

Opinnäytetyö (AMK)

Viestintä

Digital Arts

2011

Arto Peltomäki

LYHYEN MAINOSVIDEON
TUOTANTO MAINOS-
TOIMISTOSSA:
CASE: HIIHTOKESKUS



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Viestintä | Digital Arts

21.4.2011 | Sivumäärä: 25

Ohjaaja(t): Vesa Kankaanpää, Lasse Ilano

Arto Peltomäki

LYHYEN MAINOSVIDEON TUOTANTO MAINOSTOIMISTOSSA: CASE: HIIHTOKESKUS

Yritys- ja mainosvideot ovat tulleet lähivuosina yhä enemmän vartenotettavammaksi tavaksi markkinoida yrityksen tuotteita ja palveluja. Internet-videoiden ja erilaisten mediaruutujen helppo lähestyttävyyden ja liikkuvan kuvan uutuudenviehätys ovat luoneet videoille uudenlaiset markkinat.

Tämä työ käy läpi yhden pienessä mainostoimistossa tiukalla aikataululla toteutetun lyhyen mainosvideon tekoprosessin, kaluston hankinnasta esituotantovaiheeseen ja lopullisen työn toimittamiseen. Työssä pohditaan myös käsiteltävän videoprojektin aikana tehtyjä ratkaisuja ja työskentelytapoja – miten välttyttäisiin toistamasta virheitä ja luotaisiin parempia menetelmiä pienten videotuotantojen tekoon.

ASIASANAT:

mainoselokuvat, mainonta, verkkomainonta, videokuvaus, editointi, jälkikäsittely

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Viestintä | Digital Arts

21.4.2011 | Total number of pages: 25

Instructor(s): Vesa Kankaanpää, Lasse Ilano

Arto Peltomäki

PRODUCING A SHORT PROMOTIONAL VIDEO IN AN ADVERTISING COMPANY : CASE: SKI RESORT

Company and promotional videos have become more and more worthy as ways to market a company's products and services. Easily approachable internet videos and media screens, as well as the novelty value of digital videos has created a new kind of market for video.

This text goes through one project in which a short promotional video was created in a small advertising company, from getting the gear and pre-production to delivering the final work. The text also discusses the decisions that were made during the project and how it was handled – how making the same mistakes could be avoided and how these practises on producing small budget videos could be improved.

KEYWORDS:

advertising films, advertising, online advertising, shooting video, editing, post-production

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 ASIAKAS	7
2.1 Pohdinta: Asiakassuhteen parempi muodostaminen ja hoito	7
3 MAINOSVIDEON ESITUOTANTO	8
3.1 Tavoitteiden asettaminen	8
3.2 Suunnittelu	8
3.3 Pohdinta: Ammattimaisempi ote kuvausten suunnitteluun	9
4 KALUSTO	10
4.1 Harjaantuminen itselle uusiin välineisiin	12
4.2 Kaluston pakkaaminen matkaa varten	13
4.3 Pohdinta: Tulevaisuuden haasteet kaluston suhteen	13
5 MAINOSVIDEON KUVAUS SUOMUTUNTURILLA	14
5.1 Kuvauspäivä 1 (pe 17.2.2011)	14
5.2 Kuvauspäivä 2 (la 18.2.2011)	16
5.3 Kuvauspäivä 3 ja lähtö Suomulta (su 19.2.2011)	17
5.4 Pohdinta: Kuvausten jälkimietinnät	17
6 MAINOSVIDEON JÄLKITUOTANTO	18
6.1 Materiaalin purku, merkitseminen ja valmistelu	18
6.2 Leikkaus	20
6.3 Värikorjailu	21
6.4 Muu jälkikäsittely ja efektointi	22
6.5 Musiikki	22
7 VALMIIN VIDEOON TOIMITUS ASIAKKAALLE	23
8 JÄLKISANAT	24
LÄHTEET	25

KUVAT

Kuva 1. Canon EOS 5D Mark II ja Canon EOS 7D (Canon kuvapankki 2010).	11
Kuva 2. Still-kuvia kuvausharjoitteista Heinolassa ja Turussa.	13
Kuva 3. Still-kuvia lopulliseenkin videoon päätyneistä perjantai-aamun otoksista. Huomaa säädettävän harmaasuotimen mahdollistama tiukka syväterävyysalue.	15
Kuva 4. Vilmavaaran huipulla.	16
Kuva 5. Avainsanoilla merkittyjä videoita Adobe Bridgessä.	19
Kuva 6. Kuvattu videomateriaali jonossa Media Encoderissa proxy-tiedostojen tekoa varten.	20
Kuva 7. Otosten värien yhdenmukaistamista Adobe Premieressä.	22

1 Johdanto

Yrityksille mainos- tai yritysvideon tekeminen on vielä muutamia vuosia sitten ollut suuri, aikaavievä ja kallis projekti. Valmiin videon esittäminen potentiaalisille asiakkaille on rajoittunut lähinnä asiakastapaamisiin, messuihin ja postilla lähetettäviin kasetteihin ja dvd-levyihin. Internetin, YouTuben ja sosiaalisen median vallankumouksen myötä liikkuvan kuvan avulla markkinointi on helpottunut huomattavasti, ja nykyään videota halutaankin kaikkialle, medianäytöistä mobiililaitteisiin.

Kun yrityksen tai tapahtuman mainosvideo tehdään kunnolla, se kestää hyvin aikaa, sopii esitettäväksi useassa mediassa ja tukee muuta markkinointia. Eri medioihin (internet, televisio, mobiililaitteet) tehdään tarvittaessa myös jokaiseen kestoletaan ja muodoltaan parhaiten sopivat versionsa, kuitenkin siten että kokonaisuus säilyy ehjänä ja yhtenäisenä.

Työskentelen pienessä mainostoimistossa, jossa olen videotöiden osalta tehnyt lähinnä lyhyitä animaatioita internetiin sekä muutaman, myöskin animaatiovetoisen tv-mainoksen. Tämä muuttui kun toimistomme sai tammikuussa 2011 projektikseen uudistaa Suomen hiihtokeskuksen ilmeen. Saimme myytyä asiakkaalle myös idean uusituille nettisivuille tulevasta lyhyestä, paikan päällä kuvattavasta esittelyvideosta, ja tiesimme että projekti voisi olla hyvä käynnistys palveluidemme laajentamiseksi ammattimaisiin mainos- ja yritysvideoihin. Tiesin myös, että kuvausmatkasta saisin vartenotettavan aiheen sekä taiteelliseen että kirjalliseen opinnäytetyöhöni.

