

Heini Saarikoski

## **VIDEOKUVAAMISEN PERUSTEITA**

Esittelyvideo hieroja Ida Huukille

## **VIDEOKUVAAMISEN PERUSTEITA**

Esittelyvideo hieroja Ida Huukille

Heini Saarikoski  
Opinnäytetyö  
Kevät 2018  
Tietojenkäsittely  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Tietojenkäsittely, Internet-palvelut ja digitaalinen media

---

Tekijä: Heini Saarikoski

Opinnäytetyön nimi: Videokuvaamisen perusteita – Esittelyvideo hieroja Ida Huukille

Työn ohjaaja: Eero Leskinen

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2018

Sivumäärä: 34 + 2

---

Tässä opinnäytetyössä suunnitellaan ja toteutetaan esittelyvideo hierontayritykselle. Toimeksiantajana toimii yksityinen elinkeinonharjoittaja Ida Huuki, joka on koulutettu ammattihieroja. Tarkoituksena on luoda yksinkertainen, selkeä ja informoiva esittelyvideo, jonka avulla uudet sekä vanhat asiakkaat saavat tietoa yrityksen toiminnasta.

Esittelyvideon avulla toimeksiantaja toivoo saavansa uudenlaista näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa ja näin ollen lisättyä asiakkaiden tietoisuutta yrityksestä. Toimeksiantaja toivoo, että videolla esitettäisiin yrityksen liikemerkki, sijainti, toimitilat, tarjottavat palvelut sekä pihaympäristö. Hänellä on mahdollisuus kommentoida työtä ja esittää parannusehdotuksia projektin edetessä.

Tämä opinnäytetyö mahdollistaa lukijalle tutustumisen videokuvaamisen perusteisiin ja tärkeimpiin työvaiheisiin videoprojektia tehdessä. Tässä tapauksessa työvaiheet käsittävät käsikirjotuksen laadinnan, kuvauspäivän kulun ja videon loppueditoinnin. Lisäksi työssä käsitellään videokuvaamisen historiaa, onnistuneen videon ominaisuuksia ja yritysvideoiden käyttöä markkinoinnissa.

Työn tuloksena saadaan aikaan valmis esittelyvideo, joka rakentuu toimeksiantajan toiveiden ja tavoitteiden mukaisesti. Lopputulos miellyttää toimeksiantajaa ja hän aikoo julkaista videon yrityksensä Facebook-sivulle. Julkaisun myötä hän on kokenut videon vaikuttaneen positiivisesti yrityksen tunnettavuuteen ja asiakkaat ovat kehuneet videon sisältöä hyödylliseksi.

---

Asiasanat: videokuvaus, esittelyvideo, käsikirjoittaminen, editointi

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Information Technology, Internet services and digital media

---

Author: Heini Saarikoski

Title of thesis: Basics of videography – Promotional video for masseuse Ida Huuki

Supervisor: Eero Leskinen

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2018      Number of pages: 34 + 2

---

In this thesis, the author is planning and implementing a promotional video for a massage company. The client is a private business practitioner Ida Huuki, who is a professional masseuse. The aim was to create a simple, clear and informative video that will give new and old customers information about the company's operations.

The goal of the video was to gain visibility in social media and thus increase customer awareness of the company. The client hoped that the company's logo, location, business premises and their services offered would be presented in the video. The client had the opportunity to comment on the work and to give suggestions for improvement during the project.

This thesis allows the reader to get acquainted with the basics of video filming and the most important steps in making a video project. In this case, the steps include creating a manuscript, progression of the video shooting, and editing of the video. In addition, the thesis also offers information about the history of video editing, successful video features and the use of promotional videos in marketing.

As a result, a promotional video was created based on the client's wishes and goals. The client was pleased with the end result and she published the video on her company's Facebook page. After the publication of the video, she experienced that the video had a positive impact on the company's reputation, and customers have found the content of the video very useful.

---

Keywords: video, promotional video, scriptwriting, video editing

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	VIDEOKUVAUS.....	7
2.1	Videokuvan historia ja rakenne .....	7
2.2	Hyvän videon ominaisuudet .....	8
2.3	Yritysvideon käyttö markkinoinnissa.....	9
3	VIDEOKUVAAMISEN PERUSTEITA.....	11
3.1	Videokameran käsittely ja kuvausasento.....	11
3.2	Valkotasapaino ja värilämpötila .....	11
3.3	Valotusaika.....	12
3.4	Sommittelu ja huomiopisteet .....	13
3.5	Tarkennus ja tarkennuspisteet .....	13
3.6	Kuvakoot ja niiden käyttö.....	14
3.7	Valaisun periaate ja valaisimet .....	16
3.8	Videokameran liike .....	16
4	ESITTELYVIDEON SUUNNITTELU .....	18
4.1	Käsikirjoittaminen .....	18
4.2	Toimeksiantajan toiveet.....	18
4.3	Esittelyvideon käsikirjoitus.....	19
5	ESITTELYVIDEON TOTEUTUS.....	21
5.1	Videon tekoon käytetyt laitteet ja ohjelmisto.....	21
5.2	Esittelyvideon kuvaaminen .....	25
5.3	Esittelyvideon editointi .....	26
6	YHTEENVETO .....	29
7	POHDINTA .....	31
	LÄHTEET.....	33
	LIITTEET .....	35

# 1 JOHDANTO

Videokuvaamista voi harrastaa kuka tahansa ottamalla kameran käteensä ja taltioimalla ympärillään tapahtuvia asioita. Kuitenkin on hyvä muistaa, että videokuvaamisesta saattaa saada paljon enemmän irti, kun on sisäistänyt kuvaamiseen liittyviä ohjeita ja vinkkejä. Sen vuoksi on tärkeää perehtyä huolellisesti videokuvaamisen perusteisiin jo etukäteen ennen videoprojektin aloittamista. Tämän opinnäytetyön aiheenvalinta pohjautuu tekijän oman innostuksen ja mielenkiinnon ympärille videokuvaamiseen liittyen. Aiheen avulla hän kehittää ja samalla haastaa itseään oppimaan paljon uutta videokuvaamisesta.

Opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella ja toteuttaa esittelyvideo yritykselle. Toimeksiantajana toimii yksityinen elinkeinonharjoittaja Ida Huuki, joka omistaa hierontayrityksen. Yritys on perustettu maaliskuussa vuonna 2017 ja se sijaitsee Pohjanmaalla Teerijärven kunnassa. Toimeksiantajan ollessa tiiviisti mukana projektin edetessä, hänellä on mahdollisuus vaikuttaa lopulliseen tuotokseen ja esittää parannusehdotuksia. Tavoitteena on luoda yritykselle edukseen oleva esittelyvideo, jossa tulee ilmi yrityksen keskeisimpiä toimintaperiaatteita.

Opinnäytetyössä käsitellään videokuvaamisen historiaa, videokuvan rakennetta, hyvän videon ominaisuuksia ja yritysvideon käyttöä markkinoinnissa. Lisäksi työssä käydään läpi opinnäytetyön keskeisiä aiheita, eli videokuvaamisen perusteita sekä esittelyvideon suunnittelu- ja toteutusvaiheita aina käsikirjoituksesta loppueditointiin asti. Työ mahdollistaa lukijalle tutustumisen videokuvaamisen perusteisiin ja tärkeimpiin työvaiheisiin videoprojektia tehdessä.

Esittelyvideon avulla yrityksen asiakkaat saavat nykyaikaisen, selkeän ja visuaalisesti silmää miellyttävän tietopaketin yrityksestä videon muodossa. Videon julkaisemisen myötä toimeksiantaja saa uudenlaista näkyvyyttä ja mainontaa etenkin sosiaalisessa mediassa. Toimeksiantaja saa halutessaan julkaista valmiin videon yrityksen Facebook-kanavalle tai muihin mahdollisiin julkaisukanaviin.

## 2 VIDEOKUVAUS

### 2.1 Videokuvan historia ja rakenne

Ihmisillä oli mahdollista kuvata ensimmäistä kertaa 1900-luvun puolessavälissä valokuvien lisäksi myös liikettä. Tämän ilmiön mahdollisti kaitafilmikamera, jolla pystyi kuvaamaan filmipätkiä. Kehityksen myötä 1980-luvulla markkinoille saapuivat myös analogiset videokamerat. Kaitafilmikameroissa kuva valottui filmille, kun vastaavasti analogisissa videokameroissa kuvakennon muodostama kuva tallentui sähköisesti magneettinauhalle. Videokuvaus mullistui 1990-luvun aikana, kun markkinat valtasivat digitaaliset videokamerat. Digitaalisissa videokameroissa kuva tallentuu edelleen magneettinauhalle, mutta digitaalisesti. (Välikylä 2005, 2 – 3.)

Alkuaikoina digitaalisen tallennukseen käytetyt videokamerat olivat kalliita hankintoja. Kameroita hankkivat ammattilaiset, kuten myös alan harrastajatkin. Alkujaan harrastajille tarkoitettut kamerat yleistyivät myös ammattilaisten käyttöön. Samalla kameroiden pieni koko nousi suosioon, koska niitä oli helpompi käsitellä verrattuna sen aikaisiin ammattimalleihin. Pienempi kuvauskalusto helpotti merkittävästi dokumenttituotantoa. Kameroille riitti kevyempi alusta ja niitä jaksoi kannatella käsien varassa pidempään. Lisäksi ne mahtuivat paremmin ahtaisiin paikkoihin ja kulkuneuvoihin. (Leponiemi 2010, 8 - 10.) Digitaalisen videon yleistymisen mahdollisti muutoksen elokuvanteossa. Se toi mukanaan markkinoille kokonaisen kirjon uusia mahdollisuuksia kuvaamiseen, joka toimi aikoinaan vain ammattistudioiden leipätyönä. Digitaalisten videokameroiden ja tietokoneiden yleistymistä pidetään suosion räjähdysmäisen kasvun avaintekijänä, internetin vaikutuksesta puhumattakaan. (Ang 2006, 12.)

Videokuva koostuu noin 50–100 kuvasta sekunnissa, jolloin muodostuu peräkkäinen kuvasarja. Ihmisen aivot pyrkivät toimimaan niin, että ne korjaavat silmien välittämää tietoa ja peräkkäin näytetyt valokuvat sulautuvat näyttämään yhtenäiseltä liikkeeltä. Todellisuudessa videokuva siis rakentuu monesta paikallaan olevasta yksittäisestä kuvasta. (Välikylä 2005, 2.)

