

Opinnäytetyö (AMK)

Tietotekniikka

Mediatekniikka

2011

Hannu Mikkola

KAUPUNKIMARKKINOINTI VIDEON KEINOIN



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Hannu Mikkola

KAUPUNKIMARKKINOINTI VIDEOON KEINAIN

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana on Porvoon Matkailutoimisto, jolle toteutettiin videosarja eri toimialojen ammattilaisista. Tarkoituksena oli mainostaa Porvoota tuomalla esiin Porvoon kulinaari- ja kulttuuritarjontaa. Sekä näillä aloilla toimivien ihmisten ammattitaitoa ja intohimoa työtään kohtaan. Opinnäytetyön teoriaosuudessa perehdytään videoprojektin toteuttamiseen suunnittelu vaiheesta valmiiksi tuotteeksi ja eri vaiheissa esiintyvien ongelmakohtien havainnointia ja ratkomista. Samalla sivutaan markkinointia sen liittyessä projektiin toteutettaessa mainontaan tarkoitettua materiaalia.

Projektin alussa suunniteltiin videon pääteema ja se, miten se tulisi toteuttaa luovasti ja teknisesti. Luovassa suunnittelussa päädyttiin tulokseen, jossa videot toteutettaisiin dokumenttityylisesti sisältäen tarvittavan määrän informaatiota. Videoiden tulisi koostua kahdesta vaiheesta, jotka ovat haastattelu ja käytännön osuus, ja jälkeensä näitä kahta yhdistetään leikkauksessa. Teknisesti video toteutettiin kuvaamalla kahdella tai yhdellä kameralla tilanteen mukaan, joiden materiaali koostettaisiin myöhemmin Final Cut Pro Studio -nimisellä ohjelmopakettilla. Jälkikäsitellyssä käytettiin leikkaus-, kompressointi-, värimäärittely- ja pakkausvaiheita.

Organisointi onnistui hyvin ja kaikki kuvaukset saatiin hoidettua kahden viikon aikana, jolloin oli mahdollista käyttää täyttä kalustoa. Itse kuvausmateriaali oli suunnitellun mukaista, vaikkakin hyvin vaihtelevat kuvaolosuhteet vaikuttivat osittain kuvanlaatuun. Videon kuvauksessa tapahtuneet virheet pystyi kuitenkin pelastamaan jälkikäsitelyssä.

Projekti oli oppimiskannalta hyvä ja siinä oli monia aihealueita, jotka olivat mielenkiintoisia ja mukavia toteuttaa. Tätä projektia tehtäessä kasvoi ymmärrys freelancekuvaajan ammatista ja sen haasteista ja vapauksista. Kaiken kaikkiaan projektissa oli paljon parantamisen varaa kaikkien pienien ongelmien kuten, käytettyjen ohjelmien haasteiden ratkomisessa. Lopputulos oli kuitenkin hyvä ottaen huomioon kokemuksen määrän ja projektin haastavuuden.

ASIASANAT:

markkinointi, video, editointi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree Programme in Information Technology | Digital Media

2011 | 31

Instructors: Keijo Leinonen, B. Eng and Reetta Raitoharju, Dr. Sc.

Hannu Mikkola

CITY MARKETING THROUGH A VIDEO

The client for this thesis was Porvoo Tourist Office, for which we made a video project on different kinds of professionals in different fields. The purpose was to promote Porvoo by publicizing its culinary and cultural services, and also to show the skills and passion for the job of those professionals. In the theory part of the thesis we go through how to proceed from planning a video project to making a final product and how to solve the problems that may occur. At the same time we discuss project-related marketing when making a video to be used for promotional purposes.

At the beginning of the project we planned the main theme of the video and how it should be executed creatively and technically. In the creative planning we came to the conclusion that the videos should be made in documentary style with enough information to serve its purpose. The videos should have two parts: an interview and a practical part, and afterwards they should be cut together as a single piece. Technically the videos were made by sometimes shooting with two cameras and other times with one according to the situation. Later on the video was compiled with software called Final Cut Pro Studio. In post-production we used cutting, editing, coloring and compressing phases.

Organizing went well and all of the shoots were made in the proper timeline of two weeks in which we had most of the equipment in use. The shot film material was as planned although the varying shooting conditions had an effect on the quality of the material shot. The errors made during the shooting could be corrected during post-production.

The project was good when seen from a learning standpoint and it had many good subjects to learn that were interesting and pleasant to execute. During the making of this project the author's knowledge about being a freelance filmer and the responsibilities and freedoms of the job increased. In the end the project had a lot of room for improvement of the small problems but the final product was good considering the time for planning, experience and the difficulty of the project.

KEYWORDS:

marketing, video, editing

SISÄLTÖ

KÄYTETYT LYHENTEET (TAI SANASTO)	6
1 Johdanto	7
2 Markkinointi ja video	8
2.1 Markkinointi	8
2.1.1 Markkinointi nykypäivänä	8
2.1.2 Markkinointiviestinnän perusteet	8
2.1.3 Mainonnan perusteet	10
2.2 Videokuvaus ja editointi	10
2.2.1 Videokuvaus yleisesti	10
2.2.2 Focus	11
2.2.3 Resoluutio	12
2.2.4 Objektiivin aukonkoko ja polttoväli	13
2.2.5 Suljinaika	13
2.2.6 Valkotasapaino	14
2.2.7 Editointi yleisesti	14
2.2.8 Leikkaus	14
2.2.9 Värit	15
3 Videoprojektin suunnittelu ja tekeminen	16
3.1 AloitUS, suunnittelu ja organisointi	16
3.1.1 Luova suunnittelu	16
3.1.2 Tekninen suunnittelu	17
3.1.3 Organisointi	17
3.2 Käytännön toteutus	18
3.2.1 Kuvaaminen haastatteluissa ja käytännön vaiheissa	18
3.3 Jälkituotanto	18
4 Tekniikka ja formaatit	19
4.1 Käytetty kalusto ja tallennusformaatit	19
4.2 Kuvaaminen	19
4.2.1 Kuvakoot	20
4.2.2 Pannaus	20
4.2.3 Zoomaus	20

4.3 FCPS ja siihen kuuluvat ohjelmat	20
4.3.1 FCP	21
4.3.2 Color	21
4.3.3 Compressor	22
4.4 Editointitekniikat	22
4.4.1 Video pätkien valikointi	23
4.4.2 Leikkaus	23
4.4.3 Äänen synkronointi ja korjaus.....	23
4.4.4 Koostaminen.....	24
4.4.5 Työjärjestys	24
5 Toteutus ja tulokset	26
6 Yhteenveto	28
6.1 Tavoitteet	28
6.2 Arviointi	28
6.2.1 Organisoinnin arviointi	28
6.2.2 Suunnittelun arviointi	29
6.2.3 Kuvauksen arviointi	29
6.2.4 Jälkituotannon arviointi	29
6.3 Kehittämisehdotukset	30
LÄHTEET	31

KÄYTETYT LYHENTEET (TAI SANASTO)

Color	Ohjelma värimaailman korjauksiin ja säätöihin
Compressor	Ohjelma videon pakkaukseen ja konvertointiin
DAGMAR	(Defining Advertising Goals for Measuring Advertising Results) Markkinointiviestinnän eriasteiden taulukko (Anttila & Iltanen 2004, 233)
FCP	(Final Cut Pro) Ohjelma editointitarkoituksiin
FCPS	(Final Cut Pro Studio) Ohjelmapaketti joka sisältää videon editointityökaluja
Fps	(Frames per second) Montako yksittäistä kuvaa esitetään sekunnissa
Focus	Tarkennuspiste

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana on Porvoon Matkailutoimisto, jolle toteutettiin videosarja eri toimialojen ammattilaisista. Tarkoituksena oli mainostaa Porvoota tuomalla esiin Porvoon kulinaari- ja kulttuuritarjontaa kuin myös näillä aloilla toimivien ihmisten ammattitaitoa ja intohimoa työtään kohtaan.

