



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

## **Säännöt on tehty rikottaviksi**

Walter Murchin kuusi sääntöä vlogien leikkaamisessa

Jesse Braun

Opinnäytetyö  
2017  
Elokuva ja televisio  
Leikkaus



## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Elokuva ja televisio  
Leikkaus

BRAUN, JESSE

Säännöt on tehty rikottaviksi  
Walter Murchin kuusi sääntöä vlogien leikkaamisessa

Opinnäytetyö 43 sivua, joista liitteitä 0 sivua  
Marraskuu 2017

---

Suuren suosion saavuttaneet videoblogit eli vlogit on Youtuben mukana syntynyt videogenre. Vlogien ideana on kuvata vlogaajien elämää, sekä ajatuksia videolle ja ladata se internetiin muiden katseltavaksi ja kommentoitavaksi, niitä voidaan pitää internetistä katsottavina videopäiväkirjoina. Vlogien ja niin sanottujen perinteisen median tuotantojen leikkaustavoissa on paljon samankaltaisuuksia. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan kuinka perinteisiä leikkaussääntöjä noudatetaan uudessa videoformaatissa, ja onko vlogien myötä syntynyt uusi leikkaustapoja. Pohdinnat keskittyvät leikkaajille tutun Walter Murchin luoman ”kuuden säännön” (the rule of six) ympärille.

Opinnäytetyössä avataan kuusi sääntöä ja verrataan niitä olemassa olevien vlogien leikkauksiin. Esimerkkivlogit valittiin eritasoisilta suosituilta tekijöiltä, amatööreiltä sekä videoalan ammattilaisilta.

Opinnäytetyön lopputuloksena voidaan todeta, että perinteisiä leikkaussääntöjä ei ole täysin unohdettu, mutta niiden rajoja on saatettu hieman venyttää. Kaikkia sääntöjä ei noudateta samalla tavalla, ja osaa rikotaankin tarkoituksella, toisaalta tietämättä. Sääntöjen venyttäminen saattaa johtua siitä, että suurin osa videoiden tekijöistä ei ole videoalan ammattilaisia. Vlogaajat ovat itseoppineita ja he matkivat leikkaustapoja toisilta samantapaisilta tekijöiltä. Voidaan kuitenkin todeta, että menestyneimmät vlogaajat hallitsevat perinteiset leikkaussäännöt, koska ne parantavat tarinankerrontaa. Taitavat sisällöntuottajat osaavat käyttää sääntöjen rikkomista tehokeinona.

---

Asiasanat: youtube, vloggaajat, vloggaus, videoblogit, leikkaus, editointi, leikkaaja

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Film and Television

BRAUN, JESSE

Rules are meant to be broken  
The six rules of Walter Murch in vlog editing

Bachelor's thesis 43 pages, appendices 0 pages  
November 2017

---

Video blogs or vlogs are a new popular video genre born in Youtube. The idea of vlogs is to film vlogger's life and thoughts, and then share those videos with everyone on the web. Viewers can then give comments straight to the author. Vlogs can be considered as video diaries that you can watch online. The editing style of vlogs is similar to the traditional media productions. The purpose of this thesis is to look into how the traditional rules of editing are followed in this new video genre and whether there are some new editing rules in use. These reflections are based on "The rule of six" created by Walter Murch.

This thesis covers all the six rules and compares them to the editing of existing vlogs. The example vlogs have been selected from popular vloggers with different skill levels, from amateur video editors to professionals.

As a conclusion, it can be stated that the classic rules of editing are not forgotten, but there might be some rules that are bent. Vlog editors do not follow the rules in the conventional ways and they break some of them purposely, or some editors even unconsciously. The breach of the rules may be due to the fact that the majority of vloggers are amateurs at editing videos. They are self-educated and they learn new editing skills by mimicking the style of other self-educated editors. However, it can be said that the most successful vloggers know the traditional editing rules and that improves their storytelling. Skillful vloggers also know how and when to use breaking the rules as a device for improving the video.

---

Key words: youtube, vlog, vlogger, video, blog, editing, editor, youtube

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	TAUSTAA .....	7
2.1	Youtube .....	7
2.2	Uudet genret .....	10
2.2.1	Videoblogit .....	12
3	WALTER MURCH JA KUUDEN SÄÄNTÖ .....	14
3.1	Kuuden sääntö .....	14
3.1.1	Kuudes: Kolmiulotteinen liike .....	16
3.1.2	Viides: Kaksiulotteinen taso .....	16
3.1.3	Neljäs: Huomiopiste .....	18
3.1.4	Kolmas: Rythmi .....	18
3.1.5	Toinen: Tarina .....	19
3.1.6	Ensimmäinen: Tunne .....	19
4	KUUDEN SÄÄNTÖ VLOGEISSA .....	21
4.1	Kolmiulotteinen liike .....	21
4.2	Kaksiulotteinen taso .....	22
4.3	Huomiopiste .....	24
4.4	Rythmi .....	26
4.5	Tarina .....	30
4.6	Tunne .....	34
5	POHDINTA .....	38
	LÄHTEET .....	40

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä käsittelen kuinka vlogaajat käyttävät, tai eivät käytä hyväkseen klassisia leikkaussääntöjä. Työni keskittyy Walter Murchin kehittämän säännöstön nimeltä ”kuuden sääntö” (the rule of six) ympärille. Pohdin kuinka kyseinen säännöstö näkyy nykyaikaisessa videopalvelussa ja kuinka sitä siellä hyödynnetään.

Kuuden säännön kehittäjä Walter Murch on palkittu leikkaaja ja äänisuunnittelija. Hän on leikannut kymmeniä elokuvia, joihin kuuluvat muun muassa Ilmestyskirja Nyt, Kummisetä -elokuvat, Tomorrowland ja Keskustelu. Hän on myös toiminut äänisuunnittelijana ja ohjaajana muutamassa elokuvassa. Murch esittelee säännön kirjassaan nimeltä ”In the blink of an eye” (Murch 1995), joka on kooste hänen pitämistään luennoista.

Olen työskennellyt kolme vuotta Youtube-sisällöntuottajien kanssa, tehden heille ja heidän kanssaan videoita. Työssäni olen huomannut kuinka moni tietämättään ja tarkoituksella käyttää Walter Murchin sääntöjä videoita leikatessa. Huomion myötä minulla heräsi mielenkiinto tutkia asiaa tarkemmin, ja selvittää kuinka nykyaikaiset sisällöntuottajat leikkaavat videoita. Työkseni teen laidasta laitaan videosisältöä Youtubeen erilaisille kanaville ja myös perinteisille medioille. Toimin tuotannoissa yleensä tuottajana, mutta myös leikkaajana ja joskus kuvaajana. Mielestäni oli mielenkiintoista verrata työssäni kohtaamia ammattiratkaisuja Youtuben-sisällöntuottajien tekemiin ratkaisuihin.

Youtube on täynnä mitä erilaisempia videogenrejä. Opinnäytetyössäni keskityn tutkimaan videoblogeja eli vlogeja, jotka ovat tällä hetkellä yksi suosituimmista genreistä Suomessa (Töttöröö Network 2016). Rajasin työn vlogeihin, koska ne ovat monipuolisia ja niissä leikkausta käytetään avuksi tarinankerronnassa. Ne myös muistuttavat entien perinteistä mediaa. Monien muiden genrejen videoiden katsomisen syynä saattaa olla jokin muu kuin tarina, visuaalisuus tai viihdearvo. Näitä kategorioita katsotaan esimerkiksi tiedon tarpeen takia. Vlogien onnistuminen ja suosio ovat enemmän riippuvaisia kerronnasta, visuaalisuudesta ja teknisistä asioista, samoin kuin myös elokuvissa ja tv-ohjelmissa.

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selvittää onko Youtuben mukana syntynyt uusia erilaisia leikkauskeinoja, sekä selvittää mitä vanhoista perinteisistä leikkaustavoista on jäljellä. Työ on tarkoitettu leikkaajille ja muille Youtube-sisällöstä kiinnostuneille.

Opinnäytetyöni alkaa taustoituksella, jossa kerron Youtubesta, sen suosiosta ja eri videokategorioista. Tämän jälkeen puran osiin Walter Murchin kuuden säännön ja kerron mitä se tarkoittaa. Neljännessä luvussa analysoin kuinka sääntöjä otetaan tai ei oteta huomioon vlogien leikkaamisessa. Käyn aihetta läpi löytämieni esimerkkien kautta ja vertailen niitä toisiinsa. Lopuksi analysoin miten uusi videogenre ja alusta ovat muo-  
vanneet perinteisiä sääntöjä, vai ovatko säännöt pysyneet ennallaan?

## 2 TAUSTAA

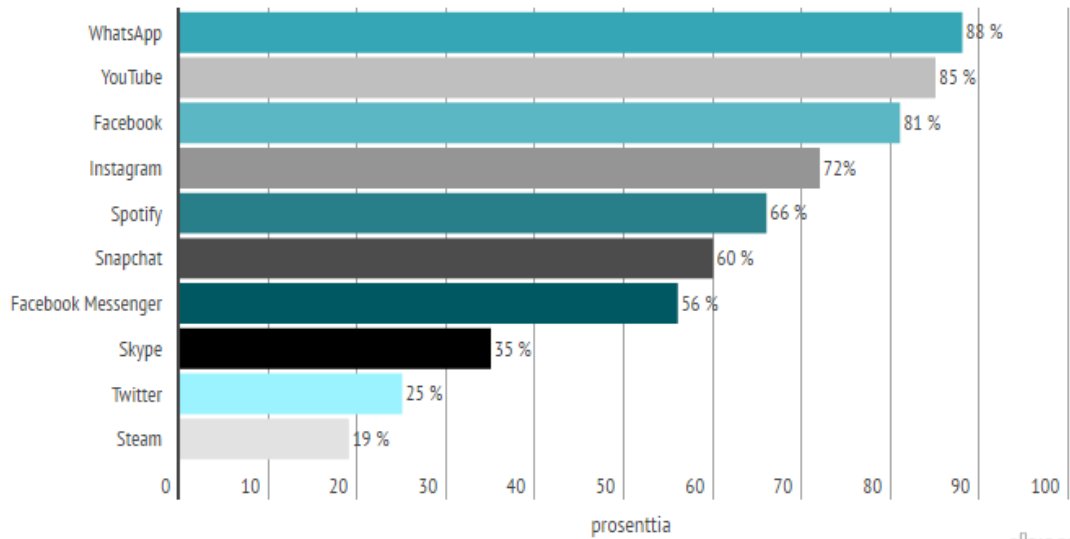
### 2.1 Youtube

Youtube on Googlen omistama videopalvelu, jonne kuka tahansa voi ladata omia videoita muiden käyttäjien etsittäväksi ja nähtäväksi. Se on reilussa kymmenessä vuodessa noussut maailman suurimmaksi ja suosituimmaksi videoiden julkaisukanavaksi.

Youtube vaikuttaa nykypäivänä jo muun muassa politiikkaan, julkisuuden henkilöihin, viihteeseen, videopelaamiseen, oppimiseen sekä mainostamiseen. Youtube kerää kuuksittain yli miljardi käyttäjää, joiden avulla sinne ladataan yli 300 tuntia videota minuutissa. Palveluun voidaan ladata ilmaiseksi sisältöä olit sitten aktivisti, terroristi, poliitikko, koomikko, poptähti tai kuka tahansa. Sen kautta nousee uusia julkisuuden henkilöitä, aloja ja sitä käytetään hyväksi monilla eri tavoilla. (Diu & Méabh 2015.)

Suomessa Youtubella on enemmän katsojia kuin esimerkiksi televisiokanavilla Sub:lla, Jimillä ja Yle Teemalla on yhteensä. Tv-kanavana Youtube olisikin Suomen kolmanneksi suurin. (Heikkinen 2015). SoMe ja nuoret 2016 kyselytutkimuksen mukaan Youtube on suomalaisten nuorten keskuudessa toiseksi suosituin sosiaalisen median palvelu, sitä käyttää 85 prosenttia nuorista. WhatsApp on kaikista suosituin 88 prosentilla (kuva 1) (Ebrand Suomi Oy 2016). Youtubea käyttää tasaisesti koko tutkimuksen ikähaarukkaan mahtuva 13–29-vuotiaiden nuorten joukko (kuva 2) ja sen käyttö on tasaisessa kasvussa viime vuosista (Ebrand Suomi Oy 2016).