## 2.2 Hyvän videon ominaisuudet

Lähtökohtana onnistuneelle videolle on hyvä tarina, joka herättää katsojassa mielenkiintoa ja tunteita (katso kuvio 1). Videolla esiintyvällä konkreettisuudella saadaan vaikeasti ymmärrettävät asiat selitettyä helposti havainnollistavalla tavalla. Konkreettisten asioiden avulla luodaan myös katsojalle muistijälki videon tapahtumista. Videon sisällön ollessa asiantuntevaa ja ammattitaitoista, herättää se katsojassa luottamuksen esitettävään asiaan. Videon ollessa yksinkertainen, katsojan huomio kiinnittyy haluttuun sisältöön. Videota ei suositella pelkistämään liian yksinkertaiseksi, koska silloin katsoja voi kyllästyä. Odottamattomilla tapahtumilla voidaan palauttaa katsojan mielenkiinto. (Heath & Heath 2007, 16 – 19.)



KUVIO 1. Hyvän videon ominaisuudet (Heath & Heath 2007)

Laadukkaan videon teko vaatii sen tekijältä aikaa ja työtä. Katsojan tunteiden herättämistä voidaan pitää videon vahvuutena sekä heikkoutena. Kun video herättää katsojassa erilaisia tuntemuksia ja reaktioita: iloa, huvittuneisuutta, ärtymystä tai myötätuntoa, se auttaa katsojaa muistamaan paremmin videon sisällön sekä katsomaan videon alusta loppuun. (Ailio 2015, 4.) Videon ollessa tarpeeksi mielenkiintoinen, se herättää kokonaan katsojan huomion. Katsojan mielenkiinto tulisi säilyttää koko videon keston ajan. Videon tulisi tarjota katsojalle tarpeeksi vaihtelua, jännitystä ja oivalluksia. Videon osoittamaa sanomaa tulisi myös tarkentaa niin, ettei katsojalle jää epäselväksi videon perimmäinen tarkoitus. (Hirvonen 2003, 117 – 118.)

## 2.3 Yritysvideon käyttö markkinoinnissa

Sanotaan, että kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa. Yhdistämällä staattiseen kuvaan liikkuvuutta ja ääntä, saadaan aikaan video, jolla voidaan kertoa kokonaisia tarinoita. Videomarkkinoinnin suosio on kasvanut vuosien aikana varsinkin yritysten parissa. Tämä viestintämuoto on valtaamassa alaa esimerkiksi perinteisemmiltä viestintäkanavilta kuten sanomalehdiltä. Videoita käyttämällä yritykset saavat aikaan enemmän näkyvyyttä ja mainoksien kohdennettavuutta voidaan säädellä helpommin. Videot eivät myöskään katoa pysyvässä julkaisukanavassa yhtä helposti kuin televisio- ja sanomalehtimainokset. Kuluttaja voi halutessaan katsoa videon useamman kerran, jolloin todennäköisemmin se herättää katsojalle videon sisällöstä pysyvän muistijäljen. (Subrat 2014, viitattu 5.2.2018.)

Yritysten kannalta esimerkiksi Facebook ja YouTube toimivat hyvinä videomateriaalien julkaisukanavina. Tällöin videot voivat saavuttaa suuriakin katsojamääriä ja näin tuoda yritykselle haluttua näkyvyyttä. On syytä miettiä, minkälaisia videoita yritys julkaisee. Televisiomainonnassa yritys maksaisi jokaisesta näytetystä sekunnista. Sähköisessä markkinoinnissa videon kestolla ei ole yhtä suurta merkitystä, vaan videoista voi tehdä pidempiä ja näin ollen sisältörikkaampia. Yritysvideoista olisi kuitenkin syytä saada tiiviitä paketteja, joissa mahdollinen juoni kulkisi jatkuvasti eteenpäin, eikä aiheuttaisi katsojassa pitkästyksen tunnetta. Yritysvideot, joissa neuvotaan ihmisiä käyttämään yrityksen tuotteita tai palveluita, ovat hyödyllisiä molempien osapuolien kannalta. Ihmisten saadessa ajankohtaisia ja täsmällisiä tietoja, he ovat tyytyväisempiä ja täten luottavaisempia yrityksen toimintaa kohtaan. (Suomen Digimarkkinointi Oy 2015, viitattu 6.2.2018.)

Sosiaalisessa mediassa visuaalisuuden rooli on kasvanut merkittävästi. Sisältömuotona varsinkin videoiden käyttö on nousemassa suosituksi tavaksi edustaa ja markkinoida. Videomainonnan suosioon voi vaikuttaa myös edellä mainitun hinta, joka on muihin mainonnan muotoihin verrattuna kustannustehokas. Sosiaalista mediaa käytetään entistä enemmän mobiilisti, eli älypuhelimilla ja muilla kannettavilla laitteilla, mikä johtaa siihen, että pitkien tekstien lukemisen sijaan ihmiset katsovat mieluummin kuvia ja videoita. Facebookista on tullut varteenotettava videopalvelu suosittu YouTuben rinnalle. Yksi syy tähän lienee se, että Facebookissa on käytössä autoplay-toiminto, jonka avulla videot käynnistyvät automaattisesti käyttäjien uutisvirroissa. Näin ollen Facebookin käyttäjät ehtivät näkemään erilaisten videoiden alkuja muutamien sekuntien ajan. Se,

katsooko käyttäjä videon loppuun asti, määrittää videon alku ja sen kiinnostavuus. (Valtari 2015, viitattu 6.2.2018.)

### **3 VIDEOKUVAAMISEN PERUSTEITA**

#### **3.1 Videokameran käsittely ja kuvausasento**

Videokameran lukuisista ominaisuuksista ei ole hyötyä, jos kuvaaja ei tiedä, minkä vuoksi ne ovat olemassa. Sen vuoksi alussa onkin tärkeää, että kuvaaja opettelee käyttämään kameraa etukäteen ohjekirjan avulla. Tutustumalla ohjekirjaan kuvaaja voi varmistaa, ettei yksikään kameran ominaisuus jää käyttämättä. (Välikylä 2005, 25.) Nykykamerat ovat suunniteltu helppokäyttöisiksi, mutta kameran käyttöä ja sen toimintoja kehoitetaan harjoittelemaan etukäteen laadukkaan ja onnistuneen kuvaushetken varmistamiseksi. Harjoittelussa kannattaa huomioida painikkeiden opettelu, jotta painikkeita painaessa kamera ei pääsisi liikautumaan. (Ang 2006, 59.)

Tärkein asia kameraa käsitellessä ja samalla hyvän videon lähtökohtana on vakaa kuva. Tukeva kuvausasento takaa videoon vakaan ja rauhallisen kuvan, jota katsoja jaksaa katsoa. Lisäksi lihakset eivät pääse jännittymään, joka aiheuttaisi lihasten väsymisen ja tärinän. Peruskuvausasennossa ihminen seisoo jalat erillään, painon jakautuessa tasaisesti molemmille jaloille. Olkavarret ovat rennosti, mutta tukevasti vartaloa vasten ja kamera on käsissä pään korkeudella. Kuvausasetoja valitessa on oleellista, että kameralla olisi mahdollisimman monta tukipistettä. (Välikylä 2005, 26 – 27.) Jalustan käyttöä videokuvauksen aikana korostetaan ja sitä kehoitetaan käyttämään aina, kun se on mahdollista. Tämä varmistaa tärähtelemättömän lopputuloksen ja samalla videon laatu paranee. (Ang 2006, 59.)

#### **3.2 Valkotasapaino ja värilämpötila**

Päivänvalo on tyypillisesti viileän sinistä ja sisävalaistus on väriltään lämpimän oranssia, eli valon väri muuttuu valonlähteen mukaan (katso taulukko 1). Ihmisen aivot osaavat tulkita tämän ilmiön, mutta videokamera ei sitä huomaa. Kuvatessa videota on otettava huomioon, että videolle tallentuvat valon värit ovat oikeanmukaiset, koska niiden korjaaminen jälkeenpäin on haastavaa. Useimmista videokameroista löytyy valkotasapainolle sisä- ja ulkovalon esiasetukset, joita suositellaan käyttämään. (Juniper & Newton 2011, 86.)

TAULUKKO 1. Erialaisten valonlähteiden väriämpötiloja (Leponiemi 2010, viitattu 19.12.2017)

Valonlähde	Väriämpötila (K)
Varjossa	10000 K
Pilvinen taivas	7000–8000 K
Keskipäivän auringonvalo	5600 K
Halogeenivalo	3200 K
Auringon nousu ja lasku	3000 K
Hehkulamppu	2600–2700 K
Öljylamppu	2000 K
Kynttilänvalo	1900 K

Valon väri ilmaistaan kelvinasteissa, jonka lyhenteenä käytetään kirjainta K. Väriämpötilan ollessa pieni, valon väri on keltaisempi tai punaisempi kuin väriämpötilan ollessa suuri. Väriämpötila noustessa valo muuttuu tasaisesti punaisesta oranssiin ja keltaisen kautta vaaleansiniseen aina tummansiniseen asti. (Ang 2006, 105.)

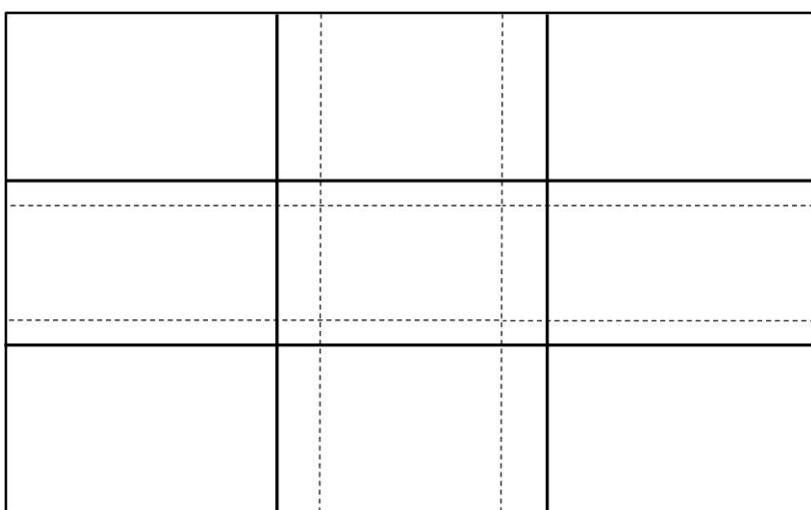
### 3.3 Valotusaika

Videokameran vakionopeus on 25 k/s (25 kuvaa sekunnissa), kun taas elokuvakameroissa nopeus on 24 k/s (24 kuvaa sekunnissa). Videokameran nopeus on lähtöisin Euroopassa käytettävästä verkkotaajuudesta, joka on 50 Hz (50 värähdystä sekunnissa). Valotusajan perusohjeena on, että yhden kuvaruudun valotusaika olisi 1/50 sekuntia. Valotuskorjauksia voi tehdä kameran aukon kokoa muuttamalla ja käyttämällä tarvittaessa harmaasuodatinta. (Leponiemi 2010, 24.)

