

Markku Haaparanta
Sami Saarela

Arkistonauhoista mainosvideoksi - audiovisuaalisen kiertäytymateriaalin kerronnalliset mahdollisuudet

Provinssirock-esittelyvideo

Opinnäytetyö

Kevät 2011

Kulttuurialan yksikkö

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

Mediatuotannon suuntautumisvaihtoehto



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Kulttuurialan yksikkö

Koulutusohjelma: Kulttuurituotannon koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Mediatuotannon suuntautumisvaihtoehto

Tekijät: Markku Haaparanta, Sami Saarela

Työn nimi: Arkistonauhoista mainosvideoksi - audiovisuaalisen kierrätysmateriaalin kerronnalliset mahdollisuudet

Provinssirock- esittelyvideo

Ohjaaja: Jukka Saarela, Kari Salo

Vuosi: 2011

Sivumäärä: 34

Liitteiden lukumäärä: 2

Opinnäytetyömme aiheena on Seinäjoen elävän musiikin yhdistykselle, Selmu ry:lle, tuottamamme mainosvideo Provinssirock-festivaalista. Tuottamamme video oli hankkeistettu tuotos, jossa sovelsimme kaikkea koulutuksen aikana oppimaamme mediateknistä osaamista. Opinnäytetyössämme tarkastelemme, miten arkistomateriaalin pohjalta koostetun mainosvideon kerrontaan voidaan vaikuttaa valtavirtaelokuvan ja retorisen elokuvan tyylikeinojen kautta.

Esittelemme valtavirtaelokuvan ja retorisen elokuvan kerronnallisia perusperiaatteita ja kerromme, miten olemme soveltaneet niitä työssämme. Retorisen elokuvan alalajeista käsittelemme erikseen vielä montaasia ja kompilaatioelokuvaa. Kerromme myös erilaisista leikkaukseen liittyvistä ongelmista, joita arkistomateriaalin käyttö työssämme meille aiheutti ja kuinka näihin ongelmiin lopulta löydettiin ratkaisut.

Huomasimme, että kokonaan arkistomateriaaleista koostettu mainosvideo on useiden tyyllilajien teos. Yksittäistä tyyllilajia tai elokuvakerronnallista keinoa emme voineet kokonaan soveltaa mainosvideossa. Arkistomateriaalien ja monien erilaisten elokuvallisten tyylien yhdistäminen isoksi kokonaisuudeksi mahdollistui sen, että pystyimme toteuttamaan uuden ja mielenkiintoisen audiovisuaalisen teoksen.

Avainsanat: elokuva, elokuvan leikkaus, kerronta, mainoselokuvat, tallenteet

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Culture and Design

Degree programme: Degree programme in Cultural management

Specialisation: Media Management

Author/s: Markku Haaparanta, Sami Saarela

Title of thesis: From archive tapes to the Advertisement Video - Narrative possibilities of archive film material.

Provinssirock presentation video

Supervisor(s): Jukka Saarela, Kari Salo

Year: 2011

Number of pages: 34

Number of appendices: 2

The present thesis is based on an advertisement video, which we made for our client, Seinäjoki Live Music Association, Selmu ry. Our advertisement movie considers different aspects of the Provinssirock Festival. The entire video has been produced from archive film material. In this process we applied all the knowledge and skills that we have learned during our media management studies.

Our research begins with the introduction of the narrative methods of the mainstream movies and rhetorical movies, and we explain how we have applied those methods in our work. Furthermore, we introduce the subcategories of the rhetorical movie. These categories are the montage movie and the compilation movie. We also demonstrate many problems that may occur when working with archive film material and how to find solutions to these problems.

We noticed that our advertisement video which is composed from archive film material could consist several different narrative styles. When these styles were mixed in to a new creation, we were able to accomplish a new and interesting audio visual masterpiece.

Keywords: advertisement movie, film editing, video, narrative, recording

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
1 JOHDANTO.....	5
2 TUOTANNON KOLME OSA-ALUETTA.....	6
2.1 Aikataulutus.....	6
2.2 Ryhmätyöskentely.....	6
2.3 Projektin taloudellinen kannattavuus.....	7
3 VALMIS VIDEO KOKONAISUUTENA.....	8
4 MITEN TIIVISTÄÄ 30 VUOTTA FESTIVAALIHISTORIAA 10 MINUUTIN MAINOSVIDEOOKSI?.....	10
4.1 Provinssirock – yli 30 vuotta ihmisten juhlaa.....	10
4.2 Mainosvideon lähtökohdat.....	10
4.3 Arkistomateriaalien tutkiminen.....	13
4.4 Materiaalin rajaus vuosille 2005 - 2010.....	15
4.5 Festivaalin historian esittely videolla.....	16
5 VALTAVIRTAELOKUVAN TYYLI MAINOSVIDEOSSA.....	18
5.1 Valtavirtaelokuvan tyyli ja ominaispiirteet mainosvideossa.....	18
5.2 Kerronnan tasot ja näkökulmat.....	19
5.3 Yksilökeskeisen kerronnan ongelma.....	23
6 RETORISEN ELOKUVAN TYYLIKEINOT KÄYTTÖÖN.....	25
6.1 Tarkoituksena ei ollut tehdä dokumenttielokuvaa.....	25
6.2 Retorisen elokuvan periaatteet.....	26
6.3 Montaasiteoria osana leikkausta.....	28
6.4 Kompilaatioelokuva.....	29
7 YHTEENVETO.....	31
LÄHTEET.....	32
LIITTEET.....	34

1 JOHDANTO

Opinnäytetyömme tarkoituksena oli suunnitella ja tuottaa projektin tilaajalle, Seinäjoen elävän musiikin yhdistyksen (Selmu ry) hallinnoimalle Provinssirock-festivaalille, noin kymmenen minuutin pituinen mainosvideo. Videon tavoitteena on toimia rockfestivaalin markkinointivälineenä kahdelle erilaiselle kohderyhmälle, jotka ovat rockfestivaalin asiakkaat ja yhteistyökumppanit.

Opinnäytetyömme tilaaja halusi painottaa videossa erityisesti niitä piirteitä, joista syntyy ihmisten juhla: tunnelmaa, talkootyöntekijöitä, artisteja, musiikkia, historiaa ja festivaalikansaa. Valmiista videosta katsojan tulisi saada muodostettua mahdollisimman hyvä käsitys festivaalista. Mainosvideosta tulisi näkyä ja kuulua, että Provinssirock on ihmisten juhla, mutta myös Suomen paras rockfestivaali. Valmiin videon pääasiallinen levityskanava tulisi olemaan Provinssirockin verkkosivut. (Saarela 2009, [viitattu 20.2.2011].)

Opinnäytetyön mediaosuuden suunnittelu- ja toteutusvaiheeseen saimme aikaa kokonaisen vuoden. Projekti alkoi joulukuussa 2009 ja päättyi joulukuussa 2010. Mediaosuus koostui kolmesta laajasta osa-alueesta: 1. esituotannosta ja suunnittelusta, 2. materiaalin keräämisestä ja esikatselusta sekä 3. leikkauksesta ja jälkituotannosta. Projektia varten saimme esikatseltavaksi paljon jo aikaisemmin kuvattua materiaalia. Näiden materiaalien pohjalta lähdimme suunnittelemaan videon käsikirjoitusta ja kokonaisuutta. Materiaalin paljouden johdosta päätimme, että suunnittelisimme videon kokonaan eri tahojen taltioimien materiaalien pohjalta. Tärkeimpänä tavoitteenamme oli tehdä mainosvideosta ajaton, katsojaystävällinen ja humoristinen kokonaisuus, josta välittyisi Provinssirockin ainutlaatuinen tunnelma.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyömme koostuu siis mainosvideosta ja tästä kirjallisesta osiosta, jossa tarkastelemme arkistomateriaalin pohjalta koostetun mainosvideon kerrontaa valtavirtaelokuvan ja retorisen elokuvan tyylikeinojen kautta.

2 TUOTANNON KOLME OSA-ALUETTA

2.1 Aikataulutus

Näin jälkikäteen voimme todeta, että videon tekemiseen varattu vuosi ei ollut ajallisesti liian lyhyt. Emme tietenkään tehneet videota läheskään joka päivä, sillä meillä oli samanaikaisesti vielä muita opintoja suoritettavanaamme. Suurin osa esituotantovaiheeseen varatusta ajasta kului materiaalin läpikäymiseen, sisällölliseen suunnitteluun, sähköpostien lähettelyyn ja vastausten odotteluihin eri tahoilta. Tämä odottelu oli ymmärrettävää, sillä todella laajan materiaalmäärän vuoksi sen tutkiminen ja tekijänoikeuksien selvittäminen olivat ajallisesti pitkiä prosesseja.

Aikataulu olisi tuskin ollut paljoakaan tiiviimpi, vaikka olisimme keskittyneet vuoden aikana ainoastaan tähän projektiin. Esimerkiksi kesälomien aikana projekti oli käytännöllisesti katsottuna pysähtyneessä tilassa, lukuun ottamatta materiaalien esikatselua. Huolellinen esituotantovaihe oli ratkaisevassa asemassa projektin onnistumisen kannalta.

Varsinainen editointi suoritettiin reilussa kolmessa kuukaudessa, ja kuten ennakkoimme, valmiiksi laadittua käsikirjoitusta muokattiin paljon leikkausvaiheessa. Käsikirjoitus oli kuitenkin tärkeä runko materiaalin järjestelyn ja kokonaisuuden hahmottamisen kannalta. Muutamia isoja rakenteellisia muutoksia jouduimme kuitenkin tekemään, jopa editoinnin loppuvaiheessa. Editointiin olisi saattanut riittää lyhyempikin aika, mutta emme halunneet turhaan kiirehtiä tätä vaihetta. Tärkeimpänä syynä tähän olivat kokonaisuuden rakenteelliset muutokset, jotka hahmottuivat täysin vasta liitettäessä eri materiaaliosioita yhteen laajemmiksi kokonaisuudeksi.

2.2 Ryhmätyöskentely

Ryhmätyöskentelymme oli toimivaa, olimmehan molemmat valmiita joustamaan toisen opintojen, henkilökohtaisten menojen, muiden työkuvioiden ja lomien yhteensovittamisessa tuotantoaikatauluun. Heti projektin alkuvaiheessa laadimme

karkean tuotantoaikataulun koko vuodelle (ks. liite 1). Näin pystyimme sopimaan aikataulullisista ristiriidoista jo etukäteen. Juuri joustavuus oli mielestämme avainasemassa ryhmätyössämme.

Varsinkin suunnitteluvaiheessa työnteko saattoi olla pysähtyneessä tilassa useita päiviä. Silloin ei auttanut muu kuin pitää taukoa projektista ja keskittyä muihin opintoihin ja työtehtäviin. Luovaa suunnittelua ja keskustelua käytiin myös paljon vapaa-ajalla, toisinaan jopa keskellä yötä. Tämä onkin mielestämme yksi uutta luovan av-alan ominaispiirteistä, sillä ideat ovat vuorokaudenajoista riippumattomia. Toisinaan myös esittelimme joitain materiaalikokonaisuuksia opiskelijakollegoillemme ja kysyimme heidän mielipiteitään.

2.3 Projektin taloudellinen kannattavuus

Pohdimme, olisiko tämä projekti ollut taloudellisesti kannattava, jos se olisi toteutettu jonkin tuotantoyhtiön toimesta. Esituotantovaiheessa laskemamme budjetti kohosi lähes sataan tuhanteen euroon (ks. liite 2), mikä on todella paljon suhteutettuna videon keston. Suurimmat kustannuserät muodostuivat editointilaitteistojen ja ohjelmien vuokrista sekä meille itsellemme lasketusta palkasta. Budjettia tarkasteltaessa on erityisen tärkeää ottaa huomioon, että se on laadittu pitkälle aikavälille, jolloin myös palkkakustannukset ovat luonnollisesti suuremmat. Myös arvonlisävero sekä muut lakisääteiset kulut nostivat budjetin loppusummaa.

Pohdimme, että ammattituotantona projektin aikataulutus olisi taloudellisten syiden takia ollut huomattavasti tiiviimpi. Videon materiaali olisi luultavasti kuvattu yhden Provinssiviikonlopun aikana ja jälkituotantovaiheeseen olisi kulutettu arviolta 2-3 viikkoa. Koko prosessin kesto esituotantovaiheesta jälkituotantovaiheen loppuun olisi ollut arviolta kaksi kuukautta. Näillä toimenpiteillä kustannuksissa olisi säästetty huomattavasti, mutta toisaalta videosta olisi saattanut muodostua hyvin yksi-puolinen näkemys Provinssirockista.