Opinnäytetyössä perehdytään kaupunkimarkkinointiin videoformaattissa. Tarkoituksena oli tuoda esille kuvaukseen, äänittämiseen, leikkaukseen ja editointiin liittyviä haasteita sekä pohtia videomainonnan vaikutusta nykypäivänä. Teknisestä perspektiivistä katsottuna perehdytään kuvaus-, levitys- ja äänitysformaatteihin, sekä leikkaukseen ja editointiin liittyviä perustekniikoita ja ratkaisuja hyvän videon luomiseksi. Luovassa toteutuksessa perehdyttiin jatkuvuuteen ja ilmeen luomiseen. Kaikki tämä vaikutti lopputulokseen, jonka päämääränä oli markkinoida kaupunkia turismin kasvattamiseksi.

Kaupunkimarkkinoinnissa on monia eri alueita, joista tässä keskitytään yhteen eli turismiin. Jokaiselle ihmiselle voidaan markkinoida erikseen, mutta se tuskin on kannattavaa, joten yleensä keskitytään tiettyihin ryhmiin. Tämän opinnäytetyöaiheen päämarkkinaryhmänä ovat turistit ja matkailualalla toimivat henkilöt, jotka ovat avainasemassa vaikuttamassa turistien valitsemiin kohteisiin.

2 MARKKINOINTI JA VIDEO

2.1 Markkinointi

Markkinointi ei ole täysin yksiselitteinen asia, vaan sen voi ymmärtää monella tavalla ja ihmisillä on ollut erilaisia ajatuksia markkinoinnin käsitteestä, jotka ovat muovautuneet vuosien mittaan. Markkinoinnista on useita määritelmiä, joista osa voi olla toisille helpommin ymmärrettäviä kuin taas osa toisille. Markkinointi ei esimerkiksi tarkoita pelkästään myyntiä tai mainontaa, vaan on yleisesti osa isompaa kokonaisuutta. (Anttila & Iltanen 2004, 12)

2.1.1 Markkinointi nykypäivänä

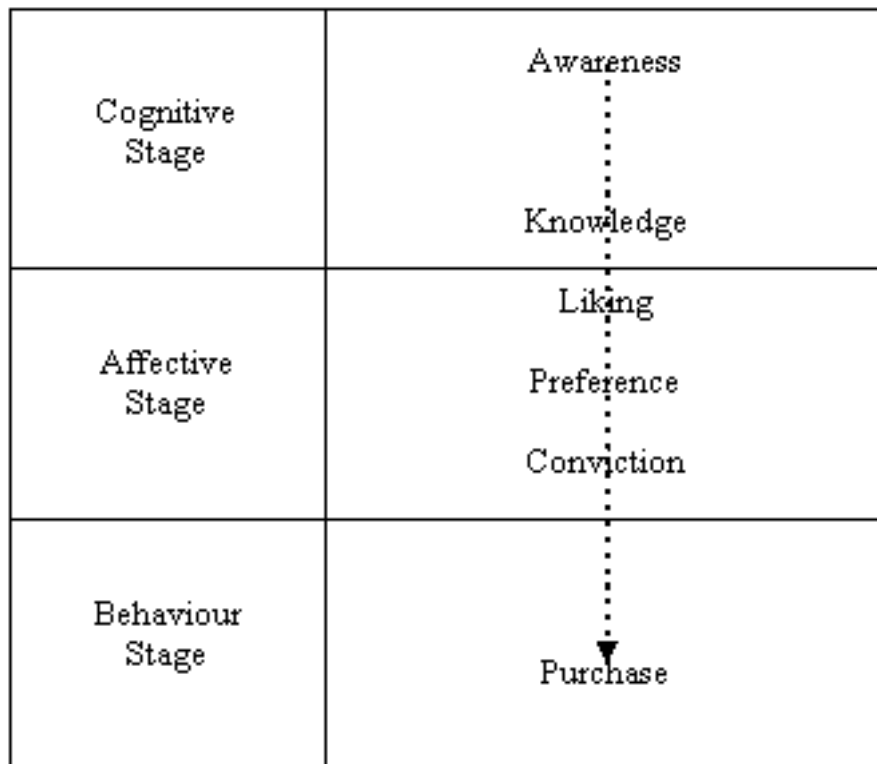
Markkinointi yleisesti tarkoittaa tapauskohtaisesti valittuja markkinointikeinojen summaa, jolla pyritään tyydyttämään asiakkaiden tarpeita mahdollisimman hyvin. Markkinointiajattelu lähtee perustasolla aina näistä avainsanoista: idea, tuote tai palvelu sekä hinta, jakelu ja viestintä, joita kutsutaan markkinoinnin kilpailukeinoiksi. Näiden avainsanojen pohjalta kartoitetaan markkinoinnin tarpeita ja valitaan sopiva markkinointimix eli markkinointikeinojen yhdistelmä. (Anttila & Iltanen 2004, 13-14)

Markkinointikeinoihin kuuluvat suoramarkkinointi, tuotepäätökset, hintapäätökset, saatavuuspäätökset, integroitu markkinointiviestintä, myynti- ja asiakaspalvelu, mainonta, myynninedistäminen ja suhde- ja tiedotustoiminta. Tässä opinäytetyössä perehdytään eniten markkinointiviestintään ja mainontaan. (Anttila & Iltanen 2004, 13-14)

2.1.2 Markkinointiviestinnän perusteet

Markkinointiviestinnässä pyritään tuotteen tunnettavuuden ja positiivisen imagon kasvattamiseen. Havainnollistettaessa tuotteen tunnettavuuden asteita voi-

daan käyttää esim. DAGMAR porrasmallia, joka ilmentää tuotteen nousua tunnettavuuden portailla (kuva 1). Käyttämällä tätä ajatusmallia ja siirtymällä portaalta toiselle viestinnän lisättyä asteittain tietämystä tuotteesta ja sen ominaisuuksista, voidaan seurata asiakkaan suhtautumista tuotteeseen tai palveluun mittaamalla suunnitellun aikavälin jälkeen ostojen määrää tai ihmisten tietämystä ja mielikuvaa tuotetta/palvelua kohtaan. Suunnitellun viestinnän tulisi olla riittävän tehokasta tavoittamaan tuotteen kohderyhmästä mahdollisimman suuri osa suunnitellussa ajassa. Tällainen ajattelumalli toimii erityisesti kestokulutushyödykkeiden, tuotantohyödykkeiden ja uusien tuotteiden markkinointiin. (Anttila & Iltanen 2004, 231-233)



Kuva 1. DAGMAR taulukko. (Anttila & Iltanen 2004, 233)

