

Tytti Kuusinen

Kertooko kuva enemmän kuin tuhat sanaa?

Case: Sulasol – Avaimia musiikkitapahtuman järjestämiseen -videosarja

Opinnäytetyö

Kevät 2017

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Kulttuurituotannon koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Mediatuottaminen

Tekijä: Tytti Kuusinen

Työn nimi: Kertooko kuva enemmän kuin tuhat sanaa? Case: Sulasol – Avaimia musiikkitapahtuman järjestämiseen -videosarja

Ohjaajat: Jukka Saarela ja Esa Savola

Vuosi: 2017 Sivumäärä: 34 Liitteiden lukumäärä: 4

Opinnäytetyöni tutkii videon vahvuuksia ja heikkouksia osana opetusta ja informaationantoa vertailtuna tekstiin. Esimerkkinä toimii mediatyöni Sulasol – Avaimia musiikkitapahtuman järjestämiseen, joka on 10-osainen videosarja. Mediatyöni on valmistettu tilaustyönä Sulasol – Suomen Laulajain ja Soittajain liitolle palvelemaan heidän kuoroista ja orkestereista koostuvaa jäsenistöään.

Kerron ja analysoin myös laajasti videosarjan eri työvaiheita, ratkaisuja ja sitä, ovatko ne palvelleet tarkoitustaan lopullisessa tuotteessa.

Avainsanat: video, teksti, musiikkitapahtuma, videosarja, opinnäytetyö

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: SeAMK School of Business and Culture

Degree programme: Cultural Management

Specialisation: Media Management

Author: Tytti Kuusinen

Title of thesis: Does a picture say more than a thousand words? Case: the Sulasol – Keyes to Organize a Music Event video series

Supervisors: Jukka Saarela and Esa Savola

Year: 2017

Number of pages: 34

Number of appendices: 4

My thesis takes a look at the strengths and weaknesses of videos as part of teaching and information compared to texts. As a case example, I use my media work, Sulasol – Keys to Arrange a Music Event, which is video series of 10 episodes. The media work was commissioned by Sulasol - The Finnish Amateur Musicians' Association, and it is aimed at serving the members of the organization, which mainly consist of choirs and orchestras.

I also describe and analyze widely the different stages and solutions of the video series and discuss if they meet their objectives in the final product.

Keywords: video, text, music event, video series, thesis

ESIPUHE

Kiitokset tästä hienosta ja opettavaisesta opinnäytetyöprojektistäni kuuluu ensisijaisesti projektin tilaajalle Sulasol - Suomen Laulajain ja Soittajain Liitolle. Koko tuotannosta ei olisi tullut myöskään mitään ilman motivoitunutta ja ahkeraa työryhmää, pelottomasti mukaan heittäytyneitä haastateltavia ja kuoroja sekä Seinäjoen Ammattikorkeakoulun suomia puitteita ja lähiopettajien ja henkilökunnan tukea. Kiitos myös perheelle, ystäville ja läheisille tsempeistä ja mukana elämisestä niin hyvinä kuin heikkoina hetkinä projektin aikana.

Tästä on hyvä jatkaa kohti ammatillisia haasteita - työelämässä.

A handwritten signature in black ink, reading 'Tytti Kuusinen'. The signature is written in a cursive, flowing style.

27.4.2017, Seinäjoella

Tytti Kuusinen

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
ESIPUHE	4
SISÄLTÖ.....	5
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo	7
Käytetyt termit ja lyhenteet	8
1 JOHDANTO	9
2 VIDEON MAHDOLLISUUDET OPETUKSESSA JA INFORMOINNISSA.....	10
2.1 Videon merkitys ja käyttötavat kehittyneet	10
2.2 Videon vahvuudet	10
2.3 Videon heikkoudet.....	11
2.4 Case: Sulasol – Avaimia musiikkitapahtuman järjestämiseen -videosarja	12
3 TILAUKSESTA TUOTANTOON.....	14
3.1 Näkökulmani mediatuottajana.....	14
3.2 Esituotanto	15
3.2.1 Viestintä ja työryhmä.....	15
3.2.2 Kuva- ja valaisusuunnitelma	16
3.3 Kuvaukset	17
3.3.1 Introt.....	19
3.4 Jälkituotanto	20
3.4.1 Leikkaus.....	21
3.4.2 Äänimaailma	21
3.4.3 Grafiikat ja animaatiot	22
3.4.4 Markkinointi ja julkaisu	23
4 POHDINTA JA YHTEENVETO	24
4.1 Audiovisuaalinen tuotanto.....	24
4.1.1 Katselutilastot.....	24
4.2 Ammatillinen kasvu	25

4.3 Päätelmä.....	26
LÄHTEET.....	27
LIITTEET.....	28

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Making of-kuva Helsingin haastattelupisteeltä.....	18
Kuva 2. Esimerkki materiaalin jaottelusta ja värikoodauksesta.....	20
Kuva 3. Grafiikkaesimerkki – Tuotantoaikataulu	22
Kuva 4. Grafiikkaesimerkki – Nimi tag	22
Kuva 5. Lehtijuttu videosarjasta 1/2016 Sulasel-lehdessä	23

Käytetyt termit ja lyhenteet

Sulasol	Suomen Laulajain ja Soittajain Liitto
Making of -kuva	Kuva jolla näytetään katsojalle työryhmä, kalusto ja lavasteet. Kutsutaan myös tuotantokuvaksi.
Introt	Opinnäytetyössäni introilla tarkoitetaan lyhyitä videoiden alustuksia joissa kuorot laulavat videosarjan sekä videon nimen. Introa voidaan pitää johdantona aiheeseen.

1 JOHDANTO

Sulasol – Suomen laulajain ja soittajain liitto on vuonna 1922 perustettu järjestö, jonka tavoitteena on edistää ja tukea kuoro- ja soitinmusiikin harrastustoimintaa Suomessa. Liiton piirissä on lähes 350 kuoroa ja orkesteria, jotka henkilöjäseninä tekevät yhteensä noin 12 500. (Sulasol – Suomen Laulajain ja Soittajain Liitto, [viitattu 17.5.2016].)

Oma kytkökseni Sulasoliin syntyi ammattikouluajanani, kun pääsin liitolle viestintäassistentin tehtäviin työharjoittelijaksi. Alan jatko-opintojeni alkutaipaleella Seinäjoen ammattikorkeakoulussa Sulasol tilasi minulta kirjan aiheesta musiikkitapahtuman järjestäminen. Projekti kuitenkin jäi opintojeni ja isoon rooliin nouseen uuden harrastuksen alle, kunnes opinnäytetyöni tuli ajankohtaiseksi. Olin yhteydessä tilaajaan ja ehdotin muutosta projektiin: tehdään kirjan sijasta videosarja.

Opinnäytetyöni on ollut minulle iso ammatillinen haaste ja kypsyymismatka, ja olen tahtonut siinä erityisesti tutkia sekä vertailla tekstin ja kuvan informatiivisuuden eroja. Haasteenani oli myös se että onnistuisinko sisällyttämään perinteikkääseen järjestöön audiovisuaalisen materiaalin.