Videon oikeanlainen valotus on olennainen osa koko kuvausprosessia. Yleensä videokameroissa toimii automaattivalotus, joka huolehtii siitä, ettei videolle tallentuva kuva ole liian kirkas tai tumma. Hämärässä valoa tarvitaan enemmän, jolloin kameran aukko on enemmän auki. Puolestaan kirkkaassa valossa ylivalottumista estetään pitämällä kameran aukko mahdollisimman pienenä. (Välikylä 2005, 32.)

### 3.4 Sommittelu ja huomiopisteet

Sommittelun oleellisia osia ovat kuvan rajaus ja kohteiden asettelu. Hyvin sommiteltu kuva on rauhallinen ja se vaikuttaa katsojasta mahdollisimman luonnolliselta. Vaikutelma saadaan, kun käytetään kultaisia leikkauksia. Kultaisilla leikkauksilla tarkoitetaan sitä, kun kuva jaetaan pystyviivoilla kolmeen osaan ja sen jälkeen vaakaviivoilla kolmeen osaan. Muodostuneista neljästä risteyskohdasta syntyy kultaisia leikkauspisteitä (katso kuvio 2). Tämä on hyvä ja turvallinen tapa sommitella kuva, kun sijoittaa kuvattavat kohteet kyseisiin pisteisiin. (Välikylä 2005, 38, 41.)



*KUVIO 2. Kuvan kultaiset leikkaukset (Välitalo 2015, viitattu 9.1.2018)*

Huomiopiste on se osa kuvakentästä, johon katsojan huomio kiinnittyy ensimmäisenä. Huomiopisteitä käyttämällä, saadaan katsojan katse kohdistumaan haluttuun kohtaan ja näin ollen videon seuraaminen helpottuu. Huomiopiste on usein kontrastinen ympäristöönsä nähden. Tämä tarkoittaa sitä, että huomiopiste poikkeaa ja erottuu muun joukosta. Sen voi saada aikaan tietynlainen muoto, väri, koko, liikkeen suunta, nopeus tai valaistus. (Leponiemi 2010, 80.)

### 3.5 Tarkennus ja tarkennuspisteet

Kameran automaattitarkennusta suositellaan käyttämään kuvaamisessa ja tärkeintä on valita juuri oikea tarkennustapa kuvaustilanteeseen nähden. Valittavissa on yleensä kolme päävaihtoehtoa: automaattinen kertatarkennus, jatkuva automaattitarkennus ja manuaali-tarkennus.

Tarkennustavan lisäksi automaattitarkennusta voi ohjata valitsemalla tarkennuspisteet. (Pylkkö 2017, 52.)

Kuvaajat tulevat harvoin ajatelleeksi, että tarkennuspisteen käyttö kuvaamisessa tuo kuva-alaan sopivaa vaihtelua ja mielenkiintoa. Yleensä kuvaaja on jo valinnut kuvattavan kohteen kuvausvaiheessa, jolloin tarkennuspisteen valinta on selvä. Kuvan voi tarkentaa yhteen pisteeseen, esimerkiksi lähikuvassa ihmisen silmiin. On syytä miettiä, toimisiko kuva paremmin, jos vain yksi tai muutama kohde erottuisi joukosta terävänä. Tällöin on päätettävä ennen kuvausta, mihin kohteisiin kuva tarkennetaan ja mitkä puolestaan jäävät taustalle pehmeäpiirtoisina. (Freeman 2007, 94.)

### **3.6 Kuvakoot ja niiden käyttö**

Kuvan rajaustapoja on olemassa monenlaisia, mutta yleisesti käytössä on kahdeksan kuvakoon -järjestelmä. Näiden kahdeksan kuvauskoon avulla kuvaaja voi rajata videota kuvausvaiheessa. Järjestelmä kattaa videokuvauksen kaikki tarvittavat kuvausasetäisyydet. Videota kuvatessa kuvaajan tulisi muistaa, että kahden kohtauksen välillä kuvakoon tulisi muuttua vähintään kahden koon verran. Liian pieni kuvakoon muutos ei yleensä näytä hyvältä lopputuloksessa, koska videon leikkausta ei saada näyttämään luonnolliselta. (Välikylä 2005, 36.) Alla on lueteltuna kaikki kahdeksan kuvauskokoa. Suluissa ovat kokojen lyhenteet, joita käytetään esimerkiksi kuvakäsikirjoitusta kirjoittaessa.

#### **Yleiskuva (YK)**

Yleiskuva on laajin kuvakoko, millä voidaan kuvata helposti ympäristöä ja miljöötä. Yleiskuvassa esiintyvillä yksityiskohdilla ei ole suurta merkitystä. Tätä kuvakokoa käytetään yleensä kohtauksien alussa tarinan johdantona. (Välikylä 2005, 36.)

#### **Suuri kokokuva (SKK)**

Yleiskuvasta seuraavaksi laajin kuvakoko on suuri kokokuva. Tämä kuvakoko on astetta lähempänä kuvattavaa kohdetta, esim. ihmistä, eläintä tai rakennusta. Suuressa kokokuvassa kohde näkyy kokonaan ympäristöineen ja on ensimmäinen käyttökelpoinen tapa rajata kuva, jos haluaa kohdentaa sen erottuvaksi. Sisätiloissa kuvatessa suuri kokokuva on yleensä laajin mahdollinen tapa kuvata. (Välikylä 2005, 36.)

### **Kokokuva (KK)**

Kokokuva käytetään, kun halutaan näyttää yhdellä kerralla kaikki tarpeellinen. Kokokuvassa kuvattava kohde näkyy kokonaan, jolloin kuva-ala on kohteen korkuinen. Tässä kuvakoossa taustalla olevalla ympäristöllä on vielä merkitystä. Kokokuvassa rajauksen kuuluisi olla tarpeeksi avara, jos kuvattavana on ihmisiä, koska henkilöt tulisivat olla kuvassa koko pituudeltaan ja näin ollen vaara pään tai jalkojen leikkautumista pois kuvasta vähenee (Juniper & Newton 2011, 50.)

### **Suuri puolikuva (SPK)**

Ihmishahmoa kuvatessa suuri puolikuva rajataan kuvattavan reiden kohdalta. Rajaus ei kuitenkaan saa ylettyä ihmisen polviniveliin. Ympäristön vaikutus suuressa puolikuvassa on vielä havaittavissa, mutta katsojan huomio kiinnittyy etenkin kuvattavan ulkonäköön ja vaatetukseen. Suuri puolikuva on yleinen tapa aloittaa videon kohtaukset ja lisäksi sitä käytetään usein haastattelutilanteissa yhdessä puolikuvan ja lähikuvan kanssa. (Välikylä 2005, 37.)

### **Puolikuva (PK)**

Perinteinen kuvanrajaustapa on puolikuva. Puolikuvassa ihminen rajataan navan kohdalta. Kuvausympäristön merkitys on olematon, sillä katsojan katse kiinnittyy nyt kuvattavan ihmisen ilmeisiin. (Välikylä 2005, 37.)

### **Puolilähikuva (PLK)**

Puolilähikuvassa kuva rajataan alkamaan ihmisen kainaloiden alapuolelta. Tätä rajausta käytetään etenkin puhekohtauksissa, sillä kamera ei ole silloin liian lähellä kuvattavan kasvoja. Puolilähikuvassa ihmisen ilmeet ovat jo tarkat ja erottuvat selkeästi. (Välikylä 2005, 37.)

### **Lähikuva (LK)**

Lähikuvassa kuvattava ihminen rajataan hartioista. Tätä rajausta käytetään esimerkiksi ihmisten passikuvissa. Lähikuvassa kasvot ovat pääosassa ja ympärillä oleva tausta on merkityksetön. Tässä kuvakoossa asetelma on todella intensiivinen ja tiivis. (Välikylä 2005, 37.)

### **Erikoislähikuva (ELK)**

Erikoislähikuvassa kuvataan kohdetta erittäin läheltä. Tässä rajauksessa halutaan korostaa kuvattavan kohteen yksityiskohtaa, esimerkiksi ihmisen silmää tai suuta. Erikoislähikuvaa tulisi käyttää vain erikoistilanteissa, koska se on todella tehokas kuvauskuorma. Normaalisissa puhekohtauksissa kuvakoko voi olla liian ahdistava katsojalle. (Välikylä 2005, 37.)