2.1.3 Mainonnan perusteet

Mainonta on markkinointiviestinnän yksi kilpailukeinoista, jolla pyritään antamaan tietoa tavaroista, palveluista, tapahtumista ja yleisistä asioista. Mainonnan voi jakaa moneen eri ryhmään, joista jokainen tavoittaa eri tavalla ja laajuudella mahdollisia asiakkaita. On suoramainontaa ja mediamainontaa, joka jakautuu ilmoitus-, televisio-, radio-, elokuva-, ulko-, liikenneväline- ja verkkomainontaan. Mainontaa käytetään eritavoin tuotteen tilanteesta riippuen, jos tuote on tunnettu tai tuntematon, sesonkituote tai vain marginaalisen markkina-alueen kattava. Nämä asiat vaikuttavat mainonnan levityskanaviin ja rahamäärään, joita eritilanteiden mukaisesti mainontaan panostetaan. (Anttila & Iltanen 2004, 271-273)

2.2 Videokuvaus ja editointi

Videota voi tehdä moniin eri tarkoituksiin, oli se sitten kaupallista tai ei kaupallista, mutta sen tarkoitus on tuoda visuaalinen mielikuva mm. jostain tapahtumasta, tuotteesta tai henkilöstä. Videota tehtäessä täytyy ottaa monia asioita huomioon ennen ja jälkeen sen valmistumista, kuten käyttötarkoitus ja levityskanavat.

Hyvällä suunnittelulla säästyy paljon vaivaa jälkituotannossa, ja siten pääsee editointihuoneesta huomattavasti nopeammin ulos. Toisaalta editointihuoneessa voi korjata useita virheitä, joita on tehty kuvattaessa. Editoinnin aikana kumminkin muodostuu lopullinen tuote, johon on ollut mahdollisuus vaikuttaa monin eri tavoin.

2.2.1 Videokuvaus yleisesti

Videokuvaus on tarkkaa työtä, siinä on otettava useita asioita huomioon tilannekohtaisesti ja osattava mukautua muuttuviin tilanteisiin ja olosuhteisiin. Videokuvauksen eri tekniset aspektit, jotka vaikuttava kameran tallentamaan ku-

vaan, ovat focus, resoluutio, aukonkoko, objektiivin polttoväli, suljinaika ja valko-
tasapaino. Eri kameroissa (yleensä ammattikäyttö) voi olla myös useita muita
säätöjä, mutta edellä mainitut ovat niistä yleisimpiä ja ne löytyvät lähes jokai-
sesta kamerasta. Kuvattaessa eri paikoissa eri vuorokaudenaikaan täytyy tasa-
painoilla kameran teknisten aspektien kesken, jotta pääsee parhaaseen mah-
dolliseen tulokseen kuvan tarkkuuden ja oikeellisuuden suhteen.

Videota kuvattaessa on otettava huomioon myös äänen nauhoitus, joka voi vai-
kuttaa helpolta, koska se tulee suoraan kameralle mikin kautta samaan aikaan,
kun kuvataan videota. Äänen nauhoituksessa täytyy kuitenkin ottaa huomioon
eri muuttujia, ihan kuten videossakin. Tila missä äänitetään tulisi olla vapaa kai-
kesta muusta äänestä paitsi siitä, mitä on tarkoitus nauhoittaa. Esim. nauhoitet-
taessa ääntä tilassa, jossa on ilmastointi ja ääniraidassa on jatkuva humina
taustalla, on äänitys lähes turha. Tämän takia on hyvä käyttää ylimääräisiä ää-
nitysvälineitä, jotta saa ainakin yhden hyvän ääniraidan. Jälkikäsitellyssä voi
kumminkin siistiä ääniraitaa ”puhtaammaksi” tarpeen tullen ja pelastaa huonot
äänitykset. Äänen nauhoitusta kannattaa suunnitella etukäteen ja tehdä nauhoi-
tus tilassa, jossa ääni tallentuu puhtaasti ilman häiriöitä, täten ei tarvitse huoleh-
tia jälkikäsitellyssä ääniraitojen ”epäpuhtaudesta”.

2.2.2 Focus

Focus tarkoittaa kuvan syvyydessä olevaa tarkennuspistettä. Focusella voi-
daan tarkentaa tietyn etäisyyden päässä olevaan kohteeseen ja riippuen kame-
ran kennon koosta, objektiivin polttovälistä ja kameran aukonkoosta nähdään
kuvan osat, jotka eivät ole tarkennusetäisyydellä epätarkkana. Tehtäessä in-
formatiivista videota, jossa ei ole taiteellisia vivahteita, focus yleisesti pidetään
tarkkana kohteessa, kun taas focusta voidaan käyttää vahvana tyylikeinona ta-
pauksissa missä ei ole tarkkoja rajoitteita.

2.2.3 Resoluutio

Resoluutio kertoo kuvan tarkkuuden, jossa mittayksikkönä on pikseli tai piste per pituusyksikkö. Yleisin mittayksikkö on kuinka monta pikseliä on per tuuma. Mitä enemmän pikseleitä on per tuuma, sen tarkempi kuva on. Resoluutio kertoo myös erilaisten näyttöjen ja projektoreiden tarkkuuden, näissä tapauksissa ilmoitetaan vaak- ja pystyrivillä olevien pikseleiden määrä. Videoresoluutioita on useita erilaisia standardeja (Taulukko 1.) ja niiden käyttö vaihtelee sen mukaan minkälainen käyttötarkoitus ja levityskanava tehdyllä materiaalilla on. (Afterdawn; Tietokoneopas)

Taulukko 1. Resoluutiostandardit (Tietokoneopas)

Kuvasuhde	Resoluutio	Standardi
4:3	320 x 240	QVGA
4:3	640 x 480	VGA
4:3	768 x 576	PAL
4:3	800 x 600	SVGA
4:3	1024 x 768	XGA
4:3	1400 x 1050	SXGA+
4:3	1600 x 1200	UXGA
4:3	2048 x 1536	QXGA
16:10	320 x 200	CGA
16:10	1680 x 1050	WSXGA+
16:10	1920 x 1200	WUXGA
16:10	2560 x 1600	WQXA
16:9	854 x 480	WVGA
16:9	1280 x 720	HD 720
16:9	1920 x 1080	HD 1080
3:2	720 x 480, 1152 x 768, 1280 x 854, 1440 x 960	NTSC
5:4	1280 x 1024	SXGA

2.2.4 Objektiivin aukonkoko ja polttoväli

Kameroihin on tarjolla useita eri objektiiveja useilta eri valmistajilta, ja niissä kaikissa on eroavaisuuksia teknisissä ominaisuuksissa. Aukonkoko ja polttoväli ovat näistä tärkeimmät suurimmalle osalle objektiivien käyttäjistä. Polttovälin ollessa alhainen on kyseessä laajakuvalinssi, jolla saadaan mahdollisimman paljon ympäristöä näkyviin hyvinkin läheltä itse kohdetta, kun taas pitkällä polttovälillä saadaan tarkkoja kuvia hyvinkin pitkältä. Objektiiveja tehdään yleisesti kolmeen pääluokkaan ja näillä objektiiveilla on omat nimet tele- laajakuva ja zoomobjektiivi. Teleobjektiiveissa on pitkät polttovälit ja laajakuvissa lyhyet, kun taas zoomobjektiiveissa voi vaihtaa polttoväliä määrättyjen rajojen sisällä. Kiinteä polttoväliset objektiivit ovat kuitenkin yleisesti tarkempia.