3 VALMIS VIDEO KOKONAISUUTENA

Ennen työme tarkempaa analysointia selostamme tässä lyhyesti videon rakenteen alusta loppuun. Valmiissa mainosvideossa on nähtävissä osiojako, jonka avulla pystyimme helpommin tarkastelemaan ja esittelemään festivaalin eri piirteitä. Videon kokonaisuudesta on erotettavissa seuraavat osat: 1. maanjäritys, 2. saapuminen, 3. työntekijät, 4. leirintä, 5. historia, 6. live ja 7. ihmisten juhla.

Maanjäritys-osion tarkoituksena on toimia aloituksena. Katsoja viedään sanomalehden otsikkojen avulla ajassa taaksepäin Pohjanmaan historiaan. Tarkoituksena oli luoda viitepiste historialliseen tapahtumaan, jonka avulla pystyimme siirtymään itse festivaaliin. Maanjäritysuutisen tarkoituksena oli toimia liikkeellepanijana myöhemmin samana vuonna järjestettävälle ensimmäiselle Provinssirockille.

Toinen osio on saapuminen, joka jatkuu suoraan maanjärityksestä. Tarkoituksena oli luoda nopeampainen osio, jossa katsoja viedään festivaalialueelle musiikin, tanssin ja leirielämän keskelle. Henkilöiden artistikommenttien avulla pystyimme välttämään artistien erillisen listauksen videossa, sillä kaikkien eri vuosina Provinssirockissa esiintyneiden artistien esittely olisi tehnyt videosta liian sekavan.

Saapumisen ja rakennus-osion välinen siirtyminen tapahtuu takaisinkelauseseffektin avulla. Ilman sen käyttöä siirtyminen rakennusosioon ei olisi mielestämme toiminut hyvin. Kelauksella pystyimme helposti siirtymään ajassa taaksepäin ja näyttämään, miten festivaali rakentuu talkootyöntekijöiden toimesta. Rakennus-osion päätyttyä videossa siirrytään valmistuneen päälavan kautta leirielämään. Leirintä-osion tarkoituksena oli esitellä leirintäalueen elämää erilaisine palveluineen.

Historia-osiossa artistit pääsevät esiintymään ja kertomaan festivaalin historiasta sekä omista kokemuksistaan Provinssirockissa. Tarkoituksena oli tiivistää festivaalin pitkää historiaa lyhyt kokonaisuus muutamien kommenttien avulla. Artistien kommenttien ja kuvassa esillä olevien stillkuvien tarkoituksena oli muistuttaa katsojaa festivaalin pitkää ja värikkästä menneisyydestä.

Live-osion tarkoituksena on tuoda esille festivaalin elävää musiikkia ja itse matkaa festivaalialueen sisällä, jonka aikana katsoja tapaa erilaisia ihmisiä. Osiossa esiin-

tyvän PMMP:n matkalaulu tukee sanoillaan koko osiota ja matkan tarkoitusta. Rockfestivaalilla oleminen on matkaamista paikasta toiseen. Matka jatkuu suoraan videon viimeiseen osioon.

Ihmisten juhla -osiossa pääosassa on festivaalikansa. Tässä osiossa tiivistyy koko videon sanoma: Provinssirock on ihmisten juhla. Ihmisten juhla muodostuu erilaisista ihmisistä, lapsista, nuorista ja aikuisista, jokaisesta ikäluokasta. Taustalla soiva, Vesa-Matti Loirin esittämä *Tästä asti aikaa* -kappale korostaa ihmisten juhlan sanomaa. Osion tarkoituksena on päättää video seesteisiin tunnelmiin kesää, rauhaa ja rakkautta korostaen.

Valmiin videon nimeksi jäi opinnäytetyön alkuvaiheessa käyttämämme työnimi Provinssirock-esittelyvideo. Tässä kirjallisessa osiossa käytämme kuitenkin selkeyden vuoksi termiä mainosvideo, koska mielestämme se on parempi termi kuvaamaan valmista kokonaisuutta.

4 MITEN TIIVISTÄÄ 30 VUOTTA FESTIVAALIHISTORIAA 10 MINUUTIN MAINOSVIDEOKSI?

4.1 Provinssirock – yli 30 vuotta ihmisten juhlaa

Ensimmäinen Provinssirock järjestettiin Seinäjoella, Törnävän saarella, kesällä 1979. Provinssirock on nimensä mukaisesti rockfestivaali, ihmisten toisilleen tekemä juhla. Jo ensimmäisessä Provinssirockissa keskityttiin mahdollisimman monipuoliseen artistikattaukseen, yleisön viihtyvyyteen ja rock-rauha-rakkaushenkeen. (Tuulari 2000, 13-14.) Musiikin lisäksi Provinssirockiin ovat kuuluneet vuosien aikana olennaisina osina myös erilaiset poikkitaiteelliset performanssi-tykset sekä sirkustaide (Tuulari 2000, 114).

Provinssirockin tapahtumapaikkana on ollut yli 30 vuoden ajan sama luonnonkaunis Törnävänsaaren puistoalue, jota Seinäjoki halkoo. Yleensä sääkin on suosinut lakeuksille kokoontunutta festivaalikansaa, mutta ehkä tärkeimpänä asiana Provinssirockissa on kuitenkin ihmisten välille syntyvä positiivinen yhteenkuuluvuudentunne, joka vallitsee koko festivaalin ajan. (Tuulari 2000, 6.) Tämä oli se tärkein viesti, jonka halusimme videon katsojille välittää.

Videon tavoitteena on toimia mainoksena rockfestivaalille, jonka kautta katsojalle selviää festivaalin synty ja se, miksi Provinssirock on ihmisten juhla. Lisäksi videon tarkoitus on erottaa Provinssirock muista kilpailevista rockfestivaaleista.

4.2 Mainosvideon lähtökohdat

Mainontaa on kaikkialla, ja siksi erilaisia brändejä, kaupallisia viestejä ja tuotteita näkyy eri medioissa todella paljon. Mainoksen päätarkoituksena on esitellä ja markkinoida jotain tuotetta. Audiovisuaalinen viestintä on nykyajan markkinoinnin vallitseva muoto, koska medioissa pystytään yhdistämään videokuva ja ääni. Mainos, videon tai elokuvan muodossa käsitetään lyhyeksi, nopeaksi ja itsenäiseksi teokseksi. (Malmelin 2004, 42-43.)

Mainosvideon tyyliä suunniteltaessa tarkastelimme myös mainonnan viestintää ja mainoselokuvien suostuttelumekanismeja. Näiden mekanismien avulla saimme linjattua videomme tyyliä ja muotoa. Mainoselokuvien suostuttelumekanismit voidaan jakaa kahteen eri kategoriaan: draamallisiin ja demonstraatiomainoksiin. Draamamainokset ovat tarinapohjaisia, juonellisia ja ne voidaan mieltää lyhyiksi elokuvakokonaisuuksiksi. Demonstraatiomainokset ovat luonteeltaan suoraviivaisia ja nopeita, ja niiden avulla mainosviesti tulee tehokkaasti esille. Demonstraatiomainos on yksinkertaisimmillaan sellainen, jossa henkilö esittelee tuotetta ja sen ominaisuuksia. (Malmelin 2004, 66-71.)

Emme kuitenkaan halunneet painottaa mainosvideossa minkäänlaista tuotesijoittelua tai suoraa markkinointia, joten demonstraatiomainoksen tyyli ei ollut oikea vaihtoehto. Varauduimme kuitenkin siihen, että joitain logoja tai mainostuksen kohteita tulisi näkymään kuvatuissa materiaaleissa. Draamamainoksen tyyli osoittautui monipuolisemmaksi ja meidän mainosvideomme tarkoitusta ajatellen paremmaksi. Tyyliä valitessamme tukivat mahdollisuudet vaikuttaa katsojaan esimerkiksi huumorin ja musiikin avulla. Näiden keinojen avulla pystyimme ohjaamaan katsojaa tarkastelemaan mainosvideota jostakin emotionaalisesta näkökulmasta (Malmelin 2004, 73).

Tavoitteenamme oli audiovisuaalisen teoksen avulla luoda mielikuvia, jotka herättäisivät katsojassa positiivisia ajatuksia festivaalista. Tarkoituksena oli myös, että käytämme musiikkia tukemaan kuvallista kerrontaa, mikä samalla vahvistaisi videon kautta muodostettavia mielikuvia ja tunteita.

Videon kesto poikkeaa tavallisesti lyhyestä mainosvideosta, koska meille oli asetettu kymmenen minuutin aikaraja. Malmelinin (2004, 47) mukaan lyhyitä mainosvideoita ovat esimerkiksi sponsoritunnisteet televisio-ohjelman alussa. Mainosvideomme kymmenen minuutin aikarajaan meidän tulisi sijoittaa erilaisia piirteitä festivaalista ja pitää video mielenkiintoisena alusta loppuun. Päätimme soveltaa mainosvideoon musiikkivideomaista tyyliä. Perustelemme tätä ratkaisua musiikkivideomaisen kerronnan antamalla vapauksilla videon kokoamisessa ja rytmittämisessä.

Musiikkivideo on myös yksi mainostamisen mediamuoto. Pää tarkoituksena on parantaa levymyyntiä ja muuta musiikin ympärillä pyörivää kaupankäyntiä. Usein musiikkivideoita ei pidetä mainoksina vaan niitä tarkastellaan musiikkiesityksinä. Mainonnallisesti musiikkivideo pystyy olemaan monipuolinen, koska sen kautta saadaan informaatiota itse tuotteesta eli musiikista. Mediateoksena musiikkivideo pystyy olemaan samaan aikaan tyyllisesti ja muodollisesti hyvin vapaa. Tämä mahdollistaa yhtyeeseen liittyvien mielikuvien rakentamisen. (Malmelin 2004, 46.)

Emme kuitenkaan halunneet mainosvideosta pelkästään musiikkivideota. Musiikkivideon tyyli toimisi ainoastaan apukeinona kokonaisuuden rakentamisessa ja mielikuvien tuottamisessa. Musiikin avulla saisimme luotua erilaisia vaihteluja kuvan ja äänen leikkaukseen, kuten myös tunnelman luomiseen (Bordwell & Thompson 2008, 276).

Mielikuvien käyttö eli assosiaatio tarkoittaa mielteiden tai ajatusten välille rakentuvaa yhteyttä muistissa. Assosiativisissa elokuvissa ei pyritä esittämään väittämiä vaan niissä pyritään rinnastamaan asioita. Assosiativista ilmaisua käytetään paljon draamallisissa mainoselokuvissa ja musiikkivideoissa. Pää tarkoituksena on saattaa yhteen ajatuksia ja tunnetiloja. (Malmelin 2004, 87-88.)

Videon keskeisimpänä sanomana on teesi: ”Provinssirock on Suomen kesän paras rockfestivaali.” Assosiativiset ominaisuudet ovat videossa läsnä, koska rockfestivaalin mainos saa aikaan mielikuva-assosiaatioita niissä katsojissa, jotka ovat käyneet festivaalilla aikaisemmin. Lisäksi video voi luoda niin vanhoille kuin uusillekin kävijöille uusia mielikuvia. (Malmelin 2004, 89.) Halusimme, että kesäinen tunnelma ja musiikki herättäisivät ihmisissä onnellisuuden tunteita.

Tavoitteenamme oli siis luoda teesi, joka mielikuvien avulla myydään katsojalle. Mielikuvien tarkoitus on tukea asetettua väitettä. Arvioimme, että arkistomateriaalin monimuotoisuus tulisi aiheuttamaan ongelmia, koska emme olleet vielä tutustuneet kaikkiin materiaaleihin ja meillä ei ollut varmuutta niiden sisällöistä.

4.3 Arkistomateriaalien tutkiminen

Projektin alkuvaiheessa opinnäytetyömme tilaaja lupasi selvittää video- ja äänimateriaalien käyttöön liittyvät tekijänoikeudet. Materiaalien käyttöoikeuksien selvittäminen toimi hyvin, koska tilaajallamme oli jo olemassa kaikki tarvittavat kontaktit artisteihin ja levy-yhtiöihin. Tämä myös helpotti meidän työtämme oleellisesti, koska saimme keskittyä täysin videon taiteelliseen ja tekniseen toteutukseen.

Mediaosuuden suunnitteluvaiheessa saimme tilaajaltamme esikatselua varten ison määrän Provinssirockista tehtyjä DVD-tallenteita. Ne sisälsivät kuvamateriaalia menneiltä festivaalivuosilta ja vuosikymmeniltä. Suurin osa DVD-tallenteista oli Suomen Yleisradion (YLE) livetaltioita artistien keikoilta, mutta mukana oli myös joitain kappaleita hieman harvinaisempia tallenteita menneiltä vuosilta. Red Green Blue Oy:n (RGB) materiaalit keskittyivät vuoteen 2006. Saimme myös Seinäjoen ammattikorkeakoulun, kulttuurituotannon yksikön (SeAMK) arkistosta käyttöömmme suuren määrän tallenteita, jotka sisälsivät mediatuotannon suuntautumisvaihtoehdossa opiskelleiden oppilaiden taltioimia festivaalitunnelmia vuosilta 2005 - 2009.

