

Pia Murto

AV-projektin sisäinen prosessi avattuna

Case: Vaasan Kissatalo

Opinnäytetyö

Kevät 2015

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Kulttuurituotanto

Suuntautumisvaihtoehto: Mediatuottaminen

Tekijä: Pia Murto

Työn nimi: AV-projektin sisäinen prosessi avattuna

Ohjaajat: Jukka Saarela, Esa Savola

Vuosi: 2015

Sivumäärä: 35

Liitteiden lukumäärä: 2

Opinnäytetyön tarkoituksena on avata audiovisuaalisen projektin sisäistä prosessia tuottajan näkökulmasta. Teoreettisessa osuudessa avataan aluksi lineaarisen ja epälineaarisen prosessin eroja. Toisessa osassa prosessi on esitetty selkeänä lineaarisena mallina, rajaten eri osa-alueiden sisältämät aiheet omien otsikoidensa alle. Tämän tavoittena on selkeyttää prosessin muotoa ja selventää priorisoitavia asioita, jotka täytyy ottaa huomioon projektin onnistumiseksi.

Raporttiosuudessa esitellään Vaasan KISSatalolle tehdyn sosiaalisen median videomainoksen tuottamprosessia pohjaten teoreettisessa osuudessa esiteltyyn malliin, mutta toimien kuitenkin projektin omilla ehdoilla osittain epälineaarisesti.

Yhteenvedossa käsitellään epälineaarisen ja lineaarisen mallin käyttöä ja yhdistämistä sekä projektin yleistä onnistumista prosessikaavion mukaan.

Opinnäytetyötä ja sen sisäistä prosessikaaviota voidaan käyttää hyväksi esimerkiksi tuottajan ammattiin haluaville opiskelijoille esittelemään ja jäsentämään audiovisuaalisen projektin sisältämät osiot, joiden hallitseminen kuuluu tuottajan rooliin.

Avainsanat: tuottaja, audiovisuaalinen, projektin hallinta, prosessi

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Cultural Management

Specialisation: Media Management

Author: Pia Murto

Title of thesis: The inner process of an audio-visual project unwrapped

Supervisors: Jukka Saarela, Esa Savola

Year: 2015 Number of pages: 35 Number of appendices: 2

The purpose of this thesis is to open and explain the inner process in an audio-visual project from the producer's point of view. The theoretical part of the work examines the differences between linear and nonlinear models. The process is then presented as a clear linear model, defining its different stages under their own headlines. The purpose of this is to clarify the form of the process and the matters that need to be prioritized in order to have a successful project.

The report section presents the making process of a social media video commercial made for Vaasa Cathouse. The process is based on the model introduced in the theoretical section, but it is executed in the project's own terms, making it partly nonlinear.

The summary handles the use of the linear and nonlinear models and describes where they should be utilized, as well as the overall success of the project based on the process flowchart.

The present thesis and the process flowchart in it can be utilized, for example, in the education of future producers as an introduction to the aspects and procedures of an audio-visual project.

Keywords: producer, audio visual, project management, process

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo.....	5
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	6
1 JOHDANTO.....	7
2 LINEAARINEN JA EPÄLINEAARINEN TYÖSKENTELEY.....	9
2.1 Johdanto ja SWOT- analyysi lineaarisesta prosessimallista.....	9
2.2 Johdanto ja SWOT- analyysi epälineaarista prosessimallista.....	10
2.3 Analyysien vertailu ja johtopäätökset.....	12
3 MEDIAPROJEKTIN SISÄINEN PROSESSI.....	14
3.1 Prosessin kartoitus.....	15
3.2 Prosessin vaiheet.....	15
3.2.1 Idea.....	16
3.2.2 Esituotanto.....	17
3.2.3 Myynti/rahoitus.....	19
3.2.4 Tuotantosunnittelu.....	20
3.2.5 Tuotanto.....	23
3.2.6 Jälkituotanto.....	23
3.2.7 Levitys.....	24
3.2.8 Jälkiseuranta.....	24
4 CASE: VAASAN KISSATALO.....	26
4.1 Projektin esittely.....	26
4.2 Projektin toteutus prosessikaaviopohjalla.....	26
4.3 Projektin onnistuminen ja johtopäätökset.....	31
YHTEENVETO.....	33
LÄHTEET.....	34
LIITTEET.....	35

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Lineaarinen prosessi.....	9
Kuvio 2. Lineaarisen prosessin SWOT- analyysi.....	10
Kuvio 3. Epälineaarinen prosessimalli	11
Kuvio 4. Epälineaarisen mallin SWOT- analyysi	12
Kuvio 5. C. Worthingtonin mallin pohjalta tehty suomennos tuotantoprosessista (2009, 18–19).....	14
Kuvio 6. Kirjoittajan malli audiovisuaalisen projektin vaiheistuksesta.....	15
Kuvio 7. Projektin ongelmat. Ongelmia kohdatessa projektilla on vaarana luistaa tavoitteesta jollain kuvan esittämällä tavalla (Pelin 2009, 40).....	18
Kuvio 8. Tehtävien priorisointiin kehitetty ajanhallintamatriisi.....	21

Käytetyt termit ja lyhenteet

Prosessi	Tapahtumasarja, kehityskulku. Prosessi on sarja suoritettavia toimenpiteitä, jotka tuottavat määritellyn lopputuloksen.
Pullonkaula	Prosessin kulkua hidastava tekijä, toimintaa rajoittava tekijä
Segmentti	Asiakasryhmä
Synopsis	Yleiskatsaus, tiivistelmä

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on kaksiosainen: toinen osuus on Vaasan Kissatalolle sosiaaliseen mediaan toteutettu videomainos, joka julkaistaan toukokuussa 2015 muun muassa Kissatalon Facebook-sivujen kautta. Mainos on toteutettu käytännössä niin sanotulla nollabudjetilla, käyttäen Seinäjoen Ammattikorkeakoulun välineistöä ja kahta opiskelijatoveria äänityöskentelyssä avuksi. Muuten mainos on kokonaan yksin tuotettu. Mainoksen tarkoituksena on lisätä huomiota kodittomien kissojen tarinoiden sekä tuoda Vaasan kodittomien kissojen ystävien vapaaehtoisvoimin ylläpitämisen Kissatalon toimintaa enemmän julkisuuteen. Tavoitteena on tätä kautta saada toiminnan piiriin lisää aktiivisia toimijoita ja avustuksia toiminnalle.

Kirjallisessa osuudessa käsittelen tämän mainoksen tekoa sekä yleisesti audiovisuaalisen projektin toteutusta tuottajan näkökulmasta. Tarkoituksena on kirjoittaa sellainen työ, jota voi käyttää esimerkiksi aloittelevan tuottajan apuna eräänlaisena työkaluna jonka avulla hallinnoida ja ymmärtää audiovisuaalisten projektien sisäisiä osa-alueita. Charlotte Worthingtonin (2009, 12) mukaan tuottajan rooli, riippumatta miten hän on tuottajan rooliin päätyneensä, on pitää projekti kasassa alusta loppuun asti, toimittaen projekti päätökseensä ajallaan ja budjetin sisällä. Hän myös tähdentää että se on rankka ja vaativa rooli, joka vaatii usein kykyä tehdä tärkeitä päätöksiä usein haastavien tilanteiden keskellä. Jotta tuottaja voi tehdä valistuneita päätöksiä nopeasti ja kuitenkin pystyä pitämään kokonaiskuvan itsellään selkeänä, on projektin sisäisen prosessin hyvä tuntemus erityisen tärkeää.

Audiovisuaalista projektia toteutettaessa täytyy ottaa tämän lajityypin erityispiirteet huomioon: koska tämä mediatyyppi on erityisen tekniikkasidonnainen, vaatii projektin toteutus vääjäämättä tietyn tyyppistä lineaarisuutta. Esimerkiksi jälkituotantoa ei voi käytännössä aloittaa ennen kuin ensimmäistäkään kuvaa on otettu. Projekti kannattaakin tämän takia vaiheistaa loogisiin osiin, joiden jokaisella vaiheella on mietitty alku ja loppu. Näiden eri vaiheiden sisällön tarkka hahmotus ja rajaaminen helpottavat esimerkiksi aikataulussa ja budjetissa pysymistä, sekä helpottavat vastuualueiden jakoa ja työn seuranta.

Prosessin vaiheiden lisäksi projektin tehtävien sisäinen priorisointi on tärkeä osa tuottajan ammatissa. Vaikka kaikki projektin tuotantoon liittyvät asiat voivat olla tärkeitä, eivät ne kuitenkaan ole projektin valmistumisen kannalta yhtä tärkeitä. Tästä syystä on hyvä osata tietyn tyyppinen analyttinen tärkeysjärjestyksen luominen, johon annetaan myös malli myöhemmin tässä työssä.