Aukonkoko vaikuttaa tarvittavan valon määrään ja syväterävyyteen, se yleisesti ilmaistaan f:arvolla kuten f:2,8. Mitä pienempi f-arvo sitä isompi aukko ja sitä vähemmän tarvitsee valoa kuvatakseen, mutta samalla on lyhyempi syväterävyysalue. Kuvatessa suurella f-arvolla on syväterävyysalue pitkä, mutta silloin tarvitaan myös huomattava määrä valoa, jotta suljinajat voi pitää järkevissä nopeuksissa. Kaikki tämä riippuu tietysti siitä mitä kuvaa.

2.2.5 Suljinaika

Suljinaika ilmaisee kuvanottonopeutta, joka ilmoitetaan sekunnin osilla tai pitkissä suljin ajoissa sekunneilla. Mitä nopeampi suljinaika sitä nopeamman liikkeen saa pysäytettyä kuvaan, mutta sitä enemmän valoa tarvitaan, koska kamera kerkeää keräämään vain sen ajan valoa. Kuvatessa pimeällä vakaan kolmijalan kanssa voidaan pitää hyvinkin suuria valotusaikoja ja mahdollistaa pimeässä otettujen kuvien korkean laadun. Suljinaikaa säätämällä voidaan myös tehdä useita kuvan ilmeeseen vaikuttavia efektejä halutessa.

2.2.6 Valkotasapaino

Valkotasapaino määrittää kaikki värit sen mukaan kuinka lämmin valo kuvauskohteessa on. Puhutaan lämpimästä ja kylmästä valosta, jotka vaikuttaa kuvan keltaisuuteen tai sinisyyteen. Valkotasapainon voi määrittää ”oikeaksi” katsomalla, että kaikki valkoiset kohteet ovat yhtä valkoisia kameran kuvan ja silmän välillä. Valkotasapainon ollessa ”oikein” ovat kaikki kuvassa näkyvät värit luonnollisen vastineen kanssa balanssissa. Tietysti valkotasapainoa voi luoda tietynlaisen tunnelman kuvaan, mutta ensin on hyvä ymmärtää miten se toimii.

2.2.7 Editointi yleisesti

Editoinnissa on päämääränä tehdä kuvasta miellyttävä silmälle, siinä voidaan käyttää myös useita erilaisia efektejä luodessa tietynlaista ilmettä. Puhutaan primäärisäädöistä ja sekondäärisistä säädöistä, jossa primäärisäädöillä tehdään kuvalle tarvittavat säädöt ja sekondäärisissä säädöissä luodaan kaikki muu ilmeen luomiseen. Primäärisäädöissä säädetään valkotasapainoa, kontrastia, saturaatiota, kirkautta ja väribalanssia. Näillä säädöillä korjataan ongelmat kuvasta, ja näin saadaan yleisesti luotua kuva katselu kelpoiseksi. Sekondäärisäädöihin kuuluu kaikki loput säädöt mitä aiotaan tehdä projektiin sopivan tunnelman luomiseksi.

2.2.8 Leikkaus

Leikkaus ja sen vaikutus tempoon ja jatkuvuuteen on huomioitava asia. Riippumatta siitä onko videossa musiikkia vai pelkkää kerrontaa, saadaan leikkauksella huomattava vaikutus, jos taustalla olevat äänet kulkee hyvin leikkauksen kanssa on sitä miellyttävämpi seurata. Kaikki kuitenkin riippuu videon tarkoituksesta miten leikkaus kannattaa tehdä, jos videolla on puhtaasti informatiivinen tehtävä, voidaan jättää siinä vaiheessa turha taiteellinen ajattelu ja tehdä leikkaus informaatiota tukevaksi.

2.2.9 Värit

Värit ovat suuressa osassa editointia ja niiden vaikutus kuvan ilmeeseen on merkittävä, tämän takia on hyvä tietää perusasioita väriopista. Väriympyrä on pakollinen työkalu värien määrittelyssä ja sen ymmärtäminen on hyvin suotavaa. Esim. jos kuva, joka on painottunut liikaa yhden värin suuntaan, voidaan väriympyrästä katsoa etäisyys ja suunta keskustasta ja lisätä vastapäätä olevaa väriä yhtä kaukaa ympyrän keskustasta niin saadaan kuva taas neutraaliksi (valkotasapainoiseksi). (Lynda.com 2011. Color 1.5 Essential Training)

3 VIDEOPROJEKTIN SUUNNITTELU JA TEKEMINEN

3.1 Aloitus, suunnittelu ja organisointi

Tämän projekti aloitettiin ottamalla yhteyttä Porvoon kaupungin matkailutoimiston matkailupäällikköön Outi Leppälään, jolloin sovittiin yhteisen projektin tekemisestä liittyen Porvoon mainostamiseen matkailukohteena. Alussa oli tiedossa käytettävä media ja se, mitä kohderyhmää tavoiteltiin. Tapaamisessa päätettiin teema ja suunta videolle, jolla saataisiin haluttu kohderyhmä tavoitettua. Perusasioiden ollessa hallussa ruvettiin organisoimaan ja tavoittamaan henkilöitä, joita haluttiin esiintyvän videoille.

3.1.1 Luova suunnittelu

Ensimmäisellä tapaamisella matkailutoimistolla pidettiin noin kahden tunnin palaveri, jossa tehtiin alustava kartoitus projektista ja suunniteltiin videon pääteemaa. Päätettiin kertoa videolla Porvoon eri alojen ammattilaisista ja heidän intohimosta työtään kohtaan kuin myös taidosta ja ammattiosaamisesta. Valitsimme videoon kolme henkilöä, jotka edustivat Porvoota kulinaari- ja kulttuurialoilla. Videoon valitut henkilöt olivat Georg Simojoki Kokousmyllyn keittiömestari ja hotellitoimen johtaja, Linda Räsänen Porvoon Paahtimon ravintolapäällikkö ja paahtimomestari ja Jocke Lybeck Bar Sohon ravintolapäällikkö ja tapahtumajärjestäjä. Näin saatiin kattava määrä erilaisia henkilöitä erilaisilta toimialoilta.

Videoiden tulisi olla noin 2 - 3 min pitkiä, niissä esiteltäisiin jokaista henkilöä dokumentaarisesti ja saataisiin pidettyä riittävä informatiivinen taso yllä. Sovittiin, että teemme videot helposti ymmärrettäväksi kansainvälisesti ja mietimme mahdollista englannin kielen tekstitystä, mutta siitä ei päästy tässä vaiheessa lopulliseen päätökseen.

3.1.2 Tekninen suunnittelu

Päätettyämme mitä videoilla tulisi varsinaisesti olla, piti miettiä, miten se toteutetaan mahdollisimman hyvin, jotta voitaisiin välittää suunniteltu sanoma suunnitellulle kohderyhmälle. Tekninen toteutus ja sen suunnittelu on suuri osa jokaisesta videokuvauksiprojektista. Kaiken tarvittavan materiaalin kuvaaminen lähikuvat ja yleiskuvat, kaikki tämä täytyy toteuttaa suunnitellusti tarkoitukseen omistettujen kuvauspäivien aikana.

Kuvattavana oli kolme henkilöä kolmessa eri paikassa, jokaisessa näistä paikoista oli täysin erilaiset kuvausolosuhteet valojen, ympäristön äänien ja kuvattavien kohteiden suhteen. Siksi suunniteltiin alussa kaikki tarvittava kalusto huolellisesti, jotta voitaisiin kuvata kaikissa vaihtelevissa olosuhteissa mahdollisimman tasaista kuvaa eri paikoissa kuvattujen pätkien yleisen ilmeen jatkuvuuden takaamiseksi.

