme tarkemmat kellon ajat kaikkien kesken. Rekvisiittapuoli tuli kokonaan käytännössä toimeksiantajalta sekä koirien ohjaajilta. Toimeksiantaja toi molempiin kuvauksiin isot banderollit, jotka kuvastivat kaveri- ja lukukoiratoimintaa. Koirienohjaajat olivat laittaneet päälle omat vapaaehtoistoimintaan kuuluvat liivit päälle sekä myöskin nimikyltit. Koirilla oli tietenkin päällä omat kaveri- ja lukukoira huivit. Rekvisiitta auttoi paljon luomaan oikeanlaista illuusiota, että käynnissä olisi oikeasti normaali vapaaehtoistoiminnan asiakaskäynti.

Molemmissa esittelyvideoissa oli lyhyitä ulkokuvauskohtauksia. Katsoimme valmiiksi sääennusteet, jotka näyttivät kirkasta säätä. Olimme kuitenkin tehneet varasuunnitelman, jos olisi satanut kaatamalla muutama ulkokohtaus olisi voitu siirtää sisätiloihin.

Kuvauskalustomme varasimme Seinäjoen ammattikorkeakoululta. Kalusto oli jo pääpiirteittäin tuttua, mikä helpotti kalustolistaa laatiessa paljon. Kalustoon kuului kaksi kameraa, jalustat, suuntamikrofoni, äänityslaite, puomi, kolmet valot, Zoom-objektiivi, akut, akkulaturi, sekä johdot ja muistikortit kaikkiin. Kalusto oli suunniteltu kahdelle kuvaajalle ja yhdelle äänen ottajalle. Kalustoa liikutimme luokkaystävämme autolla, sekä hän toimi kuvauksissa myös toisena kuvaajana. Kahdella kameralla kuvatessa kuvauspaikkoja ja rajauksia pitää etukäteen suunnitella, koska muuten voi käydä niin, että molemmat kuvaavat samankokoista kuvaa. Tällöin on mahdotonta leikata kuvaa ristiin jälkityössä. (Leponiemi 2010, 106.) Pidimme palaverin toisen kuvaajan kanssa, jossa kävimme tarkasti läpi käsikirjoitukset ja kuvaussuunnitelmat. Kävimme myös ulkona paikan päällä tutustumassa kuvauspaikkoihin hänen kanssaan ja näytimme sisältä kuvia paremman hahmottamisen saamiseksi. Itse operoin kuvauksissa toisessa kamerassa ja toinen tämän tuotannon vastaava hoiti ohjaamisen ja tarvittaessa otti myös ääntä. Kuvauskaluston sovimme noutavan edellisenä päivänä ennen kuvauksia, jolla välttyttäisiin kuvauspäivänä ylimääräiseltä stressiltä ja ajankäytöltä. Kuvauksia varten teimme yhdessä vielä kovalistat, joita ohjaajan oli helppo seurata ja opastaa kuvaajia oikean kuvakoon löytämiseen. Kovalistaan merkataan onnistuneimpia ottoja, jotka helpottavat jälkituotannossa materiaalin läpikäyntiä.

4.2 Kuvaukset

Kuvauskaluston noutaminen oppilaitokselta tapahtui kuvauksia edeltävänä päivänä. Olimme ilmoittaneet kalustolistan jo aikaisemmin, joten kamat olivat valmiina kassassa meitä varten. Kävimme vielä tarkasti kalustolistan läpi ennen pakkausta. Kuvauskalusto siirrettiin luokkaystävämme autolla yön yli säilytykseen kotiini. Kerkesimme siis hyvin tutustua vielä kalustoon ennen kuvauksia.

Ensimmäinen kuvauspäivä alkoi kaluston kuljetuksella kaverikoira-toiminnan kuvauspaikalle, joka sijaitsi Seinäjoen keskustassa. Kuvauspaikalla meillä oli tunti aikaa laittaa valot ja kamerat kuntoon, enne kuin varsinaiset kuvaukset alkoivat. Valojen kanssa tuli heti alkuun isoimpia ongelmia. Meillä ei ollut tarpeeksi paljon pitkiä

jatkojohtoja mukana, joten valojen asettelu kuvaustilaan muuttui erittäin haasteelliseksi. Työryhmällä ei ollut juuri lainkaan kokemusta valojen asettelusta, mutta päätimme silti yrittää saada valot toimimaan tilassa. Leponiemi (2010, 129) korostaa, että valaisun periaatteena on tehdä kuvattavasta tilasta luonnollisen näköinen tai luoda uskottava mielikuva. Päätimme yhdessä olla käyttämättä valoja lukuisien yritysten jälkeen. Luonnonvaloa tuli hyvin sisään ikkunoista ja yrityksemme säätää valoja sai valotuksen vain näyttämään huonommalta ja epäuskottavalta.

