

POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU  
Viestinnän koulutusohjelma

Akseli Saikkonen

ÄÄNELLISET MUUTOKSET KUVASSA

Opinnäytetyö  
Tammikuu 2013



NORTH KARELIA  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**Opinnäytetyö**  
**Tammikuu 2013**  
**Viestinnän koulutusohjelma**  
Länsikatu 15  
80110 Joensuu  
p. 050 311 6310

**Tekijä**  
Akseli Saikkonen

**Nimi**  
Äänelliset muutokset kuvassa

**Tiivistelmä**

Opinnäytetyö tutkii äänen vaikutusta kuulijassa sekä mitä elementtejä ääntä suunnitella on otettava huomioon. Tutkimuksessa tarkastellaan sitä, kuinka erilaiset äänet muuttavat saman kuvan tulkintaa.

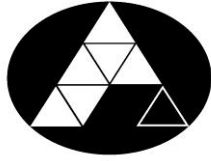
Tutkimuksessa selvitetään pienen koeryhmän avulla, mitä yksittäinen äänielementti voi kuulijassa aiheuttaa, mihin tunteeseen kokija äänen yhdistää ja miten se vaikuttaa kokemuksen tulkintaan. Tutkimusaineisto muodostuu haastatteluista, kirjallisuudesta sekä koetilanteessa kerätystä materiaalista. Työn teoriaosassa kerrotaan tutkimusmenetelmästä ja siitä, millaisia vaikutuksia äänellä on kuulijaan. Analyysissä perehdytään siihen, kuinka koehenkilöt kokivat erilaiset teokset ja mitä mielikuvia heille niistä syntyi.

Ihmiset kiinnittävät huomiota visuaaliseen puoleen ja kokevat äänen niin sanotusti itsestäänselvyytenä. Ääni on tästä huolimatta voimakas tunteiden luoja, sitä ei pelkästään kuulla vaan se myös tunnetaan ja aistitaan. Musiikilla ja äänen muutoksilla saadaan katsoja kokemaan ennestään tuttu kuva uudella tavalla.

**Kieli**  
suomi

Sivuja 34  
Liitteet 1  
Liitesivumäärä 1

**Avainsanat**  
mainos, kvalitatiivinen tutkimus, tunne, äänisuunnittelu



NORTH KARELIA  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**THESIS**  
**January 2013**  
**Degree programme in Communication**  
Länsikatu 15  
FIN 80100 JOENSUU  
FINLAND  
Tel. + 358 50 311 6310

Author  
Akseli Saikkonen

Title  
Audio Changes in the picture

#### Abstract

This thesis analyses which sound elements should be taken into account in making a video, as well as how sound elements impact on a viewer or listener. In the research I will examine how different kinds of voices affect in the same video.

The research examines how the same video is perceived with a different soundtrack. How does a specific sound element influence the mind of a viewer? My research material consists of interviews, literature and observations in research situations. The theoretical part gives examples and describes how to improve the effect of sound in human beings. This research analyses how the test crew experienced different works. What kind of impressions they made and what kind of results I gained.

People mostly notice the visual side of the video first and usually take the sound for granted. Sound and voice in general is a strong creator for emotions: we can hear, feel and sense sound. By varying the sound, a picture can have many different meanings.

Language  
Finnish

Pages 34  
Appendices 1  
Pages of Appendices 1

Keywords  
commercial, qualitative research, feel, sound design

# Sisältö

1 Johdanto.....	5
1.1 Opinnäytetyön tavoite .....	5
1.2 Toteutus.....	6
2 Musiikki kuvassa .....	7
2.1 Musiikki ihmismielessä .....	7
2.2 Musiikki taidemuotona .....	9
2.3 Musiikin tehtävä .....	10
3 Puhe ja tehosteet .....	11
3.1 Puhe.....	11
3.2 Tehosteet.....	12
4 Äänisiirtymät sekä äänenrajaus .....	13
4.1 Äänelliset siirtymät.....	13
4.2 Äänen rajaus.....	13
5 Perspektiivi ja jatkuvuus.....	14
5.1 Äänilähteen etäisyys.....	14
5.3 Äänen jatkuvuus .....	15
6 Äänellinen huomiopiste.....	16
6.1 Huomiopisteen vaikutus katsojaan .....	16
6.2 Katsojan ohjaus .....	17
7 Tutkimus.....	17
7.1 Tutkimusongelman kartoitus.....	17
7.2 Laadullinen tutkimus .....	19
8 Tutkimusprosessi .....	20
8.1 Tutkimustyö.....	20
8.2 Työn eteneminen .....	21
8.3 Tutkimustilanne.....	23
9 Tutkimuksen tulokset .....	25
9.1 Yleistä .....	25
9.2 Kuinka ääni koettiin.....	25
9.3 Yhteenvedo.....	29
10 Pohdinta .....	31
10.1 Työn aloitus .....	31
10.2 Toteutus .....	32
10.3 Tutkimus .....	33
Lähteet .....	35

## Liitteet

Liite 1            Tutkimuksen viitteelliset kysymykset

# 1 Johdanto

## 1.1 Opinnäytetyön tavoite

Opinnäytetyössäni tutkin sitä, kuinka äänen muutokset vaikuttavat katsojaan. Äänen avulla voi herättää suuria tunteita ja lisäksi muuttaa asioiden merkitystä. Ääni ymmärretään usein kuvaan kuuluvaksi ja ääntä muuttamalla saadaan rikkautta sekä elävyyttä kokemukseen. Musiikilla ja äänitehosteilla luodaan syvyyttä sekä tuodaan lisää elementtejä mukaan tarinaan. Näillä saadaan teoksen kokijalle luotua uusia mielikuvia sekä asiayhteyksiä, joita kuva ei itsessään luo. Äänen vaikutus tunnelman luojana on joissain tilanteissa jopa tärkeämpää kuin kuvan. Kuulemisen lisäksi ääni tunnetaan esimerkiksi väreilynä ja sillä saadaan aikaan vahvoja tuntemuksia. Etenkin nykyään surround-järjestelmien yleistyessä äänen vaikutus on lisääntynyt merkittävästi katsomiskokemuksessa.

”Ääni on luonteeltaan aalltoliikettä eli edestakaista säännöllistä värähtelyä, joka syntyy värähtelevän kappaleen vaikutuksesta ja joka voi edetä erilaisissa väliaineissa” (Laaksonen 2006, 4–5).

Työni tavoitteena on selvittää, millaisena katsoja/kuuntelija kokee saman kuvan erilaisella äänimaisemalla toteutettuna. Ihmisille syntyy vahvoja mielikuvia erilaisista äänistä, joita he liittävät aikaisempiin kokemuksiinsa. Tällöin ääni on helpommin ymmärrettävissä. Kokemuksen perusteella luodaan mielikuvia sekä konteksteja, jotka ohjaavat sitä, kuinka henkilö kokemuksen tulkitsee. Tutkimuksessa koeryhmä näki kolme videoa, joissa on tismalleen sama kuva, mutta äänellisesti ne eroavat toisistaan. Katsoja kokee visuaalisesti saman kuvan, joka eroaa pelkästään äänellisesti. Tavoitteena on tutkia, miten kuva mielletään äänimaailman muutosten takia sekä miten eri tavalla teos koetaan ja mitä lisäinformaatio siinä ilmenee. Tutkimuksessa keskitytään siihen, miten katsoja kokee äänellisesti erilaiset versiot.

Ihmisille syntyy mielikuvia siitä, mihin aiemmin koettuun muistoon he kuulemansa yhdistävät. Havaittuja tapahtumia yhdistetään jo ennalta koettuihin ja niiden avulla muodostetaan mielikuvia siitä, mitä nähdään ja kuullaan. Ihmismieli pyrkii kielellistämään kuulemansa. Eri kulttuurien ja ikäpolvien muodostamat mielikuvat poikkeavat toisistaan. Katsoja yhdistää aina tietyn äänen johonkin jo ennalta kokemaansa, näin ollen äänistä tulee tuttuja ja ne luovat mielikuvia jostain jo aikaisemmin koetusta.

Kuvallisesti opinnäytetyössäni käyttämä teos on yksinkertainen, ettei se vie huomiota pois äänestä liikaa. Kuvallinen tarina ei voi olla tässä tapauksessa katsojalle liian vaikeasti ymmärrettävä. Tutkimuksessa käytetään lyhyttä televisiomainosta. Äänellä pystytään kertomaan erittäin paljon asioita, joita kuvassa ei sillä hetkellä näy. Yksinkertaisen kuvan ansiosta pystytään keskittymään myös paremmin olennaiseen tutkimuskohteeseen, joka tässä tapauksessa on ääni ja mitä äänellä voidaan saada aikaan.

## **1.2 Toteutus**

Tutkimuksessa teokset esitettiin koeryhmälle. Tutkimustilanne tallennettiin kuvaamalla ja äänittämällä. Tutkimukseen osallistuvat katsoivat teokset. Teosten näkemisen jälkeen heille esitettiin kysymyksiä siitä, millaisia tuntemuksia teos heissä herätti. Koehenkilöillä oli myös mahdollisuus vastata erilliselle kysymyslomakkeelle. Tutkimukseen osallistuvat henkilöt kommentoivat nauhurille havaintoja tutkimuksen aikana. Haastatteluja tehdessä avoin kommentointi sekä niiden perusteella tehdyt tarkentavat kysymykset toivat parhaita tuloksia. Haastattelu mahdollisti tarkkojen tutkimustulosten saamisen, sillä siinä pystyi syventymään vastauksiin, sekä kysymään tarkentavia kysymyksiä. Monessa haastattelussa vasta tarkentavat kysymykset toivat oikeat vastaukset esiin.

Tarkoituksena oli perehtyä siihen mitä, miksi ja miten ihmisille syntyy tietyt kuvat tietynlaisista äänistä. Äänen tuottama lisä kuvalle on olennainen ja sen potentiaali on tärkeä tietää sekä sitä on osattava käyttää. On mielenkiintoista selvittää juuri mistä jokin reaktio johtuu ja soveltaa sitä jo aikaisempaan tietoon.