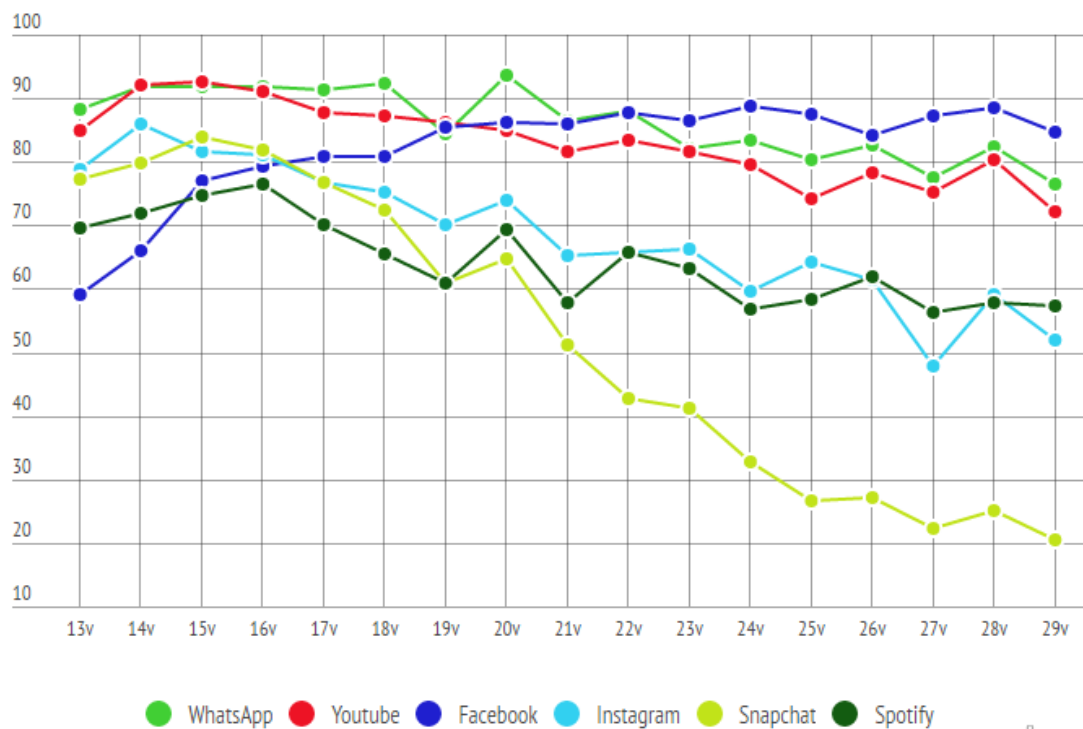
## Suosituimmat palvelut nuorten keskuudessa



ebrand

KUVA 1. Suosituimmat sosiaalisen median palvelut nuorten keskuudessa vuonna 2016 (Kuva: Ebrand Suomi Oy 2016)

## Palveluiden käyttö ikäryhmittäin



ebrand

KUVA 2. Sosiaalisten medioiden käyttö eri ikäryhmissä vuonna 2016 (Kuva: Ebrand Suomi Oy 2016)



Myös vanhempi yleisö on siirtymässä perinteisen median puolelta Youtubeen, sillä tilastojen mukaan nouseva ikäryhmä on yli 50-vuotiaat. Töttöröö Networkin teettämän kyselyn mukaan lähes kaikki suomalaiset nuoret (99 prosenttia) katsovat Youtubea vähintään joskus, ja päivittäin sitä katsoo todella suuri yleisö (kuva 3). Tutkimuksessa käy ilmi, että 67 prosenttia 15 – 35-vuotiaista katsoo tubettajien tuottamaa sisältöä vähintään joskus. Kyselyyn vastanneet katsovat Youtube-videoita muun muassa niiden viihdyttävyyden, kiinnostavuuden, monipuolisuuden ja opettavaisuuden takia (Töttöröö Network 2016).



KUVA 3. Tutkimus kuinka eri ikäryhmät katsovat Youtubea. (Kuva: Töttöröö Network. 2016)

Suomessa Youtuben suosio tulee muuta maailmaa perässä. Vasta viimeisen vuoden aikana se on vakuuttanut asemaansa vahvempana ja uskottavampana mediana. Nykyään myös Suomessa on sisällöntuottajia, jotka ansaitsevat elantonsa tekemällä sisältöä pääasiassa Youtubeen. He saavat tulonsa mainostajilta, yhteistyökumppaneilta ja katsojalukujen perusteella Youtubelta. (Airi Saastamoinen 2015). Suomessa tilatuimpia Youtube-kanavia ovat tällä hetkellä Dudesons, SAARA, Justimusfilms, Lakko, Mmiisas ja Eeddspeaks. Näiden kanavien tilaajamäärät vaihtelevat 250 000 ja vajaan kolmen miljoonan tilaajan välillä. Nämä tilaajamäärät eivät juurikaan eroa muista suomalaisista kanavista. Suomessa on arviolta vajaa 80 Youtube-kanavaa, jolla on yli 100 000 tilaajaa. (Social blade LLC 2017.)

## 2.2 Uudet genret

Youtube on täynnä mitä erilaisempia videogenrejä. Töttöröö Networkin teettämässä kyselyssä (kuva 4) selviää yhdeksän suosituinta genreä Suomen Youtubessa vuonna 2016 (Töttöröö Network 2016). Kaikista suosituimpia ovat huumorivideot, toisena musiikkivideot ja kolmanneksi sijoittuvat opetusvideot sekä tutoriaalit. Youtuben myötä on myös syntynyt täysin uusia genrejä, joita työssä esitellään seuraavaksi.



KUVA 4. Yhdeksän suosituinta videogenreä Youtubessa suomessa. (Kuva: Töttöröö Network 2016)

Huumorivideot ja sketsit ovat juuri niitä miltä ne kuulostavat. Videot ovat usein käsikirjoitettuja ja yleensä niiden tarkoitus on viihdyttää yleisöä. Yleensä viraaliteettinsä ansiosta ne nousevat suureen suosioon. (Mediakix 2017). Genren videot ovat sopivan lyhyitä, jolloin niitä katsotaan paljon ja usein ihmiset haluavat jakaa hauskoja videoita myös muille käyttäjille. Ulkomailla suosittuja huumorivideoiden tekijöitä ovat Youtube kanavat nimeltä ||Superwoman|| ja RocketJump (Mediakix 2017). Suomessa suosittuja huumorikanavia ovat muun muassa FromTheBushes ja Justimusfilms.

Nykyaikana on suosittua etsiä Youtube-videoista myös apua arjen ongelmiin. Tällaisten niin sanottujen ”how-to” –videoiden hakeminen kasvaakin vuosi vuodelta 70 prosentilla. Käyttäjät seuraavat opetusvideoita samalla itse tehden kyseistä toimenpidettä, heistä 91 % katsoo videoita puhelimella. (Mogensen 2015).

How-to –videoilla siis yksinkertaisesti opetetaan kuinka jokin asia tehdään. Nämä videot tarjoavat myös sisällöntuottajille hyviä sponsorointimahdollisuuksia, jos he esimerkiksi esittelevät jonkin laitteen tai tuotteen käyttöä. Näitä videoita katsotaan aina uudelleen ja uudelleen, joka kasvattaa hyvin katsojalukua. Joillain videoilla vain opetetaan asioita, kuten esimerkiksi tähtitiedettä tai matematiikkaa, sekä toisilla voidaan inspiroida ihmisiä elämään terveellisemmin. Videoiden aiheet voivat liikkua laidasta laitaan. (Mediakix 2017).

Pelivideoilla sisällöntuottajat kuvaavat kun he pelaavat tietokone-, konsoli- tai puhelinpelejä. Videoilla saatetaan näyttää kuinka jokin peli pelataan läpi tai niissä kokeillaan erilaisia hauskoja tai pelottavia pelejä (Mediakix 2017). Business Insider lehti raportoi, että yli puolet maailman suosituimmista Youtube-sisällöntuottajista ovat pelivideoiden tekijöitä (Harrison 2014). Suosituin ja rikkain heistä on tällä hetkellä PewDiePie niminen Youtube-kanava. Suomessa suosituimpia pelikanavia on muun muassa TheRelaxingEnd, Lakko ja Deata.

Tekniikka- ja tuotetestausvideoita on paljon Youtubessa. Videolla saatetaan testata tai esitellä uusia teknisiä laitteita tai muita tuotteita laidasta laitaan. Olemassa on myös ”Unboxing” -videoita joilla avataan jokin tuote ensimmäistä kertaa tuotepaketista. Näistä tuotteista annetaan ensiarvio ja mielipide. Jotkin sisällöntuottajat tekevät niin sanottuja ”Haul” –videoita joissa he esittelevät uusia vaatteita ja asukokonaisuuksia. Tapana on myös tehdä suosikkituotevideoita joissa sisällöntuottajat esittelevät heidän suosikkituotteitaan viimeisen kuukauden ajalta (Mediakix 2017). Tämän kaltaiset videot antavat katsojilleen sellaista tietoa tuotteista joita ei välttämättä muualta saa. Katsojat myös luottavat tuttuihin tuotteiden arvostelijoihin ja luottavat heidän mielipiteisiinsä.

Think with Google tutkimuksen mukaan 62% kuluttajista katsovat ensin tuotetestaus ja unboxing -videoita ennen suurien ostopäätösten tekemistä (BulBul, Gross, Shin, Katz, 2014). Myös Splay Networksin teettämässä tutkimuksessa selviää, että 71% videoiden katsojista tekee ostopäätöksen sisällöntuottajan suosituksesta (Sörman 2016).

### 2.2.1 Videoblogit

2010-luvulla suureksi netti-ilmiöksi on muodostunut vlogaajat, eli videoblogien tekijät. Vlogien ideana on kuvata vlogaajien elämää, sekä ajatuksia videolle ja ladata se nettiin muiden katseltavaksi ja kommentoitavaksi. Niitä voidaan pitää netistä katsottavina videopäiväkirjoina. Vlogeihin on usein tapana pyytää katsojilta aiheita, kuten erinäisiä haasteita, joita kameran edessä suoritetaan. (Lehtola 2014.) Videoilla saatetaan myös vastata katsojien kysymyksiin, kertoa tarinoita omasta elämästä tai puhua jostain ajankohtaisesta aiheesta. Myday-tyyppisissä videoissa vlogaajat kuvaavat yleensä yhden päivän heidän elämästään. Jotkin videot kuvaavat päivän aamusta iltaa, kun taas jotkut esittelevät jotkin tietyn osan päivästä.

Vlogaajat ovat aktiivisessa vuorovaikutuksessa katsojiensa kanssa ja pyrkivät keskustelemaan heidän kanssaan kommenttikentissä. Suosituimpia vlogaajia voidaankin pitää jonkinlaisina mielipidevaikuttajina nuorille. Vlogaajat tuovat usein mielipiteitään julki videoillaan ja nuoret saattavat ottaa vaikutteita tekijöiden sanomisista omaan ajatteluunsa (Lehtola 2014). Suomessa tällä hetkellä suosituimpia vlogaajia on Mmiisas (kuva 5), Eeddspeaks ja Herbailua (Social Blade LLC 2017).

Vlogit, kuten monet muutkin Youtube-videot, ovat yksin sisällöntuottajien tekemiä. Tästä johtuen niiden laatu, ammattimaisuus ja ulkonäkö on hyvin vaihtelevaa, sekä tekijästä riippuvaista. Menestyneen kanavan takana on usein kiinnostava persoona, eikä videon laatu ole suosion syytä. Parhaimmassa tapauksessa nämä molemmat yhdistyvät ammattimaiseksi kokonaisuudeksi. Vlogeille on hyvin ominaista, että sisällöntuottaja kuvaa itse itseään, usein käsivaralla kameralle puhuen. Tästä syystä niiden kuvakerronta ja leikkaustyyli ovat tietynlaisia. Ison tuotantotiimin puute rajoittaa kuvattujen kuvien määrää, tyyliä sekä laatua.

Nerdwriter pohtii videodokumentissaan vlogien olevan katsojan mielestä mielenkiintoisia, kun vlogit ovat todentuntuksia ja samaistuttavia. Vlogien tahaton tai tahallinen amatööriäisyys luo videon tunteen ja saa katsojan seuraamaan kiinnostavan persoonan elämää. Nerdwriterin mielestä se, että katsoja tietää ettei vlogaajan ja yleisön välissä ole isoa tuotantotiimiä, tekee videoista mielenkiintoisia. Materiaali on tullut suoraan tekijän kädestä koko kansalle katsottavaksi, juuri sellaisena kuin sisällöntuottaja on sen itse

halunnut (Nerdwriter1 2016). Vaikka tietynlainen amatöörimäisyys ja käsikirjoituksen puute tekee vlogeista mielenkiintoisia, on menestyneiden vlogien taustalla usein tarkat suunnitelmat. Ammattimainen videontekijä pystyy luomaan laadukasta “amatöörimäisen” näköistä vlogisisältöä, jossa kuvakulmat, -rajaukset ja leikkaus, sekä käsikirjoitus ovat tarkkaan harkittuja. Tällöin sisältö on koukuttavaa ja mielenkiintoista. Tästä hyviä esimerkkejä ovat amerikkalainen vlogaaja Casey Neistat ja suomalaiset vlogaajat Vinkare sekä Timo Wilderness.



KUVA 5. Esimerkkikuva vlogista. (Kuvakaappaus videosta: Mmiisas: AUTO JUMISSA LEIJONALAUMAN KESKELLÄ | SAFARIPÄIVÄKIRJAT osa 2. 2017.)

### 3 WALTER MURCH JA KUUDEN SÄÄNTÖ

Walter Murchin kuuden sääntö jonka esittelen tässä kappaleessa perustuu klassisen leikkauksen tyyliin. Helsingin yliopiston elokuva- ja televisiotutkimuksen professori Henry Baconin mukaan (2000, 70) vuosina 1907 – 1917 Hollywoodissa alkaneessa tyylissä syntyivät tietyt normit mahdollisimman selkeälle elokuvalliselle kerronnalle. Tämä säännöstö on 1920-luvulta saakka otettu huomioon kansallisessa elokuvakulttuurissa. Leikkaustyyli on päätenyt lähes kaikkialle jossa liikkuvaa kuvaa esiintyy. Klassinen leikkaus on ollut ylivoimaisesti hallitseva tyyli maailman elokuva- ja televisioituotannoissa ja sen peruseriaatteet ovat säilyneet lähes samana teknologian murroksesta huolimatta. (Bacon 2000, 70.)