Vielä ennen kuvauksia katsoimme molempien kameroiden asetuksia kuntoon, että saataisiin mahdollisimman saman näköistä kuvaa aikaseksi. Kameroihin olisi pitänyt tutustua aluksi vielä paremmin, jotta olisimme saaneet asetukset vastaamaan toisiinsa paremmin. Kuvauksissa suunnitelma oli kuvata toisella kameralla lähikuvia ja toisella enimmäkseen yleiskuvaa ja kokokuvaa. Kuvasin itse enimmäkseen yleiskuvaa, mutta välillä myös tilanteen tullen otin lähikuvia. Otoksien välissä pyrimme varmistamaan, että jatkuvuus kuvissa säilyy ja kohdetta kuvataan kuvaussuunnitelman mukaan. Otosta ottaessa pitää aina huomioida mitä edeltävässä otoksessa on tapahtunut ja miettiä mitä seuraavaksi tullaan näkemään tai kuulemaan. Leikkauksen kannalta on erittäin tärkeä tietää mihin kuvattava kohde jäi edellisessä otoksessa ja miten siitä jatketaan eteenpäin. Kuvaustilanteessa tehdään siis jo leikkausvaihetta koskevia päätöksiä kohteiden lopullisista sijainneista ja asemista. (Pirilä & Kivi 2005, 47–48.)

Kuvaukset aloitettiin ulkokuvauksilla, joissa kuvattiin koirakkojen ensimmäinen kohtaaminen keskenään ja sisäänmenot. Sisällä kuvasimme yleistä kaverikoiratoimintaa esimerkiksi, asiakkaiden kohtaamisia koirien kanssa. Sisäkuvausten jälkeen kuvasimme ulkona kaikkien koirien palkitseminen onnistuneen kaverikoirakäynnin jälkeen. Lopuksi vielä kuvasimme ulkona pääesiintyjämme Daisy-koiran ja hänen ohjaajansa saapuminen ja lähteminen. Kuvaukset olivat ohi muutamassa tunnissa ja kaluston kasasimme nopeasti. Mielestämme kuvaukset onnistuivat teknistä taitotasoamme nähden hyvin ja kaikki tarpeellinen saatiin kuvattua.

Seuraavan päivän lukukoiratoiminnan kuvaukset kirjastolla alkoivat vasta iltapäivällä ja etenivät hyvin paljon samanlaisella kaavalla, kuin edellispäivän. Meillä oli jälleen tunti aikaa kasata kuvauskalusto ja kokeilla minkälainen valaisu sopisi tilaan

parhaiten. Tällä kertaa saimme valaisun toimimaan hyvin ja opimme edellisen päivän turhautumisesta. Kuvauksissa käytimme samaa suunnitelmaa kuvauskokojen kanssa, kuin edellispäivänä. Kuvasimme aluksi kaikki ulkokohtaukset putkeen Daisyn ja hänen ohjaajansa kanssa, koska emme halunneet ulkona valituksen muuttuvan liian pimeäksi. Ulkokohtauksiin lukeutui lukukoirahuivin laittoa, kävelyä kirjastolle ja pois, sekä herkuilla palkitsemista. Kirjastossa sisällä kuvattiin lapsen ja luku-koiran välinen lukuhetki. Lapsen lukiessa koiralle ohjaajamme otti samalla ääntä puomittamalla. Puomiäänitys oli mielestämme tilaan sopivin ja sillä saatiin hyvin kohdennettua lukijan ääni mikrofonin. Puomin päätyyn kiinnitetään mikrofoni ja se viedään mahdollisimman lähelle puhuvaa kohdetta niin, että puomi ja mikrofoni eivät näy kuvassa (Heide, Norvanto & Vehkaoja 2019, 60). Kuvaukset saatiin sujuvasti kahdessa tunnissa kokonaan purkkiin. Kuvauskaluston palautimme seuraavana päivänä oppilaitokseemme.

