

Hanna Kuisma

# LAADUKAS MOBIILIVIDEOTUOTANTO

## Mobiilivideokuvaus-oppaan kehittäminen

Opinnäytetyö  
Tietojenkäsittely

2020



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

<b>Tekijä/Tekijät</b>	<b>Tutkinto</b>	<b>Aika</b>
Hanna Kuisma	Tradenomi (AMK)	Toukokuu 2020
<b>Opinnäytetyön nimi</b>		
Laadukas mobiilivideotuotanto – mobiilivideokuvaus-oppaan kehittäminen		52 sivua 8 liitesivua
<b>Toimeksiantaja</b>		
Digiportaati-hanke		
<b>Ohjaaja</b>		
Miia Liukkonen		
<b>Tiivistelmä</b>		
<p>Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, sopiiko ketterä kehitysmenetelmä mobiilivideokuvauksesta kertovan oppaan kehittämiseen ja tutkia miten mobiilituotantona tuotetaan laadukas video ja mitä tekijöitä tähän tarvitaan. Toimeksiantajan, Digiportaati-hankkeen, toiminnan pohjalta opas suunnattiin lähtökohtaisesti yrittäjille, joten oppaan sisältö suunniteltiin heidän tarpeitaan ajatellen.</p> <p>Opas toteutettiin kahtena käyttöliittymänä, toimeksiantajan kotisivuille sähköinen versio ja tulostettava PDF-versio. Oppaan kehitysmenetelmänä toteutettiin kaksi käyttökokemustestausta testiryhmän avulla. Testiryhmä koostui yrittäjistä ja muista yksityisistä henkilöistä. Ensimmäisellä kierroksella testattiin tulostettava versio ja toisella sähköinen versio. Testaus suoritettiin kummallakin kierroksella testaajien puolesta itsenäisesti. Testauksen tuloksia hyödynnettiin oppaan käyttökokemuksen parantamisessa ja sisältöaiheissa.</p> <p>Tutkimuksessa ilmeni ketterän kehityksen sopivan oppaan kehitysmenetelmäksi sen joustavuuden ja tiiviistä yhteistyöstä saadun arvokkaan palautteen ansiosta. Heikkoudeksi nousi aikataulut ja jatkuva epätietoisuus työn valmistumisesta. Tuottaakseen laadukkaan videon mobiililaitteella on huomioitava kuvauslaitteen edut ja heikkoudet. Laatuun määrittämään eroteltiin tekniset ja sisällölliset laatutekijät. Todettiin, että sisältö on näistä tärkeämpi tekijä mutta teknisellä laadulla erotetaan helpommin muista. Opinnäytetyössä tuodaan esille testauksesta saatujen tuloksien pohjalta mahdollisia kehitysehdotuksia mobiilivideokuvaus-oppaalle.</p>		
<b>Asiasanat</b>		
ketterät menetelmät, mobiililaitteet, video		

Author (authors)	Degree	Time
Hanna Kuisma	Bachelor of Business Administration	May 2020
<b>Thesis title</b> Quality mobile filming production – Developing a mobile filming guide <span style="float: right;">52 pages 8 pages of appendices</span>		
<b>Commissioned by</b> Digiportaat		
<b>Supervisor</b> Miia Liukkonen		
<b>Abstract</b> <p>The objective of the thesis was to study if an agile development method would be suitable for the development of a mobile filming guide and to study were high-quality video could be produced as mobile production and what qualitative factors were needed for this. Based on the activities of the client, the Digiportaat project, the guide was primarily aimed at entrepreneurs, so that the content of the guide was designed according to their requirements.</p> <p>The guide was implemented in two user interfaces, on the client’s website and a printable PDF version, as a method of evaluating the guide, two user experience tests were carried out with a test group. The test group consisted of entrepreneurs and other individuals. The first round tested the printable version and the second the one on the homepage. The testing in each round was performed independently by the volunteers. The results of the testing were utilized in improving the user experience of the guide and in the content topics.</p> <p>It appeared in the study that agile development was an eligible method of development due to its flexibility and valuable feedback gathered through close collaboration. Scheduling and constant uncertainty about the completion of the work became the method’s weakness. In order to produce high-quality video on a mobile device, one must be able to pay attention to the advantages and disadvantages of the device. To determine the quality, technical and content quality factors were named. The content ended up being a more important factor, but it is easier to stand out from others with technical quality. Based on the results of the testing, possible development proposals for the mobile filming guide were presented in the thesis.</p>		
<b>Keywords</b> agile development, mobile phone, video		

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	LAADUKAS MOBIILIVIDEO .....	6
2.1	Laadukas video.....	8
2.2	Tekniset laatutekijät.....	10
2.3	Sisällölliset laatutekijät.....	12
3	MOBIILIVIDEOTUOTANTO.....	15
3.1	Kuvausvälineistö.....	15
3.2	Esituotanto.....	23
3.3	Tuotanto .....	25
3.4	Jälkituotanto .....	26
4	OPPAAN KEHITTÄMINEN JA TOTEUTUS.....	27
4.1	Kehitysmenetelmät .....	28
4.2	Toimeksianto .....	31
4.3	Suunnittelu.....	31
4.4	Sisällön kokoaminen.....	33
5	KÄYTTÖKOKEMUSTESTAUS JA TULOKSET .....	39
5.1	Testauksen tulokset ja niiden hyödyntäminen .....	40
5.2	Testauksen haasteet ja onnistumiset.....	45
6	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	46
	LÄHTEET.....	50

## LIITE

Liite 1. Ketterä Mobiilikuvaus - jälkikysely

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia, toimiiko ketterä kehitysmenetelmä osana oppaan tuotantoa ja miten laadukas mobiilivideo tuotetaan. Laadusta määritellään tarkemmin videon laatutekijöitä ja mitä älypuhelimien kameraan liittyviä ominaisuuksia pitää huomioida tuotannon aikana, miten niiden kanssa voi työskennellä vaivattomasti ja mitä lisävarusteita mahdollisesti tarvitaan. Tutkimuksen avulla kootaan toimeksiantona saatu mobiilivideokuvaus-opas Digiportaati-hankkeelle.

Opinnäytetyön ja toimeksiannon tavoitteena on lisätä tietoisuutta mobiilivideokuvaamisen mahdollisuuksista. Samalla se kannustaa hyödyntämään mobiililaitetta vakavasti otettavana kuvausvälineenä. Tarkoituksena on luoda opas kahdessa eri käyttöliittymässä, sähköisessä ja tulostettavassa, joissa on huomioitu käyttökokemuksen periaatteet.

Opinnäytetyössä selvitetään vastaukset seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Voiko oppaan toteuttaa ketterän kehityksen suomilla menetelmillä?
- Kuinka tuottaa laadukas video mobiilituotantona?
- Mitkä ovat mobiilivideokuvausten laadullisia avaintekijöitä?

Tärkeitä avainsanoja ovat **ketterä kehitys, mobiilikuvaus ja laadukas video**.

Oppaan kehitysmenetelmänä käytetään ketterää kehitysperiaatetta. Oppaan sisältö ja visuaalinen ulkoasu menevät prosessin aikana mahdollisimman monen kehityssilmukan läpi. Kehityksen suuntaa haetaan aktiivisesti toimeksiantajan ja vapaaehtoisten testaajien havainnointien avulla. Toimeksiantajan tarkoitus on tarjota digikoulutuksia pienille ja keskisuurille yrityksille, joten opas toteutetaan ensisijaisesti yrittäjille. Haasteena on yrittäjien rajallinen määrä sitouttaa aikaa ja resursseja videon tuottamiseen. Lopputuloksen halutaan silti näyttävän korkealaatuiselta.

Opinnäytetyössä käydään läpi videon tuottaminen suunnittelusta editointiin ja pääpaino on mobiilituotannossa. Suunnittelun tärkeyttä painotetaan tehokkaan tuotannon kannalta mutta esitellään tutkimuksessa pelkistetysti. Ideointivaihetta tai käsikirjoituksen rakennetta ei lähdetä avaamaan. Tietokoneen hyödyntämistä sivutaan editoinnissa, mutta älypuhelin pidetään

pääasiallisena työvälineenä. Videon jakamista ja julkaisemista ei käydä erikseen läpi. Lähtötaitotasona on, että ymmärtää miten älypuhelimien kamera toimii. Videotuotantoa käsitellään laadukkaan tuotannon kautta; mitä perusasioita pitää huomioida, kun kuvataankin teknisesti köyhemmällä laitteella kuin järjestelmäkameralla ja millä tavalla ne vaikuttavat lopputuloksen laatuun. Sisällöllisistä laatutekijöistä nostetaan esiin sommittelu ja tarkemmin kuvakerronta.

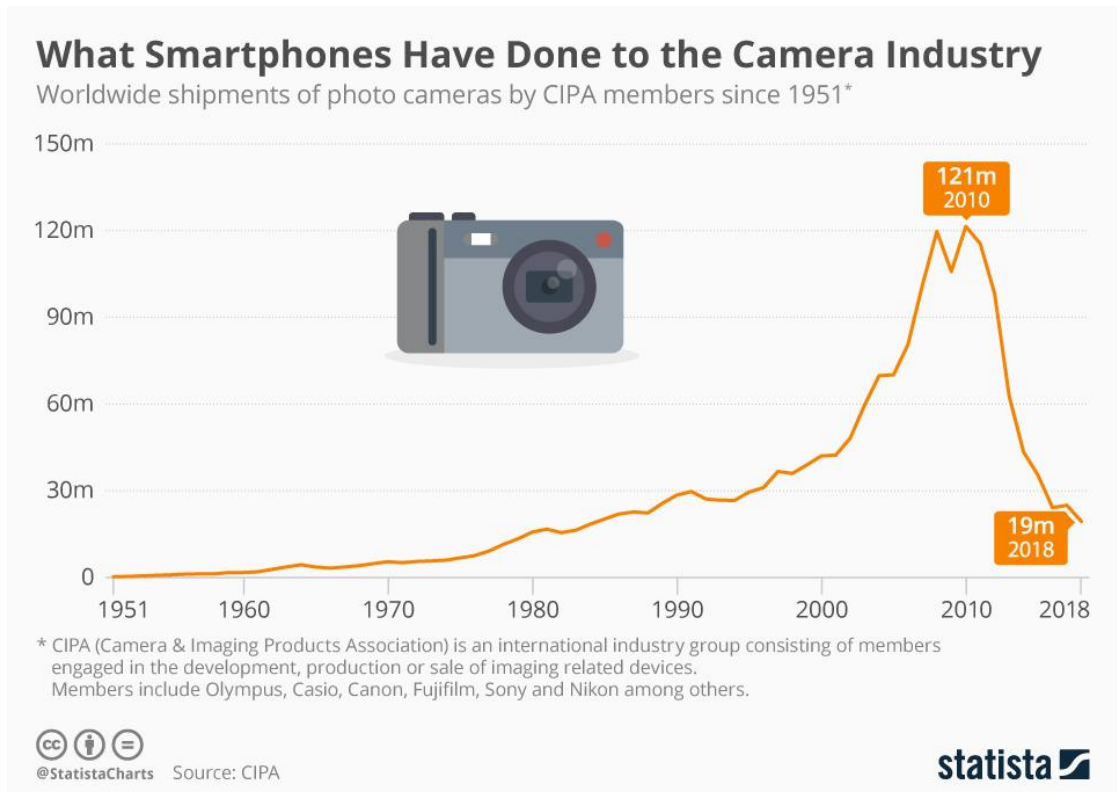
Opinnäytetyö keskittyy videoiden toteuttamiseen mobiililaitteella sisäisen tuotannon näkökulmasta. Ulkoistamista eli ammattilaisten palkkaamista ei käsitellä mahdollisena vaihtoehtona. Halutun lopputuloksen tason mukaan jossain vaiheessa tulee tietty laadullinen piste vastaan, minkä jälkeen voi olla järkevämpää kääntyä ammattilaisten puoleen. Tämän tutkimuksen tähdätty laatu taso on pienen tai keskisuuren yrityksen itsetuottama videosisältö sosiaalisessa mediassa ja internetympäristössä.

## **2 LAADUKAS MOBIILIVIDEO**

”Paras kamera on se, joka on aina mukana”, on klassinen sanonta. Lähes kaikilta löytyy taskustaan tekoälyllä varustettu kamerapuhelin. Mobiilikuvauksella tarkoitetaan älypuhelimella tuotettua kuva- tai videomateriaalia.

Pylkkö (2015, 7) toteaa digitalisoitumisen edistäneen kuvauksen arkistumista viimeistään kameroiden tultua puhelimiin. Nykyään ihmiset kuvaavat kaikkea mahdollista; mm. itseään, lemmikkejään, päivän aikana syötyjä aterioita ja tapahtumia. Sen enempää tiedostamatta ihmiset kuvaavat ja dokumentoivat jokapäiväistä elämäänsä ja jakavat sitä eteenpäin muiden katseltavaksi.

Muutaman vuoden aikana älypuhelimien kamerat ovat edistyneet merkittävästi. Sen ansiosta monet eivät enää koe tarvetta ostaa tai kantaa mukanaan erillistä kameraa valokuvaamista varten, vaan tavallisen käyttäjän tarpeille älypuhelin koetaan tarpeeksi riittäväksi. Tämä on vaikuttanut vahvasti kameratoimituksiin. Vuonna 2019 tehdyn Statistan tutkimuksen mukaan, maailmanlaajuiset kameratoimitukset putosivat 84 prosenttia vuosien 2010 ja 2018 välillä, kuten kuvasta 1 voidaan havaita. (Richter 2019.)



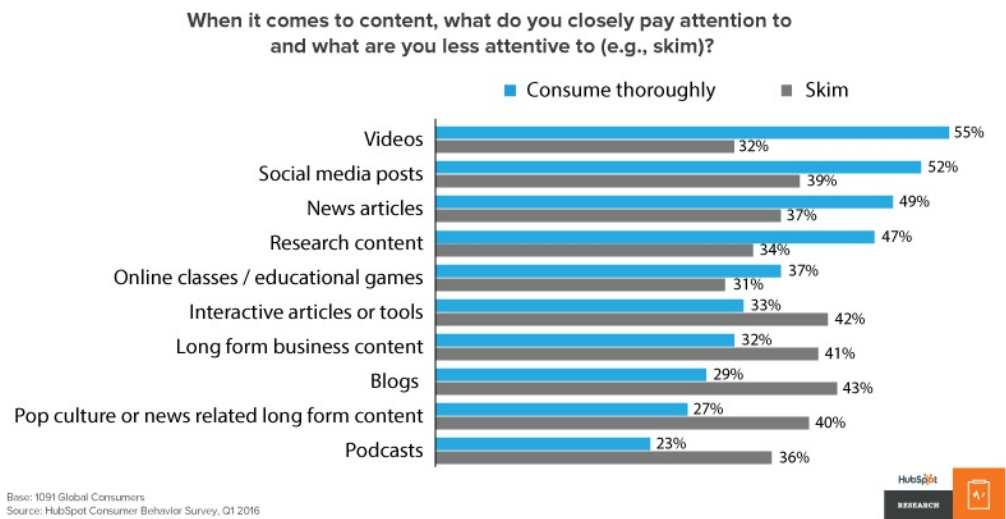
Kuva 1. Statistan tutkimus älypuhelimien vaikutuksesta kameratuotantoon (Richter 2019)

Kuvan sanotaan kertovan enemmän kuin tuhat sanaa ja video täten sitäkin enemmän. Seppälä (2019) toteaa videon roolin sisältötyyppinä kasvaneen merkittävästi sosiaalisessa mediassa. Videot saavat ihmisen pysähtymään. (Sorkio 2019, 16.)

Kaikki sosiaalisen median palvelut rakentavat nyt uusia ratkaisuja nimenomaan videosisältöä ajatellen. Somemarkkinoinnin trendeistä yhtenä kiehtovimmista kehityssuunnista pidetään sisältöä ja videota. Video on ollut puheenaiheena jo monta vuotta johtuen tarinoiden yleistymisestä sosiaalisen median palveluissa. Rajallisen katseluajan takia tarinoita pidetään huomattavasti vaikuttavampina kuin uutisvirtojen tarjoamaa sisältöä ja ne mahdollistavat useiden kuvien ja videoiden liittämisen yhdeksi tarinaksi. (Molin 2019, 6.)

Wyzowl'in (2020) tutkimuksen mukaan ihmiset katsovat 16 tuntia videoita netistä viikossa. Tämä on yli puolet enemmän kuin kaksi vuotta sitten. Hubspotin tutkimus kertoo ihmisten keskittyvän videoiden seuraamiseen tarkemmin kuin muiden nettisisältöjen kuten kuvassa 2 havainnollistetaan, ja

on kuluttajien kolmen toivotuimman tulevaisuuden sisältötyypin joukossa. Videot ovat siis tulleet jäädäkseen ja vain kasvattavat suosiotaan. (An 2019.)



Kuva 2. ”Mihin kiinnität enemmän huomiota sisällössä ja mihin vähemmän?” (An 2019)

Seuraavissa luvuissa tutkitaan mikä on laadukkaan videon määritelmä. Samalla sivutaan myös koko tuotannon laatua. Luvuissa 2.2 ja 2.3 tutustutaan tarkemmin videon teknisiin ja sisällöllisiin laatutekijöihin.

## 2.1 Laadukas video

”Jos pitäisi valita yksi asia, jonka takia joku video erottuu muiden videoiden massasta, olisi se laatu. Laatu vaihtelee, koska periaatteessa kaikki voivat kuvata ja julkaista videoita. Valitettavasti vain harva tietää, miten se pitäisi tehdä.” (Lauronen 2019.)

Tuotannon laatu määräytyy tuotannon arvon perusteella. Tuotannon arvo on yhdistelmä tuotannossa käytetyistä menetelmistä, materiaaleista ja taidoista eli teknisistä ja sisällöllisistä ominaisuuksista. Tuotannon budjetti määrittää merkittävästi minkä tasoinen tuotannon laatu tulee olemaan. Korkeamman budjetin projekteilla on tapana olla korkea tuotantoarvo, kun tuotanto on tehty oikein. Matalamman budjetin projektit ovat paljon vaikeampia tuottaa korkealaatuisina rajattujen resurssien takia. (TopPupMedia 2020.)

Laadukas videotuotanto lähtee sisällöstä. Sisältöä, eli tarinaa, suunniteltaessa tulee miettiä kohderyhmää, jolle video aiotaan suunnata. Erityisesti verkossa



ja sosiaalisessa mediassa video tulee suunnitella merkitykselliseksi, jottei se huku materiaalitulvaan. Tärkeitä ovat sosiaaliset objektit, eli teemat, jotka yhdistävät katsojia. Teemoja, jotka kiinnostavat kaiken ikäisiä, sukupuolisia ja eri uskontoihin kuuluvia ihmisiä. Ne luovat pieniä yhteisöjä sosiaalisten objektien ympärille. Sosiaalisia objekteja voivat esimerkiksi olla jännitystä nostattavat tempot tai videolla esiintyvä samaistuttava henkilö. Hyvin toteutettuna sosiaaliset objektit tarjoavat videolle tavan luoda merkitystä katselijoille ja saada heidät katsomaan videoita useamman kerran. (Berg 2016.)