2 VIDEON MAHDOLLISUUDET OPETUKSESSA JA INFORMOINNISSA

2.1 Videon merkitys ja käyttötavat kehittyneet

Lapsuudessa suurin osa opetusmateriaalista jota meille tarjottiin tuli kirjallisessa muodossa ja televisiokärry muistetaan ilahduttavana näkynä välitunnilta luokkahuoneeseen palatessa. Videota ei kuitenkaan nykyään katsota pelkästään televisiosta, vaan päivä päivältä enemmän tietokoneelta ja puhelimesta. Esimerkiksi PewReserchCenterin tutkimuksen mukaan vuonna 2013 78% aikuisista amerikkalaisista internetin käyttäjistä katsoi ja latsi videoita internetin ja puhelimen välityksellä kun luku vuonna 2009 oli 69%. (Purcell 2013)

Mielenkiintoista tutkimuksessa oli myös että vastaajista yli puolet katsoivat komediallisten videoiden jälkeen eniten opetus- ja ohjeistusvideoita joita on internet tulvillaan. Esimerkiksi yhden internetin suosituimman videonjakopalvelun YouTuben nettisivuilla haulla "Tutorial Video" - eli opetusvideo sai hakutuloksia keväällä 2016 noin 77,6. miljoonaa kappaletta (22.5.2016) kun taas melkein vuoden jälkeen jo noin 186. miljoonaa (27.4.2017).

Audiovisuaalinen media avaa paljon mahdollisuuksia opetukseen verrattuna pelkkään tekstiin mutta sillä on myös omat heikkoutensa. Seuraavissa alaluvuissa käsittelen näitä vahvuuksia ja heikkouksia sekä perusteluita miksi mediatyöni toteutettiin videona tekstin sijasta.

2.2 Videon vahvuudet

Videon selkein vahvuus on se, että sillä voidaan demonstroida erilaisia toimintoja ilman aikamääritettä. Jos video on jaettuna vapaasti tai vaikka ladattuna omalle tietokoneelle, sitä pystyy jokainen hyödyntämään juuri silloin kun sitä tarvitsee ja niin useasti kuin tahtoo. Videon avulla voidaan siis säästää aikaa esimerkiksi joiltakin koulutuksilta ja kursseilta, sekä rahaa niiden järjestely- ja matkakuluista.

Tekstimateriaaliin verrattuna video on myös usein nopeampi keino informaation jakamiselle.

Koumi (2006, 64-65) määrittää audio-visuaalisen materiaalin meriitiksi persoonallisuuden verrattuna tekstiin. Koumi kokee videon myös rikkovan tekstiin usein liitettävän tylsyyden. On totta että tekstiäkin voi kirjoittaa omalaatuisesti mutta erityisesti opetuksellisessa mielessä video antaa enemmän mahdollisuuksia vaikka heittää pientä komiikkaa oppimista tukemaan.

Videolla voidaan esitellä realistisesti tai esimerkiksi animaation avulla asioita ja paikkoja mihin ei ole mahdollisuutta päästä etukäteen, tai mitä ei voi harjoitella aidoilla kohteilla. Näistä Hampe (1998, 12) nostaa esimerkeiksi avaruussukkulan ja suuren ihmiselle toteutettavan leikkauksen. Hampe myös korostaa, että kaaviot ja grafiikat, jotka kirjasta luettuna voisivat tuntua tylsiltä, syttyvät eloon videon ja tietokoneen yhteistyöllä (Hampe 1998, 14).

Tekstin avulla on opetuksellisiin ja informatiivisiin yhteyksiin hyvin vaikea saada tunneulottuvuutta. Äänen, kuvan, musiikin, dramatisoinnin, demonstroinnin ja voimakkaiden kuvien avulla tämä on helpompaa videossa (Hampe 1998, 16). Videolla voidaan myös vaikuttaa itseluottamukseen, näyttämällä esimerkiksi epäonnistuminen joka kääntyy onnistumiseksi. (Koumi 2006, 51). Tällaisilla kuvilla annetaan katsojalle mahdollisuus samaistumiseen ja motivoitumiseen.

Videota voisi myös pitää tekstiä enemmän kaikkia aisteihin perustuvia oppimistyyplejä tukevana sen tarjotessa visuaalisuuden lisäksi audiitivista sisältöä.

2.3 Videon heikkoudet

Video ei kuitenkaan ole aina se ainut ja oikea vaihtoehto. Barry Hampe (1998, 11) on ilmaissut tähän hienon vertauksen, jonka mukaan kaikkien asiakkaidesi - tai yrityksesi - informaation sovittaminen videoon on yhtä kannattavaa kuin heidän kuljetustarpeidensa ratkaiseminen yhdellä ajoneuvolla.

Heikoimmillaan video on kertoessaan abstrakteista asioista eli ollessaan verbaalisena ilmaisijana ilman visuaalista lisää. Tämän takia video, joka sisältää

paljon haastatteluja, tarvitsee tiiviin ja rakenteellisesti selkeän informaation, hyviä puhujia ja visuaalisesti laadukasta kuvaa sekä kuvituskuvaa.

Vaikka sanonta kuuluu ”kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa”, pitää se harvoin paikkansa varsinkin informatiivisessa videossa. Puolen tunnin keskusteluohjelma sisältää noin 350-4000 sanaa, mikä ei ole luettuun tekstimäärään verrattuna paljon mitään. (Hampe, 1998, 16) Informaation määrä mitä videoon on mahdollista sisällyttää on huomattavasti suppeampi kuin tekstissä.

Televisio, video ja tietokone eivät ole mukanaan saatelleet kirjoja museoon, vaan kirja voi kirjana edelleen hyvin Lehtosen (2001, 15) pohdinnoissa. Tekstillä ja erityisesti kirjalla on – ja tulee aina olemaan – omat vahvuutensa jo pelkästään ominaisuuksiensa puolesta. Koko, paksuus, kirjasintyyppi jne. viestivät lukijalle merkityksiä joita audiovisuaalinen materiaali eivät välttämättä sisällä (Lehtonen 2001, 11-12.)

2.4 Case: Sulasol – Avaimia musiikkitapahtuman järjestämiseen -videosarja

Saadessani tilauksen musiikkitapahtuman järjestämisen oppaasta kirjana aloin etsiä referenssejä vastaavista tuotannoista paperisena ja sähköisenä. Todetessani niitä olevan jo aika paljon mietin miten tämä voitaisiin toteuttaa omalaatuisemmin ja päädyin videosarjaan. Tilaajalle esittelin ideani näillä näkökulmilla perustellen:

- mielenkiintoisempi, nykyaikaisempi ja omalaatuisempi tapa lähestyä aihetta josta on jo paljon kirjallisuutta
- jää elämään aivan eritavalla kuin teksiteos
- uusi aluevaltaus Sulasolille jota voisi kehittää myös tulevaisuudessa
- lopputuloksesta Sulasolin näköinen ja antaisi kasvoja järjestölle.

Sulasolin toiminnanjohtajan Virpi Häyrisen (2016) mukaan kuullessaan mahdollisuudesta toteuttaa projekti kirjan sijaan videona he innostuivat välittömästi. He kokivat että video on nykyaikaista elävää viestintää ja antaa järjestöstä aktiivisen kuvan.

Sulasolin viestintä oli ennen videosarjaa koostunut pääosin neljä kertaa vuodessa paperisena ja sähköisenä julkaistavasta Sulasol-lehdestä, ryhmäsähköposteista

sekä nettisivu- ja somejulkaisuista. Nettisivuja päivitetään vähintään viikottain ja niiden kuukausittainen kävijämäärä on n. 5500. Sulasolin Facebook-sivuilla tykkääjiä on noin 600 ja sitä käytetään nopeaan viestintään kuten tapahtumien ja jäsentarjousten markkinointiin (Viluksela 2016.)

Sulasolilla oli olemassa jo ennen videosarjaa videonjakokanava, joka oli avattu vuonna 2015 (Viluksela 2016). Kanavaa ei oltu ennen markkinoitu, mutta sinne ladattuja kahta videota oli jaettu muun muassa Facebookin välityksellä. Sulasolin viestintäpäällikkö Ahti Vilukselan (2016) mukaan videotuotanto on varmasti yksi lähitulevaisuuden kehittämiskohteista, joten videosarja antoi samalla alkusysäyksen tälle.