Molempina kuvauspäivinä kuvasimme käynneiltä myös paljon kuvituskuvaa leikkausta varten. Kuvituskuvina toimi hyvin toimeksiantajan tuoma rekvisiitta sekä yleiskuvaa pihalta. Kuvituskuvana voi käyttää erilaisia lähi- ja yleiskuvia esimerkiksi, yleiskuvia tapahtumapaikan ulkopuolelta tai lähikuvia yksityiskohdista. Kuvituskuvien avulla videoiden kesto saadaan maltilliseksi ja leikkaukset kuvien välillä saadaan muuttumaan sulaviksi. (Sorkio 2019, 129.)

Pääsääntöisesti kuvasimme molemmilla kameroilla ilman jalustaa. Leponiemen (2010, 92) mukaan jalustalla saa tietenkin vakaata kuvaa kuvattua paremmin, kuin käsivaralla, mutta tällöin kuvaaminen voi hidastua ja voi jäädä paljon mielenkiintoista kuvaamatta. Päädyimme kuvamaan pelkällä käsivaralla, koska kuvasimme pääsääntöisesti pelkkiä koiria. Koirat olivat tietenkin matalalla, joten jalustat eivät taipuneet niin matalaan käyttötarkoitukseen. Koirat liikkuvat eri tavalla, kuin ihmiset ja tekevät omia ratkaisuja, joten kameran kanssa piti osata reagoida nopeasti koiran liikkeiden mukaan.

Kuvausten jälkeen nauhoitimme vielä erikseen videoille tulevan voice overin eli spiiikit. Puhuimme itse spiiikit läpi videolle, koska aikataulumme alkoi olla tiukka. Kirjoitimme raakaleikkauksen pohjalta valmiiksi spiiikit, jotka meidän toimeksiantajamme

hyväksytti. Halusimme videoihin tulevan tietoa vapaaehtoistoiminnasta, sekä kehoitus hakemaan mukaan toimintaan. Lainasimme äänityskaluston meidän oppilaitokseltamme. Käytimme äänitykseen Zoom-äänityslaitetta.

4.3 Jälkituotanto

Jälkituotantoon kuuluu kuvatun materiaalin editoiminen, sekä valmiin videon lähettäminen eteenpäin meidän tilanteessamme toimeksiantajalle. Aloitimme siirtämällä kuvatun materiaalin oppilaitoksemme tietokoneelle. Olimme tehneet alustavan suunnitelman materiaalin läpi käymiseen ja raakaleikkaukseen. Suunnitelmamme oli edetä editoinnin kanssa reippaasti eteenpäin, niinpä molempia esittelyvideoita työstettiin eteenpäin yhtä aikaa. Itse olin vetovastuussa kaverikoiravideosta. Esittelyvideoiden leikkaus tapahtui oppilaitoksemme tietokoneilla, sekä ohjelmilla. Käytimme videoiden editointiin Adoben Premiere Pro -ohjelmaa, koska se oli kaikista tutuin ohjelma meille.

Aloitin materiaalin jaottelulla sekä videoiden nimeämisellä. Materiaalia oli molemmilla kameroilla yli tunnin edestä. Kuvauksissa olimme merkanneet kuvalistaan onnistuneimmat otokset Daisy-koiran kanssa, tämä helpotti paljon videon kasausta alussa. Yleistä materiaalia kaverikoirakäynniltä oli todella paljon, missä vaan silittelään koiria eri kuvakulmista. Tämän materiaalin läpikäymisessä kesti kauan valita käytettävät kohtaukset, koska niitä oli niin paljon. Materiaalin ollessa selvästi jaoteltuna aloin kasata videon runkoa.