Äänien tallennukseen oli kolme eri laitetta: kamerat ja Zoom äänityslaite. Näin saatiin varmistettua ainakin yksi hyvin kuuluvan ääniraita. Näissä kuvauksissa on tilanteita, jotka eivät toistu ja sillä hetkellä täytyy olla varmistettuna se, että tilanteesta jää tallenne sekä videosta että äänestä.

3.1.3 Organisointi

Kuvauspäivien ja tapaamisten järjestäminen sekä kaikille sopivien päivien ja ajankohtien löytäminen vaatii hyvää organisointia. Tämän projektin organisoinnissa oli kaksi vaihetta. Ensimmäiseen kuului sopia kaikkien kuvattavien henkilöiden kanssa tapaaminen, joissa keskusteltiin videon teemasta ja eri mahdollisuuksista toteuttaa sitä. Jälkimmäisessä vaiheessa sovittiin itse kuvauspäivät, jotka piti saada mahtumaan kahden viikon aikajaksolle, jolloin suurin osa kalustosta oli käytettävissä. Näiden organisointijaksojen aikana suurin osa kommunikatiosta käytiin sähköpostitse ja puhelimitse, joko suoraan kuvattavan henkilön kanssa tai käyttäen Porvoon matkailutoimistoa välikätenä.

3.2 Käytännön toteutus

Kattavan suunnittelun jälkeen oli toteutuksen aika. Tässä vaiheessa liikuttiin paikasta toiseen kuvaamassa valittuja henkilöitä heidän työpaikoillansa. Kuvauksissa oli kaksi vaihetta: haastattelu ja käytännön osuus. Haastatteluvaiheessa jokainen henkilö kertoi lyhyesti, miten on päätyneet ammattiinsa, mikä on saanut hänet jatkamaan ja pitämään siitä. Käytännön osuudessa kuvattiin henkilöitä työsssänsä, kun he työskentelivät normaalisti tai tekivät sovitun tehtävän.

3.2.1 Kuvaaminen haastatteluissa ja käytännön vaiheissa

Kuvauksissa käytettiin vaihtelevasti kahta kameraa ja yhtä äänityslaitetta, näin saatiin tilanteen mukaan enimmillään kahta videokuvaa ja kolmea ääniraitaa. Kahta kameraa vaativissa tilanteissa toinen kamera oli kolmijalalla, jossa toinen kamera kuvasi yleiskuvaa, kun samalla toista kameraa pidettiin olkapäätuella ja keskityttiin enemmän toimintaan ja lähikuviin. Haastattelutilanteissa nauhoitettiin ääni erillisellä äänityslaitteella ja pidettiin yhtä kameraa kolmijalalla sille suunnitellussa paikassa, joka päätettiin paikanpäällä.

3.3 Jälkituotanto

Kaiken raakamateriaalin valmistuttua pitää niistä saada tehtyä valmis tuote, ja siihen käytetään useita ohjelmia, joista jokainen on suunniteltu tekemään tietynlaisia jälkituotannon tehtäviä. Tässä projektissa käytetty ohjelmapaketti, oli FCPS.

Jälkituotantoon kuulivat leikkaus, editointi, koostaminen ja pakkaus haluttuun levitysformaattiin. Näiden tehtävien suorittamisen jälkeen kuvatusta materiaalista saadaan valmis tuote, joka tässä tapauksessa oli 2 - 3 minuutin mittainen tiivis video.

4 TEKNIikka JA FORMAATIT

4.1 Käytetty kalusto ja tallennusformaatit

Kuvauksissa käytettiin kahta kameraa, joista toinen oli Canon EOS 550D - järjestelmäkamera ja toinen Sony HVR HD 1000E - videokamera. Erillisenä äänityslaitteen käytettiin Zoom Q3 - äänitallenninta. Lisäksi mukana oli käytössä yksi 800 W lamppu, Slikin kolmijalka ja Manfrotton kiinnityspää. Editoinnissa käytetty kone, oli Applen Mac Book Pro 8 GB:n keskusmuistilla ja Intel Core i5 2,53 GHz:n prosessorilla.

Kun käytössä on kaksi eri kameraa, on myös hyvin mahdollista, että tallenteet ovat kahta eri formaattia. Tätä projektia kuvattaessa kamerat tallensivat eri formaatteja, Sonyllä kuvattaessa tallensi se 25 fps, 1440 x 1080 resoluutiota, HDV 1080i50 koodekilla ja Canon 25 fps, 1920 x 1080 resoluutiota, h.264 koodekilla. Tämä voi olla ongelmallista jälkituotannossa, mutta siihenkin löytyy ratkaisuja. Nämä formaatit voidaan muuntaa alaspäin niin, että kummatkin ovat samaa formaattia. Tässä tapauksessa isompi resoluutio muunnetaan vastaamaan pienempää resoluutiota. Tähän tarkoitukseen voidaan käyttää esim. FCPS:n Compressor-ohjelmaa.

Äänen tallennuksessa käytettiin Zoom Q3 - äänitallenninta, joka puolestaan käytti MP3 - formaattia 44.1 kHz audiotasolla.

4.2 Kuvaaminen

Kuvattaessa mitä tahansa täytyy miettiä muutakin kuin kameran liikuttamista kohteen liikkessa ja nauhoitusnapin painamista. Halutun asian tallentamiseen videolle ja sen välittämiseen katsojalle täytyy miettiä kuvakokoja, pannaus- ja zoomauksia sekä niiden visuaalisia vaikutuksia eri tilanteissa.

4.2.1 Kuvakoot

Kuvaukset koostui kahdesta osasta eli haastattelu- ja käytännönsuudesta. Haastatteluosuudessa käytettiin kuvaamisessa pelkästään Canonia kolmijalalla, josta se kiinteästi kuvasi kohdetta. Tässä osuudessa käytettiin puolilähikuvaa tai puolikuvaa riippuen tilasta. Käytännön osuudessa kuvattiin joko pelkällä Sonyllä tai kummallakin käytössä olevalla kameralla. Jos käytettiin kumpaakin kameraa, oli Canon kolmijalalla kuvaamassa yleiskuvaa. Sonyllä kuvattiin toimintaa tarkemmin, ja silloin käytettiin hyvin vaihtelevasti kuvakokoja. (Vanha.edu.utu.fi 2011)

4.2.2 Pannaus

Pannaus tarkoittaa kuvan sivuttaisliikettä. Se voi olla kameran suoraa sivuttaisliikettä tai kolmijalan päällä olevan kameran keskipisteen ympäri pyörivää liikettä. Pannaus toimii kuvausena hyvin monissa eri tilanteissa, ja se saa kuvan näyttämään paljon ammattimaisemmalta. Pannausta käytettiin lähinnä lähikuvissa ja tuomaan vaihtelua muuten tasaiseen kuvaustyyliin.

4.2.3 Zoomaus

Tarkoittaa kameran optiikan polttovälin muuttamista pienemmäksi tai isommaksi kesken kuvauksen, jolloin kuva lähenee tai loittonee kohteesta. Niin kuin pannausta voidaan tätäkin käyttää tuomaan vaihtelevuutta ja tietynlaista efektiä kuvaan. Zoomausta käytettiin hyvin vähän tässä projektissa, koska sen käyttöä ei suunniteltu ja sen sopivuutta epäiltiin tämän kaltaiseen projektiin.

