

Opinnäytetyö (AMK)

Journalismi

Turun AMK

2015

# SITÄ TAVALLISTA ARKEA

– Kehitysvammaisten perhehoidosta kertovan  
esittelyvideon suunnittelu ja toteutus



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Anni Pajari

Anni Pajari

# SITÄ TAVALLISTA ARKEA – KEHITYSVAMMAISTEN PERHEHOIDOSTA KERTOVAN ESITTELYVIDEON SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Opinnäytetyöni kirjallinen osa käsittelee järjestölle tehtävän esittelyvideon suunnittelua ja toteutusta. Pyrin selventämään, millaisia asioita tulisi ottaa huomioon tilaustyönä toteutettavaa, alle 10 minuutin esittelyvideota tehtäessä. Käsittelem aiheita opinnäytetyöni tuoteosan kautta, joka on kehitysvammaisten perhehoitoa esittelevä video. Videon tilaajana oli Perhehoitoliitto, jossa suoritin opintoihini kuuluvan työharjoittelun syyskuusta 2014 tammikuuhun 2015.

Kehitysvammaisten perhehoitoa esittelevällä videolla aiheina olivat lasten lyhytkestoinen ja aikuisten pitkäkestoinen perhehoito. Pääasiallinen käyttötarkoitus on videon esittäminen Perhehoitoliiton järjestämissä koulutustilaisuuksissa ja ennakkovalmennuksissa mahdollisille tuleville perhehoitajille. Käsittelem opinnäytetyöni kirjallisessa osassa myös sitä, miten esittelyvideo rakennetaan kahdesta osalueesta yhdeksi toimivaksi kokonaisuudeksi siten, että molemmat osat toimivat myös itsenäisinä videoina. Osia tai osaa videosta käytetään mahdollisesti tulevaisuudessa Perhehoitoliiton verkkoviestinnässä

Hyvä esittelyvideo syntyy huolellisella ennakkosuunnittelulla ja tiiviillä yhteistyöllä tilaajan kanssa. Ennen kuvauksia kartoitetaan videon haluttu pituus, pääasiallinen käyttötarkoitus, kohderyhmä ja tärkein viesti, joka videolla halutaan välittää. Esimerkiksi koulutuskäyttöön tarkoitetun videon sopiva pituus on enintään kymmenen minuuttia, ja tämä tulee ottaa huomioon jo käsikirjoitusvaiheessa. Mahdollista verkkoviestintää ajatellen videon rakenteen täytyy olla sellainen, että siitä voidaan käyttää osia erilaisiin tarkoituksiin sujuvan kerronnan kärsimättä.

ASIASANAT: media, yhteisöviestintä, video, esittelyvideo, perhehoito

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Journalism

Spring 2015 | 24

Samuel Raunio

Anni Pajari

# THAT EVERYDAY LIFE – PLANNING AND PRODUCING AN INTRODUCTION VIDEO ABOUT FOSTER CARE OF MENTALLY DISABLED PERSONS

The written part of my thesis handles planning and carrying out an introduction video made to an organization. I aim to clarify what kind of issues should be considered when making customize, less than 10-minute introduction video. I deal the subject through the production part of my thesis, which is a video introducing family care of mentally disabled children and adults. The video was commissioned by Perhehoitoliitto ry (Family Care Association), in which I did my internship from September 2014 to January 2015.

Two main themes in the video are children's short-term and adult's long-term foster care. The principal use of the video is to show it at education occasions and advance coaching sessions for possible prospective foster carers. In the written part of my thesis I also deal how the video is constructed from two themes into one functional entity, so that both theme parts also work as independent videos. Part or parts of the video is to be possibly used in the future in Perhehoitoliitto ry's network communication.

A good introduction video is created with careful advance planning and close cooperation with the client. Before filming of the video certain things must be planned: the desired length, the main purpose, target group and the main message of the video. For example, a suitable length of a training intended video is not more than ten minutes, and this should be considered already in the script point. Considering possible network communication in future, the structure of the video must be such that the parts can be used for various purposes without loss of the smooth narrative.

**KEYWORDS:** media, organizational communication, video, introduction video, foster care

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 KEHITYSVAMMAISTEN LASTEN JA AIKUISTEN PERHEHOITO</b>	<b>7</b>
<b>3 ESITTELYVIDEO PERHEHOITOLIITON VIESTINNÄSSÄ</b>	<b>9</b>
<b>3.1 Esittelyvideon käyttötarkoitukset Perhehoitoliiton viestinnässä</b>	<b>9</b>
<b>3.2 Haastateltavien yksityisyydensuojan vaikutukset videon käyttöön</b>	<b>11</b>
<b>4 VIDEOON SUUNNITTELU</b>	<b>12</b>
<b>4.1 Tilaajan vaatimukset ja toivomukset videon sisällön suhteen</b>	<b>12</b>
<b>4.2 Kohderyhmä ja pääasiallinen käyttö</b>	<b>13</b>
<b>4.3 Yhteiskunnallisen viestinnän erityispiirteitä</b>	<b>15</b>
<b>5 VIDEOON RAKENNE</b>	<b>17</b>
<b>5.1 Alku ja ensimmäinen osio: lasten lyhytkestoinen perhehoito</b>	<b>17</b>
<b>5.2 Siirtymä, toinen osio: aikuisten pitkäkestoinen perhehoito ja lopetus</b>	<b>19</b>
<b>6 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>22</b>
<b>LÄHTEET</b>	

# 1 JOHDANTO

Toive kehitysvammaisten perhehoitoa esittelevän videon tekemisestä tuli Perhehoitoliitolta, jossa suoritin työharjoitteluni syyskuusta 2014 tammikuun puoleenväliin 2015. Heillä oli tarvetta videolle, jota voitaisiin käyttää koulutus-, tiedotus- ja vaikuttamismateriaalina muun muassa uusien perhehoitajien rekrytoinnissa, osana perhehoidon valmennusmateriaalia sekä tiedotusmateriaalina esimerkiksi oppilaitoksissa.