Lähdin kasaamaan videon runkoa teeman avulla, joka selkeästi sopisi esittelyvideon muotoon. Teemaksi valikoitui selkeästi seuraaminen. Teemana seuraaminen tarkoittaa suoraan menossa olevan tapahtuman tallentamista, niin kuin se oikeasti menisi. Kaikki otokset ovat jatkumoa edelliseen kohtaukseen liittyen. Kamera seuraa toimintaa sivusta, eikä puutu tapahtumien kulkuun juuri laisinkaan. (Pirilä & Kivi 2008, 52.) Seuraaminen teemana sopi videoillemme täydellisesti, koska esittelimme konkreettisesti, miten vapaaehtoistoiminta toimii koirakon näkökulmasta kohtaus kohtaukselta. Runko oli kokonaisuudessaan selkeä kasata, koska olimme tehneet myös tarkan käsikirjoituksen, jota pystyi seuraamaan. Raakaleikkauksen jälkeen video oli minuutin verran liian pitkä, mitä alun perin olimme, suunniteltu. Päänvaivaa

enimmäkseen aiheutti hyvän materiaalin karsiminen pois, jotta video saataisiin lyhyemmäksi ja ennen kaikkea ytimekkääksi. Näytimme videon rungon toimeksiantajalle, sekä meidän opinnäytetyömme ohjaajalle kommentoimista varten. Kommenttien jälkeen tein pyydettyjä muutoksia esittelyvideoon ja aloin leikata videota oikean kestoiseksi eli noin reilu minuuttiin. Käytimme videolla toimeksiantajan lähettämää graafista ohjeistusta. Graafinen ohjeistus sisältää mm. logon, typografian ja värimaailman (Achrè 2019). Ohjeistuksen avulla saimme esittelyvideot vapaaehtoistoiminnan väreihin ja tyyliin sopivaksi.

Videossa käytettiin hyväntuulista taustamusiikkia, jonka löysin bensound.com sivusolta. Musiikin jouduin hankkimaan ilmaiseksi internetistä, koska tuotannollamme ei ollut budjettia laisinkaan. Tarvitsin taustalle iloisen kuuloista musiikkia, joka sopi tunnelmaan, minkä koiran loivat. Musiikin käytöllä saadaan katsoja ohjattua haluttuun tunnetilaan. Musiikki jo itsessään voi antaa katsojalle osviittaa, mitä kohtauksessa pyritään kertoa. (Heide, Norvanto & Vehkaoja 2019, 77.) Musiikin lisäksi videoille tuli spiikkien muodossa tietoa vapaaehtoistoiminnasta, mikä on esittelyvideoille yksi tyypillinen keino esitellä toimintaa. Taustamusiikin ja spiikkien yhteen sovittaminen onnistuneesti oli haasteellista. Lapin (2019) mukaan taustamusikin on hyvä olla osittain läpinäkyvää ja se ei saa varastaa katsojan huomiota kokonaan. Musiikin tehtävä on tehostaa ja selkeyttää asiasisältöä, mutta samalla puhetta pitää pystyä kuuntelemaan ongelmitta koko ajan.

Viimeiseksi suoritimme värimäärittelyn, kun videon runko, spiikit, efektit ja musiikit olivat kaikki paikoillaan. Kameroiden asetusten takia kameroiden kuva oli hyvin erilaista, mikä vaikeutti värimäärittelyä heti alkuun paljon. Heide, Norvanto ja Vehkaoja (2019, 80) mukaan tällöin ensimmäinen tehtävä on saada värimaailmat yhtenäiseksi. He kertovat, että ammattikameroilla yritetään kuvata mahdollisimman flattia kuvaa, mikä tarkoittaa, että kuva näyttää aika harmaalta ja värittömältä editoinnissa. Tällöin kuitenkin värimäärityksessä saadaan paremmin kuvaan lisättyä kaikki sävyt ja siitä saadaan täyteläisempi. Toisen kameran materiaali näytti flatilta mitä oli helpompi lähteä korjaamaan, mutta toinen oli sävyiltään jo valmiiksi erittäin voimakas ja liian kontrastinen. Värimäärityksessä apuna käytimme YouTuben erilaisia tutorial videoita, joista löytyi apua useisiin ongelmiin. Jouduimme poistamaan ja muut-

tamaan lukukoira-videolla yhden kohtauksen kokonaan, koska se oli väriltään ja laadullisesti aivan eri tasolla muiden kuvien kanssa. Värikorjaus yhtenäiseksi vei aikaa, mutta lopuksi tyytyväiseen lopputulokseen päästiin useiden eri kokeilujen jälkeen.