Klassiseen jatkuvuuteen pyrkivän leikkauksen tulee olla mahdollisimman huomaamattomana. Sen päämääränä on yhdistää eri kuvat kerronnalliseksi, loogiseksi ja kronologiseksi tarinaksi. Huomaamattomalla leikkauksella pyritään kuljettamaan tarinaa eteenpäin niin, ettei tarinan illuusio rikkoudu katsojan silmissä kertaakaan. Kuvat pyritään yhdistämään toisiinsa sujuvasti niin, että katsojan ymmärrys ajasta ja paikasta häiriintyy mahdollisimman vähän (Pearlman 2009, 164). Kohtauksen aikana henkilöt ja esineet näyttävät samalta, sekä liikkuvat samassa kohtaa kyseistä tilaa otoksesta toiseen (Bacon 2000, 73). Samoin muiden videolle tärkeiden asioiden kuten valaistuksen, lavastuksen, rekvisiitan ja puvustuksen tulee noudattaa samaa jatkuvuuden periaatetta (Pirilä & Kivi 2008, 81). Katsojat olettavat tilanteen jatkuvan, kunnes heille näytetään tilanteen selvästi muutoksia.

#### 3.1 Kuuden sääntö

Kuuden sääntö antaa prosentuaaliset arvot sille kuinka leikkaus tulisi tehdä ja missä järjestyksessä aletaan karsimaan leikkauskriteereitä, jos siihen on tarvetta. On kuitenkin hyvä muistaa, että Murchin luomat prosenttiluvut eivät ole matemaattisia totuuksia, vaan niiden avulla hän selittää prioriteettien tärkeyttä. Täydellisessä leikkauksessa toteutuvat kaikki säännön kohdat. Murchin sääntö menee seuraavasti:

1. Tunne (Emotion)	51%
2. Tarina (Story)	23%
3. Rytmi (Rhythm)	10%
4. Katseen suunta / huomiopiste (Eye-trace)	7%
5. Kaksiulotteinen taso (Two-dimensional plane of screen)	5%
6. Kolmiulotteinen liike (Three-dimensional space of action)	4%

Prosentuaalinen arvo kertoo säännön tärkeydestä. Säännön mukaan *tunne* ja *tarina* ovat tärkeämpiä kuin loput neljä kriteeriä yhteensä. Huomataan myös, että *tunne* on tärkeämpi kuin kaikki muut. Eli mitä paremmin leikkaus tukee tunnetta ja tarinaa, sitä vähemmän normaalikatsoja huomaa siinä muita mahdollisia virheitä. Jos leikkaus ei pysty toteuttamaan jokaista kuudesta säännöstä, on karsittava säännöstä viimeisestä ylöspäin. Jos joudutaan luopumaan kaikista muista, on viimeisenä säilytettävä vaihtoehto *tunne*. Murch tarkentaa kirjassaan, että tämä ei ole niinkään sääntö vaan lista prioriteeteista. Nämä prioriteetit kertovat, että ei pidä koskaan luopua tunteesta ennen tarinaa, tarinasta ennen rytmiä, rytmistä ennen huomiopistettä, huomiopisteestä ennen kaksiulotteista tasoa ja kaksiulotteisesta tasosta ennen kolmiulotteista liikettä. Tämän säännön mukaan täydellinen leikkaus on sellainen, jossa jokainen kohta on onnistunut. Prioriteetit tukevat toisiaan siten, että jos listalla ylempänä oleva prioriteetti toteutuu, niin sitä todennäköisemmin alempi sääntö toteutuu myös, ja niin edelleen aina kuudenteen sääntöön asti. (Murch 1995, 20)

Tämä teoria materiaalin priorisoinnista tukee ajatusta, että loppujen lopuksi leikkauksessa ei ole kyse erilaisista teknisistä ratkaisuista, vaan *kokonaisuudesta*. Kuvat ovat näin ollen jonkin suuremman kokonaisuuden rakennuspalikoita. Tätä kuvaa hyvin Murchin viisaat sanat: ”What they finally remember is not the editing, not the camera-work, not the performances, not even the story - it’s how they felt.” (Murch 1995, 18).

Seuraavaksi avaan tarkemmin nämä Walter Murchin kuusi sääntöä. Käyn ne läpi käänteisessä järjestyksessä, vähiten tärkeästä tärkeimpään.

### 3.1.1 Kuudes: Kolmiulotteinen liike

Viimeinen Murchin prioriteetti listalla on kolmiulotteinen liike ja leikatessa tästä siis luovutaan tarvittaessa ensimmäisenä. Säännöstä käytetään myös suomennosta *toiminnan kolmiulotteisuus*. Tällä säännöllä tarkoitetaan sitä kuinka henkilöt kuvassa ja tilassa sijoittuvat toisiinsa nähden, ja kuinka tämä tieto välittyy katsojille. Tätä sääntöä voidaan noudattaa tai rikkoa, jolloin henkilöiden paikat eivät muutu tai muuttuvat leikkausten välillä. Esimerkiksi television urheilulähetyksissä urheilijoiden paikat eivät muutu leikkausten välissä, vaan toiminta jatkuu kuvasta toiseen samanlaisena. Draamatuotannoissa leikkausten välillä tapahtuu usein pientä siirtymistä, eli niin sanottua hyppimistä ajassa.

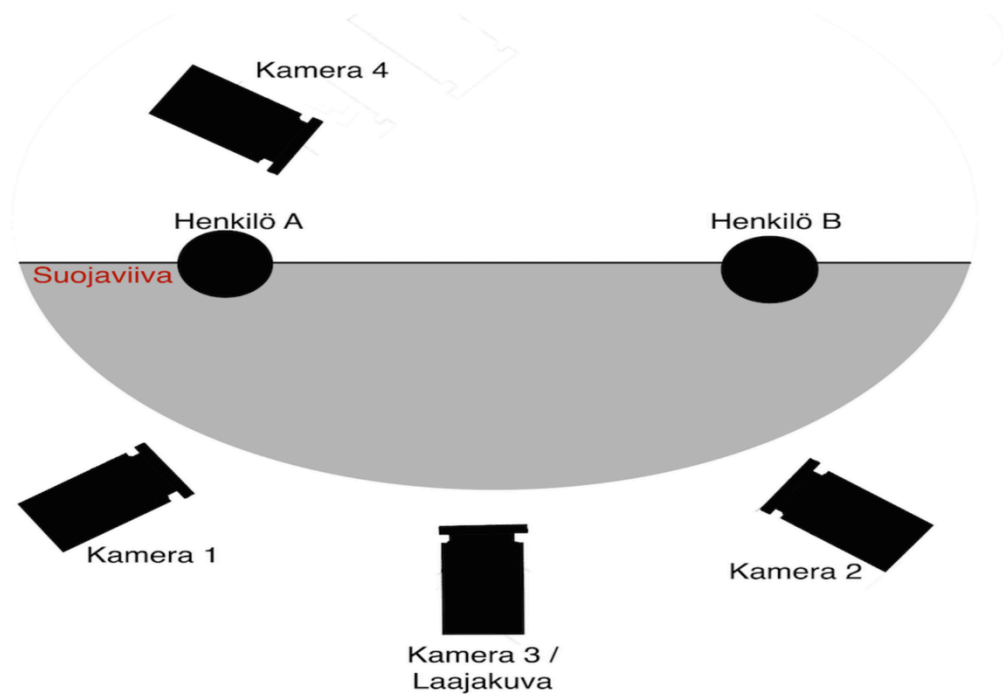
### 3.1.2 Viides: Kaksiulotteinen taso

Viides sääntö on kaksiulotteinen taso, josta käytetään myös suomennosta *kaksiulotteinen sommittelu*. Tällä säännöllä tarkoitetaan suojaviivaa ja kuvakokoja koskevia sääntöjä.

Suojaviiva on kahden kohtauksessa olevan kohteen, kuten näyttelijöiden, läpi kulkeva kuviteltu linja (Juntunen 1997, 94). Kaikki kohtauksessa kuvatut kuvat tulee kuvata samalta puolelta suojaviivaa. Jos jotkin kuvista on kuvattu tämän linjan vastakkaiselta puolelta, näyttävät ihmiset vaihtaneen paikkaa (Pirilä & Kivi 2005, 117). Suojaviiva määräytyy kohtauksen ensimmäisen kameran sijainnin mukaan (Korvenoja 2005, 126). Klassinen keino, jolla kamera saadaan siirrettyä linjan vastakkaiselle puolelle on ajaa kamera asetetun suojaviivan toiselle puolelle.

Suojaviivaa on havainnollistettu kuvassa kuusi. Kuvassa kamerat yhdestä kolmeen ovat sijoitettu oikein suojaviivan kannalta. Kamera neljä on näin ollen väärällä puolella suojaviivaa. Suojaviivan rikkomista pyritään yleensä välttämään, sillä se saattaa kadottaa katsojan kyvyn hahmottaa tilaa ja pahimmillaan särkeä luodun todellisuusvaikutelman. (Suojaviiva, Mediakompassi.)





KUVA 6. Suojaviiva ja kameroiden sijoittelu sen ympärille. Kamera neljä on väärällä puolella suojaviivaa muihin kameroihin nähden. (Kuva: Savonen 2015, 6.)

Kuten aiemmin mainittu, tämän säännön alle kuuluvat myös kuvakokosäännöt, eli mitä kuvakokoja saa klassisen leikkauksen oppien mukaan leikata peräkkäin, ja mitä ei. Kuvakoot määräytyvät kuvan rajauksen mukaan. Ne ovat jaettu kahdeksaan osaan, jotka ovat lähimmästä kaukaisimpaan: *erikoislähikuva*, *lähikuva*, *puolilähikuva*, *puolikuva*, *laaja puolikuva*, *kokokuva*, *laaja kokokuva* sekä *yleiskuva* (Pirilä & Kivi 2005, 112).

Perussääntönä on siirtyä ainakin yhden kuvakoon yli kuvasta toiseen leikattaessa. Mikäli kahden peräkkäisen otoksen välillä kameranpaikkaa ei ole muutettu tarpeeksi, tai kuvien välisen kuvakoon muutos on liian pieni, kuva ”nytkähtävät”, mikä ärsyttää katsojan silmään rikkoen helposti elokuvan illuusion. Myös liian suuri kuvakoon muutos voi aiheuttaa katsojassa saman tunteen, tällaista liian suurta tai pientä kuvakoon siirtymää kutsutaan *hyppyleikkaukseksi*. (Pirilä & Kivi 2008)

Henkilöiden suoraa katsekontaktia kameraan pidetään Hollywood-normien vastaisena ja suojaviivan rikkoontumisena, sillä sekin tuntuu rikkovan elokuvan todellisuusvaikutelman (Bacon 2000, 75).

### 3.1.3 Neljäs: Huomiopiste

Huomiopisteellä tarkoitetaan kohtaa, johon katsoja oletetusti kiinnittää huomion kuvassa. Tämä tulee ottaa huomioon, jotta katsojan on helppo seurata tapahtumia, varsinkin nopeissa leikkauksissa. Jos huomiopiste pysyy koko ajan samassa kohdassa, on tapahtumia helpompi seurata. Hyvä esimerkki huomiopisteen käytöstä on elokuva *Mad Max: Fury Road* (kuva 7). Elokuva on todella nopeatempoinen, ja tästä syystä lähes kaikkien elokuvan kuvien huomiopiste on keskellä kuvaa (Nedomansky 2015). Tällä varmistetaan se, että jos katsojan huomio pysyy keskellä kuvaa, häneltä ei jää mitään tärkeää informaatiota huomaamatta. Tällöin myös leikkaus voi olla todella nopeatempoista kun katsojalle ei tarvitse esitellä uutta huomiopistettä. Kuvassa seitsemän on osa edellä mainitun elokuva storyboardista jossa näkyy kuinka huomiopiste pysyy koko ajan keskellä kuvaa.



KUVA 7. *Mad Max: Fury Road* elokuvan storyboard. (Kuva: Mark Sexton. 2014.)

### 3.1.4 Kolmas: Rythmi

Kolmanneksi tärkein kohta Murchin prioriteetti listalla on rytmii. Murch kertoo kirjassaan, että hänen listassaan kärkikolmikko: *tunne*, *tarina* ja *rythmi* vaikuttavat eniten toisiinsa. (Murch 1995, 18). Hän vertaa kolmikkoa atomin osiin, jotka yhdessä muodostava ehjän kokonaisuuden. Boyd (2014) kertoo kuuden sääntöä avaavassa artikkelissaan, että jos rythmi on pielessä näyttää leikkaus huolimattomalta, ja se saa yleisön ärsyyntymään tai menettämään huomion. Kun rythmi on kunnossa niin leikkaus pysyy mielenkiintoisena ja tiiviinä.