Laadukas sisältö perustuu faktoihin ja totuuteen ja sillä on kyky herättää katsojassa tunteita, oivaltamisen riemua ja hyvää mieltä. Sosiaalisen median palveluissa laatu määrittyy sen mukaan kuinka hyvin luova idea, toteutus ja julkaisu ympäristön hyödyntäminen on onnistuttu yhdistämään. Onnistuessaan se voi herättää aitoa keskustelua tai jopa yleviä tekoja. (Lindholm 2019.)

Asiakkaan näkökulmasta mitattuna ollakseen laadukas, videon tulee tuottaa jonkinlaista arvoa näkijälleen eli olla yleisölleen relevantti. Video voi olla opetuksellinen, humoristinen, koskettava, maailmankatsomusta avartava, tiedottava tai ihan mitä vain. Asiakkaan on kuitenkin saatava jotain hyödyllistä irti videon katsomisesta. (Rullamedia 2017.)

Laadukas kuvamateriaali vaatii silti myös laadukkaan kuvausvälineistön. Aina ei kuitenkaan ole mahdollista tai kannattavaa tuottaa videota markkinoiden parhaimmalla ja hintavimmalla kalustolla. Sorkio (2019) toteaaakin halutun lopputuloksen määrittelevän tuotantoon valittavan kameran.

Mobiilikuvauksessa on tärkeää ymmärtää, ettei mobiililaitteella kuvattu materiaali tule näyttämään samanlaiselta kuin esimerkiksi järjestelmäkameralla kuvattu. Heti tuotannon alussa kannattaa määritellä lopullisen tuotoksen vaadittu laadullinen taso, ajankäyttö ja budjetti. Onko tarve televisiossa pyörivälle erikoisosaamista vaativalle mainosvideolle vai sittenkin sosiaaliseen mediamyllyyn jatkuvalla syötöllä laitettaville lyhyille videotervehdyksille? Nykyajan laitteiden, kilpailun kasvun ja kuvaamisen arkistumisen myötä, katsojat odottavat armottomasti saavansa terävälaatuista materiaalia verkko- ja tärykalvoilleen.

Laadukas videotuotanto ei ole siis vain tekninen taidonnäyte, vaan kokonaisuus, jossa osat ovat enemmän, kuin tekijöidensä summa. Olennaista on miettiä millainen videokokemus vahvistaa yrityksen viestintää ja luo kiinnostavaa sisältöä yhteisölle. (Berg 2016.) Videon laatu voidaankin jakaa kahteen eri näkökulmaan: sisällön laatuun ja tekniseen laatuun (Lauronen 2019).

## 2.2 Tekniset laatutekijät

Videoita näkyy kaikkialla ja älypuhelimien ansiosta kuka tahansa voi sellaisen kuvata. Paras tapa erottua joukosta on teknisellä laadulla. Katsoja ei jaksa katsoa videota loppuun, jos tekninen laatu on huono. Videon teknisen vaatimuksen perustasoon kuuluvat ainakin selkeä ääni, vakaa kuva, oikea raja-alue, riittävä valaistus ja oikea valon suunta. (Lauronen 2019.)

Kun pohditaan kameravalintaa tuotannolle, on hyvä huomioida seuraavia älypuhelimien ominaisuuksia, joilla on vaikutusta tuotantoon ja videon tekniseen laatuun:

*Älypuhelin on kamerana helppokäyttöinen* (Sorkio 2019). Kuvaustarpeen iskiessä yllättäen kännykkä on nopea ja yksinkertainen ottaa taskusta esiin ja painaa kameraominaisuus päälle automaattiasetuksilla. Ruutua kerran napauttamalla kamera tarkentaa ja säätää valotuksen ja pitkällä painalluksella lukitsee ne. Monissa älypuhelimissa on jo myös niin kutsuttu ammattilaisasetus, missä voi itse säädellä muun muassa kamerasuunnan kokoa ja valkotasapainoa. Näiden avulla videon teknistä laatua saadaan nostettua, kun lopputulosta pystytään hallitsemaan paremmin ja saadaan helpommin haluttu lopputulos.

*Älypuhelin mahtuu taskuun.* Älypuhelin on kokonsa puolesta otollinen aina mukana kulkevaksi kuvauslaitteeksi. Näin spontaanien videoiden tai yllättävien kuvaushetkien taltiointi ei kaadu ainakaan kuvauskaluston uupumiseen. (Sorkio 2019, 144.) Myös mobiilikuvauksen lisäkuvausvälineistö on kevyt ja esimerkiksi reppuun sopiva.

*Kuvattua materiaalia ei tarvitse siirrellä laitteiden välillä.* Jos videoita tehdään usein ja nopealla aikataululla tulee kuvatun materiaalin siirtojen olla helppoja ja soveltua suoraan editoitavaksi. Mitä korkeampaa kuvalaatua haluaa tuottaa, sitä isompi tiedostokoko ja sitä kauemmin tiedostojen siirtäminen laitteiden välillä kestää. (Sorkio 2019, 143.) Tuottaessa koko tuotanto kuvauksesta editointiin mobiililaitteella, ei kuvattua materiaalia tarvitse siirtää laitteelta toiselle kuten vaikka kuvattaessa järjestelmäkameralla ja editoidessa tietokoneella.

*Video kuvataan aina vaakasuunnassa* (Kortesuo 2019, 125). Vaikka pystyssä kuvaamisen suosio on noussut sosiaalisen median ansiosta, kuvaamalla vaakatasossa 16:9-kuvasuhteella saadaan leveämpi kulma, video täyttää koko ruudun varmasti ja näyttää myös hyvältä, katsottuna tietokoneelta tai televisiosta. Katsojan on helppo kääntää puhelin vaakatasoon ja katsojakokemusta ei pilaa sivuilla olevat mustat palkit.

*Alkuperäinen mikrofoni on altis ympäristön häiriöäänille.* Älypuhelimessa on sisäänrakennettu mikrofoni, joka ilman lisäosaa ei takaa kovin laadukasta lopputulosta videon äänimaailmalle. Nykyään videoiden katsominen ilman ääniä on yleistynyt ja tekstityksistä tullut tärkeä elementti videon seuraamisen kannalta. Äänimaailma on kuitenkin vahva tekijä videon sisällön laadun ja koko videon vaikuttavuuden kannalta. Siihen kannattaa panostaa huolella.

*Vähässä valossa kuvaaminen on hankalaa.* Hämäräkuvaamiseen vaikuttaa kameran kennon koko. Mitä isompi kenno, sitä enemmän kamera saa valoa ja sitä tarkempia kuvia myös vähemmän valaistussa tilassa. Kokonsa vuoksi älypuhelimeen mahtuu vain hyvin pieni kenno ja täten vähässä valaistuksessa kuvaaminen voi osoittautua puhelimella hankalaksi. Hämärän aiheuttama kuvassa näkyvä kohina laskee kuvanlaatua ja voi tehdä videoista käyttökelttomia (Sorkio 2019, 144).

*Älypuhelin pitää sijoittaa lähelle kuvattavaa kohdetta.* Älypuhelimien kameroissa on digitaalinen zoomaus, jolloin kamera usein vain rajaa tai venyttää kuvaa, näyttäen kohteen ruudulla ilmenevän isompana. Samalla kuvan vakaus herkistyy ja jokainen liikkahdus vaikuttaa liioitellummin. (Horrocks, 2019a.) Tämä laskee kuvanlaatua huomattavasti ja suositellumpi

vaihtoehto onkin vain siirtää itse kameraa lähemmäs kuvattavaa kohdetta tai hankkia erillinen makrolinssi erikoislähikuvia varten.

*Editointi onnistuu samalla laitteella kuin kuvaaminenkin.* Älypuhelimelle on olemassa useita editointiin sopivia sovelluksia. Mitä monimutkaisempi ja monitahoisempi lopputuloksen halutaan olevan, sitä hankalampi se älypuhelimella on editoida. Pieni ruutu vaatii sorminäppäryyttä ja esimerkiksi leikkauksen saaminen juuri oikealle sekunnille voi osoittautua hankalaksi. Nopea leikkaa-liimaa-ja-askartele-tyylinen video sopii mobiilieditointiin siis paremmin. Vaihtoehtoisesti kännykälläkin kuvattun materiaalin voi siirtää tietokoneelle editointia varten. Kännykällä kuvattu materiaali on tiedostokokonsa puolesta pienempi, joten sen siirtelykin on tällöin nopeampaa.

*Puhelimen muisti täyttyy nopeasti.* Videot vievät paljon tilaa laitteen muistista. Paljon kuvaavalle voi tallennustila tulla nopeasti täyteen ja muistin täyttyminen voi keskeyttää tuotannon, kun ylimääräistä sisältöä joudutaan pahimmalla hetkellä heitellä roskakoriin. Kannattaa ottaa tavaksi aina poistaa vanha materiaali tai siirtää se säilöön muistitikulle tuotannon päätyttyä, jotta uusien kuvausten alkaessa muistissa on varmasti tilaa.

### **2.3 Sisällölliset laatutekijät**

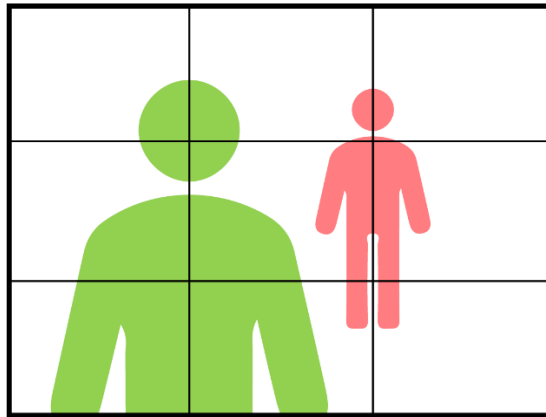
Teknisesti oppikirjamainen video voi olla tylsä ja täten katsojaluvultaan nolla. Pylkkö (2015, 6) tiivistää hyvän valokuvan koostuvan hyvin oivalletusta sommitelmasta, jossa on tallennettu tapahtuma oikealla hetkellä. Hän myös toteaa teknisesti onnistuneen valokuvan voivan olla sisällöltään köyhä ja tunnelmaton, kun taas sisällöltään onnistunut ja tunnelmallinen otos voi olla hyvä, vaikkei se olisikaan teknisesti täydellinen. Sama pätee videokuvaankin.

Sisäisenä tuotantona toteutetuissa kuvauksissa on kannattavaa seurata seuraavia perussääntöjä, kuten kuvakerronta, jotta katsojalle voidaan tarjota hyvin sommiteltuja ja mielenkiintoa ylläpitäviä ottoja.

*Kuvaa tarpeeksi kuvituskuvia.* Kuvituskuvin voidaan käyttää esimerkiksi etablointikuvia ja lähikuvia yksityiskohdista. Kuvituskuvien avulla videosta

saadaan visuaalisesti miellyttävämpi katselukokemus ja videon pituus pidettyä maltillisempänä. Kuvituskuvilla leikkaukset kuvasta toiseen saadaan sulaviksi ja korvata haastatteluista turhat änkytykset tai pitkät hiljaisuudet pois. (Sorkio 2019, 129.)

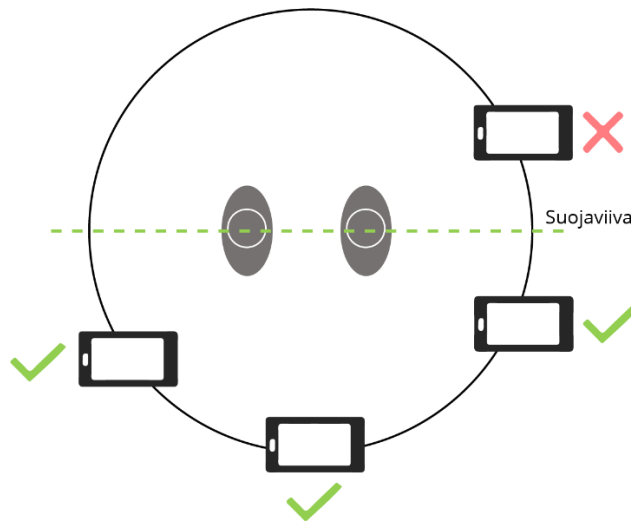
*Varmista, ettei pääkohde ole aivan kuvan keskellä.* Kuvan 3 mukaisesti sommittele mielenkiinnon kohteet hieman sivuun, viivojen kohdalle tai niiden risteyksiin, huomioiden kohteiden liikkeitä ja katseensuunnat. Tämä luo sopusuhtaisen sommitelman. (Pirttilä 2017.) Älypuhelimien valokuvaustilassa pystytään hyödyntämään 3x3 – apuruudukkoa, mutta valitettavasti tämä ominaisuus ei ole käytössä puhelimen videokuvaustilassa.



Kuva 3. Sommittelu 3x3 - ruudukon mukaan

*Pidä horisontti suorassa.* Ruudussa olevia luontaisia linjoja, kuten horisonttia, voidaan hyödyntää ohjaamaan katsojan katsetta kuvassa ja keskittymään oikeaan paikkaan. Kameran liike näyttää usein luonnolliselta, jos se seuraa luontaisia linjoja. Välillä voi kuitenkin olla tarpeellista esimerkiksi tehokeinona kuvata epäyhdensuuntaisesti tai jonkun muun linjan kautta. (Pirttilä 2017.)

*Älä ylitä suojaviivaa.* Tunnettu myös '180 asteen' – sääntönä. Tämä tarkoittaa, että kameraa ei voi vaihdella kuvitteellisen suojaviivan puolelta toiselle kuvattavaan kohteeseen nähden, kuten kuvassa 4. selvennetään, koska kuvattavan kohteen katseen ja liikkeen suunnan on pysyttävä koko ajan samana eri kuvakokojen välillä. Kohteen ei voida ensin näyttää katsovan oikealta vasemmalle ja seuraavassa otossa vasemmalta oikealle. Tämä hankaloittaa videon seuraamista ja voi tuntua katsojasta häiritsevältä. (Sorkio 2019, 130.)

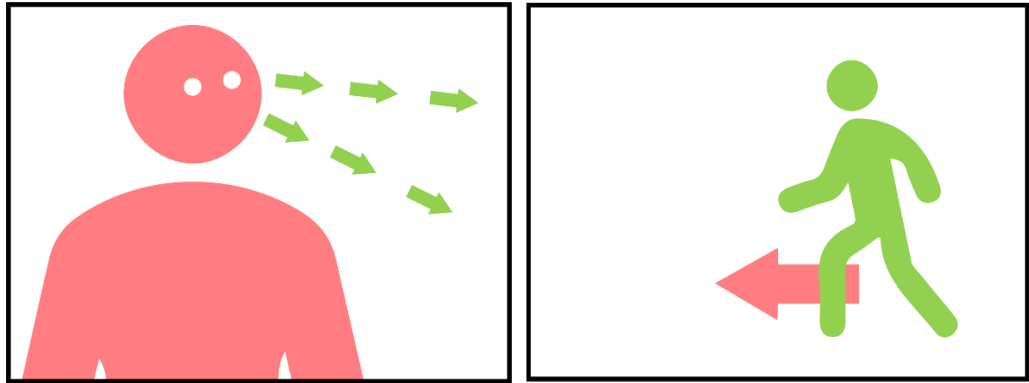


Kuva 4. 180 asteen - sääntö

*Kuvaa eri kuvakokoja.* Video on mielenkiintoisempi, kun siinä tarjotaan eri kuvakokoja ja täten vähän eri kuvakulmia. Yleisimmät käytössä olevat kuvakokojärjestelmät ovat 5-portainen ja 8-portainen järjestelmä (Sorkio 2019, 131). Videossa ei silti tarvitse hyödyntää monia eri kuvakoita, vaan haastattelusta saa jo mielenkiintoisemman, jos haastateltavasta näytetään esimerkiksi puolikuva ja lähikuva. Tärkeää on välttää hyppäämästä liian monen kuvakoon yli leikkauksessa. Katsoja ei välttämättä tällöin ymmärrä kuvien välistä yhteyttä, jos laajasta kuvasta leikataan suoraan johonkin yksityiskohtaan (Sorkio 2019, 132).

*Kuvaa vastakkaisesta kuvakulmasta.* Haastatteluvideoissa voidaan esimerkiksi tällä kuvakulmalla tuoda esiin haastateltavan lisäksi itse haastattelija. Kuvassa voi näkyä pelkästään haastattelijan kasvot tai molemmat. (Sorkio 2019, 132.)

*Jätä tilaa katseen suuntaan ja reunoille.* Rajattaessa kohdetta kameran näytölle, on parempi jättää enemmän tilaa kohteen katseen tai liikkeen suunnalle kuin kohteen takapuolelle, kuten kuvassa 5. Myös pään yläpuolelle voi jättää vähän ilmaa, jotta sommitelma ei vaikuta liian tiiviiltä. (Sorkio 2019, 132.)



Kuva 5. Tilan jättäminen katseen tai liikkeen puolelle

*Huomioi perspektiivi.* Kuvakulmalla voidaan vaikuttaa katsojan ajattelutapaan videosisällöstä. Silmätaso koetaan neutraaliksi, koska silloin katsoja on yhdenvertainen kameran kanssa. Alhaalta ylös kuvattuna, kohde esitetään arvovaltaisena, kunnioitettuna mutta mahdollisesti myös uhkaavana. Ylhäältä alas, eli lintuperspektiivistä kuvaaminen on sen vastakohta ja kuvattu kohde esitetään alisteisempana. (Digiportaati 2019a.) Kuvaamalla yllättävimmistä kuvakulmista, kuten maantasolta, voidaan arkisistakin asioista muokata mielenkiintoisia, kun niitä ei esitellä katsojille totutusta perspektiivistä.

### 3 MOBIILIVIDEOTUOTANTO

Seuraavissa luvuissa käydään läpi tavalliseenkin videotuotantoon kuuluvat vaiheet: esituotanto, tuotanto ja jälkituotanto ja esitellään mobiilituotannon aikana tarvittavaa kuvausvälineistöä. Tuotantovaiheissa huomioidaan yrittäjälähtöisyys, ajankäytön tehostaminen ja resurssien vaaliminen pyrkien mahdollisimman korkealaatuisen lopputulokseen.

#### 3.1 Kuvausvälineistö

Kaikista hyvistä puolistaan huolimatta mobiililaitte ei välttämättä yksinään riitä, jotta päästään tuotannolle asetettuihin laadullisiin tavoitteisiin. Ylimääräisellä kuvausvälineistöllä nostetaan tuotannon laatua, nopeutetaan tiettyjä prosessin vaiheita ja lisätään tuotannon käytännöllisyyttä. Parantamalla videon äänenlaatua, vakautta, valon määrää ja laitteiden akunkestoa edistetään videotuotannon valmistumista suunnitelman mukaisesti, kun aiemmassa

vaiheessa toteutuneiden virheiden peittelyyn tai uusintakuvauksiin ei tarvitse käyttää aikaa.