Halusimme saada ulkopuolisilta vielä mielipiteitä videoihin liittyen, ennen lopullista lähettämistä toimeksiantajalle. Videot saivat paljon positiivista palautetta ja olimme palautteeseen erittäin tyytyväisiä. Lähetimme molemmat esittelyvideot toimeksiantajallemme WeTransfer palvelun avulla. WeTransfer lähettää nopeasti isoja tiedostoja ilmaiseksi. Toimeksiantaja oli erittäin tyytyväinen esittelyvideoiden lopputulokseen, kuin myös työryhmä. Esittelyvideoiden levitykseen toimeksiantaja käytti Etelä-Pohjanmaan Kaverikoirat ja Lukukoirat Facebook-sivuja

5 TUOTANNON ANALYYSI

Analysoin tuotannossani tekemiäni ratkaisuja, SWOT-analyysin avulla. Yksi isoimpia tuotannon vahvuuksia oli mieluinen aihe, joka heijastui isona motivaation lisääntymisellä tuotantoa kohtaan. Molemmille aihe oli tärkeä ja pyrimme tekemään toimeksiantajalle mahdollisimman onnistuneet esittelyvideot, jotta vapaaehtoistoimintaan saataisiin liittymään lisää uusia jäseniä. Työryhmän välinen viestintä oli myös erittäin onnistunutta ja olimme samaa mieltä videoiden sisällöstä, mikä helpotti paljon esimerkiksi käsikirjoitusten laatimista.

Esituotanto oli myös ehdottomasti yksi tuotantomme vahvin vaihe. Meidän molempien vahvuus oli esituotannon tekemisessä, koska siitä oli molemmilla eniten kokemusta. Kuvausten venyessä syksylle asti, saimme käsikirjoitukset, kuvakäsikirjoitukset ja kuvaus suunnitelmat hiottua mahdollisimman valmiiksi ennen kuvauksia. Turhautumista tietenkin aiheutti paljon aikataulumuutokset pitkin kesää ja syksyä, joihin itse ei voinut omalla tekemisellään vaikuttaa mitenkään.

Kuvauksissa meillä oli sopivan kokoinen tuotantoryhmä käytettävissä, joka koostui kahdesta kuvaajasta ja yhdestä ohjaajasta. Kahdella kuvaajalla onnistuimme hyvin saaman erikokoisia kuvakulmia. Kuvauspaikan kasaamiseen olimme molemmissa kuvauksissa varanneet mielestämme hyvin aikaa, mutta molemmilla kerroilla aika loppui kesken. Kaluston kasaaminen vei meiltä aina yllättävän kauan aikaa, koska kenelläkään meistä ei ollut tarpeeksi kokemusta kameroiden ja valojen kasaamisessa. Ensimmäinen ongelma ilmeni verkkovirran saannin kanssa etenkin Kaverikoira kuvauspaikalla. Meillä oli kaluston mukana tullut vain yksi pieni jatkojohto, joten jo tämä aiheutti heti alkuun isoja ongelmia valojen kanssa. Kokemattomuus kaluston kanssa näkyi juuri tämän kaltaisissa pienissä puutteissa, mitä emme olleet tajunneet tarkistaa kalustoa hakiessa. Tiukka aikataulu kuvausten valmisteluihin, näkyi myös kameroiden asetuksissa. Emme ehtineet toisen kuvaajan kanssa katsomaan molempien kameroiden asetuksia kunnolla vastaavanlaisiksi ennen kuvauksia. Tämä tuli varsinkin lukukoira esittelyvideolla isoksi ongelmaksi. Toisella kameralla oli kuvattu erittäin pimeätä kuvaa sisältä. Tämän ongelman olisi voinut hyvin ratkaista heti kuvauksissa pelkästään aukkoa isontamalla, jos ongelma olisi havaittu. Tuotannon isona heikkoutena oli siispä selkeästi tekninen osaaminen. Tähän

olisi voinut ennakoida enemmän, esimerkiksi tutustumalla paremmin kalustoon ja olisimme voineet hankkia kuvauksiin avuksi lisää teknillistä osaamista.