Tutkimuksessa pyritään keskittymään tiettyihin yksityiskohtiin, koehenkilöitä ohjattiin kenttätyön aikana siten että nämä kiinnittivät huomiota oikeisiin asioihin.

Tutkimuksessa käytetty televisiomainos on hotelli Kimmelin mainos. Mainokseen suunnittelin ja äänitin kokonaan uudet taustamusiikit, taustat, tehosteet sekä puheet. Puheen sisältö ei muuttunut, mutta muuten mainoksesta tuli hyvin erilainen kuin alkuperäinen mainos. Tein mainoksesta kaksi versiota, joista valitsin toimivamman tutkimukseen. Koehenkilöt näkivät mainoksesta kolme versiota. Ensimmäisessä oli pelkkä puhe ja taustamusiikki, toisessa oli puheen ja musiikin lisäksi taustat. Kolmannessa versiossa mukaan lisättiin myös tehosteet.

## **2 Musiikki kuvassa**

### **2.1 Musiikki ihmismielessä**

”Useimmille meistä musiikki muodostaa huomattavan ja kaikin puolin miellyttävän osan elämää – eikä vaan ulkoinen musiikki jonka kuulemme korvin, vaan myös sisäinen musiikki, joka soi mielessämme” (Sacks 2008, 50–51).

Ihmisten suhtautuminen musiikkiin sekä heidän kykynsä suhtautua musiikkiin on erilaista. Osa meistä ei pysty pitämään mielessään yksinkertaisimpiakaan sävelmiä, toiset taas pystyvät kuulemaan mielessään monimutkaisia sinfonioitakin. Tätä kutsutaan sävelkorvaksi, joka etenkin ammattimuusikoilla on poikkeuksellisen hyvä. Ammattimuusikot pystyvät kuvittelemaan musiikin mielessään. Ihmisten kuulema sisäinen musiikki on rikasta ja se on vähintäänkin visuaalisten mielikuvien tasolla. Ihmisen aivot pystyvät kuvittelemaan musiikkia, vaikka eivät sitä oikeasti kuulisikaan. (Sacks 2008, 50–60.)

”Music is the most powerful and manipulative art form. It does not require translation for foreign sales; it does not require subtitles to explain itself or establishing shots to orient the listener” (Yewdall 1999, 241).

Ihmiset suhtautuvat aisteihinsa niin kuin ne olisivat itsestäänselvyyksiä. Koemme visuaalisen maailmamme täydellisenä, eli siinä tapahtuvat ärsykkeet ja elementit ovat toisiaan vastaavia sekä samanaikaisia. Emme kiinnitä huomioa siihen että yksittäinen kokemus koostuu useasta visuaalisesta elementistä. Analysoimme mielessämme erilaiset elementit, kuten esimerkiksi värit, liikkeet ja muodot, ja näiden yhteen koostamisesta meille muodostuu jokin tietty visuaalinen kuva. Musiikin tulkintaan pätevät samat lainalaisuudet kuin visuaaliseen tulkintaankin. Meidän täytyy kuulla monimutkaisia erilaisia osaluaita. Useat elementit käsittelevät havaintoja, tulkitsevat aikaa ja ääntä sekä niiden kulkua. Erilaisten musikaalisten elementtien yhdistämisen avulla meille muodostuu kokonaiskuva jostain tietyistä musikaalisista teoksista. (Sacks 2008, 123–130.)

Ihmiset ovat pyrkineet selvittämään värin suhteen musiikkiin. Newtonin mukaan spektrin seitsemän erillistä väriä vastaavat yksinkertaisella tavalla diatonisen asteikon seitsemää nuottia. Värin ja musiikin yhteys on useimmille kuitenkin vain vertauskuvallinen. Värin ja musiikin yhdistäminen on usein kuuntelijan kohdalla henkilökohtainen aistikokemus. Aistikokemukset liittyvät toisiinsa ja se pätee kuulon lisäksi muihinkin aisteihin. (Sacks 2008, 197–202.) Fysikaalisesti ääntä voidaan kuvata kolmen perusmuuttujan avulla. Näitä ovat voimakkuus, taso ja taajuus. Sointisävy on yhdistelmä, johon vaikuttavat värähtelyiden tasot ja taajudet sekä niiden keskinäiset erot. Yksinkertaisimmillaan äänen perusmuoto on siniaalto. (Laaksonen 2006, 4–5.)

Musiikin hermotiede on perustunut pitkälti hermomekanismeihin, joilla havaitsemme sävelkorkeuden, intervallit, melodiat, rytmin ja niin edelleen. Musiikin ymmärtämisen tunnepuolen tutkimus on sen sijaan jäänyt vähemmälle. Musiikki on sekä tunnepitoista että älyllistä, joten se vetoaa meidän molempiin puoliimme. Musiikkia soittaessa täytyy olla taitoa soittaa musiikkia virheettömästi, mutta tekninen taitotaso ei riitä, mikäli tunnetta puuttuu. Tämän takia teknisen tason saavuttamisen jälkeen on hyvä osata palauttaa tunne



musiikkiin. Näin musiikissa säilyy sopiva tasapaino. Ihmiset nauttivat musiikista ja toistavat kuulemaansa musiikkia virheellisesti välittämättä virheistään. Musiikin rakenteellinen ja emotionaalinen ymmärrys on tärkeää. Tunnetason alttius musiikille on monimutkainen asia, sillä siihen vaikuttavat henkilökohtaiset sekä neurologiset tekijät. (Sacks 2008, 331–340.)

## 2.2 Musiikki taidemuotona

”Musiikki on elokuvaa huomattavasti vanhempi, itsenäinen taidemuoto, jonka vaikutuksia ihmiseen on analysoitu Platonin ajoista lähtien” (Pirilä & Kivi 2010, 99–101).

Musiikki on tärkeä osa äänellistä kerrontaa, ja sitä käytettiin osana näytelmiä jo ennen kuin elokuvateollisuus syntyi. Teatterissa musiikilla on yhtä suuri merkitys kuin elokuvissakin. Näytelmät sekä elokuvat, jotka rakentuvat pitkälti musiikin varaan ovat olleet aina suosittuja, ja ne tulevat säilyttämään suosionsa tulevaisuudessakin. Musikaaleilla on ollut näyttämö- sekä elokuvataiteessa suuri rooli. Musiikin vaikutusta kuvaan ei voida aliarvioida, sillä se oli olennainen osa elokuvia jo mykkäelokuvien aikana. Mykkäelokuvissa äänityskaluston puuttuminen korvattiin musiikilla, joka voitiin lisätä kuvaan jälkeinpäin sekä soittamalla musiikkia teattereissa paikan päällä. (Pirilä & Kivi 2010, 99–160.) Etenkin 2000-luvulla elokuvamusiikin säveltäjistä on tullut todellisia suurnimiä, kuten esimerkiksi Hans Zimmer ja Danny Elfman. Säveltäjällä on suuri merkitys, sillä pelkästään kuuluisa elokuvamusiikin säveltäjä voi houkutella ihmisiä teattereihin. Musiikilla pystyy rakentamaan tiettyjä tunnetiloja sekä sen avulla pystyy myös peittämään pieniä virheitä muussa taustassa. Monesti etenkin fiktiivisiin taustoihin upotetaan tietynlaisia musiikinomaisia melodioita. Tällainen on todellinen tehokeino luoda vastaanottajalle haluttu mielikuva tapahtumista. Synkkään taustaa voi halutessa luoda surullisen melodian tapaisen äänikulun, johon voidaan yhdistää synkkä ambienssi. Tällainen keino on aina tehokas äänikerronnassa. Sama asia toimii myös iloisissa kohdissa, tosin luonnollisesti päinvastoin. Musiikin perustyyppejä hyödynnetään elokuvamusiikissa. Tämän takia on jopa mietitty, voidaanko

tietyntyyppiset musiikkityylit yhdistää tietynlaisiin tunnetiloihin esimerkiksi juuri elokuvien kautta, vai onko olemassa kaikkiin ihmisiin samalla tavoin vaikuttavia musikaalisia perustyyliä. (Äänipää 2007.)

”Ranskalainen filosofi Renè Descartes kehitti jo 1600-luvulla musiikin estetiikkaa tutkiessaan oman affektioppinsa, jonka mukaan tietyntyyppisellä musiikilla on selvästi määriteltävä ja rajattu tunneasteikkonsa. Descartesin mielestä tällaisia musiikin avulla kosketeltavia ihmisen tunne alueita ovat rakkaus, viha, ilo, suru, ihmetys ja halu.” (Pirilä & Kivi 2010, 99–101.)

### 2.3 Musiikin tehtävä

Musiikilla pystyy tukemaan draamaa sekä käännekohtia sekä se voi toimia itsenäisenä teemamusiikkina. Se on emotionaalisesti sidoksissa kuulijaan, joten siinä on paljon ominaisuuksia joita ei muilla äänillä ole. Tästä sidoksesta johtuen sillä on suuri dramaturginen arvo sekä sisältö. Tämän takia on tärkeä valita elokuvaan sopiva musiikki, jolla voidaan luoda haluttua tunnelmaa. Musiikki eroaa muista tehosteista siinä mielessä, että sitä pyritään tulkitsemaan, muita tehosteita pyritään pikemminkin ymmärtämään. Etenkin piirroselokuvissa musiikista on tehty varsinainen tehokeino, jolla alleviivataan kuvan tapahtumia. (Pirilä & Kivi 2010, 97–99.) Musiikiksi tulkittavat äänet koetaan abstrakteja tehosteita tarkemmin joten sillä on helpompi luoda tunnelmaa kuin tehosteilla (Äänipää 2007).