SeAMK:lta saaduista materiaaleista osa oli tuttuja, koska olimme toimineet ammattikorkeakouluopintojemme ensimmäisenä vuotena, vuonna 2008, Provinssirock-tuotannossa kuvaajina. Vuonna 2009 olimme toimineet avustavina opiskelijatuottajina ensimmäisen vuoden mediatuottajien Provinssirock-tuotannossa. Näissä tuotannoissa toimiminen helpotti materiaalin tunnistusta. Meillä oli siis kokemusta Provinssirockista yleisön ja talkootyöntekijöiden näkökulmista. Tiesimme myös, minkälainen koneisto festivaalin taustalla toimii. Tämän ansiosta pystyimme tarkastelemaan materiaaleja laajemmasta perspektiivistä.

Fyysisten tallenteiden lisäksi löysimme Internetistä linkkejä erilaisiin videotaltiointeihin, joita oli tuotettu aiempina festivaalivuosina. Ilkka-sanomalehden verkkosivuilta löytyi tallenteita, jotka sisälsivät enimmäkseen festivaaliasiakkaiden haastatteluja ja kommentteja. (Ilkka - sanomalehti 2009, [viitattu 19.2.2011].) Lisäksi Etelä-Pohjanmaan liiton Trissa.TV:n verkkosivuilla oli laajoja festivaaliraportteja 2007 - 2009 -vuosilta (Trissa.TV, [viitattu 19.2.2011]).

Tutkimme myös muita verkkolähteitä ja videoarkistoja, kuten YouTubea. YouTubeasta löytyi paljon erilaista kuvamateriaalia Provinssirockin menneiltä vuosilta aina viimeisimpään Provinssirockiin asti. (YouTube - Provinssirock, [viitattu 24.2.2011].) YouTubeasta löytyvissä videoissa kuvattu sisältö oli mielenkiintoista, mutta niissä oli myös ongelmansa. Osa materiaalista oli kuvattu kamerapuhelimilla, ja joissain materiaaleissa oli huomattavissa huono tekninen laatu. Päätimme rajata kaikki tuntemattomat videolähteet pois, koska näiden materiaalien tekijänoikeuksien selvittäminen olisi ollut käytettävissä oleviin resursseihin nähden liian pitkäkestoinen prosessi.

Mainosvideon käsikirjoituksen suunnittelu alkoi myös samaan aikaan, kun aloitimme materiaalien esikatselun. Käsikirjoituksesta valmistui erilaisia versioita jatkuvasti, mutta saimme toimivan kokonaisuuden laadittua aikataulun mukaisesti. Valmis käsikirjoitus oli suunniteltu Yleisradion, Trissa.TV:n, SeAMK:n, Ilkan ja RGB:n tallenteiden pohjalta. Pohdimme käsikirjoitusta ja leikkausvaihetta myös siltä kantilta, mitä sitten tapahtuu, jos emme saa jotain tiettyä materiaalia käyttöömmekö? Tarvitsimme siis myös vaihtoehtoisia käsikirjoituksia ja ratkaisumalleja. Tässä vaiheessa pidimme valmista käsikirjoitusta kuitenkin sisällöllisesti melko avoimena ja muuttavana. Olimme myös olleet jo yhteydessä eri tahoihin, joiden materiaaleja olimme valinneet käytettäväksi videoomme. Hyvissä ajoin alkanut yhteydenpito yhteistyötahoihin antoi paremmat mahdollisuudet materiaalien käyttöoikeuksien saamiseen, ja aikaa jäi myös sopimustekstien hienosäätöön.

Kesäkuussa 2010 meillä olisi ollut mahdollisuus suorittaa lisämateriaalien kuvaukset Provinssirockin aikana. Kuitenkin jo nyt suuren materiaalmäärän takia päätimme, että emme itse kuvaa uutta materiaalia tapahtuman aikana. Tämä olisi aiheuttanut täysin uuden tuotantosuunnitelman laatimisen, mikä olisi ainoastaan sekoittanut jo tehtyä työtä ja hahmottelemaamme videon rakennetta. Lisämateriaalien kuvauksien sijasta ohjeistimme uudet mediatuotannon opiskelijat taltioimaan muutamia tiettyjä elementtejä, joita voisimme mahdollisesti käyttää videossa.

4.4 Materiaalin rajaus vuosille 2005 - 2010

Päädyimme rajaamaan videossa käytettävän materiaalin vuosille 2005 - 2010, koska suurin osa kuvatusta materiaalista sijoittui näille vuosille. Kaikki SeAMK:lta saadut tallenteet oli kuvattu näiden vuosien aikana. Trissa.TV:n haastattelut ja kuvamateriaalit sijoittuivat vuosille 2007 - 2009, kuten myös Ilkka-sanomalehden videomateriaalit. RGB:n päälavaltiot olivat kaikki vuodelta 2006. YLE:n materiaalit sijoittuivat 1980, 1990 ja 2000-luvuille.

Suurin syy aikarajaukseen oli se, että harvinaisempien ja todella vanhojen tallenteiden tekijöistä ei ollut varmaa tietoa ja eräät tuotantoyhtiöt olivat ulkomaisia. Lisäksi päätökseen vaikutti se, että alkuperäismateriaalien laadusta tai olemassaolosta ei ollut mitään tietoa.

Tässä vaiheessa meillä oli vielä YLE:n taltioimat Provinssirock-materiaalit sopimuskeskusteluissa. Materiaalin hankinta YLE:ltä peruuntui, kun saimme lopullisen hinta-arvion tarvittavien materiaalien toimituksesta. Tutkimme YLE:n materiaalihinnastoa heidän verkkosivuiltaan ja havaitsimme, että hinta muodostuu monesta eri tekijästä (Yleisradio Oy 2009, [viitattu 20.2.2011]). Lopulta päätimme yhdessä tilaajamme edustajan kanssa, että jätämme YLE:n materiaalit pois korkean hinnan takia (Hautala 2010, [viitattu 20.2.2011]). Materiaalien poisjättäminen oli suuri menetys, sillä käsikirjoitus meni monilta osin uudestaan takaisin suunnitteluun. Tässä vaiheessa olimme ottaneet osan jo saaduista videomateriaaleista leikkaukseen. Videon runko oli jo suunniteltuna, ja nyt jouduimme rakentamaan menetettyjen materiaalien tilalle korvaavat kokonaisuudet.

Käsikirjoituksen muuttuminen ei kuitenkaan estänyt meitä jatkamasta videon leikkauksista. Käytännössä tähän yhteen ongelmaan pysähtymiseen ei edes ollut aikaa, koska käsikirjoituksen laatiminen kokonaan uudestaan olisi tässä vaiheessa tuhonnut koko tuotantoaikataulun. Käsikirjoituksen muuttuminen leikkausvaiheessa mahdollisti kuitenkin uusien ideoiden kokeilun ja sisällyttämisen kokonaisuuteen.

Varsinaisen leikkausvaiheen alussa lähdimme organisoimaan arkistomateriaaleja käsikirjoituksen ja omien suunnitelmien pohjalta. Kokosimme tietokoneen leikkausohjelman työpöydälle erilaisia kansioita ja aikajanoja, jotka sisälsivät kaiken

käytössämme olevan materiaalin. Näissä kansioissa kaikki materiaalit vielä jaettiin vuosien mukaan. Kansioinnin avulla materiaalin määrän käsittely ja seuranta helpottui, koska pystyimme katsomaan ja järjestelemään materiaalia epälineaarisesti. Kokoamamme aikajanakokonaisuudet muodostuivat samalla tavalla kuin olimme videon rakenteen käsikirjoitusvaiheessa suunnitelleet. Aikajanoina olivat talkootyö ja festivaalin rakennus, livekonsertit, artistihaastattelut, asiakaskommentit, leirintäalue ja muut kuvituskuvat.

Kyseinen työskentelytapa suuren materiaalmäärän ympärillä helpotti parityötä, koska pystyimme kokoamaan omia videokokonaisuuksia ja tutkimaan niitä yhtäaikaisesti omilla työpisteillä. Itsenäisesti toteutetut materiaalikokonaisuudet olivat mainio ratkaisu erilaisten näkökulmien saamiseksi leikkaukseen. Aikajanojen koostamisen jälkeen keskustelimme kokonaisuuksien rakenteista, ja jos osa videomateriaaleista ei mielestämme toiminut suunnitellusti, ne jätettiin pois.

4.5 Festivaalin historian esittely videolla

Suunnitteluvaiheessa festivaalin historian esittäminen videolla tuotti omia ongelmia, koska emme tienneet, miten paljon 1980-1990-luvuilla taltioituja materiaaleja olisi saatavilla. Mielestämme oli tärkeää aloittaa video jollain vuoden 1979 tapahtumalla, jotta saisimme korostettua festivaalin pitkää historiaa. Tutkimme erilaisia tapahtumia ja maailmantilanteita kyseiseltä vuodelta. Mikä tahansa uutinen tai tapahtuma ei tähän tarkoitukseen ollut sopiva, koska kyseinen vuosi oli maailmalla poliittisesti epävakaa (Kojo, Rätty & Raassina 1979, 64-69) ja sotaisa, esimerkiksi Vietnamin sodan takia. (Kojo, Rätty & Raassina 1979, 50.)

Lopulta päätimme kyseisen vuoden maailmantilanteen takia pysytellä kotimaamme tapahtumissa. Tutkiessamme Suomen tapahtumia löysimme Seinäjoen kaupunginkirjaston mikrofilmiarkistosta vuoden 1979 Ilkka-sanomalehden uutisartikkelin, joka käsitteli Pohjanmaalla tapahtunutta maanjäristystä (Maa järisi Pohjanmaalla 1979, 2). Artikkelin lopussa myös verrattiin maanjäristyksen aiheuttamaa tärinää rummun lyöntiin (Vuosikymmenen maanjäristys 1979, 16). Uutinen oli laajuudeltaan suuri, ja se kosketti koko Etelä-Pohjanmaata ja lähialueita. Suunnitelimme uutisen esittämisen videolla siten, että maanjäristys helmikuussa 1979 oli

alkusoiittoa saman vuoden kesäkuussa järjestettävälle ensimmäiselle Provinssi-rockille.

Lisäksi videon historiallista näkökulmaa edustavat artistien omat muistelmat Provinssirockin menneiltä vuosilta (Trissa.TV, [viitattu 19.2.2011]). Historiaosuudesta olisi saanut toteutettua aivan oman dokumenttinsa, mutta meidän tavoitteenamme oli saada tiivistettyä pieni osa festivaalin historiaa lyhyeen ja ymmärrettävään muotoon. Trissa.TV:n arkistomateriaaleista valitsimme videossa käytettäväksi Mikko von Hertzenin ja Pertti "Velto" Virtasen haastattelut, joissa he kertovat omia kokemuksiaan Provinssirockista. Tämä lyhyt historiaosuus toimii hyvin omana kokonaisuutenaan, koska näillä haastatteluilla pystyimme sijoittamaan paljon viittauksia aikaisempiin Provinssirock-festivaaleihin lyhyen ajan sisälle. Lisäksi käytimme videossa kuvituskuvina muutamia stillkuvia vuodelta 1988, johon Mikko von Hertzen viittasi haastattelussaan.

5 VALTAVIRTAELOKUVAN TYYLI MAINOSVIDEOSSA

5.1 Valtavirtaelokuvan tyyli ja ominaispiirteet mainosvideossa

Mainosvideota suunnitellessamme pohdimme, millaisia kerrontatyylejä käyttäisimme. Koska käyttäisimme arkistomateriaalia, kaikkien kerronnan tyylien sisällyttäminen sellaisenaan videoon ei tulisi olemaan mahdollista. Ensimmäisenä vaihtoehtona tarkastelimme valtavirtaelokuvan tyylikeinoja ja niiden hyödyntämistä mainosvideossa.