Mahdollisuuksiin lukeutui loppujen lopuksi hyvät tilat ja lavastetut kaveri- ja lukukoira käynnit. Lavastetut käynnit mahdollistivat meille enemmän saumaa puuttua tilanteisiin ja ottaa esimerkiksi, kohtauksia uudestaan koirien ja asiakkaiden kanssa. Molemmilla videoilla oli hyvät ja tilavat kuvauspaikat, jotka loivat uskottavan ympäristön esittelyvideoille. Toimeksiantajalla oli valmiiksi jo sosiaalisessa mediassa hyvät levityskanavat, joilla saimme esittelyvideot jaettua oikealle kohderyhmälle. Tämä lukeutui myös isoihin mahdollisuuksiin, jotta saisimme videoille useita katselukertoja ja lisää vapaaehtoisia.

Tuotantomme isoin uhka oli selkeästi aikataulu, johon emme voineet itse vaikuttaa mitenkään tuotannon aikana. Kuvausten siirtyminen kokonaan syksylle tarkoitti jälkituotannolle jäävän vähemmän aikaa, mitä oltiin alun perin suunniteltu. Tiesin oman osaamisen jälkituotantovaiheessa olevan raakaleikkaus sekä toimivan rungon kasaaminen, mutta äänet ja värimääritys ovat aina vieneet enemmän aikaa. Molemmat videot saatiinkin nopeasti kasaan, mutta äänenlaadun kanssa lukukoira videossa ilmeni heti ongelmia. Olimme onnistuneet nauhoittamaan spiikit hyvin, mutta kuvauksissa äänitetty ääni oli huonoa, sillä taustalla kuului paljon yleistä kohinaa ja ääni ei kuulostanut puhtaalta. Saimme kuitenkin editoitua ylimääräisiä taustaääniä tarpeeksi. Värienmääritys oli kameran erilaisten asetusten takia todella haastavaa. Kuvia oli vaikea saada yhtenäisen näköiseksi. Värien korjaamiseen olisi pitänyt jättää vielä enemmän aikaa, sekä pyytää enemmän apua. Uhkana mainitsisin vielä kokemuksen puutteen eläimien kuvaamisen suhteen. Eläimiä on paljon vaikeampi hallita verrattuna ihmisiin. Isona uhkana oli, että emme pystyisi eläimien takia seuraamaan kuvauksissa käsikirjoitusta, joka takia koko videon sisältö olisi muuttunut.

6 OMA POHDINTA

Valmiit esittelyvideot miellyttivät työryhmää sekä toimeksiantajaa. Videoihin saimme mahdutettua kaiken oleellisen sopivaan pakettiin, joka vastasi haluttua lopputulosta. Videot tulevat vahvistamaan toimeksiantajan sosiaalista mediaa, sekä esittelemään toiminnan pääpiirteitä. Kokonaisuudessaan videotuotantomme oli onnistunut ja keskeisimpiin tavoitteisiin päästiin.

Kuvauskalustoon olisimme voineet tutustua paremmin ennen kuvauksia, etenkin valoihin. Kuvauspaikkojen tutustumiskäynneillä, olisi pitänyt jo suunnitella valaistusta konkreettisemmin, eikä välttämättä vain luottaa siihen, että saamme varmasti kuvauksissa kohtuullisen valaistuksen aikaiseksi. Valaistuksen kanssa menimme, niin sanotusti sieltä mistä rima oli matalin, jolloin valaistuksen puutteellisuus näkyi kuvatussa materiaalissa.

Alkuperäisen suunnitelman mukaan olisimme kuvanneet esittelyvideoita muutamissa kaveri- ja lukukoirayksiköissä, mutta pandemian aiheuttamien rajoitusten takia, jouduimme muuttamaan suunnitelmia useasti. Esittelyvideoista olisi voinut saada informatiivisemmän ja kiinnostavamman lisäämällä muutaman eri kuvauspaikan ja pyytämällä kuvauksiin mukaan enemmän koiria. Mielestäni kuitenkin päädyimme parhaimpaan mahdolliseen ratkaisuun, mikä oli toteutettavissa. Opimme kuitenkin tässä videotuotannossa soveltamaan ja keksimään itse paljon erilaisia mahdollisuuksia kuvausten toteuttamiseksi. Videotuotannon toteuttaminen kahdestaan on iso palapeli, joka vie paljon aikaa ja suunnittelua, jotta haluttuun lopputulokseen päästään.