Elokuviissa esiintyy mood-niminen tekniikka. Se toimii kuvan tunnelman vahvistajana sekä itsenäisenä kerronnanelementtinä. Näissä tapauksissa jokin tietty korostettu musiikki on sidoksissa tiettyyn hahmoon ja näin ollen musiikki korostaa hahmoa. Esimerkkinä voi käyttää muun muassa elokuvaa *Huuliharppukostaja*, jossa päähenkilöllä on selkeästi erotettava huuliharpulla soitettu melodia. Näin toimiessa tosin on riskinä että juonen kulusta tulee ennalta arvattava, ja elokuvasta muodostuu kaavamainen. (Pirilä & Kivi 2010, 97-99.)

## 3 Puhe ja tehosteet

### 3.1 Puhe

Puhe on kerronnallisesti hyvin mielenkiintoinen elementti, siinä ajatukset ilmaistaan lauseilla jotka koostuvat sanoista, joilla on yhteisesti sovittuja merkityksiä ja eroja. Nämä merkitykset voivat vaihdella lauseyhteydestä sekä puhetilanteesta riippuen. Puhetta voidaan tarkastella monesta eri näkökulmasta: kenelle puhutaan, kuka puhuu, mitä puhuu, miten puhuu, missä puhuu sekä onko kyseessä dialogi vai monologi (Äänipää 2007). Äänessä puheen tärkein merkitys on se, että katsoja ymmärtää sitä. Vaikka puheen suoranainen merkitys kielellisesti ei paljastuisi, voi se silti olla eleellisesti ja sävyllisesti ymmärrettävää. Puheääntä on sekä kuvan ulkopuolinen että kuvassa oleva ääni. Kuvassa tapahtuva ääni eli repliikit ovat näyttelijöiden vuorosanoja. Kuvan ulkopuolisella äänellä voidaan tarkoittaa esimerkiksi kertojan ääntä tai irtorepliikejä jotka tulevat kuvan ulkopuolelta. Elokuvissa käytetään usein runsaasti puhetta, mutta liiallinen puhe voi irrottautua muusta elokuvan kerronnasta. Tästä syystä puhetta ei kannata käyttää lisäsisältönä. (Pirilä 1983, 93–96.)

Puheella ja äänenpainolla voidaan painottaa niitä asioita joita halutaan tuoda esille, sanoja painottamalla voidaan jopa muuttaa kokonaisen lauseen merkitystä. Voimakkuuden muutoksilla voidaan haastaa kuulija toimimaan. Esimerkiksi äänen hiljentämisellä voidaan korostaa asioita, herättää luottamusta tai tehdä asiasta salaperäinen. Puheen tauottamista voidaan pitää tehokeinona, jolla voidaan antaa kuulijalle aikaa ymmärtää. Merkittävän asian jälkeen tauko painottaa asiaa, jolloin kuulija ymmärtää että asia oli tärkeä. Puheen nopeutuksella saadaan muutoksia kuulijan tunteissa. Muun muassa nopeuttamalla puhetta voidaan saada aikaiseksi vaikutelma mikä kuvaa hätä tilannetta tai kiihtyneisyyttä. Puheessa nopeus, rytmi, ja intonaatio muuttuvat, ja ainoastaan ammattinäyttelijät pystyvät suorittamaan dialogejaan samalla tavalla uudestaan. (Pirilä 1983, 118–125.)

### 3.2 Tehosteet

”Tehosteiksi kutsutaan kaikkia niitä äänityksessä käytettäviä tehokeinoja, joilla ei ole suoraa yhteyttä HiFi-tyyppiseen ”äänen taltioimiseen sellaisenaan” (Laaksonen 2006, 360–361).

Tehosteet ovat hyötyääniä. Ne auttavat katsojaa ymmärtämään, ja samalla tukevat kuvassa näkyviä tapahtumia. Tehosteet jaotellaan kolmeen eri ryhmään: taustatehosteisiin, pistetehosteisiin ja erikoistehosteisiin. Tausta-ambienssia käytetään myös tehosteena, sillä usein tausta on luotu jälkeen päin ja se ei vastaa tilan oikeaa ambienssia. Tällaisella fiktiivisellä taustalla, jonka kuulija rekisteröi oikeaksi saadaan äänellisesti lisää syvyyttä. Taustatehosteiden tarkoitus on tuoda kuvaan sopiva äänellinen tapahtuma, esimerkiksi mikäli käynnissä oleva kuorma-auto näkyy taustalla on sen myös kuuluttava osana tausta ambienssia. Ristiriitojen välttämiseksi katsojan on ymmärrettävä tietty ääni kuuluvaksi tietynlaiseen kuvaan, mikäli katsojaa ei tahallisesti haluta ohjata äänellä eri suuntaan kuin kuva antaa ymmärtää. Pistetehosteilla tarkoitetaan lyhyitä ääniä, jotka tukevat kuvassa näkyviä tapahtumia. Esimerkkinä voidaan käyttää vaikka maljakon putoaminen lattialle. Kuvassa putoava maljakko hajoaa ja samalla kuuluu pirstaloitumista kuvaava ääni, tosin hieman korostetusti. Tällaisessa on kyse pistetehosteista. Pistetehosteilla on voimakas ilmaisukyky ja niiden käyttö on kannattavaa. Niiden avulla voidaan mm. siirtää huomiopistettä kuvassa sekä tehdä kuvan tapahtumista ymmärrettävämpiä. Erikoisäänitehosteilla tarkoitetaan usein musiikinomaista ja elektronisin metodein luotuja tehosteita. (Pirilä 1983, 93–96.) Erikoisäänitehosteiden ei tarvitse olla aitoja ääniä, niiden päätarkoitus on ohjata katsojaa sekä luoda haluttuja mielikuvia. Tehoste voi olla jokin erillinen äänite, mikä voidaan lisätä olemassa olevan äänen päälle. Keinotekoiset lisävaikutelmat toimivat myös tehosteina, tällaisia saadaan aikaan esimerkiksi kaikulaitteilla. Monet laitteet joita käytetään tavalliseen äänityskäyttöön toimivat myös erikoisempien äänitehosteiden teossa. (Laaksonen 2006, 360–361.)

”Tehosteäänillä tarkoitetaan ääniä jotka kuvaavat äänilähdettä mahdollisimman tunnistettavalla tai mieleentuovalla tavalla. Ihmisen kyky eritellä erilaisia ääniä ei ole kovin tarkka. Kuuleminen ja kuulohavaintojen ymmärtäminen on opittua.” (Äänipää 2007.)

## **4 Äänisiirtymät sekä äänenrajaus**

### **4.1 Äänelliset siirtymät**

Kuvien välillä voidaan siirtyä äänellisesti, tai äänellä voidaan tukea kuvan siirtymää. Kuvaan tuodaan ääntä mikä ei varsinaisesti liity jo nähtyyn kuvaan, vaan kertoo mitä tulevassa kuvassa tulee olemaan. Tämän avulla voidaan helpommin siirtyä seuraavaan kuvaan. Kuvan ulkopuolelta voi kuulua esimerkiksi jonkun sellaisen ihmisen puhetta, joka ei vielä kuvassa ole. Kuvan vaihtuessa henkilöön katsoja tietää jo tämän olevan kohtauksessa läsnä. Henkilö voi olla jo aikaisemmin katsojan tiedossa. Näin katsoja voi ennakoida, kuka kuvaan tulee. Sama toimii myös taustan muutoksissa. Mikäli äänellinen tausta alkaa muuttua, voi katsoja alkaa ennakoida erilaiseen kuvaan siirtymistä. (Pirilä 1983, 93–96.)

### **4.2 Äänen rajaus**

Ääni luo elokuvaan tunnelmaa, joten sitä on osattava rajata oikein. Kuvaan kuulumattomat äänet, jotka haittaavat katsomiskokemusta sekä vievät huomiota tarinasta ovat kerronnan kannalta tarpeettomia, ja ne on syytä rajata pois. Ääni on kuvaa monikerroksisempaa ja sen on oltava oikeassa perspektiivissä kuvassa näkyvien tapahtumien kanssa. Kuvarajauksen ulkopuolisilla äänillä voidaan laajentaa kerrontaa ja tuoda lisää ulottuvuutta. Kuvan ulkopuolisia ääniä tosin on syytä käyttää harkitusti, ettei huomiopiste kiinnity liikaa epäolennaisiin asioihin. Äänellä pystytään luomaan mielikuvia esimerkiksi siitä,

missä lokaatiossa kuva on. Mikäli kuvassa ei näy valtatieä mutta sen pystyy kuulemaan äänimaisemassa, voi katsoja siitä huolimatta ymmärtää että tapahtumat sijoittuvat valtatieen läheisyyteen. Äänen oikea käyttö tuo lisää kerronnallisuutta ja helpottaa katsojaa kuvan ymmärryksessä. (Pirilä 1983, 93–96.)

## 5 Perspektiivi ja jatkuvuus

### 5.1 Äänilähteen etäisyys

Ääniperspektiivillä tarkoitetaan äänilähteen ja kuuntelukohdan välistä etäisyyttä. Perspektiivin muutokset vaikuttavat äänen voimakkuuteen, mutta myös äänen rakenne ja muoto muuttuvat, vaikka akustinen tila pysyisi ulkonaisesti samana. Puhe kuultuna puolen metrin etäisyydeltä on olennaisesti erilaista kuin kymmenen metrin etäisyydeltä. Matkan muuttuessa puheen rakenteesta ja muodosta tulee erilaiset. (Pirilä 1983, 118–125.)

”Kokemustemme perusteella pystymme suhteellisen tarkasti arvioimaan äänilähteen etäisyyden” (Pirilä 1983, 118–119).