Tarkoituksena on siis kertoa mahdollisille tuleville perhehoitajille millaista työn arki on, mitä siinä edellytetään ja mitä vanhemmat ja muut perhehoidossa olevien läheiset siltä odottavat. Verkossa tapahtuva viestintä on tärkeää Perhehoitoliitolle, joten osia videosta saatetaan haluta julkaista tulevaisuudessa netissä. Kokonaisuudessaan videota ei voida julkaista verkossa videolla esiintyvien henkilöiden yksityisyydensuojan takaamiseksi. Videota suunniteltaessa ja tehtäessä ei ollut mietitty, missä yhteydessä, koska tai miten videota käytettäisiin verkkoviestinnässä (sosiaalisessa mediassa, verkon omilla nettisivuilla vai jossain muualla), mutta silti mahdollisuus piti ottaa huomioon jo videon suunnitteluvaiheessa.

Video koostuu kahdesta eri aihealueesta: pitkä- ja lyhytkestoisen perhehoidon esittelystä. Nämä osat piti yhdistää toisiinsa yhdeksi esittelyvideoksi, mutta niiden piti olla myös omia toimivia kokonaisuuksiaan. Videon rakenteesta piti siis tehdä sellainen, että videota tai sen osia voidaan käyttää erilaisiin tarkoituksiin sujuvan kerronnan kärsimättä tai loukkaamatta kenenkään yksityisyyttä.

Työn kirjallisessa osassa selvitän, millaisia ratkaisuja tein videon suunnittelu- ja tekovaiheessa vallitsevien olosuhteiden ja liiton asettamien rajojen puitteissa. Keskityn tekstissä itse videon suunnitteluun, tarinan kerrontaan ja kantavuuteen sekä draaman kaaren luomiseen. Sekä videon suunnittelussa että editoinnissa pohdin koko ajan, miten saan videosta yhden toimivan, 10-minuuttisen osuuden ja kaksi omina kokonaisuuksinaan toimivaa lyhyttä videota.

Markkinointivideoista on tarjolla runsaasti tietoa, mutta tämän kaltaisista, järjestöille tehtävistä esittelyvideoista ei ole laadittu juurikaan materiaalia. Vaikka monet markkinointivideoiden lainalaisuudet pätevät myös järjestöjen esittelyvideoihin, niiden tavoitteissa on eroja. Tämä opinnäytetyö tarjoaa tietoa videon tekemisestä järjestön koulutus- tai esittelykäyttöön, ja on siksi hyödyllinen yhteisöviestinnästä ja videoiden tekemisestä kiinnostuneille.

Tarkastelen aihettani sekä videontekemisen (suunnittelu, käsikirjoittaminen, leikkaaminen) että yhteiskunnallisen viestinnän kautta. Tutkimusaineistoni koostuu kirjallisista lähteistä, nettilähteistä sekä Perhehoitoliiton kehittämispäällikkö Maria Kuukkasen haastattelusta. Haastattelu taltioitiin keväällä 2015.

## **2 KEHITYSVAMMAISTEN LASTEN JA AIKUISTEN PERHEHOITO**

Perhehoitoliitto ry on vuonna 1983 perustettu valtakunnallinen perhehoidon asiantuntijajärjestö, jonka tehtävänä on kouluttaa ja vaikuttaa perhehoitoon liittyvissä asioissa. Liiton tavoite on turvata mahdollisimman monelle huolenpitoa tarvitsevalle mahdollisuus elää perheessä. Tämän mahdollistaakseen liitto tukee perhehoitajia, sijaisvanhempia ja perhehoidossa hoidettavia lapsia ja aikuisia sekä tekee yhteistyötä kuntien ja järjestöjen kanssa perhehoidon kehittämiseksi. Perhehoidon määrän lisääminen Suomessa on myös valtiovallan asettama tavoite. Perhehoitoa voidaan tarjota lapsille, nuorille, ikäihmisille, mielenterveyskuntoutujille ja eri-ikäisille kehitysvammaisille. (Perhehoitoliitto 2015a.)

Perhehoidon vahvuuksia ovat pysyvien ihmissuhteiden, toistuvien rutiinien ja oman kodin luoma turva. Se on myös kunnille taloudellisesti järkevä vaihtoehto. Kehitysvammaisten perhehoidolla tarkoitetaan lyhytaikaista tai jatkuvaa vammaisen lapsen tai aikuisen huolenpidon järjestämistä ympärivuorokautisesti perhehoitajan kodissa. Perhehoito järjestetään niin, että perhehoitaja ja kunta tekevät toimeksiantosopimuksen, ja perhehoito toteutetaan yhteistyössä kunnan muiden sosiaali- ja terveystalvelujen kanssa. (Perhehoitoliitto 2015b.)

Esittelyvideossa kuvataan sekä aikuisten pitkäkestoista perhehoitoa että lasten lyhytkestoista perhehoitoa. Lyhytkestoinen perhehoito on tarkoitettu tukemaan kehitysvammaisen lapsen kehitystä ja vanhempien jaksamista. Tilapäinen hoitopaikka mahdollistaa hengähdystauon vanhemmille ja huomion jakamisen perheessä mahdollisesti oleville muille lapsille. Vammaiset lapset saattavat tarvita perhehoitoa myös lastensuojelullisista syistä, ja silloin lapsi sijoitetaan perhehoitoon lastensuojelulain perusteella. Lyhytkestoisessa perhehoidossa lapsi viettää perhehoidossa osan ajastaan perhehoitajan luona. Pitkäkestoinen, erityishuoltona annettava perhehoito on tarkoitettu tilanteisiin, joissa vanhempien elämäntilanne tai voimavarat eivät mahdollista lapsesta huolehtimisesta. Se on

myös vaihtoehto aikuisille kehitysvammaisille, ja tätä perhehoidon tapaa käsitellään myös esittelyvideossa. (Perhehoitoliitto 2015b.)