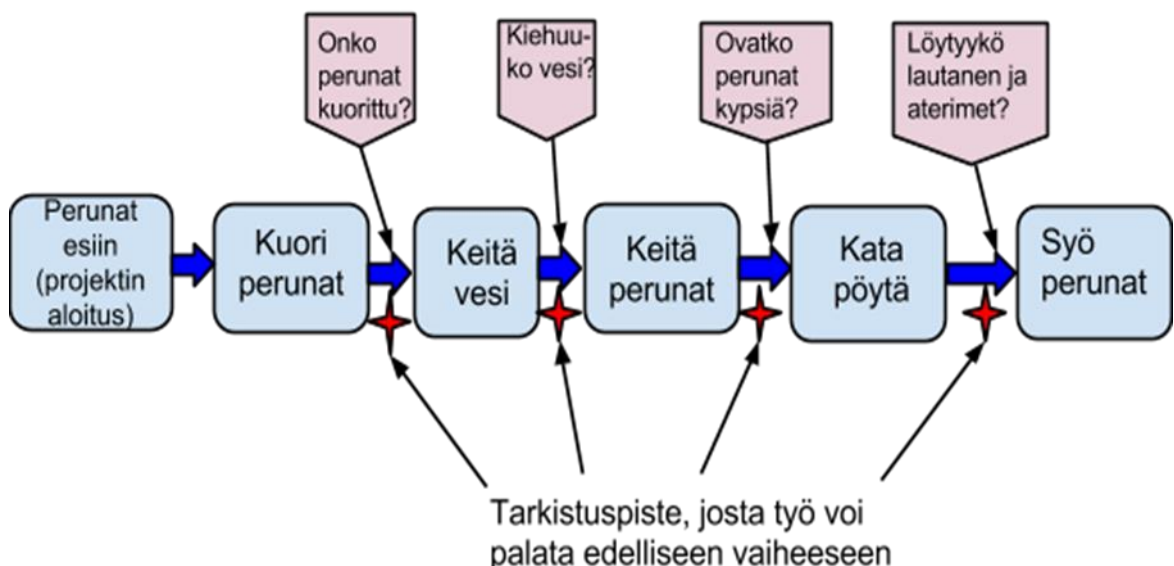
Vaikka valmis prosessikaavio onkin hyvä työkalu, sitä ei kannata seurata kuitenkaan orjallisesti. Audiovisuaaliset projektitkin vaihtelevat laajuudeltaan, budjetiltaan ja kestoiltaan erittäin rajusti aina usean vuoden mittaisesta produktiosta parin tunnin mittaiseen keikkaan. Näin ollen prosessikaavioon saattaa olla tarvetta lisätä tai vähentää kohtia, riippuen täysin projektista itsestään. Tämän takia tuottajan ammattitaitoinen tarpeiden tunnistus eli resurssien tarvekartoitus on olennaisessa osassa jokaisen audiovisuaalisen projektin onnistumista.

2 LINEAARINEN JA EPÄLINEAARINEN TYÖSKENTELY

Tässä luvussa käsitellään projektin vaiheistusta yleisesti, sekä perehdytään lineaariseen ja epälineaariseen prosessimalliin tarkemmin. Tavoitteena on selventää molempien mallien tunnuspiirteitä sekä vahvuuksia ja heikkouksia.

2.1 Johdanto ja SWOT- analyysi lineaarisesta prosessimallista

Sami Kettunen (2009, 43) kirjoittaa projektin yleensä etenevän suoraviivaisesti vaiheesta toiseen, mutta tähdentää myös olevan mahdollista että projektin aikana palataan edelliseen projektin vaiheeseen, jos tulokset tai kehitystyö sitä vaativat. Suoraviivaista vaiheesta vaiheeseen siirtyvää työskentelymallia kutsutaan lineaariseksi malliksi: tämä nimitys tulee projektin koko ajan eteenpäin suuntaavasta liikkeestä. Vaiheen alusta edetään vaiheen loppuun ennen kuin aloitetaan uuden vaiheen työstöä. Esimerkkitapaukseksi olen ottanut seuraavaan havainnollistavaan kuvaan perunoiden keittämisen kuorimisesta syömiseen asti.



Kuvio 1. Lineaarinen prosessi. Voidaan esittää myös alaspäin suuntaavana.

SWOT- analyysi on yksinkertainen nelikenttämenetelmä, jonka avulla voi arvioida eri asioiden ja toiminnan vahvuuksia, heikkouksia ja kehitysmahdollisuuksia. SWOT- nimi tulee sanoista Strengths (vahvuudet), Weaknesses (heikkoudet), Opportunities (mahdollisuudet) ja Threats (uhat), joita analyysissä tarkastellaan. Tämä on hyvä työkalu tuomaan esiin lineaarisen ja epälineaarisen prosessimallin eroavaisuudet myöhempää vertailua varten.

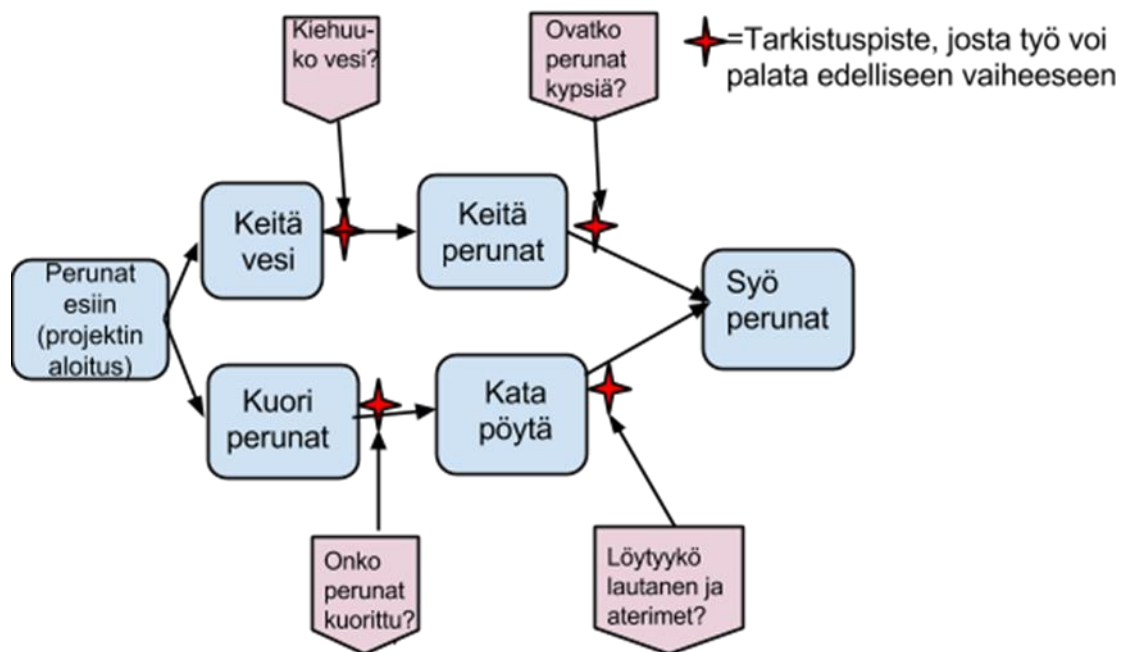


Kuvio 2. Lineaarisen prosessin SWOT- analyysi.

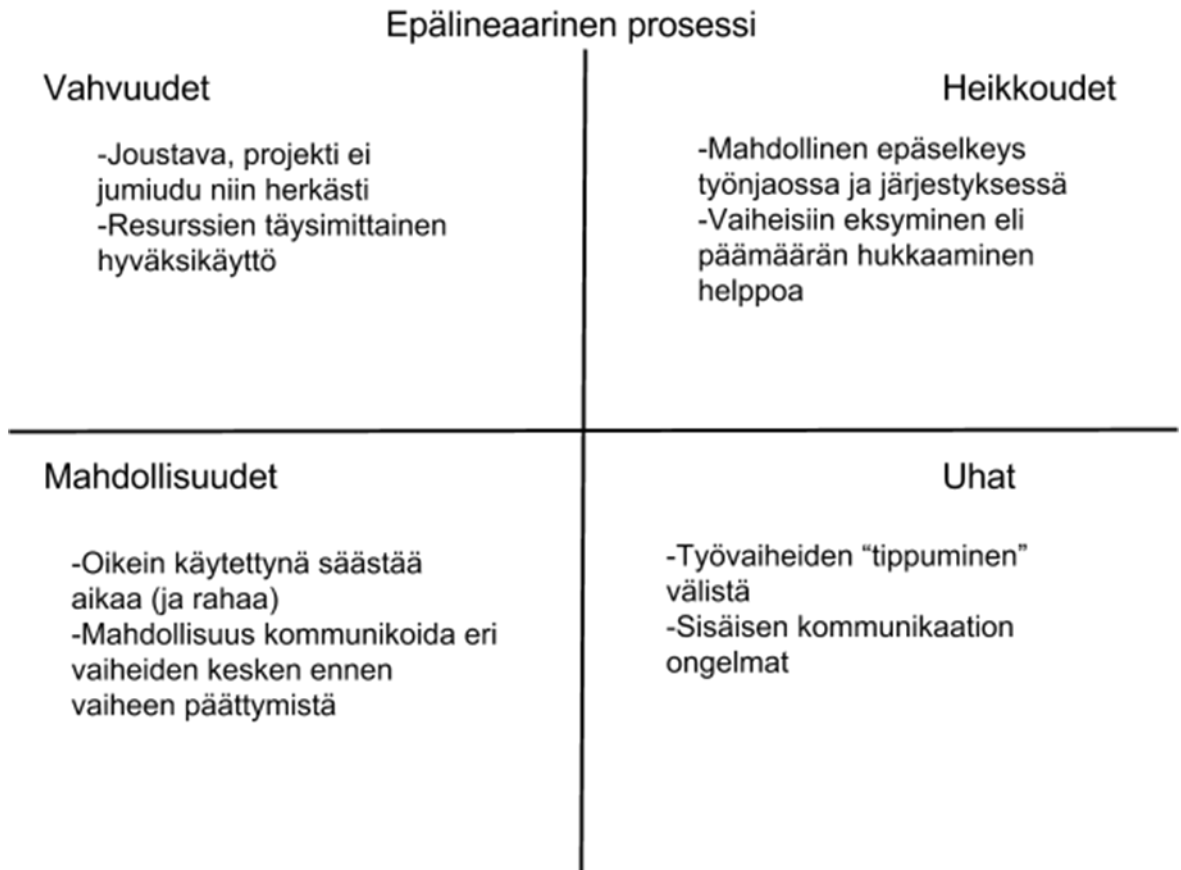
2.2 Johdanto ja SWOT- analyysi epälineaariseen prosessimallista

Epälinearisella prosessimallilla tarkoitetaan työskentelymallia, missä eri vaiheita ei toteuteta peräkkäin toistensa jälkeen, vaan ne voivat olla työn alla ja valmistua toistensa ohella. Projektitoissa ja erityisesti hankkeissa yleensä viitataan nimenomaan epälineaariseen työskentelymalliin, joka onkin hyvä tapa kehittää jotain uutta jossa ei ole jo valmiiksi testattua ja käyttöön otettua työmallia.