Valtavirtaelokuva, tai historiallisista syistä kuvailtuna klassinen Hollywood-tyyli, toimii viitepisteenä elokuvakerronnassa. Hollywood-tyyli on vaikuttanut elokuvakerronnassa jo 1900-luvun alkupuolelta asti. Tyyliin muodostui tiettyjä standardeja eli normeja, jotka määrittivät elokuvalla helposti lähestyttävän kerronnan tyylin. Normit jäivät pysyvästi Hollywood-tyyliin, ja siitä muodostui hallitseva tyyli elokuva-tuotannoissa. Elokuvan ensimmäisen vuosisadan aikana Hollywood-tyyli muovautui omaan muottiinsa ja kerronnan normit ovat säilyneet, vaikka elokuvateknologia on käynyt läpi omia muutoksiaan. Teknologia, kuten äänielokuvan syntyminen, mahdollisti kerronnan tyyliä uusien mahdollisuuksien kautta tarinoita. Kehityksen aikana myös Hollywood-tyylin peruseräpäteistä on syntynyt erilaisia muunnelmia ja tyyllisiä alalajeja. Nämä alalajit poikkeavat klassisesta Hollywood-tyylistä eri kerronnan keinoilla, esimerkiksi leikkauksella ja kerrontatyyllillään. (Bacon 2000, 70-71.)

Valtavirtaelokuvan tyyli muodostuu erilaisista ominaisuuksista. Yhtenä perusominaisuutena valtavirtaelokuvan kerronnassa vaikuttaa ”ykseys”. Käsite tarkoittaa sitä, että ensisijaisesti kaikki elokuvan osatekijät palvelevat kokonaisuutta. Pienetkin yksityiskohdat voivat olla osa tarinaa ja kokonaisuutta. Näiden yksityiskohtien tarkoituksena on palvella ennen kaikkea tarinaa. (Bacon 2000, 71.) Videon suunnitteluvaiheessa otimme huomioon myös ykseyden aiheuttaman kerronnallisen ongelman. Videossa ei suoranaisesti tullut olemaan valtavirtaelokuvamaisesti alusta loppuun kulkevaa omaa tarinaa, jota kaikki yksityiskohdat tukisivat. Päätimme kuitenkin soveltaa ykseyttä videolla siten, että kaikki videolla esiintyvät elementit olisivat jollain tavoin sidoksissa Provinssirockiin.

Elokvakerronnan ja tarinan eteenpäin viemisen pohjana toimii usein Aristoteleen draaman kaari, joka käsittää tarinassa kolmen näytöksen jaon, eli tarina jakautuu kolmeen osaan: alkuun, keskiosaan ja loppuun. Näiden jaksojen sisältö voi kattaa esimerkiksi seuraavanlaisen tarinanasettelun: 1) ongelman esittelyyn, 2) sankarin ja vastustajan konfliktin ja 3) loppuratkaisun. (Bacon 2000, 98.)

Yhdeksi keskeisimmäksi ongelmaksi mainosvideon koostamisessa arkistomateriaalista tuli valtavirtaelokuvan asettama kolmijako. Miten saisimme rakennettua videosta mahdollisimman loogisesti etenevän kokonaisuuden? Onko se edes mahdollista sillä materiaalilla, joka meillä on käytössä? Päädyimme ratkaisemaan ongelman siten, että kolmijako rikottiin jakamalla video tiettyihin osioihin, jotka palvelevat kokonaisuutta omalla kerrontatyylillään. Videossa on tietynlainen alku-keskikohta-loppu -asettelu, mutta siihen ei sisälly omaa draaman kaarta, joka katkaisi valtavirtaelokuvan normin.

5.2 Kerronnan tasot ja näkökulmat

Valtavirtaelokuvassa pyritään siihen, että katsoja kiinnittää huomionsa siihen, mitä elokuvassa kerrotaan ja unohtaa tavat, joiden avulla luodaan vaikutelma kuvitteellisesta ja elokuvan todellisesta maailmasta (Bacon 2000, 73). Esimerkiksi, diegeettinen ääni tarkoittaa sitä, että ääni on sidoksissa elokuvassa olevaan maailmaan, eli se on elokuvan sisäistä ääntä. Ei-diegeettinen ääni tulee elokuvamaailman ulkopuolelta ja voi olla esimerkiksi artistin esittämää musiikkia. (Pirilä & Kivi 2005, 84.)

Videon tyyliä suunnitellessamme käsitelimme diegeettistä ja ei-diegeettistä kerrontaa ja meille oli heti selvää, että tulisimme käyttämään molempia kerronnan tyyliä. Tämä valinta johtui siitä, että äänimaailma rakentuisi sisäisestä ja ulkoisesta äänestä. Sisäinen äänimaailma oli tärkeä, koska oikean livemusiikin tarjoaminen on rockfestivaalin päätarkoitus. Lisäksi sisäinen äänimaailma vahvistaa tunnetta ja mielikuvaa festivaalista. Ulkoisilla äänillä ja musiikilla halusimme luoda esimerkiksi videon alkuun vahvan aloituksen, jonka avulla katsoja viedään festivaalialueelle. Tähän valintaan vaikutti myös se, että arkistomateriaaleista ei tätä tarkoitusta varten löytynyt äänimaailmaltaan sopivaa livetaltiointia. Siksi päädyim-

me ei-diegeettiseen musiikkiin. Musiikki auttoi meitä yhdistelemään otoksia ja koh-
tauksia selkeämpiin kokonaisuuksiin. Tarkoituksena oli kuitenkin muuttaa ääni-
maailmaa siten, että ei-diegeettisen äänen käyttö päättyy kokonaan ja äänimaail-
ma muuttuu videon loppua kohden diegeettiseksi.

Diegeettiseen ja ei-diegeettiseen kerrontaan liittyy myös erilaisia kerronnan tasoja:
1) itsetietoisuus, 2) tietävyys ja 3) kommunikoivuus. Parhaimmillaan itsetietoisuus
elokuvassa on sitä, että henkilöt puhuvat kameralle, tai voice-over -ääni kommentoi
tarinassa tapahtuvia asioita. Kerronnan tietävyys tarkoittaa sitä, miten paljon
kerronnalla on hallussaan tarinaa koskevaa tietoa. Valtavirtaelokuvassa tarinan
kannalta kaikki olennainen tulee lopulta esille. Valtavirtaelokuvassa vaikuttaa termi
”kaikkietävä kerronta”. Kommunikoivuus tarkoittaa juonen eri vaiheissa annetta-
van informaation määrän vaihtelua. Kommunikoivuuden tarkoituksena on saada
aikaan dramaturgisia vaikutuksia, koska tiedon määrän säätely on välttämätöntä,
jotta olemassa voisi olla kertomus. Tämä mahdollistaa tarinan yllättävyyden, arvoi-
tuksellisuuden ja jännityksen säilymisen. (Bacon 2000, 38-39.)

Suunnittelimme videolle myös mahdollista kertojaaääntä, mutta päätimme jättää
sen kuitenkin pois, koska se olisi tehnyt videosta liian staattisen ja kenties jopa
katsojaa aliarvioivan. Tämä asia aiheutti uuden ongelman. Miten perustelemme
katsojalle teesiämme Provinssirockin paremmuudesta ja ainutlaatuisuudesta mui-
hin rockfestivaaleihin nähden, jos tätä asiaa ei kukaan sano edes vertauksellisesti
missään vaiheessa videota? Tähän ongelmaan löysimme ratkaisun Trissa.TV:n
vuosien 2007 - 2009 Provinssirockissa taltioiduista artisti- ja asiakashaastatteluis-
ta. Näiden materiaalien ansiosta emme joutuneet rakentamaan videon retoriikkaa
pelkästään kuvien ja musiikin varaan.

Trissa.TV:n videotallenteissa oli mukana artistihaastattelujen lisäksi myös tär-
keimmän, eli yleisön haastatteluja ja kommentteja Provinssirockista. Ja mikä pa-
rasta, nämä ihmiset kertoivat haastatteluissa juuri omia kokemuksiaan ja muisto-
jaan Provinssirockista. Toisin sanoen he kertoivat, miksi Provinssirock on heidän
mielestään kesän paras festivaali. (Trissa.TV 2009, [viitattu 20.2.2011].)

Videolla vaikuttaa myös kolme vuorovaikutusmallia tai näkökulmaa, jotka muodos-
tuvat objektiivisesta ja subjektiivisesta kamerasta sekä suoraan kameralle esiinty-

misestä (Pirilä & Kivi 2005, 55). Arkistomateriaaleja katsoessamme huomasimme, että materiaaleista löytyy kaikkia näitä kyseisiä näkökulmia. Pohdimme, miten soveltaisimme näitä näkökulmia videossamme. Subjektiiivinen kamera toimisi festivaaliasiakkaan silminä, jolloin kuva-alassa esiintyvät henkilöt myös reagoivat kameran läsnäoloon. Tässä tilanteessa katsoja asetetaan suoraan festivaalikävijän asemaan. Objektiiivinen kamera taas tarkkailee festivaalialueen tapahtumia niiden keskeltä, mutta kamera pysyy huomaamattomana eivätkä paikalla olevat henkilöt reagoi kameran läsnäoloon.

Subjektiiivisten ja objektiiivisten näkökulmien lisäksi arkistomateriaaleista löytyi erilaisia haastattelumateriaaleja, joissa henkilöt esiintyvät suoraan kameralle. Haastatteluilla saataisiin kokonaisuuteen aitoja ja hauskoja mielipiteitä. Haastattelujen tarkoituksena oli myös luoda mielikuva kesäisestä tunnelmasta ja Provinssirockista. Haastattelutilanteissa henkilöt puhuvat suoraan kameralle tai haastattelijaa kohti. Useimmiten itse haastattelijaa ei ruudussa näy, vaan haastateltava katsoo kuvarajauksen ulkopuolelle. Kameralle esiintyminen on ilmaisu- ja tyylikysymys, joka voi toimia hyvin tai häiritä kerrontaa. (Pirilä & Kivi 2005, 55.) Mielestämme suoraan kameralle kerrotut mielipiteet ja katseen suunnat toimivat erittäin hyvin, sillä ne kommunikoivat suoraan katsojalle. Kyseinen tyyli palvelee kokonaisuutta luomalla kontrastia muuhun materiaaliin.

Leikkausvaiheessa pohdimme paljon jatkuvuutta ja liikkeen suuntaa. Valtavirtaelokuvan tyylejä tutkiessamme jatkuvuus osoittautui suureksi ongelmaksi. Kuvamateriaali oli hyvin hajanaisesti taltioitua, ja kamera liikkui tilassa paikasta toiseen jatkuvasti. Hyvänä puolena tässä oli, että tila on joka vuosi ollut sama. Suurimmassa osassa materiaalia kuvatut tilanteet olivat kuitenkin hyvin lyhyitä. Monesti otos ei keskittynyt yhteen tiettyyn kohteeseen muutamaa sekuntia kauempaa, ja toisinaan otos ei keskittynyt oikeastaan yhtään mihinkään. Jouduimme kehittämään materiaaleista erilaisia rakenteellisia vaihtoehtoja ympäristön esittelyssä ja tapahtumien kulussa.

Otosten ja kohtausten välisellä jatkuvuudella luodaan yhtenäinen, jatkuva illuusio tarinan eteenpäin viemisestä. Esimerkkinä voisi olla kohtausta, jossa henkilöt keskustelevat jossain tilassa. Kohtauksen jatkuvuuden takia henkilöt näyttävät samantyyppisiltä ja sijaitsevat samassa kohtaa kuvassa kuin aiemmassa otoksessa. Lisäksi

liikkeen suunta on sama otosten välillä. Näihin ominaispiirteisiin ja kerrontaan vaikuttaa myös kuvan sisäinen asettelu, suojaviiva, eli 180 asteen sääntö. Sääntö tarkoittaa, että kameran tulisi olla henkilöiden välisen kuvitellun viivan toisella puolella. Jos kamera hyppii linjan väärälle puolelle, jatkuvuus ja diegeettinen maailma voivat rikkoutua. Kuitenkin tätä suojaviivasääntöä voidaan rikkoa, jos tarinassa tilan ja ympäristön ominaisuudet sen mahdollistavat. (Bacon 2000, 73.) Pyrimme rakentamaan jatkuvuutta videoon valtavirtaelokuvan normien mukaisesti, mutta tässäkin asiassa meille tuli vastaan ongelmia. Jatkuvuus ja tiedon määrä osoittautuivat hankaliksi. Miten luodaan liikkeen, henkilöiden, tapahtumien ja ympäristön kautta toimiva ja jatkuva kokonaisuus?

Arkistomateriaaleissa ei ollut aina laajoja esittelykuvia ympäristöstä, joten päätimme rakentaa kokonaisuuden pienistä kuvista pala kerrallaan. Elokuvan tapahtumapaikkojen ja tilojen esittely tapahtuu ”esittelykuvien” kautta, minkä avulla katsojalle hahmottuu kohtauksessa oleva tila ja ympäristö. Kun kohtaaminen on ohi ja siirrytään uuteen ympäristöön, saatetaan muutamilla kuvilla esitellä ympäristöä. (Bacon 2000, 36.)