Perhehoitajalaki (312/1992) määrää, että perhehoitajaksi haluavan tulee käydä ennakoivalmennus, jossa annetaan tietoa perhehoidosta, jaetaan kokemuksia sekä pohditaan arvoihin ja käytännön asioihin liittyviä kysymyksiä. Kehitysvammaisten perhehoidon ennakoivalmennuksen sisältöjä ovat muun muassa se, mitä perhehoidon aloittaminen merkitsee perhehoidon eri osapuolille, mitä käytännössä esimerkiksi tiloilta edellytetään ja toimeksiantosopimuksen tekeminen. Vielä tässä vaiheessa osallistujan ei tarvitse olla varma halustaan ryhtyä perhehoitajaksi, vaan valmennuksen päätteeksi kouluttajat arvioivat yhdessä osallistujien kanssa näiden valmiuksia perhehoitajaksi. (Perhehoitoliitto 2015c.)

Esittelyvideossa yhdistyy edellä mainittuja faktoja sekä tunnepitoisempia haastatteluja. Tärkeää tietoa, jota videolla haluttiin kerrottavan, on juuri ennakoivalmennuksen merkitys ja yhteistyö kuntien kanssa perhehoitoa toteutettaessa. Tämän lisäksi käsitellään tunteita, joita perhehoitajana toimiminen herättää sekä perhehoitajissa, perhehoidossa olevissa henkilöissä että heidän läheisissään. Video selkeyttää myös eroja lasten ja aikuisten sekä pitkä- ja lyhytkestoisen perhehoidon välillä.

## 3 ESITTELYVIDEON KÄYTTÖ PERHEHOITOLIITON VIESTINNÄSSÄ

### 3.1 Esittelyvideon käyttötarkoitukset Perhehoitoliiton viestinnässä

Perhehoitoliitossa työskentelee tiedottaja, jonka päävastuulla liiton viestintä on. Tiedottajan tehtäviin kuuluu muun muassa juttujen teko ja taittaminen Perhehoito-lehteen, verkkoviestintä ja haastateltavien etsiminen toimittajille. Videon tekeminen oli päätyöni harjoitteluni aikana. Sitä työstin kehittämispäällikkö Maria Kuukkasen kanssa, jonka vastuualueisiin kuuluvat kehitysvammaisten perhehoito, ikäihmisten perhehoito ja aikuispsykiatrinen perhehoito. Teimme videon kuvaamisessa yhteistyötä Jyväskylän Ammattiopiston kanssa. Kaksi JAO:n opiskelijaa oli mukana kuvaamassa aikuisten perhehoidosta kertovaa osuutta, ja saimme kaluston koululta. Aikuisten kehitysvammaisten perhehoitoa käsittelevän osion ulkona otetut kuvat ja haastattelut ovat heidän kuvaamiaan, itse toimin haastattelijana.

Yhteisöviestinnän kannalta pohdin videon suunnittelua aloittaessani, keitä asia koskettaa ja kenen tietoon se pitää tuoda. Sanottavan sisältö ja viestinnän keinoja tulee harkita yleisön ja sen laajuuden mukaan. Tällaisen viestinnän tavoite on usein, kuten tässäkin tapauksessa, se, että tietyt ihmiset tuntevat organisaation edustaman asian paremmin. (Juholin 2013, 133, 153.)

Videon suunnitelman työstäminen alkoi sillä, että ensin määrittelimme videon tavoitteet yhdessä Maria Kuukkasen kanssa. Mietimme siis, kenelle video tehdään, mitä sillä halutaan saavuttaa, mihin kysymyksiin sen halutaan vastaavan ja millaisia mielikuvia sen toivottaisiin herättävän. Sen jälkeen pohdimme keinoja ja menetelmiä, joilla asetetut tavoitteet voitaisiin saavuttaa.

Perhehoitoliitolla on käytössään aiemmin tuotettu ikäihmisten perhehoidosta kertova dvd. Positiiviset kokemukset sen käytöstä koulutustilaisuuksissa vaikuttivat siihen, että myös kehitysvammaisten perhehoidosta haluttiin tehdä oma dvd.

"Olemme huomanneet, että dvd on vallan mainio väline välittää sekä tietoa, kokemuksia että tunteita. Se on väline, jolla voidaan mennä ihmisten omaan elinympäristöön ja luoda tietoa ja mielikuvia. Esimerkiksi koulutustilaisuuteen ei muuten saataisi paikalle sekä perhehoidon käyttäjiä, perhehoitajia että perhehoidossa olevien läheisiä." (Kuukkanen, Maria. Haastateltu 14.4.2015.)

Videota on tätä kirjoitettaessa näytetty muutamia kertoja eri tilaisuuksissa ympäri Suomea. Palaute on ollut myönteistä, ja Kuukkanen mielestä video täyttää sille asetetut tavoitteet.

"Myönteisin palaute (videosta) on ollut se, että se on realistinen ja että se kuvaa ideologisesti ja sisällöllisesti sitä perhehoitoa, mikä yleisesti nähdään hyvänä. Esimerkiksi sitä, mitä perhehoidon tulee sisältää, jotta se on aikuiselle ihmiselle sopiva hoitomuoto. Myös sitä, että videolla kuuluu myös perhehoidossa olevan lapsen vanhemman ääni, on pidetty hyvänä." (Kuukkanen, 2015.)

Päätimme tilaajan kanssa heti alussa, että pyrimme korkeintaan 10-minuuttiseen videoon. Lopullinen tuote on seitsemän minuuttia pitkä. Tavallinen yritysvideo on pituudeltaan 8-12 minuuttia, ja siihen mahtuvat tärkeimmät pääasiat ja paljon yksityiskohtia. Pidempi video olisi jo huomattavasti raskaampi, ja katsojat voisivat kokea sen tylsänä ja puuduttavana. Videon pituus vaikuttaa myös sen käytettävyyteen, lyhyt ohjelma on helpompi mahduttaa esimerkiksi koulutustilaisuuksien ohjelmaan, joten sitä on helpompi esittää. (Aaltonen 2002, 19, 20.)

Pituus on sopiva myös huomioiden mahdollisuuden, että osaa videosta (aikuisten perhehoito) käytettäisiin myöhemmin liiton verkkoviestinnässä. ReelSeon mukaan sosiaalisissa medioissa jaettiin eniten videoita, joiden keskimääräinen pituus oli 4 minuuttia 11 sekuntia. Aikuisten perhehoidosta kertova osuus on, sattumaa kyllä, 4 minuutin 10 sekunnin mittainen. Koko videon pituus on 7 minuuttia 10 sekuntia. Aikuisten pidempi osuus johtuu siitä, että mukana on perhehoitajan lisäksi useampia hoidossa olevia henkilöitä sekä henkilökohtaisia avustajia. Lasten osuudessa esiintyvät ainoastaan perhehoitaja, hoidossa oleva poika ja tämän äiti.