Hämmennystä termien välillä aiheuttaa nimenomaan projektityön erilaiset määritelmät, jotka vaihtuvat kirjoittajan ja ammattialan mukaan. Esimerkiksi Paul Silfverberg (2007, 21) luonnehtii projektia tavoitteiltaan selkeästi määritellyksi ja aikataulutetuksi tehtäväkokonaisuudeksi jota varten on perustettu erillinen organisaatio resurssirajoitteineen. Toisaalla taas Sami Kettunen (2009, 16) painottaa projektin tärkeimmäksi määritteleväksi seikaksi ainutlaatuisuuden ja rinnastaa projektin kehityshankkeeseen, joka sisältää omat erityispiirteensä. Tietystä mielessä tällainen ajattelu sulkee pois ajatuksen valmiista prosessimallista projektin sisällä, mutta kuten jo johdannossa mainitsin, audiovisuaalisella työllä on erikoispiirteensä jotka vaativat tietyn tyyppistä, aina samankaltaista prosessia joka tuotantokerta tekniikkasidonnaisuutensa takia.



Kuvio 3. Epälineaarinen prosessimalli perunoiden valmistuksessa.



Kuvio 4. Epälineaarisen mallin SWOT-analyysi.

2.3 Analyysien vertailu ja johtopäätökset

Molempien prosessimallien SWOT-analyyseja tutkiessa huomaa, että molemmilla tavoilla on vahvat hyvät ja huonot puolensa. Tässä mielessä täytyykin mallien sijaan ehkä hakea ratkaisua tuottajasta itsestään: minkälainen malli sopii kenellekin. Lineaarisen mallin suurin vahvuus piilee siinä, että se on koko projektin sisällön yksinkertaistava tyyli, jonka hallinta ja seuraaminen on helppoa ja loogista. Tällainen malli sopii erityisen hyvin siis aloittelevalle tuottajalle, jolla ei välttämättä ole tarvittavaa tieto-taitoa vielä esimerkiksi muistaa tai tietää kaikkia vaiheita ja niiden sisään sijoittuvia hoidettavia ja seurattavia asioita ulkoa. Lisäksi lineaarisessa mallissa yhtä aikaa organisoitavia asioita ja ylläpidettäviä kommunikaatiokanavia on huomattavasti vähemmän kuin epälineaarissa mallissa, joten vastuun kantaminen näistä asioista ei kasva ylettömän raskaaksi. Epälineaarinen työskentelymalli onkin siis ehkä suositeltavissa vain

kokeneemmille tuottajille, jotka ovat jo sinut tuottajan työhön liittyvistä vastuista ja tehtävistä. Kun on saanut jo kehitettyä hieman vakiintuneita tapoja ja projektin kaikki vaiheet ovat tuttuja ainakin odotetulta sisällöltään, on niitä helpompi hoitaa limittäin heikentämättä yhdenkään vaiheen toteutukseen sisällytettyä panostusta ja laatua. Yhtenä merkittävänä asiana täytyy myös muistaa aikataulutus: epälineaarisisessa prosessissa on erityisen tärkeää osata arvioida oikeita aikoja eri vaiheille, jotta vaiheista toiseen siirtyminen tapahtuu sujuvasti eikä pullonkauloja pääse syntymään.

3 MEDIAPROJEKTIN SISÄINEN PROSESSI

Tässä luvussa käsitellään tarkemmin mediaprojektin sisäisen prosessin eri osa-alueet alusta loppuun. Marita Liulia (2/2002) esittelee multimediaprojektin vaiheistuksen olevan seuraavanlainen:

- käsikirjoitus
- ennakkovalmistelu
- demo
- tuotanto
- jälkituotanto
- levitys
- markkinointi, seuranta

Vaikka Liulian vaiheistus on kohdennettu nimenomaan multimediaprojekteihin, pätee suurin piirtein samanlaiset vaiheet myös puhtaasti pelkässä videotuotannossa. Charlotte Worthington (2009, 18–19) esittelee samankaltaista perusmallia nimenomaan videotuotantoihin, jättäen kuitenkin nimenomaan tuottajan roolin kannalta tärkeän vaiheistuksen idean ja tuotannon välissä hieman ylimalkaiseksi.



Kuvio 5. C. Worthingtonin (2009, 18–19) mallin pohjalta tehty suomennos tuotantoprosessista.

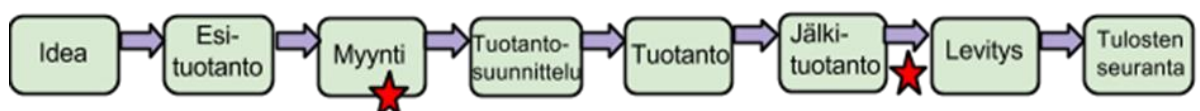
Tässä opinnäytetyössä esittelemäni vaihekaavio on näiden kahden esimerkin yhdistelmästä ja oman kokemuksen pohjalta kehitelty versio. Esittämälläni tavalla vaiheiden painopisteet tulevat selkeämmin tuottajan näkökulmasta esiin ja ovat mielestäni paremmin yleispäteviä useammanlaiseen audiovisuaaliseen projektiin sekä suomalaiseen yritys- ja kulttuurikentän kulttuuriin. Todistelu tälle vaiheistukselle tulee mediatyön raportissa ja onnistumisessa.

3.1 Prosessin kartoitus

Koska mediaprojekteja on useita erilaisia ja ne lähtevät eri tilanteista, ei prosessikartta eli vaiheistusmallin kulku ole välttämättä aina samanlainen. Alkutilanteena saattaa olla esimerkiksi se, että toteutettava projekti on tilaustyö asiakkaalta, jolloin alkupään myynti- ja ideakehitys saattavat jäädä pois. Tämä johtuu siitä että projektin toivottu lopputulos on jo valmiiksi määritelty asiakkaan mukaan; tällöin varsinaisesta prosessista jää vain tuotannollinen osuus huolehdittavaksi.

3.2 Prosessin vaiheet

Tässä esimerkkikaaviossa olen lähtenyt niin sanotusta nolla-tilanteesta, jotta koko mediaprojektin prosessikartta tulisi näkyviin. Näiden esiin nostettujen, niin sanottujen avainkohtien esittelyn pääpaino on nimenomaan tuottajan näkökulmassa, jonka takia malli on yksityiskohtaisempi ennen tuotantoa tapahtuvissa toimissa kuten ajan, budjetin ja projektin laajuuden suunnittelussa. Näissä vaiheissa tehdyillä päätöksillä ja valinnoilla on kauaskantoiset seuraukset projektin onnistumisessa.



★ = mahdollisen asiakkaan kanssa pidettävien tapaamisten ajoitus

Kuvio 6. Kirjoittajan malli audiovisuaalisen projektin vaiheistuksesta.

3.2.1 Idea

Kaikki lähtee ideasta. Idea voi olla joko tarvelähtöinen tai täysin uusi, aiemmin esittelemätön ajatus. Tarvelähtöisyydellä voidaan esimerkiksi tarkoittaa jollekin tuotteelle tai palvelulle tarvittavaa näkyvyyttä jota varten kehitellään vaikkapa videomainos. Tarvelähtöisyyttä on myös esimerkiksi elokuvamaailmassa tarina tai konsepti, joka on niin tärkeä tai hyvä, että se pitää kertoa. Mainittakoon esimerkiksi vaikkapa Titanicin tarina ja siitä kertova elokuva. Uudenlaista ajatusta elokuvamaailmassa voisi edustaa esimerkiksi elokuva Memento sen epäkronologisen ajankuvauksen takia. (imdb 2015.)

Tämän vaiheen tärkein tehtävä on idean avaaminen, testaaminen ja jalostaminen projektikelpoiseksi. Olennaisinta on suurten viivojen piirtäminen idean ympärille, ja projektin kokonaisuuden hahmottaminen tätä kautta.

Projektia (niin media- kuin mitä tahansa projektia) on helpompi käsitellä ja hahmottaa, kun ymmärretään mitä ollaan tekemässä. Idean avaamisvaiheessa pitäisi löytää vastaukset ainakin seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä tehdään?
- Miksi tehdään?
- Miten tehdään?
- Milloin tehdään?
- Missä tehdään?
- Kenelle tehdään?
- Kuka tekee?

Projektin pitäisi olla niin hyvin mietitty, että sen pystyy esittelemään niin sanotussa hissipuheessa, eli tiivistämään ajatuksensa ja pääpointtinsa parin minuutin mittaiseen puheeseen. Tähän voi käyttää hyödykseen SMART- kaavaa.

SMART-kaava on enemmänkin liiketalous- ja markkinointiviestinnän puolella käytetty analyysimalli, jolla pyritään selventämään päämäärät ja rajoitteet. Kaava sopii kuitenkin mihin tahansa projektin arviointiin ja analysointiin, sillä näihin samoihin asioihin pitää kiinnittää huomiota, oli kyseessä vaikkapa tapahtuma tai

talon rakennus. Nimi tälle analyysimallille tulee jokaisen määrittelevän englanninkielisen sanan alkukirjaimesta.

Specific - tarkka selvitys mitä, missä, (mihin) ja kenelle tehdään.