### **3.7 Valaisun periaate ja valaisimet**

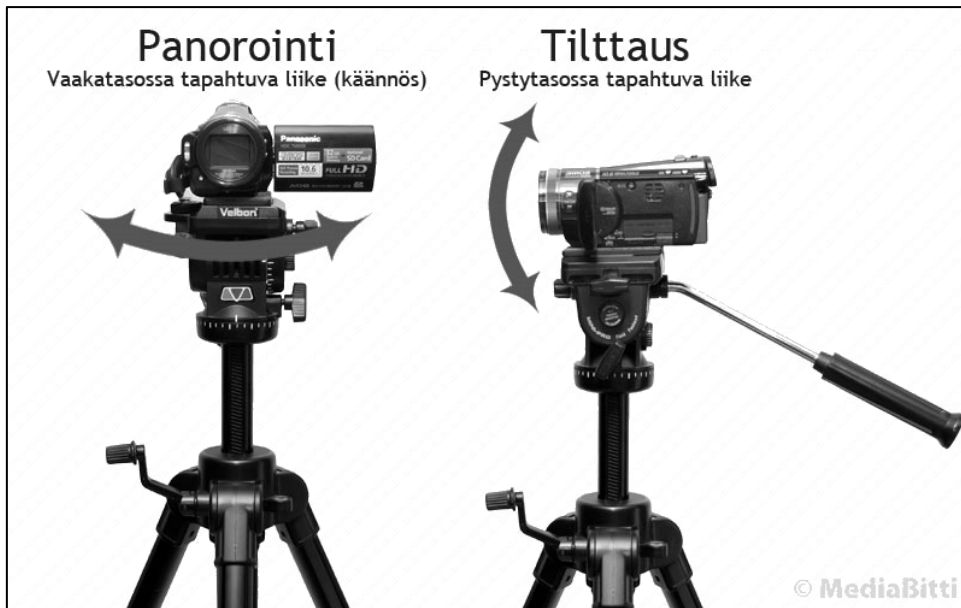
Valo mahdollistaa videokuvaamisen teknillisesti. Taiteellisen toteutuksen kannalta valolla luodaan videoon tunnelma. Näin ollen valon hallinta on tärkeässä roolissa videota kuvatessa. Kaikki luonnollinen vaikuttaa ihmissilmään hyvältä ja tätä periaatetta on helppo soveltaa videon valaisua suunniteltaessa. Valaisimia käyttämällä pyritään tallentamaan tunnelma samanlaisena kuin se välittyy luonnostaan, toisin sanoen todellisuutta pyritään jäljittelemään mahdollisimman tarkasti. (Leponiemi 2010, 126 - 129.)

Oikeanlaista valaistusta varten tarvitaan valaisimia. Aurinko mainitaan yhtenä tärkeimmistä valolähteistä. Auringonvaloa heijastamalla ja pehmentämällä saadaan aikaan luonnollista valoa sekä hehkua. Heijastamiseen voi käyttää myös siihen tarkoitettuja heijastimia, valkoista paperia tai styroksia. Heijastimia on olemassa varustettuina eri sävyillä ja voimakkuuksilla. Jos käytössä ei ole auringonvaloa, voidaan käyttää lisävalaisimia. Nykyään markkinoilla on tarjolla monenlaisia valaisimia eri tarkoituksiin ja kuvaustilanteisiin, mutta jo pelkällä työmaavalolla voi saada valaistuksesta miellyttävän. (Välikylä 2005, 56.)

### **3.8 Videokameran liike**

Videokameralla tehdyt liikkeet on syytä suunnitella etukäteen ennen kuvaamista. Lähtökohtana on miettiä, mistä liike alkaa ja mihin se päättyy. Lisäksi kuvaajan kannattaa miettiä, mihin rajaa liikkeen alkamisen ja sen päättymisen. Hyvänä apukeinona toimivat erilaiset merkit, esimerkiksi liikennemerkki tai puunrunko, joka kuvaan tullessaan varoittaa kuvaajaa kameraliikeradan loppumisesta. Näin kameran liikettä voidaan hidastaa ennakoitavasti ja lopettaa otos tyylikkääseen rajaukseen. (Leponiemi 2010, 62.)

Videokameraa liikuttamalla saadaan videoihin lisää eloa. Kameran liikuttaminen onnistuu parhaiten jalustaa käyttämällä. Tällöin kamerasta kannattaa kytkeä pois päältä kuvanvakaaja, joka pyrkii korjaamaan kuvaa ja saa aikaan väljeliikettä. Säätämällä jalusta oikein saadaan kameran liikkeet tasaisiksi sekä sulaviksi. Tällä tavalla vältetään turhia nytkähdyksiä, jotka vaikuttaisivat negatiivisesti videokuvan laatuun. Kameran pääliikesuuntia on kaksi: panorointi ja tiltaus (katso kuvio 3). Panorointi tapahtuu kuvatessa vaakasuoraan ja tiltaus puolestaan pystysuoraan. (Välikylä 2005, 42.)



KUVIO 3. Videokameran kaksi pääliikesuuntaa (MediaBitti 2016, viitattu 28.2.2018)

Videokameran zoomauksen käyttöä kehoitetaan harkitsemaan, sillä pumpaavan kuvan katsominen on rauhatonta. Kun kohdetta täytyy kuvata ensin kaukaa ja saada se sitten nopeasti lähemmäs, kannattaa otokset kuvata erikseen ja liikkua itse lähemmäs kohdetta. Näin toimien saadaan ammattimaisemmat kuvaotokset aikaiseksi. Videota kuvatessa täytyy muutenkin muistaa rauhalliset liikkeet. Jalustan käyttöä korostetaan suuresti, koska sitä käyttämällä kuvasta saadaan tärisevätön. (Pylkkö 2017, 69.)

## 4 ESITTELYVIDEON SUUNNITTELU

Tässä opinnäytetyön osiossa käsitellään käsikirjoittamista, joka on syntyvien videotuotoksien tärkein alkuvaihe. Lisäksi kerrotaan toimeksiantajan toiveet tulevan esittelyvideon suhteen. Osion lopussa aletaan rakentamaan toiveiden perusteella esittelyvideon lopullista käsi- ja kuvakäsikirjoitusta.

### 4.1 Käsikirjoittaminen

Käsikirjoitus on lähtöisin ideasta, josta videota lähdetään rakentamaan. Ilman ideaa ei synny videota, koska ideoitua sisältöä ei ole. Siksi on tärkeää, että alussa on jonkinlainen hahmotelma siitä, mitä videon tulisi sisältää. Idean pohjalta aletaan kirjoittamaan videolle käsikirjoitusta. Käsikirjoitus edustaa videotekijän näkemystä käytännöllisessä muodossa. Siitä selviää muun muassa mahdolliset henkilöt, tarina, juoni, otospaikat, ottojen pituus, videon kokonaispituus sekä budjetti. (Rea & Irving 2015, 15.)

Käsikirjoitus jakautuu kohtauksiin, joissa selvitetään mitä, milloin ja missä tapahtuu. Kohtauksiin kirjoitetaan tarvittaessa myös mahdolliset dialogit, eli vuoropuhelut, sekä teknisiä ohjeita esimerkiksi valaistuksen suhteen. Lisäksi voidaan käyttää myös kuvakäsikirjoitusta. Kuvakäsikirjoituksella tarkoitetaan käsikirjoituksen pohjalta tehtyä kuvahahmotelmaa, jossa näytetään otosten sommittelua piirroksina. Kuvakäsikirjoitus on ikään kuin sarjakuvapiirros kuvattavasta videosta. Piirrokset tiivistävät ruutu ruudulta kuvattavan toiminnan sekä samalla muun muassa kuvauskulman ja valaistuksen määrän. (Juniper & Newton 2011, 222 - 224.)

### 4.2 Toimeksiantajan toiveet

Toimeksiantaja toivoo, että kuvattavassa esittelyvideossa tulisi ilmi yrityksen liikemerkki, sijainti, käytössä oleva toimitila, eri palvelumuodot sekä ympäristö, joka ympäröi yritystä ulkoapäin. Lisäksi hän toivoo, että puheosuuksia olisi videolla vain rajoitetusti. Videolla saa käyttää taustamusiikkia. Videon keston suhteen hän toivoo, ettei se ylittäisi kahta minuuttia. Esittelyvideolla on tarkoitus näyttää neljä erilaista hierontaosuutta. Toimeksiantajan toiveena on, että kuvattaessa

hierontaosuuksia kuva kohdistuisi työskenteleviin käsiin ja muuhun oleelliseen. Hän haluaa näyttää kasvojaan videolla mahdollisimman vähän.

Esittelyvideon avulla toimeksiantaja lisää asiakkaiden tietoisuutta yrityksestä. Hän uskoo saavansa lisää asiakaskuntaa ja erilaista näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa, jota hän käyttää yrityksen mainonnassa. Toimeksiantajan mielestä tuleva esittelyvideo tulisi olla olemukseltaan mahdollisimman yksinkertainen ja asiallinen, mutta myös tietynlainen rentous saisi välittyä katsojille. Lisäksi hän pyytää, että yrityksen vaikeaa sijaintia havainnollistettaisiin videolla, jotta asiakkaat löytäisivät paikan helpommin. Tavoitteena on siis luoda informoiva esittelyvideo, jonka avulla uudet ja vanhat asiakkaat saavat yrityksestä hyödyllisiä tietoja.

### **4.3 Esittelyvideon käsikirjoitus**

Tässä projektissa käsikirjoitus suunnitellaan yhdessä toimeksiantajan kanssa. Ennen käsikirjoituksen laadintaa tekijä on perehtynyt käsikirjoituksen tekemiseen käyttämänsä lähdekirjallisuuden avulla. Kappaleen lopussa olevassa kuviossa on esiteltynä tulevan esittelyvideon käsikirjoitus (katso kuvio 4). Käsikirjoituksen jokainen vaihe, eli erilliset otokset ovat perusteltuja ja toimeksiantajan toiveiden mukaisia. Videon tarkemmat käsikirjoitussuunnitelmat on rakennettu havainnollistavampaan kuvakäsikirjoituksen muotoon, joka löytyy liitteestä (katso liite 1). Kuvakäsikirjoituksesta ilmenee muun muassa alustavat otoksien kestot, kuvakoot lyhenteinä ja kameroiden liikesuunnat.

Esittelyvideon taustalla soi taustamusiikki, jonka toimeksiantaja saa valita annetuista vaihtoehdoista. On huomioitava taustalla soivan kappaleen tekijänoikeudet ja niiden oikeaoppinen merkitseminen valmistuvaan videoon. Ilman musiikkiteoksen tekijän lupaa, teoksen käyttäminen eli sen kopiointi, jakelu, julkinen esittäminen tai tallennus levyille, videolle tai elokuvaan ei ole sallittua. (Teosto, viitattu 29.1.2018). Oletettavasti valitun kappaleen lähdetiedot tulevat näkyville videon lopputeksteihin.

Videon lisätään tarkkaan suunniteltuja kuvatekstejä, joissa kerrotaan lyhyesti yrityksestä ja sen toiminnasta. Videolla kerrotaan muun muassa yrityksen sijainnista ja sen tarjoamista erilaisista palveluista. Erityistä huomiota kiinnitetään tekstien sopivaan keston ruudulla, jotta helppolukuisuus säilyisi. Kuvatekstien suunnittelussa otetaan myös mahdollisesti huomioon

paikkakunnan kaksikielisyys. Alueella puhutaan suomen kielen lisäksi ruotsin kieltä. Kuvatekstit suunnitellaan yhdessä toimeksiantajan kanssa.