### **3.2 Haastateltavien yksityisyydensuojan vaikutukset videon käyttöön**

Verkossa tapahtuva viestintä on tärkeää Perhehoitoliitolle, mutta videota kokonaisuudessaan ei voida julkaista verkossa videolla esiintyvien henkilöiden yksityisyydensuojan takaamiseksi. Tätä kirjoittaessa ei ole myöskään mietitty, missä yhteydessä, koska tai miten videota käytettäisiin verkkoviestinnässä (sosiaalisessa mediassa, liiton omilla nettisivuilla vai jossain muualla), mutta silti mahdollisuus hyödyntää videota jollakin tapaa verkkoviestinnässä piti ottaa huomioon jo videota suunniteltaessa.

Tärkeimmät tutkimuseettiset kysymyksetni liittyvät herkkään aiheeseen ja haastateltavieni yksityisyyden suojaan. Lapsella on suurempi yksityisyydensuoja kuin aikuisella, sillä lapsi on haavoittuvampi suhteessa julkisuuteen eikä aina osaa arvioida sen vaikutuksia omaan elämäänsä. (LSKL 2015, 5).

On siis luonnollista, että kehitysvammaisen lapsen äiti on erityisen tarkka tällaisista asioista ennen luvan antamista kuvaamiseen. Videolla haastateltu äiti halusi, että pojasta kerrotaan vain etunimi. Hän antoi lupansa videon esittämiseen julkisissa tilaisuuksissa, mutta kielsi videon lataamisen kokonaisuudessaan verkkoon.

Kehitysvammaisten aikuisten osuutta valmistellessa perhehoitajat keskustelivat kotona heidän kanssaan videosta, selittivät asian ja varmistivat näin heidän ymmärtäneen, mistä on kyse. Tämän jälkeen videolla esiintyvät aikuiset antoivat kirjallisesti oman suostumuksensa.

## 4 VIDEON SUUNNITTELU

### 4.1 Tilaajan toiveet videon suhteen

Perhehoitoliitolla on ennestään käytössä runsaasti materiaalia kehitysvammaisten perhehoidosta, kuten esitteitä, valmennuskansioita ja oppaita. Aaltosen (2002, 16) mukaan video on tehokas väline, sillä ”elävä kuva ja ääni vaikuttavat suoraan katsojan selkäyttimeen ja aivoon, sekä tunteisiin että järkeen”. Siksi video on oivallinen tapa tiedottaa ja markkinoida perhehoitoa. Videon etuna on myös joustavat käyttömahdollisuudet. (Aaltonen 2002, 16.) Tätäkin videota on tarkoitus esittää koulutustilaisuuksissa ja ennakkovalmennuksissa sekä mahdollisesti jakaa myös verkossa. Video myös tekstitetään ruotsiksi.

Ohjelmalla voi olla kolmentasoisia tavoitteita: tiedollisia, asenteisiin liittyviä ja ihmisten käyttäytymistä koskevia. Tavoitteita voi olla useita, mutta tärkeimmät päätavoitteet kannattaa miettiä jo alussa. Muuten vaarana on, että valmis ohjelma on sekava eikä täytä yhtäkään tavoitetta kunnolla. (Aaltonen 2002, 17.)

Haastateltavien löydyttyä heidän kanssaan tehtiin taustahaastattelu. Sen jälkeen mietimme yhdessä kehittämispäällikkö Maria Kuukkanen kanssa sitä, mitkä asiat olisivat kaikkein oleellisinta mainita nimenomaan katsojien kannalta. Sen jälkeen laadin kysymykset, jotka Kuukkanen kommentoi ja täydensi. Kysymysten teemoja oli muun muassa perhehoidon järjestäminen (yhteistyö kunnan kanssa, toimeksiantosopimus), perhehoitajan arki, perhehoitajan työssään saama tuki sekä yhteistyö hoidettavien läheisten ja henkilökohtaisten avustajien kanssa.

Kehitysvammaisten perhehoidosta kertovan videon tavoitteet käytiin läpi yhdessä tilaajan kanssa jo ennen varsinaisen käsikirjoitusprosessin alkamista. Tärkeimmiksi tavoitteiksi määriteltiin:

1. perhehoitajan arjesta kertominen
2. yleisimpiin koulutuksissa esitettyihin kysymyksiin vastaaminen

3. mielikuvien muokkaaminen positiiviseen suuntaan, ennakkoluulojen hälventäminen
4. uusien perhehoitajien rekrytoiminen

Käsikirjoitusprosessin teki haastavaksi se, että perhehoitoon liittyvät asiat ovat itselleni suhteellisen vieraita. Tehtyäni 18 viikon harjoittelujakson Perhehoitoliitossa syyskuusta 2014 tammikuun puoleenväliin 2015 ymmärrän, miten perhehoito käytännössä toteutuu, mutta on mahdotonta tietää, mihin kysymyksiin mahdollinen tuleva perhehoitaja haluaisi vastauksen. Tässä kehittämispäällikkö Maria Kuukkanen auttoi minua kertomalla yleisimpiä keskustelun aiheita, joita ennakkovalmennuksissa käydään. Näitä ovat muun muassa kysymykset siitä, millaisia ominaisuuksia tulevalta perhehoitajalta vaaditaan, miten perhehoito vaikuttaa muuhun perheeseen ja millaista tukea tehtävään on saatavilla. Nämä kysymykset esitin molemmille videolla haastatetuille perhehoitajille, ja juuri nämä muodostavat videon tärkeimmät teemat.