Etäisyyden perusteella ääni voidaan jakaa lähiaäneen, normaaliääneen ja yleisääneen. Yleisääni on näistä laajin. Lähiaäni luonnollisesti on sitä, että kuvassa oleva äänilähde on lähellä. Tällöin äänen on syytä olla kanssa tiivistä ja tultava läheltä, näin kuvan ja äänen synkronin saa toimimaan. Kokokuvissa esiintyvän äänen täytyy olla sopivassa perspektiivissä äänilähteestä katsottuna, tässä tilanteessa on kyse niin sanotusta normaaliäänestä. Yleisnäkyä kuvaava laaja ääni luetaan yleisääneksi. Kuvakokojen muutoksien lisäksi ääniperspektiivin on tuettava kuvan sisällä tapahtuvia muutoksia äänilähteiden etäisyyksien muuttuessa. Perspektiivillä kuvaan saadaan äänellisesti oikea syvyysvaikutelma. Väärin rakennettuna ääniperspektiivi koetaan virheenä, mikä

rikkoo kokonaisvaikutelman. Tiedostettu perspektiivin väärinkäyttö on tosin sallittua, mikäli katsoja tiedostaa sen muutoin kuvaan sidotuksi. Musiikki ja selostus ovat riippumattomampia perspektiivistään kuin kuvassa näkyvät äänilähteet. (Pirilä 1983, 118–125.)

”Äänitehosteita käytettäessä usein unohdetaan ääniperspektiivin jatkuvuus. Mikäli kuvassa näkyy jokin yksittäinen äänilähde, mutta sen etäisyys muuttuu kuvakoon tai sen oman liikkeen vuoksi, täytyisi sen tuottaman äänenkin muuttua samassa suhteessa. Äänellisesti tällaisten pienten yksityiskohtien virheellisyys on väljempää kuin kuvallisesti, mutta oikein toteutettuna ne lisäävät teoksen laatua sekä taiteellista tasoa. Katsoja ei yleensä huomaa näitä puutteita virheiksi, vaan tyytyy näkemäänsä ja kuulemaansa.” (Pirilä 1983, 118–119.)

### 5.3 Äänen jatkuvuus

Äänellisessä kerronnassa on vallittava tietty jatkuvuus, ja tietyn teoksen äänellisen kerronta on sovittava yhtenäisesti teoksen kokonaisuuteen. Äänellinen kerronta on tosin sallivampaa kuin kuvallinen kerronta. Äänenkäytön laiminlyöntiä on pyrittävä välttämään, sillä katsoja ymmärtää sen virheenä ja se taas laskee teoksen tasoa. Ääni on usein sidoksissa kuvakerrontaan ja valitettavan usein äänestä tulee tasapaksua. Ääntä rakennetaan usein siten, että se olisi kuvan kanssa rakenteellisesti ja muodollisesti yhtenevä. (Pirilä 1983, 118–125.) Äänen ei tosin aina tarvitse kulkea kuvan kanssa yhtenevästi. On teoksia joissa äänellä ja kuvalla pystytään kertomaan samanaikaisesti eriäviäkin tarinoita, tätä ilmenee erityisesti teatteriesityksissä sekä teknisesti korkeatasoisissa teoksissa. Tällainen kontrastinen esitystapa on suhteellisen haastava ja vaatii ammattitaitoista toteutusta.

Ääni on elävää ja se muuttuu tilan sekä ajan mukaan, ääni ei toista itseään samalla tavalla uudestaan. Tämän takia on hyvä saada aina kerralla mahdollisimman hyvälaatuinen sekä selkeä ääni. Ympäristö muuttuu, ja siihen vaikuttaa sään lisäksi ympäristön tapahtumat. Taustat on tärkeä saada äänitettyä yhtäjaksoisesti samalla kerralla ja samassa paikassa. (Pirilä 1983, 118–125.)

”Akustiikan on myös seurattava järkevää jatkuvuutta. Mikäli kuvassa siirrytään akustisesti eri ympäristöön, on äänen muututtava vastaamaan ympäristöä. Akustiikkaan vaikuttaa ratkaisevasti se fyysinen ympäristö, missä äänilähde on. Puhe pienessä kellarihuoneessa on toisenlaista kuin ulkona, laajalla aukealla äänitetty puhe.” (Pirilä 1983, 118–119.)

Jokaiselle ympäristölle on sille ominainen akustiikka, ja katsoja ymmärtää sen omien kokemusien perusteella luonnolliseksi (Pirilä 1983, 118–125).

## 6 Äänellinen huomiopiste

### 6.1 Huomiopisteen vaikutus katsojaan

Äänellisesti pyritään aina mahdollisimman uskottavaan lopputulokseen, mikäli ei välttämättä haluta tehdä toisin. Tämän vuoksi äänimateriaalia on aina muokattava joissain määrin, vaikka se olisi äänitetty hyvissäkin olosuhteissa. Kuvissa pyritään painottamaan jotain tiettyjä pisteitä ja äänellisesti niitä saadaan korostettua. Äänen avulla voidaan sekä vahvistaa että heikentää jotain tiettyä yksittäistä huomiopistettä. Äänellä voidaan siirtää huomiota pois siitä mikä sen kuvassa muuten vangitsisi. Katsoja esimerkiksi kiinnittää huomion siihen millä alustalla henkilö kävelee, jos askeleiden ääni muuttuu kesken kohtausten. Näin ollen voidaan viedä huomiopiste siitä minne henkilö on menossa siihen missä henkilö on menossa. (Pirilä 1983, 118–125.) Ääntä ei pysty sulkemaan kokemuksesta pois yhtä helposti kuin kuvaa. Kuvan voi sulkea laittamalla silmät kiinni. Kuulohavainto on aikaan sitoutunut ja kuuloaistimus on aina läsnäoleva. Sitä kuinka ääntä kuullaan ja tulkitaan aivoissa kutsutaan psykoakustiikaksi. Ihmiset synnyttävät äänen kuullessaan havainnon tilasta millä ei ole suoranaisia rajoja, sillä kuuuloaisti synnyttää havainnon pallomaisesta akustisesta tilasta.



## 6.2 Katsojan ohjaus

Äänellä voidaan antaa esimakua siitä minne tarinassa ollaan menossa, sekä vihjeitä siitä minne huomiopiste kannattaa suunnata. Esimerkiksi lapset leikkivät pihalla ja yhtäkkiä kuuluu laukaus nurkan takaa. Katsoja kiinnittää huomion heti siihen, mistä laukaus kuului ja kuvittelee jo valmiiksi kuvan pian siirtyvän sinne. Huomiopisteen muutoksilla saadaan aikaan vaihtelua kuvassa ja sillä voidaan elävöittää tarinaa. Esimerkkinä voidaan käyttää vaikkapa normaalia päiväkahvitilannetta. Kaksi miestä on samassa tilassa ja toinen juo kovaan ääneen kahvia. Katsoja seuraa kahvia juovaa miestä, yhtäkkiä taustalla oleva mies pudottaa kahvipannun lattialle, mikä hajoaa muodostaen kovan äänen. Katsoja siirtää huomiopisteen välittömästi taustalla olevaan mieheen ja alkaa seurata tämän toimintaa. Äänellisen huomiopisteen muutoksella saadaan kuvaan elävyyttä sekä siirrettyä katsojan huomio juuri sinne, minne se on dramaturgisesti tarinan kannalta tärkeää saada. (Pirilä 1983, 118–125.)

## 7 Tutkimus

### 7.1 Tutkimusongelman kartoitus

Tutkimusaineistoa rajattaessa on keskityttävä olennaisiin tutkimuksen kannalta tärkeisiin asioihin. Tutkimustuloksiin vaikuttavat monet seikan kuten esimerkiksi miten, missä, mitä sekä milloin tutkimus on tehty. Ympäristö missä tutkimus tehdään on pidettävä samana sekä mahdollisimman neutraalina. Tutkimusympäristöksi valitsin äänitysstudion, sillä siellä on vain vähän häiriötekijöitä ja sinne saa luotua jokaiselle tutkimukseen osallistuvalla saman, neutraalin ympäristön. Näin ympäristön vaikutusta voidaan vähentää. Neutraali

ympäristön ansiosta ymäristössä ei ole muita häiriötekijöitä, joten haastateltava pystyy paremmin keskittymään työhön.

”Tutkimusongelmaa on aina lähestyttävä järkevästi harkiten, ja verraten sitä jo olemassa olevaan tietoon” (Grönfors 1985, 40–56).

Tutkimusongelman kehittyminen ja tarkentuminen prosessin aikana on kvalitatiivisessa tutkimuksessa jo osa analyysiä. Suuri osa itse analyysistä voi tarkentua jo kenttätyön aikana. Työn ja tutkimuksen edetessä on syytä varautua siihen, että tutkimusongelma voi muuttua, etenkin kvalitatiivisessa tutkimuksessa se on enemmän sääntö kuin poikkeus. Jokainen haastattelutilanne oli yksilöllinen, sillä haastatteluun osallistuvat ihmiset suhtautuivat siihen kukin omalla tavallaan. Kenttätyömentetelmää valittaessa pyrin löytämään mahdollisimman tarkoituksenmukaisen. Mikäli tieto löytyy jo olemassa olevista lähteistä, kenttätyö ei ole tarpeellista. Suunnitelma on hyvä pitää riittävän avoimena sekä joustavana, tällöin tutkimuksesta ei tule liian kaavamainen ja säilyy parempi mahdollisuus uuden tiedon luomiseen. Tutkimuksen täytyy olla kentällä tapahtuville vaikutteille alttiina, mikä ei tietenkään tarkoita sitä ettei työhön tarvitsisi valmistautua. Valmistautumisella luodaan tietopohja tutkimukselle. Kirjallisuuteen ja julkaisuihin on syytä perehtyä ennen varsinaista tutkimusta. Suunnittelu on suoritettava huolellisesti jo olemassa olevan tiedon pohjalta. Yllättäviinkin käänteisiin on osattava varautua ja ne on osattava kääntää tutkimuksen eduksi. (Grönfors 1985, 40–56.)