Measurable - määritellään miten projektin onnistuminen mitataan

Assignable - hahmotetaan eri osa-alueet ja vastuunjako

Realistic - selvitetään resurssit ja niiden tarve

Time-related - annetaan aikarajat projektille

Esimerkki SMART- kaavan mukaan tehdystä esittelystä voisi siis olla esimerkiksi seuraavanlainen:

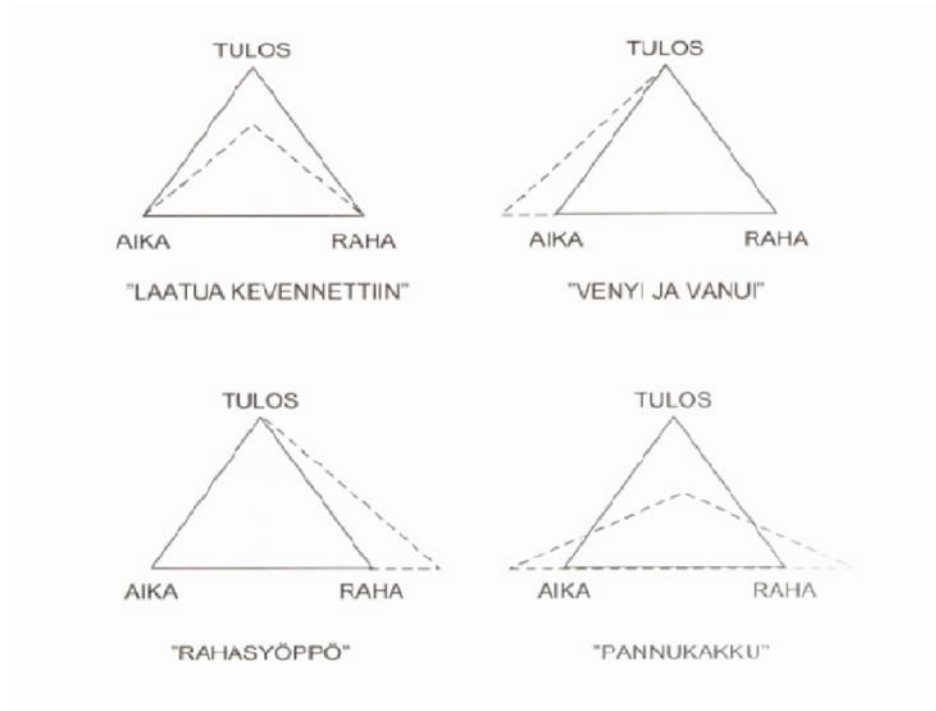
Minä tein koulun kalustolla Vaasan Kissatalolla Vaasan kodittomien kissojen ystävien yhdistykselle videomainoksen sosiaaliseen mediaan, jonka avulla haetaan eläinrakkaita ihmisiä tukemaan Kissatalon toimintaa kesällä 2015.

Tässä kohta "minä" kertoo tekijän ja täten myös vastuunjaon. Kohta "koulun kalustolla" esittelee resurssit. "Vaasan Kissatalolla" kertoo tekopaikan, ja "sosiaaliseen mediaan" kertoo sijoituspaikan. Sekä "Vaasan kodittomien kissojen yhdistys" että "eläinrakkaita ihmisiä" selventää sekä asiakkaan että kohderyhmän. Aikarajat tulevat esiin kesällä 2015, ja projektin onnistuminen on mitattavissa mahdollisen lisääntyneen toiminnan tuen muodossa.

3.2.2 Esituotanto

Kun idea on saatu analysoitua ja johdettua toimivaksi projekti-ideaksi, on aika siirtyä esituotannon pariin. Silfverberg (2007,15) kertoo, että tyypillisimpiä suunnittelun puutteita ovat esiselvitysten laiminlyönti sekä suunnitelmien määrittelyyn liittyvän logiikan ja systematiikan huono hallinta. Siksi tämän vaiheen olennaisimpia asioita on tehdä tarkempia suunnitelmia ja päätöksiä, jotka selventävät niitä keinoja joilla haluttuun lopputulokseen pyritään pääsemään. Tässä vaiheessa tehdyn esityön tarkoitus on myös auttaa tuottajaa tekemään realistisemmat arviot projektin kestosta ja budjetista, jotka määrittävät tuloksen.

Näitä rajoitteita miettiessä kannattaa muistaa, että projektin on lähes mahdoton olla samaan aikaan nopea tehdä, halpa toteuttaa ja olla tuloksiltaan hyvä. Tuottajan taitavuus tulee esille siinä, kuinka lähelle hän näitä eroavia päämääriä pääsee ilman että projektin alkuperäinen idea tai laajuus kärsii.



Kuvio 7. Projektin ongelmat. Ongelmia kohdatessa projektilla on vaarana luistaa tavoitteesta jollain kuvan esittämällä tavalla. (Pelin 2009, 40.)

Esituotantovaiheen aikana pitäisi tehdä ainakin seuraavat asiat:

- taustatyö
- käsikirjoituksen teko, tai ainakin sen selkeä hahmotus
- alustava resurssitarve kartoitus ja aikataulu
- alustava kustannusarvio ja budjettisuunnitelma

Budjetoinnista on Kettusella (2009, 117) kerrottavana nyrkkisääntö, jonka mukaan jokaiseen projektiin tulee varata vähintään 5–10 %:n ylitysvara. Tämä mahdollistaa hänen mukaansa sen, että projektin kustannusarvio ei ylitä tehtävien lisätöiden johdosta.

Tässä vaiheessa voi olla ihan perusteltua myös miettiä keitä työryhmään ja roolituksiin kaivataan sekä tarkastella mahdollisia tarvittavia kuvauspaikkoja.

Asioita on kaiken kaikkiaan hyvä olla suunniteltuna varalle jo pitkälle, mutta päätösten täytyy olla joustavia, sillä muutoksia tulee vielä paljon ja asiakkaalla/rahoittajalla saattaa olla omat mielipiteet, jotka täytyy ottaa huomioon.

3.2.3 Myynti/rahoitus

Kun esituotantovaihe on saatu päätepisteeseen, siirrytään seuraavaan vaiheeseen, joka voi olla koko projektin toteutumisen kannalta kaikkein kriittisin; projektihahmotelman myyntiin tai rahoituksen etsintään projektille. Tietyssä mielessä nämä ovat yksi ja sama asia, sillä molemmissa tilanteissa yritetään vakuuttaa taho, jolla on rahaa, antamaan rahansa. Audiovisuaalisilla ja mediaprojekteilla on mielenkiintoinen erikoistilanne ongelmanaan, sillä projekti pitää myydä ennen kuin mitään konkreettista esitettävää on välttämättä edes valmiina.

Myyntissä ja rahoituksen haussa yhdeksi tärkeimmäksi tekijäksi nousee hyvä ja vahva myyntipuhe. Vahva myyntipuhe eli pitch voidaan rakentaa yleensä hyvän ennakkosuunnittelun avulla. C. Worthington (2009, 21) tähdentää, että kirjoitetun ja puhutun myyntipuheen täytyy selvästi kuvailla projekti muutamalla ytimekkäällä ja kiehtovalla lauseella. Hän muistuttaa, että tuottajan täytyy innostaa mahdolliset rahoittajat, usein lyhyessä ajassa ja erittäin aggressiivisella sekä kilpailuhenkisellä markkina-alueella. Tärkein asia on huomioida että projektin täytyy olla omaperäinen, sen täytyy herättää huomiota, Worthington päättää. Tämän takia voikin olla hyvä idea lähteä kehittämään myyntipuhetta ajatuksesta "miksi?" kysymyksen "mitä?" sijaan; perustelu sille, miksi joku projekti pitää toteuttaa kiinnittää huomion olennaiseen paremmin kuin pelkkä projektin esittely.

Toisinaan ja varsinkin isompiin, esimerkiksi televisiosarjaan rahoittajaa haettaessa voi olla tarve tehdä tietyn tyyppinen todistelu konseptin toimivuudesta. Tällä tarkoitetaan ennakkotuotantoa, esimerkiksi sarjan pilottijaksoa, jossa osoitetaan idean toimivuus sekä tuotannon tekijöiden kyvykkyys toteuttaa suunnitelmansa.

Rahoituksen hakemiseen erilaisilta säätiöiltä voi olla paljon tarkemmat selvitystarpeet kuin asiakkaan hankkimisessa jostain yrityksestä; esimerkiksi

Suomen elokuvasäätiö (SES 2015) vaatii tuen hakijoilta sähköisen hakemuksen lisäksi seuraavia asioita:

- elokuvan käsikirjoitus
- yksityiskohtaisesti eritelty kustannusarvio
- rahoitussuunnitelma
- tuotantosuunnitelma, joka sisältää tuotantoaikataulun ja tiedot taiteellisen ja taloudellisen vastuun kannalta keskeisistä henkilöistä
- säätiön vahvistaman mallin mukaan laadittu markkinointi- ja levityssuunnitelma
- sähköisessä hakujärjestelmässä täytettävä elokuvatiedot –lomake

Tämän mukaan ajatellen prosessin seuraava vaihe, tuotannosuunnittelu, pitäisi olla jo tehtynä myyntiin saavuttaessa. Tämän takia ennakkotutkimus ja suunnitelma ostajasta/rahoituksen antajasta on hyvä luoda jo idean kehitysvaiheessa, tai viimeistään esituotantovaiheessa.

3.2.4 Tuotantosuunnittelu

Kun rahoitus on varmistettu ja projekti saanut vihreän valon, alkaa yksi tuottajan tärkeimmistä vaiheista, eli tuotantosuunnittelu. Tälle on annettu raamit jo ennen myyntiä tehtävässä esituotannossa, ja mahdollisesti rahoituksen järjestävältä taholta on tullut myös lisää ohjeistuksia tai rajoitteita. Tuotantosuunnittelussa realistisuus on kaiken avain; mitä tarkemmin etukäteen pystyy arvioimaan esimerkiksi ajat ja kulut oikein, sitä suuremmalla todennäköisyydellä projekti tulee onnistumaan.

Tässä vaiheessa projektia tuottajan työnkuvan kannalta prioriteettien löytäminen on erittäin olennaista. Koska asiat pitää saada mahdollisesti aika pikaisellakin aikataululla lyötyä lukkoon, on hyvä osata sanoa onko esimerkiksi projektin kannalta olennaisempaa, että kaikki rekvisiitat ovat mahdollisimman aikaisin kasassa vai se, että kuvauspäivät on sovittu ja lyöty lukkoon tuotantoryhmän ja kuvauspaikan kanssa. Lisäksi tuottajan vastuulla on sisäisen kommunikaation hoito, mikä saattaa olla yllättävän työläs aspekti. Hoidettavien asioiden

priorisointiin voi käyttää apuna nelikenttä-pohjaista, tehtävien priorisointiin kehitettyä ajanhallintamatriisia. Tässä esimerkissä olen käyttänyt omaa tilannettani koulusta valmistumisen ja opinnäytetyön suhteen.