Provinssirockin festivaalialue ja sen ympäristö toimii yhtenäisenä tilana, jossa kamera liikkuu. Tällöin olemme tietyssä ympäristössä eikä sitä tarvitse esitellä aina uudestaan, kun kohtaaminen päättyy. Yksinkertaisesti sanottuna luotimme katsojan omaan havainnointikykyyn. Kertaalleen esitetty henkilöiden ja kameran siirtyminen festivaalialueen sisälle videon alkupuoliskolla tarkoittaa, että myös tulevat kohtaukset tapahtuvat festivaalialueen sisällä.

Läheskään aina emme voineet käyttää materiaaleja heikon teknisen laadun ja arveluttavan sisällön vuoksi. Materiaalin valintaprosessin ja leikkauksen aikana valitsimme aina käyttöömmme materiaalit, joissa kamera oli parhaalla paikalla ja esitetty informaatio välittyi hyvin.

Valtavirtaelokuvassa kamera on aina parhaalla paikalla, ja se näyttää keskeisimmät tapahtumat ja yksityiskohdat, jotka voivat palvella myöhemmin tarinassa esille tulevia tapahtumia. Leikkauksen avulla otokset ja kohtaukset palvelevat toisiaan ja ovat parhaimmillaan jatkuvuuden kannalta seurausta edelliselle tapahtumalle. Kuvallisella kerronnalla on myös omat dramaturgiset ja tyyllilliset keinonsa tarinassa.

Joitain asioita voidaan jättää kertomatta, tai asia jää pääsisällön ulkopuolelle. Tyyllisten keinojen tarkoitus on usein hämmentää tai ohjata katsojaa harhaan tarinan ja juonen kehityksessä. (Bacon 2000, 72.)

Koska olimme valmistamassa mainosvideota, emme halunneet johdattaa katsojaa harhaan ja antaa väärää tietoa. Tarkoituksenamme oli kertoa festivaalista mahdollisimman laajasti, mutta kaikkia ominaisuuksia emme kuitenkaan voineet sisällyttää videoon. Joitain asioita oli jätettävä pois, jotta kokonaisuus ja jatkuvuus säilyivät koko videon ajan. Esimerkiksi kaikkia festivaalialueen toimintoja ja palveluja emme voineet tuoda esille videossa. Kerronnassa halusimme myös painottaa tapahtumien aitoutta, koska kyseessä on oikea rockfestivaali. Videolla esiintyvät ihmiset esittävät itseään ja heille tapahtuvat asiat ovat aitoja.

5.3 Yksilökeskeisen kerronnan ongelma

Henkilöhahmojen esittely toi myös omanlaisensa haasteen, sillä arkistomateriaalissa oli esillä paljon erilaisia henkilöitä. Jo käsikirjoitusvaiheesta asti olimme suunnitelleet kokonaisuutta siten, että videossa ei esiintyisi tiettyä päähenkilöä, joka olisi tapahtumien keskiössä.

Yksi kerronnan tärkeimmistä elementeistä on ajassa ja tilassa tapahtuva syy-seuraussuhde. Tämä tarkoittaa, että jossain paikassa tapahtuva toiminta asettaa lähtökohdan uudelle tapahtumalle ja tähän kuluu tietty aika. (Bordwell & Thompson 2008, 75.)

Käyttämämme videomateriaali oli hyvin kirjavaa, joten jouduimme kerronnan lisäksi miettimään myös henkilöiden käyttöä erityisen tarkasti. Edellä mainitusta määritelmästä poiketen mainosvideossamme esiintyvät tapahtumat eivät aina ole suoraa seurausta jostain aikaisemmasta tapahtumasta. Nopealla leikkaustahdilla pyrimme antamaan katsojalle mahdollisimman vähän aikaa pohtia tapahtumien syy-seuraussuhdetta. Lisäksi henkilöistä oli usein käytössä vain yksi otos, joten heidän toiminnalleen perustuvaa kausaliteettia oli monesti mahdotonta rakentaa. Välillä taas pyrimme luomaan kerronnallisen syy-seuraussuhteen vaikutelman toisistaan poikkeavilla materiaaleilla.

Esimerkiksi videon saapumis-osiossa esitellään kaksi henkilöä, jotka kertovat aiheistaan mennä katsomaan Vesa-Matti Loiria sunnuntaina kello 14.00. Tässä vaiheessa katsojalle herää kysymys, pääsevätkö he perille? Katsojan mielenkiinto viriää esitettyä asiaa kohtaan, ja hän haluaa tietää henkilöiden kohtalon. Henkilöt siis asettavat videon alussa oletuksen tulevasta tapahtumasta. Annetaan ajallinen määre, joka on huomispäivä, ja paikaksi määritellään Vesa-Matti Loirin konsertti. Tästä muodostuu valtavirtaelokuvan kerronnan syy-seurausasettelu. Tarinassa tapahtuu jotain oleellista, jolloin katsoja alkaa pohtia seurauksia. Kuitenkaan syyn ja seurauksen ei aina tarvitse kulkea tiettyä kaavaa, vaan katsojalle voidaan esittää loppuratkaisu toisella tavalla. (Pirilä & Kivi 2008, 55.)

Videon lopussa seuraus täydentää alussa esitettyä syytä. Katsoja viedään Loirin konserttiin, ja tästä voidaan päätellä, että alussa esitellyt henkilöt ovat myös siellä, vaikka heitä ei enää kuvassa nähdäkään. Katsoja voisi asettaa itsensä henkilöjen saappaisiin ja päätellä, että näin voisi tapahtua myös hänelle. Jos katsoja ei koe tätä, hän saattaa pettyä kokemuksen puuttumisesta. (Pirilä & Kivi 2008, 56.) Nämä kaksi henkilöä voisivat myös teoreettisesti olla videon päähenkilöt, jotka matkaavat Provinssirockissa, kohtaavat erilaisia ihmisiä ja päätyvät lopulta Vesa-Matti Loirin konserttiin. Henkilöiden käyttö kuitenkin poikkeaa valtavirtaelokuvasta huomattavasti, koska heihin ei palata enää uudestaan videossa. Videon päähenkilöksi päädyimme kuitenkin valitsemaan festivaaliyleisön. Tämä valinta johtui siitä, että ihmiset ovat se asia, mikä tekee Provinssirockista ihmisten juhlan. Ilman ihmisiä festivaalialue olisi vain staattinen ympäristö. Festivaaliyleisöstä poimimme yksittäisiä henkilöitä, jotka kertovat mielipiteitään katsojalle. Yksittäisiä henkilöjä tähän tarkoitukseen olisi ollut todella paljon, joten valitsimme mielestämme parhaimmat.

Valtavirtaelokuvan tyylejä tutkittuamme huomasimme, että ainoastaan valtavirtaelokuvan normien varaan emme voi jättää videon toteutusta. Vaikka valtavirtaelokuvan tyylikeinot ja niiden sovellukset antoivat meille neuvoja ja suuntaa kokonaisuuden rakentamiseen, täytyi meidän kuitenkin etsiä vaihtoehtoisia kerronnallisia ratkaisuja muualta.

6 RETORISEN ELOKUVAN TYYLIIKEINOT KÄYTTÖÖN

6.1 Tarkoituksena ei ollut tehdä dokumenttielokuvaa

Ennen retoriseen elokuvaan perehtymistä halusimme kiinnittää huomioita yhteen asiaan, joka vaikutti keskeisesti työskentelyperiaatteisiimme mainosvideon tuotannossa. David Bordwell (2008, 338) toteaa kirjassaan *Film Art: An Introduction* dokumenttielokuvasta seuraavaa: joissain tapauksissa elokuvantekijät pyrkivät tietoisesti taltioimaan tosielämän tapahtumia ja esittämään todellista tietoa ympäröivästä maailmasta. Vaikka työstämämme materiaali olikin tämän määritelmän mukaisesti lähes kokonaan dokumentaarisesti taltioitua, tilaajamme esitti jo ensimmäisessä tuotantopalaverissa toiveen, että videosta ei tehtäisi Provinssirock -dokumenttia (Hautala 2009, [viitattu 8.4.2011]).

Työmme poikkeaa edellä mainitusta dokumenttielokuvan määritelmästä yhdessä tärkeässä suhteessa. Videolla ei esitetä mitään negatiivista materiaalia, joten emme edes pyrkineet tarkastelemaan festivaalia täysin objektiivisesti. Katsommekin, että koko videon esittämä todellisuus ja tapahtumat ovat pelkästään positiivisia mielikuvia synnyttäviä elementtejä. Emme voi kuitenkaan kiistää materiaalin dokumentaarisuutta pelkästään tämän yhden asian perusteella.

Videon dokumentaarisinta aineistoa voidaan katsoa edustavan festivaalin rakennus-osio, jossa kamera pysyy paikallaan ja taltioi tapahtumia etäältä. Kukaan kuvissa esiintyvä henkilö ei kiinnitä huomiota kameraan millään tavalla, eikä mitään yksittäistä tapahtumaa pyritä korostamaan mitenkään. Kuitenkin tämä tilanne esitetään videolla humoristisessa valossa, sillä kontrastina työn aiheuttamalle metelille taustalla soi erittäin rauhallinen musiikki. Vaikka tietyt dokumentaariset piirteet sisältyvät käyttämäämme materiaaliin läpi videon, pyrimme kuitenkin tilaajamme toiveen johdosta häivyttämään ne mahdollisimman huomaamattomiksi.

6.2 Retorisen elokuvan periaatteet

Kokeiltuamme valtavirtaelokuvan kerronnan ominaispiirteitä ja keinoja videon leikkauksessa huomasimme, että valtavirtaelokuvan tyylikeino ei välttämättä ole juuri se oikea ja ainoa vaihtoehto. Kuvakerrontaan ja leikkaukseen täytyi saada vapauksia, jotta pystyisimme tuottamaan toimivan kokonaisuuden käytössämme olevista materiaalista. Lähdimme tutkimaan erilaisia elokuvan moodeja eli tyyllilajeja, joista voisimme saada uusia ideoita ja näkökulmia.

David Bordwell on kirjoittanut elokuvan moodeista teoksessaan *Narration in the Fiction Film*. Kirjassa hän on laatinut moodeille tyylijaottelun, jonka kautta elokuvien normeja ja kerronnan historiaa pystytään ymmärtämään paremmin. Bordwell luokittelee moodit seuraavasti: valtavirtaelokuva, taide-elokuva, tyylikeskeinen elokuva, retorinen elokuva ja avantgarde. (Bordwell 1985, 155.)

Bordwellin laatimista elokuvan moodeista valitsimme retorisen elokuvan moodin. Tämän moodin avulla pääsimme lähemmäs mainosvideolle asetettuja tavoitteita kerronnassa ja tyyli- ja ratkaisuissa. Retorisen elokuvan pääpiirteenä on väite tai näkemys. Väite hallitsee kerrontaa ja pyrkii vakuuttamaan katsojan jostain elokuvassa painotettavasta asiasta. (Bordwell 1985, 235.) Väitteenähän videossamme oli että ”Provinssirock on Suomen kesän paras rockfestivaali”. Näin ollen retorisen elokuvan tyyli ja piirteet ovat kaikkein lähimpänä videomme alkuperäistä tarkoitusta.

Mainosvideon kerronnassa itsetietoisuus oli tärkeä piirre, koska sen avulla pystyimme luomaan kontrastia muuhun materiaaliin ja haastattelujen avulla pystyimme tuomaan erilaisia henkilöjä esille massasta. Itsetietoinen kerronta voi olla sitä, että elokuvan henkilöt puhuvat suoraan kameralle. Henkilöt voivat erottautua elokuvan diegeettisestä maailmasta ja esittää katsojalle kysymyksiä. (Bacon 2000, 90.)

Retorisessa elokuvassa yksittäiset henkilöhahmot eivät ole pääosassa, toisin kuin valtavirtaelokuvassa (Bacon 2000, 89). Mainosvideon päähenkilönä toimii festivaaliyleisö. Videolla esiintyy yksittäisiä henkilöitä, mutta he eivät ole pääosassa. He

ovat valikoituneet suuresta ihmisjoukosta kertomaan omista kokemuksistaan festivaaleilla.