Tutkimustilanne oli jokaisen koehenkilönkohdalla yksilöllinen, vaikka haastattelu tapahtuma oli samanlainen. Tilannetta sekä haastattelutapaa joutui hieman soveltamaan henkilöstä riippuen. Osa tutkimukseen osallistuvista suhtautui tilanteeseen ennakkoluuloisesti, toiset taas kertoivat ajatuksiaan avoimesti ja ennakkoluulottomasti. Jokaisen henkilön kohdalla tutkimustilanne eteni omaan suuntaansa. Niissä tuli yleisten havaintojen lisäksi myös henkilökohtaisia ajatuksia sekä tuntemuksia.

Haastattelutilanteessa ongelmaksi muodostui se, että tutkimukseen osallistujat näkivät joka kerralla saman videon. Teoksen neutseellisyys katosi. Tämä johti siihen, että koehenkilö odotti ja kuuli samoja asioita eri versioista. Tämä täytyi

ottaa huomioon tutkimustilanteessa, sekä tuloksia analysoitaessa. Koehenkilöt oli ohjattava ajattelemaan luovasti sekä tavallista ajattelutapaansa laajemmin, heidät oli saatava miettimään sekä kielellistämään ajatuksensa. Tutkimukseen osallistuva henkilö ei voinut suhtautua kokemaansa välinpitämättömästi, vaan heidät oli saatava ajattelemaan miksi ja mistä hänen heidän kokemuksensa kumpuavat.

”Luovuus on ominaisuus, joka tuottaa omaperäistä ajattelua ja toimintaa. Luovuus on kyky nähdä uusia asiayhteyksiä ja ajatuksia. Luovuus etäännyttävä tavanoimaisista ajatusradoista, luo uutta ja uudistaa.” (Vakkuri 2009, 29–30.)

## 7.2 Laadullinen tutkimus

”Laadullinen aineisto tarjoaa mahdollisuudet uuden luontiin, määrällisen aineiston tapauksessa mahdollisuutta uuden luontiin ei oikeastaan ole” (Töttö 1999, 63–66).

Määrällinen tutkimus vastaa hypoteesiin joka on muotoiltu jo valmiiksi, kun taas laadullinen aineisto puhuu tutkijalle. Laadullinen vaatii tutkijalta kykyä kuunnella tutkittavaa, tutkimusta on lähestyttävä avoimesti ja tutkittavan on annettava ilmaista ajatuksiaan avoimesti. Mikään aineisto ei puhu, jos ei rohkeasti kysy. (Töttö 1999, 63–66.) On erittäin tärkeää että tutkija kuuntelee havaintojaan ja on valmis tekemään uudenlaisia johtopäätöksiä niistä. Tutkimuksen tuottamat raakahavainnot ovat tutkimuksessa johtolankoja, eräänlaisia vastauksia ”mitä” -kysymyksiin. Näitä havaintoja tarkasti tutkittaessa suoriudutaan sekä saadaan laajempia ja yksilöllisempiä tuloksia. Tutkimuksissa voidaan käyttää erilaisia menetelmiä: havainnointi ilman osallistumista, osallistuva havainnointi, piilohavainnointi, kenttähaastattelu ja avaintiedottajan käyttö, toimintatutkimus sekä asiakirjojen käyttö. (Töttö 1999, 63–66.) Omat menetelmäni olivat lähimpänä havainnointia sekä kenttähaastattelua. Työni tutkimusmenetelmän valinta oli onnistunut, sillä sain haastateltavat itse puhumaan sekä kertomaan avoimesti kokemastaan.

Aineistoa analysoitaessa on kerättävä tietoa, joka palvelee kyseisen tutkimuksen tarkoituksella parhaalla mahdollisella tavalla. On turhaa lähteä tutkimaan sitä, mikä ei ole tutkimuksen kannalta olennaista. Mikäli kaikkia analysointimahdollisuuksia ei käytetä, siitä seuraa se että käyttökelpoista tietoa menee hukkaan. Osa aineiston analysoinnista tapahtuu jo tiedon keruun aikana. Analysoidessa kvalitatiivista aineistoa analyysi ja synteesi yhdistyvät. Analyttisen prosessin avulla aineisto puretaan käsitteelliseksi osiksi, jotka synteessin avulla kootaan uudelleen johtopäätöksiksi. Tutkimuksissa raporttien, käsitteiden, teoreettisten johtopäätösten ja siinä esitettyjen tutkimusaineistojen on muodostettava kokonaisuus, eikä se saa sisältää ristiriitaisuuksia. (Töttö 1999, 63–66.) Aineistoa läpikäydessä aineiston on annettava puhua, ja sitä ei jokaisessa tilanteessa kannata ajatella liian monimutkaisesti.

## **8 Tutkimusprosessi**

### **8.1 Tutkimustyö**

Tutkimukseeni sain käyttööni PKO:lta Sokos hotel Kimmelin mainoksen. Mainokseen päädyin siitä syystä, että saisin opinnäytetyöhöni mukaan kaupallista arvoa, josta uskon hyötyväni tulevaisuudessa. Tein mainokseen kaikki äänityöt uudestaan. Prosessina mainokseen äänen teko oli mielestäni mielenkiintoinen. Mainoksen kesto oli vain viisitoista sekuntia, joten en ollut aikaisemmin tehnyt niin lyhyeen kuvaan ääntä.

Äänisuunnittelussa lähdin perusasioista liikkeelle. Aloitin suunnittelun pohtimalla, millaiset äänet itse olisin tehnyt kyseiseen mainokseen sekä millainen äänimaailma siihen sopii. Lopullinen tuotos oli mielestäni jonkin verran nuorekkaampi kuin alkuperäinen, mutta se ei mielestäni kalpene alkuperäisen mainoksen rinnalla. Tein alustavan äänisuunnitelman, missä suunnittelin taustan ja tehosteet sekä kuinka toteutan puheen uudelleen äänityksen.

Taustan sekä tehosteiden suunnittelu luonnistui suhteellisen helposti. Äänisuunnitelman jälkeen aloin työstää musiikkia mainokseen. Musiikin teko oli työlästä, sillä en saanut aikaisekseni oikeanlaista taustamusiikkia, minkä mainos mielestäni tarvitsi. Valmiita versioita mainoksesta tein lopulta kaksi, joista valitsin paremman osaksi tutkimustani.

Suunnitelmaa tehdessäni ajattelin myös mainoksen kaupallista toimivuutta. Kyseessähän oli mainos, joten sen on toteutettava mainonnan tehtävä.

”Mainonta on tunnistettavissa olevan lähettäjän maksamaa kaupallista viestintää, jonka tavoitteena on luoda tunnettuutta, rakentaa haluttua mielikuvaa ja pyrkiä edistämään ja aikaansaamaan myyntiä” (Idman, Kämppi, Latostenmaa & Vahvaselkä 1993, 156–157).

Mainonnassa täytyy saada kuluttaja kiinnostumaan tuotteesta ja toimimaan halutulla tavalla. Joukkoviestinällä mainontaa pystyy välittämään suurellekin asiakasjoukolle. Äänellisiä ratkaisuja ei siis voi tehdä aivan mielivaltaisesti, vaan niiden on tuotava mainoksen tarinan lisäksi arvoa myös mainostettavalle tuotteelle.

## **8.2 Työn eteneminen**

Tutkimukseen tuli samasta mainoksesta kolme erilaista versioa, jotka poikkesivat toisistaan tietyn äänellisen osa-alueen muutoksilla. Kyseessä oli siis lopputulokseltaan sama mainos, mutta yhdessä niistä oli kaikki raidat käytössä ja kahdessa muussa osa ääniraidoista puuttui. Puuttuvat ääniraidan valittiin sen mukaan olivatko ne musiikki-, tehoste- vai taustaraitoja.



Kuva 1. Sokos hotel Kimmelin mainos. (Kuva: PKO.)

Ensimmäisessä versiossa oli ainoastaan puhe sekä musiikki, tässä pääpainopiste oli luonnolisesti puheella. Puheen mukana tulee infotmaatioita siitä, mitä mainostetaan ja miten. Musiikki oli yksinkertainen ja toisti samaa perusmelodiaa. Musiikin tehtävänä oli tukea puhetta sekä tuoda eloa kuvaan. Tässä ensimmäisessä versiossa mainoksen äänimaailma oli pelkistetty, ja siinä oli vain pakolliset elementit.

Toisessa versiossa mukana olivat puheen ja musiikin lisäksi taustat. Tässä vaiheessa tuli siis yksi kerronnallinen elementti lisää, ja mainos sidottiin jonnekin ympäristöön. Tausaan ei sisällytetty pistetehosteita, vaan se on pikemminkin tasainen matto, joka tukee mainoksen kulkua. Tausta on suhteellisen vaimu, ettei se vie huomiota tärkeistä yksittäisistä elementeistä mitä tehosteilla ja puheella tuodaan kuvaan. Taustan tarkoituksena oli tuoda eloa kuvaan, sekä herättää katsojissa mielikuvia ympäristöstä. Tausta ambienssilla mainoksen pystyy sijoittamaan haluttuun ympäristöön.

Kolmannessa versiossa mukana olivat myös tehosteet, jotka kulkevat kuvan mukana ja painottavat jotain tiettyjä kuvassa sekä puheessa tapahtuvia asioita. Tässä kolmannessa sekä viimeisessä versiossa on siis kaikki mainoksen lopputuloksen äänet mukana. Tehosteet ryhmiteltiin sekä miksattiin tukemaan

mainoksen tarinaa ja pitämään katsojan huomion kuvassa. Tehosteiden tarkoitus oli siis tuoda kuvaan eloa sekä pitää katsomiskokemus mielekkäänä. Tehosteiden ansiosta kuvan tapahtumiin sai pontta sekä vaihtuvuutta.