Kuvio 8. Tehtävien priorisointiin kehitetty ajanhallintamatriisi.

Tätä nelikenttämatriisia käytetään niin, että jokaiseen omaan osa-alueeseensa kerätään kaikki tehtävät asiat, ja määritellään niille painopiste: kuten esimerkkimallissa esitellään, on omalla kohdallani kiireellisin ja tärkein asia opinnäytetyön valmistuminen. Tämä siis tarkoittaa sitä, että minun pitää keskittää tarmoni ja keskittymiseni ensisijaisesti tämän asian hoitamiseen, eikä esimerkiksi viimeisten opintopisteiden anomiseen joka ei ole niin kiireellinen tehtävä. Kiireellinen ja ei-tärkeä -kohdassa edustetut asiat ovat niin sanottuja aikasyöppöjä: vaikka ne vaativat huomiota juuri siinä tilanteessa, ei niihin keskittyminen ole välttämättä kaikkein olennaisinta. Ei-kiireellinen ja ei-tärkeä -kohdassa sijaitsee kaikki ne asiat, joihin ei tarvitse tai edes välttämättä kannata kiinnittää huomiota juuri tässä kiireessä.

Koska tuottajan aika on kiireistä juuri tässä vaiheessa projektia, on oman ajan ja prioriteettijärjestyksen hallitseminen erittäin tärkeää. Järjestys on tärkeää myös

asioiden sopimisen sujuvuuden kannalta; on helpompaa ja järkevämpää järjestää ja varmistaa kuvauspaikka ja aika ennen kuin sopii kaikkien projektiin osallistuvien ihmisten kanssa tarkkoja osallistumisia ja kellonaikoja siksi, että ongelmatilanteissa, kuten aikataulujen sopimattomuudessa, on helpompi neuvotella yhden tai kahden vastaavan ihmisen kanssa paikan tai ajan muuttamisesta kuin neuvotella koko tuotantoryhmän kanssa uudesta, kaikille sopivasta kuvausajasta. Edellä esitellyn kaltaista loogista päättelyä ja omaa kokemusta käyttäen oma ehdotukseni varmistettavien ja hoidettavien asioiden prioriteettijärjestyksestä tässä vaiheessa on seuraavanlainen:

1. käsikirjoitus + kuvakäsikirjoitus valmiiksi (jollei ole)
2. kuvauspaikat & ajat lukkoon (nämä kartoitettu jo esituotannossa)
3. Ihmisten "varaaminen" (tuotanto- ja näyttelijät)
4. Kaluston hankinta
5. Tukitoiminnot (kuljetus, catering, maskeeraus, rekvisiitta jne.)
6. Tarkemman, yksityiskohtaisen tuotanto- ja kuvausaikataulun luominen
7. Sopimusten, vakuutusten ja turvallisuussuunnitelmien tarkistaminen

Myös Worthington (2009, 23) listaa yllä mainitut asiat kertoessaan tuottajan tehtävistä esituotannon aikana, mutta hän ei anna näille asioille tärkeysjärjestystä. Lisäksi hän mainitsee sopivan musiikin ja siihen oikeuksien etsimisen tämän vaiheen tehtäväksi.

Vaikka tässä vaiheessa tehtävien aikataulujen laatiminen on pikkutarkempaa, kannattaa muistaa että tasapaino on tässäkin olennaista: muutoksia ja ongelmia tulee aina. Ei saa olla niin pikkutarkka, että se johtaisi täyteen joustamattomuuteen. Kettunen (2009, 114) ottaa esille tämän saman asian: hän kirjoittaa, että aikataulun pitävyyys on yksi seuratuimmista mittareista arvioitaessa projektin onnistumista. Sen vuoksi aikataulun suunnitteluun kannattaa panostaa ja siinä tulee ottaa huomioon kaikki projektiin vaikuttavat ulkoisetkin tekijät. Lisäksi aikatauluun on aina varattava joustovara, hän muistuttaa. Yllättäviä käännteitä ja tilanteita tulee käytännössä aina: niihin ei voi vaikuttaa etukäteen muuten kuin varautumisella varmuuden vuoksi.

3.2.5 Tuotanto

Kun tuotantosuunnittelu on tehty ja aikataulut ja muut sopimukset saatu hoidettua, on aika siirtyä itse tuotantoon. Vaikka tuottaja ei yleisesti itse osallistukaan tuotannon luoviin osa-alueisiin Worthingtoninkaan (2009, 25) mukaan, riittää tuottajalla silti työtä kuvauspäivinä. Koska tuottajan rooli on, kuten aiemmin todettiin, pitää huolta koko projektin onnistumisesta, saattaa tämä hyvinkin tarkoittaa sitä että tuottaja päätyy tekemään vähän kaikkea mahdollista. Varsinkin pienemmän työryhmän tuotannoissa saattaa tulla vastaan tällaisia tilanteita. Yleisesti voidaan ajatella kuitenkin, että tuottajan pääsääntöinen työ kuvauksissa on olla kontaktihenkilönä, organisoida, ratkoa ongelmia ja seurata, että kuvaukset sujuvat ajallaan ja suunnitellusti. Worthington (mp.) kuitenkin muistuttaa, että vaikka tuotanto olisi kuinka hyvin suunniteltu ja organisoitu, kannattaa tuottajan kuitenkin odottaa, että asiat menevät pieleen.

3.2.6 Jälkituotanto

Kun projektin tuotanto-osuus on päättynyt, päästään jälkituotannon pariin. Jälkituotantoon eli jälkitöihin kuuluu elokuvantaju-oppimateriaalin (2015) mukaan:

- kuvaleikkaus
- äänileikkaus
- trikit ja efektit
- äänen miksaus ja
- elokuvan värimäärittely (nyk. sävytys)

Jälkituotannossa tuottajan toimenkuva on hoitaa leikkaajat, värimäärittelijät, leikkausvälineet ja mahdollinen äänistudio, tietenkin jo mieluummin etukäteen. Worthington (2009, 26–27) mainitsee myös tässä vaiheessa käytettävän musiikin oikeuksien hankkimisen sekä mahdollisen julkaisumateriaalin hoitamisen. Tämä on myös tuottajan aika hoitaa laskut ja tarkistaa budjettinsa paikkansapitävyys, yleisen ongelmienratkaisun ja mahdollisen asiakkaan sekä työryhmän välisen viestinnän huolehtimisen ohella. Kun leikkaus ja masterointi ovat lähes kokonaan valmiit, on aika lähettää tuote asiakkaalle hyväksyntään, jos sellaista on.

3.2.7 Levitys

Kun jälkityöt on tehty, päästään materiaalin julkaisun ja levityksen pariin. Suunnitelma julkaisusta ja levityksestä on hyvä olla suunniteltuna jo idean kehittämisen kohdalla. Jos kyseessä on asiakastyö, on asiakkaalla luultavasti tietyt segmentit mietittynä joiden mukaan videotuotannon julkaisu- ja levitystapa on suunniteltu. Julkaisutapa muokkautuu yleensä projektin mukaan; harvemmin esimerkiksi musiikkivideota julkaistaan ja levitetään elokuvateattereiden kautta, mutta mikään laki ei tätäkään kyllä kiellä. Audiovisuaalisen työn julkaisu- ja levityskanavia voivat olla oikeastaan mitkä tahansa keinot joka pystyvät esittämään liikkuvaa kuvaa ja ääntä, mutta yleisimpinä jakelukanavina mainittakoon

- Televisio (valtakunnalliset ja kaapelikanavat)
- Internet ja sen ilmaisupalvelut (esim. YouTube, Vimeo)
- Näiden kahden yhdistelmä (Netflix, Ruutu.fi)
- Elokuvateatterit
- Elokuvafestivaalit
- DVD

Julkaisun ja levityksen suunnittelussa kannattaa myös huomioida mainonnan, markkinoinnin ja segmentoinnin tärkeys. Jos idean kehitysvaiheessa on kohderyhmä jo valmiiksi mietitty, on markkinoinnin suunnittelu huomattavasti helpompaa. Esimerkiksi Isohookana (2007, 108) esittelee kontaktipisteajattelun markkinointiviestintästrategian suunnittelun avuksi. Kontaktipisteillä hän tarkoittaa sellaisia paikkoja, pisteitä, jossa markkinointiviestinnän tulee olla läsnä. Tällaisia pisteitä voi kartoittaa miettimällä kohdehenkilön elämää, missä hän liikkuu, mitä medioita hän aktiivisesti käyttää ja mitä medioita seuraa.

3.2.8 Jälkiseuranta

Vaikka tuotos on valmis ja jaossa, ei projekti vielä ole ohi: koko läpikäyty prosessi kannattaa analysoida ainakin itsearviointina ja miettiä, missä on mennyt hyvin,

missä huonosti, missä ovat ns. pullonkaulat ja kuinka projekti onnistui keskimäärin muuten. Silfverberg (2007, 44) kuitenkin muistuttaa, että itsearvointi edellyttää avointa ja itsekriittistä asennetta sekä rohkeutta tunnustaa myös kohdatut ongelmat. Tämä kannattaa kuitenkin tehdä, sillä huolellisella raportoinnilla ja kriittisyydellä omaa työtään kohtaan pystytään kehittymään tehokkaammiksi ja paremmiksi tuottajiksi, ja välttyä tekemästä samoja virheitä uudestaan.

Jälkiseurantaan kuuluu myös suunniteltujen päämäärien saavuttamisen seuraaminen; täyttyvätkö ennalta annetut tavoitteet esimerkiksi katsojamäärissä, onko toimintaan tai myyntiin tullut lisätehoa tai onko elokuva tehnyt voittoa? Myös asiakastyössä asiakkaan tyytyväisyyttä projektiin kannattaa tarkistaa ja varmistaa, jotta asiakassuhde säilyy ja mahdollisesti poikii myös tulevia projekteja.