### **Käsikirjoitus**

- Aloitus:
  - Yrityksen liikemerkki
  - Animaatio karttanäkymästä, johon ilmestyy punainen nasta yrityksen kohdalle
- Ulkona:
  - Kuvataan yrityksen kylttiä pihatien varressa
  - Kuvataan pihatietä ja yrityksen rakennusta
  - Kuvataan yrityksen ulko-ovea
  - Yrittäjä avaa oven iloisesti ja toivottaa ”Tervetuloa, Välkommen.”
- Sisällä:
  - Kuvataan hoituhuonetta
  - Kuvataan sivupöydällä olevia hierontaan käytettäviä aineita
  - Kuvataan eri palvelut
    - klassinen hieronta
    - urheiluhieronta
    - jäsenkorjaus
    - vauvahieronta
- Loppuun:
  - Yrityksen yhteystiedot + Facebook-sivut
  - Kiitokset ja tervetuloa-toivotukset

*KUVIO 4. Esittelyvideon käsikirjoitus*

## 5 ESITTELYVIDEON TOTEUTUS

Tässä opinnäytetyön osiossa käsitellään esittelyvideon toteutukseen tarvittavia laitteita ja ohjelmistoa pääpiirteittäin. Lisäksi osiossa kerrotaan esittelyvideon toteutushetkestä, eli kuvauspäivästä ja sen kulusta. Osion lopussa käydään läpi videon muokkaamisvaiheita, eli videon loppueditointia.

### 5.1 Videon tekoon käytetyt laitteet ja ohjelmisto

Onnistuneeseen kuvaushetkeen tarvitaan yleensä muutakin kuin pelkkä videokamera. Kuvaamiseen tarkoitettut apuvälineet ja raakavideoiden editointiin käytetyt laadukkaat ohjelmistot mahdollistavat hyvän videon syntymisen. Opinnäytetyön tekijällä ei ollut käytettävissään kuvaamiseen tarvittavia laiteresursseja, joten tässä työssä käytetyt kuvaus- ja apuvälineet sekä ohjelmisto on lainattu Oulun ammattikorkeakoulun Teuvo Pakkalan kadun -kampuksen puolesta.

#### **CANON LEGRIA HF G25 -videokamera**

LEGRIA HF G25 -videokameralla (katso kuvio 5) on paljon hyviä ominaisuuksia varsinkin luovaan kuvaamiseen. Videokamera sisältää muun muassa edistyneen HD CMOS Pro -kennon, jonka avulla kuvaaminen onnistuu vähäisessäkin valaistuksessa. Lisäksi kamerassa on älykäs optinen kuvanvakain, joka korjaa videossa esiintyvien tärähtelyiden vaikutuksia. Kamera sisältää myös täydet käsisäädöt, eli kuvaa voi esimerkiksi tarkentaa säätörenkaan avulla tai vaihtoehtoisesti säätää käsin valotusta, valotusaikaa ja aukkoa. (Canon Oy 2018, viitattu 29.1.2018.)



KUVIO 5. CANON LEGRIA HF G25 -videokamera (Canon Oy 2018, viitattu 29.1.2018)

### **SONY HDR-CX240E -videokamera**

HDR-CX240E -videokamerassa (katso kuvio 6) on Exmor R™ CMOS -kenno, joka näyttää kuvien yksityiskohdat tarkasti. Se sisältää myös tehokkaan BIONZ X -kuvaprosessorin, joka vähentää kuvakohinaa. Videokamerassa on käytetty SteadyShot -kuvanvakautinta, joka tasaa tärinän vaikutuksia liiketunnistimien avulla. Lisäksi videokamerassa on kestävä akku, jonka vuoksi sillä voi kuvata yhtäjaksoisesti jopa 130 minuuttia. (Sony 2018, viitattu 29.1.2018.)



KUVIO 6. SONY HDR-CX240E -videokamera (Sony 2018, viitattu 29.1.2018)

### **GoPro Hero 5 Black -kamera**

GoPro Hero 5 Black on kamera (katso kuvio 7), joka on vesitiivis ja iskunkestävä rakenteeltaan. Kamerassa on kosketusnäyttö ja sisäänrakennettu GPS, jonka avulla voi videoon lisätä muun muassa nopeusnäytön. Kamerassa on digitaalinen vakaaja ja ääniohjaustoiminto, jolla voi

esimerkiksi ohjata kameraa ottamaan kesken videon valokuvan. (Digitarvike.fi 2018, viitattu 12.2.2018.)



*KUVIO 7. GoPro Hero 5 Black -kamera (Digitarvike.fi 2018, viitattu 12.2.2018)*

### **GoPro Karma Grip -kuvausvarsi**

GoPro Karma Grip -kuvausvarren (katso kuvio 8) avulla kuvasta saa heilumatonta. Laitteessa on kolmen akselin vakaaja, joka poistaa videolta ylimääräisen tärinän ja heilunnan. Laitteen avulla videoista saa ammattimaisempia ja näin ollen niitä on mukavampi katsoa. (Digitarvike.fi 2018, viitattu 7.2.2018.)



KUVIO 8. GoPro Karma Grip -kuvausvarsi (Digitarvike.fi 2018, viitattu 7.2.2018)

### **LED-valaisin**

LED-valoja käytetään tuomaan lisävaloa kuvaustilanteisiin, jos kuvattava paikka on liian vähävaloinen. Markkinoilla on tarjolla paljon erilaisia kokoja ja malleja. Tässä työssä käytetään LED-paneelia. LED-paneelissa on enemmän tehoa ja ne soveltuvat hyvin myös vaativaan videokuvaamiseen (Fotoman 2018, viitattu 7.2.2018).

### **MANFROTTO-jalusta**

Videokuvaamisessa jalustan käytöstä on suuri apu, koska sen avulla kuvaamisesta saadaan vakaampaa. Jalustan asettaminen oikeaan asentoon on tärkein vaihe, koska kameran täytyy liikkua tasaisesti ilman ylimääräisiä pysähdyksiä. Keskipylvään ollessa pystysuorassa maata vasten, saa jalustan asetettua erittäin tukevasti. Jalustan vesivaakoja seuraamalla saadaan se asetettua myös luotettavasti suoraan. (Ang 2006, 78.)

### **Glidetrack-kamerakisko**

Yleensä kamerakiskot koostuvat metallisesta kiskosta ja luistinosasta, jossa kiinnitetty kamera liikkuu kiskoa pitkin. Kiskon avulla kameraa voi liikuttaa sivuttaissuunnassa, eli suorittaa niin sanottu kamera-ajo. Hyvän lopputuloksen saavuttamiseksi kiskon tulee olla tukevasti paikoillaan, jotta kamera-ajosta tulisi mahdollisimman tasainen. Laitetta voi tukevoittaa asettamalla ylimääräiset painot kiskon päälle. (Juniper & Newton 2011, 102.)

## **ADOBE PREMIERE PRO CC -videoeditointiohjelmisto**

Adobe Premiere PRO CC on videoharrastajien ja ammattilaisten käyttämä videoeditointiohjelmisto. Sen avulla raakavideoita voidaan muokata, säätää ja viimeistellä halutulla tavalla. Adobe Premiere PRO CC tukee laajasti eri videotiedostomuotoja, kuten esimerkiksi HDV, HD, Sony RAW, QuickTime, Canon XF, Canon RAW, GoPro Cineform ja AVI -tiedostoja. Adobe Premiere PRO CC:n avulla videoiden teko on helppoa ja nopeaa. Sen ainutlaatuisten työkalujen avulla videoista saa tehtyä korkealaatuisia ja toimivia kokonaisuuksia. (Jago 2017, 2.)

### **5.2 Esittelyvideon kuvaaminen**

Esittelyvideon kuvaaminen suoritettiin yhden päivän aikana toimeksiantajan kanssa sovittuna ajankohtana. Ennen kuvauspäivää tekijä tutustui valmiiksi kuvauslaitteisiin ja tarvittaviin apuvälineisiin, jottei kuvausaikaa tuhlaantuisi käytön opetteluun paikan päällä. Kuvaukset aloitettiin sisätilassa otettavilla otoksilla. Sisätilan otoksien kuvaamiseen käytettiin kahta eri videokameraa merkeiltään Canon ja Sony. Toinen kameroista oli tuettuna jalustan päällä ja toisella kuvattiin käsivaralla. Käsivaralla kuvattaessa Canonin videokamera osoittautui paremmaksi painonsa takia, koska painavampaa kameraa oli helpompi pitää vakaana kuvaamisen aikana. Kahden kameran käytön hyödyllisyys korostui varsinkin vauvahierontaa suorittaessa, koska kuvaukset täytyi suorittaa lyhyessä ajassa lapsen ollessa hyvällä tuulella. Hierontaotoksiin osallistui tekijän ja toimeksiantajan lisäksi tekijän poikaystävä sekä toimeksiantajan oma lapsi. Täten haluttiin taata videoon aito tunnelma hierontojen suorittamisesta oikeisiin ihmisiin.

Kuvauspäivänä sää oli puolipilvinen sekä lisäksi satoi lunta, mikä vaikeutti ulkokuvauksien suorittamista. Esittelyvideon kuvaamiseen käytettiin yhteensä kolmea erilaista videokameraa merkeiltään Sony, Canon ja GoPro. Käyttämällä useita kameroita, pystyttiin kuvaustilanteissa hyödyntämään erilaisia kuvauskulmia, mikä puolestaan vähensi uusintaotosten määrää. Samalla voitiin määrittää otoksiin erilaisia kuvakokoja, jotta videoon saataisiin lisää vaihtelevuutta ja mielenkiintoa. Eri kuvakokojen käyttö jo kuvausvaiheessa puolestaan vähentää työmäärää, sillä videokuvaa ei välttämättä tarvitse rajata enää uudestaan editointivaiheessa.