Isoin merkitys videotuotantoon päätymisessä oli mielestäni se että annetaan opeille kasvot. Kirjana jäsenistö olisi lukenut vain vinkkejä tapahtumajärjestämiseen nimien alta, mutta videolta katsoja näkee, ketkä näistä asioista kertovat.

3 TILAUKSESTA TUOTANTOON

3.1 Näkökulmani mediatuottajana

Mediatuottajana tässä projektissa koin suurta vastuuta audiovisuaalisen tuotannon esittelijänä. Vaikka tilaaja oli minulle ennestään tuttu, heillä ei ollut tällaisista tuotannoista aikaisempaa kokemusta. Sulasolin toiminanjohtajan Virpi Häyrisen mukaan (2016) järjestössä on aikaisemmin ollut suunnitteilla muun muassa liiton esittelyvideo, mutta toteutuksen on estänyt epäselvyys siitä, mistä saada ammattitaito ja videokalusto. Produktion kustannukset ovat myös mietityttäneet Sulasolissa. Tahdoin siis tällä tuotannolla osoittaa tilaajalle videotuotannon mahdollisuudet, nykyaikaisuuden ja tutustuttaa tuotantoprosessiin niin, että audiovisuaalinen materiaali pysyisi tulevaisuudessa mukana osana järjestön markkinointia ja viestintää. Päämääränäni oli saada lopputuloksesta mahdollisimman paljon Sulasolin näköinen.

Tätä ajatusta tukien pidin tilaajan koko ajan ajantasalla siitä, mitä tuotannossa milloinkin tapahtui. Tuotantopalavereissa esittelin aktiivisesti esimerkkejä kuvatusta materiaalista sekä pyysin kommentteja ja parannusehdotuksia. Muutamissa asioissa minun täytyi selittää, miksi jokin asia ei yksinkertaisesti toimi tai ole mahdollista toteuttaa videotuotannossa.

Harrington ja Weiser (2011, 32-35) ovat listanneet huomioitavia asioita videosarjan tuotannossa, niistä useaan kiinnitin itsekkin huomiota. Ensinnäkin minulle oli tärkeää, että työryhmällä ja haastateltavilla olisi mahdollisimman hyvä olla. Jokaiselle kuvausreissulle ostin työryhmälle eväitä autoon ja pyrin aikatauluttamaan kuvauspäivät niin, että ehtisimme aina käydä rauhassa syömässä. Lisäksi ajoin kuvausmatkat suurimmaksi osaksi itse, jotta työryhmäläiset saisivat halutessaan levätä. Tahdoin myös tuoda esille työryhmän panosta tuotannossa pyrkimällä esittelemään heidät kuvauksissa.

Huomioni kuvauspäivien aikataulutuksessa keskittyi tuotantotehokkuuteen. Tällä tarkoitan että sovin aina mahdollisimman useat kuvaukset samalle päivälle, jotta kuvauspäivien määrä pysyisi hallinnassa. Kuvauspäivien aikataulutuksen hoidin

niin, että ehdimme rauhassa rakentamaan kaluston, jolloin haastateltavat saisivat sovittuna aikana tulla suoraan valmiiseen kuvausympäristöön. Juttelin myös ennen kuvauksia jokaisen haastateltavan kanssa jostain aivan muusta rentouttaakseni tunnelmaa. Itse kuvauksien aikana ohjasin heitä ystävällisesti sekä pidin taukoja tarpeen mukaan. Tiivistetysti tahdoin siis heidän tietävän, että kuvaustilanteessa liikutaan heidän ehdoillaan. Tärkein muistutus oli yleensä se että emme kuvaa suoraa lähetystä, eli kaikki voidaan ottaa haluttaessa uudestaan.

3.2 Esituotanto

Heti tuotannon ensimmäisen tuotantopalaverin yhteydessä esittelin ja hyväksyin tilaajalla alustavan tuotantoaikataulun [Liite 1] sekä videoiden aihejaottelun [Liite 2]. Videoille en tehnyt erityisen tarkkoja käsikirjoituksia, vaan lähinnä viitekehykset aiheista ja asioista mitä missäkin videossa käsitellään. Tämä valinta oli tietoinen myös siksi, että halusin antaa samalla haastateltaville vapautta kertoa aiheista omin sanoin ja omien kokemuspohjaisten näkökulmien kautta laajemmin.

Ensimmäinen varsinainen tuotantokuukausi meni oikeastaan kokonaisuudessaan yhteydenottoihin haastateltaviin ja kuvauspäivien sopimiseen. Sulasolin kommentoijaryhmä listasi minulle sopivia järjestöaktiiveja ja kokeneita tapahtumajärjestäjiä, joihin olin yhteydessä sähköpostitse.

3.2.1 Viestintä ja työryhmä

Olen itse aktiivinen sosiaalisen median käyttäjä ja yleensä erilaisissa projekteissa sekä ryhmien kanssa toimiessa turvaudun sen erilaisiin ryhmätoimintoihin. Tilaajan kommentoijaryhmästä ei kuitenkaan löytynyt erityisen aktiivista sosiaalisen median käyttäjäkuntaa, joten heti aluksi täytyi päättää miten viestintä hoidetaan Seinäjoen ja Helsingin välillä.

Haastattelujen sopimista varten sain oman Sulasol-sähköpostiosoitteen, jonka oheistoimintoihin tarkemmin tutustuessani löysin ryhmämahdollisuuden, jonka

otimme käyttöön. Ryhmälle oli mahdollista luoda myös yhteinen kalenteri ja pilvipalveluun tiedostojenjakokansio, jotka osoittautuivat tuotannon aikana käteviksi.

Vaikka olen tottunut tekemään paljon itsekseni, viimeistään ohjauspalaverien myötä tiedostin, että tämä tuotanto on liian iso yhden naisen harteille. Lähdin siis kokoamaan työryhmää tuotantoa varten ensisijaisesti kyselemällä koulukavereitani. Rekrytoinnin tuloksena työryhmässä oli mukana lisäkseni yhteensä viisi jäsentä niin, että kuvauksissa itseni lisäksi oli aina kaksi henkilöä. Viestintä meidän kesken tapahtui mobiiliviestintäsovelluksen ryhmätoiminnon kautta. Harrington & Weiser (2011, 25) kertovat pyrkivänsä työllistämään omissa nettivideotuotannoissaan henkilöstöä niin, että heitä on aina yksi enemmän kuin tuotannon kameroita. Tämän linjauksen totesin toimivaksi myös tässä tuotannossa.

3.2.2 Kuva- ja valaisusuunnitelma

Suurimpana visuaalisen näkökulman uhkana pidin kuvakerronnan jäämistä tylsäksi. Kyseessä on kuitenkin pääosin haastatteluista koostuva opetusvideosarja - eli suurimmaksi osaksi kuvattiin henkilöitä puhumassa. Jos en saisi kuvakerronasta kiinnostavaa, eivät aiheesta kiinnostuneetkaan jaksaisi katsoa videoita loppuun asti. Tämän uhkan pyrin kumoamaan suunnittelemalla kuvakerronnasta mahdollisimman monipuolista ja laadukasta.

Kuvasuunnitelmani [Liite 3] sisältyi kaksi kuvaa; 1-kameran liikkumaton puolilähikuva suoraan edestä otettuna, ja 2-kameran sivuprofiilista otettu puolikuva – kokokuva, jota vaihdeltaisiin nopeilla optisilla ajoilla. Lisäksi lähtökohtaisesti tahdoin pitää kummassakin kuvassa syväterävyysalueen mahdollisimman lyhyenä.