Pearlman sanoo kirjassaan *Cutting Rhythms Shaping the Film Edit* (2009), että leikkaaja pystyy määrittelemään elokuvan leikkausrytmin kolmen eri prioriteetin avulla. Nämä ovat *fyysiset liikkeet, tunteet ja tapahtumat*. *Fyysisiä liikkeitä* kirjassa verrataan tanssi-koreografiaan. Leikkaaja seuraa näyttelijöiden, sekä muiden kuvassa liikkuvien asioiden liikkeitä ja perustaa leikkaukset niihin, kuten koreografikin suunnittelee tanssijoiden liikkeitä. Kun leikkaaja yrittää seurata mitä näyttelijät tuntevat, ja luoda tämän avulla elokuvalla oikeanlaista rytmiä, käyttää hän apunaan *tunteita*. Leikkaaja käyttää *tapahtumia* avukseen kun hän asettaa itsensä katsojan asemaan. Tällöin hän yrittää luoda oikeanlaista rytmiä tilanteeseen sopivan ajoituksen, tahdin ja koko elokuvan kehityskaaren avulla. Näiden kolmen työkalun avulla leikkaaja pystyy muodostamaan elokuvalla oikeanlaisen rytmin. Jokaisessa tuotannossa tulee yleensä käytettyä kaikkia työkaluja, mutta kyse on siitä millä on suurin prioriteetti missäkin kohtauksessa. (Pearlman 2009).

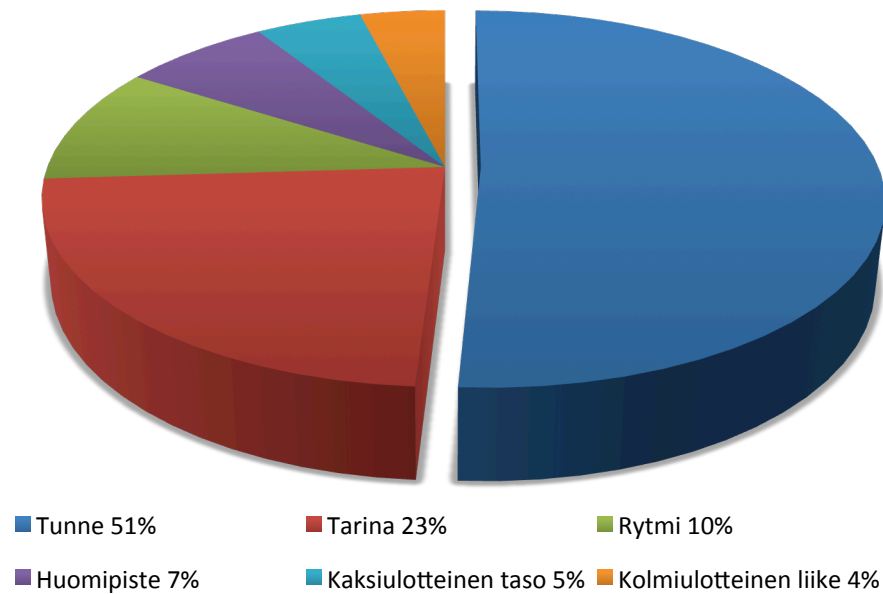
Rytmi määrittää milloin ja miksi videossa tehdään leikkauksia. Pearlman mainitsee kirjassaan, että rytmin on tarkoitus muovata elokuvan tunnelmaa ja tehdä elokuvasta mahdollisimman hyvin ymmärrettävän. Tämä onnistuu jännityksen sekä sen vapautumisen avulla ja niitä voi synnyttää rytmin avulla. (Pearlman 2009).

### **3.1.5 Toinen: Tarina**

Toiseksi tärkein kohta säännöistä on melko yksinkertainen. Jokaisen leikkauksen tulisi viedä valittua tarinaa eteenpäin kiinnostavalla tavalla. Oli kyseessä sitten pää- tai sivujuoni, niin kaikkien leikkausten tulisi tukea niitä. Leikkaajan tulee kysyä itseltään viekö kyseinen leikkaus tarinaa eteenpäin. Elokuvan tarinasta voi tulla nopeasti pitkäväteinen tai sekava, jos se ei etene, eikä siitä saa otetta.

### **3.1.6 Ensimmäinen: Tunne**

Tunne on Murchin mukaan tärkein huomioitava asia leikatessa. Sen prosenttiosuus 51% on suurempi kuin kaikkien aiempien sääntöjen prosentit yhteensä (kuva 8). Se tulisi säilyttää leikatessa hinnalla millä hyvänsä.



KUVA 8. Kuuden sääntö ympyrädiagrammina.

Tunteella leikkaamisella tarkoitetaan Murchin sanoin sitä kuinka yksittäinen leikkaus vaikuttaa elokuvan tunnelmaan kyseisellä hetkellä elokuvassa. Samalla tulee miettiä kuinka tämä leikkaus vie eteenpäin elokuvan tunnetta, sekä vaikuttaako se näin ollen koko kokonaisuuteen eli tunnelmaan. (Murch 2011)

Kuten aiemmin mainittu, täydellisessä leikkauksessa toteutuu kaikki mainitut säännöt, mutta jos vain tunne säilyy leikkauksessa, niin myös katsojien mielenkiinto säilyy läpi elokuvan. Oikeanlainen tunnelma piilottaa alleen mahdollisia teknisiä virheitä, joita katsojat saattavat muuten huomata. Jos tunteen välittäminen rikkoutuu, alkaa katsoja huomata muita mahdollisia virheitä videolla, kuten aiempien sääntöjen noudattamatta jättämisistä. Tällöin koko ”paketti” hajoaa, ja tästä syystä tunne on kaikista tärkein prioriteetti leikatessa.

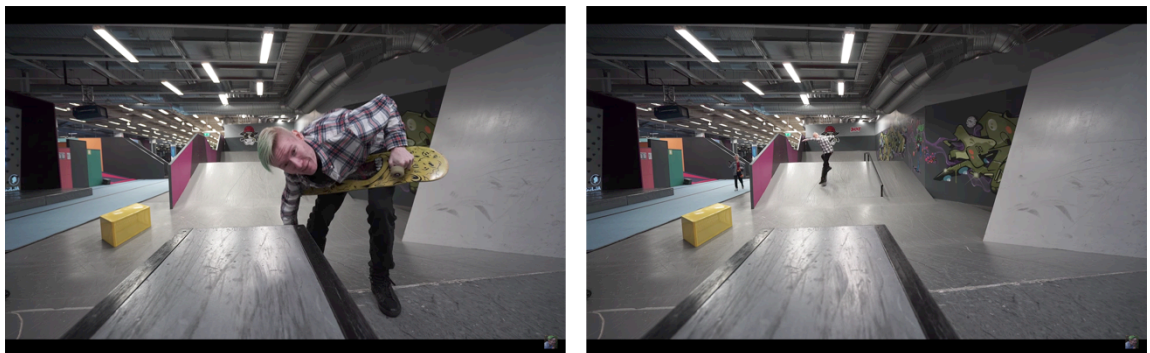
Murchin sanoin jokaisen leikkaajan tulisi keskittyä siihen minkälaisen tunteen tai tunnelman sisällöntuottaja haluaa välittää videoillaan katsojille – mitä haluat katsojien tuntevan? Jos katsojat nähtyään videon tuntevat halutulla tavalla, leikkaaja on onnistunut työssään.

## 4 KUUDEN SÄÄNTÖ VLOGEISSA

Analysointiin valitsin videoita itselleni tutuilta Youtube-sisällöntuottajilta. Mukana on seuraavia Youtube-kanavia: Casey Neistat, Vinkare, Deata, Timo Wilderness, Jenni Kuru, Sami Koivisto, TaylorCutFilms, Splay Suomi, Mmiisas ja Sita Salminen. Etsin tekijöiden videoista esimerkkejä jokaisen Murchin säännön noudattamiselle tai noudattamatta jättämiselle. Seuraavaksi analysoin löytämiäni seikkoja sääntö kerrallaan.

### 4.1 Kolmiulotteinen liike

Aloitetaan vähiten tärkeimmästä säännöstä numero kuusi, eli kolmiulotteisesta liikkeestä. Vlogit kuvataan pääasiassa yhdellä kameralla, joten tätä sääntöä rikotaan paljon. Yleensä kamera osoittaa, joko vlogaajaan itseensä, tai hänestä pois päin. Tällöin katsojalle on hyvin selkeää miten henkilöt tilaan sijoittuvat, mutta tätä sääntöä rikotaankin eniten hyppyleikkauksissa. Hyppyleikkauksia käytetään vlogeissa usein tehokeinona ja ne ovat nykyään enemmän sääntö kuin poikkeus. Näissä leikkauksissa videolla esiintyvä henkilö vaihtaa paikkaansa kuvassa leikkausten välillä. Alla on esimerkki hyppyleikkauksesta Deatan videosta ”SALAA YÖLLÄ SUPERPARKISSA! Ft.PinkkuPinsku”. (Kuva 9.) Kuvaparissa on havaittavissa kuinka henkilö hyppää leikkausten välillä eri puolelle lokaatiota.



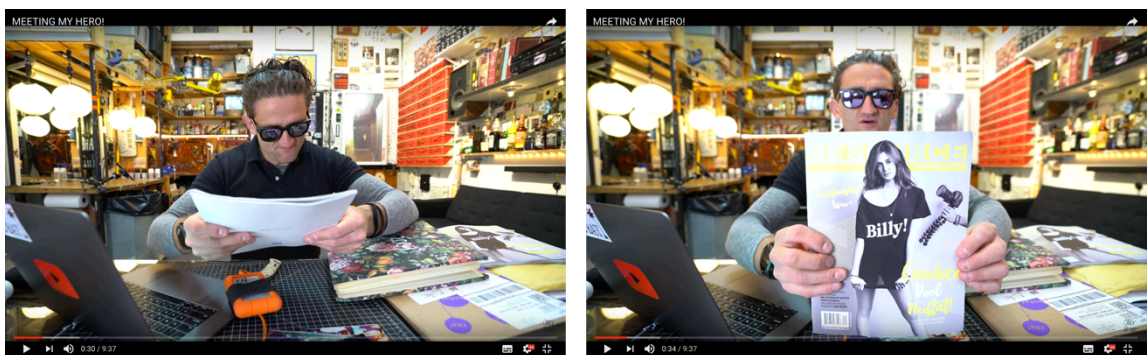
KUVA 9. Esimerkki hyppyleikkauksesta. (Kuvakaappaukset Deatan videosta: ”SALAA YÖLLÄ SUPERPARKISSA! Ft.PinkkuPinsku”. 2017.)

Usein henkilön paikka saattaa pysyä samana, mutta hänen puheestaan on leikattu välistä jotain pois, jolloin tapahtuu hyppyleikkaus. Tällainen leikkaaminen ei kuitenkaan johda

katsojaa harhaan, sillä usein kamerapaikka ja kuvakoko pysyvät samanlaisina leikkausten välillä.

## 4.2 Kaksiulotteinen taso

Seuraava sääntö on kaksiulotteinen taso. Tähän kuuluu suojaviiva- ja kuvakokosäännöt. Pääasiassa suojaviivasääntöjä noudatetaan vlogeissa, mutta kuvakokosäännöt ovat heitetty surutta roskiin. Se, mikä kuuluu perinteiseen kuvakerrontaan ja siihen liittyviin kuvakokojen leikkaussääntöihin rikkoontuu Youtubessa totaalisesti. Tämä johtuu luultavasti siitä, että harva tekijöistä edes tietää vanhoja sääntöjä, tai syitä niihin. Kuvakokosääntöjen rikkomisesta on tullutkin normaalia Youtubessa. Usein niin sanotun perinteisen Youtube-videon tunnistaakin siitä, että kuvakoot leikkaantuvat väärin keskenään. Tämä ei tulisi niin sanotussa perinteisessä mediassa kysymykseenkään, mutta Youtubessa se on melkein suotavaa. Luultavasti kyseisen säännön rikkominen johtuu yleensä siitä, että videot kuvataan pääasiassa yksin ja yhdellä kameralla. Tästä syystä kuvakoko ja kamerapaikka saattavat pysyä koko kohtauksen samassa paikassa, jolloin leikatessa ei ole muuta vaihtoehtoa kuin leikata samaan kuvaan uudestaan. Tällaista leikkausta kutsutaan hyppyleikkaukseksi, hyvänä esimerkkinä on kuvakaappaus Casey Neistatin videosta ”Meeting my hero!” (Kuva 10.), jossa leikataan hyppyleikkauksella kuvasta toiseen.



KUVA 10. Esimerkki hyppyleikkauksesta jossa kuvakoko pysyy samana ja henkilön paikka ei muutu. (Kuvakaappaukset Casey Neistatin videosta: ”Meeting my hero!”. 2017.)