Videoinen erottaminen kahdeksi osioksi myös mahdollistaa sen, että niitä voidaan käyttää erikseen sekä koulutuksissa että esimerkiksi verkkoviestinnässä. Lasten perhehoidon osiolla esiintyvän pojan äiti ei halunnut, että videota ladataan nettiin, aikuisten osion henkilöt taas antoivat suostumuksensa. Jos siis tulevaisuudessa halutaan esimerkiksi laittaa aikuisten perhehoidosta kertova video Perhehoitoliiton nettisivuille, se onnistuu ilman että video tuntuisi katkaistulta tai irralliselta. Aiheiden selkeä erottaminen oli hyvä ratkaisu myös siksi, että haastateltavia on niin monta. Liian nopeatempoisessa tai sekavasti leikatussa videossa henkilöt menisivät helposti sekaisin, ja videon selkeys ja katsojan mielenkiinto kärsisivät. Nyt videon keskellä oleva selkeä siirtymä ohjaa katsojan luontevasti seuraavaan aiheeseen.

#### **4.2 Kohderyhmä ja pääasiallinen käyttö**

Yhteisöviestinnän peruseriaatteiden mukaan sanottavan sisältö ja viestinnän keinoja tulee harkita yleisön ja sen laajuuden mukaan. Tällaisen viestinnän tavoite on usein, kuten tässäkin tapauksessa, se, että tietyt ihmiset tuntevat

organisaation edustaman asian paremmin. (Juholin 2013, 133, 153.) Tässä tapauksessa ihmiset, joille viesti on suunnattu, ovat suurimmaksi osaksi perhehoitajuudesta kiinnostuneita koulutustilaisuuksien osallistujia, ja organisaatio on Perhehoitoliitto, joka koulutuksia järjestää.

Lasten ja aikuisten perhehoidosta kertovat osiot erotettiin toisistaan tauolla ja musiikilla. Tauko mahdollistaa myös sen, että esimerkiksi koulutustilaisuuksissa kouluttaja voi helposti keskeyttää videon, keskustella tai vastata katsojien kysymyksiin, ja taas jatkaa toiseen aiheeseen jouhevasti. Myös se, että videota esitetään videotykillä isoille ryhmille, tuli ottaa huomioon säätämällä äänten tasot riittävän korkeiksi. Esimerkiksi näillä tavoin videon pääsiällinen käyttötapa vaikuttaa myös sen rakenteeseen, ja nämä asiat pitää muistaa koko prosessin alusta loppuun, jotta videon viesti välittyisi selkeänä ja johdonmukaisena. (Aaltonen 2002, 30).

Videon etuna voidaan pitää sitä, että se tuo kaikkien kehitysvammaisten perhehoidon osapuolten äänet kuuluviin. Esimerkiksi perhehoidossa olevien lasten vanhempia ei ole aiemmin juurikaan haastateltu, vaikka asia kiinnostaa ihmisiä, jotka harkitsevat perhehoitajaksi ryhtymistä. Kohderyhmä kannattaa määrittellä tarkasti, sillä liian suuri tai epämääräinen kohderyhmä vaikeuttaa asetettujen tavoitteiden saavuttamista. Kohderyhmän määrittelyn voi aloittaa kysymällä kysymyksiä, kuten mikä on kohderyhmän ikäjakauma, mitä sukupuolta he edustavat ja mitä he tietävät asiasta ennestään. (Aaltonen 2002, 18.)

Tässä tapauksessa videon pääsiällinen kohderyhmä on ennakkovalmennuksen osallistajat, jotka ovat suurimmaksi osaksi työikäisiä naisia ja pariskuntia. Lähdin siitä oletuksesta, että koska katsojat ovat itse hakeutuneet koulutukseen ja siten harkitsevat perhehoitajiksi ryhtymistä, he ovat jo etukäteen ottaneet selvää kehitysvammaisten perhehoidosta. Koska heillä on perustiedot aiheesta valmiina, videolla ei ole tarpeen taustoittaa aivan kaikkea, vaan perustietojen kertaaminen riittää. Ne kerrotaan spiikeissä, ja haastateltavat kertovat perhehoidon tunnenäkökulmista, koska ovat siinä asiantuntijoita ja koska video välineenä välittää hyvin ihmisten tunteita ja kokemuksia.

Esimerkiksi aivan videon alussa, ensimmäisessä spiikissä, perhehoito määritellään yhdellä lauseella: ”Perhehoito on lapsen tai aikuisen osa- tai ympärivuorokautisen huolenpidon järjestämistä joko perhehoitajan luona tai hoidettavan kotona.” Koulutustilaisuuksissa paikalla on koulutettu vetäjä vastaamassa lisäkysymyksiin, ja osallistujille on pohjustettu videon sisältöä jo etukäteen. Kun aivan kaikkea faktatietoa ei tarvitse tuoda esiin videolla, säästetään arvokkaita minutteja. Tämän kaltaisessa esittelyvideossa, jonka tarkoitus on myös luoda positiivista mielikuvaa perhehoidosta ja herättää katsojissa tunteita, ratkaisu on hyvä. Aikaa säästyy perhehoitajien ja perhehoidossa olevien haastatteluihin, jotka ovat videon tärkeintä antia.

### **4.3 Yhteiskunnallisen viestinnän erityispiirteitä**

Järjestöjen ja muiden kolmannen sektorin toimijoiden viestintä saattaa muistuttaa toisinaan yritys- tai markkinointiviestintää selkeiden tavoitteidensa takia. Näitä ovat jäsenten ja rahoituksen kerääminen ja ylipäänsä huomatuksi tuleminen tekemällä tutuksi organisaatiota sekä ihmisten valintoihin vaikuttaminen. Markkinointi-termiin yhdistyy helposti mielikuvia kaupallisuudesta ja jopa eettisesti arveluttavasta toiminnasta. Vaikka yhteiskunnallinen viestintä eroaa kaupallisesta viestinnästä, markkinoinnin keinoja hyödyntämällä voidaan tehokkaasti saavuttaa tärkeitä kohderyhmiä ja siten saada viesti paremmin perille. (Högström 2002, 43.) Toisaalta tällainen viestintä voi olla ”hyvin epäitsekkästä ja perustua universaaleihin arvoihin ja päämääriin.” (Juholin 2013, 26).