Kuvausten myötä annoin 2-kameran operointiin vapauksia lisää. Kuvakokoina nähtiin myös lähikuvaa, erikoislähikuvaa sekä kameran liikettä lisättiin panoroinneilla, tiltauksilla ja focus pulleilla. Tärkeänä pidin sitä, että kuva pysyi tarpeeksi stabiilina, sillä staattinen kuva palvelee pieneltä ruudulta katsovaa katsojaa paremmin (Keränen, Lamberg & Penttinen 2005, 227).

Kuvituskuvaksi olin alunperin suunnitellut käyväni kuvaamassa muutamaa Sulasolin jäsenkuoron ja orkesterin konserttia. Sain käyttööni myös Sulasolin

viestintäpäällikön laajan valokuva-arkiston, josta suunnittelin käyttäväni valokuvia liikkuvina elementteinä kuvituskuvana. Aikatalullisista syistä en kuitenkaan ehtinyt lopulta kuvituskuvaa konsertteihin ottamaan, joten kuvituskuva videosarjassa koostuu kokonaan valokuvista ja grafiikoista.

Toisena haasteena kuvakerronnalle koin sen, miten saisin haastatteluille jonkin yhtenäisen elementin. Alusta asti oli tiedossa, että kaikkia haastatteluja ei voisi pitää Sulasolin tiloissa samoissa lavasteissa. Toisaalta tämä ei ollut vaihtelun kannalta heikkous, mutta tahdoin että jokaisessa haastattelussa olisi kuitenkin jotain yhteistä. Tähän löysin ratkaisun valaisusuunnitelmaa tehdessäni.

Haastattelutilanteiden valaisusuunnitelma koostui kokonaisuudessaan kolmesta valosta; päävalosta, täyttövalosta sekä sinisellä kalvolla värimaalatusta taustavalosta. Sininen väri on osa tilaajan visuaalista ilmettä, joten liittämällä sinisen taustavalon ja varjon jokaiseen haastatteluun saimme yhtenäistettyä jokaista haastattelutilannetta.

3.3 Kuvaukset

Haastattelukuvaukset käynnistyivät toisen tuotantokuukauden alussa. Kuvauspaikaksi oli aloituspalaverissa kaavailtu vuokrattavaa tilaa aivan Sulasolin toimiston läheisyydestä. Budjetillisista syistä ja tilaajan toiveesta kuvaukset kuitenkin siirtyivät järjestön omiin tiloihin. Tämä ei ollut ongelma tuotannon toteuttamiselle, sillä jo aloituspalaverin yhteydessä olimme arvioineet Sulasolin tilojen soveltuvuutta kuvauksiin ja päättäneet, että niihin turvaudutaan tarvittaessa.

Jokaisessa kuvauksessa oli lisäksi kaksi työryhmän jäsentä. Kuvaustilanteissa minä hoidin ohjauksen ja 1-kameran operoinnin, yksi työryhmän jäsenistä hoiti äänityksen, ja yksi 2-kameran operoinnin. Koin kuvauksien aikana kolmen hengen työryhmän riittäväksi, mutta toki ihanteellista olisi ollut vielä yksi työryhmän jäsen lisää. Tälle jäsenelle olisin antanut vastuun 1-kameran operoinnista, niin että olisin saanut keskittyä pelkästään ohjaukseen, itse haastatteluun ja visuaaliseen tarkkailuun.

Alunperin ajatuksena oli, että 2-kameran kuvassa saisi näkyä myös lavasteet. Kuvauksien alkaessa päädyimme kuitenkin ottamaan mukaan vielä kolmantena kamerana pienen action -kameran. Vaikka laadullisesti action -kamera ei pärjännyt 1- ja 2-kameralle, se toi laajan kuvansa ansiosta kuvakerrontaan lisän niin sanottuna making of -kuvana (Kuva 1). Tällaista videokuvaa voidaan pitää mielipiteitä jakavana, mutta taiteellisena ratkaisuna koen sen tuoneen katsojaa lähemmäksi itse tuotantoa.



Kuva 1. Making of-kuva Helsingin haastattelupisteeltä.

Keränen, Lamberg & Penttinen (2005, 257) mainitsevat kirjassaan että jos äänitykselle suunniteltua tilaa ei ole käytettävissä pitäisi valita n. 5-15 m² jossa on sekä kovia että pehmeitä pintoja ja kalusteita. Tähän kuvaukseen Sulasolin toimistotila oli mielestäni nappivalinta pitkine nuottikirja rivistöineen ja toimistokalusteineen. Kuvauksien äänitys tapahtui kaksitasoisesti nappimikrofonilla sekä haulikkomikrofonilla ulkoiselle tallentimelle. Lisäksi lähes jokaisesta tilasta otettiin varmuuden vuoksi tilääni aina kuvausten loppuksi, jotta tarvittaessa äänen jälkikäsitelyssä saisi helpommin poistettua esimerkiksi häiritsevää taustahuminaa. Ikäviltä yllätyksiltä äänityksen suhteen välttyttiin projektin aikana tarkalla äänentarkkailulla ja pitämällä taukoja esimerkiksi lumiauran takia.

3.3.1 Introt

Haastattelukuvausten loppuvaiheessa syntyi idea introista. Tuotantoaikataulun venymisen uhalla päätimme toteuttaa tilaajan kanssa introt. Koimme niiden tukevan päämäärää lopputuloksen saattamisesta mahdollisimman paljon Sulasolin näköiseksi. Introissa esittelisimme Sulasolin jäsenistöön kuuluvia erikoisliittoja kuorojen ja orkesterimusiikin avulla.

Koska intro-kuvauksia ei oltu aikataulutettu mukaan, oli ne toteutettava kokonaisuudessaan melko nopealla aikataululla. Päätös introjen toteutuksesta tehtiin tilaajan kanssa suunnittelupalaverissa noin tuotantoajan puolellisessa, jonka jälkeen olin yhteydessä tilaajan ehdottamiin kuoroihin, sovin kuvauspäivät sekä varasin kaluston ja tilan. Kuorot pyrimme yhdessä tilaajan kanssa löytämään mahdollisimman läheltä minua, työryhmää ja kalustoa, jotta säästyttäisiin ylimääräisiltä logistiikkakustannuksilta ja ajankäytöltä.

Yhteydenottojen myötä kuvauksiin heittäytyi mukaan neljä etelä-pohjalaista kuoroa sekä yksi helsinkiläinen kuoro. Orkesteria en aikataulun puitteissa saanut mukaan, joten orkesterin osuus kahteen videoon toteutettiin lopullisessa työssä kahdesta äänityksestä, joihin liitettiin kuvituskuvaa Sulasolin valokuva-arkistosta.

Introjen pääideana oli että kuorot ja orkesteri esittäisivät koko videosarjan sekä videoiden nimet. Tämä toteutettiin niin, että Sulasolin kustannuspäällikkö Reijo Kekkonen sävelsi nimille melodiat, jotka kuorot harjoittelivat etukäteen. Introkuvaukset toteutettiin yhtä Helsingin kuvausta lukuun ottamatta Seinäjoen ammattikorkeakoululla esitystilassa. Kuvaus tapahtui kahdella kameralla, jossa 1. kamera otti pääosin kokokuvaa ja laajaa kokokuvaa suoraan edestä kamera-ajolla, panoroiden tai tiltaten, ja 2. kamera sivuprofiilista kummaltakin puolelta puolikuvaa ja puolilähikuvaa. Äänitys tapahtui kolmetasoisesti: kummallakin sivulla oli haulikkomikrofonit ja keskellä edessä ulkoisen tallentimen stereo-mikrofoni.