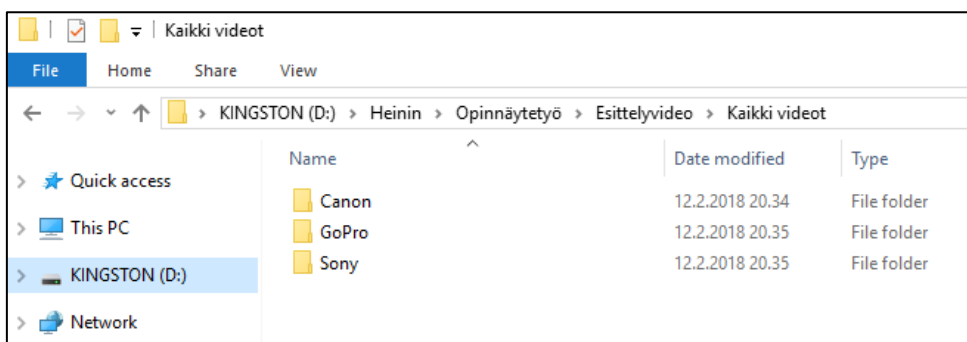
Kuvaamiseen käytettiin apuvälineinä jalustan lisäksi kamerakiskoa ja lisävaloa eli led-paneelia. Sisätiloissa ikkunoista tuleva valo riitti valaisemaan videokuvan ja lisävalon tarve oli sinänsä vähäistä. Kameroissa käytettiin kuvatessa valmiita automaattitoimintoja ja käsisäätöjä kameroiden

kuvaan ei tehty. Jokainen otos sommiteltiin etukäteen ennen kuvaamista ja erityistä huolellisuutta täytyi noudattaa videon jatkuvuutta ajatellen, ettei esimerkiksi tavaroita liikutettu eri paikkoihin tai työhuoneen ovea jätetty auki kuvaamisen aikana. Kameran liikeratoja suunniteltiin myös etukäteen, jotta videokuvasta tulisi sujuvaa ja tärähtelemätöntä.

Otosten kuvaamisessa otettiin huomioon alkuperäinen käsikirjoitus ja toimeksiantajan asettamat toiveet. Kuvaaminen eteni myötäillen käsi- ja kuvakäsikirjoitusta, vain kuvausjärjestys muuttui, koska kuvaukset aloitettiin sisältä ulkokuvauksien sijaan. Toimeksiantaja oli videon suunnitteluvaiheessa vielä sitä mieltä, että haluaisi näyttää kasvojaan videolla mahdollisimman vähän. Kuvauksien edetessä hän kuitenkin pyörsi päätöksensä. Ennen kuvauksien lopettamista käytiin käsikirjoitus vielä kertaalleen läpi toimeksiantajan kanssa tarkistaen, että kaikki suunnitellut otokset tulivat kuvattua.

### 5.3 Esittelyvideon editointi

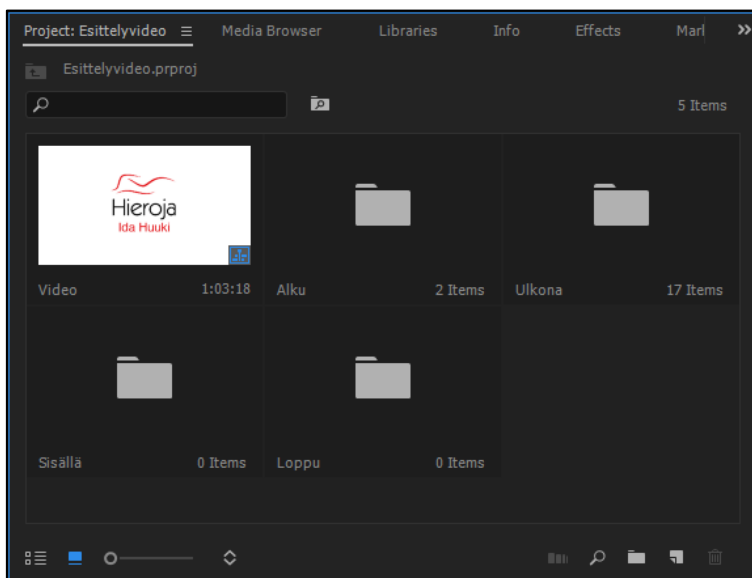
Videon loppueditointiin käytettiin Adobe Premiere Pro CC 2017 -ohjelmistoa, joka oli tekijälle ennestään tuttu opintojen ohella. Tekijällä itsellään ei ollut käytössään sopivia ohjelmistoresursseja työn suorittamiseen, joten työtä valmisteltiin Teuvo Pakkalan kadun kampuksen Hypla-työtilassa. Työ aloitettiin lataamalla kameroista videot tietokoneelle ja muistitikulle. Ladatut videot järjesteltiin kansioihin työhön käytettyjen kameroiden mukaan (katso kuvio 9). Tämän vaiheen jälkeen jokainen video katsottiin läpi ja onnistuneiden videoiden numerot kirjattiin paperille. Samalla videoista kirjattiin ylös tarpeellisia ja lyhyitä huomioita esimerkiksi videon alun ollessa parempi kuin lopun.



KUVIO 9. Ladattujen videoiden kansiojärjestys

Videon editointi aloitettiin luomalla uusi pohja Premiere Pro CC -ohjelmistoon. Luotuun pohjaan siirrettiin valmiiksi valitut videoleikkeet. Siirrettävät leikkeet järjesteltiin kansioihin, jotta videon

runkoa olisi helpompi lähteä rakentamaan (katso kuvio 10). Tämän jälkeen videoleikkeet aseteltiin mieleiseen järjestykseen videon runkoon. Tässä tapauksessa rungon rakentaminen eteni käsikirjoituksen mukaisesti, eli alkutekstien jälkeen tulivat ulkona kuvatut otokset. Videon edetessä siirryttiin ulkoa sisätiloihin hierontaotoksien pariin ja lopulta lopputeksteihin.



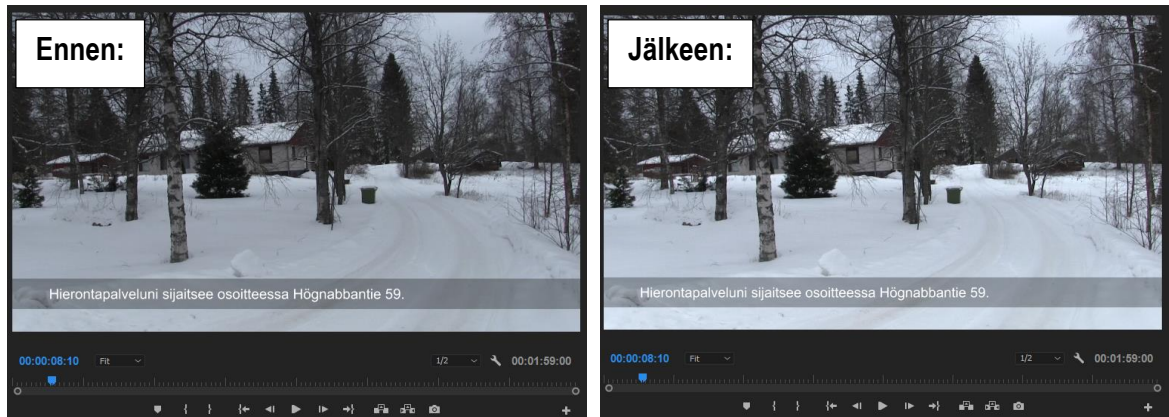
KUVIO 10. Leikkeiden jäsentely Premiere Pro CC -ohjelmistossa

Seuraavassa vaiheessa leikkeet leikattiin sopivan mittaisiksi. Tämä työvaihe vaati aikaa ja kärsivällisyyttä, koska tässä vaiheessa videosta pyrittiin rakentamaan toimiva kokonaisuus. Kyseinen vaihe ratkaisi myös videon lopullisen keston, joten leikkaaminen oli yksi tärkeimmistä työvaiheista. Toimeksiantajan toiveisiin kuului, että esittelyvideosta tulisi alle kahden minuutin kesto. Tämä otettiin huomioon leikkausvaiheessa, jotta videon kesto ei ylittäisi sovittua pituutta.

Videoleikkeiden leikkaamisen jälkeen videoon lisättiin valmiiksi suunnitellut kuvatestit. Kuvatekstejä lisättäessä oli huolehdittava, että osoite, puhelinnumero, käytetyt ammattitermit ja muut sanavalinnat olivat kirjoitettu oikein. Tämän jälkeen videoon lisättiin siirtymäefektit leikkeisiin ja kuvatesteihin. Toimeksiantajan toivoessa videosta mahdollisimman yksinkertaista ja selkeää, poissuljettiin erikoisimmat ja näyttävimmät efektit. Tässä työssä käytettiin pääsääntöisesti neljää eri efektiä.

Videon yhtenäisen kokonaisuuden takaamiseksi oli syytä tarkastella myös leikkeiden värimaailmoja ja valotuksia. Tässä tapauksessa ulkona kuvattuihin otoksiin joutui tekemään värikorjauksia pilvisen sään vuoksi. Valotuksen tasapainottamisen jälkeen ulkona kuvatut otokset

olivat yleisilmeeltään valoisampia (katso kuvio 11). Tämän jälkeen videoon lisättiin toimeksiantajan valitsema taustamusiikki. Kappale sovitettiin videoon ja sen muokkaamiseen käytettiin Audio Effects -toimintoja, joilla voitiin säädellä kappaleen alkamista ja päättymistä. Tässä työssä käytettiin yhtä taustakappaletta, joka oli lähtöisin Bensound.com -sivustolta. Valittu kappale oli ilmainen, mutta kappaleen käyttöön liittyi ehto. Ehdon mukaan kappaleen alkuperä ja nimi oli julkaistava videon yhteydessä.



*KUVIO 11. Valotuksen tasapainottamisen lopputulos*

Hienosäädön ja viimeistelyn jälkeen video oli valmis siirrettäväksi lopulliseen julkaisumuotoon. Tässä työssä valmis video päädyttiin siirtämään tiedostomuotoon H.264-videostandardi. Tätä tiedostomuotoa suositeltiin käytettäväksi Facebookin mainostajan ohje- ja tukikeskuksen -sivuilla. Valmistunut esittelyvideo luovutettiin toimeksiantajan käyttöön lähettämällä tiedosto Google Driven kautta.

## 6 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa esittelyvideo, jonka käsikirjoitus oli kirjoitettu yhdessä toimeksiantajan kanssa. Käsikirjoituksessa otettiin huomioon toimeksiantajan asettamat tavoitteet ja toiveet. Tavoitteena oli tehdä yritykselle edukseen oleva esittelyvideo, joka kertoisi lyhyen ja nykyaikaisen tietopaketin yrityksen toiminnasta uusille sekä vanhoille asiakkaille. Toimeksiantajan toiveisiin kuului, että esittelyvideolla esiintyisi yrityksen liikemerkki, sijainti, eri palvelumuodot, toimitilat sekä pihaympäristö.