### *Älypuhelin*

Law (2019) tuli omissa tutkimuksissaan siihen lopputulokseen, että vanhemman malliset markkinoilta löytyvät älypuhelimet kelpaavat hyvin videokuvaamiseen. Muistitilaa puhelimesta kannattaa silti olla vähintään 64gb, sillä videot täyttävät muistin nopeasti ja kuvatessa enemmän materiaali on parempi kuin vähemmän. Law toteaa 1–2 puhelimen riittävän yritysten mobiilivideotuotantoihin. Kahdella puhelimesta pystyy useampi henkilö tuottamaan enemmän videoita kuin yhdellä tai kuvaamaan jonkin videon multikameratuotantona, esimerkiksi haastattelun samanaikaisesti kahdesta eri kuvakulmasta. Tällöin myös erikseen yritykselle mobiilivideokuvauskäyttöön hankitut puhelimet on luultavasti hankittu niiden kamera- ja videokuvauksominaisuuksiensa puolesta, jolloin jo senkin puolesta hyvään kuvaresoluutioon on panostettu. Toinen vaihtoehto on hyödyntää jo työntekijöillä olevia työpuhelimia, jolloin yrityksen ei tarvitse hankkia erillisiä puhelimia.

Ennakoimalla ajoissa mobiililaitteen rajallisuuteen pystytään vaikuttamaan tuotannon laatuun. Näin lopputulosta päästään hallitsemaan paremmin. Aiemmassa luvussa 2.2 Tekniset laatutekijät, kerrotaan älypuhelimien kameran teknisistä puutteista ja hyödyistä.

Useimmissa puhelimesta takakamera on parempi, koska se pystyy näyttämään enemmän kirkkautta ja täten erottelemaan värit paremmin toisistaan kuten kuvassa 6 vertaillaan. Sillä saa siis tuotettua kuvia ja videoita paremmalla resoluutiolla. Etukameraa käytetään pääosin selfiekuviin ottoon ja videopuheluihin, joissa kohde on usein lähellä kameraa ja valaistus tarpeeksi hyvä. Pienen kokonsa vuoksi, monissa puhelimesta ei ole yksinkertaisesti tilaa yhtä laadukkaille kameran sensoreille sekä edessä ja takana. Puhelimen etupuolelta löytyy jo kosketusnäyttö, valosensori, kaiutin ja merkkivalo, joten tilanpuutteen vuoksi takakamera soveltuu myös paremmin pääasialliseksi kameraksi puhelimesta. Takakamera onkin suunniteltu kuvien



ottamiseen perinteisen kameran lailla, vaakatasossa ja niin että kuvaaja näkee live-tilanteen ruudulta. (Smartphone photography tips 2019.)



Kuva 6. Etu- ja takakameran kuvalaatuvertailu (Smartphonephotogpahdytips 2019)

Selfiebuumin kasvun myötä myös etukameraan on panostettu. Markkinoilta löytyy jo puhelimia, joiden etu- sekä takakamera ovat yhdenveroisia. Kuvaajalle, jonka pääasiallinen tarkoitus ei ole kuvata vain selfieitä, etukameralla ei ole niinkään väliä.

### *Mikrofoni*

Pyhälän (2017b) mukaan mobiilivideoiden yleisin kompastuskivi on heikko äänenlaatu. Vaikka nykyään iso osa videoista katsotaan ilman ääntä, luottaen tekstityksiin, on äänituotannolla iso rooli videon vaikuttavuudessa. Hyvä ääni viestii videon laadukkuudesta. Ääni voi pelastaa astetta huonomman kuvalaadun mutta huonotasoista ääntä ei auta parempilaatuinen kuva.

Kännykän oma sisäänrakennettu mikrofoni toimii parhaiten ollessaan alle metrin päässä kohteesta (Mobile Journalism Manual 2018a). Kuvaustilanteen mukaan tämä voi osoittautua hankalaksi ja rajoittaa haluttua kuvarajausta, jos samalla kameralla kuvataan ja äänitetään. Kauempaa äänitettynä kännykän mikrofoni nappaa ääniraidalle mukaansa ei-toivotut ympäristön hälyt. Tämä voi sisältää ohi ajavat autot, ihmiset ja ilmanvaihtolaitteen huminan. Katsoja huomaa helposti kaikki ylimääräiset taustaäännet ja pahimmassa tapauksessa se voi vaikuttaa päätökseen videon katsomisesta loppuun asti.



Kuva 7. Ulkoisia mikrofoneja; nappimikrofoni, suuntamikrofoni ja tavallinen kädessä pidettävä mikrofoni

Ulkoisella mikrofonilla taataan ammattimainen äänenlaatu ja miellyttävä kuuntelukokemus. Digiportaati (2019b) nostaa nyrkkisäännöksi "sitä parempi äänenlaatu mitä lähempänä mikrofoni on äänilähdettä". Ulkoisia mikrofoneja ovat haastatteluihin sopivat nappimikrofoni ja perinteinen kädessä pidettävä mikrofoni sekä usein suoraan puhelimeen kiinnitettävä suuntamikrofoni, joskus myös "haulikkomikrofoniksi" kutsuttu. Nämä löytyvät kuvasta 7. Yrityksen kannattaakin siis tuotantoa suunnitellessaan valita sen mukaan omia tarpeita vastaava mikrofoni.

Käyttämällä ulkoista mikrofonia ottaa ensimmäisen askeleen kohti sujuvampaa tuotantoa. Ympäristötekijät on silti osattava huomioida. Ulkokuvauksissa tuulisella säällä on viisasta käyttää mikrofoniin erillistä tuulensuojaa tai siirtyä suojaisampaan paikkaan ja olla kuvaamatta alueilla, joissa on välttämättä ylimääräistä melua ja hälinää.

### *Tripod ja gimbaali*

Vakaa kuva on yksi laadukkaamman videon tuntomerkeistä. Käsivaralla kuvatessa älypuhelimella on hankala saada täysin vakaata kuvaa ihmiskehon luontaisten liikkeiden takia. Tärinä estää puhelimen kameraa tarkentamasta kunnolla kohteeseen, jolloin kuvanlaatu on heikompi.

Useimmissa älypuhelimissa on kamerassa sisäänrakennettu vakain, EIS tai OIS tai mahdollisesti yhdistelmä kumpaakin. Kumpikaan vakain ei ole tarkoitettu isoimpien liikkeiden häivyttämiseen, vaan madaltamaan ihmiskehon tekemiä liikkeitä. (Horrocks 2019b.)

OIS eli *optical image stabilizer* perustuu dokumentoidun kuvan vakauttamiseen muuttamalla optista reittiä kameran sensoriin ennen kuin sensori kääntää kuvan digitaaliseksi dataksi. Yksinkertaisemmin sanottuna vakaa kuva saadaan aikaiseksi leijuvan linssin, gyroskoopin ja pienien moottorien avulla. Vakaimessa oleva pieni ohjain liikuttaa kännykän kameran linssiä hienovaraisesti ehkäistäkseen ei-haluttuja liikkeitä. Esimerkiksi kun kamera liikahdaa oikealle, linssi asettuu enemmän vasemmalle. (Horrocks 2019b.)

EIS eli *electronic image stabilizer* pohjautuu ohjelmiston tekemiin korjailuihin eikä käytä avukseen fyysisiä elementtejä, kuten OIS. Kun napataan kuva, EIS pitää tallessa yhtä kuvaa referenssinä ja vertaa niitä seuraaviin onnistuneisiin otoksiin. Ohjelma yrittää vähentää liikkeen aiheuttamaa tärähtelyä asettamalla jokaisesta kuvasta tietyt pisteet kohdakkain. Tämä saattaa kuitenkin aiheuttaa kuvanlaadun laskua. (Horrocks 2019b.)

Jalusta (kuva 8) ja pidike (engl. clamp) (kuva 9), jolla kännykkä saadaan kiinnitettyä jalustaan ovat järkeviä hankintoja ja yksinkertaisia ratkaisuja vakaan kuvanlaadun saamiseksi. Pidikettä voi myös sellaisenaan käyttää kännykän tukemiseen tasolla mutta se ei sinällään lisää yhtään vakautta liikkeessä. Jalusta avustaa myös käsivaralla kuvatessa vastapainona, madaltaen näin kameran äkkinäisiä liikkeitä.



Kuva 8.- 1. Gorillapod – jalusta ja pidike

Gimbaalit ovat mekaanisia kuvanvakaajia, yksinkertaisimmillaan pidike ja motorisoitu kahva. Useimmat gimbaalit ovat 3-akselisia (osa 2-akselisia), jolloin se pystyy huomioimaan kameran kääntymisen niin pysty-, pituus kuin myös poikkiakselilla. Kameran vakauttamisen lisäksi gimbaaleissa voi olla usein kohteenseuranta ominaisuus, joka helpottaa nopeasti liikkuvan kohteen kuvaamista sekä ohjelmoitu panoraamakuvaus.

### *Lisävalo*

Mitä enemmän valoa, sitä paremmin näemme. Sama toimii myös kameroissa. Ne tosin tarvitsevat huomattavasti enemmän valoa kuin silmämme. Kameran kennon koko vaikuttaa sen suorituskykyyn hämärissä olosuhteissa. Mitä pienempi kenno sitä vähemmän valoa linssi saa käyttöönsä ja sitä vähemmän lopullisessa kuvassa näkyy. Kännykän kameran yksi merkittävimmistä heikkouksista onkin sen pieni kenno. Kameran asetuksista pystyy säätämään valoherkkyyttä eli ISO-arvoa mutta tämä voi liian korkeaksi säädettynä tehdä kuvasta rakeisen. Pimeässä olevia objekteja ei kannatakaan väkisin saada näkymään ruudulla, vaan valaista kuvauspaikkaa keinovaloilla.

Valon itseisarvon lisäksi niiden avulla voi luoda haluamansa tunnelman sijoittelun, kirkkausasteen ja värien avulla. Huolella tehty valosuunnittelu nostaa videonlaatua ja on mielenkiintoisempi kuin tasainen perusvalaistus tai epäonnistunut valaistus.



Kuva 2. Pieni led-valo

Pidikkeeseen kiinnitettävät kannettavat led-valot, jollainen on esimerkiksi kuvassa 10, ovat helppo ja nopea ratkaisu. Pienestä koostaan huolimatta ne ovat yllättävän tehokkaita ja pakettiin usein kuuluu uudelleenladattavat akut. Yhdellä päävalolla yritys pääsee liikkeelle ja kolmella pystyy rakentamaan hyvän kolmen pisteen valaisun.

Luonnonvalolla pääsee silti pitkälle ja erityisten led-valojen hankkimisen sijaan on järkevää tutkia ympäristöään ja jo tilassa olevia valoja ja miten niitä voisi hyödyntää. Tässä ratkaisussa on huomioitava valojen eri värisävyt ja niiden mahdollinen sekoittuminen.

### *Mobiiliobjektiivit*

Mobiiliobjektiiveilla (kuva 11) eli erikseen puhelimeen kiinnitettävillä linsseillä voidaan monipuolistaa puhelimella kuvattuja videoita. Niiden tarpeellisuus riippuu puhelimen kameran ominaisuuksista. Nykyään osa älypuhelimien kameroista on jo niin kehittyneitä, että makrolinssiä ei välttämättä tarvitse vaan ilmankin pystyy tarkentamaan yhtä lähelle käyttämällä kameran digitaalista zoomia.



Kuva 3. Mobiiliobjektiivit

### *Sovellukset*

Kamera- ja editointisovellukset antavat lisää vaihtoehtoja kuvan säätöjen tekemiseen. Useimpien älypuhelimien kamerrat pystyvät kuvaamaan 1080p

(full HD) ja osa jopa 4K-tasoista videota. Useimmat eivät siltikään anna mahdollisuutta hallita erikseen tarkennusta, valotusta tai äänitasoja.

Kamerasovelluksia on monia, maksullisia ja ilmaisia. Mobile Journalism Manual (2018b) listaa kärkinimeksi Filmic Pro'n, joka toimii niin iOSilla kuin myös Androidilla. Filmic Pro on jatkuvassa päivityksessä ja sovelluksen omilta sivuilta voi käydä katsomassa ohjevideoita. Hyväksi vaihtoehdoksi on listattu astetta halvempi ProShot. Muita mainittuja sovelluksia on ilmainen Open Camera ja Cinema 4K.

Puhtaasti pelkästään puhelimella editoimalla onnistuu vain kuvatun materiaalin trimmaaminen videon alusta ja/tai lopusta. Eri videopätkien liittäminen yhteen ja kokonaisen videon koostaminen ilman erillistä sovellusta on tällä hetkellä mahdotonta. Kuten kamerasovelluksia, on editointisovelluksiakin useampia ja osa sopii tiettyihin tarkoituksiin paremmin kuin toiset. Monipolkuista editointia, yksinkertaisia somevideoita, grafiikoita ja audiota varten on oma sovelluksensa.

Monipolkuinen editointisovellus jäljittelee tietokoneilla käytettäviä editointiohjelmiä. Mobile Journalism Manual (2018b) nostaa ykköseksi LumaFusion-nimisen sovelluksen, joka toimii ainoastaan iOS-käyttöjärjestelmällä. KineMaster soveltuu käytettäväksi myös Android-käyttöjärjestelmällä. Yksinkertaisempaan editointiin suositellaan Quik'ia ja Animoto'a. Hyvä vaihtoehto silloin, kun halutaan tuottaa nopeasti ja mutkattomasti videoita sosiaaliseen median. Erillisiä grafiikalle ja audiolle tarkoitettuja sovelluksia voi hyödyntää silloin, jos itse editointisovellus ei ole tarpeeksi kattava niiden osalta.

Parhaimmillaan voi yhtä videota varten siis hyödyntää useampaa eri editointisovellusta. Yhdellä voi leikata ja yhdistää haluamansa videoklipit ja toisella tehdä värikorjailut ja graafiset elementit. Ongelmaksi voi esimerkiksi nousta vesileima, jonka editointisovellus lisää automaattisesti osaksi videota, usein videon loppuun. Tämä on yksinkertaista kiertää lataamalla valmis video toiseen editointiohjelmaan, joka ei lisää omaa vesileimaansa, ja vain leikata vesileimattu osio pois.

Yhteenvetona tärkein väline mobiilivideokuvauksessa on, kuten missä tahansa muussakin kuvauksenmuodossa, tietenkin itse kamera eli tässä tapauksessa älypuhelin. Videon voi tuottaa ilman mitään muita välineitä. Jokainen lisätty apuväline nostaa kuitenkin tuotannon ja sen lopullisen tuotoksen laatua ja nopeuttaa tuotannon kuvaus- ja editointivaihetta helpottamalla niiden suorittamista. Vähintään on suositeltavaa hankkia jalusta, pidike, ulkoinen mikrofoni ja editointisovellus, mitkä auttavat saamaan vakaata videokuvaa kirkkaalla äänenlaadulla ja mahdollisuuden edes yksinkertaiseen videon jälkikäsitteilyyn. Apuvälineillä edesautetaan onnistuneen oton saantia, ehkäistään vasta editointivaiheessa huomattavia virheitä ja täten säästetään aikaa virheiden korjaamisilta ja uusintakuvauksilta. Lisävalot, linssit ja gimbaali ovat kannattavia lisähankintoja, jos haluaa yrityksen videotuotantoon panostaa vielä enemmän.

### **3.2 Esituotanto**

Olipa kyseessä millainen videotuotanto tahansa, on tärkeää käydä tietyt asiat ja vaiheet läpi jo esituotannossa. On vain ajan ja resurssien tuhlausta aloittaa kuvaukset, jos ei ole selvillä mitä sitä sanoisi, mitä videolla yritetään viestittää ja ketä tavoittaa tai mitä kaikkea videon halutaan edes sisältävän. Sorkio (2019, 97) listasi seuraavat kysymyssanat, joihin kannattaa vastata suunnitelmaa tehdessä; Mitä, miksi, kenelle, miten ja lopputulos.

*Mitä.* Millaista videosisältöä ollaan tekemässä. Tuotetaanko esimerkiksi haastatteluvideo tai opetusvideo? Mikä on videon perimmäinen viesti.

*Miksi.* Minkä takia tuotettu video on tarpeellinen. Niin katsojan näkökulmasta kuin itse yritykselle. Mitä katsoja voi oppia videosta ja millä tavalla video auttaa yrityksen sisältömarkkinoinnin tarvetta. Mikä vaikutus videosta halutaan.

*Kenelle.* Ketkä ovat videon kohderyhmää ja millaiseen segmenttiin se suunnataan.

*Miten.* Mikä on videon sisältö, formaatti, tyyli ja toteutustapa.

*Lopputulos.* Millaiseen lopputulokseen ollaan tyytyväisiä. Kuinka monta ja kuinka pitkiä videoita tuotetaan. Tarvitseeko tuottaa useampia versioita somekäyttöön.

Helppoja ideointitapoja ovat esimerkiksi moodboard, storyboard ja kuvalista. Samalla näitä voi hyödyntää käsikirjoituksina ja tarkistuslistoina, jotta kuvausten aikana muistetaan ottaa kaikki tarvittavat otot ja editointivaiheessa näitä voidaan hyödyntää ohjenuorina haluttuun lopputulokseen pääsemiseksi. Tämä nopeuttaa jälkituotantoa, kun kaikki on jo ennalta suunniteltu ja editoidessa voi vain seurata käsikirjoituksessa missä järjestyksessä mikäkin otto tulee. Mahdollisten muuttujien varalta on myös hyvä, että suunnitelma on kirjoitettu konkreettisesti ylös, eikä sijaitse vain yhden henkilön pään sisällä. Tällä tavalla, jos tuotantoryhmään kuuluu useampi henkilö, he ovat paremmin kartalla mitä tapahtuu ja tietävät täten paremmin mitä ja miten heidän kuuluu roolinsa tehdä. Tuotannon laatu paranee ja tehokkuus nousee. Jos editoija on erillinen henkilö, hän pystyy helposti tuottamaan videon saamansa käsikirjoituksen mukaan.

Pyhälä (2017a) painottaa aikataulutuksen tärkeyttä. Jos tuotantoon käytettyä aikaa ei ole mietitty ennalta, on kokonaisuus herkkä muutoksille ja näin myös virheitä sattuu helpommin. Tämä voi vaikuttaa esimerkiksi tuotannon budjettiin tai valmistumisen määräaikaan.