Kirjallisessa opinnäytetyössäni käyn läpi tekemämme mainosvideon tekoprosessin kaluston hankinnasta esituotantovaiheeseen ja lopullisen työn toimittamiseen. Työn eri osioiden lopussa pohdin tekemiämme ratkaisuja: miten olisin itse hoitanut jonkun asian, mitä olisi kannattanut tehdä toisin, miten lähestyisin asiaa nyt?

2 Asiakas

Asiakkaana ilmeuudistukselle ja videoprojektille toimi Suomen hiihtokeskus ja Hotelli Suomi. Hiihtokeskus ja hotelli olivat käyneet läpi useita omistajanvaihdoksia ja hotelli oli hiljattain remontoitu ja nykyaikaistettu, joten ilmeuudistus olikin jälleen tarpeen.

Videoprojekti kypsyi pitkän aikaa ennenkuin saimme aloitettua varsinaisen esituotannon ja suunnittelun. Yhteyshenkilönämme Suomulle toimi alussa henkilö jonka kanssa toimiminen ja jolta asioiden selvittäminen kuvauksia varten oli välillä hyvinkin vaikeaa ja epäselvää, ja koko projektin onnistuminen alkoi välillä tuntumaan epätodennäköiseltä. Myös maksupuolessa tuntui esiintyvän kaikenlaisia ongelmia. Esituotannon loppupuolella saimme kuitenkin onneksemme yhteyden hiihtokeskuksessa paikan päällä työskentelevään Suomen projektipäällikköön, jonka kanssa toimiminen oli huomattavasti helpompaa ja asiat rupesivat pikkuhiljaa selviämään.

2.1 Pohdinta: Asiakassuhteen parempi muodostaminen ja hoito

Projektin alun epäselvyys johtui mielestäni enimmäkseen siitä, ettei asiakkaan kanssa joko uskallettu tai osattu kommunikoida tarpeeksi ja oikealla tavalla. Monia asioita spekuloitiin päiväkausia toimiston sisällä, sen sijaan että projektin vastuuhenkilö, tässä tapauksessa ilmeisesti toimitusjohtajamme, olisi listannut asiat jotka kaipaavat projektissa selvitystä ja tehnyt tarvittavat puhelut saman tien. Tämän sijaan lähetimme lyhyitä sähköposteja (joihin vastattiin hyvin hitaasti jos ollenkaan) tai odotimme usein päivien tai viikkojen päähän sovittuja seuraavia tapaamista kysymystemme kanssa.

Ehkä ongelma olikin lopulta siinä, ettei vastuuhenkilöä ja hänen tehtäviään oltu tarpeeksi selkeästi määritelty? Hiihtokeskuksen tapaiset suuremmat projektit eivät selkeästi enää toimi samalla tavalla kuin esimerkiksi pienimuotoiset nettisivuprojektit tai yritysilmmeet, vaan vaativat entistä selkeämpää roolien jakoa – jotain mikä estäisi vastuun pakoilemisen ja velvoittaisi toimimaan tietyllä tavalla ongelmien ilmetessä. Tuotantoprosessimme pitäisi tuotteistaa.

3 Mainosvideon esituotanto

Omasta mielestäni hyvin suunniteltu on jo yli puoliaksi tehty. Kunnollinen suunnitelma, asioiden aikataulutus ja mahdollisten ongelmien ennakointi ovat välttämättömiä vähänkin isompien projektien sujumisen kannalta. Vaikka säveltämälläkin toisinaan pärjää ja syystä tai toisesta joutuu paljonkin improvisoimaan, ainakin asiakkaalle on hyvä antaa kuva järjestelmällisestä ja hyvin suunnitellusta töiden tekemisestä.

Projektin alkuvaiheessa olin epäluuloinen siitä, että pääsisimme lopulta Suomutunturille kuvaamaan mainosvideota. Asioiden epäselvyys ja aikataulun jatkuva typistyminen, joka johtui lähinnä projektin budjetin muutoksista, sai koko hankkeen tuntumaan epätodennäköiseltä. Joka tapauksessa kuvausten suunnittelu ja valmistelu täytyi aloittaa, muun muassa kalustohankinnoilla ja käytännön järjestelyillä.

3.1 Tavoitteiden asettaminen

Toimistollemme paikan päällä kuvattava aiheiltaan monipuolinen mainosvideo oli käytännössä ensimmäinen laatuaan, ja päätimme että pyrimme saamaan videosta hyvän ja näyttävän työnäytteen, tiukasta aikataulusta huolimatta. Hyvät referenssit puhuvat puolestaan, eikä tällöin potentiaalisen asiakkaan vakuuttelu ole enää niin vaikeaa – ammattitaitoa tai hyvää työjälkeä on hankala osoittaa jos mitään näytettävää ei ole.

3.2 Suunnittelu

Asiakkaan toivomus oli että korostaisimme mainosvideossa uudistettua hotellia ja uusia vuokramökkejä sekä tietenkin erilaisia asioita mitä Suomulla kävijä voi harrastaa. Lista jonka saimme kuvattavista asioista oli pitkä: laskettelurinteet, hotelli, kylpylä, kuntosali, mökit, moottorikelkkailu, husky- ja poroajelut, lumikenkäily, ravintolat, ilta-elämä ja yleinen lapin miljöö. Omaksi onneksemme hotellin yhteyteen rakennettava kylpylä ja kuntosali tulisivat valmistumaan lopulta vasta kesämmällä, sillä kuvattavaa oli kolmeksi päiväksi jo riittämiin.

Koska aikaa oli budjetoitu hyvin rajallisesti kuvauksiin ja jälkikäsitteilyyn, päätimme ettemme lähde suunnittelemaan videosta erityisen narratiivista. Pikemminkin pyrkisimme perinteiseen, ”kaikkea tätä voit meillä tehdä” – ratkaisuun. Videon voisi leikata näyttämään esimerkiksi kuvitteellisen hiihtokeskuksessa vierailijan päivän; video alkaisi aamusta ja päättyisi iltaan. Asiakas, esituotantovaiheen yhteyshenkilömme Suomulle, antoi meille käytännössä vapaat kädet videon muotoon.

Olimme joka tapauksessa saaneet listan kuvattavista asioista, joten ideoimme jokaisen pohjalta muutamia tapoja miten niitä voisimme kuvata. Referensseiksi koitimme löytää muiden hiihtokeskusten mainosvideoita ja muuta aiheeseen liittyvää. Pohdimme kameran liikkeitä, käytettäviä polttovälejä ja miten eri kuvat leikattaisiin yhteen. Tuloksena oli suuntaa antava suunnitelma, enemmänkin karkea lista kuvattavista asioista kuin tekninen käsikirjoitus, jota koittaisimme soveltaa kuvausten aikana parhaamme mukaan.