4 CASE: VAASAN KISSATALO

Tässä kappaleessa esittelen opinnäytetyöni toista osuutta, eli Vaasan Kissatalolle tuottamaani sosiaalisen median mainosta. Koska koko muukin osuus opinnäytetyöstäni keskittyy tuottajan rooliin, on tämä raporttiosuuskin selostus prosessin kulusta tuotannollisesta näkökulmasta eikä siksi keskity yksityiskohtiin. Projektin asiakkaasta kerrottakoon, että Vaasan kissataloa ylläpitää vapaaehtoisvoimin yhdistys nimeltä Vaasan kodittomien kissojen ystävät ry. Yhdistys perustettiin vuonna 1993 muutaman vaasalaisen kissaihmissen voimin auttamaan hädänalaisia kissoja. Vuonna 1996 yhdistys sai vuokrattua Vaasan kaupungilta vanhan puutalon Palosaarelta, noin 2 km keskustasta. Kissoilla on talossa karanteenihuoneen lisäksi 7 huonetta, joissa ne asuvat kunnes uusi koti löytyy. Yhdistyksen toimintaan kuuluu kissatalon lisäksi rahanhankinta kirpputorien, myyjäisten ja muiden tapahtumien kautta. Kissatalon kautta kulkee n. 200 kissaa vuodessa. Yhdistys toimii vapaaehtoisten kissaihmissen voimin, ainoa palkka on tyytyväinen kehräys. (Vaasan kissatalo 2011.)

4.1 Projektin esittely

Mediaprojektini aihe on Vaasan kissatalon toimintaa tukemaan suunniteltu mainosvideo. Videon tarkoituksena on herättää huomiota kissojen tämänhetkiseen tilanteeseen, leikkaamattomien ja hoitamattomien kissojen kohtaloon sekä vapaaehtoistoimin pyöritettävän kissatalon tilanteeseen. Päämääränä on että videon avulla toiminta saa näkyvyyttä, joka suoraan korreloisi avustuksina, vapaaehtoisina avustajina sekä mahdollisesti myös kissojen omistajien vastuullistumisena.

4.2 Projektin toteutus prosessikaaviopohjalla

Idea. Projektini lähti prosessikaavion mukaan ideasta eikä valmiiksi tilatusta tuotteesta. Ajatuksena oli tuottaa jokin kissatalon toimintaa auttava mediateos, ja käytyäni läpi YouTubessa jo valmiina olevat videot aiheesta totesin heidän

materiaalinsa kaipaavan enemmän aktivoivaa ja markkinoivaa videota esittelevien videoiden tueksi.

Hain muotoa ajatukselleni määrittelemällä itselleni vastaukset kysymyksiin mitä, miksi, miten, milloin, missä, kenelle ja kuka. Näiden pohjalta työstin itselleni SMART- lauseen, joka kuuluu näin:

Minä teen koulun kalustolla Vaasan Kissatalolla Vaasan kodittomien kissojen ystävien yhdistykselle videomainoksen sosiaaliseen mediaan, jonka avulla haetaan eläinrakkaita ihmisiä tukemaan Kissatalon toimintaa kesällä 2015.

Esituotanto. Idean selvityksen jälkeen siirryin suunnittelemaan tarkemmin yksityiskohtia, joita liittyy projektin toteuttamiseen. Taustatyönä selvitin, millaisia videoita Vaasan Kissatalosta oli jo jaossa, ja määrittelin tätä kautta millaiselle videolle olisi tarvetta. Koska Kissatalosta oli jo joitain esitteleviä videoita, päätin lähteä enemmän markkinoivalle linjalle pitäen mielessä lopullisen päämäärän, eli avustuksien ja avustajien lisäämisen. Käydessäni läpi Kissatalon blogiin kirjoitettuja surullisia kissojen kohtaloita, kiteytyi ideakseni ottaa videoni erityispiirteeksi tunteisiin vetoavuuden, jota ei muissa videoissa ollut edustettuna.

Työstin nopean luonnoksen käsikirjoituksesta, jonka tekstuaalisen sisällön lainasin Kissatalon verkkosivuilta. Luontevana ajatuksena oli laittaa nämä tarinat päälle puhuttuna, ja keskittyä kuvamaailmassa kissoihin. Mietin alustavat kuvatarpeet tunnelatauksen mukaan, jotta äänen ja kuvan synteesi olisi mahdollisimman tehokas. Kuvauspaikaksi valikoitui loogisesti Kissatalo, josta löytyisi esiintyjät videoon.

Alustavaksi aikatauluksi suunnittelin projektin esittelyä asiakkaalle torstaina 12.3.2015, jolloin Kissatalolla olisi jokaviikkoiset avoimet ovet ja he olisivat valmiita ottamaan vieraita vastaan. Suunnitelmana on lainata koululta sopivaa kameraa, jalustaa ja pientä kannettavaa valosettiä mahdollisen lisävalon tarpeen takia. Johtuen projektin pienuudesta koin, etten tarvitse apukäsiä tämän projektin kuvauksiin, ja toisekseen Kissatalon asukkaat saattaisivat stressaantua ja pakoilla isompaa ihmismäärää.

Myynti. 12.3.2015 menin Kissatalolle joka torstaiseen avoimien ovien päivään ideoideni kanssa, ja esittelin asiani paikalla olleen Vaasan kodittomien kissojen yhdistyksen varapuheenjohtajan ja muiden paikalla olleiden jäsenten kanssa. He olivat mielissään ideastani, ja sovimme yhteyshenkilön, jonka kanssa alkaisin suunnitella kuvauksien järjestelyä. Kävimme mainoksen sisältöä hieman läpi, ja ehdotin, että lähettäisin heille valmiin käsikirjoituksen luettavaksi ja kommentoitavaksi ennen kuvauksia. Sovimme, että mainoksen ensisijainen tarkoitus on nimenomaan saattaa useampia ihmisiä tietoiseksi Kissatalon toiminnasta ja avuntarpeesta toiminnan konkreettisen esittelyn sijaan.

Tuotantosuunnittelu. Myyntitapahtuman jälkeen aloin työstää käsikirjoitusta. Hain innoitusta ja mallia tutkimalla internetistä löytyviä muita samaan aihepiiriin liittyviä videoita, ja niitä analysoimalla päättelin, että äänimaailmalla tulisi olemaan suuri merkitys koko videon tunnetilaan. Niinpä hain sopivat, minimalistiset ja lisenssivapaat musiikit itselleni niin sanotuksi rakennuspohjaksi. Käsikirjoitusta laatiessani kuuntelin näitä kahta pianokappaletta ja perkasin läpi kissatalon blogista 3 mielestäni pysäyttävintä tarinaa. Päätin kertoa kaikki 3 tarinaa kahdessa eri osassa: ensimmäisessä osuudessa kerrottaisiin tarinan surullinen osuus, jota myös taustalla soiva musiikki tukisi. Toiseen osioon tulisi sitten lohdulliset lopetukset Kissatalon osuus sisään kirjoitettuna, ja taustalla soisi toiveikkaampi musiikki. Koko käsikirjoitus on esiteltynä liitteessä 1. Tämän jälkeen hyväksyin käsikirjoituksen asiakkaalla lähettäen sen tarkistukseen 15.3.2015, ja saaden puoltavan päätöksen 21.3.2015.

Saatuani positiivisen palautteen käsikirjoituksesta otin yhteyttä minulle annettuun yhteyshenkilöön, jonka kanssa sovimme kuvauspäiväksi maanantain 30.3.2015 klo 8.30-11.30, jolloin hän olisi siivous- ja ruokintavuorossa ja paikalla ei olisi liikaa ihmisiä.

Seuraavaksi tarkistin kahdelta koulutoveriltani, sopisiko näiden avustaa spiiikkausten muodossa. Heidän aikatauluhiinsa sopi äänituotannon hoitaminen jo ennen kuvauksia, mutta koska tässä tapauksessa ääni ja kuva eivät tulisi olemaan synkronoituja, se sopi projektin toteutukseen. Arvioin äänitystilanteen keston, ja sovin tässä vaiheessa jo puhujieni kanssa alustavaksi aikatauluksi 24.3.2015 klo

17.00–21.00, jonka lupasin varmistaa saatuaani äänitysstudion käyttötilanteen selvitettyä ja varattua.

Tämän jälkeen hoidin koulun av-varastolta varustelainaukset ja äänitysstudion varaamisen ja sovin tarvikkeiden nouto- ja palautusajat varastomestarin kanssa. Ilmoitin myös spiikkereille äänitysten ajankohdan olevan lyöty lukkoon.

Koska projektin tuotanto-osuus on niin pieni, en tehnyt sen enempää tarkennettua kuvausaikataulua itselleni. Kirjoitin ylös, kuinka monta kuvaa mahdollisesti tarvitsisin, ja arvioin yhtenäisten otoksien vähimmäiskeston lukemalla ääneen pisimmän videolle tulevan puheen samalla ottaen aikaa.

Resurssikartoitukseen otin huomioon suunnitellun videon tarpeet ja sisätiloissa tehdyn kuvauksen erikoistarpeet; tämän takia päädyin käyttämään koulun kalustosta hyvää, valovoimaista järjestelmäkameraa laajalla linssillä. Tällä tavalla saisin lähempää kuvaa kissoista ja niiden liikkeistä ja ilmeistä. Kuvauskalustoon lisäsin myös pienen valokaluston jalustalla, heijastimen, kamerajalustan ja varmuuden vuoksi pidemmän linssin. Kaikista tarvitsemistani laitteistoista, ajoista ja yhteystiedoista kokosin itselleni erillisen listan, jota käytin perinteisen breakdownin, eli käsikirjoituksen purkamisen, sijaan. Ks. Liite 2.