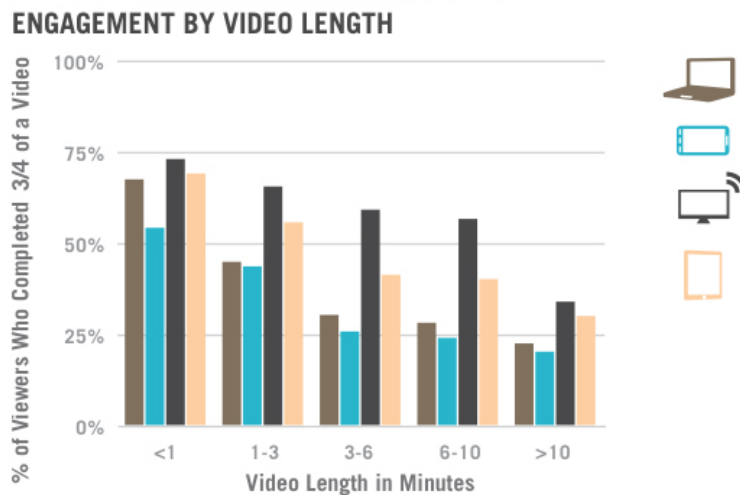
Tuotannon monimutkaisuuden mukaan aikataulu voi olla niinkin yksinkertainen, kuin että siinä kerrotaan, milloin aloitetaan rakentamaan kuvausympäristön puitteita, milloin aloitetaan itse kuvaaminen, milloin kuvaukset lopetetaan, paljonko aikaa on editoinnille ja milloin on julkaisupäivä. Aikataulutus auttaa projektia edistymään ajallaan, kun kaikki osallistujat ovat tietoisia, milloin mitäkin pitää olla tehtynä. (Sorkio 2019, 127–128.)

Yksinkertainen, spontaani lyhyt video voi onnistua ilmankin tarkempaa käsikirjoitusta mutta on silti järkevämpää miettiä ja kerrata mitä tulee sanomaan ennen play-napin painamista. Näin säästytään useammilta otoilta, kun kesken kaiken ei tarvitsekaan alkaa miettimään mitä haluaa sanoa tai myöhemmin editoidessa huomata, että jokin sanottava jäi sanomatta. Pahimmassa tapauksessa koko kuvaukset pitää järjestää uudelleen. Vaikuttavimmat videot ovatkin usein tarkoin tehdyn suunnitelman lopputulos.

Videot kannattaakin pitää niin lyhyinä kuin mahdollista. Videot vaativat enemmän katsojan aikaa kuin sitä vastaava tekstikappale koska niitä ei voida



yhtä nopeasti silmäillä lävitse. Katsojat ovat huolellisia ajankäytöstään ja haluavat tietää paljonko aikaa heidän tulee varata sisällön katsomiseen. Videosisällön maailmassa jo muutama sekunti voivat tuntua pitkältä katsojalle. Täten lyhyet videot ovat parempia huomion ylläpitämiseen, kuten kuva 12 osoittaa. (Babich 2017.)



Kuva 4. Kaavio katsojien sitoutumisesta katsoa videota verrattuna sen pituuteen (Babich 2017)

Huolellisessa suunnittelussa kannattaa huomioida videon monikäyttöisyys. Sama video voi taipua verkkokäyttöön, messunäytöille, esittelytilaisuuksiin ja sosiaaliseen mediaan. Jos yksi sama video ei taivu automaattisesti ihan kaikkeen, siitä voidaan tehdä useita eri versioita, missä pohja pysyy samana.

Ajankäyttöä ja resursseja suosivaa on myös kuvata useampi video kerralla, esimerkiksi teemoittain, kuin rakentaa samanlainen kuvausympäristö useampaan otteeseen. (Suuronen 2015.) Videokonsepti kannattaa pitää niin yksinkertaisena, että se on helposti toistettavissa uudelleen mutta joka kerta yhtä mielenkiintoinen. Konsepti on tarpeeksi yksinkertainen, jos voit tehdä kolme samanlaista videota päivässä (Pohjonen 2019).

### 3.3 Tuotanto

Tuotantovaiheessa tuotetaan kuva ja ääni. Tuotanto on vaiheista kaikkein kriittisin lopputuloksen kannalta, vaikka kestoiltaan mahdollisesti vaiheista samalla lyhin. Jos tuotanto hoidetaan asiantuntevasti ja huolella, on työ jälkituotannossa paljon helpompaa (Sorkio 2019, 128–129). Kuvaamalla heti

ensimmäisellä kerralla oikein, säästetään mahdollisiin uusintakuvauksiin kuluvat aika ja resurssit.

Kun tuotannon kameraksi on valittu älypuhelin, on kuvauksissa huomioitava tämän valinnan tuomat tekniset rajoitteet ja miten työskennellä niiden kanssa parhaimman lopputuloksen saamiseksi. Nämä ovat käyty jo aiemmassa luvussa 2.2 Tekniset laatutekijät.

Mobiilikuvaukset on edesauttanut pienen kuvausryhmän mahdollistamisen. Pelkästään yksi ihminen riittää, kun tarvittava kalusto mahtuu reppuun, on kevyt kantaa ja kaluston voi rakentaa toimimaan tuotannon ajan paikallaan. Yrittäjä voi siis ilman ylimääräisiä apukäsiä tuottaa videoita kokonaan itse tai työllistää yhden työntekijänsä kerrallaan.

Ajankäytön tehostamiseksi ei kannata turhaan kuvata useamman minuutin ottoja, jotka näyttävät samanlaisilta. Sen sijaan kannattaa ottaa useita maksimissaan parinkymmenen sekunnin ottoja, joissa kaikissa on eri kuvakulma. Näin editoinnissakaan ei kulu turhaan aikaan pitkien ja turhien ottojen läpikäyntiin. Kuvituskuvia kun mahdollisesti näytetään vain pari sekuntia kerrallaan. Suositeltavaa on silti kuvata mieluummin liian paljon kuin liian vähän, jotta valinnanvaraa parhaimpaan ottoon jää tarpeeksi editointivaiheeseen.

Kuvattaessa on myös järkevää laittaa puhelin lentokenttätilaan sekä laittaa värinäähälytys pois päältä, jolloin vahingossa kuvausten aikana tulevat soitot ja viestit eivät pilaa tai keskeytä meneillään olevia kuvauksia. (Sheppard 2017.) Kuvattaessa vilkkaassa ympäristössä, kuten yrityksen työtiloissa, häiriöttömän kuvaustuokion takaamiseksi kannattaa myös ilmoittaa muille lähietäisyydellä oleileville henkilöille kuvauksien alkamisesta.

### **3.4 Jälkituotanto**

Jälkituotannossa kuvattu materiaali työstetään lopulliseen, julkaisukelpoiseen, muotoon. Editoiduilla yksittäisillä otoksilla leikataan ja liitetään toisiinsa niin, että ne muodostavat toimivan kerronnallisen kokonaisuuden. Mobiililaitteella editoidessa, kannattaa rakenne pitää yksinkertaisena. Pieni ruutu on

ergonomialtaan huono monimutkaisten, useampi rataisten, videoiden kasaamiseen.

Mitä tarkempaa ja laadukkaampaa työtä aiemmissa vaiheissa on tehty, sitä nopeampaa työ tässä vaiheessa tulee olemaan. Jos kuvattaessa äänenlaatu on saatu nappiin, ei aikaa kulu sen pelastamiseen ja parantelemiseen editoinnissa. Kun kaikki suunnitellut otokset ovat kuvattuna ja mieleisiä, voidaan vain suunnitelman mukaisesti ne järjestää oikeaan järjestykseen kuin että tässä vaiheessa alettaisiin miettiä, miten sattuman mukaisesti kuvatuilla oilla saataisiin haluttu viesti perille.

Kuinka nopeasti video saadaan kasaan, on editoijan sorminäppäryydestä kiinni. Editoinnin voi tehdä kokonaan puhelimella, jolla tuotanto on myös kuvattu. Näin kaikki tarvittavat otokset löytyvät suoraan oikeasta laitteesta. Puhelimen näyttö on varteenotettavan pieni verrattuna tietokoneen, tai edes tabletin omaan näyttöön. Tämä voi aiheuttaa ongelmia, kun halutaan ajoittaa ja leikata tiettyjä ottoja sekunnilleen oikeaan hetkeen. Editointi puhelimella vaatiikin kärsivällisyyttä.

Puhelimen sijaan editoida voi siis myös tietokoneella, mutta tällöin kaikki kuvausvaiheessa tuotettu materiaali pitää ensin siirtää puhelimesta tietokoneelle. Materiaalin määrän mukaan tämä voi viedä aikaa. Tietokoneen hiiren tarkkuus ja iso ruutu voivat tehdä editoinnista nopeamman. Lopullisen tuotoksen jakaminen onnistuu kummalta laitteelta tahansa, joten se ei ole vaikuttava tekijä.

#### **4 OPPAAN KEHITTÄMINEN JA TOTEUTUS**

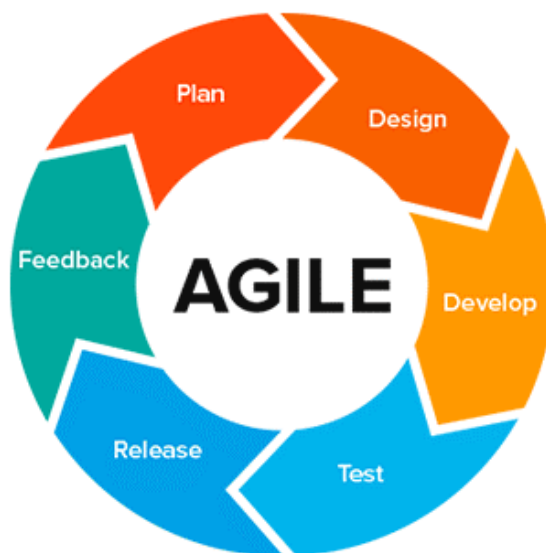
Tässä luvussa esitellään oppaan kehitysmenetelmät, kerrotaan mobiilivideokuvaus-oppaan toteutuksesta ja esitellään toimeksiantaja, Digiportaati. Kehitysmenetelmät avataan ensin yleisellä tasolla. Myöhemmissä kappaleissa 4.3 ja 4.4 havainnoidaan, miten niitä hyödynnettiin toimeksiannon toteutuksessa.

## 4.1 Kehitysmenetelmät

Erilaisia kehitysmenetelmiä on paljon ja niistä kukin sopii ominaisuuksiltaan erilaisiin tarkoituksiin. Tämän opinnäytetyön toimeksiannon kehitysmenetelmäksi valittiin ketterä kehitysmenetelmä. Tarkempana kehityskohteena huomioitiin oppaan käyttökokemus.

### *Ketterä kehitys*

Vuonna 2001 julkaistu *ketterä manifesti* (Agile Manifesto) teki Agile eli ketterä-termistä tunnetun. Ketterän kehityksen maailmassa lähdetään siitä, että ei ole olemassa yhtä oikeaa tapaa saavuttaa haluttu lopputulos (Poimala & Tolvanen 2013). Tarkasti määriteltyjen vaiheiden ja ohjeiden seuraamisen sijaan luovuudelle jätetään tilaa varautumalla muutoksiin työmallilla. Työssä ei edetä lineaarisesti vaiheesta toiseen vaan kierretään samaa silmukkaa suunnittelusta toteutukseen ja arviointiin kerta toisensa jälkeen kuvan 13 näyttämällä mallilla. Samalla kun projekti etenee, sen suuntaa voidaan aistia ja korjata. (Pulkkänen s.a.)



Kuva 5. Ketterän kehityksen periaate (Abellán 2020)

Agile toimii hyvin pienempiin ja luovuutta vaativiin projekteihin, joissa on tiukka kehitysrytmi ja toteutustapa saa muuttua projektin aikana (Pulkkänen s.a). Ketteryyden avulla voidaan korjata ja hioa projektin prioriteetteja ja vaatimuksia projektin suorituskyvyn mukaan samalla kun kehitetään

asiakaskokemusta heidän jatkuvalla osallistumisella projektiin (Abellán 2020). Tärkeää on siis myös tiivis ja jatkuva yhteistyö tiimin ja sidosryhmien välillä.

Ketteryyden vahvuuksia ovat toteutusvaiheen tekemisen tehostaminen, ylimääräisen työn minimointi ja toimivan lopputuloksen takaaminen. Tämä johtaa kustannusten pienenemiseen, lyhyempään toteutusaikaan ja parempaan asiakastyytyväisyyteen. Agilen kääntöpuoli on sen vaikeus määritellä tarkka aikataulu ja budjetti etukäteen sillä kaikkia muutoksia on vaikea ennakoida. (Oppia.fi 2019.)

Ketteryys valittiin tähän opinnäytetyöhön sen joustavuuden ja asiakaslähtöisen toimintaperiaatteensa takia. Alusta lähtien oli selvää, että toimeksiantajat osallistuisivat aktiivisesti oppaan tuottamiseen kertomalla mielipiteensä ja esittämällä muutosehdotuksia, jotta se vastaisi sisällöllisesti ja ulkoisesti heidän tarpeitaan. Projektin aikana pitäisi pystyä siis myös tekemään muutoksia ja kehittää opasta eteenpäin saatujen palautteiden perusteella. Luvuissa 4.2-4.4 käydään läpi oppaan lähtökohdat, toteutus ja matkan varrella tehdyt silmukat.

### *Käyttökokemus*

Käyttökokemus (eng. User Experience) käsittää kaiken, mitä käyttäjä kokee, havainnoi, tuntee ja ajattelee käytön aikana ja sen jälkeen (Viljanen 2020). Se ei käsittele niinkään käytettävyyttä vaan tunnetta käytettäessä.

Tunnepohjainen yhteys kerrostetaan käytettävyyden päälle, jotta voidaan luoda miellyttävä käyttökokemus. (Babich 2016a.)

Enää ei siis riitä, että käyttöliittymä toimii tehokkaasti. Palvelun tulee olla paitsi miellyttävä ja helppo käyttää, myös visuaalisesti tyylikäs. Käyttökokemuksen tavoitteena on tuoda lisäarvoa käyttäjälleen, joten suunnittelun lähtökohdaksi on tärkeää asettaa aina palvelun loppukäyttäjä. (Tiilikka 2016.)



Kuva 14. Peter Morvillen luoma käyttökokemuksen hunajakkenno (Morville 2004). Tyylittely Hanna Kuisma.

Helpottaakseen ihmisiä ymmärtämään käyttökokemuksen olevan enemmän kuin vain käytettävyyttä, Morville (2004) loi käyttökokemuksen hunajakennon, joka näkyy kuvassa 14.

Morville avaa kutakin osa-aluetta seuraavanlaisesti:

- **Hyödyllinen**, (useful) – täyttää käyttäjän jonkin tarpeen
- **Haluttava**, (desirable) – kokonaisuus, kuvat ja teksti, tukee brändiä ja huomioi käyttäjän tunteet
- **Saavutettava**, (accessible) – käyttäjäkokemus on kaikille samanlainen eli huomioidaan myös toimintakyvyiltään rajoittuneet käyttäjät
- **Uskottava**, (credible) – käyttäjän saama tieto on luotettavaa
- **Löydettävä**, (findable) – käyttäjä löytää ratkaisun ongelmaansa nopeasti
- **Käytettävä**, (usable) – käyttäminen on helppoa
- **Arvokas**, (valuable) – tieto tuottaa arvoa käyttäjälle. (Morville 2004.)

Hunajakkenno auttaa priorisoimaan palvelua sen mukaan mikä koetaan tärkeäksi. Toiset pitävät tärkeämpänä palvelun haluttavuutta kuin

saavutettavuutta. Hyvän tasapainon löytäminen kaikkien osa-alueiden välillä riippuu kuitenkin palvelun kontekstista, sisällöstä ja käyttäjistä. (Morville 2004.)

Opinnäytetyön toimeksiannossa kiinnitettiin eniten huomiota oppaan käytettävyyteen, hyödyllisyyteen ja haluttavuuteen. Oppaan käytöstä haluttiin tehdä mahdollisimman helppoa käyttäjien tarpeet huomioiden. Samalla pyrittiin tarjoamaan kokonaisuutena miellyttävä kokemus.

## **4.2 Toimeksianto**

Digiportaati-Digitaalisuudella kasvua liiketoimintaan-hanke tarjoaa vuosina 2019-2020 eteläsavolaisille pienille ja keskisuurille yrityksille tarvelähtöistä digikoulutusta. Hankkeen koulutusaiheita ovat esimerkiksi hakukoneoptimointi, verkkomainonta, mobiilikuvaus ja sosiaalinen media. (Digiportaati 2020.)

Koulutuksiin pääsee mukaan osallistumalla digiosaamiskartoitukseen. Maksuttoman digiosaamiskartoituksen tekee alueen yritysneuvoja. Kartoituksessa käydään läpi yrittäjän eri osaamisalueet ja pohditaan yhdessä mitkä niistä ovat yritykselle merkityksellisiä. Osaamiskartoituksen teemoja ovat mm. laitteiden ja ohjelmistojen käyttötaidot, pilvipalvelut ja tietoturva ja tietosuojat. Jälkeenpäin yrittäjä saa raportin, josta selviää yrityksen osaamiskulut eli asiat, jotka ovat merkittäviä ja joissa koettiin olevan osaamisvajetta. Osaamisvajetien perusteella hanke järjestää koulutuksia ja digi-infoja yrityksille. Hankkeen tavoite on kartoittaa yhteensä 300 yritystä ja kouluttaa 150 henkeä vuosien 2019-2020 aikana. (Digiportaati s.a.)

Toimeksiantona hankkeelta saatiin mobiilivideokuvauksesta kertovan oppaan tuottaminen yrittäjille. Opas olisi tarkoitus valjastaa myös hyötykäyttöön osaksi hankkeen koulutuksia.

## **4.3 Suunnittelu**

Ensimmäisessä tapaamisessa hankkeen edustajien kanssa keskusteltiin oppaan sisällöstä. Mobiilivideokuvaus tulisi olemaan vain yksi luku myöhemmin hankkeen tuottamaa laajempaa video-opasta. Hankkeen puolelta ison oppaan kehittäminen ei ollut vielä täysin ajankohtaista ja heillä ei taten ollut vielä selkeää suunnitelmaa mitä kaikkea se tulisi sisältämään. Näin ollen

he olivat avoimia kaikille ideoille, mitä mobiilivideokuvaus-oppaaseen voisi sisällyttää. Tämä vaikeutti hieman suunnitteluprosessia, sillä oppaan tulisi kuitenkin sopia yhteen myöhemmin tulevien osien kanssa. Päädyttiin siihen, että tämä mobiilikuvausta koskeva luku tulisi käsittelemään mobiilivideotuotannon eri vaiheet suunnittelusta editointiin, läpikäymään mobiilivideokuvauksessa huomioitavia seikkoja, havainnollistamaan porrastaen rakennusvaiheet muutamassa eri kuvaustilanteessa ja esittelemään tarvittavia kuvausvälineitä mobiililaitteelle. Lähtökohtana oli, että lukija osaa jo avata puhelimensa kameran sovelluksen, joten ohjeistusta ei lähdetä rakentamaan ihan alkutekijöistä asti.