Videon kuvauspäivä eteni käsikirjoituksen mukaan sen vaiheita noudattaen. Ainoastaan kuvausjärjestys muuttui niin, että ensin kuvattiin sisällä toimitilat sekä hierontaotokset ja sen jälkeen siirryttiin kuvaamaan ulos. Poikkeuksia käsikirjoitukseen tehtiin vasta videon editointivaiheessa, jolloin siihen tuli muutoksia ja kohtauksia jätettiin pois tai korjattiin toisella yhdessä sovitulla ratkaisulla. Tekijä raportoi videon edistymisestä suoraan toimeksiantajalle ja pyysi mahdollisia muutos- ja parannusehdotuksia videoon liittyen.

Toimeksiantaja toivoi, että esittelyvideo tulisi olemaan olemukseltaan mahdollisimman yksinkertainen ja asiallinen, mutta samalla rento. Tämä loisi asiakkaille asiantuntevan, mutta ystävällisen vaikutelman yrityksestä ja mahdollistaisi asiakkaan siirtymisen käyttämään yrityksen tarjoamia palveluita. Toimeksiantaja mainitsi myös, että uskoo videon lisäävän asiakaskuntaa ja tuovan uudenlaista näkyvyyttä varsinkin sosiaalisessa mediassa. Esittelyvideoon valittiin luonteeltaan iloinen ja menevä taustakappale, joka lisäsi videoon positiivista ja rentoa vaikutelmaa. Yksinkertaisuutta ja asiallisuutta pyrittiin luomaan selkeillä kuvateksteillä ja näyttävyydeltään hillityillä siirtymäefekteillä. Kuvatekstien luettavuuteen haluttiin myös kiinnittää huomiota lisäämällä niihin sopivan pituinen viive. Täten hitaammin lukeva ihminen pystyy hahmottamaan kuvatekstin sisällön paremmin.

Esittelyvideo alkaa yrityksen liikemerkillä, jonka jälkeen kuvataan ulkona pihatie, polku yrityksen sisäänkäynnille ja yrittäjän tervetuloivotukset suomeksi ja ruotsiksi. Yrityksen sijainnin tarkentamiseen ja korostamiseen oli aluksi suunniteltu kartta-animaatiota, jossa vaikea sijainti hahmottuisi paremmin asiakkaille. Kuitenkin tämä animaatio jätettiin kokonaan pois ja vastaavasti sijainti kerrotaan alussa kuvatekstin avulla. Ratkaisu vaikutti yksinkertaisemmalta ja videon luonteeseen paremmin sulautuvalta. Ulkokuvauksissa käytettiin kuvakokoina yleiskuvaa ja suurta

kokokuvaa, jotta yrityksen pihaympäristö näkyisi mahdollisimman laajasti. Lisäksi otoksiin käytettiin liikesuuntana panorointia, joka lisäsi otoksiin kuva-alan laajuutta ja vaihtelevuutta.

Ulkokuvauksien jälkeen video siirtyy kuvaamaan toimitilaa sisälle. Sisätiloissa kuvakokoina toimivat parhaiten kokokuva ja suuri puolikuva. Otoksissa käytettiin liikesuuntina tiltausta ja panorointia, jotta koko toimitila näkyisi kokonaisuudessaan. Kuvatekstien avulla videossa kerrotaan yrityksen tarjoamista palveluista ja palveluiden hinnoittelusta. Lisäksi kuvateksteissä pyydetään ottamaan yhteyttä soittamalla tai hakeutumaan yrityksen Facebook-sivulle, jossa on tarkemmat tiedot hintoihin liittyen. Hierontaan käytettävien aineiden kuvaaminen jätettiin videosta pois toimeksiantajan pyynnöstä. Tähän syynä oli se, ettei purkeissa ollut jäljellä etikettejä ilmaisemaan tuotteiden sisältöä. Tämä olisi vaikuttanut epäilyttävältä ja epämääräiseltä asiakkaiden silmissä ja vähentänyt videolla välittyvää asiantuntevuutta.

Seuraavaksi videossa näytetään hierontapätkiä. Hierontojen järjestys eteni käsikirjoituksen mukaisesti, eli ensimmäisenä klassinen hieronta, urheiluhieronta, jäsenkorjaus ja lopuksi vauvahieronta. Hierontaotoksia kuvatessa käytettiin vaihtelevasti kuvakokoina kokokuvaa, suurta puolikuvaa, puolikuvaa ja puolilähikuvaa. Näin ollen hierontaliikkeitä voitiin havainnollistaa tarpeeksi tarkasti ja vaihtelevasti. Lähikuvaa ja erikoislähikuvaa ei koettu tarpeelliseksi tässä videossa, koska ne olisivat olleet liian intensiivisiä videon luonteeseen nähden.

Videon loppuun ilmestyy loppuruutu, jossa toivotetaan asiakkaat tervetulleeksi suomeksi ja ruotsiksi. Tämän lisäksi ruudussa kehoitetaan soittamaan ja varaamaan oma aika. Esillä on myös yrityksen puhelinnumero, tarkempi osoite, maininta Facebook-sivusta ja videossa käytetyn taustamusiikin tiedot. Toimeksiantajan toiveen perusteella videon kesto ei saanut ylittää kahta minuuttia. Valmiin videon kokonaiskesto noudatti tätä toivetta ja oli kestoaltaan 1 minuutti 58 sekuntia.

Edellä mainitun perusteella voi todeta tässä kohtaa, että opinnäytetyön tuotos, eli valmistunut esittelyvideo on edennyt laaditun käsikirjoituksen mukaisesti ja täyttänyt hyvin toimeksiantajan asettamat tavoitteet ja toiveet videoon liittyen. Esittelyvideo antaa hierontapalveluita käyttäville asiakkaille hyvän kokonaiskuvan yrityksestä ja sen toiminnasta.

## 7 POHDINTA

Opinnäytetyöni aihe valikoitui oman mielenkiinnon ja toimeksiantajan tekemän tarve-ehdotuksen pohjalle. Työn tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa toimeksiantajalle asiakkaita informoiva esittelyvideo, jota hän voisi käyttää jatkossa yrityksensä mainostamiseen sosiaalisessa mediassa. Toiminnallinen ja käytännönläheinen opinnäytetyö antoi minulle mahdollisuuden kehittää omia taitojani ja tietämystäni, soveltaa jo valmiiksi opittua sekä oppia lisää asioita videokuvaamisprojektiin liittyen. Yhteistyö toimeksiantajan kanssa kehitti myös hyödyllisiä yhteistyötaitoja tulevaa työelämää varten. Minulla on ennestään kokemusta vastaavanlaisista videoprojekteista vain eri työtiimien kanssa, joten itsenäinen työskentely projektin alusta loppuun asti tuli uutena asiana.

Työn alkuvaiheessa laadittiin suunnitelma, joka sisälsi myös aikataulun opinnäytetyön eri vaiheille. Tämä aikataulu ei kuitenkaan pitänyt, vaan työ valmistui myöhemmin suunnitellusta. Jälkeenpäin ajateltuna aikataulun noudattamista olisi voinut edesauttaa laatimalla tarkan päivämäärän esimerkiksi esittelyvideon valmistumisesta toimeksiantajan kanssa. Näin ollen työn edistämiseen olisi riittänyt enemmän työskentelymotivaatiota ja työ olisi voinut valmistua aikaisemmin. Työn haasteeksi muodostui myös aihealueen rajaaminen, sillä videokuvaamiseen liittyvää materiaalia on olemassa huomattavasti kattavammin, mitä tämä opinnäytetyöraportti sisältää.

Ennen opinnäytetyöni aloittamista halusin tutustua aiheeseen kattavasti muun muassa lähdekirjallisuuden avulla. Henkilökohtaisesti koin kirjallisen lähdemateriaalin olevan lähdekriittisyydeltään luotettavaa. Samalla tiedonhakutaitoni sai tarvittavaa kehitystä. Videokuvaamisen perusteisiin tutustuessa huomasin tietäväni aiheesta suppeammin kuin alkuun oletin. Siksi oli tärkeää perehtyä asiaan kokonaan ja opetella uudet asiat käytännössä. Tätä edesauttoi muun muassa videokameroiden ja muiden lisälaitteiden käytön opettelu etukäteen ennen kuvauspäivän suorittamista.

Esittelyvideon käsikirjoitus laadittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Ennen käsikirjoituksen laadintaa tutustuin käsikirjoittamiseen käyttämieni lähteiden avulla. Videon kuvaaminen suoritettiin toimeksiantajan kanssa valmiiksi sovittuna ajankohtana, eli tässä tapauksessa yhden päivän aikana. Kuvausmateriaalia kertyi odotettua enemmän, koska joitakin otoksia jouduttiin kuvaamaan useampaan kertaan. Tämä puolestaan monipuolisti editointivaihetta, koska valinnanvaraa otoksien

välillä oli enemmän. Kuvauspäivänä kuvausolosuhteet eivät olleet suotuisat, koska tiheä lumisade häiritsi ulkokuvauskuvaamista. Ulkokuvaaminen talvella tuotti siis omat haasteensa, joten myöhempiä kuvausprojekteja suunniteltaessa kannattaa huomioida kuvauspäivän säätila ja siirtää tarvittaessa kuvauksia toiselle päivälle. Tässä tapauksessa kuvauspäivän siirtäminen ei tullut kysymykseen, koska kuvausmatka kohteeseen oli huomattavan pitkä.

Yhteistyömme toimeksiantajan kanssa toimi koko projektin aikana sujuvasti ilman ylimääräisiä väärinkäsityksiä. Yhteydenpito hoitui puhelimen ja sosiaalisen median välityksellä. Olin valmis ottamaan toimeksiantajalta palautetta ja parannusehdotuksia työstäessäni videota ja tehdessäni siihen muutoksia. Toimeksiantajan aito kiinnostus valmistuvaan videoon ja nopea vastausreagointi lisäsi työnteon mielekkyyttä.