3.3 Pohdinta: Ammattimaisempi ote kuvausten suunnitteluun

Monen muun toimistollemme tulevan projektin tavoin usean päivän kuvausmatka oli jotain mitä emme olleet ennen tehneet. Suunnitteluun ja dokumentointiin ei ollut valmiita käytäntöjä. Vaikka mietimmekin pariin otteeseen yhdessä käsikirjoitusta ja jokainen sai antaa panoksensa kuvausten suunnitteluun, olisi ehkä ollut tarpeen tehdä myös pientä tutkimustyötä mainosvideoiden teosta, esimerkiksi koulumme opinnäytetöiden suuntaan – pyörää kun ei aina tarvitsisi keksiä uudelleen. Lisäksi luova johtajamme olisi voinut osallistua hieman enemmän suunnitteluprosessiin, esimerkiksi konsultoimalla alan ammattilaisia joita omien sanojensa mukaan tunsu useampiakin.

Vaikka asiakas ei vaatinutkaan videosta yksityiskohtaista käsikirjoitusta, olisimme voineet tehdä sellaisen itseämme varten. Tällainen olisi ollut esimerkiksi kahteen palstaan jaettu dokumentti, jossa kerrotaan mitä suunnitellussa otoksessa tapahtuu ja miten se teknisesti suoritetaan.

4 Kalusto

Itselleni oli projektin alussa jo kohtalaisen selvää, minkälainen kuvauslaitteisto omasta mielestäni sopisi toimistollemme (ja itselleni) parhaiten. Aikaisemmin valo- ja videokuvauksessa käyttämämme laitteet olivat olleet omiani. Koska videoiden lisäksi tuote- ja henkilövalokuvaus olivat kehitettävien palveluidemme listalla, toivoin että päädyimme molempia osa-alueita hyödyntävään ratkaisuun – teräväpiirtoiseen videoon kykenevään digitaaliseen järjestelmäkameraan.

Monikäyttöisyyden lisäksi DSLR-videokuvaus kiehtoi sillä saavutettavan jäljen vuoksi. DSLR-kameran perinteiseen videokameraan verrattuna isommalla kuvakennolla voidaan tuottaa paljon ”elokuvamaisempaa” videokuvaa, lähinnä sen mahdollistaman tiukemman terävyysalueen vuoksi. Videokuvauksen tuominen DSLR-kameroihin onkin lyhyessä ajassa mahdollistanut ns. ”ammattimaisen” näköisen videon tuottamisen aiempaa huomattavasti halvemmalla hinnalla (Kraus, Steinmueller, 2010).

Saadessani tehtäväkseni selvittää kalustotarpeemme aloin Googlen avustuksella tehdä listaa välineistä joilla pärjäisimme pohjoisella kuvausmatkallamme ja jonkin aikaa myös tulevaisuuden projekteissa. Lisäksi koitin konsultoida luovan johtajamme tuntemia video-ammattilaisia sopivien ratkaisujen löytämiseksi.

Koska olimme jo alustavasti päättäneet valita sekä video- että valokuvaamiseen sopivan digitaalisen järjestelmäkameran, ja olin itse paatunut Canonin tuotteiden suosija, niinsanottu ”Canonisti”, vaihtoehtoja ei sopivissa hintaluokissa kamerarungon osalta ollut kuin kaksi: Canon EOS 7D ja Canon EOS 5D Mark II (kuva 1). Näiden päällimmäinen ero oli kamerasuuren kuvakennon koko. Päädyimme täyden kennon 5D:hen.



Kuva 1. Canon EOS 5D Mark II ja Canon EOS 7D (Canon kuvapankki 2010).

Rungon valinnan jälkeen aloin miettimään sopivia objektiiveja, rungon lisävarusteita ja muuta tarpeellista. Tässä auttoi mm. internetin videopalvelu Vimeo on hiljattain tullut ”Vimeo Video School”, josta löytyy monia Vimeon henkilökunnan ja Vimeon käyttäjäyhteisön tekemiä opettavaisia videoita monesta videokuvaukseen liittyvästä aiheesta. Erityisen hyödyllinen oli Vimeon ja brittiläisen elokuvantekijä Philip Bloomin tekemä ”DSLR Basics” -videosarja, jossa käydään läpi muun muassa kameran lisävarusteiden valintaa (Vimeo 2011). Bloomin videoiden innoittamana kalustoon päätyi myös Pocket Dolly, metrin mittainen slider-rata jonka avulla saimme tehtyä tarvitsemiamme sulavia lyhyitä kamera-ajaja.

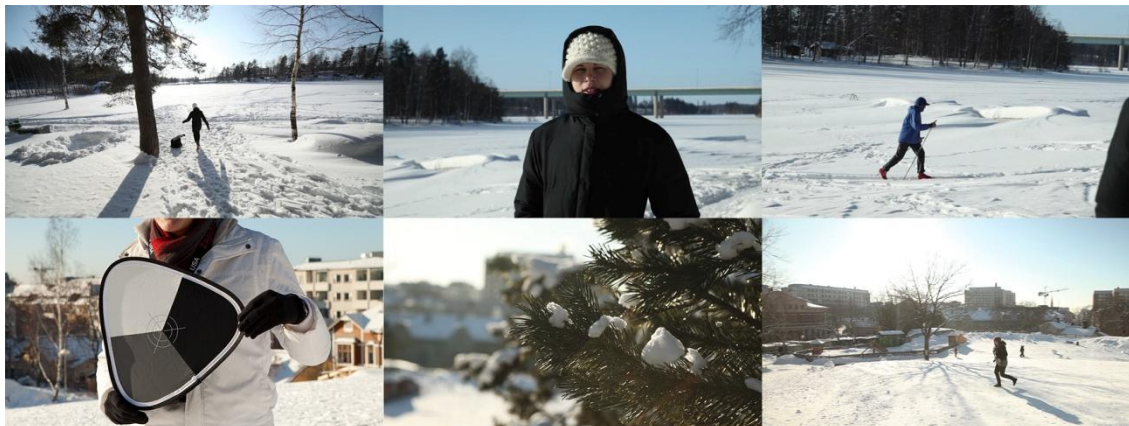
Listan valmistuttua suuntasin Turun keskustan Rajala Pro Shop:iin saadakseni siihen lisää alan ammattilaisen näkökulmia. Rajala oli mielestämme myös oikea paikka kaluston hankintaan internetistä tilaamisen sijaan, sillä liike oli lähellä ja toimitusajat kohtalaisen lyhyitä – kaluston hankkimisesta aikaa kuvausmatkalle lähtöön oli enää vain muutama viikko. Rajalassa käynnin jälkeen kalustotarpeemme alkoi olla selvillä ja saimme tavarat tilaukseen.