Tuotanto. Tässä tuotannossa tein siis äänitykset ennen kuvauksia. Äänitys tapahtui Seinäjoen Ammattikorkeakoulun äänitysstudioissa 24.3.2015, koulun koneella olevalla Pro Tools HD 8-ohjelmistolla. Itse äänitystapahtumassa kävimme ääninäyttelijöiden kanssa heille jo aiemmin lähettämäni käsikirjoituksen lävitse, ja teimme siihen hieman muutoksia jotka helpottivat tekstin ääneenlukua. Jokainen meistä ääninäytteli oman osuutensa, ja henkilöt, jotka eivät olleet puhumassa, hoitivat äänitystä. Päätimme ottaa tekstin ensin kokonaisuudessaan, ja virheen sattuessa kuunnella edellisen pätkän aina virheeseen asti ja spiikata siitä eteenpäin loppuun asti. Tällä tavalla saimme säilytettyä puheen kerronnallisuuden ja luonnolliset äänenpainot, jotka lause lauseelta äänittäessä saattavat muodostua ongelmaksi. Lopuksi puheisiin lisättiin hieman efektiä kaiun muodossa, jotta siihen saatiin syvyyttä.

Kuvaukset, jotka olivat 30.3.2015 Kissatalolla, sujuivat suunnitelmien mukaan muuten, mutta koska kissat osoittautuivat aika hankaliksi kuvattaviksi kaluston

vierastamisen takia, päädyin ottamaan paljon luonnollisen valon kuvaa käsivaralla. Kameran käytön kokemattomuuden takia tämä osoittautui myöhemmin videoita katsellessa ongelmaksi. Koska yhtenäisten otosten pituus oli tavallista pitempi kuin esimerkiksi tavallista mainosta kuvatessa ja linssin terävyysalue lyhyt, tuli kuviin kissan nopeista liikkeistä johtunutta epätarkkuutta osissa otoksia, ja toisissa otoksissa kameran käsivarainen heilunta on häiritsevää. Tämän ongelman olisi voinut ratkaista yksinkertaisesti esimerkiksi käyttämällä monopodia, joka kokonsa ja liikuteltavuutensa puolesta olisi varmasti sopinut kuvaustilanteeseen, ja luultavasti ei olisi stressannut kissoja niin pahasti kuin perinteisen jalustan paikalle raahaaminen ja kasaus. Toinen ratkaisu ongelmaan olisi ollut ottaa suoraan kokeneempi kuvaaja hoitamaan asiaa. Koska tällainen ongelma kuitenkin syntyi, päätin ratkaista sen jälkituotannossa.

Jälkituotanto. Toteutin editoinnin kotonani käyttäen Adoben ohjelmistoista Premieriä kokonaisvideon tuotantoon, After Effectsiä tekstianimaatioihin ja Photoshopia kuvien käsittelyyn sekä Kissatalon logon valmisteluun videokäyttöön. Ensimmäiseksi saatuani materiaalit koneelle, kokeilin tehdä käsikirjoituksen mukaista raakaleikkausta. Tässä vaiheessa esiin nousi tuotannossa tapahtunut virhe kameran varusteiden ja kuvaajan valinnan suhteen, joten päätin aloittaa ratkaisemalla sen ongelman ensimmäiseksi. Päädyin käyttämään alkuosassa videota mustavalkoisia still-kuvia jotka olin kaapannut videosta. Toiseen, iloisempaan osaan siirryttäessä kuvat saivat värit ja lähtivät liikkeellä. Näissä kuvissa näkynyttä kameran heiluntaa pyrin hillitsemään käyttämällä editointiohjelman sisäistä värinpoisto-työkalua sekä hidastusta.

Saatuani kuvat jokseenkin hyväksyttävään malliin siirryin äänieditoinnin pariin. Kävin spiikit läpi, siistin ääniraidan, lyhensin turhia pauseja ja leikkasin hieman tekstien pituutta sopivissa kohdissa niin, että puheiden tempo vastasi paremmin toisiaan. Sitten sovitin taustalle tulevat kaksi kappaletta mahdollisimman saumattomasti yhteen. Päädyin valmistamaan tekstianimaatiot After effects -ohjelmalla, koska halusin tietyn tyyppistä efektiliikettä teksteihin ja nähdä animaatioiden lopputuloksen aitoina ilman, että täytyisi laskettaa koko videopätkää monta kertaa. Oltuani kohtuullisen tyytyväinen lopputulokseen latusin videon muilta käyttäjiltä piilotettuna YouTubeen ja lähetin linkin 23.4.2015 Kissatalon

sähköpostiin kommenttipyyntöjen kera. Olin alun perin laskenut täysiä työtunteja menevän jälkitöihin materiaalin sisäänajosta aina YouTubeen lataamiseen asti noin 25–30 tuntia ottaen huomioon kokemattomuuteni videonkäsittelyssä, mutta johtuen tuotannosta tulleista ongelmista kokonaistuntiaika oli noin 32 tuntia.

Levitys. Videomainos julkaistiin 7.5.2015 YouTubessa, ja linkki tähän videoon jaettiin minun omalla Facebook-sivulla ja Kissatalon Facebook-ryhmässä. Ohjeistin ihmisiä katsomaan ja jakamaan linkkiä omilla sivuillaan, jotta tärkeä sanoma pääsisi leviämään mahdollisimman laajalle. Katsontamäärien perusteella näin myös tehtiin.

Tulosten seuranta. Olin asettanut videon tulosmittareiksi Vaasan Kissatalon toiminnan tehostumista videon levityksen ajanjakson aikana ja videon katselumäärien seuraamista. Tulokset olivat rohkaisevia: ensimmäisen vuorokauden aikana videota katsottiin yli tuhat kertaa, ja Kissatalon Facebook-kommentteihin kirjoitettiin muun muassa, että video sai eräänkin katsojan lahjoittamaan heti rahaa Kissatalon tilille. Muutenkin vastaanotto ja kommentit olivat erittäin positiivisia ja lopputulos myös asiakkaan mielestä juuri toivotunlainen. (YouTube, Kissatalon mainos 2015 -videon kävijälaskuri, Kissatalon Facebook-sivut, 2015.)

4.3 Projektin onnistuminen ja johtopäätökset

Projektin onnistui omasta ja asiakkaan mielestä erittäin hyvin: asetetut aikarajat ja päämäärät saavutettiin hienosti. Katsojien kommenttien perusteella video itsessään tuotti toivotunlaisen tunnetilan ja reaktion; tämä tarkoittaa, että idean tarkka suunnittelu ja videon segmentointi onnistuivat. Itse tuotantoa analysoidessa koen projektin olevan kohtuullisen onnistunut: melkein kaikki ennalta suunnittelemani aikataulut ja resurssien hankinnat sekä projektin luotsaaminen alusta loppuun on sujunut kuvauksia lukuun ottamatta mukavasti. Kuvaustenkin arviointivirheen pystyin kuitenkin korjaamaan, ja tällaiset kokemukset lisäävät tietoa jonka pohjalta voi tehdä vielä parempia ja tarkemmin perusteltuja päätöksiä. Jälkituotannon suunniteltu aikataulu venyi tietenkin aiemmin viitatus virheen takia, mutta kohtuullisen nopealla päätöksen teolla tämäkin aikahukka pystyttiin

minimoimaan aika pieneen. Kaikkiaan projektin toteutus tämän esitellyn prosessikaavion mukaan oli kannattavaa, ja lopputulos juuri toivotunlainen. Näin ollen voimme sanoa, että esitelty prosessikaava on myös toimiva ja hyödyllinen työkalu tuottajalle audiovisuaalista projektia tuottaessa.

YHTEENVETO

Tuottajan rooli on hyvin moninainen, ja se sisältää tarpeen tietää paljon eri asioita ja taitoja. Myös tuottajan roolin moninaiset termitykset ja näiden sisällään tuomat vastualueet saattavat hämmentää ja sekoittaa tuottajaa itseäänkin. Kuitenkin tärkein asia, mitä tuottajan täytyy tietää, on se, että nimenomaan tuottaja on vastuussa koko paketin kasassa pitämisestä. Tämän takia selkeä näkemys audiovisuaalisen projektin sisäisestä prosessista on ensiarvoisen tärkeää. Opettelemalla tämän prosessin sekä pari hyvää analyysityökalua tuottaja voi varmemmalla mielellä lähteä suunnittelemaan ja toteuttamaan joko omia tai muiden visioita. Paras tietotaito tulee kuitenkin kokemuksesta, jota ei kartu, jos ei uskalla lähteä tekemään. Hyvä pelisilmä, mainiot kommunikaatiotaidot, erinomainen ongelmanratkaisukyky, kestävät hermot ja muuntautumiskyky vievät pitkälle, mutta kunnollisella projektin vaiheiden ja prioriteettien hahmottamisella pääsee sinne helpommin.

Tässä työssä esitelty prosessikaaviomalli toimi raportissa esitellyn projektin perusteella hyvin ja moitteetta. Projekti seurasi ensisijaisesti lineaarista mallia, poiketen sopivissa tilanteissa, kuten tuotannon teossa, epälineaarisen puolelle. Tämä osoittaa, että prosessikaava on joustava ja helposti tuottajan omiin tarpeisiin muokattavissa tarpeen mukaan: olennaisinta on, että kokonaisuus ja päämäärä on selkeästi tuottajan hallinnassa sekä vankka tieto siitä, mitä vaiheita täytyy läpikäydä lopputulokseen päästäkseen.