Tuotannon tuumasta toimeen -lähestymistapa näkyi kuvauksissa teknisinä ongelmina. Ensimmäisten kuvausten 1. kameran materiaali oli käyttökelvoton sillä en ollut huomannut kuvausten yhteydessä kamerassa päällä ollutta asetusta, joka tallensi videotiedostolle kaikki kuvausta avustavat grafiikat sekä teksti- ja

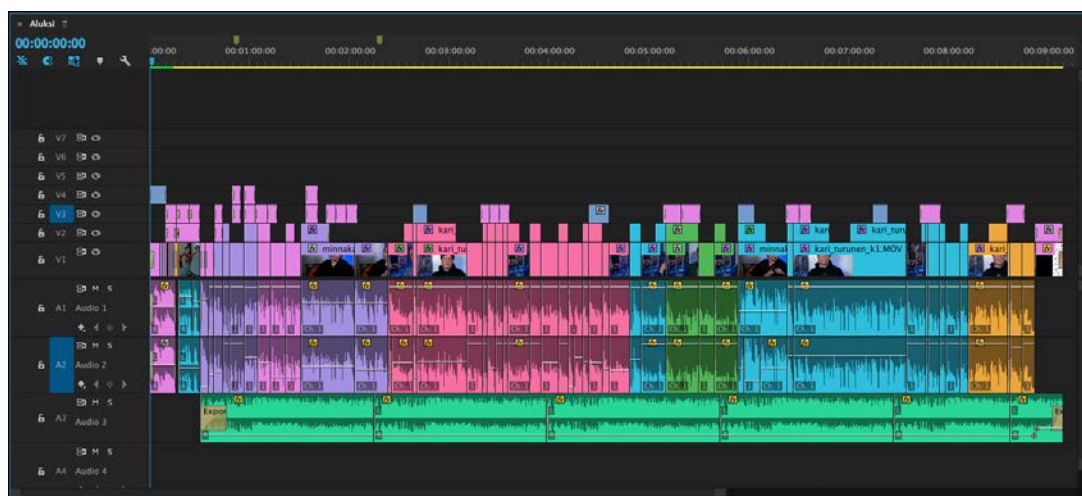
numerodatat. Toinen virhe, jonka syy on mysteeri vielä tänäkin päivänä, sattui Helsingin introkuvauksissa. 2. kameran materiaalia ei löytynyt mistään mukana olleista muistikorteista, vaikka kortit tarkistettiin jopa tiedostojen palautus- ja korjausohjelmalla.

Tuottajana otin vastuun näistä virheistä ja tarjosin aikataulun puitteissa yhteistyökumppaneille mahdollisuutta uusintakuvauksiin. Jälkituotannossa nämä virheet onneksi haittasivat odotettua vähemmän. Tuttu sanonta ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” päti siis intro-kuvauksissa valitettavan hyvin.

3.4 Jälkituotanto

Kävin kuvattua materiaalia läpi kuvausten yhä ollessa käynnissä, jotta pysyisin selvillä mistä aiheista materiaalia jo on sekä mistä mahdollisesti tarvitaan lisää. Tiedostojen ja kansioden nimeämispolitiikan kanssa toimin tarkasti ja systemaattisesti alusta lähtien. Näin varmistin tiedostojen löytämisen tarvittaessa mahdollisimman helposti ja nopeasti.

Vasta kuitenkin kuvausten päätyttyä pystyin keskittymään materiaaliin tarkemmin, ja kävin kaiken materiaalin läpi leikaten haastatteluja asiakkohtaisesti jaotellen aiheittain oikeiden videoiden aikajanoille. Lisäksi tein videokohtaiset muistiinpanot, ja värikoodasin (Kuva 2.) videoklipit sen mukaan, mitä asiaa niissä tarkennetusti käsitellään tai mihin kysymykseen niissä vastataan.



Kuva 2. Esimerkki materiaalin jaottelusta ja värikoodauksesta

3.4.1 Leikkaus

Leikkauksessa keskityin kerrontaan ja aihealueiden käsittelyyn järjestelmällisesti. Tällä tahdoin varmistaa, että videoiden pituus pysyisi tavoitellun kymmenen minuutin sisällä ja että aiheita ei purettaisi liian laajasti. Leikkauksessa pidän tärkeänä jättää katsojan omille tulkinnoille sekä tiedon kannalta merkityksettömille tunnesanoille tilaa. Näillä tarkoitan taukoja, esimerkkejä, kokemuksia ja ei niin informatiivisia pieniä lausahduksia. Pyrin myös jakamaan haastattelumateriaalin videoihin niin, että uusia kasvoja tulisi videosarjan loppua kohti lisää. Tämä siksi että koko videosarjan katsovalle syntyisi tuttavallinen olo jo videosarjassa esiintyneiden kanssa, ja uusiin kasvoihin saisi tutustua pienissä ryhmissä. Päämääräni oli myös saada leikkauksen avulla haastateltavat ikään kuin keskustelemaan tai täydentämään toistensa ajatuksia.

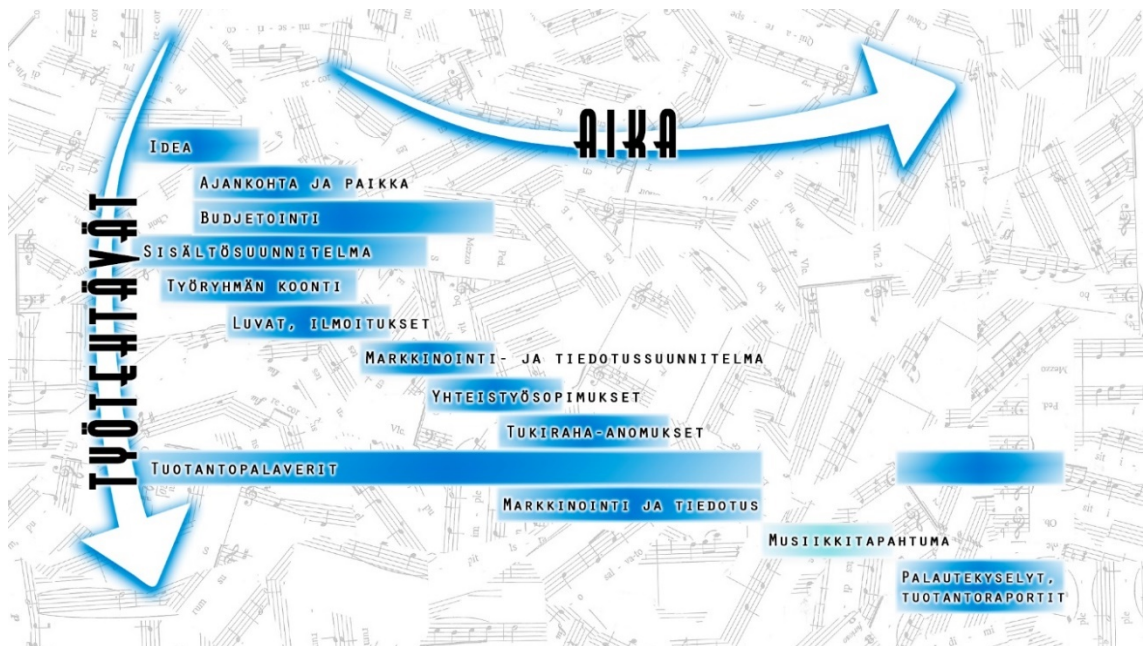
Leikkauksessa huomioin myös, että kuvakoot eivät vaihtuisi liian radikaalisti ja kahta samanlaisella kuvakoolla olevaa kuvaa ei tulisi peräkkäin, vaikka puhuja vaihtuisi. Koumin (2006, 22) mukaan haastatteluvideoissa kuvataan usein esimerkiksi haastateltavan nyökkäyksiä, joita voidaan leikata kahden eri lauseen väliin peittämään leikkaus. Kattavan kuvituskuva-arkiston ansiosta ei minun tarvinnut turvautua tällaisiin ratkaisuihin.