4.3 FCPS ja siihen kuuluvat ohjelmat

FCPS sisältää useita ohjelmia, joista pää ohjelmana ja niin sanottuna keskipisteenä toimii FCP, jolla voi suorittaa lähes koko editoinnin alusta loppuun jos

näin haluaa. Lisäksi on ohjelmia, joilla voi toteuttaa tietynosion kattavia toimintoja tarkemmin ja paremmin kuin itse FCP:ssä pystyy. Näihin ohjelmiin lukeutuu Color, Compressor ja monta muuta ohjelmaa, mutta tässä projektissa käytettiin vain kahta ennalta mainittua.

4.3.1 FCP

FCP:ssä suoritetaan videopätkien asettelu, videopätkien valikointi, leikkaus ja äänien synkronointi. Toisin sanoen kaikki editoinnin primääri vaiheet suoritetaan tällä ohjelmalla. Tätä ohjelmaa käytettiin suorittamaan kaikki edellä mainitut tehtävät kaikkiin videoihin.

4.3.2 Color

Color on tarkoitettu värimaailman säätöihin ainoastaan, sillä voidaan korjata värimaailmaa oikeaksi tai tehdä värimaailmasta tietynlaista ilmettä noudattava. Tässä projektissa käytettiin Coloria kaikissa videoissa, kuvauspaikalla tehtyjen virheiden korjaamiseen ja projektiin sopivan ilmeen luomiseksi. Tämä tehtiin siksi että saataisiin kaikki projektin videot näyttämään siltä, että ne ovat yhtä projektia ja ettei jatkuvuus rikkoutuisi.

Kun video halutaan käsitellä Colorissa laitetaan se ensin FCP:ssä valmiiksi Coloriin vientiä varten. Tässä vaiheessa leikatusta materiaalista poistetaan kaikki aspektit, jotka eivät ole Colorin ymmärrettävissä. Tämän jälkeen materiaali on valmis lähetettäväksi Coloriin ja nyt voidaan tehdä halutut muutokset värimaailmaan ja valmistella video takaisinlähetettäväksi FCP:hen.

Tässä projektissa Coloria käytettiin valkobilanssin, kontrastin ja väribilanssin korjaamiseen.

4.3.3 Compressor

Ohjelmaa käytetään kuvaformaattien pakkaamiseen levitysformaatteja varten, ja kuvaformaattien muuntamiseen editointia varten. Tätä ohjelmaa käytettiin kuvausformaattien muuntamisessa samankaltaisiksi editoinnissa ja tuotteen valmistuessa pakkaukseen. Tämän projektin videot menevät internetlevitykseen ja niitä aiotaan myös presentoida erilaisissa tilaisuuksissa joko näytöltä tai projektorilta. Tämän takia piti tuoda ulos erilaisia formaatteja, jotka toimivat halutussa levityskanavassa mahdollisimman hyvin.

Compressorin tuodaan video tiedostoja, joko ihan alussa projektia tai ihan lopussa projektia. Alussa projektia tuodut videot ovat formaatti ongelmista kärsivät klipit, joihin tarvitaan muutoksia editoinnin helpottamiseksi. Projektin lopussa viedään lähes valmis tuote Compressorin, jossa se pakataan haluttuun muotoon.

Tätä projektia varten muutettiin kaikki Canonilla kuvatut 1920 x 1080 resoluutioidet h.264 formaatin videot vastaamaan Sonyn kuvaamaa 1440 x 1080 resoluutioista HDV 1080i50 formaattia.

Videoiden valmistuessa kaikki nettilevitykseen menevät videot pakattiin h.264 800Kbps formaattiin, joka säilyttää riittävän kuvan laadun ja muuttuu huomattavasti pienempi kokoiseksi, jolloin se on helposti ladattavissa netistä.

DVD levitykseen menneet videot pakattiin MPEG 2 formaattiin. Mahdollisimman korkealla tarkkuudella, koska normaalisti DVD:lle saattaa tulla jopa 150 minuuttia videota, kun tässä projektissa tarvitaan tilaa pelkästään noin kymmenelle minuutille, joten ei tarvitse pelätä korkea laatuisten videon vievän kaikkea tilaa levyiltä. (Lynda.com 2011. Compressor 3.5 Essential Training)

4.4 Editointitekniikat

Editointitekniikoihin lukeutuu videopätkien valikointi, leikkaus, äänen synkronointi, äänen korjaus ja koostaminen. Näiden tehtävien suorittaminen on pa-

kollista, jos haluaa saada kunnollisen tuotteen ulos editoinnista ja valmiiksi näyttöä varten.

4.4.1 Video pätkien valikointi

Jokaisessa videossa tulisi olla jonkinlainen juoni, jota video seuraa, ja näissä videoissa käytettiin siihen haastatteluosuutta ja sen aikana kuuluvaa monologia. Tämän monologin kulun mukaisesti valitaan ja leikataan sopivat pätkät videoista ja koostetaan ne sopivaksi paketiksi tukemaan haastattelussa saatua monologia. Näin saadaan mahdollisimman hyvin rytmitettyä visuaalinen ja audio puoli yhteen, ja samalla saadaan yhdistettyä monologissa kuuluva sanoma samankaltaiseen kuvattuun visuaaliseen tapahtumaan. Kun materiaali oli kuvattu noin tunnin verran jokaisesta henkilöstä ja monologit olivat noin 10 minuuttia varmistettiin siitä, että kuvattua materiaalia riittää leikattavaksi ja valikoitavaksi riittävästi näihin 2 - 3 minuutin mittaisiin videoihin.

4.4.2 Leikkaus

Leikkaus tehtiin FCP:ssä käyttämällä razor blade toolia. Leikkaus tehtiin kuvastamaan videon ”juonta”, eli pätkät leikattiin sopimaan haastattelun monologisiin mahdollisimman hyvin. Tämä tehdään, jotta videon rytmi olisi silmän ja korvan välillä miellyttävässä harmoniassa. Kun tämä harmonia toteutuu äänen ja kuvan leikkauksen ansiosta, videon katselu on häiriötöntä ja mieluisaa.

4.4.3 Äänen synkronointi ja korjaus

Ääni on hyvin tärkeä osa tätä videosarjaa, koska suurin osa informaatiosta tulee sitä kautta, silloin sen pitää myös toimia vaaditulla tasolla. Mahdolliset häiriöt mitä on aiheutunut nauhoitus tilanteessa olisi hyvä saada pois ääniraidasta ja ääntä on muutenkin hyvä säätää, jotta se saadaan mieluisan kuuloiseksi. Äänen säädössä piti poistaa lievää kohinaa ja tehdä siitä sen kuuloinen, että haas-

tateltava puhuu juuri sille henkilölle kuka tahansa videota sillä hetkellä seuraa. Äänien säätöön käytettiin Adoben Soundbooth ohjelmaa, koska se oli ennalta tuttu ohjelma ja kaikki tiedostot olivat formaatissa, jossa niitä oli helppo siirrellä eri ohjelmien välillä. Tässä tapauksessa työjärjestys oli seuraava: tiedosto -> Soundbooth -> korjattu tiedosto -> FCP.