Toisessa tapaamisessa käytiin läpi opasta varten työstettyä raakamateriaalia ja sovittiin lisäyksistä ja muutoksista. Hankkeen puolelta tuli toive oppaan olevan visuaalisesti mahdollisimman houkutteleva, jolloin oppaan haluttavuutta päädyttiin kasvattamaan infograafeilla. He tahtoivat myös muutamia pieniä lisäyksiä sisältöön, kuten eri videotyyppien selitykset. Heidän toiveestaan neljänneksi videotyypiksi videokuvausasetelmissä valikoitui selfievideo. Myös oppaan lopullisesta muodosta ja sijainnista keskusteltiin. Näistä ei ollut selvyyttä vielä aiemmin ja oppaan päädyttiin tulevan kahteen eri käyttöliittymään käytännöllisyyden ja saatavuuden takaamiseksi. Oppaan sähköinen käyttöliittymä rakennettaisiin hankkeen omille kotisivuille Wordpress-pohjaan. Opas tulisi skaalautua niin tietokoneen kuin puhelimenkin ruutukoolle. Sähköisen käyttöliittymän lisäksi tuotettaisiin myös tulostettava PDF-versio, sillä hanke epäili, että osa yrittäjistä haluaisi pidellä opasta konkreettisesti käsissään sitä käyttäessään. Koko opas tehtäisiin aluksi Microsoft Word-pohjaan, jolla toteutettaisiin mahdollisesti myös testauksen ensimmäinen kierros ja jotta oppaan kokonaisuus pystyttäisiin hahmottamaan paremmin.

Tämän jälkeen hankkeelle lähetettiin aika ajoin sen hetkinen versio oppaasta. Ensimmäisen testiversion, tästä parannellun version ja lopulta kokonaisen oppaan. Takaisin tuli muutosehdotuksia, jotka yritettiin parhaan mukaan toteuttaa. Värejä karsittiin paljon, yksinkertaistettiin ulkonäköä, muotoiltiin sanoja ja otsikkoja toisin ja lisättiin sisältöä, kuten koko editointiosio. Kun tulostettava opas oli pääosin valmis ja hankkeen hyväksymä, lähdettiin



rakentamaan sähköistä versiota. Tämän aikana opas oli silti yhä kehityksen alla ja koki ulkoasullisia ja sisällöllisiä muutoksia.

#### 4.4 Sisällön kokoaminen

Opas sisältää tekstiä, valokuvia ja graafisia elementtejä. Tekstisisältö on kerätty kasaan aiheeseen liittyvistä kirjoista, artikkeleista, ammattilaisten blogikirjoituksista ja tekijän opintojen pohjalta. Lähdemateriaalina pyrittiin hyödyntämään vain lähivuosina tuotettua sisältöä ja näin tuomaan oppaan ohjeet niin nykyhetkeä vastaaviksi kuin mahdollista. Yksi tietopohja käyttökokemuksesta on vuodelta 2004 mutta loput ovat tuotettu aikaisintaan vuotena 2013. Kokonaisuutena opas sisältää paljon tietoa. Infomäärän kanssa yritettiin tasapainotella välillä, jossa jokaista asiaa ei jaeta liian tarkasti mutta minkä avulla kokematonkin kuvaaja ymmärtää, mitä hänen kuuluu tehdä. Video- ja mobiilituotanto ovat aiheina niin laajoja, että oppaaseen voisi sisällyttää vielä paljon muutakin, mutta pyrkimys oli rajata aiheet ja luvut yrittäjien etua ajatellen ja ettei opas paisuisi liian pitkäksi. Käyttökokemuksen kannalta liiallinen tiedonpaljous vaikuttaa negatiivisesti oppaan käytettävyyteen. Tämä opas on kuitenkin vain yksi osa isompaa kokonaisuutta.



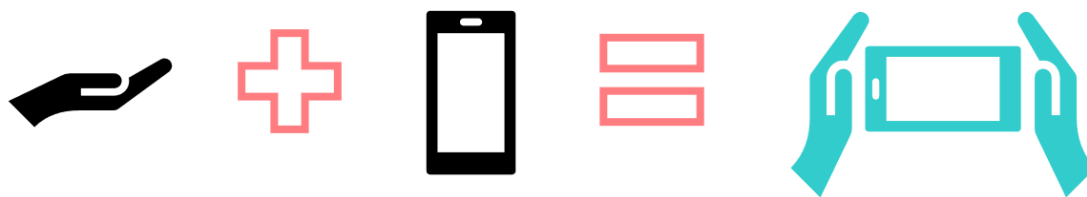
Kuva 15. Oppaassa esitelty mobiilikuvauvälineistön peruspaketti

Valokuvat, jotka näkyvät videokuvauasetelmien rakentamisessa ja kuvausväline-esittelyssä (kuva 15), on otettu pääosin järjestelmäkameralla Sony a7 ja pieni osa älypuhelimella Honor 10. Mobiilikuvaukseen tarkoitettun välineistön saatiin osittain lainattua hankkeelta, osittain Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoululta ja osittain paikalliselta mediatuotanto yritykseltä Darcmedialta. Kuvaukset toteutettiin kolmena eri päivänä ammattikorkeakoulun tiloissa. Ensimmäisenä päivänä kuvattiin tutoriaali- ja tuotevideota varten tulevat vaihekuvat ja tarkoitus oli saada suoritettua ensimmäinen testikierros niiden ja tähän mennessä kasattujen tekstimateriaalien avulla. Yritystestaajien saaminen osoittautui kuitenkin hankalammaksi yrittäjien kiireisen aikataulun vuoksi. Niinpä toisena päivänä kuvattiin mobiilikuvausvälineistö hyödyntäen kuvauslaatikkoa (kuva 16) ja kolmantena päivänä haastattelu- ja selfievideoiden vaihekuvat. Kuvaukset tehtiin itsenäisesti, kolmantena päivänä paikalle oli pyydetty ystävä malliksi.



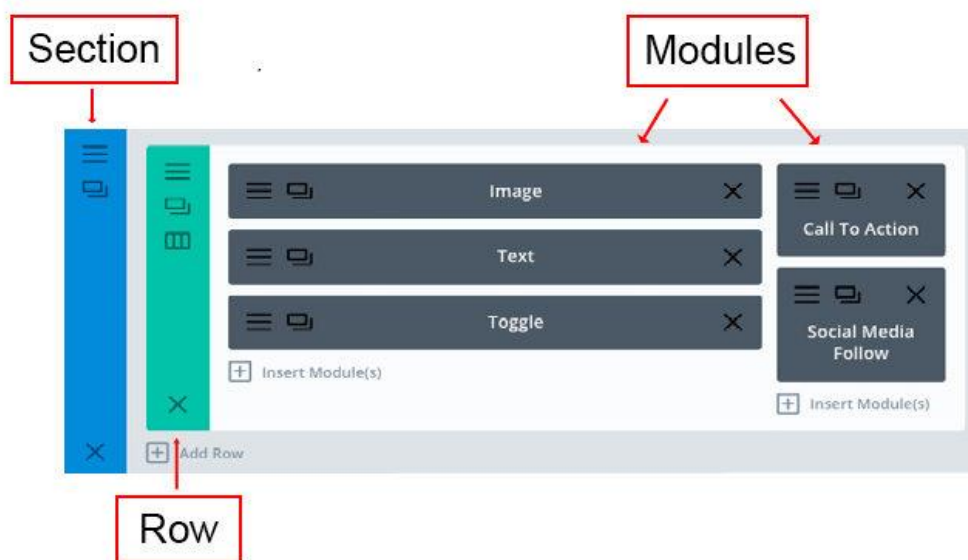
Kuva 16. Välineistön kuvauksissa käytetty valkoinen kuvauslaatikko

Viimeisenä sisältöelementtinä tulivat graafiset elementit ja infograafit. Graafinen suunnittelu ei ollut alun perin suunniteltu osaksi opinnäytetyötä mutta hankkeen suunnalta tuli toive mahdollisimman visuaalisesta lopputuloksesta. Elementit pyrittiin pitämään melko yksinkertaisina ja niissä hyödynnettiin Wordin valmiita kuvioita ja kuvakkeita mahdollisimman paljon. Tarvittaessa kuvakkeita muokattiin käyttötarkoituksiin paremmin sopiviksi, esimerkiksi yhdistelemällä eri kuvakkeita kuvan 17 havainnollistamalla tavalla. Osittain käytettiin myös Canva-sivustoa apuna. Graafisilla elementeillä haluttiin keventää lukukokemusta ja tehdä oppaan ulkoasusta mielenkiintoisempi ja helposti läpisilmäiltävä.



Kuva 17. Esimerkki Word-ohjelmalla luodusta grafiikasta

Hankkeen kotisivut ovat rakennettu Wordpress-sivun Divi-teemalla. Pääosin oppaan siirtäminen Word-muodosta Wordpress-sivulle oli ongelmattonta. Rakenteellisesti noudatettiin suurpiirteisesti jo Word-versiossa tehtyjä ratkaisuja. Tosin nyt A4-paperikoon tuomaa rajallisuutta ei enää ollut. Word-kirjoitusohjelmassa graafisia elementtejä pystyy sijoittamaan ilman tarkempia lainalaisuuksia, minne päin sivua tahansa. Rakentaessa sivua Divi'lla, sivu koostuu osioista, riveistä ja moduuleista kuvan 18 mukaisesti, joille on annettu valmiita toimintatapoja. Toimintatapojen ansiosta nettisivujen kokoamisesta on tehty vaivattomampaa, kun eri elementtejä voi vain ”vedä ja tiputa” – tyyliesti järjestellä ja osat järjestäytyvät automaattisesti eri näyttökoiden välillä.



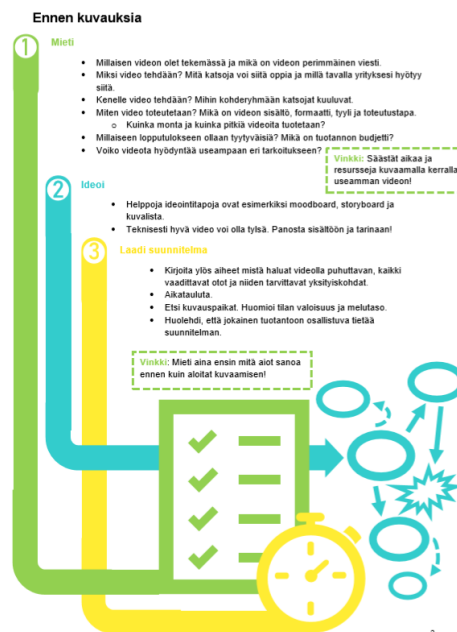
Kuva 18. Divi teeman sivujen rakennuskomponentit (Colorado School of Mines s.a.)

Opas päätettiin rakentaa yhdelle sivulle, jolloin koko oppaan pystyisi lukemaan läpi vain rullaamalla jatkuvasti alaspäin. Rullaus tarjoaa tehokkaan tavan selata läpi informaatiomeren ilman, että tarvitsee odottaa sivujen esilatautumista. Käyttäjäkokemus on myös parempi rullaamalla kuin klikkaamalla tai naputtamalla. Hiiren rulla tai kosketusnäyttö tekevät sivun rullaamisesta nopeampaa ja helpompaa kuin klikkaamalla. Jatkuvalle ja pitkälle

sisällölle rullaaminen tarjoaa paremman käytettävyyden kuin jos teksti jaettaisiin useammalle erilliselle ruudulle tai sivulle. Se sopii myös hyvin mobiililaitteille. Mobiililaitteiden liikekontrolli tekee rullauksesta intuitiivisen ja helpon käyttää. (Babich 2016b.)

Sujuvan käytettävyyden takaamiseksi oppaassa otettiin huomioon sovelluskehityksessäkin tärkeäksi painotettu asia, sivun responsiivisuus. Tällöin sivusto mukautuu ruutukoiden mukaan, varmistaen hyvän luettavuuden ja käytännöllisyyden laitteesta huolimatta.

Saadakseen Word-kirjoitusohjelmalla tehdyt graafiset elementit Wordpress-sivustolle, pitää ne muuttaa Word-elementeistä konkreettisiin kuvamuotoihin (.PNG, .JPG, .JPEG yms.). Tähän käytettiin Adobe Illustrator-piirto-ohjelmaa. Oppaan tuli toimia niin tietokoneen ruudulla kuin mobiililaitteella, joten isompien, koko sivun tarvitsevien grafiikoiden kanssa tuli skaalausongelmia. Osa grafiikoista piti yksinkertaistaa ja mobiiliversiossa varsinkin minimoida tilan ja luettavuuden säilyttämiseksi. Niinpä esimerkiksi ”Ennen kuvauksia”-luvun grafiikasta luovuttiin kokonaan oppaan nettiversiossa ja siitä tehtiin pelkistetty versio, jotta visuaalisuus ei katoaisi kokonaan, kuten kuvissa 19–21 näkyy.



Kuva 19. "Ennen kuvauksia" - luku oppaan tulostettavassa PDF-versiossa

## Ennen kuvauksia

**Mieti**

- Millä tavalla videon olet tekemässä ja mikä on videon perimmäinen viesti.
- Miksi video tehdään? Mitä katsoja voi siitä oppia ja millä tavalla yrityksesi hyötyy siitä.
- Kenelle video tehdään? Mihin kohderyhmään katsotjat kuuluvat.
- Miten video toteutetaan? Mikä on videon sisältö, formaatti, tyyli ja toteutustapa.
- Kuinka monta ja kuinka pitkiä videoita tuotetaan?
- Millä tavalla lopputulokseen ollaan tyytyväisiä? Mikä on tuotannon budjetti?
- Voiko videota hyödyntää useampaan eri tarkoitukseen?

**Vinkki:** Säätät aikaa ja resursseja kuvaamalla kerralla useamman videon!

**Ideoi**

- Helppoja ideointitapoja ovat esimerkiksi moodboard, storyboard ja kuvallista.
- Teknisesti hyvä video voi olla tylsä. Panosta sisältöön ja tarinaan!

**Laadi suunnitelma**

- Kirjoita ylös aiheet mistä haluat videolla puhuttavan, kaikki vaadittavat otot ja niiden tarvittavat yksityiskohdat.
- Aikatauluta.
- Etsi kuvauspaikat. Huomioi tilan valoisuus ja melutaso.
- Huolehdi, että jokainen tuotantoon osallistuva tietää suunnitelman.

**Vinkki:** Mieti aina ensin mitä aiot sanoa ennen kuin aloitat kuvaamisen!





Kuva 20. "Ennen kuvauksia" - luku oppaan pöytä tietokoneversiossa

## Laadi suunnitelma

- Kirjoita ylös aiheet mistä haluat videolla puhuttavan, kaikki vaadittavat otot ja niiden tarvittavat yksityiskohdat.
  - Aikatauluta.
  - Etsi kuvauspaikat. Huomioi tilan valoisuus ja melutaso.
  - Huolehdi, että jokainen tuotantoon osallistuva tietää suunnitelman.
- Vinkki:** Mieti aina ensin mitä aiot sanoa ennen kuin aloitat kuvaamisen!



Kuva 21. "Ennen kuvauksia" - luku oppaan tabletti- ja mobiiliversiossa

Videokuvausasetelmiin alun perin valmistettu porrastettu grafiikka ei taipunut myöskään hyvin ruudulle, joten sillekin toteutettiin uusi versio. Näin eri graafiset elementit taittuivat paremmin ruutukoiden välillä ja tekstit pysyvät yhä luettavina. Kuhunkin vaihekuvaan lisättiin myös toiminto, jolloin kuvaa klikkaamalla se ilmestyy ruudulle isompana. Vanha versio päädyttiin säilyttämään tulostettavassa versiossa niukan tilan takia ja jotta kukin asetelma mahtuisi yhdelle sivulle. Toisten isojen grafiikoiden kanssa, kuten "Valaistus ja "Kolmen pisteen – valaistus", päätettiin luoda koko sivut yhtenä isona kuvana sisältäen tekstit jo valmiiksi. Muut elementit ovat jokainen erillisiä kuvia.



Kuva 22. Oppaan sisällysluettelo



Kuva 23. Sivun oikeaan laidan ilmaantuva "Takaisin ylös" - nappi

Oppaan navigointia ja käytettävyyttä parantamaan sähköisen oppaan alkuun on tehty sisällysluettelo, joka näkyy kuvassa 22 ja jonka avulla pystyy suoraan siirtymään eri lukuihin. Sivun oikeasta laidasta löytyy "takaisin ylös" – nappi kuten kuvassa 23. Luettavuutta parantamaan kuviin ja osaan grafiikoista on lisätty toiminto, jolloin ne cursorilla klikkaamalla suurenevät ruudulle. Vaihekuviin lisättiin varjostukset vihjaamaan klikattavuudesta.

## 5 KÄYTTÖKOKEMUSTESTAUS JA TULOKSET

Käyttökokemustestaus rakentui kahdesta kierroksesta, ensimmäisessä kierroksessa testaaajille annettiin oppaan tulostettava pdf-versio ja toisessa kierroksessa hankkeen nettisivuille tuleva versio. Kierrokset toteutettiin näinpäin, koska pdf-versio valmistui aiemmin ja näin testaus saatiin aloitettua aikaisemmin. Kummassakin kierroksessa oli kolme samaa vaihetta. Ensin tehtävä ennakkokysely, oppaan testaus käytännössä ja lopuksi täytettävä jälkikysely. Käytännön testauksen alkuperäinen suunnitelma oli sopia yritystestaaajien kanssa tapaaminen kasvokkain, jolloin testausta pystyttäisiin sivusta seuraamaan ja kirjoittamaan testauksen kulusta omia havaintoja ylös. Valitettavasti COVID-19-pandemian takia tämä jouduttiin peruuttamaan sillä kaikkia ei täysin pakollisia tapaamisia suositeltiin välttämään. Testaukset siirryttiin tekemään kokonaan itsenäisesti. Tällä tavoin ei kuitenkaan tiedetty kyselyjen tuloksia analysoidessa, kuinka perusteellisesti testaaajat ovat oikeasti opasta kokeilleet.

Testauksen päätarkoitus oli selvittää, onko opas sellaisenaan jo helppokäyttöinen, ymmärrettävä, käyttökokemukselta mielekäs ja tuotanto sen pohjalta toteutettavissa yrityksen tavoitteiden mukaisesti. Testauksella pyrittiin myös kartoittamaan mahdollisia eroja sähköisen ja tulostettavan version välillä.

Molemmat kyselyt tehtiin Webropol-sivustolla ja testaaajat pääsivät vastaamaan niihin sähköpostitse lähetetyn linkin kautta. Ennakkokyselyssä kartoitettiin testaaajien lähtötaso ja kiinnostus mobiilivideokuvaamista kohtaan, kuten minkälaista sisältöä he haluaisivat yritykselleen tuottaa. Tämä vaihe oli tärkeä, jotta jälkikyselyssä saatua dataa pystyttiin yksilötasolla vertaamaan kunkin testaaajan lähtötilanteeseen. Kun testaaajat olivat lähettäneet varmistusviestin kyselyn täyttämistä, heille lähetettiin opas erillisellä viestillä. Oppaan mukana tuli ohjeistus, jossa neuvottiin yrittäjiä ensin lukemaan koko opas huolella läpi ja suunnittelemaan rauhassa mitä ja miten he opasta testaisivat. Heitä pyydettiin myös tekemään testauksen aikana omia muistiinpanojaan ja lähettämään ne sähköpostitse tai kirjoittamaan jälkikyselyn loppuun. Lopuksi yritystestaaajille lähetettiin linkki jälkikyselyyn, jossa kyseltiin oppaan hyödyllisyydestä ja käyttäjäkokemuksesta.