3.4.2 Äänimaailma

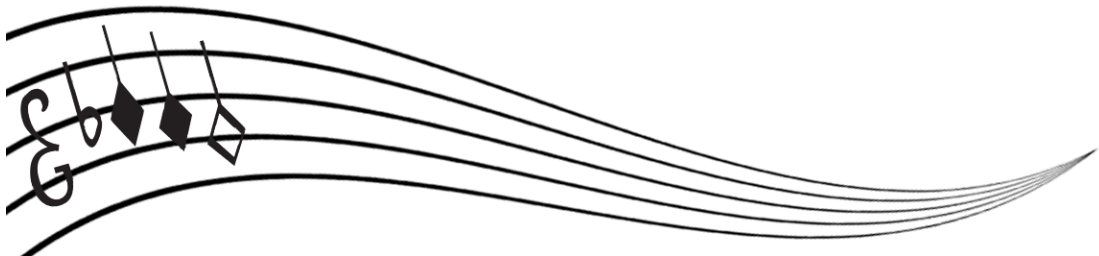
Tilaaajan toimiala huomioonottaen musiikki kuului videosarjaan ehdottomasti haastatteluäänten tueksi. Tuotantopalavereissa tilaaja ehdotti käytettäväksi ambientin tyylistä kuoroteosta, jolle tilaaja sai myös käyttöluvan. Kuultuani kappaleen ja sovitettuani sitä videoihin musiikki täytyi todeta käyttökelvottomaksi, koska abstraktiutensa takia se häiritsi kerrontaa merkittävästi. Musiikkina päädyimme käyttämään tekijänoikeusmerkintöjä vastaan vapaasti käytettävää musiikkia. Tähän yhteiseksi linjaksi löytyi erilaiset akustiset pianokappaleet, jotka soljuivat koko videosarjan haastatteluäänien taustalla.

3.4.3 Grafiikat ja animaatiot

Informaation tukena käytin kuvakerronnassa itsetekemiäni animoituja grafiikoita, joihin lukeutui lähinnä logoja ja kaavioita (Kuva 3.). Lisäksi tein videoiden alkuun nimimelodian rytmissä kulkevan animaation ja suunnittelin nimitagit (Kuva 4.). Suunnittelemani grafiikat pyrin pitämään yhtenäisinä tyyliltään ja värimaailmaltaan. Hauskana lisänä osaksi visuaalista ilmettä sain liitettyä nuottitekstuurin, jonka olin suunnitellut Sulasolille jo työharjoittelussani vuonna 2012.



Kuva 3. Grafiikkaesimerkki – Tuotantoaikataulu



Kuva 4. Grafiikkaesimerkki – Nimi tag

3.4.4 Markkinointi ja julkaisu

Tuotannon alkuvaiheessa päätimme tilaajan kanssa videosarjan julkaisun tapahtuvan keväällä 2016 kerran viikossa, aina samana viikonpäivänä ja aikana. Tällä ajatuksella ensimmäinen video julkaistiin 4.5.2016. Jouduimme kuitenkin luopumaan suunnittelemastamme, koska aikataulu venyi introkuvausten ja kesäkauden alkamisen takia. Videosarjan viimeinen osa julkaistiin lopulta syyskuussa 2016.

Markkinointiväylinä hyödynsimme Sulasolin sosiaalisen median kanavia ja lisäksi Sulasol-lehdessä julkaistiin artikkeli videosarjasta (Kuva 5.). Haastatteluiden sekä introjen kautta tuotantoon muodostui kontakteja ympäri järjestöä. Tämän myötä tärkeän painoarvon markkinoinnissa sai ns. puskaradio. Julkaisun yhteydessä tehokeinona videoiden leviämiseksi sosiaalisessa mediassa järjestimme myös tuotelahja-arvonnalla videoita jakaneiden kesken.

Vinkkejä musiikkitapahtuman järjestämiseen videolta

Sulasol on käynnistänyt aikansa ensimmäisen audiovisuaalisen projektin, jonka päämääränä on luoda jäsenistölle opasvideosarja musiikkitapahtumien järjestämiseen. Yhteensä kymmenellä videolla esiintyy Sulasolin aktiiveja ja kokeneita tapahtumajärjestäjiä, jotka kertovat vinkkejä tapahtumajärjestämisen eri osa-alueille.

Videoiden visuaaliseen ja tekniseen luomiseen on pestattu aiemmin Sulasolilla viestintätehtävissä työharjoittelussa ollut Tytti Kuusinen, joka opiskelee nykyään Seinäjoen ammattikorkeakoulussa kulttuurituottajaksi mediatuotannon suuntautumisella. Projekti toimii samalla Tytin opinnoittena.

"Kirjastot ja netti ovat täynnä erilaisia tekstioppaita tapahtumajärjestämiseen. Mielestäni meidän lähestymistapamme videon muodossa on nykyaikaisempi, jännittävämpi ja uusia mahdollisuuksia avaava. Tutut kasvot videoilla takaavat sen, että lopputulos on mahdollisimman paljon Sulasolin näköinen ja kuuloinen", arvioi Tytti.



"On hauskaa tehdä jotain uutta ja innovatiivista, joka palvelee Sulasolin jäsenistöä ja vastaa siihen toiveeseen, joka jäsenistöltä on useaan otteeseen tullut. Tapahtumien järjestäminen, niin pienten kuin suurtenkin, vaatii tietyt askeleet ja toimenpiteet, jotta hommassa onnistutaan. Toivomme nyt, että tuottamamme videosarja toisaalta auttaa ja toisaalta myös rohkaisee järjestämään erilaisia musiikkitapahtumia", toteaa Virpi Häyrynen.

Videoiden aihejaottelu kattaa musiikkitapahtuman järjestämisen tärkeimmät asiat, kuten budjetoinnin, ideointivaiheen ja organisoinnin. Videoiden julkaisu tapahtuu Sulasolin Vimeo-kanavalla huhtikuun lopusta alkaen kerran viikossa, joten luvassa on samalla sosiaalisen median välityksellä seurattavissa oleva viikottainen tapahtuma. Tämän jälkeen videot jäävät jäsenistön hyödynnettäväksi tulevaisuuteen. Pysykää siis kuulolla Sulasolin Facebook- ja Twitter-sivuilla!



Kuva 5. Lehtijuttu videosarjasta 1/2016 Sulasol-lehdessä

4 POHDINTA JA YHTEENVETO

4.1 Audiovisuaalinen tuotanto

Olen lopputulokseen tyytyväinen ja onnistuin mielestäni tärkeimmässä tavoitteessani eli siinä, että lopputulos olisi Sulasolin näköinen. Kuvauksien työryhmään olisi ollut ihanteellista saada vielä yksi henkilö, joka olisi huolehtinut 1-kamerasta niin, että olisin saanut rauhassa keskittyä ohjaukseen ja ennen kaikkea haastateltavan kanssa kontaktin luomiseen. Introjen toteutus kesken tuotannon tuhosi alustavan tuotantoaikatauluni, mutta siihen nähden kuinka hyvin ne palvelivat tarkoitustaan, en jättäisi niitä tekemättä jos saisin päättää uudestaan. Aikataulullisesti koen, että olisi myös ollut optimaalista alkaa tutustumaan materiaaliin aikaisemmin ja tekemään videoista alustavia leikkauksia. Tuotannon aikana sattui tyhmiä virheitä, jotka olisi voitu välttää ehkä vielä suuremmalla huolellisuudella tai tarkkaavaisuudella. Näistä virheistä tuli kuitenkin hyvää oppia tulevaisuuden haasteisiin.