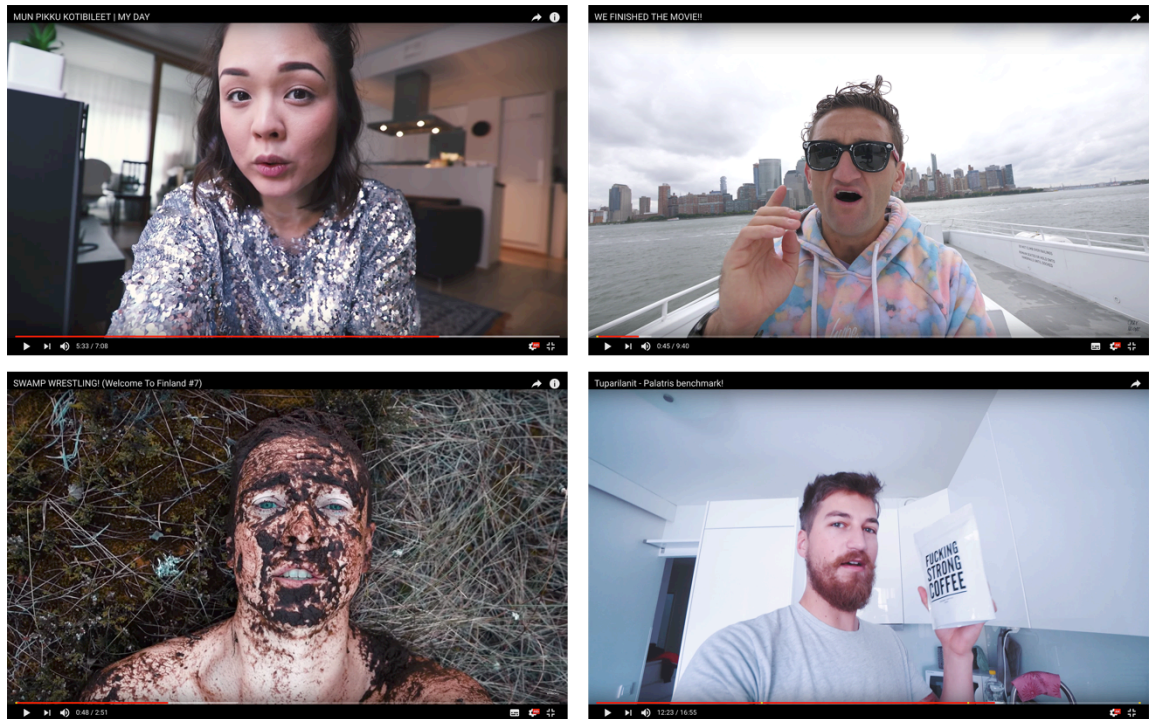
Usein Youtube-videoissa on digitaalisesti jälkikäteen muokattuja kuvakoon vaihdoksia. Tällöin kuva rajataan uudestaan leikkausohjelmassa, jolloin leikatessa uuteen kuvaan kuvakoko vaihtuu. Tällöin kuvakokosääntöjä ei rikota, ja usein videon jatkuvuus säilyy

paremmin, koska katsoja ei välttämättä huomaa hyppyleikkausta. Alla on esimerkki (kuva 11) Splay Suomen videosta ”Aamuskaba: Onko hänellä naamakarvoitusta?”. Kuvaparissa näkyy kuinka kuva on rajattu uudestaan leikkausohjelmassa korostamaan hetkeä ja tiivistämään henkilön puhetta.



KUVA 11. Esimerkki hyppyleikkauksesta jossa kuvakoko on muutettu leikkausohjelmassa jälkikäteen. (Kuvakaappaukset Splay Suomen videosta: ”Aamuskaba: Onko hänellä naamakarvoitusta?”. 2017.)

Suojaviivasääntöjä on vlogaajan helppo noudattaa, sillä yhden kameran tuotannoissa tulee harvoin tilanteita, joissa se tulisi ottaa erityisesti huomioon. Klassisen leikkauksen periaatteiden mukaan suora katsekontakti kameraan rikkoo tätä viidettä sääntöä ja sitä rikotaankin lähes joka ikisessä vlogissa, kuten seuraavista esimerkeistä käy ilmi (kuva 12).



KUVA 12. Esimerkkejä vlogeista joissa puhuja katsoo suoraan kameraan. (Kuvakaappaukset videoista: Sita Salminen: ”MUN PIKKU KOTIBILEET – MY DAY”. 2017. Casey Neistat: ”WE FINISHED THE MOVIE!!”. 2017. Timo Wilderness: ”SWAMP WRESTLING! (Welcome to Finland #7)”. 2016. Vinkare: ”Tuparilanit – Palatris benchmark!”. 2017.)

### 4.3 Huomiopiste

Huomiopiste-sääntöä ei Youtubessa juurikaan noudateta. Kuvien huomiopisteet hyppi-vät usein miten sattuu, jolloin videon seuraaminen voi olla haastavaa. Tästä esimerkkinä kuvakaappaus Deatan videosta ”LUETAAN VANHOJA VIESTEJÄ TYTÖILLE 2!”, jossa vlogaaja hyppää leikkausten välillä eri puolille kuvaa (kuva 13). Toki moni sisältötuottaja käyttää huomiopisteen rikkomista tehokeinona, kuten myös tässä videossa on luultavasti ollut tarkoitus.



KUVA 13. Esimerkki huomiopisteen vaihtumisesta leikkausten välillä. (Kuvakaappaukset Deatan videosta: ”LUETAAN VANHOJA VIESTEJÄ TYTÖILLE 2!”. 2016.)

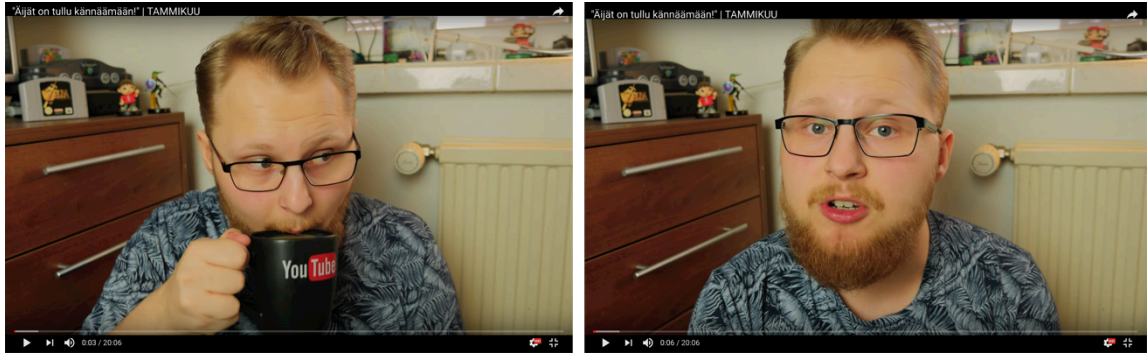


Moni vlogaaja käyttää huomiopisteen luomiseen yksinkertaisesti osoittamista. Osoittaminen on hyvä tapa näyttää katsojalle mitä kohtaa vlogaaja kuvassa tarkoittaa, ja samalla katsojan huomiopiste kiinnittyy nopeasti haluttuun kohtaan. Tästä esimerkkinä kuvankaappaus Vinkareen videosta ”Miljoonalukaali Italiassa!” (kuva 14).



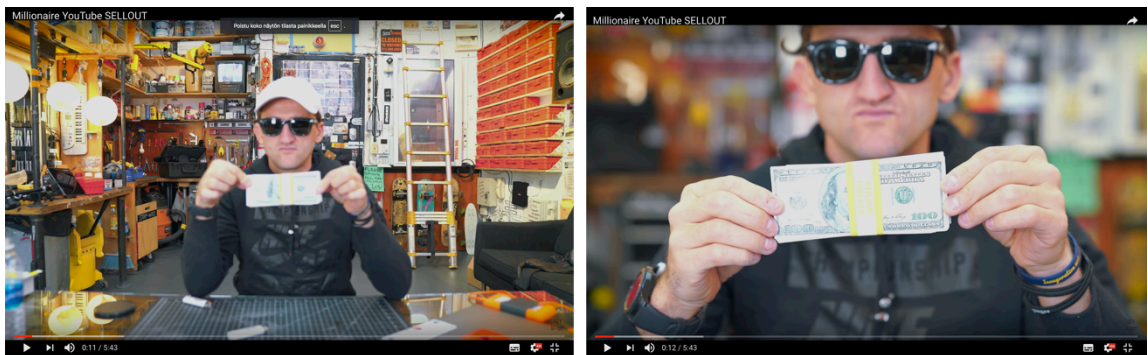
KUVA 14. Esimerkki huomiopisteen luomisesta näyttämällä. (Kuvankaappaus Vinkareen videosta: ”Miljoonalukaali Italiassa!”. 2016.)

Huomiopisteen käyttö toteutuu usein vahingossa kohtauksissa, joilla vlogaaja vain puhuu kameralle. Tällöin puhuja itse pysyy koko ajan samassa kohtaa kuvaa, eli niin sanotussa huomiopisteessä. Kyseisissä videoissa tehdään usein hyppyleikkauksia, eli rikotaan sääntöä numero viisi. Tästä esimerkkinä kuvankaappaus Sami Koiviston videosta ””Äijät on tullu kännäämään!” | TAMMIKU””, jossa leikataan kuvasta kuvaan hyppyleikkauksella samalla pitäen huomiopiste puhujassa (kuva 15).



KUVA 15. Esimerkki huomiopisteen säilyttämisestä paikallaan henkilössä leikkausten välillä. (Kuvakaappaukset Sami Koiviston videosta: ””Äijät on tullu kännäämään!” | TAMMIKUU”. 2017.)

Osa vlogaajista noudattaa kuvakokosääntöjä ja vaihtavat kuvakokoa pitäen huomiopisteen samana. Kuten Casey Neistat videossa ”Millionaire YouTube SELLOUT” (kuva 16).



KUVA 16. Esimerkki huomiopisteen säilyttämisestä paikallaan leikkausten välillä vaikka kuvakoko muuttuu. (Kuvakaappaukset Casey Neistatin videosta: ”Millionaire YouTube SELLOUT”. 2017.)

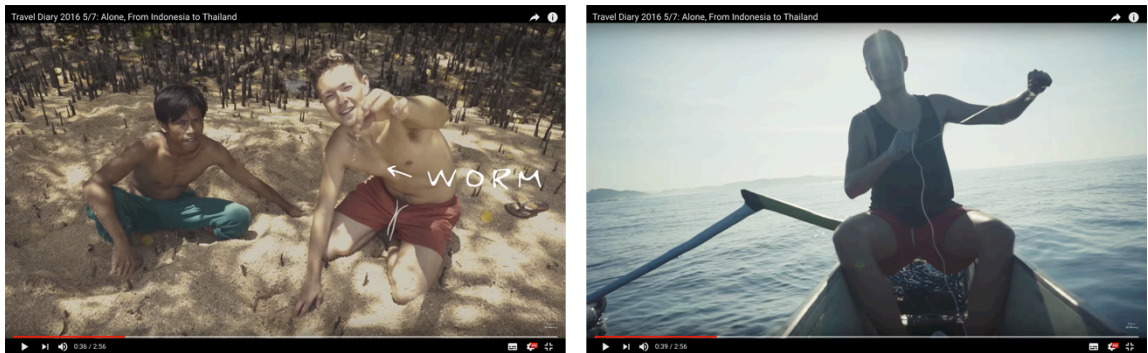
#### 4.4 Rythmi

Kolmas sääntö *rythmi* muodostuu Youtube-videoissa siitä, että video etenee oikealla tavalla. Taukoja tulee olla silloin kun niitä tarvitaan, mutta turhat tyhjyydet on leikattu pois ja leikkaukset seuraavat esimerkiksi musiikin tahtia.

Tekijä voi korostaa sanomaansa rytmittämällä leikkaukset oikein. Rytmien vaihtelulla voidaan ”antaa tilaa” hauskoille jutuille, tai painottaa vakavaa asiaa. Youtube-katsoja on hyvin kiireinen ja malttamaton, joten kaikki ylimääräinen turha puheessa, niin sanotut ”tyhjä kohdat” on yleensä leikattu pois, eli videolla tapahtuva puhe on rytmitetty oikein.

Tekijät voivat rytmittää videoita musiikin avulla. Esimerkiksi kuvamontaasien taustalla siirtyessä toiseen paikkaan videolla.

Rytmiä on vaikea analysoida, sillä sen rikkoutuminen on kiinni katsojasta ja tekijästä. Ihmiset kokevat sen usein erilailla. Ainoa tapa lähestyä rytmin käyttöä vlogeissa on etsiä ääripäitä. Toiset sisällöntuottajat leikkaavat hyvin nopeatempoisesti videoita, kun taas toiset antavat ajan kulua tarkoituksella hitaasti, jotta katsoja saa tunnelmasta kiinni. Hyviä esimerkkejä ääripäistä ovat kanavat Timo Wilderness ja Jenni Kuru. Wildernessin tyyli leikata matkavlogeja on hyvin tiivis ja nopea. Videot ovat lyhyitä ja niissä mennään lyhyillä kuvituskuville nopeasti eteenpäin. Esimerkiksi voisi nostaa Wildernessin videon ”Travel Diary 2016 5/7: Alone, From Indonesia to Thailand”. Videon alkupuolella Wilderness kertoo matkastaan hyvin nopean tahtiin. Kuvat vaihtuvat nopeasti kertomuksen mukana, kunnes leikkausrytmi rauhoittuu hänen päätyessään kalastusreissulle. (Kuva 17.) Tästä kalastusreissusta on muutama pidempi kuva, jotka rauhoittavat tarinan kerrontaa ja kertovat katsojalle matkan tunnelmasta.



KUVA 17. Esimerkkejä Timo Wildernessin vlogista. (Kuvakaappaukset Timo Wildernessin videosta: ”Travel Diary 2016 5/7: Alone, From Indonesia to Thailand”. 2016.)