Retorisessa elokuvassa kuvan esitys erilaisten vääristymien, nopeutusten ja hidastusten avulla voi värittää kerrontaa ja juonta (Bacon 2000, 90). Kuvallisen kerronnan mielenkiinnon ylläpitäminen osoittautui aluksi hankalaksi, koska osa käytössä olevista materiaaleista oli sisällöllisesti huonoa. Halusimme myös käyttää kuvausteknisesti hieman huonolaatuisempaa materiaalia, koska niihin oli usein taltioitu hauskoja kohtauksia. Usein huonolaatuisemmat materiaalit olivat värimaltaan ja kuvan syvyydestä vääriä, mutta harkitusti käytettyinä ne sopivat kerrontaan. Videolla on käytetty hidastusta esimerkiksi viimeisessä kohtauksessa, jossa henkilöt kävelevät kohti kameraa. Kuva ja taustalla soiva musiikki voivat luoda haikean tunnelman, mutta kuvaefektin tarkoituksena oli korostaa tilannetta ja luoda tunne siitä, että kesä ja festivaali ovat vasta alkamassa.

Toisin kuin valtavirtaelokuvassa, retorisessa elokuvassa kohtaukset eivät aina ala esittelykuvilla, joiden kautta tilanne, paikka ja aika hahmottuisivat (Bacon 2000, 90). Usein taltioituissa materiaaleissa kuvakoot olivat liian tiukkoja tai niistä puuttui oleellista tietoa tapahtumapaikasta.

Tapahtumapaikka ja sen ympärillä olevan tilan käyttö ei noudata 180 asteen sääntöä. Lisäksi samat kuvat voivat näkyä videolla useasti, eri kuvakulmia käyttäen, tai efekteillä muokattuina ja esitettyinä. Tapahtumapaikkojen ja tilan esittelyssä retorisen elokuvan tyyli auttoi leikkauksessa huomattavasti. Kuvatussa materiaalissa kamera liikkui festivaalialueella paikasta toiseen ja materiaali päättyi usein turhan nopeasti. Leikkasimme lyhyitä kohtauksia yhteen yksittäisistä otoksista, joissa kuvan sisältö muistutti toisiaan. Näiden elementtien pohjalta lähdimme kokoamaan isompia kokonaisuuksia.

Kamera myös hyppii suojalinjan eri puolilla, mutta esimerkiksi haastatteluissa käytimme vastakuva-asettelua. Vastakuvissa henkilöiden katseen suunta vaihtuu vasemmalta oikealle ja toisin päin. Haastattelutilanteet on tosin kuvattu eri paikoissa, joten kamera liikkuu tässäkin tapauksessa ympäri festivaalialuetta.

Retorisessa kerronnassa jotkut asiat tarinassa ovat esillä niin selvästi, että kerronnan kannalta kaikkea oleellista ei ole edes tarvetta esittää katsojalle (Bacon 2000,

89). Tämä osoittautui toimivaksi ratkaisuksi, koska esimerkiksi tilan ja paikan toistuvat esittelyt videolla olisivat vain pitkittäneet videon kestoja eivätkä ne olisi tuoneet lisäarvoa kokonaisuuteen.

6.3 Montaasiteoria osana leikkausta

Leikattuamme materiaalia jonkin verran aloimme pohtia, voisimmeko käyttää montaasiteoriaa leikkauksen apuna, koska kuitenkin yhdistelimme materiaalia suhteellisen satunnaisessa järjestyksessä. Näiden uusien kuvallisten kokonaisuuksien pohjalta lähdimme tarkastelemaan montaasiteorian hyödyntämistä videon leikkauksessa.

Montaasiteoriaa tutkivat jo 1900-luvun alkupuolella neuvostoliittolaiset elokuvantekijät Lev Kulesov, Dziga Vertov, Vsevolod Pudovkin ja Sergei Eisenstein. Tämän elokuvan leikkausta käsittelevän teorian tärkeimpänä periaatteena on, että eri materiaaleja yhdistelemällä pystytään luomaan uusia kokonaisuuksia, joita pelkät yksittäiset materiaalit eivät edusta. (Bacon 2000, 91.)

Montaasin tyylikategoriat ovat seuraavat: 1. Metrinen montaasi, joka tarkoittaa pelkän otoksen pituuden säätelyä. 2. Rytmisen montaasi, joka tarkoittaa otoksen sisällön merkitystä suhteessa sen pituuteen. 3. Tonaalinen montaasi, joka tarkoittaa kuvan hallitsevaa visuaalista tyyliä. 4. Yläsävelmontaasi, joka tarkoittaa hallitsevien kuvallisten tyylien yhteistä vuorovaikutusta tai harmoniaa. 5. Intellektuaalisen yläsäveln montaasi tai älyllinen montaasi, joka tarkoittaa kielikuvien ja vastakkaisten kuvien käyttämistä mielikuvien synnyttäjinä. (Eisenstein 1978, 145-158.)

Näistä tyylikategorioista sovelsimme metristä montaasia, joka näkyy videolla selkeimmin. Eisensteinin (1978, 145-146) mukaan metrisen montaasin pääperiaatteena on leikkauskohtien täsmällinen rytmitys. Tämä tarkoittaa sitä, että otokset on leikattu jonkin tietyn tahdin mukaisesti ja että ne ovat kestoltaan yhtä pitkiä suhteessa toisiinsa. Metrisen montaasin synnyn alkuaikoina tahtilajina saattoi toimia esimerkiksi valssin $\frac{3}{4}$ -tahtilaji. (Eisenstein 1978, 146.)

Tämän periaatteen mukaisesti käytimme musiikkia apuna leikkauksen rytmityksessä, mutta emme leikanneet jokaista kuvaa musiikin tempoon. Rikkomalla rytmitystä - ja otosten pituutta muuttelemalla - videon rakenteesta saatiin paljon dynaamisempi. Nopealla leikkausrytmillä sekä tempon vaihtelulla haastoimme katsojan keskittymään kuvassa esiintyvään toimintaan. Koska montaasiteoriakaan ei sellaisenaan näyttänyt toimivan videossamme, aloimme miettiä, mihin kategoriaan valmis video lopulta sijoittuisi?

6.4 Kompilaatioelokuva

Peter von Bagh (2002, 35) kertoo teoksessaan *Peili* jolla oli muisti ranskalaisen tietosanakirjan pohjalta kompilaatiosta seuraavaa: "Compilation (lat. compilatio). 1. Toiminta, joka käsittää tekstien kokoamista. 2. Teos, joka on koottu eri tekijöiden tuottamista sirpaleista ja joka ei edusta minkäänlaista omaperäisyyttä.". (Grand Larousse Universel 1997, 2453.)

Määritelmä "ei minkäänlaista omaperäisyyttä" on videoomme suhteutettuna mielestämme melko jyrkkä ilmaisu, koska eikö jokainen ammattimaisesti työhönsä suhtautuva tekijä pyri tuomaan teokseensa edes jotain omaperäistä? Me esimerkiksi halusimme sisällyttää videoon tiettyjä humoristisia elementtejä, vaikka ne eivät olleet kokonaisuuden kannalta välttämättömiä.

Videossamme ei ole vain yksittäisiä kuvia järjestettynä tiettyyn järjestykseen, vaan jokaisella kuvalla on oma tarkkaan mietitty paikkansa suhteessa edeltävään ja seuraavaan kuvaan. Ilman tätä tarkkaa suunnittelua video voitaisiin nähdä vain luettelomaisesti järjestettyjen kuvien kokoelmana. Leikkaamalla alkuperäistä materiaalia uuteen kontekstiin pystyimme luomaan ja tarkastelemaan laajempia kokonaisuuksia. Tarkastellessamme työtämme kompilaation näkökulmasta huomasimme, että videossa on samankaltaisuuksia tietäntyyppiseen musiikkiin, jossa on käytetty sämpläystä. Musiikissa sämpläys tarkoittaa vanhojen, jo olemassa olevien, kappaleiden osien yhdistämistä osaksi uutta teosta (Lehtinen 2004, [viitattu: 29.3.2011]).

Videosta on myös huomattavissa se, että se on elokuvallisten tyylikeinojen kompi-laatiota. Yksinomaan yksittäisen elokuvallisen tyylikeinon avulla video ei olisi toi-minut, koska se olisi rajoittanut kerrontaa ja se ei olisi ollut videon käyttötarkoitusta ajatellen kiintoisaa. Lisäksi videota voi ajatella kompilaationa esimerkiksi teknisellä tasolla.

Videossa on käytetty kahta erilaista kuvaresoluutiota, eli HDTV (High Definition Television) ja SDTV (Standard Definition Television) -materiaaleja. Kuvaresoluutio kertoo kuvan tarkkuudesta, jota tarkastellaan mittayksiköllä pikseli tai piste per pituusyksikkö. Mitä enemmän pikseleitä pituusyksikkö sisältää, sitä tarkempi kuva on. (Teknologiasanasto, [viitattu 25.3.2011].) Leikkausvaiheessa käytössä olleet HDTV-materiaalit pienennettiin SDTV-laatuiseksi, koska valtaosa muusta materiaa-lista oli tässä resoluutiotasossa. Äänimaailma rakentuu useista eri äänitallenteista, niin festivaalialueella livetaltioituista kuin studiotallenteista tai CD-äänestäkin. Li-säksi videossa yhdistetään kaksi eri kuvatallennusmuotoa, eli stillvalokuvia ja liik-kuvaa kuvaa.

Provinssirock-festivaalin mainosvideon suunnittelua ja tuottamista varten kompi-laatioteoksen mahdollisuudet ovat mielestämme hyvät. Lopulta huomasiimme, että arkistomateriaaleista harkitusti valikoituja otoksia, erilaisia musiikkiraitoja ja eloku-vallisia tyylejä yhdistämällä on mahdollista toteuttaa uusi, omaperäinen ja mielen-kiintoinen audiovisuaalinen teos.

7 YHTEENVETO

Tarkasteltuamme työtämme edellä esitetyistä näkökulmista havaitsimme, että videomme ei sellaisenaan sovi mihinkään näistä tyylikategorioista. Kokonaisuudesta on mielestämme erotettavissa elementtejä kaikista näistä tyylilajeista, mutta videon voisi katsoa sijoittuvan jonnekin montaasin ja kompilaatioelokuvan välimaastoon. Pelkkä kompilaatioelokuva on kuitenkin ehkä liian suppea käsite videolle, sillä esimerkiksi valtavirtaelokuvan tyyli on eroavaisuuksistaan huolimatta videossa vahvasti läsnä ja sen pohjalta lähdimme videota alun perin koostamaan. Kokonaisuutena tämä projekti on ollut tekemistämme audiovisuaalisista tuotannoista ehdottomasti kaikkein haastavin ja materiaaliltaan laajin.

Tässä kirjallisessa osiossa kokosimme mielestämme suhteellisen kattavasti yhteen niitä elementtejä, joiden pohjalta koko mainosvideo koostettiin. Pohdimme myös tämän tyylisen teoksen kokoamisen mielekkyyttä, sillä ajallisesti prosessi kesti kauan. Meiltä puuttui useasti kuvamateriaalia, jota olisimme tarvinneet esimerkiksi tietynlaisten siirtymien rakentamiseen. Kompromisseja jouduttiin siis välillä tekemään, vaikka niihin ei aina oltu täysin tyytyväisiä. Laajan materiaalimäärän ansiosta pystyimme kuitenkin editointivaiheessa suorittamaan mitä erilaisimpia leikkauksellisia kokeiluja ja välillä editointi olikin lähes puhdasta improvisaatiota.

Ammatillisen kasvun näkökulmasta tarkasteltuna tämä projekti oli selvästi aikaisempia asiakaslähtöisempi. Muutamissa aikaisemmissa projekteissamme olemme työn alkuvaiheessa saaneet tilaajilta suhteellisen laaja-alaiset ohjeistukset toivotusta lopputuloksesta, minkä jälkeen yhteydenpito on tilaajan osalta käytännössä katkennut. Onneksi tämä uhkakuva ei tässä projektissa toteutunut. Pidimme säännöllisesti yhteyttä tilaajamme edustajaan, minkä lisäksi hän myös tarkasti työmme säännöllisesti ja kertoi mahdollisista muutosehdotuksista. Projektin puitteissa olimme lisäksi yhteydessä muihin eri yhteistyötahoihin ja uutena asiana perehdyimme av-alan sopimusten laatimiseen. Mielestämme audiovisuaalisella alalla kirjallisten sopimusten tärkeyttä ei voi korostaa liikaa, sillä ne toimivat perustana lähes kaikelle alan toiminnalle.