Asiakkaana/tilaajana Sulasol oli mielestäni sopivassa suhteessa tukena ja mukana tuotannossa. DiZazzo (2004, 90) summaa, että asiakkaan osallistuminen tuotantoon on usein riippuvainen siitä kuinka paljon heiltä löytyy aikaa ja kiinnostusta siihen. Pahimmassa tapauksessa asiakas saattaa innotuksissaan hankaloittaa tuotannon kulkua ja pyrkii anastamaan luovia vastuualueita. Tällaista ongelmaa ei Sulasolin kanssa ollut missään vaiheessa, vaan koin suurta luottamusta tuotannollemme ja sen luoville valinnoille.

4.1.1 Katselutilastot

Kun tulkitaan videoiden katselutilastoa lähes vuosi ensimmäisen julkaisun jälkeen, voidaan päätellä, että videot eivät ole vielä jalkautuneet jäsenistön käyttöön. Tarkasteltaessa 25.4 kaapattua katselutilastoa [Liite 4.] huolestuttavinta on mielestäni loppuun saatettujen katseluiden määrä. Esimerkiksi videosarjan ensimmäinen osa, joka on videokanavan katselluin 169 toistolla, on katsottu

loppuun saakka vain 54 kertaa. Keskiarvollisesti videosarjan videoista on katsottu katselukerroilla 47,5%.

Projektin aikana tiedostimme yhdessä tilaajan kanssa, että videoiden pituus on riski verrattuna nykyisiin suosituksiin ja trendeihin. Koska kyseessä on kuitenkin opetusvideosarja, uskalsimme uhmata, nykyisiä normeja, mikä ehkä näkyy nyt katselutilastoissa. Luvut myös laittavat minut miettimään, olisiko videoiden sisällöt pitänyt jakaa vielä pienemmiksi kokonaisuuksiksi. Vai tehtiinkö markkinoinnissa virheitä. Toivon suuresti, että tilaaja jatkomarkkinoi videosarjaa ja videokanavaansa myös tulevaisuudessa uusille jäsenilleen sekä muistutuksena vanhoille.

4.2 Ammatillinen kasvu

Opinnäytetyö on ehdottomasti kaikkein haastavin audiovisuaalinen kokonaisuus, jota olen ikinä hallinnoinut. Tuotanto toi minulle varmuutta ammatillisesta osaamisestani mutta opetti myös kantapäähän kautta tiettyjä asioita.

Uusien ihmisten kohtaaminen ja ohjaaminen tuotannossa nousi suureen rooliin projektin aikana. Tuotannon aikana olen saanut häkeltyä kerta toisensa jälkeen siitä, kuinka auttavaisia ihmiset ovat. Se että ystäväni ovat sitoutuneet auttamaan minua opinnäytetyöni kanssa ja matkanneet pitkiä päiviä ympäri Suomea kerta toisensa jälkeen sekä se, että tuiki tuntemattomat ihmiset tulivat sankoin joukoin laulamaan kameran eteen pari sanaa tai kertomaan useamman tapahtumajärjestämisestä, saa nöyräksi ja kiitolliseksi. Olen oppinut kahdeksan media-alan opiskeluvuoteni aikana sen, että alallamme ihmiset pitävät yhtä ja että palvelukset korvataan palveluksilla. Tämä tuotanto kuitenkin on vasta kokonaisuudessaan kuitenkin tiivistänyt sen hienouden minulle.

Tuotanto muistutti minua myös parista asiasta, joita minun pitäisi kehittää tuottajana ja ihmisenä. Liiallista pikkutarkkuutta olisi hyvä karsia ja keskittyä enemmän isoihin linjoihin. Minun täytyy myös paremmin oppia tunnistamaan oman jaksamiseni ja kykenemiseni rajat työelämän ja vapaa-ajan välillä tasapainoillessa sekä tuotantoaikataulua kunnioittaessa. Tavoitteenani on siis oppia sanomaan myös ei.

4.3 Päätelmä

Tutkimusosuuteni sekä tuotannon tuoman käytännön kokemuksen myötä voi minusta sanoa, että video ei ole aina se paras ratkaisu informaation ja opin välittämiseen, mutta case -tapauksessa se palveli omalaatuisemmin kuin pelkkä teksteos. Videoiden pituutta olisi pitänyt tietoisesta riskinotosta huolimatta vielä ehkä harkita tarkemmin tai aihealueiden jaottelemista vielä useampaan videoon.

Kun tehdään valintaa videon ja tekstijulkaisun välillä, on tärkeitä kysyä perinteiset myös Harringtonin & Weiserin (2011, 9) listaamat kysymykset:

- kelle?
- mitä?
- minne?
- milloin?
- miksi?

Täytyy huomioida tarkasti millaista ja kuinka laajaa aihetta käsitellään, ketkä sen kohderyhmään kuuluvat, missä aihetta käsitellään, millä aikataululla ja millä perusteella. Onko aihe helpompi markkinoida tai viestiä pätkällä tekstiä vai toisiko aiheeseen lisää esimerkiksi haastattelu, graafiset elementit ja videokuva?

Tekstijulkaisut ja kirjat eivät ole katoamassa. Video ja teksti ovat julkaisumuotoina mielestäni samanarvoisia. Peilaten nykyajan trendeihin kuva kuitenkin kertoo välillä enemmän kuin tuhat sanaa ja tekee sen omalaatuisemmin.

LÄHTEET

- DiZazzo, R. 2004. Corporate Media Production. Burlington : Elsevier.
- Hampe, B. 1998. Making videos for money : planning and producing information videos, commercials, and infomercials. New York : Henry Holt and Company
- Harrington, R. & Weiser, M. 2011. Professional web video : plan, produce, distribute, promote, and monetize quality video. Burlington (Ma) : Focal Press.
- Häyrinen, V. 17.5.2016. Sähköpostihaastattelu. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. Vastaanottaja: Tytti Kuusinen [Viitattu 18.5.2016]
- Keränen, V., Lamberg N. & Penttinen J. 2005. Digitaalinen Media. 1. p. Jyväskylä : Docendo Finland Oy.
- Koumi, J. 2006. Designing Video and Multimedia for Open and Flexible Learning. 1. p. New York : Routledge.
- Lehtonen, M. 2001. Post Scriptum : Kirja medioitumisen aikakaudella. Jyväskylä : Vastapaino.
- Purcell, K. 10.10.2013. Online Video 2013. [Verkkójulkaisu]. Amerikka : Pew ReserchCenter. [Viitattu 21.5.2016]. Saatavana: <http://www.pewinternet.org/2013/10/10/online-video-2013/>
- Sulasol – Suomen Laulajain ja Soittajain Liitto [Verkkosivusto]. [Viitattu 16.5.2016]. Saatavana: <http://www.sulasol.fi/>
- Viluksela, A. 13.5.2016. Sähköpostihaastattelu. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. Vastaanottaja: Tytti Kuusinen. [Viitattu 16.5.2016]