Toisen ääripään esimerkkinä on Jenni Kurun videot, joissa on pitkiä kuvia ja niillä luodaan tilanteeseen sopivaa tunnetta. Videoita voidaankin kuvailla verkkaisiksi. Kurun videoista esimerkiksi olen nostanut videon nimeltä ”Muutin sitte Skotlantiin” (kuva 18). Vlogissa on käytetty hänelle tyypillistä verikkaista leikkausrytmiä. Rauhallinen rytmi säilyy muuttumatta koko videon ajan niin puheosuuksissa kuin kuvamontaaseissa, joissa soi musiikkia taustalla.

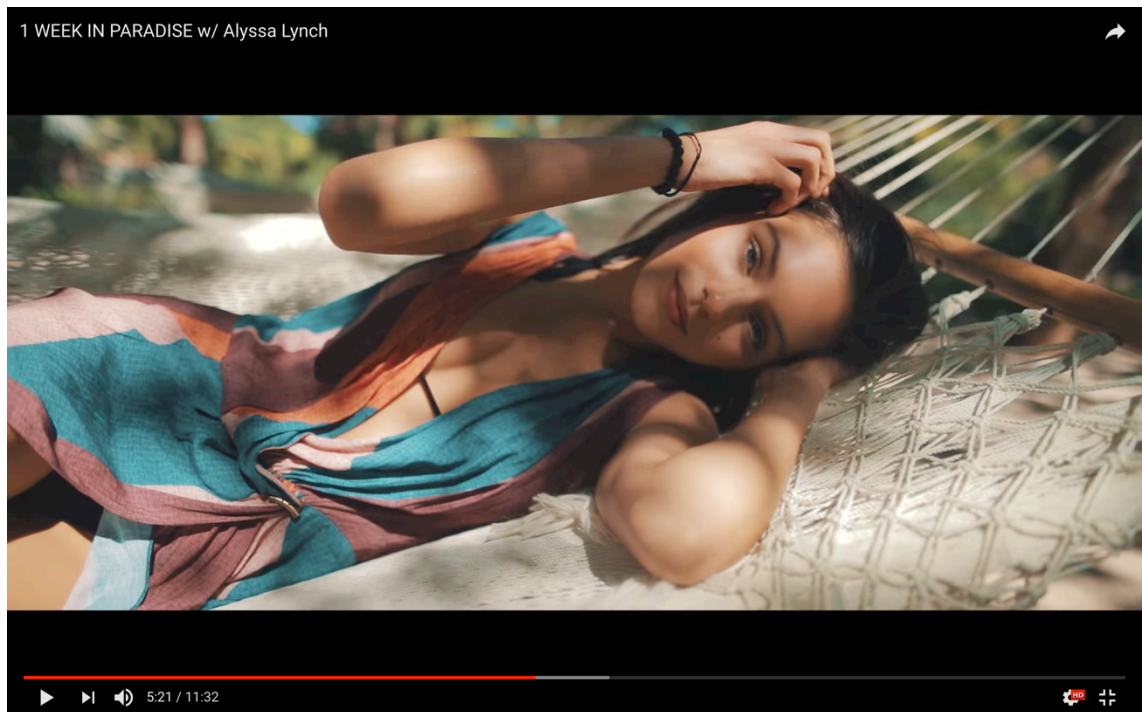


KUVA 18. Kuvakaappaus Jenni Kurun videosta: ”Muutin sitte Skotlantiin”. 2016.

Kurun ja Wildernessin videot ovat rytmiltään hyvin erilaisia, mutta kuitenkin heidän ”itsensä näköisiä”.

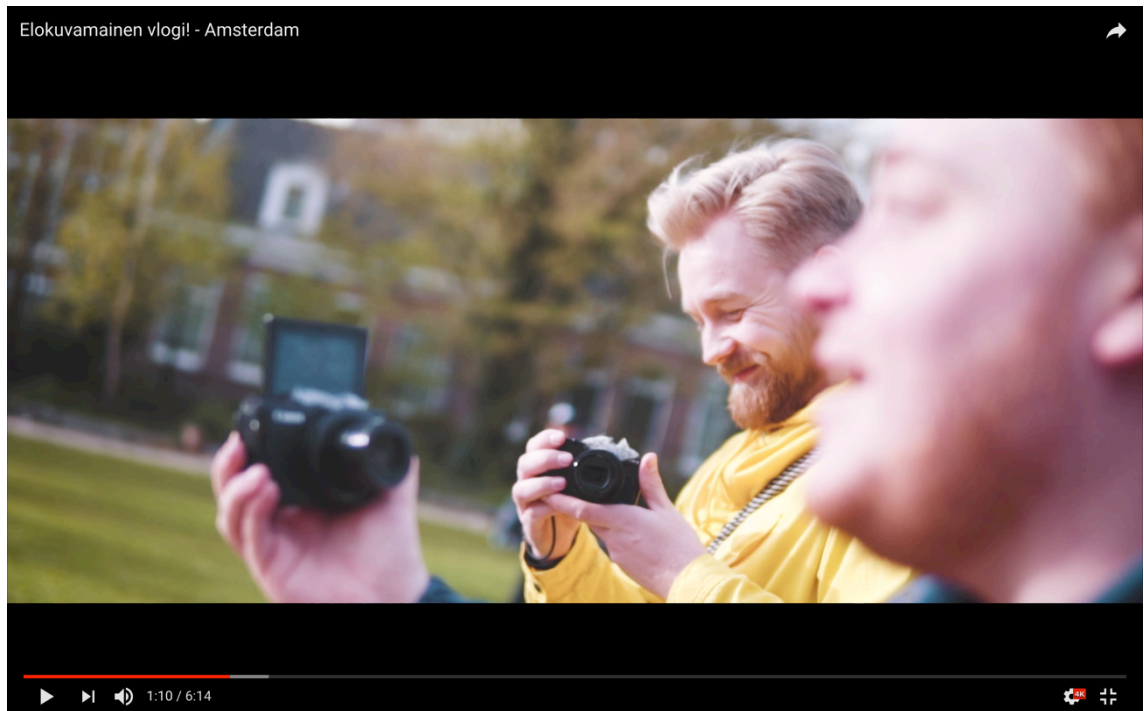
Moni, varsinkin aloitteleva vlogaaja, ei ymmärrä rytmin merkitystä videoilla, mistä johtuen heidän videonsa saattavat tuntua oudoilta. He saattavat leikata liian nopeaan tai hitaaseen tahtiin. Tämä voi johtaa siihen, että katsoja ei havaitse tärkeitä asioita videolla tai heidän mielenkiintonsa videota kohtaan katoaa.

Vlogaajat, jotka ymmärtävät käyttää rytmiä työkaluna, voivat kertoa sillä erilaisia tarinoita ja luoda uusia tunteita keskelle videota. Rytmisiä tehokkeina käyttäviä vlogaajia ovat muun muassa TaylorCutFilms ja Vinkare. Esimerkkinä käytän TaylorCutFilmsin videota ”1 WEEK IN PARADISE w/ Alyssa Lynch” (kuva 19). Videolla vlogaaja kertoo normaaliin vlogityyliin kameralle matkastaan ja työstään valokuvaajana. Välillä hän leikkaa kuvitusmontaaseihin, joista katsoja näkee mitä hän on tekemässä. Kuvituskuvat rytmittävät ja vievät videon tarinaa eteenpäin, kertoen samalla katsojille mitä matkalla on tapahtunut. Usein, kuten tässäkin tapauksessa kuvitusmontaasien taustalla soi musiikki, jonka tahtiin kuvat ovat leikattu.



KUVA 19. Kuvakaappaus TaylorCutFilmsin videosta: ”1 WEEK IN PARADISE w/ Alyssa Lynch”. 2017.

Rytmi toimii tehokeinona myös silloin kun sen vaihtelulla korostetaan esimerkiksi jotain tunnetta. Moni vlogaaja käyttää rytmin vaihteluita kuvitusmontaasi kohtauksissa, jolloin he pyrkivät välittämään katsojalle valitun tunnelman. Hyvä esimerkki kuvitusmontaasissa tunteen välittämisessä rytmin avulla on Vinkareen vlogi nimeltä ”Elokuvamainen vlogi! - Amsterdam” (kuva 20). Vlogissa Vinkare välittää katsojalle koko ulkomaanmatkansa tunnelmat pelkän musiikin ja kuvien avulla. Hän vaihtaa sujuvasti videon leikkausrytmiä eri tunnelmiin sopiviksi. Esimerkiksi välillä videon rytmi on hyvin rauhallinen luoden seesteisen tunnelman, jonka jälkeen Vinkare vaihtaa sujuvasti nopeampaan leikkausrytmiin luoden vauhdikkuutta ja ajankulumisen illuusiota. Leikkauksista ja rytmiä tukevat myös erinomaisesti sijoitetut ääniefektit, tilaäänet sekä lyhyet dialogin palaset jotka kuuluvat videon taustalla.



KUVA 20. Kuvakaappaus Vinkareen videosta: ”Elokuvamainen vlogi! – Amsterdam”. 2017.

#### 4.5 Tarina

Vaikka Murch puhuu tarinasta, se voidaan vlogimaailmassa rinnastaa myös videon aiheeseen. Katsojan mielenkiinto videoon katoaa helposti jos videon aihe ei ole selkeä, tai se muuttuu epäloogisesti koko ajan. Youtubeen kannattaakin tehdä videoita, jotka keskittyvät yhteen aiheeseen kerrallaan. Näin katsojan mielenkiinto säilyy, ja jokaisella videolla on jokin selkeä *aihe* eli *tarina*.

Tarinaa on helppo viedä eteenpäin Youtube-videoissa, sillä niissä ei tarvitse välttämättä välittää draamankaarista tai muista käsikirjoituselementeistä. Toki ammattimainen sisällöntuottaja ottaa myös nämä asiat huomioon. Esimerkiksi myday -videoissa tarina menee loogisesti eteenpäin päivän edetessä, sillä videot myös leikataan yleensä siinä järjestyksessä kuin ne ovat kuvattu. Jos videon tarinasta halutaan täydellinen ja ehjä, tulisi sisällöntuottajan miettiä mitä ja miten hän leikkaa mihinkin kohtaa. Tällä tarkoitetaan esimerkiksi sitä, kannattaako asioita paljastaa heti vai antaako katsojan odottaa mitä tuleman pitää, jotta mielenkiinto säilyy.

Kun tarinasääntöä rikotaan vlogeissa, niin se yleensä puuttuu kokonaan. Harvoissa vlogeissa on mitään runkoa tai punaista lankaa, jota seurata. Tämä johtaa siihen, että videoissa voi tapahtua mitä tahansa. Rungon puuttuminen johtuu siitä, että moni vlogaaja kuvaa sattumanvaraisesti ilman, että he miettivät miten kuvatut kohtaukset liittyvät loogisesti toisiinsa. Tällöin lopputulos on usein sekava ja sellainen, joka hyppii aiheesta aiheeseen. Tätä ei välttämättä voida pitää virheenä, sillä näillekin vlogeille löytyy katsojia. Videot saattavat suunnittelemattomuudessaan tuntua aidommilta kuin selkeän rungon ja tarinan omaavat videot. Näistä suunnittelemattomista videoista hyvänä esimerkkinä on Sita Salmisen video ”LETTU VAI LÄTTY | MY DAY”, jossa seurataan Salmisen keskiviikkopäivää ilman minkäänlaista tarinaa (kuva 21). Salminen kuvaa videon alussa satunnaisia kuvia aloitussijainnissa ja pohtii mitä hän tekisi päivän aikana, sekä tulevaisuudessa. Seuraavaksi hän valmistaa ruokaa ja kertoo menevänsä treeneihin. Video ei tarjoa katsojalle mitään odotuksia, eikä siinä ei ole minkäänlaista runkoa.



KUVA 21. Kuvakaappaus Sita Salmisen videosta: ”LETTU VAI LÄTTY | MY DAY”. 2017.

Hyvässä tarinassa pitää olla myös pohjustusta jollekin asialle joka lunastetaan jossain kohtaa videota. Tätä tehokeinoa käyttää myös moni vlogaaja. He saattavat esimerkiksi videon alussa kertoa tai jopa näyttää mitä videolla tulee tapahtumaan myöhemmin, kuitenkin paljastamatta yksityiskohtia. Näin he herättävät yleisön mielenkiinnon siitä miten kyseiseen tilanteeseen päädytään. Parhaimmassa tapauksessa tekijä saa näin katsojan katsomaan videon alusta loppuun. Tämä synnyttää videolle heti tarinan, jonka jokainen

leikkaus edistää pääsyä kohti alussa kerrottua päämäärää. Murchin mukaan jokaisen leikkauksen pitäisi viedä videota lähemmäs kohti alussa luvattua odotusta, eli edistää tarinaa. Osaavat sisällöntuotajat tekevät videoilleen klassisia draamankaaria. Välillä se on hyvin hankalaa, sillä videoita harvoin suunnitellaan etukäteen ja etenevän tarinan muodostus jää silloin leikkaajan harteille. Tästä aiheesta hyvä esimerkki on Casey Neistatin video ”WORLDS LARGEST HOMEMADE DRONE” (kuva 22). Vlogin alussa näytetään kohtaaus mihin video tulee päätymään, jonka jälkeen Neistat alkaa kertomaan tarinaa joka johtaa kyseiseen tilanteeseen. Hän myös esittää alussa katsojille kysymyksen, johon hän aikoo kertoa vastauksen videon kuluessa. Näin hän saa herätettyä katsojien mielenkiinnon seurata video alusta loppuun. Videolla Neistat ei harhaudu aiheesta, vaan pysyy kokoajan alussa luvattun teeman ympärillä. Videon runko on rakennettu erilaisten kysymysten ympärille joihin Neistat yksi kerrallaan vastaa, samalla antaen lisätietoa alussa nähdystä kohtauksesta.