Ensimmäisellä kierroksella ennakkokyselyyn vastasi yhdeksän testaajaa, joille kaikille lähetettiin oppaan pdf-versio. Loppujen lopuksi jälkikyselyyn vastasi vain seitsemän. Käytännön testauksen ja jälkikyselyn välissä pudonneet henkilöt kuuluivat testaukseen ensimmäisinä osallistuneisiin, eli niihin henkilöihin, joille linkit ja opas lähetettiin erillisissä sähköpostiviesteissä.

Toisella kierroksella oppaan nettiversio annettiin yhdelle testaajalle, joka oli osallistunut myös testauksen ensimmäiselle kierrokselle. Testaaja vastasi samaan ennako- ja jälkikyselyyn. Näin mahdollistettiin vertailu oppaan eri julkaisujen välillä. Testaajaa ohjeistettiin myös mahdollisuuksien mukaan kokeilemaan opasta eri ruutukoilla, esimerkiksi tietokoneen lisäksi hänen omalla puhelimellaan.

Kyselyiden linkit ja opas pyrittiin lähettämään erillisinä sähköposteina, jotta testaajat eivät voisi vahingossakaan olla toteuttamatta testausta väärässä järjestyksessä ja esimerkiksi katsoa opasta ennen ennakkokyselyn täyttämistä. Näin testaajiin yritettiin samalla pitää myös aktiivinen kommunikointiyhteys. Tämä menetelmä pidensi testausvaiheen suorittamista ja oli luultavasti myös osasyynä osan testaajien katoamiseen kesken testauksen. Lopputulosten saamisen varmistamiseksi viimeisille testaajille lähetettiin opas ja kyselyt samassa sähköpostissa, ja painotettiin toteuttamisjärjestyksen tärkeyttä. Tämä johti parempiin suoritustuloksiin koko testausprosessin läpikäymisessä, sillä kaikki tällä tavalla testauksen suorittaneet vastasivat molempiin kyselyihin.

## **5.1 Testauksen tulokset ja niiden hyödyntäminen**

Tässä luvussa käydään läpi kyselyistä saatuja tuloksia. Tuloksia hyödynnettiin oppaan kehittämisessä ja niiden avulla arvioitiin ja parannettiin oppaan käyttökokemusta. Kyselyiden avulla kehitettiin myös jatkokehitysideoita.

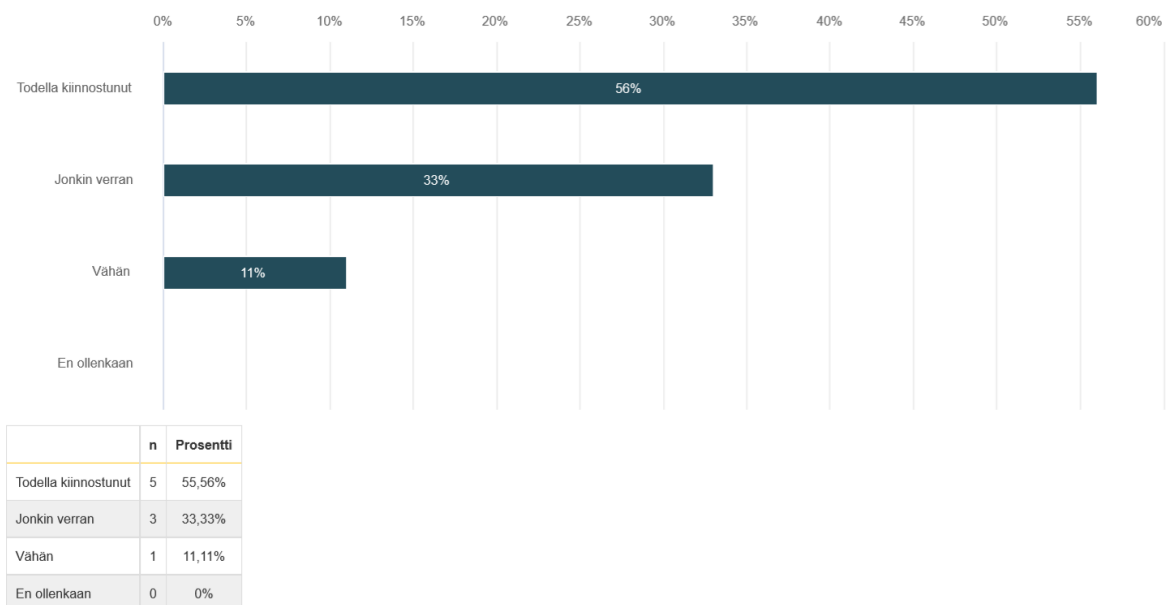
### *1. kierroksen ennakkokysely, 9 vastaajaa*

Yhtä testaajaa lukuun ottamatta kaikki muut olivat jo aiemmin kuvanneet älypuhelimilla joko henkilökohtaiseen käyttöön (56 %) tai yrityksensä käyttöön



(33 %). Heistä kaikista 78 % koki myös videokuvaamisen mobiililaitteella helpoksi. Jäljelle jäävän 22 % mielestä kuvaus oli vaikeaa kokemattomuuden ja laitteen heikon hallinnan vuoksi. Suurin osa oli valmis käyttämään videotuotantoon aikaa useamman tunnin ja kaksi maksimissaan kymmenen minuuttia.

Ylimääräisiä kuvausvälineitä omistaa alle puolet vastanneista henkilöistä. Kysymyksessä olisi tosin pitänyt tarkentaa kysymyksen tarkoittavan eritoten mobiilikuvaukseen käytettäviä välineitä. Vastanneista moni kertoi omistavansa kuvauslennokin (engl. drone), jalustan, järjestelmä- tai videokameran. Tämä tosin kertoo, että heillä on mahdollisesti jo muuta taustaa video- tai valokuvauksesta. Kysymyksen tarkoitus oli kuitenkin kartoittaa heidän valmiuttaan mobiilivideokuvaukseen, jolloin tätä tietoa olisi voitu hyödyntää tulevassa käytännöntestauksessa. Kaksi vastaajaa kertoi omistavansa jalustan, jota voi hyödyntää mobiilikuvauksessa, kunhan hankkii tarvittavan pidikeyälösän. Yhdeltä löytyi myös mikrofoni, jota ei tosin ollut ikinä käyttänyt.



Kuva 6. Ennakkokyselyn kartoitus kiinnostuksesta mobiilikuvausta kohtaan tulevaisuudessa

Yli puolet (56 %) oli todella kiinnostunut tuottamaan jatkossa videoita älypuhelimella, vastaajista kolme oli jonkin verran kiinnostunut ja vain vähän kiinnostunut oli vastannut yksi, kuten kuvasta 24 voidaan havaita. Halutuimmaksi oppimiskohteeksi nousi kuvamateriaalin jälkikäsitteily eli editoiminen. Tekninen ja visuaalinen osaaminen, kuten kuvakulmat ja hämäräkuvaus nostettiin myös esille. Videoita halutaan oppia tuottamaan

helposti, hyödyllisesti ja nopeasti. Lähes kaikilla oli jo ajatuksia ja ideoita, millaisia videoita he haluaisivat tuottaa yritykselleen. Mainittuja olivat mm. tunnelmavideot, ohjevideot ja markkinointivideot. Yhteenvetona lopputulosten haluttiin olla lyhyitä, mahdollisimman informaatiota sisältäviä ja markkinallisesti tehokkaita.

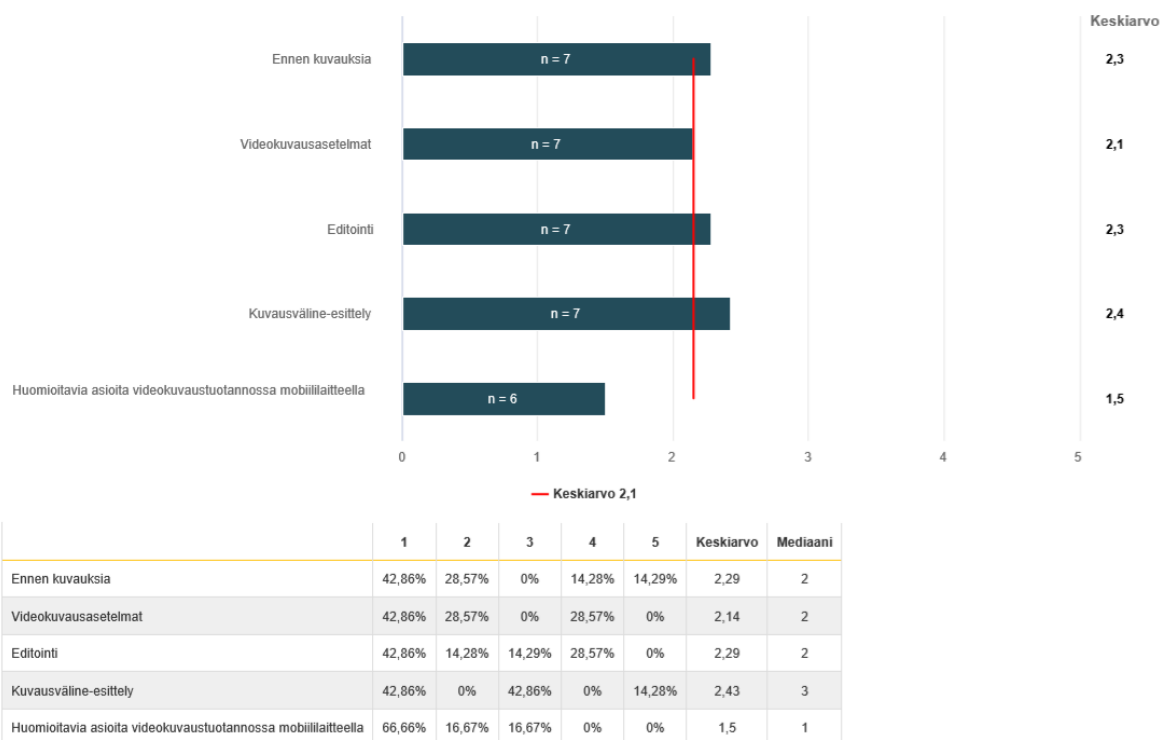
### *1. kierroksen jälkikysely, 7 vastaajaa*

Jälkikyselyssä ilmeni, että suurin osa, 5/7 vastaajasta koki oppaan todella hyödylliseksi, yksi osittain hyödylliseksi ja yksi hyvin vähän hyödylliseksi. Oppaan hyvin vähän hyödylliseksi todennut testaja oli osoittanut alkukyselyssä myös ylipäätään hyvin vähäistä kiinnostusta mobiilivideokuvausta kohtaan.

Kaikki olivat yhtä mieltä oppaan auttavan mobiilivideotuotannon toteuttamisessa. 6/7 testajaasta pääsi haluamaansa lopputulokseen sen avulla. Ainoa, joka vastasi tähän kieltävästi koki editointiluvun puutteelliseksi ja olisi siihen toivonut tarkempia ohjeita.

Kaikki vastanneista kokivat oppaan selkeäksi noudattaa ja käyttäisivät sitä uudelleen. He myös suosittelisivat sitä muille. Käyttökokemuksen kannalta opas todettiin siis hyödylliseksi, käytettäväksi ja tiedon löytäminen helpoksi.

Lisäystoiveiksi oppaalle ehdotettiin tarkempia editointia koskevia ohjeita ja erikoistilanteita, kuten hämäräkuvaus ja kovaääniset kuvaustilanteet. Myöhemmin julkaistavaan hankkeen laajempaan video-oppaaseen on tulossa erikseen luku editoimisesta, joten tähän oppaaseen sitä ei enää lähdetty tarkemmin erittelemään. Erilaisiin erikoistilanteisiin oppaassa annetaan jo vinkkejä, kuten kuinka kuvata vähässä valossa mobiililaitteella, joten niitäkään ei päädytty enää erillisinä kuvausasetelminä lisäämään oppaaseen.



Kuva 25. Jälkikyselyn kysymys oppaan lukujen hyödyllisyydestä. 1 = todella hyödyllinen ja 5 = ei ollenkaan hyödyllinen.

Kuten kuvan 25 mukaan voidaan todeta, keskiarvojen perusteella hyödyllisimmäksi oppaan luvuksi valittiin ”Huomioitavia asioita videokuvaustuotannossa mobiililaitteella”, joka oppaan nykyisessä versiossa tarkoittaa lukua ”Tuotannossa huomioitavia asioita”. Tämä on myös koko oppaan pisin ja informaatorikkain luku. Seuraavaksi hyödyllisin oli eri videokuvausasetelmat. ”Ennen kuvauksia” ja editointikappale jakoivat kolmannen sijan. Viimeiseksi jääneen kuvausväline-esittelyn äänet olivat jakautuneet ”todella hyödyllisen”, ”en osaa sanoa” ja ”ei yhtään hyötyä” välille. Pääosin kaikki luvut koettiin kuitenkin enemmän tai vähemmän hyödyllisiksi. Kysymys olisi kannattanut muotoilla niin, että luvut olisi pitänyt asettaa hyödyllisyysjärjestykseen. Näin olisi saatu selkeämmin ja paremmin selville, mitkä luvut koettiin hyödyllisemmäksi kuin toiset.

Vapaissa kommenttivastauksissa huomiona nostettiin, ettei tavallisella kännykänkäyttäjällä ole oppaassa mainittuja lisävarusteita. Lopulliseen oppaaseen lisättiin tämän takia painotus lisävarustelun vapaaehtoisuudesta ja luovuuden hyödyntämisestä puuttuvien välineiden tilalle. Kyselyvastauksissa tuotiin myös esille eri puhelinten kamerasovellusten toimiminen eri tavalla mutta samassa kommentissa myös todettiin, että jokaiselle puhelinmallille

koskeva ohjeistus olisi mahdoton toteuttaa. Oppaan tarjoaman tiedon saatavuus ei välttämättä siis tavoita suoraan kaikkia riippuen puhelimen käyttöjärjestelmästä. Kokonaisuudessaan opasta pidettiin selkeänä, riittävän lyhyenä mutta silti informatiivisena ja se poisti kuvaamista koskevia ennakkoluuloja.

Kyselyjen ulkopuolelta tulleissa kommentteissa korjattaviksi kohdiksi tuli muutamia yksinkertaisia kirjoitusvirheitä, kuten ison alkukirjaimen puuttuminen tai väärä numerojärjestys. ”Muisti ja akku” kappaleessa oli alun perin latausjohdon tilalla sana ”latauspiuha”, mutta sitä ei pidetty tarpeeksi virallisen kuuloisena tai sopivana verrattuna oppaan muuhun kieleen.

Oppaan visuaalinen ulkoasu, värit ja graafiset elementit, koettiin miellyttävinä. Niiden mainittiin erityisesti lisäävän mielenkiintoa jatkaa oppaan lukemista. Eritoten oppaan värikkyyttä keuhuttiin useampaan kertaan.

## *2. kierroksen jälkikyselyn tulokset, 1 vastaajaa*

Testaaja koki oppaan molemmat julkaisut merkittävästi hyödyllisiksi, selkeäksi noudattaa, uudelleenkäytettäviksi ja videokuvaustuotantoa helpottaviksi. Hän suosittelisi oppaan käyttöä muille ja pääsi haluamaansa lopputulokseen kummallakin versiolla. Ainoa ero ensimmäisen ja toisen kierroksen jälkikyselyiden vastausten välillä oli kohdassa kysymys numero kuusi; ”Kuinka hyödyllisiksi koit oppaan luvut?”. Ensimmäisellä kierroksella jokainen luku oli koettu erittäin hyödylliseksi, joka oli arvoasteikolla paras mahdollinen vaihtoehto. Toisella kierroksella editointia ja kuvausvälineitä koskevat luvut olivat laskeneet yhdellä alaspäin. Tämä saattaa johtua siitä, että toisella kierroksella opas oli testaajalle jo ennestään tutumpi ja täten arvioiminen kriittisempää.

Vapaisiin kommentteihin testaaja oli huomauttanut muutamia äidinkielellisiä sekä teknisiä virheitä, kuten ettei yksi kuvista auennut klikkaamalla ruudulla isommaksi. Häneltä tuli myös hyvä ehdotus lisätä ”Vaatus ja stailaus”-osioon muistutus silmälasien puhdistamisesta ennen kuvauksien aloittamista. Osoiden välille ehdotettiin viivaa merkiksi aihealueiden vaihtumisesta.

Testaaja koki verkkojulkaisun mieluisammaksi kuin tulostettavan, sillä erikseen ladattava PDF-tiedosto jää hänellä usein kokonaan lataamatta. Verkkojulkaisu on siis helpommin saman tien saatavilla ja tietoa on tällöin nopeampi löytää. Hän myöntää tulostettavan version olevan hyödyllinen tapahtumissa, joissa niitä voi jakaa ihmisille. Molemmissa käyttöjärjestelmissä on siis puolensa ja ne lisäävät oppaan saatavuutta. Lopuksi hän toteaa laajojen oppaiden toimivan paremmin paperilla ja pikaoppaiden netissä.

## 5.2 Testauksen haasteet ja onnistumiset

Testauksen haasteena oli eritoten vallitseva pandemiatilanne, joka vaikutti suuresti juuri testaajiksi kaivattuihin yrittäjiin. Sosiaalinen eristäytyminen ja tilanteen aiheuttama kaikinpuolinen epävarmuus hankaloittivat testauksen hallintaa ja ajankäyttöä. Vapaaehtoisia yritystestaaajia oli vaikea löytää ja testauksen aikana heihin oli hankalaa pitää yhteyttä. Se, kuinka nopeasti he testauksen suorittivat, oli täysin heistä ja heidän aikatauluistaan ja mielenkiinnostaan kiinni. Tilanteen huomioon ottaen tämä oli täysin ymmärrettävää mutta harmillista käyttökokemustestauksen kannalta. Tämä johti testauksen aikataulun venymiseen ja tulosten turhan pitkään odotteluun.

Testiyrittäjiä pyrittiin ensin löytämään hankkeen välityksellä yrityksistä, jotka olivat jollain tavalla osallistuneet jo aiemmin hankkeen toimintaan. Heistä kolme suostui osallistumaan testaukseen. Mahdollisimman monen kokonaan suoritettua testauskierroksen varmistamiseksi testaajia alettiin etsimään lisää lähipiiristä. Kriteerinä oli, että hekin olivat yrittäjiä tai muutenkin yksityishenkilöinä kiinnostuneita mobiilivideokuvauksesta. Tästä seurasi kuuden uuden testaajaan osallistuminen testaukseen. Tarkoitus ei ollut alun perinkään löytää satoja tai edes kymmeniä testaajia testauksen ensimmäiselle kierrokselle. Vähimmäismäärä oli kaksi tai kolme vapaaehtoista. Tähän nähden testaajia ja koko testauspatterin suorittaneita oli tarpeeksi.