LÄHTEET

- Bacon, H. 2000. Audiovisuaalisen kerronnan teoria. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 792.
- Bordwell, D. 1985. Narration in the Fiction Film. London: Methuen & Co. Ltd.
- Bordwell, D & Thompson, K. 2008. Film Art: An Introduction. Eight Edition. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Grand Larousse Universel. 1997. Osa 4. Milan.
- Eisenstein, S. 1978. Elokuvan muoto. Suomentajat: Antero Tiusanen, Vesa Oittinen, Veli-Pekka Makkonen, Timo Nieminen, Sakari Toiviainen, Anssi Sinnemäki. Helsinki: Love kustannus Oy.
- Hautala, M. 16.12.2009. Myynti, markkinointi. Seinäjoen elävän musiikin yhdistys. Henkilökohtainen tiedonanto, keskustelu tuotantopalaverissa. [Viitattu 8.4.2011].
- Hautala, M. <xxx.xxx@xxx.fi> 23.8.2010. Myynti, markkinointi. Seinäjoen elävän musiikin yhdistys. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. Aihe: YLEn materiaalien kustannuksista. Vastaanottaja: Markku Haaparanta, Sami Saarela. [Viitattu 20.2.2011].
- Ilkka - sanomalehti. 15.6.2009. Videot | Ilkka.fi. [Verkkosivusto]. Seinäjoki: Ilkka-Yhtymä Oyj. [Viitattu 19.2.2011]. Saatavana: <http://videot.ilkka.fi/?LoadCategory=12&SubCategory=12.21.29>
- Pirilä, K & Kivi, E. 2005. Elävä kuva – elävä ääni, ensimmäinen osa: Otos. Jyväskylä: Like.
- Pirilä, K & Kivi, E. 2008. Elävä kuva – elävä ääni, toinen osa: Leikkaus. Keuruu: Like.
- Kojo, P., Rätty, R. & Raassina, R. (toim.) 1979. Mitä Missä Milloin 1980: Kansalaisen vuosikirja. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Lehtinen, L. Sample-käyttö voi tulla kalliiksi. 2004. [Verkkolehtiartikkeli]. Muusikko online 11/2004. [Viitattu 29.3.2011]. Helsinki: Suomen Muusikkojen Liitto ry (SML). Saatavana: http://www.muusikkojenliitto.fi/muusikko/muusikko_2004/11_sample.html
- Maa järisi Pohjanmaalla. 1979. Ilkka 18.2.1979, 2.

- Malmelin, N. 2004. Mainonnan lukutaito: Mainonnan viestinnällistä luonnetta ymmärtämässä. 2. painos. Helsinki: Oy Yliopistokustannus University Press Finland.
- Saarela, J. <xxx.xxx@xxx.fi> 2.11.2009. Mediatuotannon lehtori. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. Aihe: Taustaa opinnäytetyölle. Vastaanottajat: Markku Haaparanta, Sami Saarela. [Viitattu 20.2.2011].
- Teknologiasanasto. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Oulu: Afterdawn Oy. [Viitattu 25.3.2011]. Saatavana: <http://fin.afterdawn.com/sanasto/>
- Trissa.TV. Ei päiväystä. Trissa.TV – Eteläpohjalainen kanava. [Verkkosivusto]. Seinäjoki: Etelä-Pohjanmaan liitto. [Viitattu 19.2.2011]. Saatavana: <http://www.trissa.tv/?phrase=provinssi>
- Trissa.TV. 18.6.2009. Provinssirock 2009 Sunnuntai. [Verkkosivu]. Seinäjoki: Etelä-Pohjanmaan liitto. [Viitattu 20.2.2011]. Saatavana: <http://www.trissa.tv/?do=open&page=883&ib=view&row=270>
- Tuulari, Jyrki (toim.) 2000. Provinssirock – Ihmisten Juhla. Seinäjoki: Rytminstituutti.
- Vuosikymmenen maanjäristys. 1979. Ilkka 18.2.1979, 16.
- Von Bagh, P. 2002. Peili jolla oli muisti: Elokuvallinen kollaasi kadonneen ajan merkityksien hahmottajana (1895-1970). Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 891.
- Yleisradio Oy. 1.9.2009. YLE Arkistomyynnin hinnasto (Ammattikäyttö). [Verkkosivu]. Helsinki: Yleisradio. [Viitattu 20.2.2011]. Saatavana: <http://ohjelmat.yle.fi/arkistomyynti/ammattikaytto/hinnasto>
- YouTube – Provinssirock. Ei päiväystä. Tulokset haulle: Provinssirock. [Verkkosivusto]. California: Google. [Viitattu 24.2.2011]. Saatavana: http://www.youtube.com/results?search_query=Provinssirock&aq=f

LIITTEET

Tuotantoaikataulu

Sopimukset
Käsikirjoitus 1.versio
Taufatytöt

Tuotantosunnitelma
Budjetti
Käsikirjoitus

Tammikuu Helmikuu Maaliskuu Huhtikuu Toukokuu Kesäkuu Heinäkuu Elokuu Syyskuu Lokakuu Marraskuu Joulukuu

KESÄTYÖT

Arkistomateriaalien oikeudet

Tammikuu Helmikuu Maaliskuu Huhtikuu Toukokuu Kesäkuu Heinäkuu Elokuu Syyskuu Lokakuu Marraskuu Joulukuu

Materiaalin läpikäynti

Provinssi
Yle
Selmu
Trissa: TV
Ilkka
RGB

Mahdolliset lisäkuvaukset

Jälkituotanto

Materiaalin editointi
Verkkovideo
DVD
Masterit

Aloituspäivämäärä 10.12.2009

Valmistuspäivämäärä: 10.12.2010

LIITE 1. Tuotantoaikataulu

LIITE 2. Tuotantosuunnitelma

Projektin perustiedot

Projektin työnimi:	Provinssirock esittelyvideo
Projektista valmistuva tuote:	Dokumentaarinen, lyhyt mainoselokuva Provinssi-rock-festivaalille.
Projektin lyhyt kuvaus:	Video on lyhyt musiikkivideomainen esittelyvideo, joka kuvaa rockfestivaalin toimintaan alkuvuosista tähän päivään. Videon pääpaino on viimeisessä viidessä vuodessa.
Tuotteen oletettava levitysnimi:	Provinssirock esittelyvideo
Ohjaava opettaja:	Jukka Saarela
Tuottava yksikkö:	Kulttuurialan yksikkö, mediatuotanto
Tuotannon laji:	AV
Tuotannon alku- ja loppu pvm:	10.12.2009 – 10.12.2010

Tuottajan tiedot

Nimi:	Markku Haaparanta ja Sami Saarela
Luokkatunnus:	KH07METU

Projektin toimeksiantajan tiedot

Toimeksiantaja:	Seinäjoen Elävän Musiikin yhdistys ry
Tilauksen luonne:	Hankeistettu opinnäytetyö / Ei rahaa
Tilaaajan yhteystiedot:	Selmu Ry Rytmikorjaamo Vaasantie 11, 60100 Seinäjoki
Yhteyshenkilö:	Milla Hautala, myynti / markkinointi
Y-tunnus:	0910332-1

Projektin hyväksyntä

Hyväksyntäpäivämäärä

Ohjaava opettaja

TÄYTTÖOHJE

Etusivu on täytettävä tämän pohjan mukaan, mutta muuten voi esittää samat asiat tarkoituksenmukaisella tavalla riippuen projektin omista erikoistarpeista. Tämä suunnitelma on työkalu, jolla pyritään varmistamaan että projektin eri tarpeet on huomioitu. Eri suunnitelmien tekoon voit aina käyttää sinulle sopivinta tapaa ja laita suunnitelmat tämän projektisuunnitelman liitteiksi.

Sisällysluettelo

1. TUOTANNON TAUSTAT	3
1.1 Työryhmän aikaisempi kokemus	3
2. TUOTANNON TAVOITTEET	3
2.1 Lopputuotteen laatuksiteerit	3
2.2 Mitkä ovat työryhmän tavoitteet	4
2.3 Tilaavan osapuolen tavoitteet	4
2.4 Kohderyhmä	4
3. SELVITYS ESITUOTANNOSTA	4
4. SISÄLTÖSUUNNITELMA	4
5. TUOTANTOSUUNNITELMAT	5
5.1 Tuotantoaikataulu	5
5.2 Tehtäväluettelo	5
5.3 Resurssit	5
5.4 Projektin sopimukset	6
5.5 AV-tuotannon työryhmä	6
6. BUDJETTI	6
7. RISKIKARTOITUS	8

1. Tuotannon taustat

Olemme tekemässä hankkeistettua opinnäytetyötä Provinssirock-festivaalille, joka on osa Seinäjoen Elävän Musiikin ry:tä. Tuotannon lopputuotteena on audiovisuaalinen tallenne, jossa esitellään monipuolisesti Provinssirock-festivaalia asiakkaille, artisteille ja yhteistyökumppaneille. Tallenteen ensisijaisena levityskanavana toimii Provinssirockin Internet-sivusto.

Lisäksi av-tallenteesta valmistetaan muutama kappale fyysisiä DVD-levyjä Selmu ry:lle ja Seinäjoen ammattikorkeakoululle opinnäytetyön arkistokappaleet. Myös tuotannon tekijät Sami Saarela ja Markku Haaparanta saavat omat kappaleensa työnäytekäyttöön (tarkemmat käyttöehdot määritellään työsopimuksen liitteessä).

AV-tuote valmistetaan, koska ei ole olemassa vastaavaa audiovisuaalista tallennetta, joka esittelee Provinssirock-festivaalin toimintaa useista eri näkökulmista. Lisäksi organisaatiolla on tarve laajentaa omaa yritysmainontaa printtimediasta myös videomainonnan puolelle. Av-tuotteen tarkoituksena on toimia organisaation promootiomateriaalina asiakkaille, yhteistyökumppaneille ja artisteille.

1.1 Työryhmän aikaisempi kokemus

Olemme toimineet usein yhdessä erilaisissa projekteissa ja erilaisissa tehtävissä opiskelujen aikana.

2008

Provinssirock. Festivaalin väliaikamateriaalin ennakkotuotanto (kuvaus ja videonkäsittely). Festivaalin aikana kuvasimme yleisön tunnelmia ja leirintä alueen elämää.

Kaustinen Folk Music Festival. Markku Haaparanta toimi mikkimanuna ja stagehandina päälavalla.

Sport & Art. Toimimme Kuortaneella järjestetyssä nuortentapahtumassa videotyöpajan ohjaajina.

3rd World University Championship Floorball 2008. Olimme taltioimassa salibandyturnauksen otteluja.

2009

3rd World University Championship Floorball 2008. DVD-esityksen jälkituotanto (editointi, suunnittelu ja dvd-kokonaisuus). "Salibandy-dvd" on musiikkivideomainen esitys turnauksen peleistä ja tunnelmista. Av-tuote lähetettiin jokaiselle turnauksessa pelanneelle maalle (Japani, Unkari, Sveitsi, Ruotsi, Latvia, Tšekki, Suomi).

Alkupiste. Sami Saarela toimi tuottajana alkupiste bändikilpailun monikamera- ja screenituotannossa.

SeAMK -kansainvälisyys. Valmistimme ohjelman Etelä-pohjanmaamaiselle verkkotelevisio Trissa.tv:lle, joka käsiteli Seinäjoen ammattikorkeakoulun kansainvälistä toimintaa Seinäjoella ja Etelä-pohjanmaalla. Tammikuussa 2010 video oli myös esitettävänä Web In Expo – verkkomessuilla SeAMKin osastolla, tekstitettynä englanniksi.

Provinssirockin päälavan ja YleX-teltan screenien väliaikamateriaalin vastaavat opiskelijatuottajat.

Kaustinen Folk Music Festival. Markku Haaparanta toimi mikkimanuna ja stagehandina päälavalla. Lisäksi hän vastasi festivaalin aamujen tanssituntien miksausesta ja mikityksestä. Sami Saarela toimi päälavan konserttien monikameratuotantoryhmässä, joka taltioi ja esitti materiaalia päälavascreenillä.

2. Tuotannon tavoitteet

Tärkein tavoite on luoda käytettävissä olevilla laitteilla ja materiaaleilla mahdollisimman laadukas ja aikaa kestävä esittelyvideo, josta välittyy Provinssirockin ainutlaatuinen tunnelma muihin Suomen festivaaleihin nähden. Lisäksi tavoitteena on saada av-tallenteelle mahdollisimman laaja katselijakunta.

2.1 Lopputuotteen laatukriteerit

Tuote on aikaa kestävä, teknisesti laadukas ja monipuolinen, joka on mahdollista toistaa monilla eri alustoilla (DVD ja Internet).

2.2 Mitkä ovat työryhmän tavoitteet

Tavoitteenamme on kulminoita opiskelujen aikana hankkimamme audiovisuaalisen alan tekninen ja sisällöllinen osaaminen tähän projektiin. Haluamme myös kehittää ja parantaa jo saatuja tietoja ja taitoja, sekä tehdä mahdollisimman laadukkaan av-tuotteen.