KUVA 22. Kuvakaappaus Casey Neistatin videosta: ”WORLDS LARGEST HOMEMADE DRONE”. 2017.

Perinteisempi esimerkki hyvästä tarinasta ja rungosta vlogissa on Casey Neistatin video nimeltä ”VEGAS BACHELOR PARTY” (kuva 23). Tekijälle perinteiseen tapaan hän näyttää heti videon alussa kohtauksen videon loppupuolelta. Tämän jälkeen hän palaa ajassa taaksepäin ja kertoo mistä on kyse. Neistat ja hänen ystävänsä ovat lähdössä lomamatkalle viettämään yhden seurueenjäsenen polttareita. Videon tarina on siis raken-

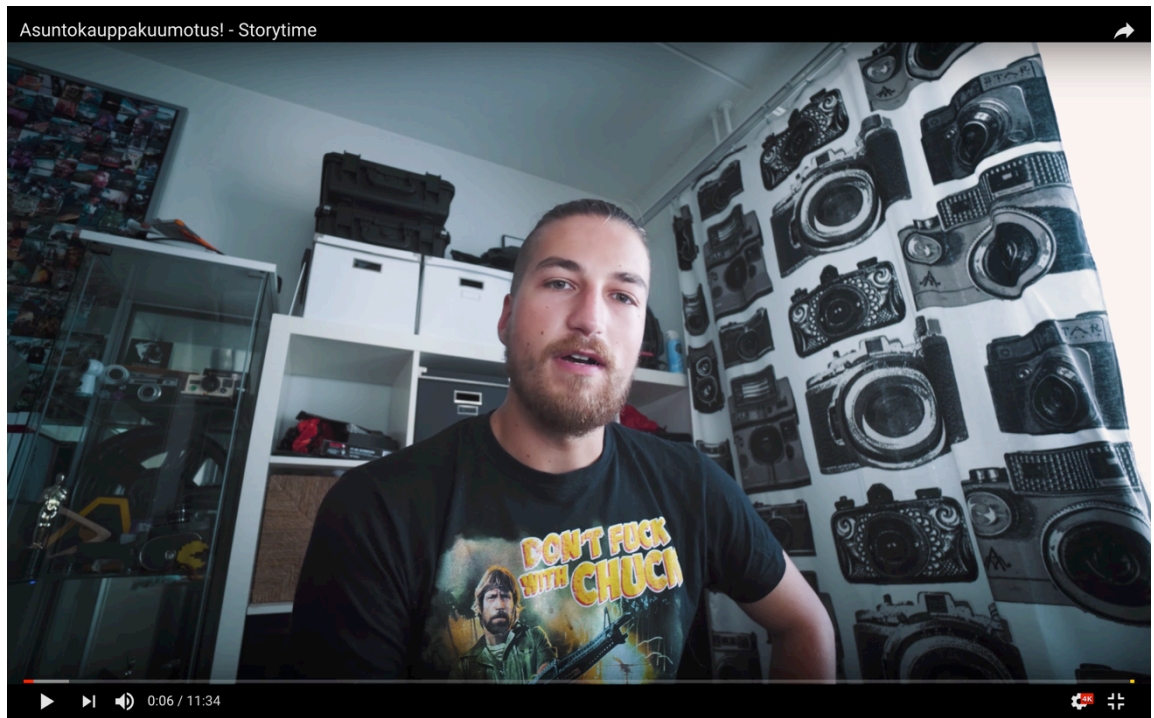


nettu yhden aiheen, tässä tapauksessa lyhyen lomamatkan ympärille. Katsojat tietävät videon alussa mistä lähdettiin liikkeelle ja mihin tullaan päätymään, se herättääkin heissä kysymyksen miten lopputulokseen tullaan päätymään. Videon edetessä Neistat on luonut videon keskelle pienempiä tarinoita. Kuten esimerkiksi jännityksen siitä pääsevätkö he kaikki lentokoneeseen kerralla ja pääseekö yksi seurueenjäsenistä yli lentopelostaan. Videolla on yksi iso tarina jonka sisälle mahtuu monia pieniä sattumuksia. Jokaisella videon kohtauksella on syynsä olla mukana. Esimerkiksi joissain kohtauksissa näytetään matkantekoa, sekä ryhmän keskinäistä hauskanpitoa tunnelman välittämiseksi katsojille, kun taas toisissa kohtauksissa saatetaan kohdata jokin ongelma tai sattumus matkalla määränpään. Yhdessä nämä kohtaukset luovat videolle selkeän rungon ja mielenkiintoisen tarinan jota on mielekäs seurata.



KUVA 23. Kuvakaappaus Casey Neistatin videosta ”VEGAS BACHELOR PARTY”. 2017.

Youtubessa on suosittua tehdä niin sanottuja ”storytime” –videoita, joissa vlogaajat kertovat jonkin tarinan omasta elämästään. Näissä videoissa *tarinan* merkitys korostuu, sillä usein *tarina*, *tunne* ja *rytmi* ovat ainoat asiat jotka ovat kuudesta säännöstä jäljellä videolla. Esimerkiksi videossa ”Asuntokauppakuutus! - Storytime”, Vinkare kertoo tarinan siitä kuinka hän osti ensiasuntonsa, mitä ongelmia syntyi ennen ostamista ja kuinka niistä selvittiin (kuva 24). Videolla näkyy pääasiassa Vinkare kertomassa tarinaa kameralle, muutamaa kuvituskuvaa lukuun ottamatta. Hänen puhetyylinsä, tarina ja se kuinka puhe on leikattu rytmittävät videon alusta loppuun.



KUVA 24. Kuvakaappaus Vinkareen videosta: ”Asuntokauppakuumotus! – Storytime”. 2017.

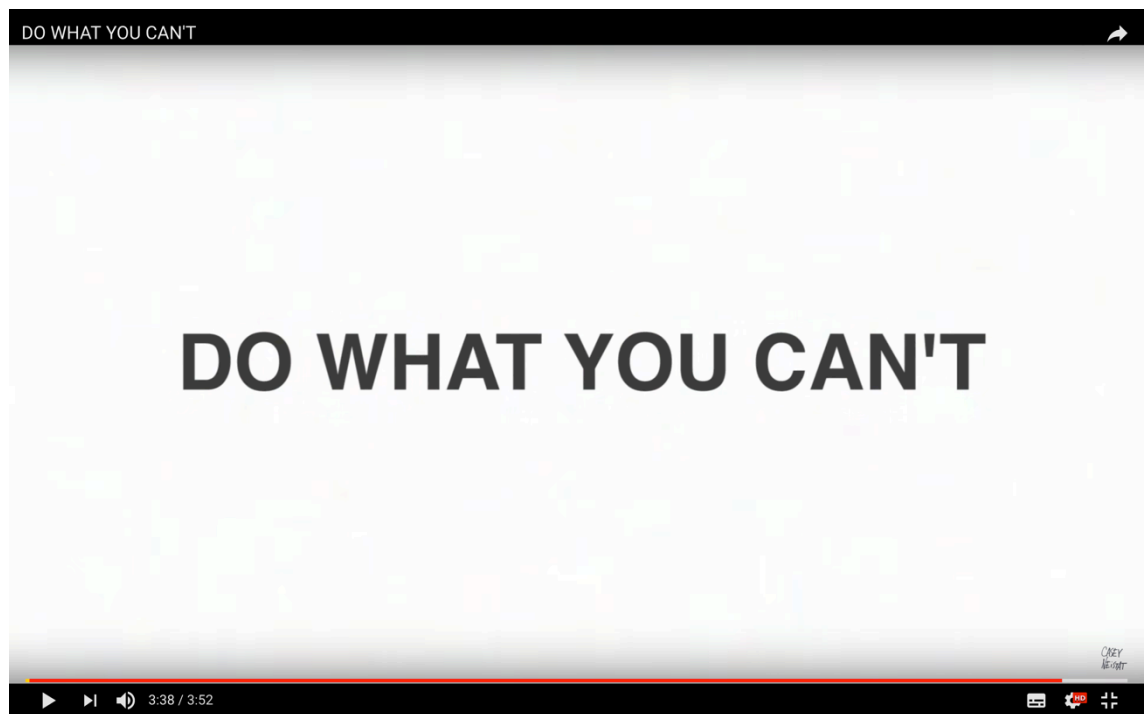
#### 4.6 Tunne

Suurin osa tekijöistä haluaa välittää videoillaan tunteita. He haluavat, että katsojat videon katsottuaan ajattelevat heistä tai aiheesta jotain. Toiset tekijät haluavat levittää positiivista ja hauskaa tunnetta kuten Vinkare videolla ”Tulisia pähkinöitä ja mökkipelejä! - Vajaa Tusina 2017” (kuva 25). Videolla Vinkare näyttää miten hänen mökkimatkinsa etenee ja kuinka hän viettää aikaa kavereidensa kanssa vailla huolia.



KUVA 25. Kuvakaappaus Vinkareen videosta ”Tulisia pähkinöitä ja mökkipelejä! - Vajaa Tusina 2017”. 2017.

Tunnelmaa vlogissa luodaan oikeanlaisella tarinankerronnalla. Tähän liittyy kaikki mielenkiintoisesta aiheesta, oikeiden kuvakulmien ja –kokojen valitsemiseen. Kun vlogissa on oikeanlainen tunne, pitää se katsojan otteessaan. Esimerkkinä tästä toimii Casey Neistatin vlogi ”DO WHAT YOU CAN'T” (kuva 26). Videolla Neistat esittelee oman elämänfilosofiansa. Hän perustelee sille syyt ja kertoo omia, sekä muiden kokemuksia siitä kuinka tämä filosofia on vienyt heitä elämässä eteenpäin. Hän myös kannustaa katsojiaan elämään samaan tyyliin kuin hän ja herättää heissä tunteita. Video on leikattu Neistatille ominaiseen tyyliin. Vlogi on hyvin nopeampainen ja siinä tapahtuu paljon. Tarina on mielenkiintoinen ja se pitää katsojan otteessaan koko ajan. Kuvat ovat tarkkaan valittu sopimaan siihen hetkeen tarinassa ja luomaan juuri oikean tunteen katsojalle.



KUVA 26. Kuvakaappaus Casey Neistatin videosta: ”DO WHAT YOU CAN'T”. 2017.

Myös ikäviä tunteita voidaan jakaa vlogeissa. Esimerkiksi vlogaajat saattavat kertoa traagisia elämäkokemuksiaan tai jakaa tunteita herättäviä mielipiteitä, joista jälkimmäiset saattavat olla myös positiivisia asioita. Ikävistä tunteista vlogeissa voisi esimerkiksi nostaa Mmiisas nimimerkkiä kantavan vlogaajan videon ”DONNAN MUISTOLLE” (kuva 27). Video on osa Mmiisaksen vlogisarjaa nimeltä ”Brekkie”. Sarjaan kuuluvaan tapaan Mmiisas esittelee videon alussa päivän aiheen, jonka jälkeen hän valmistaa aamupalaa. Tämän jälkeen on vuorossa itse aihe, joka tällä kertaa on lemmikin menettäminen. Hän kertoo itkua pidätellen tarinan siitä, kuinka hänen oma lemmikkinsä jouduttiin lopettamaan ja mitä tunteita tämä hänessä herätti. Videolla ei ole paljoa leikkauksia ja ajatuksille on jätetty aikaa. Mmiisas on myös päättänyt jättää videolle kohtauksia, joissa hän puhuu ikään kuin itselleen. Niissä kohtauksissa hän kertoo kuinka videota on todella vaikea tehdä, koska asia on niin ikävä hänelle. Tämän jälkeen hän palaa takaisin tarinaan ja muistelemaan entistä lemmikkiään. Video herättää katsojissa varmasti voimakkaita tunteita. Rauhallisella, minimalistisella leikkauksella ja kohtauksilla joissa nähdään ikään kuin kulissien taakse, katsoja pääsee todella lähelle Mmiisasta ja näkee kuinka häneen sattuu. Näin hän tekee myös itsestään ja aiheesta todella henkilökohtaisen ja helposti lähestyttävän.



KUVA 27. Kuvakaappaus Mmiisaksen videosta: ”DONNAN MUISTOLLE”. 2017.

Myös vlogaajien oma persoona vaikuttaa hyvin paljon videolta välittyvään tunteeseen. Siksi suosituimmat kanavat onkin sellaisia, joita vetää jokin mielenkiintoinen persoona, sellainen joka osaa kertoa tarinoita oikealla tunteella. He tuntuvat osaavan leikata vlogeja myös heidän persoonalleen ominaisella tavalla. Tällöin se myös välittyy katsojalle ja peittää usein alleen muiden sääntöjen huomiotta jättämistä.

## 5 POHDINTA

Vlogien leikkaamista tutkiessa huomaa pakosti sen minkä Walter Murch huomasi kehittäessään kuutta leikkaussääntöä. Tunne on ylivoimaisesti tärkein leikkaustyökalu, kun tahdotaan tavoittaa katsojan mielenkiinto. Kun sen välittämisen katsojille osaa, niin muut leikkaukseen vaikuttavat asiat jäävät helposti sen varjoon.