Tiedonkeruun kannalta haastavaksi muodostui aineiston rajallisuus ja täten luotettavuus. Alkuperäisen suunnitelman mukaan, käytännöntestaus olisi toteutettu valvotusti testaajien kanssa ja tällöin olisi voitu havainnoida oppaan vaikuttavuutta käytännössä toisesta ulkoisesta näkökannasta kuin vain testaajan mutta nyt tulokset ja mielipiteet saataisiin vain kyselyiden vastausten

pohjalta. Varmaa tietoutta, kuinka testaajat ovat itsenäisesti käytännöntestauksen suorittaneet ei ole.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Totean kehitysmenetelmäksi valitun ketteryyden periaatteen toimeksiannon kannalta mahdolliseksi. Opinnäytetyön alussa ei ollut heti selkeää mielikuvaa, millaiseksi oppaan haluttiin tulevan, joten ketteryyden avulla pystyttiin silti aloittamaan ja hiljalleen valitsemaan kaikkia osapuolia miellyttävä suunta. Tiivis yhteistyö toimeksiantajan kanssa ja oppaan kohderyhmäksi tarkoitetuilta yrittäjiltä ja yksityishenkilöiltä saatu palaute auttoivat merkittävästi oppaan sisällön ja ulkoasun muotoutumista. Näin käyttö- ja asiakaskokemukseen pystyttiin jatkuvasti vaikuttamaan.

Tiedostaminen, että muutoksia tulisi tapahtumaan jatkuvasti prosessin aikana, helpotti sekä vaikeutti toimeksiannon toteuttamista. Oli huojentavaa tietää, että minkään ei tarvinnut olla suoraan kerralla valmista, vaan oli varaa hioa ja joustaa. Samalla myös oli raskasta olla jatkuvasti valmiina, jos valmiiksi luulemani asiaan haluttaisiinkin jokin muutos tai lisäys. Tämän takia ketteryys ei mielestäni sovi isompiin projekteihin, koska mahdollisten muutosten määrä olisi liian suuri ja vaikeasti hallittavissa.

Muutosten takia ketteryyden heikkouksia ovat vaikeus luoda tarkkaa aikataulua ja budjettia. Tässä opinnäytetyössä muutokset koskivat oppaan ulkoasua ja sisältöä. Nämä muutokset eivät vaikuttaneet niin merkittävästi oppaan valmistumiseen, kuin muut, toimeksiannon ulkopuolelta tulleet muuttuvat tekijät. Tällainen oli esimerkiksi testausvaiheessa puhjennut pandemia. Toisaalta, koska en tehnyt kovin tarkkaa aikataulua toimeksiannon toteutukselle, en voi täysin vertailla oppaaseen tulleiden muutosten vaikutusta alkuperäiseen aikatauluun. Budjettia toimeksiannolle ei suunniteltu alun perinkään, koska sellaista ei tarvittu.

Videon laatua voi lähteä purkamaan monesta näkökulmasta. Tässä opinnäytetyössä laatua tarkasteltiin tarkemmin mobiilituotannon teknisten ja sisällöllisten laatutekijöiden kautta. Videon laatu perustuu huolella ajateltuun sisältöön mutta tekninen laatu on paras tapa erottua joukosta. Ollakseen

laadukas videon tulee olla sisällöltään relevantti, totuudenmukainen, puhutella katsojaa ja tuottaa katsojalle jonkinlaista arvoa. Kuvan pitää olla vakaata, ääni selkeä, riittävästi valaistu ja mielenkiintoisesti sommiteltu.

Tuottaakseen laadukkaan videon mobiilituotantona on huomioitava kuvausvälineeksi valitun älypuhelimien edut ja rajallisuudet. Mobiililaitteen etuja on kuvaamisen helppous, nopeus ja laitteen keveys. Tämä on myös mahdollistanut kuvausten toteuttamisen kokonaan yhden ihmisen voimin. Alhainen valonmäärä, huono äänenlaatu ja zoomaus asettavat rajoja mobiilikuvaukselle. Ylimääräisten kuvausvälineiden avulla voidaan kompensoida älypuhelimien rajallisuutta ja parantaa videon laatua huomattavasti. Pidike, jalusta ja ulkoinen mikrofoni ovat vähintään järkeviä hankintoja, jos tarkoituksena on jatkossa tuottaa useita videoita.

Suunnittelussa kannattaa eritoten huomioida videon tarina, aikataulu, videon pituus, monikäyttöisyys ja konseptin toistettavuus. Huolellisella suunnittelulla säästetään aikaa ja resursseja myöhemmissä tuotantovaiheissa. Älypuhelimella kannattaa kuvata aina vaakatasossa, jolloin video täyttää koko ruudun ja on katsottavissa muiltakin laitteilta kuin puhelimelta. Takakamera on hyvä pitää tuotannon pääasiallisena kameran. Etukamera sopii paremmin vain selfievideoihin. Asettamalla puhelin vielä lentokonetilaa ja pistämällä värinähälytyksen pois päältä varmistetaan, etteivät häiriöt keskeytä kuvauksia. Kun jälkituotanto toteutetaan mobiililaitteella, videon rakenne kannattaa pitää yksinkertaisena. Puhelimen ruutu on suhteellisen pieni verrattuna esimerkiksi tietokoneen ruutuun ja voi hankaloittaa sekunnilleen oikein menevien ajoitusten toteuttamista kun tarkan kursorin sijaan käytetään työskentelyyn omia sormia. Mitä huolellisemmin aiemmat tuotannonvaiheet on toteutettu, sitä jouhevammin jälkituotanto etenee.

Tietojenkäsittelyn opintoja ja sovelluskehityksen periaatteita hyödynnettiin käyttökokemuksen toteuttamisessa toimeksiannossa. Morvillen (2004) käyttökokemuksen hunajakennon ei eritoten mietitty toimeksiannon suunnitteluvaiheessa, vaan käyttökokemus rakentui omien opintojeni pohjalta. Huomaamattani käyttökokemuksen kanssa tehdyt päätökset ja ratkaisut myötäilivät Morvillen korostamia aiheita. Oli mielenkiintoista huomata kuinka

paljon yhtäläisyyksiä myös laadun ja käyttökokemuksen osa-alueiden välillä on.

Käyttökokemustestaus olisi ollut mielenkiintoista toteuttaa alkuperäisellä suunnitelmalla mutta COVID-19-pandemiasta johtuneiden syiden takia etänä toteutettu testaus oli tuloksia koskevista riskeistään huolimatta tyydyttävä ratkaisu. Pandemian takia ihmisiä kehoitettiin eristäytymään ja välttämään tapaamisia. Yrittäjien mahdollisuudet käyttää aikaa testauksen osallistumiseen vähenivät huomattavasti, kun kaikki keskittyminen suuntautui kriisitilanteen hallintaan. Pienen testiryhmän takia tulokset eivät ole niin luotettavia, kuin jos vastaajia olisi ollut satoja tai tuhansia. Tällöin eri lähtökohtia ja tarpeita olisi voitu vertailla enemmän. Kiitos silti testaukseen osallistuneille vapaaehtoisille.

Koin opinnäytetyön tekemisen vaikeaksi ja työ eteni vaiheittain hyvin mutta pääosin kangerrellen. Aiheen löytymisenkin jälkeen meni pitkään ennen kuin pystyin hahmottamaan kokonaisuuden ja todella ymmärtämään mitä olin tekemässä. Tietämättömyyden tunne siitä mitä minun kuului tehdä ja mistä kirjoittaa, hankaloitti asioiden aikaansaamista ja pitkitti prosessia. En osannut aikatauluttaa tai tauottaa työskentelyäni, vaan ajatukseni pyörivät koko ajan opinnäytetyön edistämisessä, mikä johti uupumukseen.

Mobiilikuvauksen suosio jatkaa nousuaan ja siitä löytyvää lähdemateriaalia löytyi niin kirjallisena kuin myös nettijulkaisuina. Olin päättänyt hyödyntää mahdollisimman tuoretta tietoa, mikä osittain takasi tutkimukseni tulosten ajankohtaisuuden mutta rajasi käytettäväksi kelpaavia lähteitä. Opinnäytetyötä tehdessäni huomasin varsinkin kuvausasettoa koskevan ohjeistuksen jakautuvan kahteen ryhmään. Niiden, jotka kehottivat kuvaamaan vaakatasossa ja niiden, jotka suosivat modernia pystykuvaa. Tähän aiheeseen olisin voinut keskittyä vähän enemmän, sillä sovellusten tarinasisällöt ovat suosittuja ja kannattavat vertikaalikuvausta.

Toimeksiantajan mielestä oppaassa esitellään positiivisella tavalla mobiilivideokuvausta, sitä on selkeä noudattaa ja ohjeet ovat perusteelliset ja helposti toteutettavissa. He kokivat oppaan taitotason sopivan aloitteleville mobiilikuvaajille ja vähentävän yrittäjien mahdollisia negatiivisia ennakkoluuloja mobiilikuvausta kohtaan.



Opas julkaistaan toimeksiantajan omilla kotisivuilla (ks. Digiportaati s.a). Kotisivuilla julkaistavan oppaan alusta ja lopusta löytyy linkki oppaan tulostettavaan versioon. Yhtä lailla tulostettavan version lopussa neuvotaan, mistä sähköinen versio löytyy.

Jatkokehitysehdotuksena on keskittyä oppaan käytettävyyteen ja haluttavuuteen. Opasta tullaan luultavasti pääsääntöisesti käyttämään sähköisessä muodossa, mitä ei ehditty hirveän tarkasti ja laajasti testaamaan käytännössä ennen julkaisua. Myöhemmin opas tullaan myös liittämään Digiportaiden tuottamaan isompaan manuaaliin, joten silloin sen tulee toimia osana isompaa kokonaisuutta eikä vain itsenäisenä teoksena.

Oppaan sisältöä voisi lähteä laajentamaan testaajan ehdottamalla erilaisilla videokuvauksilla, hämäräkuvauksella ja festarikuvauksella. Editoinnista toivottiin tarkempaa ohjeistusta, joten siihen voisi keskittää tarkemmin yhden luvun. Kuvauksivälineitä ja niiden käyttömahdollisuuksia voisi esitellä myös laajemmin.

## LÄHTEET

Abellán, E. 2020. What's the Agile Methodology and How Can It Benefit Your Enterprise? WWW-dokumentti. Päivitetty 6.2.2020. Saatavissa: <https://www.waremarketing.com/blog/what-is-the-agile-methodology-and-what-benefits-does-it-have-for-your-company.html> [viitattu 14.4.2020].

An, M. 2019. The future of Content marketing: How People Are Changing the Way They Read, Interact, and Engage With Content. WWW-dokumentti. Päivitetty 11.12.2019. Saatavissa: <https://blog.hubspot.com/marketing/the-future-of-content-marketing> [viitattu 22.4.2020].

Babich, N. 2016a. Delightful experience. Blogi. Päivitetty 14.12.2016. Saatavissa: <http://babich.biz/delightful-experience/> [viitattu 18.4.2020].

Babich, N. 2016b. UX: infinite scrolling vs. pagination. WWW-dokumentti. Päivitetty 1.3.2016. Saatavissa: <https://uxplanet.org/ux-infinite-scrolling-vs-pagination-1030d29376f1> [viitattu 18.4.2020].

Babich, N. 2017. Best practises for video. Blogi. Päivitetty 24.1.2017. Saatavissa: <http://babich.biz/best-practices-for-video/> [viitattu 18.4.2020].

Berg, R. 2016. Millaista on laadukas videotuotanto. Blogi. Päivitetty 11.11.2016. Saatavissa: <http://www.reloadmedia.fi/millaista-on-laadukas-videotuotanto/> [viitattu 3.4.2020].

Colorado School of Mines s.a. Wordpress basics. Blogi. Saatavissa: <https://www.mines.edu/webcentral/wordpress-basics/> [viitattu 11.4.2020].

Digiportaati s.a. Digiportaati. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://digiportaati.fi/> [viitattu 18.4.2020].

Digiportaati. 2020. Koulutukset. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://digiportaati.fi/digikoulutukset/> [viitattu 18.4.2020]

Digiportaati. 2019a. Sommittelu. WWW-dokumentti. Päivitetty 17.5.2019. Saatavissa: <https://digiportaati.fi/sommittelu/> [viitattu 25.3.2020].

Digiportaati. 2019b. Videotuotannon välineet. WWW-dokumentti. Päivitetty 17.5.2019. Saatavissa: <https://digiportaati.fi/videotuotannon-valineet/> [viitattu 12.2.2020].

Horrocks, S. 2019a. Filming on iphones and smartphones – tips. Blogi. Päivitetty 3.1.2019. Saatavissa: <https://momofilmfest.com/filming-with-iphones-and-smartphones-tips/> [viitattu 5.5.2020].

Horrocks, S. 2019b. Smartphone camera stabiliser – EIS or OIS. Blogi. Päivitetty: 6.2.2019. Saatavissa: <https://momofilmfest.com/smartphone-camera-stabiliser-eos-or-ois/> [viitattu 5.5.2020].

Kortesuo, K. 2019. Kaikenkattava sisällöntuotannon opas yrityksille: tee teksti, kokoa kuva, puhu podcast. Helsinki: Kauppakamari.

Lauronen, P. 2019. Videon laatu ja sen merkitys. Blogi. Päivitetty 20.11.2019. Saatavissa: <https://brainyday.fi/post/videon-laadun-merkitys> [viitattu 30.4.2020].

Law, J. 2019. Yritysvideo Mobiilituotantona. Opinnäytetyö. Päivitetty 19.5.2019. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/179241/Law\\_Jacky.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/179241/Law_Jacky.pdf?sequence=2&isAllowed=y) [viitattu 8.12.2019].

Lindholm, M. 2019. Somemarkkinoinnin trendit 2019. WWW-dokumentti. Teoksessa Kurio (toim.) Somemarkkinoinnin trendit 2019, 38. Saatavissa: <http://kurio.fi/v2/wp-content/uploads/2019/01/Somemarkkinoinnin-trendit-2019-Kurio.pdf> [viitattu 1.5.2020].

Mobile Journalism Manual. 2018a. All about audio. Blogi. Päivitetty 3.4.2018. Saatavissa: <http://www.mojo-manual.org/filming-tips-audio/> [viitattu 8.1.2020].

Mobile Journalism Manual. 2018b. Native camera vs external apps. Blogi. Päivitetty 24.2.2018. Saatavissa: <http://www.mojo-manual.org/filming-native-vs-external-apps/> [viitattu 15.3.2020].

Molin, H. 2019. Somemarkkinoinnin trendit 2019. WWW-dokumentti. Teoksessa Kurio (toim.) Somemarkkinoinnin trendit 2019, 6. Saatavissa: <http://kurio.fi/v2/wp-content/uploads/2019/01/Somemarkkinoinnin-trendit-2019-Kurio.pdf> [viitattu 1.5.2020].

Morville, P. 2004. User experience design. WWW-dokumentti. Päivitetty 21.6.2004. Saatavissa: [http://semanticstudios.com/user\\_experience\\_design/](http://semanticstudios.com/user_experience_design/) [viitattu 20.4.2020].

Oppia.fi. 2019. AGILE – Mikä? Milloin? Miksi? Blogi. Saatavissa: <https://blog.oppia.fi/2019/04/02/agile-mika-milloin-miksi/> [viitattu 13.4.2020].

Pirttilä, O. 2017. 9 sommittelusäntöä videokuvaukseen. Blogi. Päivitetty 26.4.2017. Saatavissa: <http://www.elokuvaaja.fi/9-sommittelusaantoa-videokuvaukseen/> [viitattu 20.5.2020].

Pohjonen, V. 2019. Kuinka teen kännykällä videoita, jotka tuottavat tulosta. Video. Päivitetty 30.1.2019. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=jBCwJOqNiQo> [viitattu 6.3.2020].

Poimala, S. & Tolvanen, P. 2013. Ketteryys haltuun: Ketterän kehityksen yleiset periaatteet. WWW-dokumentti. Päivitetty 6.6.2013. Saatavissa: <https://www.meteoriiitti.com/2013/06/06/ketteryys-haltuun-ketteran-kehityksen-yleiset-periaatteet/> [viitattu 26.4.2020].

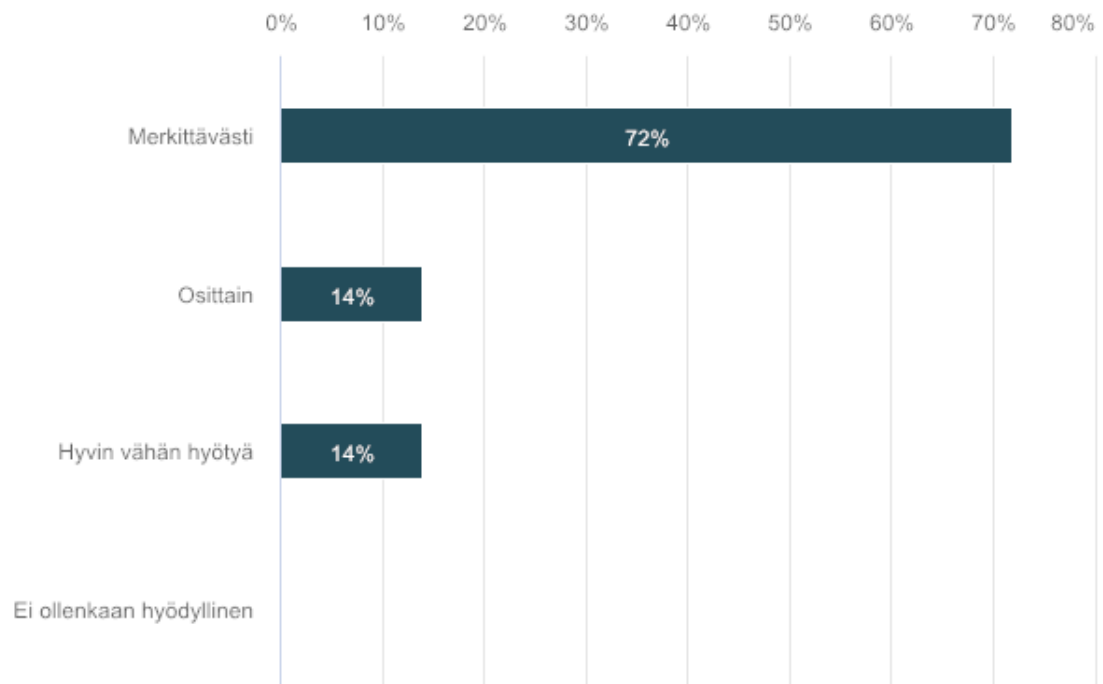
Pulkkanen, A. s.a. Sinunkin kannattaa valita: 6 yleistä menetelmää projektityöhön (sis. Agile, Waterwall ja Kanban). Blogi. Saatavissa: <https://www.agendum.com/post/agile-waterfall-kanban-6-projektinhallintamenetelmaa> [viitattu 14.4.2020].