Sitten kun oli korjatut tiedostot käytössä ja voitiin siirtyä seuraavaan osioon, joka on äänen synkronointi videon kanssa. Tämä työvaihe tapahtuu kokonaan FCP:ssä jossa katsotaan että videolla tapahtuva liike vastaa ääniraidan ääniä. Ääniraidan ollessa yhdenkin freimin edellä tai jäljessä sen huomaa, ja se on hyvin häiritsevää, joten tämä vaihe suoritettiin huolellisesti.

Soundboothissa tehtiin ääniraidoille häiriön poistoa, jossa tarkoituksena oli putsata ääniraidasta ylimääräinen kohina ja taustamelu pois. Putsauksen jälkeen ääniraitaa masteroitiin, eli ääniraidalla kuuluva puhe säädettiin tasoitansa mukavammaksi kuunneltavaksi.

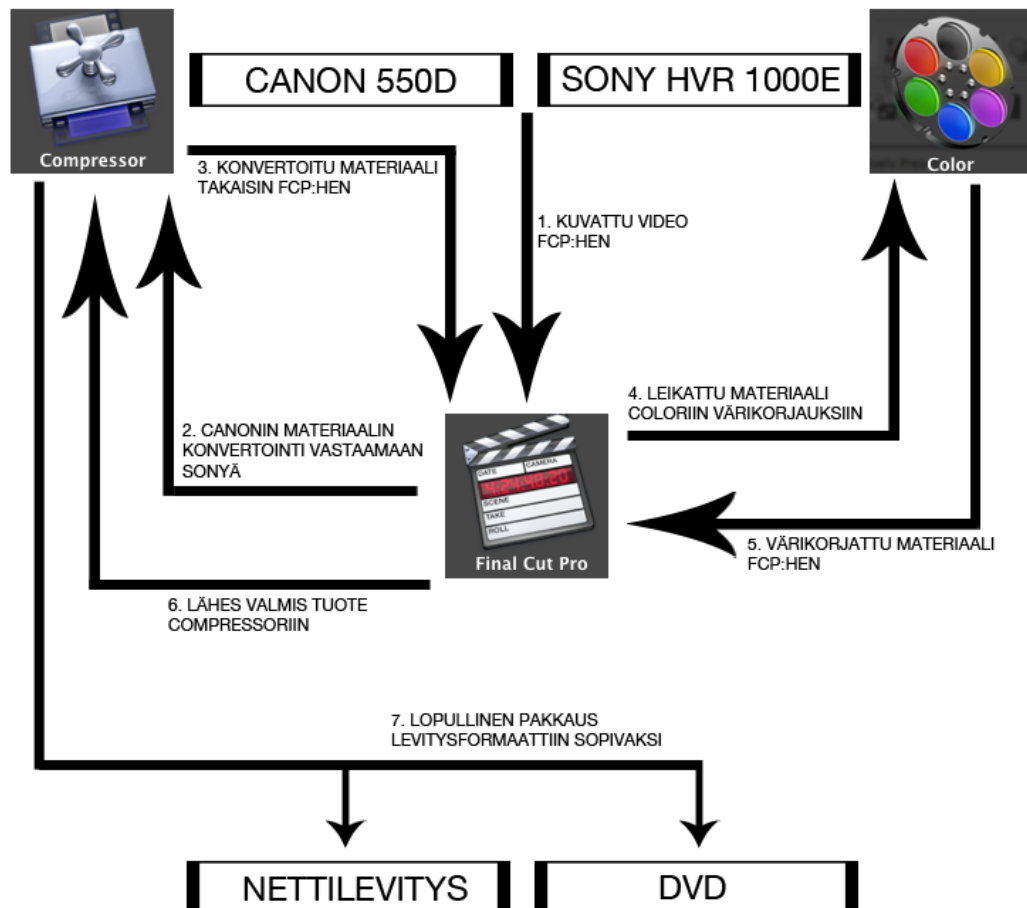
4.4.4 Koostaminen

Kun videot ja äänet ovat tehneet omat silmukkansa eri ohjelmien kautta ja tulleet takaisin FCP:hen on tuote lähes valmis. Koostaminen on projektin viimeinen vaihe, jossa valmis tuote pakataan haluttuun formaattiin levityskanavaa varten. Tässä projektissa oli kaksi levityskanavaa internet ja DVD. Internetlevitykseen videon koostaminen on helpompaa, koska siinä ei tehdä muuta kuin pakata video sopivaan formaattiin internet katselua varten. DVD levitystä käytetään presentointimedioiden, kuten näyttöjen ja projektoreiden kanssa. Tässä tapauksessa DVD:lle luotiin hyvin riisuttu ja mutkaton valikko, jotta presentointi olisi helpompaa ja videot saatiin otsikoitua.

4.4.5 Työjärjestys

Kuten aikaisemmissa luvuissa ollaan kerrottu täytyy asiat tehdä tietyssä järjestyksessä. Kun käytössä on useita eri ohjelmia voi jonkin työvaiheen teko vää-

rään aikaan tuottaa odottamattomia vaikeuksia. Työvaiheet ja niiden järjestys FCP:n ollessa keskipiste täytyy tiedostoja lähetellä ulos ja sisään FCP:stä kunnes tarvittavat tehtävät on toteutettu. (Kuva 2) Tässä projektissa käytettiin mahdollisimman helppoa työskentelyjärjestystä.



Kuva 2. Työvaiheet FCPS:ssä

5 TOTEUTUS JA TULOKSET

Organisoinnin toteutus onnistui hyvin, sillä kaikki tarvittavat henkilöt saatiin kuvattua asetetun määräajan sisällä, vaikkakin yhden henkilön tapauksessa haastattelulle sopivaa rakoa oli vaikea löytää. Organisoinnin välineinä toimineet kalenteri, sähköposti ja puhelin havaittiin hyödyllisiksi ja muuta ei tarvittu tai jääty kaipaamaan. Tuloksena oli aikataulussa valmistuneet kuvaukset kaikista henkilöistä, editoinnin aikataulu pysyi myös annettujen rajojen sisällä ja kaikki saatiin toteutettua määräajassa.

Asiasisältö suunnittelu toteutettiin perinteisellä palaverilla ja siellä määritettyjä tavoitteita tarkennettiin myöhemmin sähköpostitse tai puhelimitse, vaikkakin hyvin väljästi. Suunnittelun vaiheina oli aluksi videon teema, ja sen määrittämisen jälkeen videolle tarvittavien henkilöiden kartoitus. Tämän jälkeen mietittiin videolle tyylillistä suuntausta ja miten se sopisi Porvoon matkailumainontaan.

Tekninen suunnittelu toteutettiin paikanpäällä videossa esiintyneiden henkilöiden työpaikoilla käydyn tapaamisen aikana, jossa käytiin läpi videon mahdollisuudet. Tekninen suunnittelu ja tarvittavan kaluston kartoitus tuli projektin toteuttajan puolesta paikanpäällä nähdyn alueen mukaisesti. Suunnittelun tulokset auttoivat videoiden kuvauksessa, vaikkakin osassa kuvaus paikoista esiintyi ongelmia, joko riittämättömän kaluston puolesta tai esim. rikkoutuneen lampun johdosta.