Markkinointiviestinnän kohteet ovat erilaisia yrityksessä ja ei-voittoatuottavassa organisaatiossa tai Perhehoitoliiton kaltaisessa järjestössä. Yrityksen markkinointiviestintä kohdistuu tuotteisiin ja palveluihin, kun taas julkinen organisaatio tai järjestö pyrkii vaikuttamaan ihmisen käyttäytymiseen, kuten saada ihmiset lahjoittamaan esimerkiksi hyväntekeväisyyteen. (Juholin 2013, 260, 261.) Yksi yhteiskunnallisen viestinnän erityispiirre onkin se, että sillä pyritään vaikuttamaan ihmisten asenteisiin. Yhteiskunnallinen viestintä pyrkii usein myös sitouttamaan ihmisiä johonkin organisaatioon tai tehtävään. Tällöin viestinnän lähtökohtana on henkilön innostaminen ja motivoiminen haluttuun

toimintaan. Sitoutumiseen kannustavat esimerkiksi yhteinen arvomaailma yhteisön kanssa, vaikutusmahdollisuudet ja halu sitoutua itselle yhteiskunnallisesti tärkeään projektiin. (Högström 2002, 15, 31-34.) Kehitysvammaisten perhehoitoa esittelevällä videon tarkoituksena on muokata mielikuvia perhehoidosta positiiviseen suuntaan, lisätä tietoa ja rekrytoida uusia perhehoitajia.

Toimivan yhteiskunnallisen viestinnän tavoitteena on saavuttaa etukäteen määritelty kohderyhmä ja vaikuttaa siihen toivotulla tavalla. Viestintäkanavia on paljon, eikä kaikkia kohderyhmiä tavoiteta samojen kanavien kautta. Viestinnän väline ja kanava tulee valita kohderyhmän ja viestin tavoitettavuuden kannalta. Yhteiskunnalliset aiheet koetaan yleisesti kiinnostaviksi, mutta viestin kiinnostavuus riippuu siitä, miten viestintä on toteutettu. (Högström 2002, 9,10.)

## 5. DVD:N RAKENNE

### 5.1 Alku ja kehitysvammaisten lasten perhehoito osio

Ruotsalaisen elokuvadramaturgi ja teoreetikko Ola Olssonin mukaan kaikki katsojiin vetoavat elokuvat noudattavat samaa kaavaa, jossa elokuva alkaa tehokkaalla alkusysäyksellä. Sen tarkoituksena on vangita katsojan huomio ja saada hänet kysymään, mistä on kysymys tai miten tässä käy. ”Näin syntyy eteenpäin suuntautuva liike. Alkusysäys on myös ’ilmoitus’ siitä, että elokuva tai ohjelma alkaa. Se johdattaa katsojan elokuvan maailmaan.” (Aaltonen 2002, 65.) Monet Olssonin teoriat pätevät elokuvien lisäksi myös esimerkiksi lyhyempiin dokumentaarisiiin tuotoksiin.

Olsson on (Aaltosen 2002, 119 mukaan) esittänyt useita toimivia aloitusmahdollisuuksia, joita ovat esimerkiksi vahva konflikti, epätavallinen miljöö tai lupaus tulevasta ongelmasta. Omassa videossani aloitus on ”teaser, tulevia tapahtumia välähdyksinä esittelevä jakso”. (Aaltonen 2002,119.)

Perheliitolle tehty video alkaa musiikilla, ja samalla katsojalle näytetään pätkiä tulevasta sisällöstä. Ensimmäiseksi kuvaksi valitsin kaikkein tunteisiin vetoavimman kuvan, jossa lapsi istuu perhehoitajan sylissä ja haluaa tätä niin lujasti, että perhehoitaja miltei kellahtaa selälleen. Kuva on hauska, tunteisiin vetoava ja tuo positiivisen pohjavireen alkavalla videolle. Alkumusiikin aikana näkyvissä kuvissa näkyy myös muun muassa lapsi rakentamassa palikoita ja perhehoidossa elävä mies ulkoilemassa henkilökohtaisen avustajansa kanssa. Alku kestää puolisen minuuttia, ja tarkoituksena on vangita katsojan huomio esittelemällä videolla esiintyviä henkilöitä.

Pimennyksen kautta kuvaan tulee lasten lyhytkestoista perhehoitoa tarjoavan perhehoitajan koti. Samalla alkaa ensimmäisen spiikki, jossa perhehoito määritellään lyhyesti. Seuraavaksi kuvataan, miten perhehoitaja saapuu ovelle ovikellon soidessa, avaa oven ja perhehoitoon tuleva poika astu äitinsä kanssa eteiseen.

Samalla esitellään lyhyesti kuvassa näkyvät henkilöt, poika, hänen äitinsä ja perhehoitaja. Pojasta kerrotaan etunimi, ikä ja se, kuinka usein hän käy perhehoidossa ja että se on hänen ”oma juttunsa”, jossa hänellä on omia ystäviä ja tekemistä kodin ulkopuolella. George Bakerin mukaan hyvässä videon esittelyvaiheessa selviää nopeasti, keitä henkilöt ovat, missä he ovat, milloin tapahtuu ja mitkä heidän nykyiset ja menneet keskinäiset suhteensa ovat. Tässä vaiheessa katsoja tekee johtopäätöksiä ja synnyttää odotuksia tulevan suhteen. (Aaltonen 2002, 65.) Tämä siis toteutuu esittelyvideossa heti ensi minuuteilla.

Spiikki johdattaa pojan äidin haastatteluun, jossa tämä kertoo, mitä perhehoito merkitsee pojan perheelle. Tätä haastattelua tilaaja piti hyvin tärkeänä, sillä aiemmin perhehoidossa olevien lasten vanhempien ääni ei ole tullut yhtä hyvin kuulluksi. Kuitenkin koulutustilaisuuksissa vanhempien ja muiden perhehoidossa olevien omaisten odotukset perhehoidosta ovat herättäneet paljon kysymyksiä. Lapsen vanhemmat käyvät läpi oman prosessinsa lapsen aloittaessa perhehoidossa, ja tämä teema tulee esille myös myöhemmässä perhehoitajan haastattelussa. Siinä perhehoitaja toteaa: ”... hoitaja kiintyy lapseen, ja lapsi hoitajaan, mikä on luonnollista, mutta pian vanhemmat huomaavat, etten minä heiltä lapsiaan riistä”. Erityisesti näin tunteita herättävä, jopa hieman arka aihe pääsee oikeuksiinsa videolla, henkilöiden itsensä kertomana kuin esimerkiksi paperilta luettuna.