LIITTEET

Liite 1. Alustava tuotantoaikataulu

Liite 2. Videoiden aihejaottelu ja sisällöt

Liite 3. Haastattelujen kuvakäsikirjoitus

Liite 4. Sulasolin Vimeo-kanavan videoiden katselutilastot. (25.4.2017)

Alustava tuotantoaikataulu

JOULUKUU	TAMMIKUU	HELMIKUU	MAALISKUU	HUHTIKUU	TOUKOKUU
<ul style="list-style-type: none"> - Suunnittelupalaveri Helsingissä -> Projektin hyväksyntä, alustavan projektiaikataulun ja videoiden aihe jaottelun hyväksyntä -> Haastateltavien valinta ja - Opinnäytetyö sopimuksen sekä käyttö- ja hallintasopimuksen teko 	<ul style="list-style-type: none"> - Koululle materiaalin tallennustilan avaus -Yhteydenotot haastateltaviin - Työryhmän koonti - Haastattelujen ja kuvituskuvan kuvauksia - Kuvituskuva materiaalin koonta - Projektipalaveri kuvausten yhteydessä Helsingissä 	<ul style="list-style-type: none"> - Haastattelujen ja kuvituskuvien kuvauksia - Materiaaliin tutustuminen ja raakaleikkauksen aloitus - Projektipalaveri kuvausten yhteydessä Helsingissä - Projektin julkituonti - > Markkinointi alkaa - Videojakokanavan päivitys ja valmistelu videosarjaa varten 	<ul style="list-style-type: none"> - Tarvittaessa vielä kuvauksia - Leikkaus, editointi ääni- ja värimäärittely (Tarvittaessa efektointi ja grafiikan luonti) - Tilannekatsaus puhelin/skype-palaverin muodossa - Markkinoinnin ylläpito 	<ul style="list-style-type: none"> - Kuun alussa tuotantopalaveri, videoiden ensimmäiset versiot -> Korjaus/muutos kartoitus - Teosto/gramex ilmoitukset ja maksut tarvittaessa - Markkinoinnin ylläpito - Kuun lopussa valmiiden videoiden hyväksyntä. - Ensimmäinen videojulkaisu vk 16 +Some-kisa 	<ul style="list-style-type: none"> - Videoiden julkaisua jatketaan. Uusi video julkaistaan kerran viikossa vk. 16-25 ajan.

Sulasol – Avaimia musiikkitapahtuman järjestämiseen

- VIDEOIDEN AIHEJAOTTELU JA SISÄLLÖT

1. Sulasol

- Tiivistetysti mikä Sulasol on
- Mitä videosarjassa luvassa?
- Kuinka hyödyntää videosarjaa?
- Ohjeet sarjan seuraamiseen?
- Haastateltavana toiminnanjohtaja Virpi Häyrinen

2. Aluksi

- Projektisuunnitelma -> tavoitteen ja kohderyhmän määrittely
- Mitä, missä, milloin, kenelle? (VIP/Kutsuvieraat?)
- Resurssit (Mitä käytettävissä, mitä tarvitaan?)
- Sisällön suunnittelu
- Tilat (Huomioitavia: Äänenavaus paikat, pukuhuoneet)
- Riskianalyysi (SWOT)

3. Aikataulu

- Deadline määrittelyt
- Tehtävien työjärjestys
- Kuinka paljon varata aikaa mihinkin? -> Realismi

4. Budjetti

- (Esimerkki graafisesti)
- Mitä huomioitava budjetoinnissa?
- Pysyvät kiinteät kulut, muuttuvat osa-alueet
- Rahoitusmahdollisuudet (Kaupungin/kunnan tuki, säätiöt, rahastot, tukirahat, sponsorit jne.)
- Avustusrahat -> Tuloksellinen voitto -> Palautukset
- Mistä lisätietoa?

5. Organisaatio

- Ketä tarvitaan ja mihin rooliin? -> Vastuualueet ja työnjako
- Talkoovoima -> Vapaaehtoiset -> Vastine?
- Organisaatioiden yhteistyö (kuorot, orkesterit, liitot, ryhmät, yritykset)
- Selkeys päätösvaltoihin
- Laaja asiantuntemus

6. Markkinointi

- Markkinointisuunnitelma
- Sosiaalinen media
- Markkinoinnin tehokeinot ja kohdistaminen -> Oikeat kanavat
- Missä voi mennä vikaan?

7. Byrokratia

- Luvat ja maksut -> Tekijänoikeudet → Teosto, Gramex
- Pelastussuunnitelma -> Ensiapu
- Vakuutukset

8. Tapahtumapäivä

- Mitä ottaa huomioon tapahtumapäivänä?
- Mitkä asiat kannattaa tupla tarkistaa?
- Mitä usein unohtuu?

9. Jälkipyykki

- Tapahtuman reflektointi
- Mitä asioita pitää selvittää/ottaa huomioon tapahtuman jälkeen?
- Mitä asioita on hyvä dokumentoida?

10. Onnistunut tapahtuma

- Kooste hyvän tapahtuman elementeistä, kokemuksia -> Sulkee ja tiivistää videosarjan.

Sulasol - Avaimia musiikkitapahtuman järjestämiseen

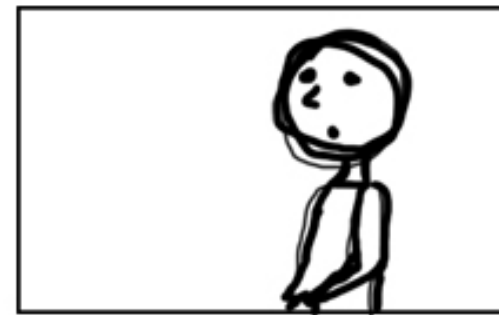
- HAASTATTELUJEN KUVAKÄSIKIRJOITUS

Kamera 1.






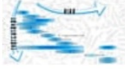











- Puolilähikuva
- Pyritään saamaan haastateltavan katse lähes kameraan
- Haastateltava lähes keskellä kasvot kohtisuoraan kameraa kohti.
- Lyhyt syväterävyysalue
- Ei liikaa tilaa pään päälle

Kamera 2.



- Puolikuva-Kokokuva -> Nopeilla optisilla ajoilla kuvakoon vaihtelua.
- Lavasteet/kuvaustilanne saa näkyä (Behind the scenes-kuvaa)
- Haastateltavasta lähes sivuprofilii, painotus oikeassa laidassa
- Pyritään pitämään syväterävyys mahdollisimman lyhyenä.
- Ei liikaa tilaa pään päälle

Video	Plays	Finishes	Likes	Avg. % Watched
 1. Sulasol Uploaded a year ago	169	54	1	54
 Juokse Kellokas Uploaded a year ago	127	27	0	58
 6. Markkinointi Uploaded a year ago	117	14	0	33
 4. Budjetti Uploaded a year ago	95	12	0	38
 2. Aluksi Uploaded a year ago	89	25	0	49
 3. Aikataulu Uploaded a year ago	50	17	0	52
 10. Onnistunut tap... Uploaded 7 months ago	28	7	0	53
 8. Tapahtumapäivä Uploaded 7 months ago	26	3	0	54
 7. Byrokratia Uploaded 10 months a...	25	5	0	48
 5. Organisaatio Uploaded a year ago	21	5	0	43
 9. Jälkipyykki Uploaded 7 months ago	17	0	0	51
 Frankfurt Uploaded 2 years ago	15	5	1	41
 Aikataulu intro 2 Uploaded a year ago	15	14	0	93
 Aikataulu intro 1 Uploaded a year ago	14	14	0	97
 Finlandia Uploaded a year ago	13	4	0	38
Totals:	821	206	2	50%