Kuvaaminen toteutui hyvin muutamaa ongelmaa lukuun ottamatta. Näihin ongelmiin kuului Canonin itsensä sammuttaminen aika ajoin, ja Canonin maksimi kuvauspituus joka oli 8 GB:n muistikortille 26 min. Toinen suurempi ongelma oli kahden kameran tuottamat formaatti erot, jotka vaikuttavat myöhemmässä vaiheessa jälkituotantoon. Kuvaus toteutuksessa oli muutama tila missä ei ollut riittävästi valoa ja myöskään sen lisääminen erillisellä 800 W:n lampulla ei ollut mahdollista, joka tuotti muutaman ongelma tilanteen lisää. Kaiken raakamateriaalin seasta löytyy kumminkin hyvää kuvamateriaalia, vaikkakin muutamia on-

gelmia oli toteutus vaiheessa. Tämä takaa videoihin riittävän pohjan tehdä hyviä 2 - 3 minuutin pätkiä.

Jälkituotannon toteutuksessa oli vaikeinta opetella uudet editointiohjelmat riittävän hyvin kunnon materiaalin tuottamiseen. Compressor ja Color olivat täysin uusia ohjelmia ja ensimmäistä kertaa käytössä tässä projektissa. Jälkituotannon jälkeen voidaan kuitenkin sanoa, että on opittu uutta. FCP taas oli ennestään tuttu ja sen käytössä ei ilmennyt ongelmia. Jälkituotannon tuloksena tuli ulos kolme videota, joissa oli kaikki tarvittavat muutokset. Videot olivat hyvin rytmittetyjä, ääni toimi ja niitä oli miellyttävä katsella.

6 YHTEENVETO

6.1 Tavoitteet

Tavoitteena oli tehdä ammattitasoinen mainosvideo Porvoon kaupungille, joka auttaisi Porvoota tavoittamaan mahdollisia matkailijoita. Tämä projekti oli hyvin laaja käytännön tehtävien puolesta, ja tavoitteena olikin oppia uutta asiakasläheisestä työskentelystä, kuvaamisesta, jälkikäsittelystä ja yleisesti freelancekuvaajaan ammattiin liittyvistä velvollisuuksista ja vapauksista. Projektin aikana haluttiin tavoittaa myös uusia kontakteja ja turvata mahdollista tulevaisuutta alalla.

6.2 Arviointi

Kaiken kaikkiaan projekti onnistui hyvin, vaikka se oli laaja ja haastava varsinkin aikataulullisesti. Projektissa oli useita eri vaiheita, joihin lukeutuivat organisointi, suunnittelu, kuvaus ja jälkituotanto. Kaikki edellä mainitut osa-alueet onnistuivat yleisellä tasolla hyvin, mutta aihealueisiin syvenyttäessä löytyi niistä ongelmakohtia.

6.2.1 Organisoinnin arviointi

Organisointivaiheessa suurin ongelma oli löytää videossa esiintyvien henkilöiden kanssa sopiva aika kuvata, mutta onneksi kaikki ajat saatiin järjestettyä kaikkien kuvaamisen osalta. Kaiken kaikkiaan organisointi onnistui hyvin, koska aikatauluissa pysyttiin ja käytännön työt saatiin tehtyä.

6.2.2 Suunnittelun arviointi

Luova suunnitteluvaihe jäi valitettavan lyhyeksi, vaikkakin aikataulun kannalta näin oli hyvä. Tekninen suunnittelu toteutettiin suurimmaksi osaksi vasta kuvaus paikalla, kun nähtiin, minkälaisessa ympäristössä kuvattiin. Se vaikutti osassa kuvaustilanteista ja tuotti kuvattuun materiaaliin pieniä virhesäätöjä. Luova ja tekninen suunnittelu jäivät kummatkin siis hieman vajaiksi, mikä vaikutti osittain kuvanlaatuun, vaikkakin positiivisesti ajatellen kaikki materiaali saatiin kuvattua ja tarvittava korjaukset virheiden osalta voidaan tehdä jälkikäsitellyssä.

6.2.3 Kuvauksen arviointi

Kuvaus oli alkuasetelmassa vahvin osa-alue, ja se osoittautui myös mukavimmaksi osuudeksi. Kuvattaessa kolmijalalta kaikki onnistui loistavasti kuvan sijoittelun suhteen, mutta kolmijalkakamerana käytettiin Canonia, joka jostain tietämättömästä syystä sammutti kuvauksen automaattisesti aina välillä. Olkapääkamerana oli Sony, jolla kuvaus oli suhteellisen vaivatonta, vaikkakin jotkin kuvaustekniikat, kuten pannaus, eivät onnistuneet täysin oppikirjamallisesti joka kerta. Lisävalojen käyttö vaihtelevissa paikoissa toi haastetta eikä aina onnistunut toivotulla tavalla. Loppujen lopuksi kuvaus oli miellyttävän osuus, se onnistui lähes suunnitellusti ja saatiin hyvä lopputulos.

6.2.4 Jälkituotannon arviointi

Jälkituotannossa oli eniten uutta asiaa, ja siksi katsottiinkin paljon tutoriaaleja jälkikäsitellyssä tarvittavista ohjelmista. Tämä oli myös opetuksellisesti antoisin osuus. Jälkituotannossa oli jatkuvia pieniä haasteita, jotka lähinnä johtuivat siitä, ettei hallittu käytettäviä ohjelmia kunnolla. Projekti kumminkin saatiin loppuun, ja materiaali näytti ja kuulosti hyvältä, joten tämäkin osio onnistui hyvin.

6.3 Kehittämisehdotukset

Kommunikaatio voisi sujua hieman paremmin, ja suunnitteluun voisi varata muutamia tunteja lisää. Kun kommunikaatio on minimaalista projektin aikana voi tulla sellainen olo, että tekee projektia yksinään, mikä oli osittain totta tässä tapauksessa. Porvoon matkailutoimisto oli kumminkin tämän projektin toimeksiantaja, ja se olisi voinut huomioida välillä paremmin tekijää ja mahdollisesti kysyä, missä projektin vaiheessa mennään. Näin olisi päästy yksipuoleisesta kommunikaatiosta ja valettua tekijälle mahdollisesti lisää motivaatiota työn tekoon, koska olisi tiedetty, että työtä odotetaan ja halutaan nähdä valmiita tuotteita.

Suunnittelun vähyyks oli osittain harmillista näin jälkeenpäin katsottuna. Suunnitteluun olisi voinut panostaa lisää, ja näin olisi ollut selkeämmät rajat projektin toteutuksessa. Tässä projektissa suunniteltiin aluksi pääteemat noin kahden tunnin palaverin aikana, ja sen jälkeen lähdettiin toteutukseen. Tietysti suunnittelua tapahtui myöhemmissäkin vaiheissa, mutta se oli kaikki tekijän vastuulla.

LÄHTEET

Anttila, M. & Iltanen, K. 2004. Markkinointi, Porvoo: WS Bookwell Oy.

Afterdawn. Sanasto resoluutio. Viitattu 1.11.2011
<http://fin.afterdawn.com/sanasto/selitys.cfm/resoluutio>

Lynda.com 2011. Color1.5 Essential Training. 2.11.2011 <http://www.lynda.com/Color-1-5-tutorials/essential-training/51607-2.html>

Lynda.com 2011. Compressor 3.5 Essential Training. Viitattu 8.11.2011
<http://www.lynda.com/Compressor-3-tutorials/5-essential-training/54998-2.html>

Tietokoneopas. Sanasto Resoluutio. Viitattu 1.11.2011
<http://www.tietokoneopas.com/sanasto/resoluutio/>

Vanha.edu.utu.fi. Videokuvauksen kuvakoot. Viitattu 7.11.2011
<http://vanha.edu.utu.fi/tokl/tata/kuvataide/videokuvaus/kuvakoot.htm>