Seuraavassa spiikissä kerrotaan toimeksiantosuhteesta, eli miten kunta ja perhehoitaja tekevät toimeksiantosopimuksen perhehoidosta sekä ennakkovalmennuksesta. Kuvassa perhehoitaja antaa ruokaa pojalle ja poika leikkii toisen perhehoidossa olevan pojan kanssa. Kuvat eivät ole sattumalta valittuja; tilaaja toivoi kuvaa sekä perushoidosta (ruoan tarjoaminen) että sosiaalisesta kontaktista toisten lasten kanssa (leikkiminen). Näin katsojalle välittyy jo aiemmin kerrottu ajatus siitä, että perhehoito tarjoaa lapselle hoidon ja turvan lisäksi myös sosiaalista elämää kodin ulkopuolella, mikä on kehitysvammaisille lapsille korvaamatonta. Samalla spiikki tarjoaa faktatietoa perhehoidon järjestämisestä, ja kuvat kahdesta yhdessä leikkivästä pojasta herättävät positiivisia tunteita.

Tämän jälkeen alkaa perhehoitajan osuus, jossa hän kertoo tehtävästään. Hän korostaa esimerkiksi muutoksensietokyvyn ja oman perheen tuen tärkeyttä, joita hän pitää välttämättöminä perhehoitajana toimimisessa. Spiikissä todetaan "...perhehoitajan tehtävänä ei ole toimia ohjelmatoimistona lapsille, vaan tarjota turvallista arkea ja läsnäoloa". Perhehoitaja selventää asiaa toteamalla, että lasten kanssa pelataan ja leikitään, jos lapset itse haluavat sitä, mutta usein riittää yksinkertaisesti lähellä oleminen ja läsnäolo. Tämän toteamista pidettiin tilaajan taholta tärkeänä perhehoitajan tehtävää harkitsevien katsojien kannalta – perhehoitajan ei tarvitse olla "superihminen" tai tuntea paineita lasten viihdyttämisestä, vaan tavallinen arki ja huolenpito riittävät.

## **5.2 Siirtymä, aikuisten pitkäkestoinen perhehoito ja lopetus**

Ensimmäinen osio päättyy perhehoitajan sanoihin ja hitaasti häipyvään kuvaan, jonka jälkeen tulee muutaman sekunnin pimennys. Sitten musiikki (sama kuin alussa) alkaa ja kuvaan tulee seuraavan perhehoitajan kotitalo. Tarkoituksena on selkeä siirtymä, jotta katsoja ymmärtää, että ensimmäinen osio päättyy ja siirrytään seuraavaan aiheeseen. Tämä tulee esiin myös ensimmäisessä spiikissä, jossa esitellään talossa asuvat perhehoitajat

Olssonin mukaan hyvässä dokumentissa on mukana myös syventämisvaihe. Lyhyessä esittelyvideossa draaman kaari saattaa jäädä kuitenkin vajaaksi, koska lyhyeen keston ei voi mahdollistaa syvällistä juonta tai luoda vahvoja henkilökuvia. Käsikirjoituksen kaavoista voi olla apua videon suunnittelussa ja toteutuksessa, mutta lopulta jokaisessa videossa, elokuvassa tai ohjelmassa on oma ainutlaatuinen rakenteensa. Rakenne koostuu luovan työn tuloksista, jossa muoto ja sisältö ovat vuorovaikutuksessa. (Aaltonen 2002, 64, 72, 102.) Toisin kuin ensimmäinen osio, aikuisten pitkäkestoisesta perhehoidosta kertova osio alkaa suoraan perhehoitajan haastattelulla. Tämä on mahdollista, koska perhehoidon määrittely käytiin läpi ensimmäisessä osuudessa, eikä sitä näin lyhyessä videossa ole tarpeellista toistaa. Tarkoituksena on myös, että video katsotaan useimmiten kokonaisuutena, esimerkiksi ennakkovalmennustilaisuuksissa.

Ensimmäisessä haastattelupätkässä perhehoitaja kertoo siitä, miten perhehoitajina toimivan pariskunnan lapset ovat sopeutuneet siihen, että kotona asuu kehitysvammaisia aikuisia. Haastatteluosuus on melko pitkä, mutta sitä pidettiin hyvin tärkeänä, sillä perhehoitajuutta harkitsevat katsojat todennäköisesti miettivät myös, miten tehtävä tulisi vaikuttamaan muuhun perheeseen ja miten yhdistää perhehoitajuus ja perhe-elämä, kun kaikki asuvat saman katon alla. Perhehoitaja kertoo itse pohtineensa, haluavatko lasten kaverit tulla heille leikkimään ”kun me tehdään tällaista työtä”. Hän toteaa, että suhtautuminen on ollut pelkästään positiivista eikä kukaan ole ihmetellyt sitä, keitä heillä asuu tai mitä he tekevät työkseen. Esimerkki on hyvin konkreettinen – perhehoidon vaikutus perheen pienten lasten kaverisuhteisiin – ja kun perhehoitaja toteaa kaiken sujuneen hyvin, se on hyvin rohkaisevaa.

Kun ensimmäisessä osiossa pääosassa oli perhehoitaja ja lapsi, tässä osiossa esitellään laajasti henkilökohtaisten avustajien roolia. Videolla näytetään, miten perhehoidossa elävä mies lähtee henkilökohtaisen avustajansa kanssa työ- ja toimintakeskukseen ja perhehoidossa elävä nainen täydentää oman avustajansa kanssa kuvapäiväkirjaa paikoista, joissa he ovat yhdessä käyneet kodin ulkopuolella.