LÄHTEET

- Elokuvantaju-verkkosivusto. Ei päiväystä. Aalto-yliopisto. [verkkosivusto.] [Viitattu 28.4.2015.] Saatavana: <http://elokuvantaju.aalto.fi/oppimateriaali/jalkituotanto/jalkityot.jsp>
- Facebook 2015. Vaasan Kissatalo. [Verkkosivu.] [Viitattu 8.5.2015.] Saatavana: www.Facebook.com/groups/vaasankissatalo.ryhma/
- Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Juva: WSOY
- Kettunen, S. 2009. Onnistu projektissa. 2., uudistettu painos. Juva: WSOY
- Liulia, M. 2002. Muistilista multimedian tekemisestä ja tuottamisesta. AVEK-lehti. 2/2002.
- Memento (2000). Ei päiväystä. Internet movie database. [verkkosivusto.] [Viitattu 8.5.2015.] Saatavana: www.imdb.com/title/tt0209144/
- Pelin, R. 2009. Projektinhallinnan käsikirja. 6., uudistettu painos. Jyväskylä: Projektinjohtaminen Oy Risto Pelin
- Silfverberg, P. 2007. Ideasta projektiksi, projektityön käsikirja. Helsinki: Edita
- Suomen elokuvasäätiön hakuohje. 2015. [verkkosivusto.] Helsinki. [Viitattu 27.4.2015.] Saatavana: <http://ses.fi/tukitoiminta/hakuohjeita/tuotantotuki/#c2636>
- Titanic, 1997. Ei päiväystä. Internet movie database. [verkkosivusto.] [Viitattu 8.5.2015.] Saatavana: www.imdb.com/title/tt0120338/
- Vaasan Kissatalon historia ja toiminta. 2011. Vaasan kodittomien kissojen yhdistys. [verkkosivusto.] [Viitattu 23.4.2015.] Saatavana: <http://www.vaasankissatalo.org/index.php/fi/contactfi/vaasan-kissatalo>
- Worthington, C. 2009. Basics Film-Making: Producing. AVA Publishing SA
- YouTube 2015. Vaasan Kissatalon mainos 2015. [Verkkosivu.] [Viitattu 8.5.2015.] Saatavana: <https://youtu.be/xDJIUCv1vb8>

LIITTEET

Liite 1. Videomainoksen käsikirjoitus

Liite 2. Resurssikartoitus

Liite 1. Videomainoksen käsikirjoitus

VAASAN KISSATALO- MAINOS SOSIAALISEEN MEDIAAN

Pia Murto
2015

Musta ruutu. Surullinen musiikki alkaa soida. Ruutuun ilmestyy hitaasti teksti: "Tuhansia surullisia kohtaloita." Teksti tummuu pois. Lähikuvaa kissasta. Kertojan ääni nousee taustamusiikin tasalle, aloittaen kertoa tarinaa.

Kertoja 1:

Kaksi naista matkasi eräänä iltana autolla kohti kotia. Tervajoen kohdalla on taival, jonka varrella ei ole taloja, vain peltoa ja metsää. He havaitsivat keskellä tietä tumman lumipaakun, jonka ohi autot huristelivat lumi pöllyten. Myös naiset ajoivat möykyn ohi. Jokin sai heidät kuitenkin kääntymään. Lumimöykky olikin pieni tyttökissa käpertyneenä keskelle tietä. Kissa oli raahautunut viimeisillä voimillaan tielle. Oliko se tullut tielle kuolemaan, mene ja tiedä. Naiset nostivat kissan autoon ja toivat kissatalolle..

Kertojan ääni hiljenee pois. Siirrymme seuraamaan toista kissaa, toinen kertojaääni nousee musiikin tasalle:

Kertoja 2:

Kissatalolle tuotiin pahasti rääkätty nuori tyttökissa. Sitä oli poltettu tupakalla niskaan, sen hampaat oli potkittu poikki ja huumattuna heitetty parvekkeelta alas. Tätä pelokasta ja

vapisevaa raukkaa omistaja kovasti uhaten vaati itselleen takaisin..

Kertojan ääni hiljenee taustalle. Siirrymme seuraavaan kissaan ja seuraavaan kertojaan:

Kertoja 3:

Pari huoltomiestä huomasi Vaasan keskustan viheraluetta hoitaessaan pahvisen kännykkälaatikon pensaiden juurelta. Laatikko tuntui painavalta, ja sen sisältä kuului rapinaa. Sisälle oli tukittu 6 viikon ikäinen kissanpentu. Veetin luut törröttivät, niin laiha se löydettyäessä oli. Lisäksi se oli kuiva ja nälkäinen. Kauaa se ei olisi enään laatikossa elänyt..

Kertoja vaihtuu takaisin ensimmäiseen, ja (uusi? Sama kuin ensimmäinen?) kissa taustalla alkaa pikkuhiljaa leikkiä/ottamaan kontaktia. Taustamusiikki muuttuu toiveikkaammaksi.

Kertoja 1:
 Tieltä löydetty kesy tyttökissa oli melkein luuranko, ikää noin 7-8 kuukautta. Korvanlehdet paleltuneet ja varmaan osittain putoaisivat pois. Hänestä puolet oli tuhoutunut, luultavasti auto oli ajanut hännän yli. Kissatalon kautta Sirpa pääsi hyvään kotihoitopaikkaan, jossa se raukka söi kaiken mitä annettiin, ahmien. Hidas toipuminen oli alkanut. Se lähestyi ihmisiä kehräten ja syliin tukkien, ikään kuin varmistaakseen, ettei enää tule hylätyksi.

Siirtyminen seuraavaan kertojaan, ja uuteen kuvaan kissasta, joka leikittelee/ottaa kontaktia:

Kertoja 2:
 Rääkätty Ditte-kissa toipuu nyt psyykkisistä ja fyysisistä traumaistaan yksityiskodissa. On vaikea katsoa sen silmiin tuntematta tuskaa. Kuinka paljon se on pelännyt, kärsinyt ja mitä kaikkea se on lyhyen elämänsä aikana joutunut kokemaan? Sen pieni sydän on särjetty ja luottamus ihmisiin ei palaudu kovin helpolla..

Siirrymme kolmanteen kertojaan, ja kolmanteen kissaan:

Kertoja 3:
 Laatikosta löytynyt Veeti-pentu kuitenkin oli päättänyt roikkua vielä elämän syrjässä kiinni ja niinpä se tuotiin kissataloon. Sinnikäs taistelija toipui ja vahvistui kotihoidossa. Oli kai tarkoitus, että se sai vielä mahdollisuuden.

Kertoja lopettaa tarinansa. Musiikki jatkuu. Ruutu pimenee, ja siihen ilmestyy teksti:

”Sinun apusi voi merkitä eroa elämän ja kuoleman välillä.”

Pieni paussi.

”Auta meitä auttamaan.”

Molemmat tekstit katoavat, seuraava teksti:

”Vaasan Kissataloa ylläpidetään vapaaehtoisten kissaihmisten voimin. Ainoana palkkana on kissojen tyytyväinen kehräys.”

Pieni paussi.

”Apua lahjoitusten, vapaaehtoisten työntekijöiden, uusien yhdistysaktiivien ja kotihoitopaikkojen muodossa tarvitaan kipeästi.”

Hetken päästä nämä häipyvät ruudusta pois, ja tulee uusi teksti:

”Sirpan, Diten ja Veetin koko tarinan sekä lisätietoa miten sinä voit auttaa Kissataloa toiminnassa voit lukea osoitteesta www.vaasankissatalo.org . Facebook-ryhmä: [www.Facebook.com/kissatalo](https://www.facebook.com/kissatalo)”

Kuva muuttuu valkoiseksi, johon ilmestyy Kissatalon logo, ja hetken päästä slogan: ”Kaikki kissat ansaitsevat kodin”.

FIN.

Liite 2. Resurssikartoitus

KISSATALO-VIDEOMAINOKSEN RESURSSIKARTOITUS (BREAKDOWN)

Projektinkuvaus:

3-5 minuutin videomainos sosiaaliseen mediaan.
Liikkuva kuva kissoista ilman ääniä.
3 eri ääninäyttelijää.

KUVAUKSET

Kuvauspaikka:

Vaasan Kissatalo, Levoninkatu 35, 65200 Vaasa
Yhteyshenkilö: Essi Hellgren, puh: xxx-xxxxxxx

Kuvausaika:

30.3.2015 klo 8.30-11.30 (3h yhteensä)

Kuvatarve:

3 eri kissaa. 3 kuvaa jossa kissa rauhallinen, "suruisa". 3 kuvaa jossa samat kissat eloisampia.

Otosten pituudet: 30s-1min 20s

Tarvittava kalusto:

Kamera (Canon 5D Mark III)
Linssit (EF 16-35mm, EF 24-70mm)
Canon akku
Canon siirtojohto
Muistikortti x 2
Jalusta Manfrotto, kolmijalkainen
Lupo led-valo
Akku x 2 valolle
Kolmijalkajalusta valolle
Heijastin

Kaluston hankinta ja haenta:

SeAMK AV-varasto, haku pe 27.3.2015 klo 12.00, palautus ma 30.3.2015 klo 13.00

Yhteyshenkilö: Mikko Parkkonen, xxx-xxxxxxx

HUOM! Muistikorttien tyhjennys, käyttämättömät akut erilleen!

ÄÄNITYKSET

Äänityspaikka:

SeAMK äänitysstudio

Oven avaus: Mikko Parkkonen

Aika:

24.3.2015 klo 17.00-21.00 (4h)

Ääninäyttelijät:

Anna-Pia Ahola, xxx-xxxxxxx

Toni Annala, xxx-xxxxxxx

Tarvittava kalusto:

Studiossa valmiiksi kone, kauttimet ja lähdöt + Protools HD 8-äänenkäsittelyohjelma, näiden lisäksi:

Xlr-johto x 2

Dynaaminen mikrofoni

(Mikrofonin pop-filtteri)

Mikkiständi

Kuulokkeet x 2

Omat muistettavat:

Muistitikku

Käsikirjoitukset printattuna

Kaluston hankinta ja haku:

SeAMK AV-varasto, Mikko Parkkonen

Toni Annala hoitaa noutamisen ja palautuksen

HUOM! Omien äänitysten siirto tikulle & projektin poisto koulun koneelta!

JÄLKITYÖSTÖ

Editointipaikka ja editoija:

Itse kotona omalla koneella

Editointiaika: 30.3.2015-24.4.2015 (25 päivää)

Arvioitu tarvittava tuntimäärä: 25-30h

Tarvittavat ohjelmistot:

Adobe premiere (kuva ja ääni)

Adobe After Effects (tekstianimaatiot)

Adobe photoshop (kuvien ja logon käsittely)

Ohjelmistojen hankinta:

Adobe ilmaiset kokeilujaksot, 30pv.

HUOM! Hyväksytys asiakkaan ja ohjaavien opettajien kanssa, kun melkein v