Henkilökohtaiset tavoitteeni tuotannollisesti tulivat onnistumaan osittain. Onnistuin luomaan vahvempaa videotuotanto-osaamista ja opin paljon koko tuotannon vaiheista yleisesti. Esituotanto on edelleen itselleni vahvimpia tuotannon vaiheita ja kuvaaminen edelleen aiheuttaa isoja ongelmia. Toimin toisena kuvaajana tuotannossamme, mutta aikataulun takia kameraan perehtyminen paremmin jäi kovin vähäiseksi. Jälkituotannossa tapahtui eniten kehitystä verrattuna omaan aikaisempaan kokemukseen. Editointi alkoi sujua koko ajan reippaammin ja esittelyvideon rungon sain nopeasti jo todella toimivaksi ja olin mielestäni valinnut materiaalista

juuri sopivat kuvat. Tietenkin vielä on paljon uutta opittavaa värimäärittelyssä ja äänimaailmassa, mutta eteenpäin taidollisesti menttiin paljon. Tiedostan nyt tuotannon jälkeen paremmin, että kuvaamiseen tulen jatkossa panostamaan enemmän ja haluan kasvattaa lisää teknillistä osaamistani. Tuotannon avulla sain kuitenkin vahvistettua omaa ammattilista itsevarmuuttani, mikä oli mielestäni tärkeintä.

LÄHTEET

- Aarnio, K. 2018. Ensi askeleet sosiaalisen median strategiaan. [Blogikirjoitus]. Tulos. [Viitattu 25.11.2020]. Saatavana: <https://www.tulos.fi/blogi/ensiaskeleet-sosiaalisen-median-strategiaan>
- Achrèn, N. 2019. Graafinen ohjeistus pitää yrityksen ilmeen johdonmukaisena. [Blogikirjoitus]. Mainostoimisto Kuke. [Viitattu 4.11.2020]. Saatavana: <https://www.kuke.fi/blogi/graafinen-ohjeistus-pitaa-yrityksen-ilmeen-johdonmukaisena>
- Ang, T. 2005. Digivideo kuvaajan käsikirja. Suomentajat Donagh Coleman & Ilkka Rekiaro. Karkkila: Kustanus-Mäkelä Oy
- Apogee productions. Ei päiväystä. Videotuotannon perusteet. [Verkkosivu]. [Viitattu 22.9.2020]. Saatavana: <https://www.apogee.fi/oppaat/videotuotannon-perusteet/>
- Cisco. 3.9.2020. Annual Internet Report (2018–2023). [Verkkosivu]. [Viitattu 23.9.2020]. Saatavana: <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/executive-perspectives/annual-internet-report/white-paper-c11-741490.html>
- Etelä-Pohjanmaan Kaverikoirat. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 14.7.2020]. Saatavana: <http://www.etelapohjanmaankaverikoirat.fi/>
- Garam, K. 7.4.2020. 5 Syytä, miksi videoissa kannattaa luottaa ammattilaiseen. [Blogikirjoitus]. Kuulu. [Viitattu 2.11.2020]. Saatavana: <https://www.kuulu.fi/blogi/miksi-videoissa-kannattaa-luottaa-ammattilaiseen/>
- Heide, N., Norvanto, M. & Vehkaoja, K. 2019. Tehtäiskö leffa?: Opas elokuvan tekemiseen ryhmille. Sotkamo: Versova Puu ry
- Hongisto, J. 8.8.2019. Näin tehdään tunteita herättävä ja mieleenpainuva mainosvideo. [Verkkosivu]. LK Media. [Viitattu 30.10.2020]. Saatavana: <https://www.lkmedia.fi/blogi/nain-tehdään-tunteita-herättava-ja-mieleenpainuva-mainosvideo/>
- Jyväskylän yliopisto. 23.4.2015. Tapaustutkimus. [Verkkosivu]. [Viitattu 1.10.2020]. Saatavana: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/tapaustutkimus>
- Kennelliitto. Ei päiväystä. Lukukoirat. [Verkkosivu]. [Viitattu 14.7.2020]. Saatavana: <https://www.kennelliitto.fi/koirat/lukukoirat>