Tilaajalle oli erityisen tärkeää se, että henkilökohtaiset avustajat otetaan näkyvästi mukaan. Tarkoituksena on luoda kuvaa perhehoidossa elävistä henkilöistä itsenäisinä toimijoina, jotka liikkuvat, harrastavat ja käyvät töissä kodin ulkopuolella. Tavoite on muuttaa perhehoitoon suhtautumista. Esimerkiksi henkilökohtainen avustaja mahdollistaa sen, että perhehoidossa elävä henkilö voi lähteä viitenä päivänä viikossa töihin tai matkustella kotikaupunkinsa ulkopuolella. Merkitys on suuri tietenkin perhehoidossa elävälle ihmiselle, mutta myös perhehoitajalle, joka saa tukea työssään.

Tämän jälkeen kolmas perhehoidossa elävä nainen kertoo arjestaan, johon kuuluu paljon harrastuksia ja vapaus liikkua kodin ulkopuolella. Myös tämän haastattelun on tarkoitus vahvistaa kuvaa perhehoidossa elävien asukkaiden

itsenäisyydestä. Haastattelu päättyy lauseeseen, joka kiteyttää olennaisen ja tuo mukaan huumoria: ”Minä päästelen täysillä kylällä pyörällä, tulen kotia takaisin ja olen onnellinen.”

Viimeisessä haastattelussa perhehoitaja kertoo tuen tarpeesta ja työssä jaksamisestaan. Video päättyy perhehoitajan sanoihin ”...tää työ on hyvin sitovaa, mutta samalla myös äärimmäisen antoisaa”. Kuva häipyy ja siirrytään lopputeksteihin, taustalla soi sama musiikki kuin alussa ja keskikohdan siirtymässä. Häivytyksen tarkoituksena on rauhoittaa videon tunnelma ja näin kertoa katsojalle videon päättyneen.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Videon tekemiselle tulee olla mietityt perusteet. Videota ei kannata tehdä vain videon tekemisen takia, vaan välineen etuja ja haittoja tulee harkita viestinnän toimivuuden kannalta. Videon etuna voidaan pitää esimerkiksi mahdollisuutta jakaa tietoa suurille ryhmille ja välittää sekä tietoa että tunnetta.

Hyvän esittelyvideon perustana on huolellisesti tehty suunnittelutyö, joka tehdään yhdessä tilaajan kanssa. Tilaajalla osaa kertoa videon aiheesta, auttaa haastateltavien etsimisessä ja kertoa, mikä tieto on oleellista. Videon tekijä taas katsoo aihetta toisesta näkökulmasta ja pohtii, miten toteuttaa tilaajan toiveet mahdollisimman toimivalla tavalla.

Suunnittelussa lähdetään liikkeelle siitä, miksi ja kenelle video tehdään, ja miten sen toivotaan vaikuttavan yleisön ajatuksiin tai toimintaan. Perhehoitoliitolle video tuli tarpeeseen koulutustilaisuuksiin, jossa sitä on helppo esittää ryhmille. Tärkeimpinä tavoitteet olivat perhehoitajan arjesta kertominen, yleisimpiin koulutuksissa esitettyihin kysymyksiin vastaaminen, mielikuvien muokkaaminen positiiviseen suuntaan, ennakkoluulojen hälventäminen sekä uusien perhehoitajien rekrytoiminen. Ajatuksena oli myös antaa ääni perhehoidon eri osapuolille (perhehoitaja, perhehoidossa elävä ja hänen omaisensa).

Videon rakennetta suunniteltaessa on pidettävä mielessä se, miten ja missä videota tullaan käyttämään. Esitystapa ja -paikka vaikuttavat moniin ratkaisuihin leikkausvaiheessa. Myös toivottu kesto antaa raamit videolle suunnittelu- ja toteutusvaiheessa. Koulutuksissa käytettävän videon maksimipituutena voidaan pitää noin kymmentä minuuttia. Tällöin video on helppo sovittaa koulutusten ohjelmaan, jolloin se täyttää tarkoituksensa. Sopivan mittainen kesto pitää myös katsojien mielenkiinnon yllä, ja näin haluttu tieto menee paremmin perille.

Vaikka työn alla olisi esittelyvideo yhdistykselle tai järjestölle, monet esimerkiksi markkinointivideoihin liitetyt säännöt pätevät myös muihin videoihin. Yhteistä on esimerkiksi kohderyhmän määrittely ja sen pohtiminen, mitä he tietävät aiheesta jo entuudestaan, millainen viesti heidän tavoittaa parhaiten ja miten heidän

toimintansa tai mielipiteidensä toivotaan muuttuvan viestin vastaanottamisen jälkeen.

# LÄHTEET

Aaltonen, J. 2002. Käsikirjoittajan työkalut. Audiovisuaalisen käsikirjoituksen tekijän opas. Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Högström, A. 2002. Yhteiskunnallinen viestintä. Tiedottamisesta tavoitteelliseen viestintään. Inforviestintä Oy.

Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Management Institute of Finland MIF.

Kuukkanen, Maria. Kehittämispäällikkö, Perhehoitoliitto. Haastateltu 14.4.2015.. Haastattelu kirjoittajan hallussa.

Lastensuojelun keskusliitto 2015. Äiti se mulle viinat ostaa! Opas lasten haastatteliijoille ja kuvaajille. Viitattu 23.4.2015.

[http://www.lskl.fi/files/608/Opas\\_lasten\\_haastatteliijoille\\_ja\\_kuvaajille.pdf](http://www.lskl.fi/files/608/Opas_lasten_haastatteliijoille_ja_kuvaajille.pdf)

Perhehoitoliitto 2015a. Perhehoitoliitto ry. Viitattu 1.3.2015.  
[http://www.perhehoitoliitto.fi/perhehoitoliitto\\_ry](http://www.perhehoitoliitto.fi/perhehoitoliitto_ry)

Perhehoitoliitto 2015b. Perhehoito. Viitattu 1.3.2015. <http://www.perhehoitoliitto.fi/perhehoito>

Perhehoitoliitto 2015c. Miten perhehoito järjestetään? Viitattu 1.3.2015.  
[http://www.perhehoitoliitto.fi/perhehoito/vammaiset\\_lapset\\_nuoret\\_ja\\_aikuiset](http://www.perhehoitoliitto.fi/perhehoito/vammaiset_lapset_nuoret_ja_aikuiset)

Reelseo 2015. What's the ideal length for a youtube marketing video? <http://www.reelseo.com/length-youtube-video/> Viitattu 23.4.2015.