4.1 Harjaantuminen itselle uusiin välineisiin

Canonin kamerarunko ja sen kanssa valokuvaaminen oli itselleni ennestään hyvin tuttua, sillä 5D:n toiminnot ja kontrollit ovat lähestulkoon identtiset oman pykälää alemman hintaluokan 50D-runkoni kanssa. Sen sijaan videon kuvaaminen tällaisella kameralla oli minulle uutta. Tarvitsin siis hieman käytännön harjoitusta oikean valotuksen ottamisessa ja muissa DSLR-videokuvauksessa tärkeissä asioissa ennen kuin olin mielestäni valmis lähtemään satojen kilometrien päähän kuvaamaan ensimmäistä mainosvideotani.

Oikea valotus on yksi tärkeimmistä asioista pakattua digitaalista videota kuvatessa. Samalla kameralla kuvatun raw-valokuvan huomattavankin alivalotuksen korjaaminen on vielä mahdollista, mutta hämäräksi jääneeseen videoon kirkkautta lisätessä pakkauksen artefaktit tulevat nopeasti esiin. Videon pakkaus onkin yksi suurimmista DSLR-videon haasteista (Blue Crane Digital 2010).

Koska aikaa ennen kuvausmatkalle lähtöä oli rajallisesti ja toimistolla oli useita muitakin projekteja työn alla, kuvauksiin valmistautuminen piti tehdä lähinnä omalla ajalla, työpäivän jälkeen (Kuva 2). Päädyinkin ottamaan kannettavissa olevan kaluston muutaman kerran mukaani ja luomaan kuvausmatkalla vastaantulevia kuvaustilanteita avovaimoni kanssa. Ehdimme onneksi myös varsinaisen kuvaus-assistenttini ja erään toimistomme harjoittelijan kanssa kerran käymään koko kuvauskaluston kanssa tekemässä muutamia testikuvauksia.



Kuva 2. Still-kuvia kuvausharjoitteista Heinolassa ja Turussa.

4.2 Kaluston pakkaaminen matkaa varten

Koska olimme menossa Suomulle lentokoneella, piti pakkaamisessa ottaa huomioon se, etteivät kaikki välineet olleet alati välittömässä läheisyydessämme ja ne tulisi pakata siten ettei mitään hukkuisi tai hajoaisi matkan aikana. Erityistä päänsivua tuotti Pocket Dolly, jolle ei tuntunut löytyvän sopivaa laukkuja mistään.

Kamera objektiivineen sekä muu pienikokoinen mutta arvokas välineistö sijoitettiin luonnollisesti hankkimaamme isoon kameralaukkuun jonka sain onneksi koneeseen käsimatkatavarana. Valoilla, valojalustoilla ja kamerajalustalla tarvikkeineen oli omat laukkunsa, ne saimme hyvin matkalaukkuihimme sekä yhdeksi ylimääräiseksi laukuksi pakkaamalla niistä osan ostamamme suksipussin sisään ja teippaamalla pussin tiiviiksi paketiksi. Pocket Dollyn pakkaamisen ongelma selvisi, kun löysimme rautakaupasta alumiinisen kivääreille tarkoitettua pehmustettua laukun joka oli kuin tehty tätä tarkoitusta varten.

4.3 Pohdinta: Tulevaisuuden haasteet kaluston suhteen

Kuvauskalusto hankittiin hakemamme rahoituksen turvin, joka mahdollisti sen hankkimisen kerralla isona pakettina. Nyt kun kallis laitteisto on hankittu, haasteenani on uusien hankintatarpeiden perustelu niiden ilmetessä.

Ensimmäiseksi kameran puutteeksi voisi mainita teleobjektiivin. Täyden kennon kamerassa zoomiobjektiivimme telepää, 70mm, ei ole alkuunkaan riittävä kun kohde pitäisi saada lähelle. Tele helpottaisi myös henkilö- ja tuotokuvausta.

Kuvausmatkalla kuvasimme hyvin vähän käsivaralta. Tilanteisiin joissa kameran kanssa pitäisi päästä paljon liikkumaan ja samalla muuttamaan sulavasti esimerkiksi tarkennusta tai polttoväliä on markkinoille tullut useita erilaisia ratkaisuja jotka parantavat pienen DSLR-kameran käytettävyyttä. Tällaiset telineet ja tuet ovat kuitenkin melko kalliita, ja uusia paranneltuja versioita tuntuu ilmestyvän markkinoille tasaiseen tahtiin. Meidän kannattaisikin etsiä ennalta kuvaustukia ja muuta välineistöä vuokraavia tahoja ja tutkia heidän hintojaan, jotta osaisimme tapauskohtaisesti koota tarvitsemamme paketin kuvauksia varten ja laskuttaa asiakasta sen mukaisesti.

5 Mainosvideon kuvaus Suomutunturilla

Saavuimme Hotelli Suomuun myöhään torstai-iltana ja päätimme aloittaa kuvaamisen varhain seuraavana aamuna, tavalla mikä vallitsevan sään ja Suomun henkilökunnan puolesta parhaiten onnistuisi. Pelot suurista väkijoukoista ja suunnitelmat vilkkaan yöelämän kuvaamisesta haihtuivat, sillä hotelli ja hiihtokeskus vaikuttivat ainakin alkuvaiheessa lähes autioilta. Onneksemme seuraavalla viikolla alkaneet hiihtolomat saivat edes hieman väkeä ilmaantumaan hiihtokeskukseen.

Jokaisen kuvauspäivän päätteeksi kävimme yhdessä läpi kuvattua materiaalia hotellihuoneemme televisiosta ja suunnittelimme seuraavan päivän ohjelmaa. Lisäksi suoritin aina kaiken materiaalin varmuuskopioinnin kahdelle erilliselle ulkoiselle kovalevyllä, varmuuden vuoksi.

5.1 Kuvauspäivä 1 (pe 17.2.2011)

Perjantai-aamuna tapasimme Suomun projektipäällikön ja saimme keskusteltua hieman päivän suunnitelmista ja sovittua erinäisiä asioita. Saimme hänen

kauttaan käyttöömmme hotellin pakettiauton sekä avaimet kahteen tyhjillään olevaan mökkiin kuvausta varten.

Aamiaisen jälkeen pakkasimme hetimiten kuvauskaluston, pukeuduimme ulkona vallitsevan 30-asteisen pakkasen mukaisesti ja ajoimme lähellä sijaitsevaan mökkikylään. Rapean ilman positiivinen vaikutus oli se, että aurinko paistoi kirkkaalta taivaalta ja loi hyvät olosuhteet ulkokuvia varten. Kylmyys aiheutti toisaalta myös huolia kuvauskaluston kestävydestä.