### 8.3 Tutkimustilanne

Tutkimukseen osallistui neljä ihmistä. Kaikki tutkimukseen osallistuvat olivat naisia. Nuorin kokeeseen osallistunut henkilö on 20-vuotias ja vanhin 26-vuotias. Kukin henkilö katsoi videot tilanteessa jossa oli vain haastattelija sekä haastateltava. Henkilöiden haastattelu tapahtui ilman muita läsnäolijoita. Kaikki haastattelut suoritettiin illasta tai alkuillasta. Jokaiselle haastateltavalle oli varattu reilusti aikaa, mikä osoittautui tarpeelliseksi haastattelujen venyessä. Koehenkilöille annettiin tutkimuksen ajaksi kysymyksiä, mitkä auttoivat henkilöitä kiinnittämään huomioa oikeisiin asioihin, sekä antoi jokaiselle tutkimukseen osallistuvalla samat viitteelliset kysymykset. Koehenkilöillä oli mahdollisuus kirjoittaa ajatuksiaan kysymyspaperille, ja kommentoida nauhurille sekä videolle omia tuntemuksiaan. Kaikki koetapahtumat videoitiin sekä äänitettiin, tällä tavoin koehenkilöiden reaktioita pystyi lukemaan tapahtuman jälkeenkin. Mainoksen näyttämisen jälkeen koehenkilöt haastateltiin henkilökohtaisesti. Mikäli koehenkilö ei osannut vastata suoraan kysymykseen ja halusi katsoa mainoksen uudelleen, hänellä oli siihen mahdollisuus. Kokeeseen osallistuvilla henkilöillä oli oikeus katsoa kukin versio niin monta kertaa kuin oli tarve. Kaikki haastattelut tapahtuivat saman viikon aikana, ja suunnilleen samaan kellon aikaan. Haastatteluympäristö ja perustilanne olivat jokaisella kerralla sama.

Haastattelun aikana pyrin ohjaamaan koehenkilöitä luovaan ajatteluun. Koehenkilöitä ohjattiin löytämään uusia ajatuksia ja kyseenalaistamaan omaa ajatusmalliaan. Omintakeinen ja kyseenalaistava ajattelu on tärkeää, sillä sen avulla saadaan hyödyllisiä tuloksia ja saadaan henkilö ajattelemaan itsenäisesti. Koehenkilöt on ohjattava avoimesti näyttämään tunteensa, sekä ilmaisemaan itseään. Haastattelussa on tosin aina varottava, ettei väsytä haastateltavaa, ihminen voi väsyä ajatteluun etsiessään ratkaisua. (Vakkuri 2009, 35–102.)



Kuva 2. Haastattelutilanne. (Kuva: Akseli Saikkonen.)

Haastattelutapahtumiin syvennyin tarkemmin koetapahtuman jälkeen. Katsoin haastattelutilanteen videolta ja tein jokaisesta haastattelusta erikseen yhteenvedon. Pyrin itsekin suhtautumaan neutraalisti haastateltavien kommentteihin sekä lausuntoihin, yritin samaistua siihen mitä haastateltavat kokivat ja kuulivat. Perehdyin jokaisen haastateltavan kohdalla ensiksi yksittäisen henkilön kokemuksiin tarkasti ennen kuin vertasin niitä muihin. Kun olin tehnyt yksittäisistä haastatteluista yhteenvedot vertasin sekä tutkin mitä eroja, ja mitä samoja asioita haastateltavat olivat havainneet. Lopulta kun olin käynyt yksittäiset tapahtumat läpi, tein niistä lopullisen yhteisen yhteenvedon.

Havaintoihin ja siihen, miten haastateltavat kuvailivat kokemaansa, piti suhtautua tarkasti. Koskaan ei tule liian yksinkertaista tai selvää vastausta. Havainto sekä katsomistapa on usein niin sanotusti epäpuhdas, ja aistimme ovat erottomattomasti yhteydessä toisiinsa. Visuaalinen havainto voi rajoittaa meidän tuntemuksiamme sekä ymmärrystämme siitä, mitä voisimme kokea käyttämällä kaikkia aistejamme saman asian havainnointiin. (Iversen&Simonsen 2010, 22–26.)

Mielessämme tieto on välittyntä monimutkaista ja teoriapitoista, tästä syystä välillä erehdymme mieleemme tilojen suhteen. Osaa tietoa on myös todella



vaikeaa kielellistä ja suurta osaa lähes mahdoton. Moni ihmisen psyykinen prosessi tapahtuukin tiedostamatta. (Ihanus 1990, 82–84.)

## **9 Tutkimuksen tulokset**

### **9.1 Yleistä**

Tutkimuksessa tuli esiin erityyppisiä asioita, joita on ole itsekään äänisuunnittelua tai leikkausta tehdessäni huomionut. Haastateltavan vaihtumisesta huolimatta joihinkin samoihin asioihin jokainen kiinnitti huomioa. Tutkimuksen tulokset sekä huomiot joita tein sitä suorittaessani tukevat sitä, että äänellä on suuri merkitys erilaisten tunnetilojen luomisessa sekä kuvan tukemisessa. Äänen tunnistettavuus sekä kuvan tukeminen tuo katsomiskokemukseen paljon lisää ja pitää huomiopisteen oikeissa asioissa. Sen avulla myös yksinkertaisen kuvan visualisoinnin yksityiskohdat saivat lisäarvoa. Äänellä voidaan nostaa jotain pieniä yksityiskohtia esiin ja luoda niille tarkoitus. Katsojassa on pystyttävä herättämään tunteita ja tämä on saatava seuraamaan näkemäänsä ja kuulemaansa, näin informaatiota ei mene hukkaan.

### **9.2 Kuinka ääni koettiin**

Ensimmäinen äänellisesti muita köyhempi versio jäi vähäiselle huomiolle. Katsojalla ei ollut sen kokemisen jälkeen oikeastaan mitään sanottavaa. Huomio kiinnittyi lähinnä kuvaan sekä dialogiin, se ei herättänyt mielikuvia mistään suuresta ja mahtavasta. Teos oli latteahko, mutta siitä huolimatta siinä välitettiin sama informaatio kuin muissakin versioissa. Äänellisesti huomioimisen arvoinen asia oli se että kertojan tunnistettava ääni saa katsojan

kuuntelemaan tarkemmin. Kertojan ääni oli itse asiassa tärkein asia, mikä piti katsojan huomion teoksessa. Mukana ollut musiikki toimi taustana puheelle, eikä sillä ollut tässä tapauksessa sen suurempaa merkitystä. Tässä vaiheessa kuvasta jäi vielä huomioimatta asioita. Vaikka kyseessä oli yksinkertainen kuva niin silti sen koko sisältö ei auennut katsojalleen. Mielikuvallisesti tämä versio ei tuonut katsojalle kovin paljoa ajateltavaa. Äänimaailma tai taustamusiikkia kuvailtiin esimerkiksi ilmauksella 80-luvun scifi-elokuvamainen.

”Seikka mihin kiinnitin huomioa oli ehdottomasti sinun ääni, jos tuossa olisi joku toinen henkilö ollut, nii olisin kokenut ehkä eritavalla tämän mainoksen” (Haastattelu 27.8.2012).

Joitain kuvassa kuuluvia asioita pidetään itsestäänselvyytenä, ja niihin ei kiinnitetä sen enempää huomioa. Taustalla on suurimerkitys kuvassa, ihmiset eivät välttämättä varsinaisesti huomaa sitä katsoessaan, mutta huomaavat mikäli se puuttuu. Tausta tuo kuvaan kaivattua syvyyttä, vaikka katsoja ei sitä tietoisesti rekisteröi. Toimivalla taustalla saadaan tuotua äänellisiä kerroksia, mitkä tuovat tunnetta ja syvyyttä. Teoksessa oli kuvassa välähteleviä tähtiä, joita koehenkilöt eivät edes huomanneet ennen kuin tausta lisättiin kuvaan. Tasainen kuvaan sopiva äänimatto ei tosin vielä tuonut katsomiskokemukseen sitä mitä toimiva ääni tarvitsee. Sillä oli joka tapauksessa suuri merkitys kuvaan ja sen ymmärtämiseen. Kuvassa näkyvät välähdykset yhdistettiin ilotulitteisiin ja ilotulitus yhdistettiin juhliin. Näin kuvassa näkyville asioille voidaan luoda äänen avulla merkitys. Kuvassa vilkkuvilla tähdillä ei ilman äänen tukea ollut arvoa, eikä katsoja kiinnittänyt niihin huomioa. Oli mielenkiintoista havaita että ilman taustaa koehenkilöt eivät havainneet tai kiinnittäneet minkäänlaista huomiota kuvassa näkyviin tähtien välähdyksiin. Tausta toi siis uutta sisältöä, minkä kautta pystyttiin rakentamaan mielikuvaa joka taas tuki mainosta. Ilotulitteiden luoma assosiaatio yhdistettiin juhliin ja tämä tuki paikkaa mitä mainostettiin. Koko asia olisi jäänyt huomioimatta ilman äänentukea. Tämän havainnon kohdalla havaitsin myös mahdollisen haitan mitä äänellä pystyy saamaan aikaan. Osa koehenkilöistä koki että ilman kuvaa taustassa kuuluvat räjähdykset voisi yhdistää myös sotaan ja räjähdyksiin, mikä ei olisi toiminut kyseisessä mainoksessa. Tämä havainto osoitti, kuinka helposti voidaan myös

saada luotua vääriä sekä harhaanjohtavia mielikuvia. Tällainen samantapainen tausta ei siis olisi sopinut, mikäli kyseessä olisi ollut radiomainos. Eräs koehenkilö tunsi taustan läsnäolon vahvana, ja hänelle heräsi mielikuva siitä että hän olisi paikan päällä katsomassa iletulitusta.

”Se ei kuulosta samanlaiselta, se ja tuo iletulitus mikä kuuluu silloin kun on itse sisällä. Tuo kuulostaa nimenomaan siltä että ollaan katsomassa itse.” (Haastattelu 26.8.2012.)