- Pyhälä, R. 2017a. 5 videoviestinnän virhettä. Blogi. Päivitetty 5.1.2017. Saatavissa: <http://flik.fi/2017/01/05/5-videoviestinnan-virhetta/> [viitattu 2.3.2020].
- Pyhälä, R. 2017b. DIY: Mobiilivideotuotanto. Blogi. Päivitetty 30.1.2017. Saatavissa: <https://flik.fi/2017/01/30/diy-mobiilivideotuotanto/> [viitattu 6.5.2020].
- Pykkö, M. 2015. Kuvaa kännykällä ja tabletilla. Jyväskylä: Docendo Oy.
- Richter, F. 2019. What Smartphones Have Done to the Camera Industry. WWW-dokumentti. Päivitetty 27.3.2019. Saatavissa: <https://www.statista.com/chart/15524/worldwide-camera-shipments/> [viitattu 12.5.2020].
- Rullamedia. 2017. Videotuotanto: kuinka pääsen alkuun. Blogi. Päivitetty 1.10.2017. Saatavissa: <https://rullamedia.fi/blogi/videotuotanto-kuinka-paasen-alkuun> [viitattu 2.4.2020].
- Sheppard, N. 2017. Smartphone filmmaking tips and tricks. WWW-dokumentti. Päivitetty: 22.1.2017. Saatavissa: <https://www.smartphonefilmpro.com/smartphone-filmmaking-tips-and-tricks/> [viitattu 22.3.2020].
- Smartphone photography tips. 2019. What's better a rear camera or front selfie camera? On a smartphone? Blogi. Päivitetty 25.6.2019. Saatavissa: <https://smartphonephotographytips.com/whats-better-a-rear-camera-or-front-selfie-camera-on-a-smartphone/> [viitattu 15.3.2020].
- Sorkio, S. 2019. Vaikuta videolla. Helsinki: Mainostajien liitto.
- Suuronen, I. 2015. Video yrityksen mainonnassa ja yritysvideon toteuttaminen Reim Groupille. Opinnäytetyö. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/89972/Suuronen\\_Ilona.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/89972/Suuronen_Ilona.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [viitattu 15.3.2020].
- Tiilikka, P. 2016. Mistä muodostuu hyvä käyttökokemus? 4 tekijää. Blogi. Päivitetty: 7.12.2016. Saatavissa: <https://www.alfame.com/blog/mista-muodostuu-hyva-kayttokokemus-4-tekijaa> [viitattu 21.4.2020].
- Top pup media s.a. Video production quality. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.toppupmedia.com/video-production/quality/> [viitattu 2.4.2020].
- Viljanen, V. 2020. Käytettävyys ja käyttökokemus. Blogi. Päivitetty: 22.2.2020. Saatavissa: <https://valkohattu.fi/artikkeli/kayttokokemus> [viitattu 21.4.2020].
- Wyzowl. 2020 Video Marketing statistics 2020 – The state of video marketing. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.wyzowl.com/video-marketing-statistics-2020/> [viitattu 22.4.2020].



## 2. Kuinka hyödylliseksi koit oppaan kokonaisuutena?

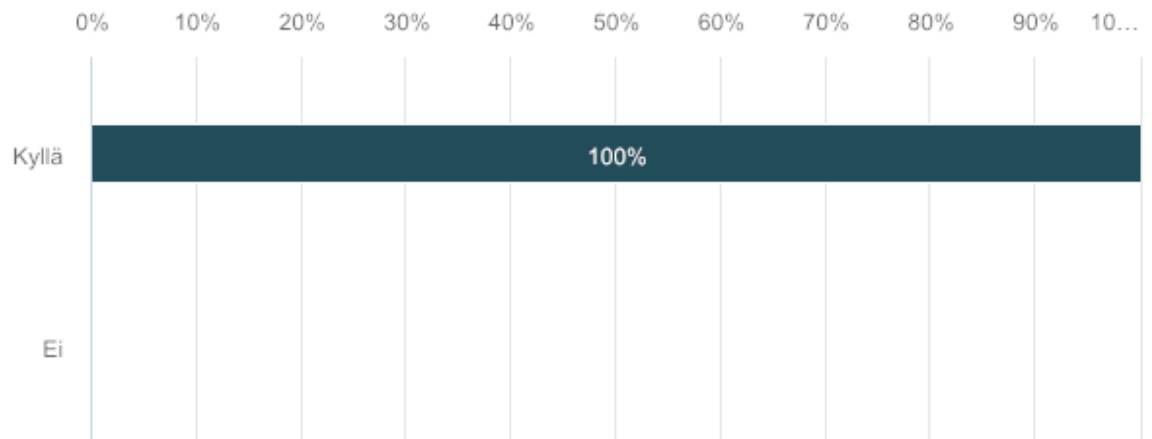
Vastaajien määrä: 7



	n	Prosentti
Merkittävästi	5	71,43%
Osittain	1	14,28%
Hyvin vähän hyötyä	1	14,29%
Ei ollenkaan hyödyllinen	0	0%

### 3. Oliko opasta selkeää noudattaa?

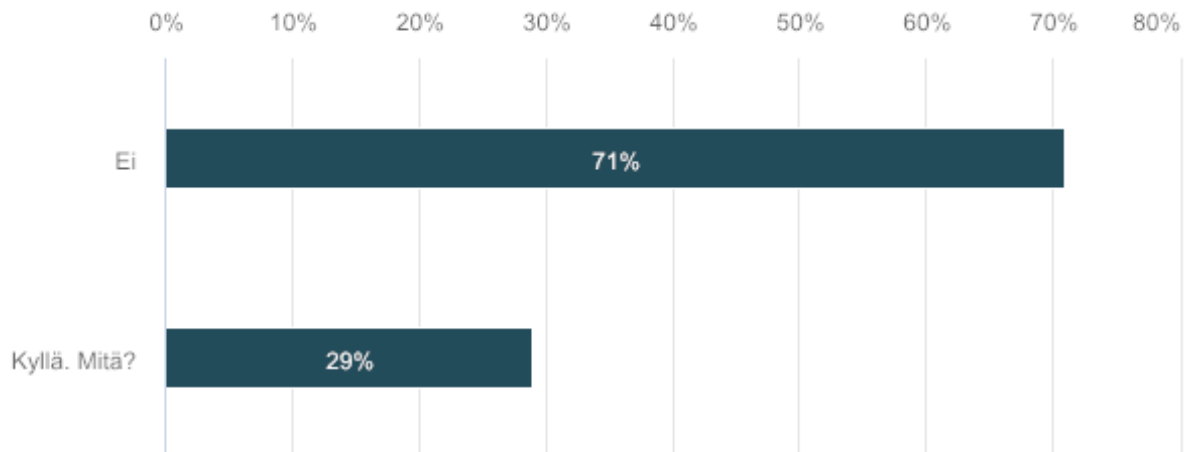
Vastaajien määrä: 7



	n	Prosentti
Kyllä	7	100%
Ei	0	0%

### 4. Puuttuiko oppaasta mielestäsi jotakin?

Vastaajien määrä: 7



	n	Prosentti
Ei	5	71,43%
Kyllä. Mitä?	2	28,57%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Kyllä. Mitä?	Opasta voisi tarvittaessa laajentaa kattamaan tarkempia osa-alueita, jotka eivät niin yleisessä käytössä (yökuvaus, äänekäs miljöo (esim. festarit/messut), jne.).
Kyllä. Mitä?	Editointia olisi voinut opastaa (tekstin ja musiikin lisäämistä).

### 5. Oliko oppaassa mielestäsi jotain epäolennaista tai käyttöä vaikeuttavaa?

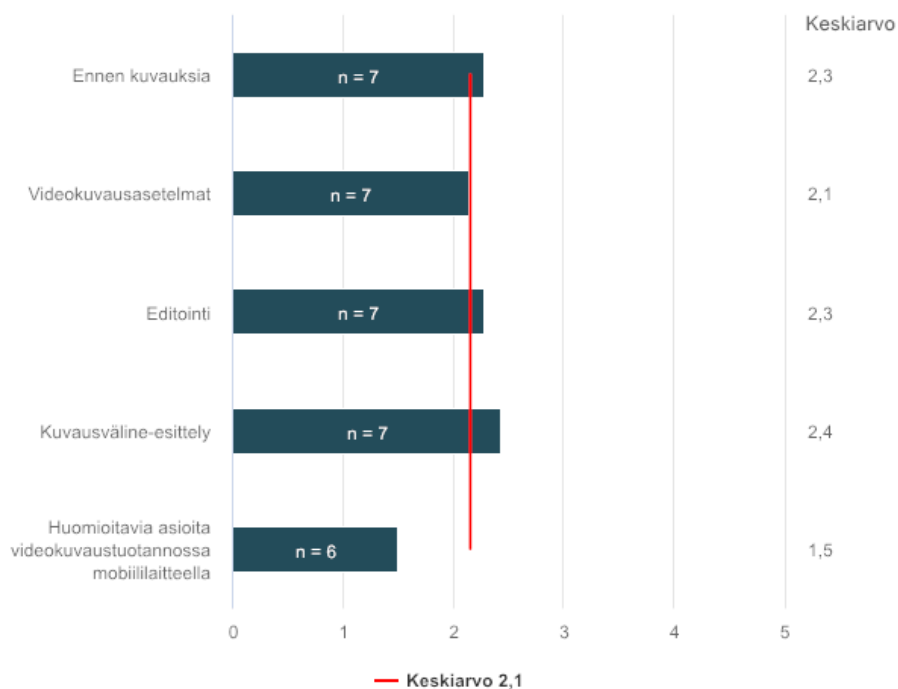
Vastaajien määrä: 4

Vastaukset
Ei
Ei olennaista. Kaikki puhelimet eivät varmaan toimi samalla mutta kaikkia puhelimia koskeva ohjeistus on mahdoton toteuttaa.
Hyvä ja selkeä, riittävän yksinkertainen , opas
Ei ollut. Teksti oli Selkeää ja ymmärrettävää. Värien käyttö erinomaista.



**6. Kuinka hyödylliseksi koit oppaan luvut? 1 = todella hyödyllinen 2 = melko hyödyllinen 3 = en osaa sanoa 4 = vähän hyödyllinen 5 = ei ollenkaan hyödyllinen**

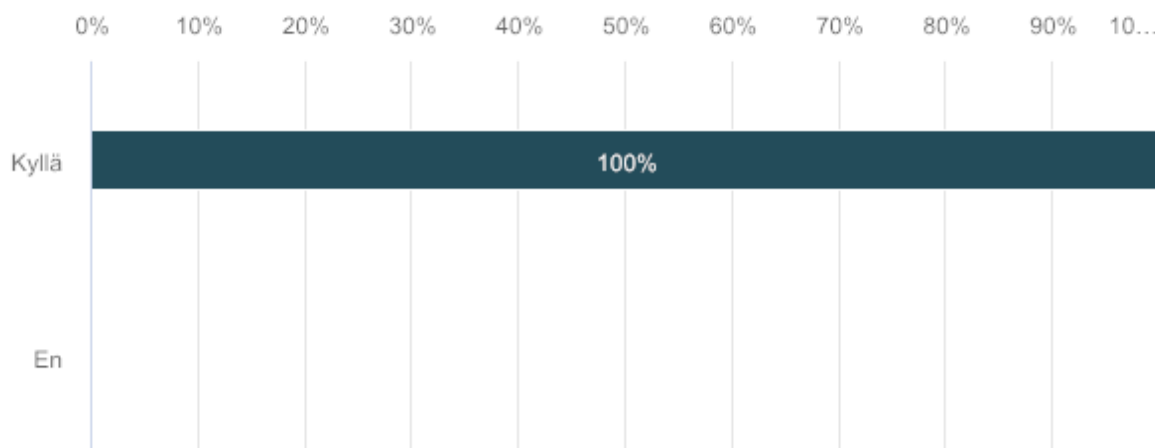
Vastaajien määrä: 7



	1	2	3	4	5	Keskia rvo	Media ani
Ennen kuvauksia	42,86 %	28,57 %	0%	14,28 %	14,29 %	2,29	2
Videokuvausasete lmat	42,86 %	28,57 %	0%	28,57 %	0%	2,14	2
Editointi	42,86 %	14,28 %	14,29 %	28,57 %	0%	2,29	2
Kuvausväline- esittely	42,86 %	0%	42,86 %	0%	14,28 %	2,43	3
Huomioitavia asioita videokuvaustuota nossa mobiililaitteella	66,66 %	16,67 %	16,67 %	0%	0%	1,5	1

## 7. Käyttäisitkö opasta uudelleen?

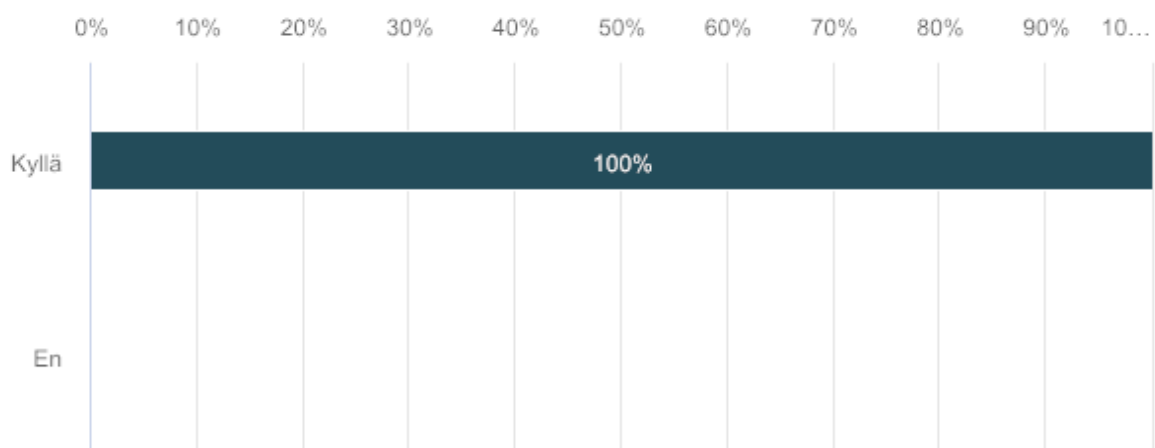
Vastaajien määrä: 7



	n	Prosentti
Kyllä	7	100%
En	0	0%

## 8. Koitko oppaan helpottavan videokuvaustuotannon toteuttamista mobiililaitteella?

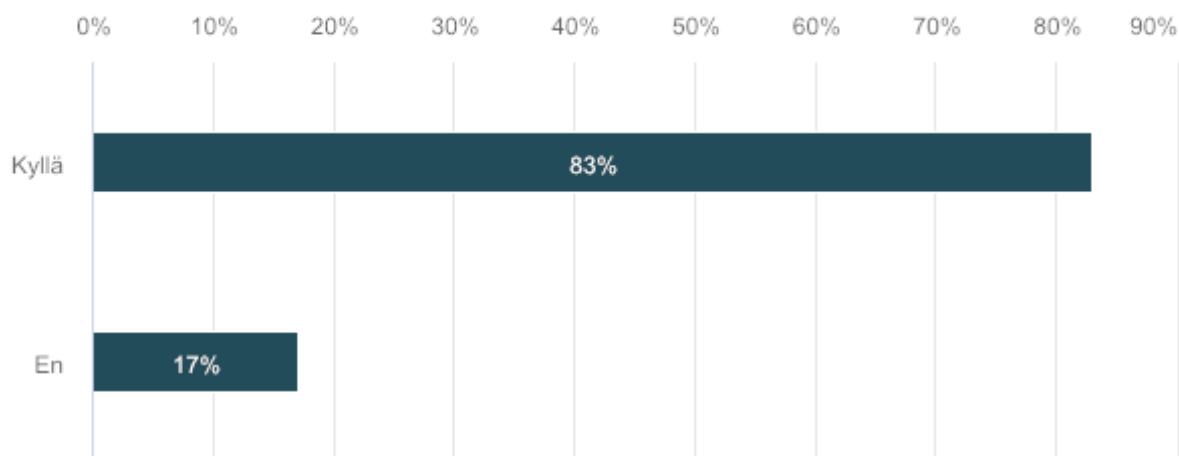
Vastaajien määrä: 7



	n	Prosentti
Kyllä	7	100%
En	0	0%

## 9. Pääsitkö haluamaasi lopputulokseen oppaan avulla?

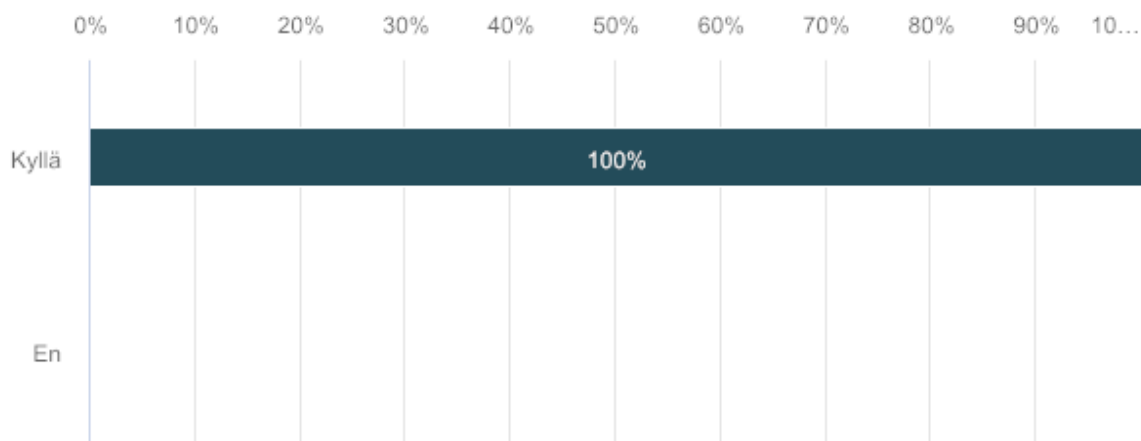
Vastaajien määrä: 6



	n	Prosentti
Kyllä	5	83,33%
En	1	16,67%

## 10. Suositteisitko oppaan käyttöä muille?

Vastaajien määrä: 7



	n	Prosentti
Kyllä	7	100%
En	0	0%

## 11. Vapaat kommentit oppaasta:

Vastaajien määrä: 5

Vastaukset
Hyvä perusopas mobiiliin videokuvaamiseen. Selkeä ja ytimekäs. Aiheen laajentamismahdollisuuksia on, mutta nykyisellään oppaasta on varmasti hyötyä monille.
Riittävän lyhyt, mutta kuitenkin seikkaperäinen. Riittävän iso fontti ikänäköisellekin lukijalle. Poistaa ennakkoluuloja kuvaamista suunnittelevalta - pienillä huomioilla pystyy itsekin tekemään suht laadukasta videomateriaalia.
Hyvää työtä. varmasti hyvä apu monelle.
Tavallisella kännykänkäyttäjällä ei ole moisia lisävarusteita: mikki, jalat, lisävalaisin, lisäakku, ect... Muutoin opas oli hyvä perusopas aloittelevalle kuvaajalle.
Olisin toivonut enemmän ohjeita editoinnista. Muuten opas on erinomainen. Teksti on ymmärrettävää ja selkeää. Värien ja havainnollistavien kuvien käyttö erinomaista. Vinkit ja Huomio-ohjeet kivoja lisiä.