Veimme ylimääräisen kaluston mökkiin ja aloitimme ensimmäisten dolly-ajojen kuvaamisen mökin lähetyvillä. Sijainti oli sopiva, sillä mökin kulmalta kuvatessamme saimme kuviin puhdasta hankea ja lumen peittämiä puita eikä taustalla näkynyt voimalinjoja, rakennuksia tai muuta ylimääräistä. Säädettävä harmaasuodin osoitti heti hyödyllisyytensä – oikean valituksen ottaminen helpottui kirkkaassa auringonvalossa ja vastavaloon kuvatessa sekä mahdollisti pienen aukkoluvun käytön. Tällöin saimme kuviin myös hieman tiukemman syväterävyysalueen (Kuva 3).



Kuva 3. Still-kuvia lopulliseenkin videoon päätyneistä perjantai-aamun otoksista. Huomaa säädettävän harmaasuotimen mahdollistama tiukka syväterävyysalue.

Dolly-ajojen, paikallaan kuvattujen tarkennuksen vaihdosten ja muiden tunnelmakuvien lisäksi kuvasimme ulkona mm. laajakulma-panorointeja mökistä, jonka takkaan olimme sytyttäneet tulen. Toivoimme mökin savupiipusta tupruavan savun tuovan hieman eloa muuten lähes staattisiin mökkikuviin.

Ulkokuvien jälkeen siirryimme pakkasesta sisälle mökkiin, jossa kuvasimme erilaisia panoroiteja oleskelu- ja makuutiloista. Tämän jälkeen siirryimme takaisin hotellille, ja myöhemmin iltapäivällä kapusimme vielä rinteinhoitajien moottorikelkoilla Suomutunturin laelle. Aurinko oli tosin jo tässä vaiheessa päivää laskenut ja sää muuttunut sumuiseksi, joten emme saaneet kuvattua ulkoa enää käyttökelpoista materiaalia.

5.2 Kuvauspäivä 2 (la 18.2.2011)

Toisen kuvauspäivän aamuna lämpötila ei ollut juurikaan noussut, mutta taivas oli harmillisen pilvinen. Olimme sopineet edeltävänä iltana puolalaisen husky-ajelujen järjestäjän kanssa kuvaukset kello yhdeksi, joten aamulla oli jonkin verran aikaa muiden aiheiden kuvaamiseen.

Saimme irrotettua hotellilta kaksi rinteinhoitajaa moottorikelkkoineen joiden kanssa kuvasimme erilaisia kelkkojen ohiajoja läheisellä järviaukealla. Kävimme projektijohtajan pyynnöstä myös läheisellä Vilmavaara-nimisellä tunturilla jossa hiihtokeskus järjesti off-piste -laskettelua ja muuta toimintaa. Kovat pakkaset ja runsaasti satanut lumi olivat saaneet huipun puuston komeaksi, mutta taivas oli yhä ikävien kumpukerrosilvien peitossa (Kuva 4).



Kuva 4. Vilmavaaran huipulla.

Saavuimme takaisin hotellille hieman aikataulusta myöhässä, mutta onneksemme myös huskymiehen saapuminen viivästyi. Koiravaljakon saapuessa suuntasimme jo tutuksi tulleelle järviaukealle kuvaamaan. Kahdeksan koiraa käsittävän valjakon kuvaaminen osoittautui hankalammaksi kuin luulimme. Mitään varsinaisia suunnitelmiakaan tästä ei ollut – improvisoimme vain parhaamme mukaan.

Huskyvaljakon kuvaamisen jälkeen aurinko alkoi jo laskea joten siirryimme jälleen sisäkuvauksiin kuvattuamme ensin hieman hiihtokeskuksen valaistuja eturinteitä. Yhdeltätoista illalla päättyneen toisen kuvauspäivämme päätteeksi saimme vielä kuvattua hiihtokeskuksen vuokrasaunaa, erästä toista vuokramökkiä ja hotellin ravintolaa sekä hotellin aulabaaria.

5.3 Kuvauspäivä 3 ja lähtö Suomulta (su 19.2.2011)

Sää oli lähtöpäivänä täydellinen rinteiden ja muiden ulkoaiheiden kuvaamiseen. Haimme hiihtokeskuksen vuokraamosta monot ja sukset ja nousimme rinnehisseillä tunturiin kuvaamaan. Aurinko paistoi syvänsiniseltä, pilvettömältä taivaalta, ja tämä yhdistettynä loistavaan näkyvyyteen tunturin huipulta tuottikin komeita valokuvia ja videomateriaalia. Suksilla siirtyminen paikasta toiseen sujui myös nopeasti, joten saimme lyhyessä ajassa kuvattua rinteet sekä tunturin itäpuolella sijainneen kotakahvilan.

Lasketteluvälineiden palautuksen jälkeen rupesimme jo valmistelemaan lähtöä, sillä kyytimme lentokentälle lähti jo kolmelta iltapäivällä. Käytimme kuitenkin kaiken jäljellä olevan ajan hyödyksi, kuvaten hotellilla ja sen ympäristössä kuvaamatta jääneitä aiheita kuten hotellihuoneita, vastaanottoaulaa ja välinevuokraamoja.

5.4 Pohdinta: Kuvausten jälkimietinnät

Tarkemman kuvaussuunnitelman ja aikataulutuksen puute tuntui ainakin itselläni huolena ajan riittämisestä, siitä saammeko tarvittavat asiat kuvatuksi. Stressi hellitti oikeastaan vasta viimeisenä päivänä, kun pystyi toteamaan että hyvälaatuista materiaalia oli saatu tarpeeksi ja voisimme lähteä kotiin hyvillä

mielin. Jatkuva kommunikointi projektijohtajan kanssa ja hänen osallistamisensa päätöksiin oli onnistumisen kannalta erittäin tärkeää.

Loppujen lopuksi kuvaukset sujuivat yllättävän mallikkaasti, ja uusi kalustokin säilyi ehjänä ja tallessa. Matkalla kertyi myös paljon arvokasta kokemusta monista erilaisista kuvaustilanteista.