2.3 Tilaavan osapuolen tavoitteet

Tilaajan tavoitteena projektissa on saada monipuolinen ja aikaa kestävä esittelyvideo, jota esitetään verkossa ja DVD-formaatissa. Tuotteen tavoitteena on myös toimia mainosmateriaalina yhteistyökumppaneille, asiakkaille, artisteille ja yhtyeille. Lisäksi organisaatiolla on tarve laajentaa omaa yritysmainontaa printtimediasta myös videomainonnan puolelle.

2.4 Kohderyhmä

Tuotteen kohderyhmät voi jakaa kahteen eri kategoriaan:

Asiakkaat	14-40v.
Yhteistyökumppanit	30-60v.

3. Selvitys esituotannosta

Esituotannon alkuvaiheet ja tähänastiset tehtävät löytyvät eriteltyinä työajanseurantalomakkeesta.

Esituotanto sisältää monia eri vaiheita, kuten synopsiksen ja käsikirjoituksen suunnittelu, budjetointi, sopimukset ja oikeudet, suunnittelupalaverit, aikatauluttaminen, materiaalin tarkistaminen ja mahdollisten lisäkuvausten suunnittelu. Tilaaja (Selmu ry / Provinssirock) hankkii oikeudet käytettäviin materiaaleihin.

Materiaalin tarkistus alkoi heti, kun projekti aloitettiin. Projektissa käytettävää materiaalia on taltioitu aikaisempina vuosina erittäin paljon. Materiaalin tarkistus sisältää Ylen, SeAMK:n, Selmun ja mahdollisesti myös muiden tahojen taltioimia materiaaleja festivaalin eri vuosilta. Markku ja Sami suorittavat materiaalin tarkistuksen ja päättävät mitä materiaalia mahdollisesti käytetään.

Esituotanto on edelleen käynnissä ja tässä tulevia esituotantovaiheita kevään aikana 2010:

- Materiaalin tarkistus
- Työsopimukset
- Käsikirjoitus
- Lopulliseen tuotteeseen tulevien materiaalin oikeuksien selvittäminen ja käyttöoikeuksien hankkiminen (pitkäkestoinen prosessi, joka alkaa jo kevään puolella ja jatkuu lokakuulle 2010).

4. Sisältösuunnitelma

Tuotantovaihe koostuu mahdollisesta lisämateriaalin kuvauksesta kesällä, 1.6. – 20.6.2010 välisenä aikana.

AV-tuote tulee sisältämään materiaalia Provinssirockin eri aikakausilta, painottuen kuitenkin enemmän siihen mitä Provinssirock on nykyään. Lopullinen materiaali tulee koostumaan Yleisradion, Seinäjoen ammattikorkeakoulun sekä muiden tahojen taltioiduista materiaaleista jos tekijänoikeuksien haltijat ovat tiedossa, rajaten kuitenkin pois festivaalin asiakkaiden kuvaamat materiaalit.

AV-projektista on esitettävä:

- Synopsis
- Käsikirjoitus
- Alustava tai valmis kuvakäsikirjoitus

- Tuotteen käyttösuunnitelma ↓↓

Kuten aikaisemmin on mainittu, tuotteen pääasiallinen käyttö tapahtuu verkossa. Lisäksi video tehdään myös DVD-formaattiin, jota voidaan esittää Selmu ry:n järjestämässä yritystilaisuuksissa tai tapahtumissa joissa ei ole verkkomahdollisuutta.

5. Tuotantosuunnitelmat

5.1 Tuotantoaikataulu

Alla olevaa taulukko on tarkoitettu yleisen tason aikataulujen esittämistä varten

TYÖVAIHE	KESTO	Selostus / Huomioitavaa
Esituotanto	10.12.2009 – 31.05.2010	Projektisuunnitelma, synopsis ja käsikirjoitus, materiaalin tarkistus. budjetointi, sopimukset. Mahdollisten lisäkuvausten suunnittelu. Oikeuksien hankinta Provinssirokin / Selmu ry:n toimesta.
Projektin tuotantoon hyväksyminen		
Tuotantovaihe	01.06.2010 – 20.06.2010	Provinssirock-festivaalin aikana tapahtuvat mahdolliset materiaalin lisäkuvaukset tuottajien, sekä mahdollisesti myös KH09METU – luokan toimesta.
Jälkituotantovaihe	01.09.2010 – 10.12.2010	Materiaalin editointi ja jälkityöt.
Julkaisu/ensi-ilta	Kevät-talvi 2011	Videon ensiesitys Provinssirock.fi – verkkosivuilla. (Tarkka ajankohta varmistuu myöhemmin).
Projektin päätös	10.01.2011	Loppuyhteenveto.

5.2 Tehtäväluettelo

Tuotannon tehtäväluettelo sisältää kaikki tähänastiset työvaiheet aikajärjestyksessä.

5.3 Resurssit

Laitteistot

Ohjelmistot: Avid Media Composer – editointiyksiköt, DV-nauhurit, Mac Pro – tietokoneyksiköt.

Avid verkkoympäristö (serverikansio), Adobe After Effects CS3.

Mediamuodot

Videon kuvasuhde: 16:9 laajakuva. Vaikka materiaalia on 4:3 – kuvasuhteella, materiaalit muutetaan 16:9 – muotoon. Videon tekniset tiedot: PAL, 720x576, Stereo 2.0, Väri/MV. Video tulee esitettäväksi Provinssirokin verkkosivuille, lisäksi tallenteesta tehdään fyysinen levytallenne (DVD) MPEG-2.

Mahdolliset lisäkuvaukset taltioidaan miniDV-nauhoille, 16:9, DV-muotoon.

Provinssirock – verkkosivujen ylläpitäjä (Mediaporras) muuttaa ja lataa valmiin videon verkkosivuille.

Tilat

Seinäjoen ammattikorkeakoulu, kulttuurituotannon yksikkö. Frami, A-osa.

Edit-luokka – 120.1. Ajalle 01.09.2010 – 10.12.2010

Projektikansio

Yhteyshenkilö	Opiskelijanro	Tilatarve (GB)	Kansion nimi
Markku Haaparanta	KH07METU	300 GB	MH_ONT_Provinssi2011

Varmuuskopiointi

Tarvitaan varmuuskopiointia ja suoritetaan tekijöiden toimesta omille ulkoisille kovalevyille.
(Mahdollisesti myös koulun ulkoiselle kovalevyille.)

5.4 Projektin sopimukset

SOPIMUS	OSAPUOLET	MILLOIN TEHDÄÄN	LISÄTIETOJA
Työsopimus	Markku Haaparanta, Sami Saarela ja Selmu	27.04.2010	Sisältävät sopimuksen työprosessista sekä tekijöiden oikeudet käyttää valmista työtä opinnäytteenään sekä ammattiosaamisen esimerkkinä työnhaussa.
Materiaalin käyttö- ja esittämisoikeudet.	Selmu, YLE, RGB ja muut mahdolliset tahot.	01.04.2010 – 18.10.2010	Tarkentuvat myöhemmin. Ne materiaalit joiden oikeuksia ei saada selville määräaikaan mennessä, ne tiputetaan pois.

5.5 AV-tuotannon työryhmä

TEHTÄVÄNIMIKE	HENKIÖ	SUUNT. VAIHT. ja VUOSIK.	SÄHKÖPOSTI JA PUHELINNUMERO
Kaikki AV-tallenteeseen liittyvä tuotanto, sen seuraaminen ja raportointi tapahtuvat projektityöntekijöiden toimesta.	Markku Haaparanta Sami Saarela	KH07METU KH07METU	

6. Budjetti

YHTEENVETO KUSTANNUKSISTA

Tuotantoyhtiö:	Haaparanta & Saarela	Budjetin pvm	15.3.2010
Elokuvan nimi:	Provinssirock	Käsikirjoituksen pvm	-
Ennakkosuunnittelu:	40 päivää	Elokuvan kesto:	10min
Kuvausaika:	1 päivää	Kuvausformaatti:	16:9 DV
Jälkituotanto:	16 viikkoa	Esitysformaatti:	DVD/Web

01 KÄSIKIRJOITUS JA OIKEUDET	100	0,1 %
02 TUOTANNONVALMISTELU HENKILÖKUNTA	9 282	9,7 %
03 KULJETUKSET, MATKAT JA MAJOITUS	0	0,0 %

04 MUUT TUOTANNON VALMISTELUKULUT	0	0,0 %
KÄSIKIRJOITUS JA TUOTANNONVALMISTELU YHTEENSÄ	9 382	
05 ELOKUVAHENKILÖKUNTA	670	0,7 %
06 ESIINTYJÄT	0	0,0 %
07 KULJETUKSET, MATKAT JA MAJOITUS	0	0,0 %
08 LAVASTEET JA REKVISIITTA	0	0,0 %
09 PUVUT	0	0,0 %
10 MASKEERAUS JA KAMPAUS	0	0,0 %
11 STUDIOJÄT JA KUVAUSPAIKAT	0	0,0 %
12 ELOKUVATEKNINEN KALUSTO	768	0,8 %
13 MATERIAALIKUSANNUKSET	40	0,0 %
14 LABORATORIO JA DIGIYKSIKÖ/TUOTANTO	0	0,0 %
TUOTANTO YHTEENSÄ	1 478	
15 LEIKKAUS JA KUVANKÄSITTELY	72 552	76,1 %
16 ÄÄNEN JÄLKIKÄSITTELY	750	0,8 %
17 MUSIIKKI	0	0,0 %
18 MUUT OIKEUDET	0	0,0 %
JÄLKITUOTANTO YHTEENSÄ	73 302	
19 KOPIOKUSTANNUKSET	0	0,0 %
20 MARKKINOINTIKUSTANNUKSET	0	0,0 %
21 SEKALAISET KUSTANNUKSET	0	0,0 %
MUUT YHTEENSÄ	0	

KÄSIKIRJOITUS JA TUOTANNONVALMISTELU	9 382		
TUOTANTOKUSTANNUKSET	74 780		
HALLINTOKULUT korkeintaan 5%	5,0 %	3 739	3,9 %
VARAUS SATUNNAISIIN KULUIHIN 7-10%	10,0 %	7 478	7,8 %
KOKONAISKUSTANNUKSET YHTEENSÄ	95 379		100,0 %

KÄSIKIRJOITUS JA TUOTANNONVALMISTELU	9 382		9,8 %
TUOTANTO	1 478		1,5 %
JÄLKITUOTANTO	73 302		76,9 %
MUUT	0		0,0 %
HALLINTOKULUT korkeintaan 5%	5,0 %	3 739	3,9 %
VARAUS SATUNNAISIIN KULUIHIN 7-10%	10,0 %	7 478	7,8 %
KOKONAISKUSTANNUKSET YHTEENSÄ	95 379		100,0 %

Alv 22 % on laskettu budjetissa

Ilman 22 % Alv.

78 179 €

7. Riskikartoitus

Vahvuudet:

- Aikaisempi kokemus musiikkivideomaisen kokoelmateoksen valmistuksesta.
- Työskentely-ympäristön ja tekniikoiden osaaminen
 - o Jälkituotanto (editointi, grafiikka, DVD)
- Useamman vuoden kokemus Provinssirokista, sekä asiakkaana että työntekijänä.
- Aikataulun väljyys
- Tekijöiden motivoituneisuus ja korkea työmoraali

Heikkoudet:

- Tietylainen kokemattomuus ja rutiinin puuttuminen
- Osaamisen hallinta ja kaiken olemassa olevan tiedon kanavoiminen työprosessiin parhaalla mahdollisella tavalla

Mahdollisuudet:

- Neljän vuoden opintojen ja osaaminen huipentuminen
- Verkostoituminen ja uudet kontaktit eri tahoihin
- Oman nimen esiintuominen ja julkisuusarvo
- Työllistyminen tuotteen myötävaikutuksesta
- Luoda työllisesti kokonaan uusi ”mainosdokumentt elokuvan” tyylilaji.
- Valmis video alkaa elämään omaa elämää verkossa ja sosiaalisessa mediassa.
- Yhteiskumppanien palvelujen kehittäminen palvelemaan asiakasta entistä paremmin osana festivaalikonaisuutta.

Uhat:

- Materiaalin käyttöoikeuksien saaminen
 - o Sopimuksia ei saada syntymään tai ne aiheuttavat kiistatilanteen.
 - o Materiaalin puute
- Teknisen laitteiston hajoaminen
 - o Varmuuskopioiden tuhoutuminen
- Aikataulun pettäminen
- Projektin paisuminen mahdottomuuksiin.
- Tiedonkulun toimimattomuus
- Asiakas ei ole tyytyväinen lopputuotteeseen
- Vanhemman videomateriaalin tekninen laatu
- Valmiin AV-tallenteen hukkuminen yhä kasvavaan mediatulvaan