Murch myös sanoo, että täydellisessä leikkauksessa toteutuu kaikki kuusi listan kohtaa. Tämä ei pidä paikkaansa vlogeissa. Moni asia on muuttunut ja vanhojen klassisten leikkaussääntöjen rikkomisesta on tullut normaalia vlogimaailmassa. Mutta tekijät jotka haluavat tehdä niin sanottua elokuvamaista sisältöä, noudattavat niitä vielä edelleen. Moni sisällöntuottaja käyttää myös tietämättään Murchin sääntöjä. Uskon, että se johtuu siitä, että monet tekijöistä ei ole käynyt alan kouluja tai itseopiskellut alaa. Tästä syystä heillä ole mitään tietoa tai kokemusta kuinka ja miksi videoita leikataan. Tällaiset kokemattomat tekijät eivät pelkää kokeilla uusia tapoja leikata, tai vanhojen normien rikkomista. Suurin osa nykyisistä Youtuben sisällöntuottajista leikkaavat juuri sen näköistä materiaalia josta he itse pitävät, ja ovat nähneet muilta tekijöiltä. Kun yksi alkaa leikkaamaan jollain uudella tai vanhalla tavalla, tulevat muut tekijät perässä. Katsojat katsovat videoita joissa vanhoja normeja rikotaan ja silloin näistä niin sanotuista virheistä tulee helposti uusia normeja. Hetken kuluttua virheet eivät enää näytä oudolta, vaan niistä muodostuu uusi normaali tapa tehdä.

Osa tekijöistä haluaa myös selvästi välittää videoillaan katsojille omia tunteita, tarinoita ja kokemuksia. Tällaiset persoonat osaavat hyvin tarinankerronnan ja tunteiden välittämisen katsojille. Juuri nämä ovat myös Murchin mielestä tärkeimpiä elementtejä leikatessa. Tähän kun yhdistää loistavan teknisen osaamisen, sekä muiden klassisten leikkaussääntöjen hallitsemisen, on menestyminen Youtubessa helppoa.

Youtubessa tarinaan liittyy myös se, mitä asioita videolla käsittelee, jotta siitä tulisi yhtenäinen kokonaisuus. Mielestäni sisällöntuottajien tulisi miettiä mitä aikovat kuvata ja miksi, sekä leikatessa tulisi ottaa huomioon tarinan tärkeys. Pitää varoa ettei videon tarinasta tule sekava, tai ettei aihe vaihtelee liian paljon, jolloin kokonaisuus kärsii. Juuri tämä tarinaelementin ymmärtäminen auttaa erottamaan amatöörisisällöntuottajat paremmista.

Videoita katsoessa huomaa myös, että suosituimmat vlogaajat ovat usein erialisia tunteita herättäviä persoonia. Katsojasta riippuen toisia vihataan ja toisia rakastetaan. Katsojat haluavat nähdä miten nämä persoonat elävät, reagoivat ja selviytyvät erilaisista tilanteista. Monesti videoita jää katsomaan vain vlogaajan persoonan takia, välittämättä sen hyvästä tai huonosta teknisestä toteutuksesta. Tätä samaa ajatusta kai Murch haki kertoessaan, että tunne peittää alleen muut mainitut säännöt ja niihin liittyvät tekniset asiat. Voisiko tämä tarkoittaa sitä, että nykypäivänä on kuuden säännön sijasta seitsemän sääntöä? Uusi tärkein sääntö tunteen yläpuolella voisi olla persoona. Sillä jos videoilla on esiintymässä puoleensavetävä persoona, saattaa se peittää alleen muut säännöt.

## LÄHTEET

### Internet

Boyd Nicole. 2014. Walter Murch and the "Rule of six" – Film editing. Artikkele. 28.4.2014. Luettu 16.4.2017.

<http://videoandfilmmaker.com/wp/index.php/tutorials/film-editing-walter-murchs-rule-6/>

Bulbul Cenk, Gross Netta, Shin Steven, Katz Jeremy. 2014. When the Path to Purchase Becomes the Path to Purpose. Tutkimus. Luettu 17.4.2017.

<https://www.thinkwithgoogle.com/articles/the-path-to-purpose.html>

Diu Nisha Lilia, Ritchie Méabh. 2015. How YouTube changed the world. Artikkele. 9.2.2015. Luettu 22.01.2017.

<http://s.telegraph.co.uk/graphics/projects/youtube/>

Ebrand Suomi Oy. 2016. SoMe ja nuoret 2016. Tutkimus. 1.9.2016. Luettu 20.01.2017.

<http://www.ebrand.fi/somejanuoret2016/>

Harrison Jacobs. 2014. The 20 Most Popular YouTubers In The World. Artikkele. 10.10.2014. Luettu 17.4.2017.

<http://www.businessinsider.com/top-20-most-popular-youtube-stars-2014-11?op=1&r=US&IR=T&IR=T/#-uberhaxornovanovapipebomb-1>

Heikkinen Mikko Pekka. 2015. Facebook teki vuodessa saman, mihin radiolla meni lähes 40 vuotta. Artikkele. 20.01.2017. Luettu 18.4.2015.

<http://www.hs.fi/tekniikka/a1429239417788>

Lehtola Pasi. 2014. Vlogaajat jakavat elämänsä videoiden muodossa. Artikkele. 25.8.2014. Luettu 18.4.2015.

<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/08/21/vlogaajat-jakavat-elamaansa-videoiden-muodossa>

Mediakix. 2017. The most popular types of Youtube videos. Blogikirjoitus. Luettu 17.4.2017.

<http://mediakix.com/2016/02/most-popular-youtube-videos/#gs.LAJQqCc>

Mogensen David. 2015. I Want-to-Do Moments: From Home to Beauty. Tutkimus / Blogikirjoitus. Luettu 17.4.2017.

<https://www.thinkwithgoogle.com/articles/i-want-to-do-micro-moments.html>

Nedomansky Vashi. 2015. The Editing of MAD MAX: Fury Road. Blogikirjoitus. Huh-tikuu 2015. Luettu 16.4.2017.

<http://vashivisuals.com/the-editing-of-mad-max-fury-road/>

Savonen Henrik. 2015. Suojaviivan merkitys yksi- ja monikameratuotannossa. Opin-näytetyö. Luettu 16.4.2017.

<http://www.theseus.fi/handle/10024/93527>



Suojaviiva, Mediakompassi. Luettu 16.4.2017.

<http://yle.fi/vintti/yle.fi/mediakompassi/mediakompassi/4-6-luokkalaiset/kuvakoulu/kameran-kanssa/suojaviiva.htm>

Saastamoinen Airi. 2015. Helppoa rahaa Youtube-videoilla? Artikkel. 21.9.2015. Luettu 24.1.2017.

<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/09/21/helppoa-rahaa-youtube-videoilla>

Social blade LLC. 2017. TOP YOUTUBER CHANNELS FROM FINLAND. Tilasto. 24.1.2017. Luettu 24.1.2017.

<https://socialblade.com/youtube/top/country/fi/mostsubscribed>

Töttöröö Network. 2016. SISÄLLÖT JA VAIKUTTAVUUS TUBESSA 2016: TII-VISTELMÄ. Tutkimus. 25.10.2016. Luettu 29.10.2016.

<http://tottoroo.fi/svt-2016/>

## **Kirjallisuus**

Bacon, H. 2000. Audiovisuaalisen kerronnan teoria. Helsinki: Tammer-Paino.

Juntunen, M. 1997. Elävän kuvan sanasto. 1. Painos. Helsinki: Oy Edita Ab.

Korvenoja, P. 2005. TV-kameratyön perusteet. 2. Korjattu painos. Helsinki: Yliopistopaino.

Murch Walter. 1995. In the blink of an eye: a perspective on film editing. Beverly Hills: Silman- James Press.

Pearlman, K. 2009. Cutting Rhythms. Shaping the Film Edit. Oxon: Focal Press.

Pirilä, K. & Kivi, E. 2008. Leikkaus: Elävä kuva – elävä ääni, toinen osa. Helsinki: Like.

Pirilä, K. & Kivi, E. 2005. Otos: elävä kuva - elävä ääni. 1. Painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

## **Videot**

Deata. 2017. LUETAAN VANHOJA VIESTEJÄ TYTÖILLE 2!. Vlogi. 16.4.2017. Katsottu 17.4.2017.

<https://youtu.be/bf4vn6QZzSA>

Deata. 2017. SALAA YÖLLÄ SUPERPARKISSA! Ft.PinkkuPinsku. Vlogi. 16.10.2017. Katsottu 22.10.2017.

<https://youtu.be/3Hi0teCNNak>

Koivisto Sami. 2017. "Äijät on tullu kannäämään!" | TAMMIKUU. Vlogi. 1.2.2017. Katsottu 17.4.2017.

<https://youtu.be/-eSZlulPKDs>

Kuru Jenni. 2016. Muutin sitte Skotlantiin. Vlogi. 26.10.2016. Katsottu 17.4.2017.  
<https://youtu.be/Malk0j10e08>

Murch Walter. 2011. Walter Murch: The 'Rule of Six' in Film Editing. Videotaltiointi. Imaginox. Katsottu 16.4.2017.  
<https://vimeo.com/13583958>

Mmiisas. 2017. AUTO JUMISSA LEIJONALAUMAN KESKELLÄ | SAFARIPÄI-VÄKIRJAT osa 2. Vlogi. 26.10.2017. Katsottu 31.10.2017.  
[https://youtu.be/6g\\_-WDdqQt8](https://youtu.be/6g_-WDdqQt8)

Mmiisas. 2017. DONNAN MUISTOLLE. Vlogi. 17.9.2017. Katsottu 2.11.2017.  
<https://youtu.be/mI139ydVwNY>

Neistat Casey. 2017. Meeting my hero!. Vlogi. 31.3.2017. Katsottu 17.4.2017.  
[https://youtu.be/\\_w93Y9iAYE0](https://youtu.be/_w93Y9iAYE0)

Neistat Casey. 2017. Millionaire YouTube SELLOUT. Vlogi. 4.2.2017. Katsottu 17.4.2017.  
[https://youtu.be/BQ\\_z48aJD5o](https://youtu.be/BQ_z48aJD5o)

Neistat Casey. 2016. WORLDS LARGEST HOMEMADE DRONE. Vlogi. 21.12.2016. Katsottu 17.4.2017.  
<https://youtu.be/DyUrqZBs2XA>

Neistat Casey. 2017. WE FINISHED THE MOVIE!!. Vlogi. 21.10.2017. Katsottu 22.10.2017.  
<https://youtu.be/8nEqb0WE-BM>

Neistat Casey. 2017. DO WHAT YOU CAN'T. Vlogi. 17.3.2017. Katsottu 22.10.2017.  
<https://youtu.be/jG7dSXcfVqE>

Neistat Casey. 2017. VEGAS BACHELOR PARTY. Vlogi. 6.9.2017. Katsottu 2.11.2017.  
<https://youtu.be/W8RPb5sQ50I>

Nerdwriter1. 2016. CASEY NEISTAT: WHAT YOU DON'T SEE. Videodokumentti. 3.8.2016. Katsottu 4.8.2016.  
<https://youtu.be/JbiJqTBCQuw>

Salminen Sita. 2017. LETTU VAI LÄTTY | MY DAY. Vlogi. 9.2.2017. Katsottu 17.4.2017.  
<https://youtu.be/whaFXJENcEM>

Salminen Sita. 2017. MUN PIKKU KOTIBILEET | MY DAY. Vlogi. 18.10.2017. Katsottu 22.10.2017.  
<https://youtu.be/HJBncnaYfJM>

Splay Suomi. 2017. Aamuskaba: Onko hänellä naamakarvoitusta?. Vlogi. 16.1.2017. Katsottu 23.10.2017.  
<https://youtu.be/I9PRrZnAR3w>

TaylorCutFilms. 2017. 1 WEEK IN PARADISE w/ Alyssa Lynch. Vlogi. 22.01.2017. Katsottu 31.10.2017.

<https://youtu.be/iGUVwwYB1mU>

Vinkare. 2017. Elokuvamainen vlogi! – Amsterdam. Vlogi. 13.4.2017. Katsottu 17.4.2017.

<https://youtu.be/n6PiF73N17A>

Vinkare. 2016. Miljonaalukaali Italiassa!. Vlogi. 15.7.2016. Katsottu 17.4.2017.

<https://youtu.be/mFd4hxwBeWk>

Vinkare. 2017. Tuparilanit - Palatris benchmark!. Vlogi. 13.10.2017. Katsottu 22.10.2017.

<https://youtu.be/e59neHTLp6A>

Vinkare. 2017. Tulisii pähkinöitä ja mökkipelejä! - Vajaa Tusina 2017. Vlogi. 4.7.2017. Katsottu 22.10.2017.

<https://youtu.be/UA9xhFWx74I>

Wilderness Timo. 2016. Travel Diary 2016 5/7: Alone, From Indonesia to Thailand. Vlogi. 13.5.2016. Katsottu 17.4.2017.

<https://youtu.be/uPilgR0Vdpo>

Wilderness Timo. 2016. SWAMP WRESTLING! (Welcome To Finland #7). 22.7.2016. Katsottu 22.10.2017.

[https://youtu.be/7afkRD1Wb\\_4](https://youtu.be/7afkRD1Wb_4)

## **Luennot**

Sörman Vigor. 2016. How can you break through the noise. Splay presentation. Osallistuttu 10.11.2016.