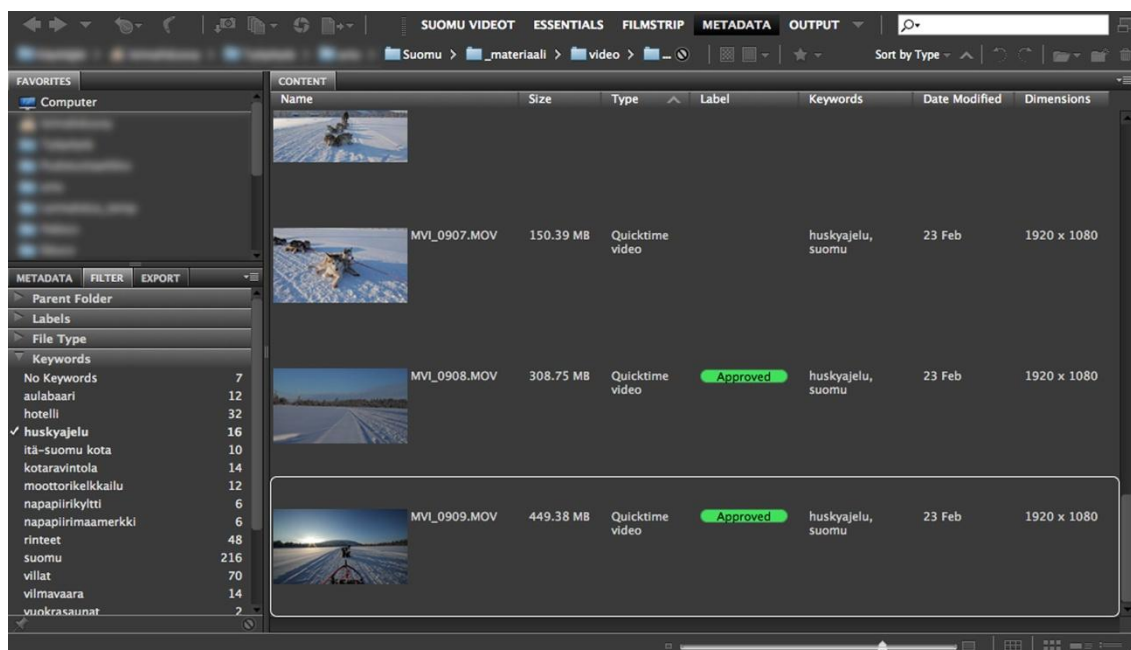
6 Mainosvideon jälkituotanto

Aiemmista kuvauskokemuksista ja osittain ammattimaisemman kaluston mahdollistamana olimme matkalla pystyneet välttämään perinteistä ”sen voit sitten korjata jälkituotannossa” -asennetta. Ketään ei tullut edes vitsillä toistaneeksi tuota lentävää lausetta. Tämä helpotti huomattavasti jälkituotantovaihetta, kun kuvattu materiaali oli aina oikein valotettua, horisontti suorassa ja kameran liike sulavaa – teknisesti oikein tehtyä.

Myöhään edellisenä iltana päättyneen kuvausmatkan tuomasta väsymyksestä huolimatta videon leikkaus oli aloitettava hetimiten, sillä videon lisäksi koko Suomen ilmeuudistuksen määräaika oli viikon päässä, seuraavana maanantaina. Tämä tiesi itselleni pitkiä päiviä toimistolla. Jälkituotannon eri vaiheissa käytin itselleni jo ennestään tuttuja Adobe Creative Suite 5:n ohjelmia.

6.1 Materiaalin purku, merkitseminen ja valmistelu

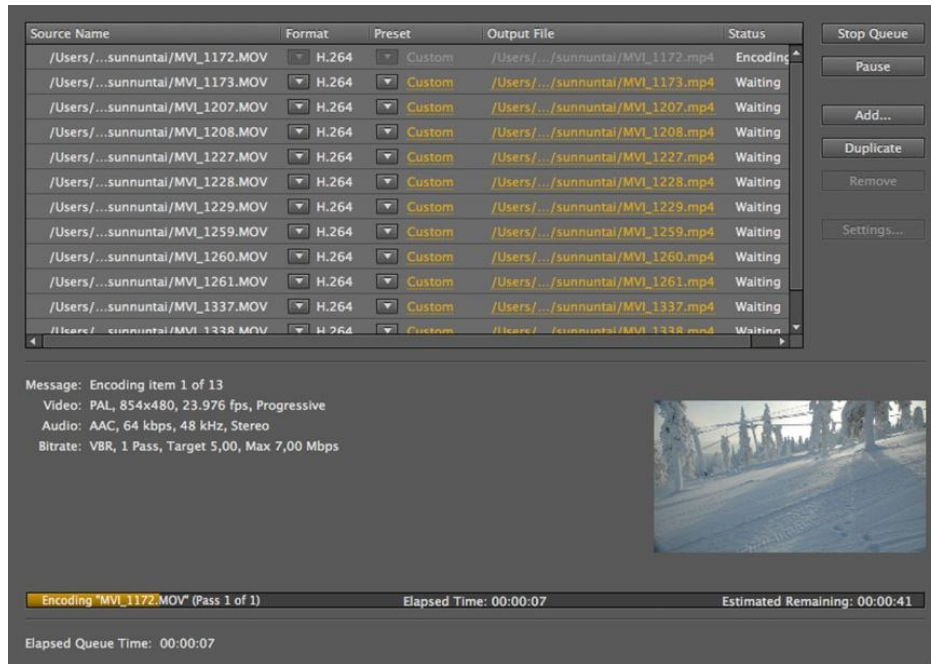
Jälkituotantomme ensimmäinen vaihe, myös eräänlainen hengähdystauko, oli materiaalin purku kovalevyiltä ja muistikorteilta työasemalle. Leikkausvaihetta ja sopivien klippien valintaa helpottaakseni merkitsin Adobe Bridgessä jokaisen videon avainsanoilla, kuten ”rinteet”, ”mökit” tai ”huskyajelu”. Tällöin pystyin leikkausvaiheessa löytämään kaikki videot haluamastani aiheesta rajaamalla näkymän koskemaan vain valitsemiani avainsanoja (kuva 5).



Kuva 5. Avainsanoilla merkittyjä videoita Adobe Bridgessä.

Kameran alkuperäisten h.264 -koodekilla pakattujen full-hd -videotiedostojen bittinopeus on noin 38 megaa sekunnissa. Tämä tekee niistä raskaita leikkausohjelmalle ja saattaa estää leikkaustyön sujuvan esikatselemisen, varsinkin jos videoleikkeille on asetettu efektejä tai niihin kohdistuu muita muutoksia. Vaikka töissä leikkaamiseen käyttämäni iMac ja Adobe Premieren CS5-versio kykenevätkin työskentelemään suoraan kamerasta tulleiden full-hd -videotiedostojen kanssa, päätin kuitenkin tehdä niin sanotut proxy-tiedostot kaikista videoista leikkausta nopeuttaakseni. Näitä tiedostoja tulisin käyttämään leikatessani mainosvideota ja korvaamaan ne alkuperäisillä rendatessani lopullista videota.

Proxy-tiedostojen tekoon on monta tapaa ja ohjelmaa, itse käytin Adoben Media Encoderia (kuva 6).