Tällainen on vahva mielikuva, tausta on pystyttävä yhdistämään jonnekin ympäristöön jolloin kuulija ymmärtää sen kuvaan kuuluvaksi kokonaisuudeksi. Taustassa oleva pauke pystyttiin yhdistämään myös korkokenkiin. Tutkimukseen osallistunut henkilö kuvitteli ravintolassa olevia naisia joilla on korkokengät jalassa, ja paukkeen johtuvan kengistä kuuluvasta äänestä. Tässä tapauksessa katsoja ei kiinnittänyt ensimmäisellä katselukerralla kuvaan niin suurta huomiota.

”Kun katsoin kuvaa tarkemmin ne oli rähähteitä, mutta kun en keskittänyt kuvaan ensimmäisellä katselukerralla ajattelin että ne ovat korkokenkien kopinaa” (Haastattelu 29.8.2012).

Tässä tapauksessa Kimmel oli koehenkilölle ennestään tuttu paikka ja hän ajatteli korkokengät nimen omaan Kimmeliin. Mielenkiintoinen seikka oli myös se että koehenkilö kuvitteli korkokenkien käyttäjät humalaisiksi, hänellä oli siis valmis mielikuva jo siitä minkälaisesta paikasta mainoksessa oli kyse.



Kuva 3. Sokos hotel Kimmelin mainos logolla. (Kuva: PKO.)

Viimeisin versio mainoksesta oli valmis versio teoksesta. Siinä tuotiin kuuluvat, isot pistetehosteet mukaan kuvaan. Viimeisen koevideon ongelmaksi se että tutkimukseen osallistuvat henkilöt olivat jo nähneet kaksi aikaisempaa versioa mainoksesta. Pistetehosteiden tärkeydestä äänessä ei tosin jäänyt epäselvyyttä. Niiden avulla pystytään rytmittämään kuvaa sekä pitämään katsojan huomiopiste oikeissa asioissa. Uskon että nämä asiat korostuivat tutkimuksessani käyttämässä teoksessa, sillä kyseessä oli lyhyt televisiomainos. Pistetehosteissa on myös huomioitava että ylimääräiset merkityksettömät tehosteet on syytä jättää pois. Vääränlaisten sekä liiallisten äänien käyttö tekee lopputuloksesta sekavan, tehoste on ymmärrettävä tukemaan kuvan sekä äänen tarinaa. Teoksessa oli kaksi selkeää tehostetta, jotka molemmat onnistuivat kaappaamaan katsojan huomion. Tehosteet saivat katsojan havahtumaan, sekä palauttamaan huomion mainokseen. Tutkimuksessa oli yksi päätehoste. Mielenkiintoista oli huomata miten tutkimukseen osallistuvat mielsivät sen erilaiseksi. Tehosteilla voidaan muuttaa äänellisesti huomiopistettä kuvassa sinne minne halutaan ja mikä on tärkeää.

”Äänellisen huomiopisteen voiman huomioon ottaminen antaa tuoreutta ja elävyyttä koko kerronnalle ja mahdollistaa erilaisten siirtymien rakentelun muunkin kuin kuvallisen ilmaisun kautta” (Pirilä 1983, 124–125).

Efektit kiinnittävät katsojan huomion, ei suoranaisesti itseensä vaan siihen mitä kuvassa tapahtuu. Liian realistisena ne ovat latteita, joten pieni liioittelu on jopa onnistuneen tehosteen edellytys. Mikäli tehoste on liian autenttinen se ei välttämättä kuulosta realistiselta, vaikka se oikeasti olisikin realistinen, todellinen ääni. Tehosteilla katsoja saatiin ajattelemaan enemmän mainosta. Mikäli mainoksessa ei ollut yksityiskohtia mitkä kiinnittävät katsojan huomion, kiinnitti katsoja huomion muualle. Tämän havaitsin tutkimusta tehdessä, sillä koehenkilöt seurasivat viimeistä versioa mainoksesta huomattavasti paljon intensiivisemmin kuin aikaisempia. Ihminen pyrkii kielellistämään mielensisältönsä, ja tämä pätee myös kuulemiseen. Kielellistämättömät mielensisällöt aiheuttavat ristiriitaisuutta havainnossa mikä pakottaa kuulijan ajattelemaan tarkemmin mistä kyseinen ääni johtuu. Useat tutkijat ajattelevatkin että kieli erottaa ihmisen kategorisesti eläimestä. (Ihanus 1990, 77–80.)

### 9.3 Yhteenveto

Äänellä on suuri vaikutus ihmisen tunteisiin, jotka yhdistävät äänen omiin kokemuksiin. Vääränlainen ja tarpeeton ääni, mitä kuulija ei rekisteröi tilanteeseen kuuluvaksi vaikuttaa huomattavasti aistikokemukseen. Ihminen yhdistää asiat jonnekin aikaisemmin kokemaansa ja pyrkii sitä kautta ymmärtämään ne. Tämä tapahtuu sekä tietoisesti että tiedostamatta. Näin kuullut sekä nähdyt asiat on helpompi ymmärtää. Jokainen ajattelee omalla tavallaan kokemastaan ja kuulemastaan, mikä tekeekin äänen sekä sen luomien mielikuvien tutkimisesta mielenkiintoista. Äänellä ei ole niin sanottuja tilarajoja, joten sen tutkiminen ei ole helppoa. Kuuloaistimus on läsnä koko ajan. Haastateltavista paistoi läpi se että he ovat kasvaneet länsimaisen elokuvakulttuurin vaikutuksen alaisina. Kysyttäessä yksittäisestä elementistä vastauksena saattoi aluksi olla vain että ääni ymmärrettin tehostemaiseksi. Ääni loi mielikuvia, mutta siitä huolimatta se miellettiin tehosteeksi ja ääntä ei pyritty kielellistämään. Haastateltavia piti siis ohjata ajattelemaan luovemmin sekä syvällisemmin oikeiden tulosten saamiseksi. Yksittäinen tehoste voi jakaa mielipiteitä, sekä tuoda koko teokseen sisältöä. Kolmannessa versiossa

tutkimustyötä mukaan tuli yksittäinen suuri tehoste joka alleviivasi koko mainoksen sanomaa, sekä toi mainokselle selkeän lopetuksen. Se tuki kuvaa hyvin ja sen kohdalla kuva ja ääni toimivat vahvasti toisiaan tukien. Tehoste miellettiin heti osaksi mainosta. Kun koehenkilöiltä kysyttiin, mikä ääni on, jokainen oli sitä mieltä että se oli tunnistettavissa jonnekin aikaisempaan kokemukseen. Se oli tarkoituksella tehty hyvin tehostemaiseksi. Ensikysymyksellä kokeeseen osallistuvat ihmiset vastasivatkin että se on tehostemainen.

”Se oli sellainen jyrähdys, mitä käytetään jossain kun tulee jotain isoa ja suurta” (Haastattelu 26.8.2012).

Koehenkilöt yhdistivät äänen johonkin voimakkaaseen asiaan, esimerkiksi ukkoseen tai tuleen. Ääni loi siis voimakkaita tunnetiloja, sillä se yhdistettiin voimakkaaseen kokemukseen. Kysyttäessä mitä tehosteesta tuli mielen kokeeseen osallistuva henkilö pystyi muun muassa kuvailemaan tarkasti joensuulaisen elokuvateatterin elokuvasalin. Tehoste oli toimintaelokuvamainen, joten sillä saatiin mainokseen sykkettä, mikä toi toimintaa sekä vauhtia mainokseen. Muistiin voi niin sanotusti koodata yksittäisten tapahtumien ja kokemusten yleisiä piirteitä. Kognitiivisessa psykologiassa niitä kutsutaan skeemoiksi. Skemaattisen ajattelun avulla voidaan lainalaisuuksista muodostaa sääntöjä sekä malleja oikeasta todellisuudesta. Näissä tilanteissa luodaan ja jäsennetään ennen-jälkeen-suhteita, syy-seuraus-suhteita sekä muodostetaan yleistyksiä. Skeemojen varaan ihmismieli rakentaa laajojakin mielikuviakuvia kuulemastaan. (Ihanus 1990, 77–80.)

Toinen iso tehoste oli hieman vaatimattomampi, ja se tehtiin niin ettei sitä suoranaisesti tunnistanut. Se ei saanut osakseen huomiota halutulla tavalla. Tehoste ei ollut tunnistettava, joten sitä ei ajateltu suoranaisesti mainokseen kuuluvaksi. Tehosteen ymmärtäminen huudoksi vaati useamman katsomiskerran. Tehoste oli väkijoukon huudahdus, mikä tuli kun mainostettava asia mainittiin ensimmäisen kerran. Katsojat havaitsivat sen, mutta se oli tehty liian hankalasti tunnistettavaksi, joten sitä ei koettu tarinan kannalta tärkeäksi. Ääntä ei suoraan ymmärretty, joten sitä ei pidetty tärkeänä ja tästä syystä koehenkilöt eivät käyttäneet sen tulkintaan aikaa. Ääni ei luonut toivottuja

tunteita saati mielikuvia, joten sen suurimmaksi merkitykseksi jäi se, että se alleviivasi mainostettavaa asiaa. Tehosteessa väkijoukko huudahti kuin olisi vaikuttanut jostain asiasta. Ääntä kuvailtiin muun muassa tuuleksi sekä karjaisuksi, kumpikaan näistä äänistä ei tuo sitä mielikuvaa mitä tehosteella haettiin.

## **10 Pohdinta**

### **10.1 Työn aloitus**

Opinnäytetyö prosessina oli kiinnostava sekä vaativa. Työtä tehdessä oli vaikea päättää, mihin yksityiskohtiin syventyisi. Ensimmäiset ongelmat alkoivat jo aiheen valinnasta sekä määrittelystä. Lopullinen aihe itse asiassa muokkaantuikin nykyiseksi vasta opinnäytetyöprosessin edetessä. Aiheeseen tutustuminen helpotti sen rajaamistakin ja oikeiden asioiden löytäminen helpotti tutkimuksen lähestymistä. Jälkeenpäin ajateltuna joitain asioita olisi voinut tehdä toisinkin, ehkä jopa eri järjestyksessäkin.