- Kesander, A. 22.1.2019. Matter: Videomarkkinointi ja tilastot 2019- miksi panostaa tänä vuonna videoihin?. [Blogikirjoitus]. [Viitattu 23.9.2020]. Saatavana: <https://matter.fi/videomarkkinointi-ja-tilastot-2019-miksi-panostaa-tana-vuonna-videoihin/>
- Lappi, J. 2019. 6 vinkkiä markkinointivideon suunnitteluun. [Verkkojulkaisu]. North Arrow Films. [Viitattu 24.10.2020]. Saatavana: <https://northarrowfilms.fi/blogi/esittelyvideo-markkinointivideo-suunnittelu/>
- Lappi, J. 2019. Ääni vaikuttaa uskottavuuteen - 6 vinkkiä videon hyvään ääniraitaan. [Verkkojulkaisu]. North Arrow Films. [Viitattu 24.10.2020]. Saatavana: <https://northarrowfilms.fi/blogi/aani-vaikuttaa-uskottavuuteen-6-vinkkia-videon-hyvaan-aaniraitaan/>
- Lauronen, P. 31.1.2019. Videon pituus. [Verkkojulkaisu]. Brainyday. [Viitattu 12.10.2020] Saatavana: <https://brainyday.fi/post/videon-pituus>
- Leino, T. 2003. Sanoista eläviä kuvia: Käsikirjoittajan opas. Helsinki: Otava.
- Leponiemi, K. 2010. Videokuvaus: taitoa ja tekniikkaa. Jyväskylä: WSOY.
- Pirilä, K. & Kivi, E. 2008. Leikkaus: Elävä kuva- Elävä ääni. Helsinki: LIKE
- Pirilä, K. & Kivi, E. 2005. Otos: Elävä kuva- Elävä ääni. Helsinki: LIKE.
- PK – RH riskienhallinta. Ei päiväystä. Nelikenttäanalyysi – SWOT. [Verkkosivu]. [Viitattu 5.11.2020]. Saatavana: <https://pk-rh.fi/tools/swot.html>
- Rauhala, M. & Vikström, T. 2014. Storytelling työkaluna- Vaikuta tarinoilla bisneksessä. Helsinki: Talentum
- Rieki, J. 1.7.2018. Äänimaailman merkitys videoissa. [Verkkojulkaisu]. Rulla Media. [Viitattu 31.10.2020]. Saatavana: <https://rullamedia.fi/blogi/aanimaailman-merkitys-videoissa>
- Rönkkö, M. 2001. Lyhyt onni 2001. Helsinki: Mainostajien Liitto.
- Santalahti, K. Ei päiväystä. Sosiaalisen median kanavat- mitä, miksi ja kenelle?. [Blogikirjoitus]. Kubla. [Viitattu 25.11.2020]. Saatavana: <https://kubla.fi/blogi/sosiaalisen-median-kanavat/>
- Seppälä, H. 12.2.2020. Miten tehdään hyvä videon käsikirjoitus?. [Blogikirjoitus]. Videolle.fi. [Viitattu 16.9.2020]. Saatavana: <https://blogi.videolle.fi/miten-teen-vaivan-videon-kasikirjoitus>

Sorkio, S. 12.9.2016. Näin onnistut esittelyvideon tuotannossa. [Verkkajulkaisu]. Smileaudiovisual. [Viitattu 27.9.2020]. Saatavana: <https://www.smileaudiovisual.fi/onnistu-esittelyvideon-tuotannossa/#>

Sorkio, S. 2019. Vaikuta videolla 2019. Helsinki: Mainostajien Liitto.

Virutarinoitahotellista.fi. 2017. [Verkkajulkaisu]. Miten kuvata laadukas elokuvaselvitä kaikki nixit: Kuinka valita kuvauspaikka. [Viitattu 13.10.2020]. Saatavana: <https://virutarinoitahotellista.fi/kuinka-valita-kuvauspaikka/>

Yritysvideoiden trendit vuonna 2020. 7.1.2020. [Verkkajulkaisu]. Rulla Media. [Viitattu 3.11.2020]. Saatavana: <https://rullamedia.fi/blogi/yritysvideoiden-trendit-vuonna-2020>