Minä ja toimeksiantajani olimme molemmat tyytyväisiä valmistuneeseen esittelyvideoon. Täten opinnäytetyölleni asetettu tavoite on saavutettu ja tulokseksi on saatu molempia työhön osallistuneita osapuolia miellyttävä lopputulos. Toimeksiantaja julkaisi videon sosiaaliseen mediaan, eli tässä tapauksessa yrityksensä Facebook-sivulle. Julkaisun myötä hän kokee videon vaikuttaneen positiivisesti yrityksensä toimintaan ja sen tunnettavuuteen. Myös yrityksen asiakkaat ovat kehuneet videon sisältöä hyödylliseksi.

Jatkosuunnitelmana olemme suunnitelleet toimeksiantajan kanssa kuvattavaksi esittelyvideoon uudet ulkokuvausotokset keskikesän aikana. Näin ollen videolla näkyvä talvinen pihaympäristö saa uudenlaisen sekä värikkäämmän ilmeen. Uudet otokset lisätään entisten videoleikkeiden päälle käyttämällä videoeditointiohjelmaa.

## LÄHTEET

Ailio, J. 2015. Vähän parempi video. Viitattu 19.12.2017, <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522165831.pdf>.

Ang, T. 2006. Digivideo: Kuvaajan käsikirja. Karkkila: Mäkelä Oy.

Canon Oy 2018. LEGRIA HF G25. Viitattu 29.1.2018, [https://www.canon.fi/for\\_home/product\\_finder/camcorders/high\\_definition\\_hd/legria\\_hf\\_g25/](https://www.canon.fi/for_home/product_finder/camcorders/high_definition_hd/legria_hf_g25/).

Digitarvike.fi 2018. GoPro Hero 5 Black. Viitattu 12.2.2018, <https://www.digitarvike.fi/gopro-hero5-black>.

Digitarvike.fi 2018. GoPro Karma Grip. Viitattu 7.2.2018, <https://www.digitarvike.fi/gopro-karma-grip>.

Fotoman 2018. LED-kuvausvalot. Viitattu 7.2.2018, <https://www.fotoman.fi/led-kuvausvalot>.

Freeman, M. 2007. Valokuvaamisen taito. Jyväskylä: Docendo Oy.

Heath, C. & Heath, D. 2007. Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die. New York: Random House.

Hirvonen, E. 2003. Käsikirjoittaminen. Helsinki: Art House Oy.

Jago, M. 2017. Adobe Premiere Pro CC Classroom in a Book. Viitattu 9.1.2017, <http://proquest.safaribooksonline.com.ezp.oamk.fi:2048/book/video/9780134665986/firstchapter>.

Juniper, A. & Newton, D. 2011. Videokuvaaja järkkärillä - 101 huippuvinkkiä. Jyväskylä: Docendo Oy.

Leponiemi, K. 2010. Videokuvaus - taitoa ja tekniikkaa. Jyväskylä: Docendo Oy.

MediaBitti 2016. Videokuvauksen perusteet osa 1. Viitattu 28.2.2018, <http://mediabitti.com/kuvaus/videokuvauksen-perusteet-osa-1>.

Pyökkö, M. 2017. Valokuvauksen perusteet. Jyväskylä: Docendo Oy.

Rea, P. & Irving, D. 2015. Producing and Directing the Short Film and Video. Viitattu 30.12.2017, <http://proquest.safaribooksonline.com.ezp.oamk.fi:2048/book/video/9780415732550/firstchapter>.

Sony 2018. HDR-CX240E. Viitattu 29.1.2018, <https://www.sony.fi/electronics/handycam-videokamerat/hdr-cx240e>.

Subrat, K. 2014. Why video marketing is important your brand? Viitattu 5.2.2018, <https://www.linkedin.com/pulse/20140617035428-36487370-why-video-marketing-is-important-for-your-brand>.

Suomen Digimarkkinointi Oy 2018. Facebook-markkinointi videoiden avulla. Viitattu 6.2.2018, <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/facebook-markkinointi-videoiden-avulla>.

Teosto 2018. Tekijänoikeus ja musiikki. Viitattu 29.1.2018, <https://www.teosto.fi/teosto/toiminta/tekijanoikeus>.

Valtari, M. 2015. Video Facebookissa, Twitterissä ja Instagramissa. Viitattu 6.2.2018, <http://someco.fi/blogi/video-facebookissa-twitterissa-ja-instagramissa/>.

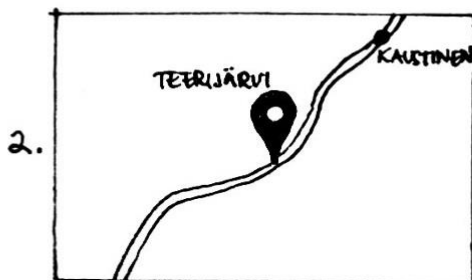
Välikylä, J. 2005. Digivideokoulu. Jyväskylä: Docendo Finland Oy.

Välitalo, K. 2015. Valokuvaamisen perusteet osa 2. Viitattu 9.1.2018, <http://www.kyostivalitalo.fi/blog/2015/7/30/valokuvauksen-perusteet-osa-2-sommittelu>.

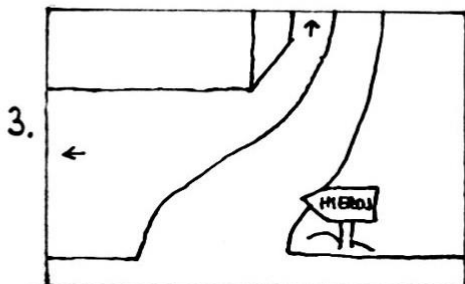
NIMI: ESITTELYVIDEO HIEROJA IDA HUUKILLE 1. SIVU



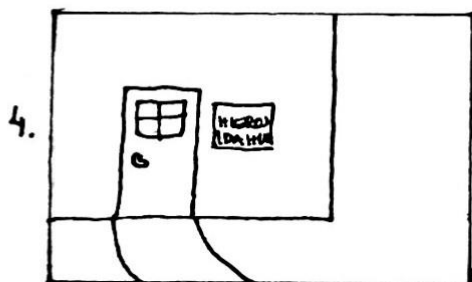
YRITYKSEN LOGO,  
KUVATEHOSTE/  
SIIRTYMÄ  
KESTO: 2-4 SEK.



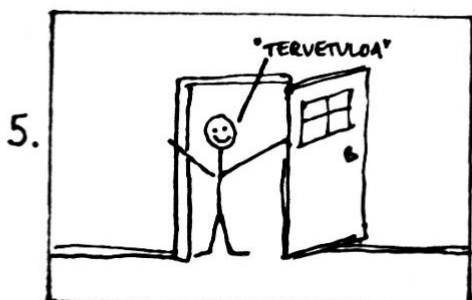
KARTTANÄKYMÄ,  
ANIMAATIO, ZOOMAUS/  
SIIRTYMÄ  
KESTO: 5-10 SEK.



PIHATIE, KYLTI  
TIEN LAIDASSA,  
PANORointi, (YK), TILTAUS,  
KESTO: 5-15 SEK.

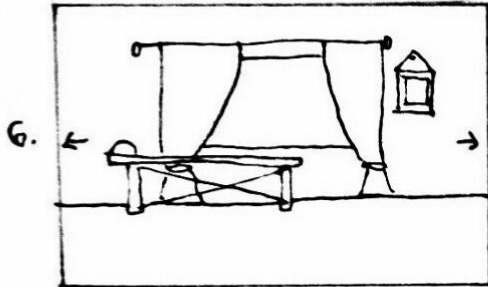


YRITYKSEN ULKO-  
OVI, POLKU OVELLE,  
(SKK) / (KK), ZOOMAUS  
KESTO: 5 SEK.

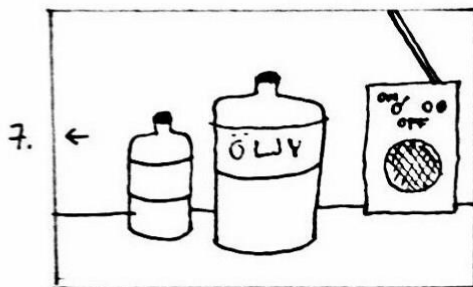


OVI AUKEAA (KK),  
IDA TERVEHTII (SPK),  
KESTO: 5-10 SEK.

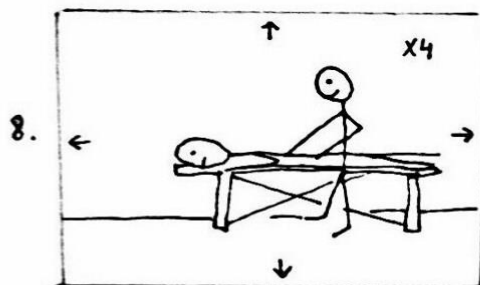
NIMI: ESITTELYVIDEO HIEROJA IDA HUUKILLE 2. SIVU



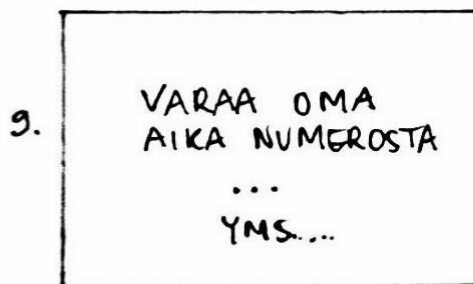
HIERONTAHUONE,  
PANOROINTI, (SKK),  
(KK)  
KESTO: 5-10 SEK.



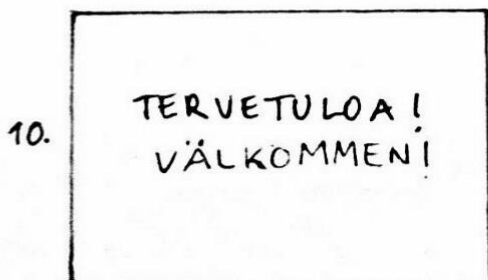
HIERONTAÖLJYT  
SIVUPÖYDÄLLÄ,  
(LK), (ELK)  
KESTO: 3-5 SEK.



HIERONTAOTOKSET  
(KK), (SPK), (PK),  
4 ERILAISTA HIERONTAA,  
KESTO: 20-40 SEK.



YHTEYSTIEDOT  
TEKSTINÄ,  
KUVA TEHOSTEET/  
SIIRTYMÄT, KESTO: 5-10 SEK.



KIITOKSET,  
"TERVETULOA"  
TOIVOTUKSET YMS.  
KESTO: 5 SEK.