Kuva 6. Kuvattu videomateriaali jonossa Media Encoderissa proxy-tiedostojen tekoa varten.

Kaikki videomateriaali asetetaan työjonoon ja laitetaan ohjelma tekemään niistä proxy-versiot toiseen alikansioon, tarkoitukseen sopivilla asetuksilla. Tässä tapauksessa videoiden resoluutio skaalattiin full-hd:sta (1920 * 1080 pikseliä) pienempään 854 * 480 pikseliin, ja pakkauslaatu ~38 megasta sekunnissa kuuteen megaan sekunnissa. Pakkauskoodekin pidin samana kuin alkuperäisissä. Leikkausohjelmassa alkuperäiset videot asetetaan offline-tilaan, joka mahdollistaa niiden korvaamisen samannimisillä proxy-versioilla. Sekvenssissä pienempiresoluutioinen video määrätään skaalautumaan täyteen full-hd -resoluutioon, jolloin proxy-versioihin ohjelmassa mahdollisesti tehdyt muutokset (esim. skaalaus, pyörytys) toistuisivat alkuperäisiin videoihin oikein kun videot korvataan alkuperäisillä. Tämän toimenpiteen ansiosta leikkaus sujuu sulavasti, eikä leikkausten ja transitioiden esikatselun lataamista joudu odottamaan lainkaan (Sébastien B. 2008).

6.2 Leikkaus

Alkuperäistä suunnitelmaa mukailen valitsin sopivia otoksia leikkausta varten. Koska esitettävien asioiden järjestys oli tässä vaiheessa jo suurinpiirtein selvillä,

leikkaus Adobe Premierellä sujui melko suoraviivaisesti. Päätin tehdä ensin alustavan leikkauksen, ja videon musiikkikappaleen valittuani rupesin muovaamaan videosekvenssiä sen mukaan.

Koska kuvattavat kohteet olivat useimmiten melko staattisia, pystyin nopeuttamaan joitain otoksia paljonkin tarvittaessa. Tämä olikin monesti tarpeen, sillä kameran liike panoroinneissa oli toisinaan aivan liian hidasta. Liikkeen hitauden lisäksi olimme sortuneet joissain otoksissa liian laajoihin panoroiteihin. Muutamaan otteeseen olisi toivonut saavansa tiettyyn kohtaan leikkausta sulavasti pysähtyvän panoroinnin, mutta olimmekin tehneet kameran liikkeen reilusti yli.

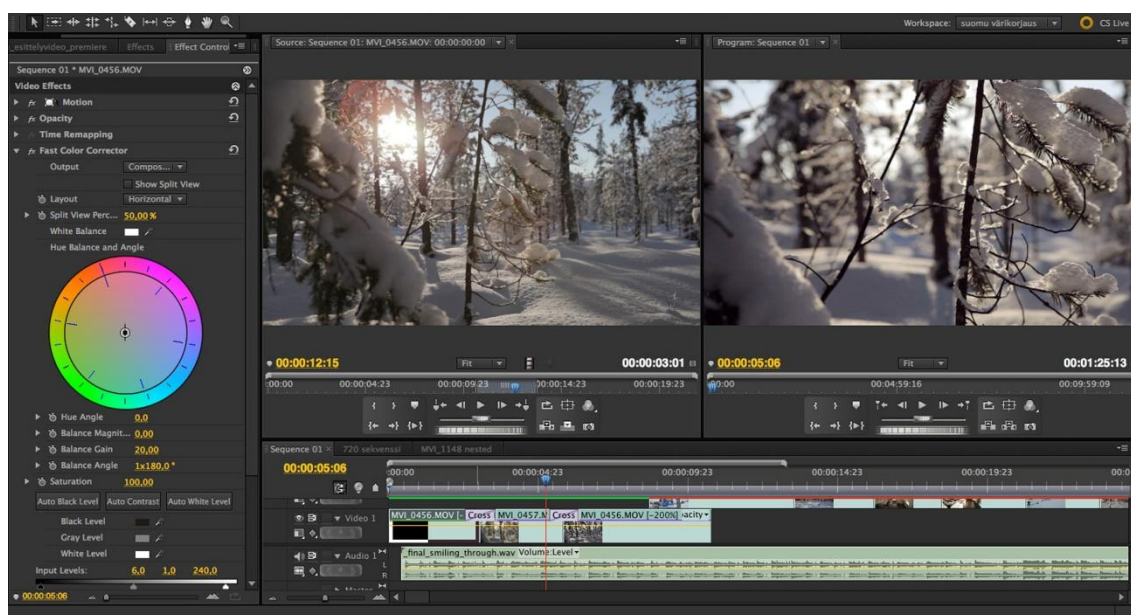
Leikkaus onnistui lopulta kuitenkin suunnitelmien mukaan. Videon alun aamuauringossa paistattelun jälkeen siirrytään rinteisiin ja käydään kahvilla rinnekahvilassa. Sitten käydään läpi muita aktiviteetteja ja päivän jo hämärtäessä siirrytään illallisen ja saunan kautta hotellin baariin – onnistunut lomapäivä Suomutunturilla!

6.3 Värikorjailu

Valotuksen ja valkotasapainon ollessa pääosin oikeanlaista, ei video kaivannut kovin suuritöistä käsittelyä. En myöskään kokenut tarpeelliseksi tyyliellä värien kanssa, vaan pyrin pitämään jäljen mahdollisimman luonnollisena. Tästä huolimatta video kaipasi hieman kontrastia ja eri olosuhteissa kuvattujen otosten yhdenmukaistamista.

Aloitin ensin ilmeisimmistä värikorjauksen tarpeessa olevista otoksista, joita olivat ulkokuvat joissa olin käyttänyt harmaasuodinta. Harmaasuodin saattoi tuoda hieman vihertävää sävyä eri otoksiin, vaikka valkotasapainon esiasetus olisikin ollut otoksissa sama. Tämän korjaamiseen käytin ensisijaisesti Adobe Premieren omaa Fast Color Correctoria, ja tarvittaessa toissijaisena Three-Way Color Correctoria (kuva 7). Värien korjaamisen lisäksi kontrastin lisääminen onnistui samoilla työkaluilla (Devis 2010-2011). Referenssiksi kaikelle korjailulle

otin lopullisen videon aloittavan dolly-ajon lumisesta metsästä, jonka sävyt miellyttivät jo suoraan kamerasta tulleet itseäni eniten.



Kuva 7. Otosten värien yhdenmukaistamista Adobe Premieressä.