Työn suunnitteluun käytin paljon aikaa, halusin tehdä työn aiheesta josta tunsin kokevani saavani hyötyä sekä uutta tietoa. Aluksi ideana oli tehdä elokuvamainen video ja suunnitella siihen ääni, mutta prosessin edetessä tämä idea muokkaantui kuitenkin televisio mainokseksi. Mainoksen valintaan olen tyytyväinen. En ollut aikaisemmin suunnitellut saati toteuttanut lyhyen mainokseen ääniä, joten harjaannuin sekä teoriassa että käytännössä työtä tehdessäni. Mainoksen saanti oli suhteellisen helppoa, sillä työskentelin opinnäytetyötä tehdessäni Pohjois-Karjalan Osuuskaupassa. Se, että sain mainoksen suhteellisen helposti vaikuttikin olellisesti mainoksen valintaan. Äänisuunnittelu sekä äänileikkaus itsessään oli mielenkiintoista sekä antoisaa, sillä siinä jouduin huomioimaan erilaisia asioita kuin aikaisempia suunnitelmia tehdessäni. En ole aikaisemmin suunnitellut mainosmaista, saati kaupalliseen

tarkoitukseen menevää ääntä. Tässä tutkimuksessa käyttämässäni versiossa mainoksesta tosin toin joitain äänellisiä elementtejä tutkimuksen kannalta liiankin selkeästi esiin.

## 10.2 Toteutus

Alkusuunnittelun ja lopullisen aihevalinnan jälkeen aloin suunnitella kuinka tutkia, miten ja missä. Aloin perehtyä erilaisiin tutkimusmenetelmiin ja niiden kautta löysin sopivan tutkimusmenetelmän. Tutkimukset suoritin kvalitatiivisesti syvähaastattelulla, sekä osallistuvalla havainnoinnilla. Tutkimusmenetelmän valinnan ja siihen perehtymisen jälkeen aloin suunnitella mitä muutoksia mainoksen eri versioihin teen, tämä meni näin jälkeempäin ajateltuna hieman nurinkurisessa järjestyksessä. Mainoksen äänisuunnittelussa ajatuksena oli se, että äänellisesti samaa on vain puheen sisältö. Puheen äänitin uudestaan ja puhujana toimin itse. Halusin, että kaikki mikä mainoksessa kuuluu, on itse tekemääni. Tein äänisuunnitelman, minkä mukaan lähdin rakentamaan kuvaan sekä mainostettavaan asiaan sopivia taustoja sekä tehosteita. Suunnitelma ei ollut mikään tarkka, vaan pikemminkin ajatuksia sekä erilaisia ratkaisuja mitkä toimisivat mainoksessa. Mainoksen pituus oli vain 15 sekuntia joten aika oli todellakin rajallinen. Suunnittelussa lähdin liikkeelle hallitsevasta taustasta, sekä kahdesta isosta tehosteesta, millä pystyi korostamaan mainonnan kohdetta sekä kohauttamaan katsojaa. Suunnittelun jälkeen tein teknisen toteutuksen missä äänitin puheet uudestaan, sävelsin musiikin ja tein taustat sekä tehosteet. Puheen äänityksen tein kotonani, mutta muun äänityön koulun studiolla. Itse tekninen toteutus kävi suhteellisen helposti musiikin tekemistä lukuunottamatta. Lyhyeen mainokseen oli haastava mahduttaa kaikkea mitä tunsin sen tarvitsevan, joten siinä joutuinkin karsimaan jotain pois.



### 10.3 Tutkimus

Tutkimukseen valitsin neljä yli 20-vuotiasta naista. Valintaan vaikutti se että halusin tutkimukseen osallistuvien olevan kulttuurillisesti sekä elämäkokemukseltaan suunnilleen saman vertaisia. Koehenkilöiden valinnan jälkeen lähdin suunnittelin haastattelupaikkaa, tilannetta sekä kysymyksen asettelua. Suunnittelin haastattelut samalle viikolle ja suoritin jokaisen haastattelun suunnilleen samaan kellonaikaan. Haastattelutilanteesta halusin saada mahdollisimman paljon irti, joten annoin haastateltaville mahdollisuuden kirjalliseen sekä verbaaliseen kommentointiin. Haastattelutilanteiden kuvaus osoittautuikin järkeväksi ratkaisuksi. Haastatteluun osallistuvat aluksi vierastivat kameraa, mutta videokuvan avulla pystyin palaamaan haastattelutilanteeseen ja saamaan niistä enemmän irti. Tutkimuksen kannalta parhaat kommentit sekä havainnot sainkin nimenomaan avoimen kommentoinnin kautta.

Kävin jokaisen haastattelun läpi ja tein niistä omat päätelmät, tämän jälkeen vertasin haastateltavilta saatuja tuloksia toisiinsa ja vertasin niitä jo aikaisempaan tietoon. Pyrin löytämään sekä yhtäläisyyksiä, että eroavaisuuksia vastausten välillä. Vastaukseksi tutkimuksessa ei riittänyt yhden sanan tai lauseen kommentoinnit. Haastattelutilanteet oli suhteellisen vaativia ja ne kääntyivät hyvin helposti arvostelumaisiksi. Eri versioita verratessa ei ollut epäselvyyttä siitä että katsojat pitivät kolmatta versioa tutkimustyöstä parhaimpana. Sillä olikin eniten annettavaa katsojalleen ja siitä katsoja sai kaiken eniten irti. Täytyy kuitenkin myöntää että tekovaiheessa kävin erilaisten äänellisten elementtien kanssa ahneeksi, ja osan niistä olisi lopullisessa versiossa voinut karsia pois. Tästä viisastuneena en tätä samaa virhettä usko uudestaan tekeväni.

Lopullisten tulosten saamiseksi tein yhteenvetoja haastatteluista sekä aiemmista kokemuksistani. Kokemukset ja henkilön taustat luovat merkityksiä asioille. Tehosteet laukaisevat vahvoja tunteita ja ovat tunnistettavia, näiden kokija ei välttämättä tiedostaen yhdistä niitä jonnekin aiempaan kokemukseen. Tästä huolimatta tällainen vahva asia herättää tunteita ja niiden avulla voidaan luoda dramatiikkaa sekä jännitystä. Tutkimusta tehdessä oli mielenkiintoista

havaita se että henkilöt eivät itsekään tienneet mihin he äänet yhdistivät. Tämä siis osoittaa sen että aivot tekevät tiedostamatta havaintoja, kielellistävät asioita ja luovat kuulemalleen merkityksiä. Haastatellut ihmiset eivät selkeästi olleet ajatelleet äänen tärkeyttä aikaisemmin. Kuvan sekä äänen on tuettava toisiaan. Tausta täytyy olla oikeaan ympäristöön kuuluva, ja tehosteilla täytyy tukea tarinaa. Lioittelu ja turhien tarinaan kuulumattomien tehosteiden käyttöä kannattaa välttää, sillä se voi vain sotkea ja harhaanjohtaa katsojaa. Liiallinen äänellinen informaatio jää kuulijalta huomaamatta. Äänestä tulee toisarvoista mikäli kuulija ei pidä sitä tärkeänä.

## Lähteet

- Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus. Jyväskylä: Vastapaino.
- Grönfors, M. 1984. Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät. Helsinki: WSOY.
- Idman, R. Kämpii, H. Latosetenmaa, L. Vahvaselkä, I. 1993. Nykyaikainen markkinointiviestintä. Porvoo: WSOY.
- Ihanus, J. 1999. Kulttuuri ja psykologia. Helsinki: Yliopistopaino
- Iversen, G. & Simonsen, J. 2012. Beyond the visual: Sound and Image in ethnographic and documentary film. Höbjerg: Intervention Press.
- Jussi Honka. 2006. Ääni elokuvassa. <http://www.sound.werk23.org/index.htm>
- Koukonen, A. 2012. Prinsessa-elokuvan äänen jälkituotantoprosessi – etätuotanto ohjaajan johdolla. Opinnäytetyö.
- Laaksonen, J. 2006. Äänityön kivijalka. Porvoo: Idemco Oy.
- Mustonen, A. 2001. Media psykologia. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Pirilä, K. & Kivi, E. 2010. Elävä Kuva – Elävä Ääni. Helsinki: Like.
- Pirilä, K. 1983. Elokuvailmaisun perusteet. Helsinki: Insinööritieto Oy.
- Sacks, O. 2008. Musikofilia. New York: Vintage Books.
- Tampereen ammattikorkeakoulu. 2007. Äänipää. <http://www.aanipaa.tamk.fi/index.html>
- Töttö, P. 1999. Pirullinen positivismi kysymyksiä laadulliselle tutkimukselle. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston kirjaston julkaisuyksikkö ja Yliopistopaino.
- Vakkuri, K. 2009. Runsauden sarvi, luovan ajattelun kehittäminen. Helsinki: BSV Kirja.
- Wahlgren, O. 2012. Binauraalinen suojaviiva ja kuuntelijan positio Binauraalisen äänitystekniikan käyttö kuunnelmassa. Opinnäytetyö.
- Yeawdall, D. 1999. Practical art of motion picture sound. Woburn: Butterworth Heinemann.

## **Tutkimuksessa mukana olleet kysymykset**

Mihin yksittäiseen seikkaan kiinnitit mainoksessa huomiota eniten? Miksi juuri siihen, mitä se toi mieleen?

Mainoksen tarkoituksenmukaisuus?

Mikä oli vahvin mieleytyvä mikä mainoksesta tuli? Mihin jo aikaisempaan kokemukseen sen yhdistit? Miksi?

Etenikö mainos, vai oliko se alusta loppuun samanlainen?

Tukiko mainos kuvaa äänellisesti? Missä kohtaa tämä tuli eniten esiin?

Mitä tunnistettavaa löysit mainoksesta? Mistä tämän tunnistit?