6.4 Muu jälkikäsittely ja efektointi

Projektin alussa visioin pääsevänäi tekemään videoon komean intron tai outron ja kompositoimaan videoon vähintäänkin valaistuksellisia kikkoja, kuten auringon luomia linssiheijastuksia. Jälkikäsittelyn aikataulun vuoksi efektointi jäi kuitenkin tällä kertaa tekemättä, ja video sai vain yksinkertaisen lopputekstin laskettelurinteen takaa nousevan Suomen logon muodossa. Tämän toteutin Adobe After Effectsissä. Lisäksi lisäsin videon päälle kevyen vinjetin.

6.5 Musiikki

Ilman sopivaa musiikkikappaletta tai äänimaailmaa muodollisestikin pätevä mainosvideo on vielä torso. Itseäni kiehtoi ajatus musiikin säveltämisestä itse, mutta aikataulu ei millään taipunut tähän. Siispä turvauduimme ostettavaan kirjastomusiikkiin. Kirjastomusiikki on helppo, halpa ja rojalteista vapaa ratkaisu, jossa musiikkikappaleesta maksetaan lisenssistä riippuen kertamaksu joka yleensä oikeuttaa kappaleen käytön yhdessä tuotannossa (Cathrine Kellison

2006). Internetin musiikkikirjastoissa kappaleista on yleensä myös eri pituisia ja eri tavalla miksattuja versioita jotka helpottavat sopivan, tässä tapauksessa noin puolentoista minuutin mainosvideomme tulevan kappaleen valintaa. Valinnassa en voinut luottaa vain omiin korviini, vaan pyrin mahdollisia kappalekandidaatteja valittuani tekemään gallupia parhaiten sopivasta musiikista toimistossamme ja pikaviestimien välityksellä kavereiltani.

Eri musiikkikirjastojen selaus oli itselleni jo ennestään tuttua. Valinnan varaa on paljon, mutta juuri sen oikean löytäminen vaatii usein monen kymmenen, joskus jopa satojen kappaleiden kuuntelemista. Päätöksen täytyi kuitenkin tällä kertaa syntyä melko nopeasti. Mainosvideomme taustamusiikiksi valikoitui lopulta Dan Phillipson -nimisen muusikon ralli ”Smiling Through”, joka löytyi Shockwave-Sound.com -musiikkikirjastosta. Itseäni miellytti kappaleessa energinen ja hyväntuulinen tunnelma sekä rauhallisen alun jälkeen alkava, joidenkin mielestä ehkä hivenen korni lead-kitaraosuus.

Musiikin sovitus leikkaukseen sujui melko mutkattomasti. Kappaleen temmon sanelema leikkausrytmi sopi mielestäni hyvin eri otoksiin, eikä kirjastomusiikki vaikuttanut lainkaan päälleliimatulta.

7 Valmiin videon toimitus asiakkaalle

Valmiin mainosvideon piti ensisijaisesti tulla internetiin hiihtokeskuksen uusittujen nettisivujen yhteyteen, joten varsinaista fyysistä ”työn toimitusta” ei asiakkaan suuntaan vielä tapahtunut. Myöhemmin tulimme tarvittaessa tekemään videosta myös dvd- tai blu-ray -levyn, jota asiakas voisi käyttää markkinointimateriaalina erilaisissa yhteyksissä.

Videoprojektin yhteydessä olimme aloitteestani hankkineet toimistollemme internetin videopalvelu Vimeon ”Vimeo Plus” -tilin. Maksullinen palvelu toi lisätilan ja muiden hyötyjen lisäksi myös nettisivuille upotettavan videotoistimen monipuolisen kustomoinnin, joten päätimme käyttää Vimeota Suomen mainosvideon sijoituspaikkana. Videon upottaminen Vimeosta käsin oli hyvä ratkaisu myös käytettävyyden kannalta, sillä videopalvelun uusi Universal

Player -videotoistin mahdollisti videon toistamisen myös Flashia tukemattomilla laitteilla kuten iPhonella ja iPadilla (Vimeo 2011). Videopalvelua käyttämällä pääsimme halutessamme myös helposti seuraamaan videon toistomääriä ja muuta hyödyllistä tietoa.

8 Jälkisanat

Hiihtokeskuksessa yhteyshenkilönämme toiminut Suomen projektijohtaja näki mainosvideon ensimmäistä kertaa samalla kun esittelin hänelle keskuksen uusittuja nettisivuja puhelimitse. Hän oli siihen erittäin tyytyväinen, ja totesi videon olevan juuri sellainen kuin pitääkin. Myös asiakas, projektin alkuvaiheen yhteyshenkilömme, sekä hiihtokeskuksen omistaja pitivät videota onnistuneena. Suunnitelmissa onkin palata Suomelle kesäkauden aikana ja kuvata uutta materiaalia, mahdollisesti erilliseen videoon tai yhdistettäväksi talvikauden videon kanssa. Lisäksi Suomi työllistää toimistoamme nykyään myös erilaisilla ilmoitus- ja esiteprojekteilla.

Kuvausmatka oli itselleni hyvin opettava kokemus, ja toimistollemme hyvä referenssi tulevaisuutta varten. Tulevaisuuden kuvausrupeamissa pyrin kuitenkin ohjaamaan toimistomme työskentelytapoja selkeämpään ja ammattimaisempaan suuntaan, jotta selviäisimme vähemmällä stressillä ja ylitöiden määrällä. Tämä vaatii aikaa ja motivaatiota videopalveluidemme ja niiden tuotantoprosessien kehittämiseen, jota toivon mukaan pyrimme jollain tavalla lisäämään jatkuvan puurtamisen ja kiireen oheen.

LÄHTEET

Helmut Kraus,Uwe Steinmueller 2010. Mastering HD Video with Your DSLR. O'Reilly Media, Inc.

Vimeo 2011. Vimeo FAQ: What is Vimeo Video School? Viitattu 17.4.2011.
http://vimeo.com/help/faq/vimeo_video_school

Allen, Andrea, Bloom, Phillip, Vimeo 2010. Introduction to DSLR Cameras.
<http://vimeo.com/videoschool/lesson/11/introduction-to-dslr-cameras>

Blue Crane Digital 2010. Shoot Great Video with Your Canon DSLR Camera. DVD.

Sébastien B. 2008. Video editing workflow using proxy files. Viitattu 18.4.2011.
<http://www.vimeo.com/2641870>

Devis, Andrew, CreativeCOW.net 2010-2011. Color Correction tutorials 1-6.
http://library.creativecow.net/articles/devis_andrew/

Catherine Kellison 2006. Producing for TV and Video: A Real-World Approach. Focal Press.

Vimeo 2011. Vimeo FAQ: What is the Universal Player? Viitattu 17.4.2011.
http://vimeo.com/help/faq#what_is_universal_player